

PERAN INOVASI PRODUK DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI LOKAL DI KOTA CILEGON

Author: Frastian Aji Krisdianto¹, Yemima Anindia², Yayah Canda Hia³, Oki Iqbal Khair⁴
E-mail: frastianaji27@gmail.com¹, anindiayem26@gmail.com², candhia585@gmail.com³, dosen01801@unpam.ac.id⁴
Universitas Pamulang

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product innovation and financial literacy on the performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). The method used is a quantitative associative approach with a total of 50 MSME respondents. Data were collected through the distribution of questionnaires and analyzed using SPSS. The results show that product innovation has a positive and significant effect on MSME performance, while financial literacy has a positive but not significant effect. These findings indicate the crucial role of innovation as a key determinant in improving MSME performance.

Keywords: *product innovation, financial literacy, MSME performance*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif asosiatif dengan jumlah responden sebanyak 50 pelaku UMKM. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, dan analisis data dilakukan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, sedangkan literasi keuangan berpengaruh positif namun tidak signifikan. Temuan ini mengindikasikan pentingnya peran inovasi sebagai faktor penentu utama dalam peningkatan kinerja UMKM.

Kata kunci: *inovasi produk, literasi keuangan, kinerja UMKM*

Article history

Received: Juni 2025
Reviewed: Juni 2025
Published: Juni 2025

Plagirism checker no 80

Doi : prefix doi :
[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis dalam struktur perekonomian nasional maupun daerah. Di Indonesia, UMKM menjadi penyerap tenaga kerja terbesar sekaligus penopang Produk Domestik Bruto (PDB) dengan kontribusi mencapai lebih dari 60% menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (Nurdiana, Indrawan Azis, 2024). Di tingkat lokal, khususnya di Kota Cilegon yang dikenal sebagai kawasan industri berat, UMKM memiliki potensi besar sebagai penyeimbang dinamika ekonomi yang selama ini didominasi oleh sektor manufaktur berskala besar. Sayangnya, daya saing UMKM di Cilegon masih menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait keterbatasan inovasi produk dan rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap manajemen keuangan.

Kondisi ini diperparah dengan fakta bahwa sebagian besar UMKM di Cilegon masih menjalankan usaha secara konvensional, tanpa diferensiasi produk yang jelas dan tanpa pencatatan keuangan yang memadai. Padahal, kemampuan untuk berinovasi dalam menciptakan nilai tambah produk, serta kecakapan dalam mengelola keuangan usaha merupakan dua kunci utama dalam meningkatkan performa UMKM secara berkelanjutan. Kinerja UMKM yang baik pada akhirnya tidak hanya berkontribusi terhadap pendapatan individu pelaku usaha, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui penyerapan tenaga kerja, perputaran ekonomi wilayah, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Menurut (Hasna, 2021) Kinerja merupakan ukuran keberhasilan sebuah usaha dalam mencapai tujuannya. Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan inovasi. Homepreneur harus melakukan inovasi yang berupa inovasi produk, inovasi proses dan inovasi layanan yang akan meningkatkan kinerja usaha. Penawaran produk sekarang ini menjadi beragam tentunya terdapat kelebihan dari masing-masing produk sesuai kebutuhan konsumen yang akan selektif pada produk yang membuat mereka tertarik maka pelaku usaha akan melakukan inovasi produk agar konsumen tertarik

Menurut (Kalil & Aenurohman, 2020) Sebagai bagian tak terpisahkan dalam aktivitas perekonomian, keberadaan UKM harus mendapatkan perhatian khusus, pendampingan hingga ketersediaan modal yang cukup agar dapat bersaing dengan konglomerasi yang lebih besar. UKM sangat penting keberadaannya bagi masyarakat karena memiliki kemampuan dalam menyediakan lapangan kerja sekaligus menyerap tenaga kerja usia produktif yang menjangkau hingga pelosok desa, memberi kenaikan penghasilan bagi masyarakat, dan memiliki potensi menjadi aktivitas ekonomi unggulan regional.

Proses pengelolaan keuangan merupakan suatu aktivitas yang sangat penting untuk dilakukan oleh para pelaku usaha termasuk bagi pelaku ekonomi rakyat, yang mayoritas berskala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan adanya peran dan potensi UMKM yang strategis dan diakui dalam perekonomian nasional tidak membebaskan sektor ini dari permasalahan klasik, yaitu terbatasnya modal untuk pengembangan usahanya. Ketersediaan modal bagi usaha merupakan kebutuhan mutlak yang digunakan untuk keberlangsungan usaha. Kesenjangan yang terjadi pada sektor keuangan di Indonesia tidak hanya menyangkut keterjangkauan atau inklusi, tetapi juga mengenai pemahaman atau literasi (Ariyati et al., 2021).

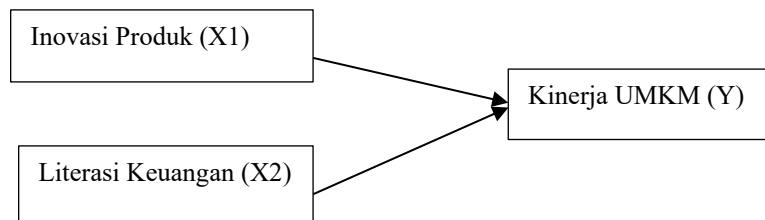
Menurut Wachira dan Kihui (Sanistasya et al., 2019) Literasi keuangan menjadi isu yang menarik baik di negara maju maupun negara berkembang dan telah memunculkan perubahan yang cepat bagi industri keuangan. Literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam mencapai kesejahteraan (PJOK Nomor 76/PJOK.07/2016). Pentingnya literasi keuangan tidak hanya dapat dirasakan bagi diri sendiri atau pribadi tetapi dapat dirasakan juga ketika kita melakukan pengelolaan terhadap keuangan usaha yang kita miliki.

UKM dan UMKM dapat menjadi objek dalam mengaplikasikan literasi keuangan yang sebenarnya. UKM memainkan peran penting dalam membantu perekonomian negara maupun daerah (Ummah, 2019). Sehingga dapat diketahui bahwa dengan adanya pengaplikasian literasi keuangan dengan baik melalui UKM maupun UMKM dapat menunjang perekonomian daerah maupun negara. Namun, ketika beberapa survei mengatakan bahwa literasi keuangan di Indonesia masih kurang hal tersebut berarti menunjukkan kemampuan UKM maupun UMKM dalam menunjang perekonomian juga masih rendah.

Berdasarkan uraian masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana inovasi produk dan literasi keuangan secara simultan maupun parsial memengaruhi kinerja UMKM di Kota Cilegon, serta sejauh mana kinerja tersebut berperan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor internal yang perlu diperkuat oleh pelaku UMKM dan pemerintah daerah dalam rangka mempercepat pembangunan ekonomi berbasis kerakyatan di Cilegon.

KERANGKA PEMIKIRAN

Untuk mengungkap masalah yang akan dibahas dalam penyusunan usulan penelitian, peneliti menggunakan kerangka pemikiran, yang digambarkan dalam skema berikut :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Dalam Kerangka konseptual tersebut menggambarkan bahwa ada pengaruh antara variabel independen yaitu Kinerja UMKM dimana pengukuran tersebut ditinjau sejauh mana bisnis UMKM di Cilegon. Indikator dari variabel x atau variabel independen ini yaitu Inovasi Produk dan Literasi Keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam pembangunan ekonomi nasional.

1. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel. Pendekatan ini dipilih karena seluruh data yang dikumpulkan berupa angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik inferensial melalui perangkat lunak SPSS versi 21.

2. Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Cilegon. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 orang.

3. Jenis dan Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert 1-5, di mana:

1	: Sangat Tidak Setuju,
2	: Tidak Setuju
3	: Netral
4	: Setuju
5	: Sangat Setuju

4. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini melibatkan beberapa variabel sebagai berikut:

Variabel X1 : Inovasi Produk (diukur melalui 5 indikator)

Variabel X2 : Literasi Keuangan (5 indikator)

Variabel Y : Kinerja UMKM (5 indikator)

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada pelaku UMKM. Kuesioner telah diuji terlebih dahulu melalui uji coba untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen

6. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas dan Realibilitas

b. Uji Asumsi Klasik

c. Uji Linear Berganda

7. Alat Analisis

Seluruh data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 21, dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Variabel yang ada dalam penelitian ini adalah Inovasi Produk (X1), Literasi Keuangan (X2) dan Kinerja UMKM (Y), tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk menjelaskan variabel variabel ini tabel berikut:

Tabel 1. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOTAL_X	50	6	20	13.78	2.916
TOTAL_X2	50	10	22	17.48	2.225
TOTAL_Y	50	14	22	19.08	1.724
Valid N (listwise)	50				

Sumber: Output SPSS 21.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap data penelitian, diketahui bahwa variabel X1 yang merepresentasikan aspek inovasi produk memiliki nilai rata-rata sebesar 13,78 dengan simpangan baku sebesar 2,916, dari rentang skor minimum 6 hingga maksimum 20. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat inovasi produk pada pelaku UMKM tergolong sedang, dengan persebaran data yang cukup bervariasi. Selanjutnya, variabel X2 yang menggambarkan literasi keuangan memiliki nilai rata-rata sebesar 17,48 dengan standar deviasi 2,225, serta nilai minimum dan maksimum masing-masing sebesar 10 dan 22. Nilai rata-rata yang relatif tinggi ini mencerminkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, dan persebarannya cenderung seragam di antara responden. Adapun variabel Y yang merepresentasikan kinerja UMKM menunjukkan nilai rata-rata sebesar 19,08, dengan simpangan baku sebesar 1,724, serta skor terendah dan tertinggi masing-masing 14 dan 22. Ini mengindikasikan bahwa secara umum pelaku UMKM menilai kinerja usahanya dalam kategori baik, dengan persepsi yang cukup konsisten di

antara seluruh responden. Secara keseluruhan, ketiga variabel menunjukkan kecenderungan positif dengan distribusi nilai yang stabil dan tidak ekstrem.

1. Uji Validitas

Kriteria yang digunakan untuk menyatakan suatu instrumen dianggap valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis apabila corected item-Total correlation lebih besar dari r-tabel atau $df = (N-2) = 0,279$

Tabel 2 Uji validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan	X1.2	0.837	0.279	Valid
	X1.3	0.796	0.279	Valid
	X1.4	0.785	0.279	Valid
	X1.5	0.662	0.279	Valid
Inovasi Produk	X2.1	0.362	0.279	Valid
	X2.2	0.479	0.279	Valid
	X2.3	0.603	0.279	Valid
	X2.4	0.606	0.279	Valid
	X2.5	0.757	0.279	Valid
Kinerja UMKM	Y.1	0.541	0.279	Valid
	Y.2	0.51	0.279	Valid
	Y.3	0.408	0.279	Valid
	Y.4	0.318	0.279	Valid
	Y.5	0.613	0.279	Valid

Sumber: ouput SPSS 21

Pada tabel 2 dapat dilihat jika semua item pertanyaan dinyatakan signifikan karena r hitung lebih besar daripada r tabel, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan valid dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3 uji reliable

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0.870	Reliable
X2	0.545	Reliable
Y	0.177	Reliable

Sumber: ouput SPSS 21

Berdasarkan tabel 3 diatas, diketahui bahwa variabel Inovasi Produk (X1), Literasi Keuangan (X2) dan kinerja UMKM (Y) dapat dikatakan reliabel karena semua nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,50.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah populasi data berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji sampel Kolmogrov-Smirnov melalui pendekatan monte carlo taraf signifikansi 0,05 digunakan data dianggap berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5%.

**Tabel 4. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardi zed Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean Std. Deviation	.0000000 1.64260529
Most Extreme Differences	Absolute Positive Negative	.103 .090 -.103
Kolmogorov-Smirnov Z		.730
Asymp. Sig. (2-tailed)		.662

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: output SPSS 21

Dari tabel One sample Kolmogorov-smirnov melalui pendekatan monte carlo diperoleh angka probabilitas atau Monte Carlo. Sig. (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 atau menggunakan taraf signifikansi 5%. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas, menggunakan pedoman sebagai berikut:

- Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas < 0,05, maka distribusi data adalah tidak normal.
- Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05, maka distribusi data adalah normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji multiko

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	0.884	1.132
	X2	0.884	1.132

a. Dependent Variable: Y

Sumber: ouput SPSS

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas melalui nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), diketahui bahwa nilai Tolerance untuk variabel X1 dan X2 masing-masing sebesar 0,884, serta nilai VIF sebesar 1,132. Karena seluruh nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi ini, sehingga model layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

c. Uji Heterokedastisitas

Tabel 6. Uji hetero

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.904	1.306		.692	.492
X1	.058	.048	.171	1.191	.240
X2	-.022	.063	-.051	-.355	.724

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Sumber: ouput SPSS 21

Uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel X1 sebesar 0,240 dan X2 sebesar 0,724, yang keduanya lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas, sehingga asumsi klasik terkait kestabilan varian residual telah terpenuhi.

4. Uji Hipotesis

Tabel 7. Regresi linear

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.839	2.221		6.680	.000
	X1	.009	.082	.015	.110	.913
	X2	.236	.108	.304	2.187	.034

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber: ouput SPSS 21

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 14,839 + 0,009X_1 + 0,236X_2$. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan X1 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,913, yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Sebaliknya, variabel Inovasi Produk X2 memiliki nilai signifikansi 0,034, yang lebih kecil dari 0,05, sehingga secara statistik X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan kinerja pelaku UMKM, sedangkan inovasi produk tidak menunjukkan pengaruh yang berarti dalam model ini.

Pembahasan

Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja UMKM, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi yang bernilai positif, namun dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun secara statistik peningkatan literasi keuangan cenderung diikuti oleh peningkatan kinerja UMKM, pengaruh tersebut belum cukup kuat untuk dinyatakan signifikan pada tingkat kepercayaan 95%.

Secara teoritis, literasi keuangan memang merupakan faktor penting dalam pengelolaan usaha karena membantu pelaku UMKM dalam membuat keputusan keuangan yang rasional, seperti pengelolaan modal kerja, pencatatan transaksi, hingga perencanaan investasi. Namun, dalam konteks penelitian ini, hasil yang tidak signifikan bisa disebabkan oleh beberapa kemungkinan. Salah satunya adalah bahwa pelaku UMKM di lokasi penelitian mungkin belum sepenuhnya mengaplikasikan pengetahuan finansial dalam praktik usaha sehari-hari, sehingga tingkat literasi keuangan yang dimiliki belum benar-benar mempengaruhi kinerja mereka secara nyata.

Selain itu, hasil ini juga menunjukkan bahwa literasi keuangan bukan satu-satunya faktor penentu kinerja UMKM. Bisa jadi, faktor lain seperti pemasaran, inovasi produk, atau akses terhadap teknologi dan pasar justru lebih dominan memengaruhi keberhasilan usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Nurdiana, Indrawan Azis, 2024), (Aftitah et al., 2025) dan (Sanistasya et al., 2019) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berperan penting, namun pengaruhnya terhadap kinerja akan signifikan hanya jika didukung oleh kemampuan manajerial dan lingkungan bisnis yang kondusif.

Dengan demikian, meskipun arah pengaruhnya positif, literasi keuangan tidak dapat dijadikan sebagai prediktor tunggal yang signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM, dan perlu dipertimbangkan bersama variabel-variabel lainnya dalam model yang lebih komprehensif.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM

Hasil analisis menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi yang positif serta nilai signifikansi (Sig.) < 0,05. Artinya, semakin tinggi tingkat inovasi yang dilakukan oleh UMKM, maka semakin tinggi pula kinerja usaha yang dicapai. Dengan demikian, inovasi produk terbukti secara statistik menjadi salah satu faktor yang berkontribusi nyata terhadap peningkatan performa usaha mikro, kecil, dan menengah.

Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan pandangan Schumpeter dalam teori inovasi, yang menyebutkan bahwa inovasi merupakan mesin utama pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan bisnis. Inovasi memungkinkan pelaku UMKM untuk menciptakan produk baru, menyempurnakan produk yang sudah ada, menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar, serta meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk mereka di tengah persaingan yang ketat. Melalui inovasi, UMKM tidak hanya mampu mempertahankan eksistensi usahanya, tetapi juga berpotensi memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi produksi.

Hasil ini juga konsisten dengan temuan dari beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh (Ariyati et al., 2021) (Hasna, 2021), (Ummah, 2019), dan (Yolanda, 2024), yang menyimpulkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan omset, loyalitas pelanggan, dan pertumbuhan bisnis UMKM. Dalam konteks penelitian ini, dapat diinterpretasikan bahwa pelaku UMKM yang melakukan inovasi secara konsisten cenderung memiliki strategi yang lebih adaptif, mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah, serta dapat meningkatkan kualitas dan diferensiasi produknya.

Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa inovasi produk merupakan salah satu elemen kunci dalam menciptakan kinerja UMKM yang optimal, dan perlu didorong melalui pelatihan, akses informasi, serta dukungan kebijakan dari pemerintah atau lembaga terkait.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi produk yang dilakukan oleh pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula kinerja usahanya. Inovasi dalam bentuk pengembangan produk, desain, kualitas, maupun fungsi produk terbukti mampu meningkatkan daya saing dan efektivitas usaha secara nyata.
2. Literasi keuangan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja UMKM. Artinya, meskipun secara teori peningkatan literasi keuangan cenderung diikuti oleh perbaikan dalam pengelolaan usaha, dalam penelitian ini pengaruh tersebut belum cukup kuat secara statistik untuk memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM.
3. Secara umum, temuan ini mengindikasikan bahwa kinerja UMKM lebih dipengaruhi oleh kemampuan inovasi dibandingkan dengan tingkat literasi keuangan semata. Namun, literasi keuangan tetap penting sebagai fondasi dalam pengambilan keputusan yang lebih efisien dan strategis.

Saran

1. Bagi pelaku UMKM, disarankan untuk terus meningkatkan kemampuan inovasi produk, baik dari sisi desain, kemasan, maupun variasi produk, agar dapat bersaing dan menjawab dinamika pasar. Inovasi yang berkelanjutan akan menjadi salah satu penentu utama keberlangsungan usaha.
2. Literasi keuangan tetap perlu ditingkatkan melalui pelatihan-pelatihan, bimbingan teknis, dan pendampingan dari lembaga terkait. Meskipun tidak berpengaruh signifikan dalam penelitian ini, penguasaan dasar-dasar keuangan seperti pencatatan kas, pengelolaan modal, dan perencanaan keuangan sangat penting untuk mendukung pengambilan keputusan yang rasional.
3. Bagi pemerintah dan instansi pembina UMKM, disarankan untuk merancang program pengembangan UMKM yang bersifat menyeluruh, yaitu tidak hanya berfokus pada inovasi produk, tetapi juga pada peningkatan kapasitas manajerial dan finansial, agar UMKM dapat tumbuh lebih berdaya saing dan berkelanjutan.
4. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang lebih kontekstual, seperti adopsi teknologi digital, strategi pemasaran, atau akses pembiayaan, agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Aftitah, F. N., K, J. L., Hasanah, K., Lailatul, N., Bina, U., & Informatika, S. (2025). *Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023 Pemerintah mendukung UMKM melalui program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), meskipun penyalurannya tahun 2023 belum memenuhi target . UMKM kini terus.* 3, 32-43.
- Ariyati, I., Agustina, F., & Miliiani T, G. (2021). *Sistematic Literature Review: Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Ukm Di Indonesia. Jurnal Ekonomika : Manajemen, Akuntansi,*

Dan Perbankan Syari'ah, 10(1), 104-118. <https://doi.org/10.24903/je.v10i1.1337>

Hasna, N. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Proses dan Inovasi Layanan Terhadap Kinerja UMKM. *Journal Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 17(1), 713-719. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/4693>

Kalil, K., & Aenurohman, E. A. (2020). Dampak Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Di Kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69-77. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v21i1.8581>

Nurdiana, Indrawan Azis, F. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP KINERJA PELAKU USAHA MIKRO KECIL. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 256-266.

Sanistasya, P. A., Raharjo, K., & Iqbal, M. (2019). Pengaruh literasi keuangan dan inklusi keuangan terhadap kinerja usaha kecil di Kalimantan Timur. *Jurnal Economia*, 15(1), 48-59. <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia>

Ummah, M. S. (2019). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA UKM DI JAWA TIMUR. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1-14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPU_SAT_STRATEGI_MELESTARI

Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170-186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>