

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA KEUANGAN
USAHA MIKRO KECIL MENEGAH (UMKM) SEKTOR PRODUKSI SELAMA MASA
PANDEMI COVID-19 DI KABUPATEN PONOROGO**

Ika Farida Ulfah^{1)*}, Ardyan Firdausi Mustoffa²⁾, Wijianto³⁾

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Ponorogo

¹E-mail: ikafaridaulfa@gmail.com

²Email: ardian@umpo.ac.id

³Email: wijifafa9898@gmail.com.

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of financial management practices, product innovation, and marketing innovation on the financial performance of small, micro-medium enterprises in the production sector (UMKM) during the COVID-19 pandemic in Ponorogo district. The sample in this study is the UMKM Production Sector in Ponorogo Regency. The data collection process was obtained by distributing questionnaires to UMKM actors in the production sector registered at the Ponorogo District PERDAGKUM Office in 2021 randomly for all regions in Ponorogo Regency. This type of research is quantitative research with the population in this study being production sector UMKM registered at the PERDAGKUM Office, Ponorogo Regency. The results of this study prove that financial management practices, product innovation, and marketing innovation have a significant influence on financial performance. Using the SPSS calculation, a value of 0.01 is found, meaning that the value is significantly below the specified limit of 0.05.

Keywords: *Financial Management Practices; Product Innovation; Marketing Innovation; Financial performance; UMKM.*

1. PENDAHULUAN

Munculnya corona virus (covid-19) yang terus merajalela di Indonesia karena di sebabkan oleh virus SARS-CoV-2. Virus ini ditemukan pertama kali di wuhan-china pada akhir tahun 2019 yang kemudian menyebar keseluruh dunia. Virus ini dapat menyebar ketika berinteraksi dengan orang yang terinfeksi atau benda yang telah terkontaminasi. Presiden jokowi sendiri mengumumkan untuk pertama kalinya bahwa Indonesia menjadi salah satu Negara yang terjangkit virus covid-19 pada tanggal 2 maret 2020. Hal ini pun mengakibatkan pemerintah harus mengambil berbagai macam tindakan salah satunya menerapkan pembatasan social berskala besa (PSBB) dan tatanan kehidupan baru (new normal) yang diharapkan mampu mengurangi jumlah angka covid-19, namun

hingga saat ini mulai muncul varain-varian baru dari corona virus yaitu OMICRON.

Salah satu usaha yang terkena dampak dari corona virus ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hasil survey dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (2020) mengatakan bahwa ada sekitar 94,69% pelaku dari sektor umkm mengalami penurunan penjualan. Hal tersebut juga menyebabkan pendapatan bersih yang diperoleh UMKM pun mengalami penurunan karena permintaan yang terus menurun, sedangkan bahan baku mengalami peningkatan, distribusi juga ikut terhambat sehingga mempengaruhi proses produksi. UMKM sendiri memiliki kontribusi yang cukup besar di Indonesia sebagaimana data yang diakses di www.depko.go.id menjelaskan bahwa kontribusi sector usaha mikro kecil dan

menengah terhadap produk domestic bruto meningkat pada tahun 2017-2018 sebesar Rp 753.612,8 milyar atau 9,64%. Tenaga kerja juga mengalami peningkatan pada tahun 2017 sebanyak 116.431.224 orang dan tahun 2018 sebanyak 116.978.631 orang. Data tersebut terbukti bahwa UMKM sangat berperan penting dalam kecepatan pertumbuhan ekonomi maupun dalam masalah lapangan pekerjaan serta mampu meningkatkan perekonomian.

Agar tetap mempertahankan usahanya para pelaku usaha harus memutar otak dengan melakukan pemasaran secara daring atau online. Menteri perdagangan Agus Suparmanto mengatakan bahwa dimasa pandemic para pelaku usaha mikro kecil dan menengah harus mulai memasarkan produknya secara hybrid yaitu offline dan online. Masa pandemic membuat banyak pergeseran pada pola konsumsi masyarakat yang mulai beralih berbelanja secara online. Maka para sector UMKM harus pula mampu beradaptasi dengan kebiasaan baru tersebut, dengan demikian usaha bisa terus berjalan serta kontribusi terhadap perekonomian juga tetap terjaga. Akibat dari pandemic yang melanda saat ini, inovasi pada pemasaran yang agresif melalui platform digital atau online, juga merupakan hal yang sangat penting untuk dikembangkan dan di implementasikan (Nordiansyah, 2020), selain perpindahan transaksi online juga adanya perilaku pembeli yang berubah yaitu peningkatan pembelian makanan yang dibawa pulang (take-away food). UMKM juga dituntut untuk lebih inovatif dalam menghasilkan produk, untuk menghasilkan produk yang lebih maka perlu adanya pengembangan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan yang dilakukan oleh pesaing (Ferdinand, 2000).

Obyek dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM di Kabupaten Ponorogo. Jumlah UMKM di Kabupaten Ponorogo mengalami perkembangan yang fluktuasi setiap tahunnya. Tahun 2016 berjumlah 1.111 unit, tetapi pada tahun 2017 mengalami penurunan yaitu menjadi 414 unit, tahun 2018 mengalami peningkatan menjadi 1.826 unit, tahun 2019 mengalami

peningkatan lagi menjadi 2.839 unit dan tahun 2020 mengalami peningkatan menjadi 5.080 unit. UMKM di kabupaten ponorogo ada 3 bidang yaitu bidang perdagangan dan reparasi berjumlah 2.450 unit, bidang industri berjumlah 494 unit bidang jasa 2.136 unit (<https://dpmpstsp.ponorogo.go.id/> 2021).

Berdasarkan data diatas bisa dilihat bahwa UMKM menjadi primadona selain itu juga dengan UMKM mampu meningkatkan ekonomi serta mampu meningkatkan lapangan pekerjaan. Kabupaten ponorogo memiliki daya beli yang tinggi dan memiliki prospek besar untuk berkembang, Namun karena adanya pandemic covid -19 berdampak pada tingkat daya beli. Hal ini diungkapkan oleh pelaksana tugas Bupati ponorogo Soedajrno bahwa kabupaten ponorogo mengalami deflasi hingga mencapai 0,05% disisi lain barang yang dibutuhkan tersedia, Pemerintah ponorogo pun terus memberikan dorongan agar mampu meningkatkan kembali daya beli dengan melalui program-program yang sudah disiapkan (<https://ponorogo.go.id/> diakses 9 maret 2022). Maka inovasi sangat membantu bagi pelaku UMKM untuk mendorong usahanya agar tetap bertahan dimasa pandemic dengan perubahan perilaku masyarakat yang lebih suka melakukan transaksi jual beli melalui online. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan UMKM sector produksi selama masa pandemic COVID-19 di Kabupaten Ponorogo. Faktor yang digunakan dalam penelitian ini yaitu praktek manajemen keuangan, Inovasi Produk, dan Inovasi Pemasaran.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Explanatori research*. Menurut Sugiyono penelitian eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan variable independen dengan dependen. Horizon waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah study cross-sectional, karena penelitian ini mengumpulkan data dalam satu waktu yaitu selama tahun 2021. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di kabupaten

ponorogo yang berjumlah 5.080 menurut data dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Satu Pintu Kabupaten Ponorogo (diakses tahun 2021). Metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah slovin dikarenakan jumlah sampel yang sudah diketahui dengan taraf kesalahan 5%. Rumus Solvin $N / (1+N (e)^2)$ maka didapatkan hasil perhitungan sebanyak 100 responden pelaku UMKM dikabupaten ponorogo. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. skala likert menurut Sugiyono (2017) yaitu mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena social. Setelah semua data terkumpul, maka selanjutnya menganalisis data. Analisis data pertama yang dilakukan adalah deskriptif statistik, setelah itu menguji kuesioner penelitian (validitas dan realibilitas) dan analisis regresi. Yang mana data tersebut nantinya akan dianalisis menggunakan SPSS.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Sampel pada penelitian ini adalah UMKM Sektor Produksi di Kabupaten Ponorogo. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa praktek manajemen keuangan, Inovasi produk, dan inovasi pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan perhitungan SPSS ditemukan hasil nilainya sebesar 0,01 berarti nilainya cukup signifikan dibawah batas yang ditentukan sebesar 0,05. Berikut Hasil perhitungan olah data menggunakan SPSS dan analisis bagaimana pengaruhnya terhadap kinerja keuangan UMKM di Kabupaten Ponorogo:

1. Uji analisis Regresi Linear Berganda

a) Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda pada penelitian ini untuk menguji pengaruh atau dampak variabel independent yang terdiri atas praktek manajemen keuangan (X1), inovasi produk (X2), dan inovasi pemasaran (X3) terhadap pada variabel dependen yaitu kinerja keuangan (Y).

Model analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$. Hasil olah data disajikan pada tabel sebagai berikut:

a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 2.110 | 1.992 | | 1.059 | .292 |
| X1 | .169 | .047 | .314 | 3.581 | .001 |
| X2 | .365 | .066 | .423 | 5.521 | .000 |
| X3 | .123 | .059 | .184 | 2.094 | .039 |

Tabel diatas menunjukkan suatu hasil uji analisis regresi linear berganda pada SPSS versi 22 pada table *coefficients*, dengan ini bisa dijadikan persamaan regresi linear berganda. Hasilnya sebagai berikut:

$$Y = 2,110 + 0,169X_1 + 0,365X_2 + 0,123X_3 + e$$

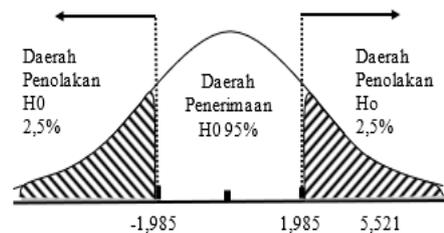
Hasil diatas menunjukkan bahwa persamaan regresi linear berganda dapat digambarkan sebagai berikut:

- 1) Nilai α (konstanta) sebesar 2,110, menunjukkan bahwa jika variabel independen atau bebas berupa Praktek manajemen keuangan (X1), inovasi produk (X2), dan inovasi pemasaran (X3) dengan nilai 0, maka dari itu nilai kinerja keuangan sebesar 2,110.
- 2) Nilai β_1 (koefisien regresi dengan variabel praktek manajemen keuangan) nilainya sebesar 0,169, menunjukkan bahwa jika variabel praktek manajemen keuangan (X1) naik dengan besar satu-satuan, dan sedangkan variabel inovasi produk (X2), serta inovasi pemasaran (X3)

nilainya tetap atau tidak mengalami perubahan, maka pada variabel kinerja keuangan (Y) juga mengalami kenaikan sebesar 0,169.

- 3) Nilai β_2 (koefisien regresi dengan variabel inovasi produk) nilainya sebesar 0,365, menunjukkan bahwa jika variabel inovasi produk (X2) mengalami kenaikan dengan besar satu-satuan, dan sedangkan variabel praktek manajemen keuangan (X1), serta inovasi pemasaran (X3) nilainya tetap atau tidak mengalami perubahan, maka variabel kinerja keuangan (Y) juga mengalami kenaikan sebesar 0,365.
- 4) Nilai β_3 (koefisien regresi dengan variabel inovasi pemasaran) nilainya sebesar 0,123, menunjukkan bahwa jika variabel inovasi pemasaran (X3) naik sebesar satu-satuan, sedangkan praktek manajemen keuangan (X1), serta inovasi produk (X2) nilainya tetap atau tidak mengalami perubahan, maka pada variabel kinerja keuangan (Y) juga mengalami kenaikan sebesar 0,123.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa praktek manajemen keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal ini dapat dilihat dari hasil regresi pada tabel di atas yang menunjukkan nilai sebesar 0,01 berada di bawah batas yang ditentukan sebesar 0,05. Hasil dengan cara lain pada perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} . Pada dasarnya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan kesimpulannya yaitu pada H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak serta sebaliknya. Untuk mencari suatu t tabel yaitu dengan menggunakan *degree of freedom* (DF) = $n - k = 100 - 4 = 96$, hasil tersebut memperoleh hasil t tabel dengan nilai sebesar 1,985. Dengan hasil tersebut maka akan dibandingkan pada hasil t hitung dengan nilai sebesar 3,581. Pada dasarnya hasil dapat ditarik kesimpulan $t_{hitung} > t_{tabel}$, ($3,581 > 1,985$). Dengan ini hasil hipotesis yang pertama dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Berikut gambar daerah penerimaan dan penolakan untuk H_1 :



2. Uji Hipotesis

a) Uji t (Parsial)

Uji t parsial dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut ini:

| Model | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 2.110 | 1.992 | | 1.059 | .292 |
| X1 | .169 | .047 | .314 | 3.581 | .001 |
| X2 | .365 | .066 | .423 | 5.521 | .000 |
| X3 | .123 | .059 | .184 | 2.094 | .039 |

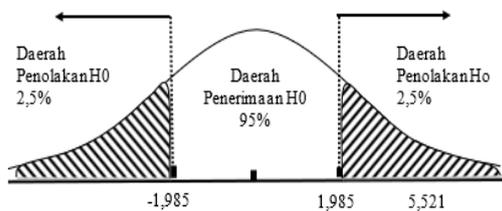
a. Dependent Variable: Y

1) Pengaruh Praktek Manajemen Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan (H_1)

2) Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Keuangan (H_2)

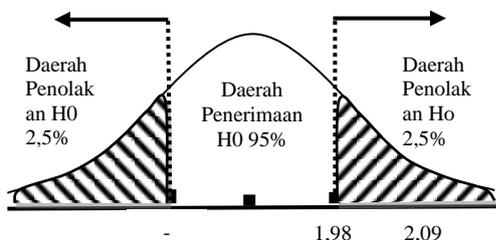
Hasil penelitian ini membuktikan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal ini dapat dilihat dari hasil tabel di atas yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,00 dibawah batas yang ditentukan sebesar 0,05. Hasil perhitungan tersebut memperoleh hasil t tabel dengan nilai sebesar 1,985 dibandingkan pada hasil t hitung dengan

nilai sebesar 5,521 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$, ($5,521 > 1,985$). Dengan ini hasil hipotesis yang pertama dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Berikut gambar daerah penerimaan dan penolakan untuk H_2 :



3) Pengaruh Inovasi Pemasaran Terhadap Kinerja Keuangan (H_3)

Hasil uji membuktikan bahwa pada variabel inovasi pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis regresi pada tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,039 dibawah batas yang ditentukan sebesar 0,05. Hasil t table sebesar 1,985 dan hasil t hitung dengan nilai sebesar 2,094 sehingga $2,094 > 1,985$. Dengan demikian hasil hipotesis yang pertama dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Berikut gambar daerah penerimaan dan penolakan H_3 :



b) Uji F (Simultan)

Penelitian ini menguji hasil angka dengan uji F pada variabel praktek manajemen keuangan, inovasi produk dan inovasi pemasaran terhadap kinerja

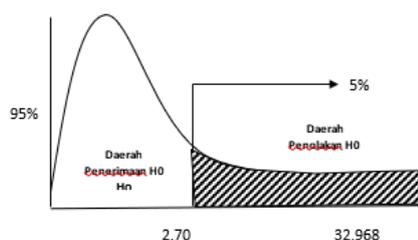
keuangan. Hasil Uji F pada penelitian ini, dapat dilihat pada table berikut:

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 160.409 | 3 | 53.470 | 32.968 | .000 ^b |
| | Residual | 155.701 | 96 | 1.622 | | |
| | Total | 316.110 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

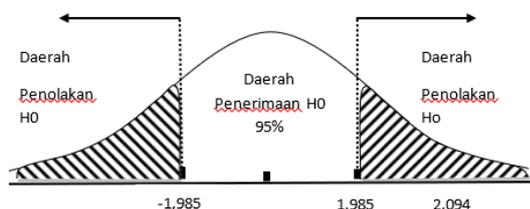
Pada tabel di atas membuktikan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000, berarti angka yang dihasilkan lebih kecil dari pada standar yang ditentukan. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan secara simultan variabel praktek manajemen keuangan, inovasi produk dan inovasi pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan pada kinerja keuangan. Dilihat dari nilai signifikan sebesar ($0,000 < 0,05$). Hasil f tabel yaitu 2,70 nilai f hitungnya adalah sebesar ($32,968 > 2,70$). Dengan ini dapat disimpulkan bahwa H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak. berikut adalah gambaran H_a diterima dan H_0 ditolak:



Gambar tersebut menerangkan bahwa dalam penelitian ini uji F pada perhitungan f hitung dengan f tabel hasilnya sebesar ($32,968 > 2,70$) dengan nilai tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Pada hasil kedua perhitungan dengan SPSS dapat disimpulkan bahwa H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak dan dapat diartikan semua variabel bebas atau independen memiliki pengaruh dengan variabel dependen.

c) Uji R² (Determinan)

Hasil analisis regresi untuk koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:



3.2. Pembahasan

Hasil dari uji hipotesis berdasarkan penelitian ini yang sudah di terangkan diatas, maka dapat diketahui ada atau tidaknya pengaruh dari praktek manajemen keuangan, inovasi produk, dan inovasi pemasaran terhadap kinerja keuangan di usaha kecil mikro menengah sektor produksi selama masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Ponorogo.

1. Pengaruh praktek manajemen keuangan terhadap kinerja keuangan

Hipotesis pertama ini dengan menguji pengaruh praktek manajemen keuangan terhadap kinerja keuangan. Persamaan dari uji analisis regresi linear berganda dengan hasil sebesar $\beta_1 = 0,168$ yang berarti pada variabel praktek manajemen keuangan (X1) mengalami kenaikan satu-satuan, maka kinerja keuangan (Y) akan meningkat sebesar 0,168. Dengan ini dapat dilihat hasil uji SPSS versi 22 bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,581 > 1,985$) dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$ maka dapat terjadinya sebuah pengaruh positif yang signifikan antara praktek manajemen keuangan pada kinerja keuangan. Semakin tinggi tingkat praktek manajemen keuangan semakin tinggi pula kinerja keuangan.

UMKM merupakan salah satu jenis usaha yang mampu menyerap banyak tenaga kerja dan termasuk salah satu usaha yang aman terhadap krisis dan berbagai perubahan ekonomi global. Akan tetapi, munculnya masa COVID-19 yang membatasi aktivitas

masyarakat juga mengakibatkan aktivitas UMKM juga terhambat. UMKM harus mencari cara untuk bertahan agar usahanya tetap berjalan. Hal tersebut dapat dilakukan salah satunya yaitu dengan mengatur keuangan yang baik. Sunardi, dkk (2020) da

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .712 ^a | .507 | .492 | 1.274 |

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Pada tabel di atas menunjukkan hasil R square (R²) sebesar 0,507. Maka dapat disimpulkan praktek manajemen keuangan, inovasi produk, dan inovasi pemasaran mempengaruhi kinerja keuangan usaha kecil mikro menengah sector produksi selama masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Ponorogo sebesar 50,7% dan sisanya 49,3% (100%-50,7%) yang lain sisanya dipengaruhi variabel-variabel yang lain diluar dalam peneltian ini.

gatasi permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya dan memperoleh penghasilan yang stabil selama pandemi COVID-19 manajemen keuangan yang baik sangat dibutuhkan. Para Pelaku UMKM harus cermat dalam mengelola keuangan dan melakukan pengeluaran secara efisien agar tetap bisa mempertahankan usahanya selama masa pandemic.

2. Pengaruh inovasi produk terhadap kinerja keuangan

Hipotesis yang dibahas mengenai hasil uji pengaruh inovasi produk terhadap kinerja keuangan. Persamaan dari uji analisis regresi

linear berganda dengan hasil sebesar $\beta_2 = 0,365$ yang berarti pada variabel inovasi produk (X2) mengalami kenaikan satu-satuan, maka kinerja keuangan (Y) akan meningkat sebesar 0,365. Dengan ini dapat dilihat hasil uji SPSS versi 22 bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,521 > 1,985$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat terjadinya sebuah pengaruh positif yang signifikan antara inovasi produk pada kinerja keuangan. Semakin tinggi tingkat inovasi produk, semakin tinggi pula terjadinya kinerja keuangan.

UMKM sector produksi di Kabupaten Ponorogo menduduki jumlah terendah dari sector lain. Dalam penelitian ini, inovasi produk pada UMKM dilihat dari beberapa indicator yaitu: peluncuran produk baru, Penggunaan bahan baku baru, Inovasi pada produk yang sudah ada, dan memiliki produk yang paten. Inovasi produk selama masa pandemic sangat dibutuhkan agar UMKM dapat bertahan, terbukti dari sebagian besar UMKM sector produksi di Kabupaten Ponorogo melakukan inovasi terhadap produk-produknya. Mereka melihat kebutuhan masyarakat yang dibatasi aktivitasnya agar bisa memenuhi kebutuhan sesuai keinginan konsumen. Banyak juga yang membuat produk baru, varian rasa, maupun model baru. Sebagian dari pelaku UMKM sector produksi di Kabupaten Ponorogo juga melihat dan mencari referensi dari media social, karena perkembangan media social yang sangat pesat selama masa pandemic karena semua orang dibatasi aktivitasnya sehingga aktifitas di media social dianggap sebagai bentuk hiburan oleh sebagian besar masyarakat.

3. Pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja keuangan

Hipotesis yang terakhir membahas tentang pengujian inovasi pemasaran terhadap kinerja keuangan. Persamaan dari uji analisis regresi linear berganda dengan hasil sebesar

$\beta_3 = 0,123$ yang berarti pada variabel inovasi pemasaran (X3) mengalami kenaikan satu-satuan, maka kinerja keuangan (Y) akan meningkat sebesar 0,123. Dengan ini dapat dilihat hasil uji SPSS versi 22 bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,094 > 1,985$) dengan tingkat signifikan $0,039 < 0,05$ maka dapat terjadinya sebuah pengaruh positif yang signifikan dengan inovasi pemasaran pada kinerja keuangan. Semakin tinggi tingkat inovasi pemasaran, semakin tinggi pula terjadinya kinerja keuangan.

Pelaku UMKM di Kabupaten Ponorogo banyak yang tidak dapat bertahan selama masa pandemic, akan tetapi sebaliknya ada juga UMKM baru yang bermunculan. Sebagai akibat PHK besar-besaran yang dilakukan oleh banyak perusahaan besar di berbagai daerah. Selama masa pandemic berbagai cara dilakukan oleh pelaku UMKM, selain melakukan inovasi terhadap produk mereka juga melakukan inovasi dalam pemasaran. Pembatasan aktivitas masyarakat besar-besaran mengakibatkan seluruh masyarakat hanya mengandalkan media social dalam segala hal. Merujuk dari hal tersebut, UMKM sector produksi di Kabupaten Ponorogo juga melakukan banyak perubahan atau inovasi dalam cara berjualan. Banyak yang awalnya hanya menjual barang di toko *offline* kemudian mereka menyediakan jasa antar dari produknya. Sehingga konsumen tidak perlu datang ke toko dengan meninggalkan rumahnya. Banyak UMKM di Kabupaten Ponorogo yang memanfaatkan media social *online* dan *e-commerce* dalam pemasaran selama masa pandemic. Selain itu ada juga UMKM di Kabupaten Ponorogo yang melakukan perubahan terhadap kemasan produk, dari yang biasanya hanya dijual secara grosir dan partai besar menjadi dapat dijual secara eceran. Berbagai usaha banyak dilakukan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Ponorogo dalam mempertahankan hidup selama masa pandemic.

4. Pengaruh praktek manajemen keuangan, inovasi produk, dan inovasi pemasaran terhadap kinerja keuangan

Hipotesis ini membahas tentang hasil uji variabel praktek manajemen keuangan, inovasi produk, dan inovasi pemasaran terhadap kinerja keuangan usaha kecil mikro menengah sektor produksi selama masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Ponorogo, dapat dibuktikan dengan Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($32,968 > 2,70$), dan memiliki bukti angka signifikan sebesar ($0,000 < 0,05$) yang artinya praktek manajemen keuangan, inovasi produk, dan inovasi pemasaran memiliki pengaruh secara simultan terhadap kinerja keuangan, sehingga H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak.

UMKM sector produksi di Kabupaten Ponorogo banyak yang terdampak akibat adanya pandemic COVID-19. Sehingga mereka banyak mencari cara untuk bertahan agar usahanya tidak gulung tikar. Banyak usaha dilakukan, antara lain melakukan inovasi terhadap produk, melakukan inovasi dalam pemasaran, serta menjalankan pengelolaan atau manajemen yang baik dalam keuangannya. Untuk kinerja keuangan dilihat dari laba yang didapatkan. Pada masa pandemic, pelaku UMKM sector produksi di Kabupaten Ponorogo memiliki tujuan utama yaitu untuk tetap bertahan hidup, jadi target dan tujuan utama mereka tidak seperti pada tahun-tahun sebelumnya yang ingin memaksimalkan laba. Akan tetapi untuk bertahan agar usahanya tetap berjalan selama masa pandemic dan tetap beroperasi pada masa-masa selanjutnya.

5. Koefisien R^2

Koefisien determinasi (R^2) yaitu untuk menguji variabel independen terhadap dependen dengan menunjukkan seberapa besar pengaruhnya. Nilai R^2 atau koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini sebesar 0,507, dengan maksud bahwa manajemen keuangan, inovasi produk, dan inovasi pemasaran mampu berpengaruh

dengan kinerja keuangan sebesar 50,7% dan sisanya 49,3% ($100\% - 50,7\%$) yang lainnya dengan sisa tersebut dipengaruhi variabel-variabel lain diluar dalam penelitian ini.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Praktek manajemen keuangan, Inovasi Produk, dan Inovasi Pemasaran Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Kecil Mikro Menengah Sektor Produksi Selama Masa Pandemi COVID-19 Di Kabupaten Ponorogo. Sampel pada penelitian ini adalah UMKM Sektor Produksi di Kabupaten Ponorogo sebanyak 104 UMKM. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa praktek manajemen keuangan, Inovasi produk, dan inovasi pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan.

5. REFERENSI

- Apriyani, M., Asliana, E., & Saty, F. M. (2016). Kinerja Keuangan dan Faktor-Faktor Penentu Kinerja Keuangan UMKM di Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah ESAI*, 10(1), 71-77.
- Bockova, N., & Zizlavsky, O. (2016). Innovation and financial performance of a company: A study from czech manufacturing industry. *Transformations in Business & Economics*, 15(3).
- Cania, Synta Dewi. (2021). Pengaruh Praktek Manajemen Keuangan dan Inovasi Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah Selama Masa Pandemi Covid-19 di Kota Depok. *Journal manajemen strategi dan simulasi bisnis (JMASSBI) vol 2. No 1 2021.* (
- Desnilia A, et al. (2022). Analisis Kinerja Perusahaan Dengan Balanced Scorecard. *Jurnal Akuntansi dan Pajak. Vol. 22 No. 2.*
- Ghozali, Imam. (2019). Aplikasi Analisis Multivariate. Semarang: Universitas Diponegoro.

Santoso, S. (2015). Penelitian kuantitatif metode dan pengolahan data. Ponorogo: Umpo Press

Sunardi, N., Lesmana, R., Kartono, K., & Rudy, R. (2020). Peran Manajemen Keuangan dan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan bagi UMKM Pasar Modern Intermoda Bsd City Kota Tangerang Selatan di Tengah Pandemi

Covid - 19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 2 (1).

Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

<https://ponorogo.go.id/>

<https://ponorogokab.bps.go.id.>

<https://dpmpstsp.ponorogo.go.id/>].