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, 3Universitas Muhammadiyah Ponorogo (penulis 1)

E-mail: ikafaridaulfa@gmail.com.; ardian@umpo.ac.id.; wijifafa9898@gmail.com.

***Abstrak***

*Tujuan dalam penelitian ini adalah 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. Proses pengumpulan data diperoleh dengan cara menyebarkan kuisioner kepada pelaku UMKM sector produksi yang tercatat pada Dinas PERDAGKUM kabupaten Ponorogo pada tahun 2021 secara random untuk seluruh wilayah di Kabupaten Ponorogo. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan populasi pada penelitian ini adalah UMKM sektor produksi yang tercatat pada Dinas PERDAGKUM 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.*

***Keywords:*** *Praktek Manajemen Keuangan; Inovasi Produk; Inovasi Pemasaran; Kinerja Keuangan; UMKM****.***

# 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 sebagaimnan data yang diakses di www.depkop.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 pergesaran pada pola konsumsi masyarakat yang mulai beralih berbelanja secara online. Maka para sector UMKM harus pula mampu beradpatasi dengan kebiasaan baru tersbut, dengan demikian usaha bisa terus berjalan serta kontribusi terhadap perekonomian juga teteap terjaga. Akibat dari pandemic yang melanda saat ini, inovasi pada pemasran 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, untuuk 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 berjunlah 2.450 unit, bidang indutri berjumlah 494unit bidang jasa 2.136 unit (https://dpmptsp.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 ponorgo 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.

# METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis peneitian *Explanatori research*. Menurut Sugiyono penelitian eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan variable independen dengan dependen. Horizon waktu yang digunakan dalam penelitian in adalah study cross-sectional, karena penelitian ini mengumpulkan data dalam satu waktu yaitu selama tahun 2021. Adapun populasi dalam peneilitian 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 dikareankan 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. Tekhnik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skla likert. skala likert menurut Sugiyono (2017) yaitu mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena social. Setelah semua data terkumpul, maka selanjutnya menganalisi data. Analisis data pertama yang dilakukan adalah deskriptif statistik, setelah itu menguji uesioner penelitian (validitas dan realibilitas) dan analisis regresi. Yang mana data tersebut nantinya akan dianalisis menggunakan SPSS.

# HASIL DAN PEMBAHASAN

# 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**
2. **Uji Regresi Linear Berganda**

Uji regresi linier berganda pada penelitian ini untuk menguji pegaruh 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 sebgai berikut: **Y = α + β1X1 + β2X2 + β3X3 + e.** Hasil olah data disajikan pada tabel sebagai berikut:

a. Dependent Variable: Y

 **Coefficientsa**

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 + 0,169X1 + 0,365X2 + 0,123X3 + e**

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

1. Nilai α (konstanta) sebesar 2,110, menunjukkan bahwa jika varaiabel 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 β1 (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 β2 (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 β3 (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.
5. **Uji Hipotesis**
6. **Uji t (Parsial)**

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

****

1. **Pengaruh Praktek Manajemen Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan (H1)**

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 thitung dan ttabel. Pada dasarnya t hitung > ttabel dengan kesimpulannya yaitu pada Ha1 diterima dan H01 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 thitung > ttabel, (3,581 > 1,985). Dengan ini hasil hipotesis yang pertama dapat disimpulkan bahwa Ha1 diterima dan H01 ditolak. Berikut gambar daerah penerimaan dan penolakan untuk H1:



1. **Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Keuangan (H2)**

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 Ha2 diterima dan H02 ditolak. Berikut gambar daerah penerimaan dan penolakan untuk H2:



1. **Pengaruh Inovasi Pemasaran Terhadap Kinerja Keuangan (H3)**

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 Ha3 diterima dan H03 ditolak. Berikut gambar daerah penerimaan dan penolakan H3:

Daerah Penerimaan H0 95%

Daerah

Penolakan H0

2,5%

Daerah

Penolakan Ho

2,5%

-1,985

2,094

1,985

1. **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:



Pada tabel di atas membuktikan bahwa nilai signifikasi 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 Ha4 diterima dan H04 ditolak. berikut adalah gambaran Ha diterima dan H0 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 Ha4 diterima dan H04 ditolak dan dapat diartikan semua variabel bebas atau independen memiliki pengaruh dengan variabel dependen.

1. **Uji R2 (Determinan)**

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

|  |
| --- |
| **Model Summary** |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .712a | .507 | .492 | 1.274 |
| a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1Pada 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. |
|  |



# 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 β1 = 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 thitung > ttabel (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) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dalam rangka mengatasi permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya dan memperoleh penghasilan yang stabil salama 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.

1. **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 β2 = 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 thitung > ttabel (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 referinsi dari media social, karena perkembangan media social yang sangat pesat selama masa pandemic karena semua orang dibatasi aktivitasnya sehingga aktifitas di media social dianggal sebagai bentuk hiburan oleh sebagian besar masyarakat.

1. **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 β3 = 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 thitung > ttabel (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.

1. **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 Fhitung > Ftabel (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 Ha4 diterima dan H04 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 memaksimakan laba. Akan tetapi untuk bertahan agar usahanya tetap berjalan selama masa pandemic dan tetap beroperasi pada masa-masa selanjutnya.

1. **Koefisien R2**

Koefisien determinasi (R2) yaitu untuk menguji variabel independen terhadap dependen dengan menunjukkan seberapa besar pengaruhnya. Nilai R *Square* atau koefisien determinasi (R2) dalam penelitian ini sebesar 0,507, dengan maksud bahwa manajemen keuangan, inovasi produk, dan inovasi pemasaran mempu 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 peneltian ini.

# 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.

# 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 InovasiTerhadap KinerjaKeuangan Usaha Mikro Kecil Menengah Selama Masa Pandemi Covid-19 diKota Depok. Journal manajemen strategi dan simulasi bisnis (JMASSBI) vol 2. No 1 2021.

Ghozali, Imam. (2019). Aplikasi Analisis Multivariate. Semarang: Universitas Diponegoro.

Santoso, S. (2015). Penelitian kuantitatf 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://dpmptsp.ponorogo.go.id/>].