

**LITERASI PEMBIAYAAN, MANAJEMEN USAHA, DAN DIGITALISASI OLEH
UMKM MALL NIPAH KOTA MAKASSAR DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN PASAR**

Marsyanda¹, Nasrullah², Rahayu Japar³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Makassar

¹marsyanda973@gamil.com, ²nasrullah@unsimuh.ac.id,

³rahayujapar@unismuh.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in driving economic growth; however, they still face various challenges such as low financing literacy, weak business management, and limited utilization of digital technology. This study aims to analyze the effect of financing literacy, business management, and digitalization on the ability of MSMEs to face market competition among MSME actors at Mall Nipah Makassar. This research uses a quantitative method with an associative approach. Data were collected through questionnaires distributed to 50 MSME actors operating at Mall Nipah. Data analysis was conducted using PLS-SEM with SmartPLS 4. The results show that financing literacy ($p=0.466$) and digitalization ($p=0.060$) do not have a significant effect on the ability of MSMEs to face market competition, while business management ($p=0.022$) has a positive and significant effect. The R-square value of 0.378 indicates that 37.8% of the variation in market competition can be explained by the three variables. These findings indicate that effective business management is the most dominant factor in improving MSME competitiveness, while financing literacy and digitalization still need to be improved for optimal impact.

Keywords: *Financing Literacy, Business Management, Digitalization, MSMEs, Market Competition.*

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, namun masih menghadapi berbagai tantangan seperti rendahnya literasi pembiayaan, lemahnya manajemen usaha, dan keterbatasan pemanfaatan teknologi digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi pembiayaan, manajemen usaha, dan digitalisasi terhadap kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar pada pelaku UMKM di Mall Nipah Kota Makassar. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data diperoleh melalui kuesioner kepada 50 pelaku UMKM kuliner di Mall Nipah. Analisis data menggunakan PLS-SEM dengan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi pembiayaan ($p=0,466$) dan digitalisasi ($p=0,060$) tidak berpengaruh signifikan terhadap kemampuan UMKM menghadapi persaingan pasar, sedangkan manajemen usaha ($p=0,022$) berpengaruh positif dan signifikan. Nilai R-square sebesar 0,378 menunjukkan bahwa 37,8% variasi persaingan pasar dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa manajemen usaha yang efektif menjadi faktor paling

dominan dalam meningkatkan daya saing UMKM, sementara literasi pembiayaan dan digitalisasi masih perlu ditingkatkan untuk memberikan dampak optimal.

Kata Kunci: Literasi Pembiayaan, Manajemen Usaha, Digitalisasi, UMKM, Persaingan Pasar.

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu motor penggerak perekonomian di Indonesia yang berperan krusial dalam pertumbuhan ekonomi dan industri. UMKM tidak hanya menopang aktivitas ekonomi nasional, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Pada tahun 2018, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta unit atau sekitar 99,99% dari total unit usaha di Indonesia (Sasongko, 2024).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan akses terhadap sumber pembiayaan formal akibat lemahnya pengelolaan keuangan, rendahnya literasi pembiayaan, dan keterbatasan kemampuan manajerial pelaku usaha. Kondisi tersebut menyebabkan banyak

UMKM sulit berkembang dan kurang mampu beradaptasi terhadap dinamika persaingan pasar yang semakin kompetitif (Sudirman & Nurfadilah, 2024).

Selain literasi pembiayaan, tantangan lain adalah tuntutan adaptasi teknologi digital. Digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Namun, tingkat adopsi digital UMKM masih belum merata karena keterbatasan literasi digital, sumber daya manusia, dan kesiapan manajerial (Hadion Wijoyo, 2020).

Kota Makassar sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Sulawesi Selatan memiliki lebih dari 2.683 unit UMKM pada tahun 2022. Mall Nipah merupakan salah satu kawasan strategis yang menjadi pusat aktivitas UMKM, khususnya sektor kuliner di lantai 5 dan 6. Lokasi ini relevan karena mampu merepresentasikan dinamika

persaingan usaha di lingkungan pusat perbelanjaan modern.

Kesenjangan antara kondisi ideal dan kenyataan empiris menunjukkan bahwa meskipun UMKM diharapkan mampu mengelola usaha secara profesional, memanfaatkan pembiayaan, dan menerapkan digitalisasi, banyak pelaku usaha yang belum memahami pengelolaan pembiayaan dengan baik atau belum mampu menggunakan teknologi digital secara produktif.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi pembiayaan, manajemen usaha, dan digitalisasi terhadap kemampuan UMKM di Mall Nipah Makassar dalam menghadapi persaingan pasar.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif untuk menguji hubungan antarvariabel melalui analisis statistik. Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM kuliner yang beroperasi di Mall Nipah Kota Makassar, berjumlah 50 unit usaha. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling atau sensus, sehingga seluruh populasi dijadikan sampel.

Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert 1-5. Penelitian ini dilaksanakan di Mall Nipah Kota Makassar, Sulawesi Selatan pada Januari hingga Februari 2026. Analisis data menggunakan Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS versi 4.1.1.8.

Variabel penelitian terdiri dari tiga variabel independen yaitu Literasi Pembiayaan (X1) dengan indikator pengetahuan keuangan, pengelolaan keuangan, dan perencanaan keuangan; Manajemen Usaha (X2) dengan indikator SDM dan pelanggan, operasional dan produksi, perencanaan dan strategi, serta keuangan; Digitalisasi (X3) dengan indikator persepsi kemudahan pengguna, persepsi manfaat, persepsi kredibilitas, dan tingkah laku. Variabel dependen adalah Persaingan Pasar (Y) dengan indikator inovasi produk, orientasi pasar, kualitas produk/layanan, dan strategi harga & promosi.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui dua tahap: (1) pengujian model pengukuran (outer model) yang mencakup validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk; serta (2) pengujian model struktural (inner model) menggunakan

bootstrapping dengan 5.000 subsampel. Kriteria penerimaan hipotesis: $t\text{-statistic} \geq 1,96$ atau $p\text{-value} \leq 0,05$.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden

Dari 50 responden UMKM kuliner di Mall Nipah, sebagian besar berjenis kelamin perempuan (94%) dan laki-laki (6%). Berdasarkan lama bekerja, 36% memiliki pengalaman kurang dari 1 tahun, 42% antara 1-3 tahun, dan 22% antara 4-5 tahun. Berdasarkan jenis usaha, 72% bergerak di bidang makanan dan 28% minuman.

2. Uji Validitas (Convergent Validity)

Hasil pengujian outer loading menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading factor $> 0,50$, sehingga semua item pernyataan dinyatakan valid. Nilai Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk juga berada di atas 0,50 sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Nilai AVE Konstruk

Variabel	AVE	Keterangan
Literasi	0,714	Valid
Pembiayaan		
Manajemen Usaha	0,659	Valid
Digitalisasi	0,804	Valid
Persaingan Pasar	0,869	Valid

3. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (ρ_c) $> 0,70$, sehingga semua konstruk dinyatakan reliabel (Tabel 2).

Tabel 2 Uji Composite Reliability

Variabel	Cronbach's Alpha	CR (ρ_c)
Literasi	0,802	0,880
Pembiayaan		
Manajemen Usaha	0,831	0,885
Digitalisasi	0,919	0,943
Persaingan Pasar	0,828	0,885

4. Uji Model Struktural (R-Square)

Nilai R-square untuk variabel Persaingan Pasar (Y) sebesar 0,378 dan R-square adjusted sebesar 0,337. Artinya, sebesar 37,8% variasi persaingan pasar dapat dijelaskan oleh variabel literasi pembiayaan, manajemen usaha, dan digitalisasi. Nilai ini termasuk kategori moderat, menunjukkan model memiliki kemampuan yang cukup dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

5. Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis menggunakan bootstrapping disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis

Hubungan	Path Coef.	T-Stat.	P-Value	Hasil
X1 → Y	0,115	0,730	0,466	Ditolak
X2 → Y	0,332	2,288	0,022	Diterima
X3 → Y	0,285	1,880	0,060	Ditolak

6. Pembahasan

a) Pengaruh Literasi Pembiayaan terhadap Persaingan Pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi pembiayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap persaingan pasar ($p=0,466$). Meskipun nilai rata-rata indikator literasi pembiayaan tergolong baik ($>4,00$), pemahaman teoritis tentang pembiayaan belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai strategi dalam meningkatkan daya saing. Pelaku UMKM di Mall Nipah cenderung lebih fokus pada kualitas produk dan pelayanan dibanding optimalisasi sumber pembiayaan. Temuan ini konsisten dengan Safitri (2022) yang menegaskan bahwa peningkatan pengetahuan keuangan tidak selalu berbanding lurus dengan perubahan perilaku keuangan.

b) Pengaruh Manajemen Usaha terhadap Persaingan Pasar.

Manajemen usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap persaingan pasar ($p=0,022$; koefisien= $0,332$). Semakin baik pengelolaan usaha—meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan strategi—maka semakin tinggi kemampuan UMKM bersaing di pasar. Dalam lingkungan pusat perbelanjaan seperti Mall Nipah yang tingkat persaingannya tinggi, kemampuan manajerial menjadi pembeda utama. Hasil ini sejalan dengan penelitian Faradillah et al. (2024) yang menunjukkan praktik manajemen usaha efektif berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

c) Pengaruh Digitalisasi terhadap Persaingan Pasar. Digitalisasi belum berpengaruh signifikan terhadap persaingan pasar ($p=0,060$). Meskipun pelaku UMKM menilai digitalisasi bermanfaat (rata-rata indikator $>4,30$), pemanfaatannya belum optimal. Sebagian pelaku usaha di mall masih mengandalkan interaksi langsung dengan konsumen dan memiliki keterbatasan dalam literasi digital, keterampilan, serta waktu untuk mengelola platform digital. Kondisi ini selaras dengan Sitompul et al. (2025)

yang menemukan banyak UMKM Indonesia masih terkendala infrastruktur dan SDM digital.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan: (1) Literasi pembiayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kemampuan UMKM Mall Nipah Makassar dalam menghadapi persaingan pasar; (2) Manajemen usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar, yang berarti semakin baik pengelolaan usaha, semakin tinggi daya saing UMKM; (3) Digitalisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap persaingan pasar, menunjukkan pemanfaatan teknologi digital belum optimal; (4) Secara keseluruhan, manajemen usaha menjadi faktor paling dominan dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Berdasarkan temuan tersebut, pelaku UMKM diharapkan meningkatkan kualitas manajemen usaha sebagai strategi utama bersaing. Pemerintah dan lembaga terkait perlu memberikan pelatihan literasi pembiayaan dan kemampuan digital yang lebih praktis. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas

sampel dan menambahkan variabel mediasi seperti inovasi produk atau kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayunda, A. (2024). Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, dan Inklusi Keuangan Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Akuntansi Keuangan Universitas Jambi*, 9(3), 172–180.
- Ghozali. (2022). *Literasi: Pengertian, Jenis Dan Manfaat Literasi*. Perpustakaan IAIN Madura.
- Hadion Wijoyo, D. (2020). Digitalisasi UMKM. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Hikmayani, N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Pertumbuhan UMKM di Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 1(5), 163–173.
- Hirawati, H., Sijabat, Y. P., & Giovanni, A. (2021). Financial Literacy, Risk Tolerance, and Financial Management of Micro-enterprise Actors. *Society*, 9(1), 174–186.
- Hurriati, L. (2025). Exploring Financing Literacy In Improving The Institutional Capacity Of MSMEs. *Jurnal Ekonomi*, 6(2), 661–667.
- Nurdiana. (2024). Pengaruh Penggunaan Ekonomi Digital terhadap Kinerja Pelaku UMKM Kuliner di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 2(3), 256–266.

- Purba, D. S., et al. (2021). Manajemen Usaha Kecil dan Menengah. Yayasan Kita Menulis.
- Safitri, N. (2022). Literasi Keuangan Digital, Keberlanjutan Usaha Industri Kecil Dan Menengah Serta Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Keuangan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 6(3), 1203–1214.
- Sasongko, D. (2024). UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. DJKN Kemenkeu.
- Sitompul, P. S., Sari, M. M., Miranda, C., & Lumban, B. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia: Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(April), 09–18.
- Sophi, L. A., & Ridho, A. (2025). Pengaruh Green Human Resource Management dan Kompetensi Digital Terhadap Kemampuan Bersaing UMKM Kota Depok. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3), 12436–12454.
- Sudirman. (2024). Tingkat Literasi Keuangan Pelaku Usaha Mikro Kecil di Kota Makassar. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(2), 130–138.
- Sudirman, S., & Nurfadilah, N. (2024). Studi Empiris: Return on Assets, Debt To Equity Ratio, Return on Equity dengan Harga Saham Perusahaan Batu Bara. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 7(2), 130–138.
- Utami, P. A. (2020). Pengaruh Literasi dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. Universitas Bosowa Makassar.