
PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN, INOVASI PRODUK DAN *RELATIONAL CAPITAL* TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM SEKTOR EKONOMI KREATIF DI SUMENEP

Yuliatin¹, Mohammad Herli², Hafidhah³

^{1,2,3} Universitas Wiraraja

Email: ¹ yliatin0804@gmail.com, ² mohammadherli@wiraraja.ac.id, ³ hafidhah@wiraraja.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh tingkat pendidikan, inovasi produk dan *relational capital* terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ekonomi kreatif di Sumenep. Penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menggunakan 115 pemilik usaha UMKM sektor ekonomi kreatif yang diperoleh dari metode *Random Sampling*. Teknik pengujian yang digunakan dalam penelitian adalah *SEM PLS* dan *Bootstrapping* menggunakan aplikasi *Smartpls4*. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa tingkat pendidikan, inovasi produk dan *relational capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ekonomi kreatif di Sumenep. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis. Penelitian ini menekankan pentingnya membangun jaringan bisnis yang kuat bagi pemilik UMKM sektor ekonomi kreatif di Sumenep. Dengan menjalin kemitraan strategis dan membangun hubungan baik dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga nasional. Pendekatan ini berpotensi memperluas pasar sekaligus mendorong pembangunan ekonomi di tingkat regional. Studi ini berkontribusi secara teoritis dengan memperkaya pemahaman tentang dinamika pertumbuhan UMKM dalam konteks bisnis kreatif, sekaligus mendorong pengembangan teori yang lebih spesifik terkait pertumbuhan UMKM di sektor tersebut.

Kata Kunci: Tingkat Pendidikan, Inovasi Produk, *Relational Capital*, Kinerja Keuangan UMKM, UMKM Sektor Ekonomi Kreatif

1. INTRODUCTION

UMKM, yang mencakup usaha mikro, kecil, dan menengah, memiliki posisi yang sangat penting dalam tatanan ekonomi bangsa (Jayanti Mandasari et al., 2019). UMKM sudah sejak lama diakui sebagai pilar utama ekonomi dunia, berkontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan pekerjaan, dan pengurangan kemiskinan (Lia Ulfa, 2020). Sekalipun perannya yang krusial, UMKM kerap berhadapan dengan tantangan yang kompleks,

mulai dari keterbatasan akses terhadap modal hingga kurangnya pengembangan infrastruktur bisnis yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan pilar ekonomi dan kontributor utama terhadap pertumbuhan ekonomi serta penciptaan lapangan kerja. Selain itu, UMKM memiliki tujuan untuk menjadi jaring pengaman ekonomi, khususnya bagi mereka dengan pendapatan rendah, sambil juga berperan dalam meningkatkan produk domestik bruto (Bangsa, 2021). Namun, meskipun

memiliki peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi, tantangan seperti akses terbatas terhadap modal, regulasi yang kompleks, dan persaingan global yang ketat sering kali menghambat kemampuan UMKM untuk berkontribusi secara maksimal untuk meningkatkan produk domestik bruto suatu negara.

Merujuk pada Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UMKM) tahun 2021 (Djkn.kemenkeu, 2022), Indonesia memiliki 64,2 juta pelaku UMKM, yang menyumbang sejumlah 61,07% atau Rp8.573,89 triliun pada Produk Domestik Bruto (PDB). UMKM mampu mengakomodasi 97% dari keseluruhan angkatan kerja serta bisa mengumpulkan hingga 60,4% dari jumlah total investasi di Indonesia. Data tersebut mencerminkan kalau Indonesia mempunyai dasar ekonomi negara yang tangguh, didukung oleh total UMKM yang besar dan juga kapasitas besar dalam menyediakan tenaga kerja. Dengan peningkatan jumlah UMKM setiap tahun, diharapkan pengurangan angka pengangguran di Indonesia juga akan mengalami pengurangan.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Sumenep (2022) Kepala Bidang Pemberdayaan Koperasi dan UMKM Dinas Koperasi UKM, Perdagangan, dan Perindustrian Kabupaten Sumenep, Moehammad Asy'ari, menyatakan bahwa terdapat tiga produk

unggulan UMKM sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Sumenep, yaitu ukiran, batik, dan keris.

Menurut observasi awal terhadap pelaku sektor UMKM, faktor yang utama signifikan dalam perkembangan ekonomi adalah modal dan laba UMKM. Hal ini terbukti dari peningkatan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Sumenep sebesar 4 persen yang didorong oleh UMKM (TerasIndo, 2024). Ini menunjukkan indikasi positif bahwa perekonomian Sumenep semakin membaik. Pertumbuhan ekonomi Sumenep mengalami peningkatan signifikan selama tiga tahun terakhir. Bersumber data dari Badan Pusat Statistik (BPS), perekonomian Sumenep pada tahun 2021 tumbuh sebesar 2,61% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun berikutnya, pertumbuhan mencapai 3,11%, dan yang paling mencolok terjadi pada tahun 2023 dengan pertumbuhan ekonomi sebanyak 5,35% year on year (yoy). Meskipun demikian, Pemkab Sumenep belum dapat menyediakan rincian data pertumbuhan UMKM secara detail (News, 2024).

Kinerja UMKM tercermin dalam berbagai aspek seperti pertumbuhan penjualan (Pudyastuti & Saputra, 2021), inovasi produk dan proses, serta peran dalam pengembangan masyarakat. Semakin tinggi penjualan yang dicapai maka semakin besar pula kontribusi UMKM terhadap perekonomian secara

keseluruhan. Menurut (Jubaedah & Destiana, 2016), indikator utama yang mencerminkan keberhasilan UMKM dalam memasarkan produk dan jasanya pada pertumbuhan penjualan. Sebagai sektor yang melibatkan pelaku ekonomi dengan ruang lingkup operasi terbatas, UMKM tidak hanya menciptakan lapangan kerja tetapi sangat berperan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat (Vinatra, 2023). Prestasi UMKM diukur tidak hanya dari aspek keuangan, tetapi juga dari dampaknya pada sektor ekonomi, sosial, dan lingkungan. Diinginkan agar pemerintah dan pihak-pihak berkepentingan terus memberikan dukungan melalui berbagai upaya seperti pelatihan, pembiayaan, dan fasilitasi akses pasar, guna memastikan pertumbuhan berkelanjutan serta kontribusi positif UMKM terhadap perekonomian secara menyeluruh (Ishak & Sholehah, 2021).

Para ahli mengatakan kinerja UMKM dipengaruhi oleh sejumlah faktor, antara lain kompleksitas akses terhadap pembiayaan, tingkat keterampilan manajemen, dan peraturan yang berlaku. Akses terhadap pembiayaan seringkali menjadi hambatan utama dan keterbatasan modal dapat membatasi kemampuan UMKM dalam mengembangkan usahanya (Ardiansyah, 2019). Selain itu, kurangnya keterampilan manajemen dapat membatasi daya saing dan inovasi (Khouroh,

2021), dan Keterbatasan sumber daya manusia memiliki dampak pada pengelolaan bisnisnya (Candra, 2014). (Damayanti et al., 2024) menyatakan dalam mencapai kinerja optimal untuk UMKM, diperlukan pendekatan komprehensif yang melibatkan tidak hanya penjualan produk berkualitas tinggi, tetapi juga strategi pemasaran inovatif, fokus pada kepuasan pelanggan, dan manajemen operasional yang efisien. Namun, permasalahan terkait tingkat pendidikan karyawan dapat memengaruhi kapasitas UMKM untuk menerapkan strategi ini dengan efektif. Selain itu, kurangnya inovasi produk dapat menyebabkan kehilangan daya saing di pasar yang cepat berubah, sementara kurangnya modal relasional dapat membatasi akses terhadap sumber daya dan peluang kolaborasi yang berpotensi meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Karena itu, sangat penting bagi UMKM untuk memperluas dan memanfaatkan sumber daya internal yang ditunjukkan oleh teori Resource-Based View (RBV) dengan baik untuk kinerja keuangan yang optimal.

Teori RBV menjelaskan kalau perseroan bisa meraih keunggulan bersaing menggunakan fokus terhadap pengelolaan sumber daya, yang pada gilirannya memungkinkan keberlanjutan perusahaan (Barney, 1986). Eksplorasi teoretis ini berpusat pada konsep sumber daya organisasi, mempelajari bagaimana interaksi

antara sumber daya, kapabilitas, keunggulan kompetitif, dan profitabilitas. Hal ini secara khusus menekankan pada penguraian strategi jangka panjang yang menopang keunggulan kompetitif. RBV menggambarkan bahwa perusahaan mampu menyediakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan jika sumber daya dikelola sedemikian rupa sehingga sulit ditiru oleh pesaing, menciptakan hambatan dalam persaingan (Mahoney & Pandian, 1992). Teori Resource Based View (RBV) penting dalam lingkup tingkat pendidikan menekankan bahwa individu dapat mempengaruhi kemampuan mereka dalam mengidentifikasi, mengembangkan, serta memaksimalkan sumber daya perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif (Barney et al., 2001). Terkait inovasi produk dianggap sebagai hasil dari pemanfaatan aset dan kemampuan internal perusahaan yang unik (Teece, 1986). Sementara itu, relational capital yang meliputi hubungan perusahaan dengan pemasok, pelanggan, dan mitra strategis, dianggap sebagai aset berharga yang mampu memberikan keunggulan kompetitif jangka panjang (Dyer & Singh, 1998). Dengan demikian, RBV memungkinkan perusahaan dalam membangun keunggulan bersaing yang terus-menerus melalui pengelolaan sumber daya secara efektif.

Tingkat pendidikan merupakan faktor penting terhadap kinerja usaha UMKM karena

ini sejalan dengan konsep yang mana diungkapkan oleh (Money et al., 2013) yang mengindikasikan bahwasanya tingkat pendidikan menunjang suatu pekerjaan. Secara lain, semakin tinggi tingkat pendidikan seorang karyawan, maka tingkat keahlian dan keterampilannya juga cenderung meningkat, alhasil pengalaman kerja pun akan mengalami peningkatan. Selanjutnya, Memberikan perhatian utama pada inovasi produk merupakan suatu keharusan bagi perusahaan, pendekatan ini memiliki keterkaitan berkaitan langsung dengan aktivitas pemasaran perusahaan. Pertumbuhan UMKM dapat ditingkatkan melalui gabungan antara aset intelektual dan kapasitas inovasi produk, bersama dengan gabungan antara aset reputasi dan kemampuan pemasaran yang kuat (Hayati et al., 2020). (Jannah Miftakhul et al., 2019) menyimpulkan kalau dalam menciptakan produk, seorang wirausaha perlu melakukan inovasi, mengingat selera konsumen terus berubah seiring dengan perkembangan zaman. Inovasi produk menjadi kunci untuk memastikan kelangsungan perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Kemudian, relational capital merupakan modal relasional yang merujuk pada jaringan atau asosiasi sosial yang dimiliki oleh suatu perusahaan bersama mitra-mitranya, termasuk importir, pelanggan, serta hubungan perusahaan di dalam negeri dan dengan masyarakat setempat (Kholid Murtadlo,

2021). Melalui ikatan yang kokoh dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis lainnya, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan aksesibilitas terhadap produk dan layanannya.

Penelitian sebelumnya oleh (Qudsi et al., 2023) tentang tingkat pendidikan berdampak substansial pada kinerja UMKM. Namun, temuan berbeda yang ungkapkan oleh (Farida et al., 2019) melaporkan bahwa tingkat pendidikan tidak berdampak substansial pada Kinerja Operasional UMKM. (Putri & Triyanto, 2023) menemukan kalau inovasi produk berdampak pada performa keuangan UMKM. Akan tetapi, temuan berbeda oleh (Hanifawati & Listyaningrum, 2021) Analisis menunjukkan bahwa hasil survei UMKM menggarisbawahi perlunya inisiatif promosi yang lebih baik untuk meningkatkan penjualan kepada konsumen yang sudah ada dan memasuki pasar-pasar baru yang prospektif. Human capital dan relational capital berdampak positif serta substansial pada kinerja pelaku usaha di Desa Sidodadi Ramunia, Kecamatan Beringin, Deli Serdang, Sumatera Utara (Prayogo & Syamsuri, 2023). (Capital, 2022) menggunakan beberapa dimensi INTC yang diteliti mempunyai korelasi positif yang substansial pada kinerja perusahaan di Pakistan. Namun, penelitian mencerminkan temuan yang berbeda dari (Alimy & Herawaty, 2020) yang memberitahu kalau relational capital tidak

berdampak pada kinerja keuangan pada perseroan di bidang manufaktur. Kesenjangan lain dalam literatur ini adalah bahwa sebagian variabel penelitian tentang kinerja keuangan UMKM banyak dilakukan di perseroan yang tercatat di BEI (Marietza & Simbolon, 2021). Untuk mengisi kesenjangan penelitian yang disebutkan diatas, maka penelitian ini perlu dilakukan analisis mendalam terhadap aspek-aspek tertentu yang belum tercakup atau belum cukup menjelaskan dalam literatur sebelumnya.

Perbedaan antara studi ini dan studi sebelumnya terletak pada beberapa aspek. Pertama, studi ini fokus pada sektor ekonomi kreatif, khususnya pada perusahaan keluarga yang menghadapi berbagai tantangan terkait dengan isu keberlanjutan. Sebaliknya, penelitian sebelumnya lebih sering dilakukan pada perusahaan besar yang beroperasi di negara-negara maju (Bartolacci dkk., 2020). Kedua, penelitian ini menggunakan tiga variabel yang tidak digunakan pada riset sebelumnya. Riset sebelumnya sering hanya melibatkan variabel tingkat pendidikan (Mawarni & Nuraini, 2021), atau variabel inovasi produk terhadap kinerja keuangan perusahaan (Marietza & Simbolon, 2021) atau relational capital kinerja perusahaan di Pakistan (Capital, 2022).

Penelitian dilakukan dengan menyasar UMKM sektor ekonomi kreatif di Sumenep. UMKM ekonomi kreatif di Sumenep

menawarkan sebuah ranah penelitian yang menarik karena beberapa alasan kunci. Pertama, produk-produk kreatif UMKM memiliki nilai seni dan budaya yang tinggi, menjadikannya daya tarik bagi wisatawan. Keunikan produk-produk ini dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke Sumenep, yang pada gilirannya juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Kedua, pertumbuhan sektor pariwisata di Sumenep yang signifikan dalam dua tahun terakhir menunjukkan adanya sinergi antara pariwisata dan UMKM kreatif. Wisatawan tidak hanya tertarik untuk mengunjungi destinasi wisata, tetapi juga untuk membeli produk-produk lokal yang khas, sehingga mendukung kedua sektor tersebut secara bersamaan. Ketiga, produk-produk kreatif memiliki peluang besar untuk diekspor, karena keunikannya sering kali menarik perhatian pasar internasional. Dengan demikian, UMKM di sektor ekonomi kreatif tidak hanya berpotensi tumbuh baik di pasar lokal maupun di pasar internasional. Terakhir, UMKM di sektor ekonomi kreatif di Sumenep memiliki banyak keunggulan dibandingkan sektor lainnya, menjadikannya pilihan yang menarik untuk dikembangkan guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menarik wisatawan.

2. LITERATURE REVIEW

a. Theory Resource-Based View

Konsep *Resource-Based View* (RBV) didasari dengan sumber daya. Prinsip inti RBV dengan menyajikan definisi sumber daya yang lebih terperinci dan mengartikulasikan dengan rangkaian karakteristik lengkap yang menjadi sumber daya sumber potensial keunggulan kompetitif, yaitu sumber daya berharga, unik, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat diganti. Menurut (Rengkung, 2015), organisasi adalah kumpulan aset, sumber daya, dan kompetensi yang memiliki nilai, baik secara konkret maupun abstrak, yang sulit ditiru oleh pesaing. Sumber daya yang tidak mudah dipindahkan atau dibeli, membutuhkan proses pembelajaran yang panjang atau perubahan signifikan dalam iklim dan budaya organisasi. Kemungkinan besar, sumber daya tersebut bersifat unik bagi organisasi, sehingga lebih sulit bagi pesaing untuk menirunya (Collins, 2021). Dalam penerapannya, RBV membantu perusahaan mengenali serta memaksimalkan penggunaan sumber daya yang unik dan memberikan kontribusi pada keunggulan kompetitif.

b. Tingkat pendidikan dan Kinerja Keuangan UMKM

Pendidikan bisa dijadikan indikator untuk menilai tingkat kesejahteraan masyarakat (Sastrawan et al., 2024). Semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin unggul kualitas sumber daya manusianya. Tingkat pendidikan

seseorang memiliki dampak pada berbagai aspek kehidupannya, seperti peluang kerja dan juga tingkat penghasilan.

Tingkat pendidikan yang dimiliki oleh pemilik UMKM memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi biasanya terkait dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan manajerial yang lebih baik. Pendidikan yang lebih tinggi juga dapat memberikan pemilik UMKM dengan sumber daya yang diperlukan untuk mengelola bisnis mereka secara lebih optimal, yang kemudian dapat membantu meningkatkan kinerja keuangan UMKM tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Polo Peña et al., 2016) tingkat pendidikan pemilik UMKM memiliki dampak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Temuan mereka menunjukkan bahwa individu yang memiliki pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan untuk mengelola sumber daya finansial secara lebih efisien, meningkatkan akses terhadap sumber daya eksternal, dan dapat melaksanakan strategi keuangan yang lebih tepat. Hal ini kemudian berdampak positif pada kinerja keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Studi lain oleh (Qudsi et al., 2023) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Mereka menekankan

pentingnya pendidikan dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM, dan menemukan bahwa aspek gender tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Hasil analisis temuan riset sebelumnya ini memberikan wawasan yang bernilai bagi berbagai pihak terkait UMKM, pemerintah, dan lembaga keuangan dalam memahami signifikansi investasi dalam pendidikan dan pelatihan bagi pemilik atau manajer UMKM guna meningkatkan kinerja finansial mereka.

Hubungan teori Resource-Based View (RBV) dalam kinerja keuangan mengakui pentingnya tingkat pendidikan karyawan sebagai salah satu faktor yang dapat memengaruhi sumber daya internal suatu organisasi. Menurut (Sibarani et al., n.d.) dengan tingkat pendidikan seseorang, semakin baik pemahaman dan keterampilan dalam mengelola keuangan, sehingga semakin efektif dalam memanfaatkan produk dan layanan keuangan. Berdasarkan pemikiran diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah:

H1: Tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

c. Inovasi Produk dan Kinerja Keuangan UMKM

Inovasi adalah konsep di mana ide berasal dari individu, kemudian muncul dan diimplementasikan menjadi ide yang inovatif

(Etikariena & Muluk, 2014). Jadi, inovasi bukanlah sekadar ide baru, penemuan baru, atau perubahan dalam pasar yang baru, tetapi merupakan hasil dari semua proses-proses tersebut.

Inovasi produk memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Inovasi produk memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menciptakan produk atau layanan yang unik, yang dapat memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang dan meningkatkan tingkat daya saing mereka. Selain itu, inovasi produk juga berperan dalam meningkatkan profitabilitas UMKM dengan menciptakan nilai tambah dalam produk dan meningkatkan pendapatan mereka. Keberhasilan dalam inovasi produk juga dapat mempercepat pertumbuhan penjualan karena produk yang inovatif umumnya lebih menarik bagi konsumen dan cenderung meningkatkan permintaan.

Hasil analisis temuan riset sebelumnya oleh (Hafidzi & Afroh, 2023) menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Studi lain oleh (Kalil & Aenurohman, 2020) menemukan bahwa inovasi produk memiliki dampak pada kinerja bisnis UMKM. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Ulfah et al., 2023) juga menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Permintaan dan kebutuhan konsumen

mendorong pengusaha untuk mengembangkan dan menciptakan produk baru sesuai dengan keinginan konsumen. Tujuan utama dari inovasi produk ini adalah untuk meningkatkan nilai produk, mencapai keunggulan kompetitif di pasar, serta mencapai kesuksesan jangka panjang melalui penelitian atau pengembangan produk atau jasa baru.

Hubungan yang erat dengan aspek karakteristik individu, termasuk pola perilaku dan kemampuan untuk berinovasi berkaitan dengan teori Resource-Based View (RBV). Dengan konsep RBV dapat membantu UMKM dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk mengelola inovasi produk, yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangan dan keberlanjutan bisnis. Memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan internal yang dimiliki, UMKM dapat meningkatkan kinerja keuangan mereka melalui pengembangan dan penerapan inovasi produk. Temuan dari penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Triyanto, 2023) dalam jurnal sebelumnya, bahwa inovasi produk memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dari hasil penelitian ini, hipotesis dirumuskan:

H2: Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

d. Relational Capital dan Kinerja Keuangan UMKM

Nasir, (2020) mengemukakan bahwa *relational capital* merujuk pada persepsi tentang kemampuan untuk membangun hubungan dengan pihak eksternal. Relational capital yang tinggi mengindikasikan bahwa menjaga hubungan yang berkualitas tinggi dengan setiap organisasi, individu, atau kelompok yang mempengaruhi perusahaan bisa memberikan dorongan bagi kesuksesan usaha.

Relational Capital berdampak terhadap keberlanjutan kemajuan UMKM, membangun loyalitas pelanggan, volume penjualan, dan ekspansi pasar yang semuanya berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan. Relational Capital yang kuat dapat meningkatkan penjualan, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan likuiditas dengan membuka peluang akses ke sumber daya tambahan atau modal tambahan. Pentingnya hubungan yang positif dengan pihak eksternal sebagai bagian yang tak terpisahkan dari strategi bisnis UMKM untuk mencapai kesuksesan finansial dan keberlanjutan.

Hasil penelitian sebelumnya oleh (Prayogo & Syamsuri, 2023) menunjukkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pelaku usahanya. Pengungkapan oleh (Daat, 2019) bahwa relational capital juga berpengaruh pada tiga

indikator kinerja keuangan, yakni pendapatan bersih, nilai perusahaan, dan arus kas operasional perusahaan. Relational Capital yang kuat dapat membantu meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya, dan secara keseluruhan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Dalam lingkup kinerja keuangan, modal relasional menjadi faktor penting yang dapat diperhitungkan oleh perusahaan. Melalui jalinan hubungan yang kuat dengan pelanggan, organisasi dapat memperoleh akses tambahan terhadap peluang bisnis yang dapat mempengaruhi kinerja keuangan mereka secara positif. Menurut (Kholik & Laeli, 2020) integrasi antara RBV dan modal relasional menjadi kunci dalam memahami bagaimana perusahaan mengelola sumber daya mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Oleh karena itu, hipotesis berikut diajukan:

H3: Relational Capital berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM.

3. METHODS

a. Jenis Penelitian

Studi ini mengaplikasikan pendekatan kuantitatif dengan fokus pada pendekatan survei, dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan informasi dari subjek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan

gambaran yang teliti dan sistematis mengenai hubungan antara tingkat pendidikan, inovasi produk dan *relational capital* terhadap kinerja keuangan UMKM Sektor ekonomi kreatif di Sumenep.

b. Tempat dan Waktu Penelitian

Studi ini berfokus pada UMKM sektor ekonomi kreatif dengan 7 subsektor di Kabupaten Sumenep. Masing masing subsektor tersebut meliputi musik, seni rupa, kuliner, fotografi, televisi dan radio, keris dan juga seni pertunjukan. Berdasarkan formulir data ekonomi kreatif di Sumenep yang diperoleh dari Dinas kebudayaan, kepemudaan, olahraga dan pariwisata (Disbudporapar) terdapat 826 pelaku UMKM sektor ekonomi kreatif di Sumenep.

c. Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% untuk memastikan keandalan statistik. Hasilnya menunjukkan bahwa minimal 269 pelaku UMKM sektor ekonomi kreatif di Sumenep diperlukan untuk secara memadai mewakili populasi penelitian.

d. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data subjektif yang dilaporkan sendiri oleh responden, meliputi pendapat, sikap, pengalaman, atau atribut individu atau kelompok yang menjadi objek studi. Data yang dikumpulkan berasal dari

pelaku UMKM sektor ekonomi kreatif yang beroperasi di kabupaten tersebut. Penelitian ini memanfaatkan data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner.

e. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer yang diterapkan oleh peneliti dengan kuesioner ditujukan kepada pelaku UMKM sektor ekonomi kreatif di Sumenep dan disusun dengan skala Likert, yang memungkinkan responden menyatakan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap sejumlah pernyataan. Pernyataan-pernyataan dalam kuesioner mencakup berbagai aspek terkait variabel penelitian, seperti tingkat pendidikan, inovasi produk, *relational capital* dan kinerja keuangan UMKM.

f. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, di mana data yang dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS. *Partial Least Square* (PLS) adalah teknik statistik multivariat yang digunakan untuk mengestimasi hubungan antar variabel laten (constructs) yang dibentuk oleh indikator-indikatornya (Chin, 1998). PLS dipilih dalam penelitian ini karena cocok untuk penelitian dengan jumlah sampel kecil namun memiliki banyak variabel. Analisis PLS terdiri dari dua

model: outer model yang membantu peneliti mengevaluasi validitas dan reliabilitas variabel, dan inner model yang digunakan untuk melihat interaksi antar variabel.

Pengujian hipotesis dengan menganalisis nilai t-statistik melalui metode bootstrapping. Pengujian ini bertujuan untuk menilai tingkat pengaruh antar variabel. Dalam studi ini, nilai t-

statistik minimum yang digunakan adalah 1,96 dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 5\%$). Jika nilai t-statistik kurang dari 1,96, hipotesis akan ditolak, sedangkan jika lebih besar dari 1,96, hipotesis akan diterima. Selain itu, evaluasi hipotesis juga melibatkan p-value, di mana hipotesis diterima jika p-value kurang dari 0,05.

Tabel 1. Variabel Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	Tingkat Pendidikan	1. Pendidikan formal 2. Pendidikan non formal	(Susanti et al., 2017)
2	Inovasi Produk	1. Kelebihan produk baru 2. Produk mudah dikenali 3. Produk diterima oleh konsumen 4. Pengembangan produk baru	(Pratama, 2021)
3	Relational Capital	1. Kepercayaan 2. Rasa 3. Layanan pelanggan 4. Saluran distribusi 5. Pemasok	(Firmansyah & Sukarno, 2021)

Sumber: Peneliti (2024)

4. RESULTS AND DISCUSSIONS

a. Demografi Responden

Demografi responden dalam penelitian ini mencakup jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, usia UMKM, jumlah Asset UMKM, subsektor UMKM dan omset perbulan. Dirangkum dalam Tabel 2. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner adalah laki-laki sebanyak 58,26 persen sedangkan 41,74 persen adalah perempuan. Kelompok usia kurang dari 20 tahun

sebanyak 12,17% berjumlah 14 responden, 20 – 30 tahun berjumlah 40 orang dengan persentase 34,78 persen. Untuk usia responden yang berusia 30 - 40 tahun dengan presentase sebesar 28,70 persen dan usia lebih dari 40 tahun berjumlah 28 dengan persentase 24,35 persen.

Berdasarkan klasifikasi tingkat pendidikan, tidak ada responden yang memiliki pendidikan non-formal. Responden dengan pendidikan SD/MI berjumlah 15 orang (13,04%), sedangkan yang berpendidikan SMP/MTs sebanyak 21

orang (18,26%). Responden dengan pendidikan SMA/ sederajat mencapai 34 orang (29,57%), dan yang berpendidikan perguruan tinggi adalah yang terbanyak, yaitu 45 orang (39,13%). Berdasarkan lama usaha, 35 usaha (30,43%) beroperasi selama 1-3 tahun, 21 usaha (18,26%) beroperasi 4-5 tahun, dan 59 usaha (51,30%) telah berjalan lebih dari 5 tahun.

Pengelompokan partisipan berdasarkan jumlah aset UMKM menunjukkan 60 usaha

(52,17%) memiliki aset kurang dari Rp 50.000.000, 19 usaha (16,52%) memiliki aset Rp 50.000.000 – Rp 100.000.000, 14 usaha (12,17%) memiliki aset Rp 100.000.000 – Rp 150.000.000, aset Rp 150.000.000 – Rp 200.000.000 serta lebih dari Rp 200.000.000 masing-masing 11 usaha (9,57%). Pada tabel 2 bisa diamati partisipan pada UMKM Subsektor Keris mendominasi UMKM Ekonomi Kreatif yaitu sebesar 29,29%.

Tabel 2. Data Demografi Responden

Kriteria	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	67	58,26%
	Perempuan	48	41,74%
Usia	Kurang dari 20 Tahun	14	12,17%
	20-30 Tahun	40	34,78%
	30-40 Tahun	33	28,70%
	Lebih dari 40 Tahun	28	24,35%
Tingkat Pendidikan	Pendidikan Non Formal	0	0,00%
	SD/MI	15	13,04%
	SMP/MTs	21	18,26%
	SMA/Sederajat	34	29,57%
	Perguruan Tinggi	45	39,13%
Lama Usaha	1-3 Tahun	35	30,43%
	4-5 Tahun	21	18,26%
	Lebih dari 5 Tahun	59	51,30%
Jumlah Aset UMKM	Kurang dari Rp 50.000.000	60	52,17%
	Rp 50.000.000 – Rp 100.000.000	19	16,52%
	Rp 100.000.000 – Rp 150.000.000	14	12,17%
	Rp 150.000.000 – Rp 200.000.000	11	9,57%
	Lebih dari Rp 200.000.000	11	9,57%

UMKM Subsektor	Musik	22	19,13%
	Seni Rupa	3	2,61%
	Kuliner	29	25,22%
	Fotografi	1	0,87%
	Televisi dan Radio	1	0,87%
	Keris	33	28,70%
	Seni Pertunjukan	26	22,60%

Sumber: Peneliti (2024)

b. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Dalam menerapkan PLS-SEM dengan mengevaluasi model pengukuran (*outer model*), terdapat tiga tahap utama, yaitu:

1) Uji Convergent Validity:

Untuk menilai validitas konvergen, serangkaian langkah harus dilakukan,

yang melibatkan pemeriksaan terhadap skor pemuatan luar dan nilai AVE. Hasil pengujian validitas konvergen dari penelitian ini, berdasarkan nilai *loading factor*. Untuk memperjelas nilai *outer loadings* yang ditampilkan pada gambar model, data tersebut disajikan ulang dalam bentuk tabel berikut:

Tabel 3. Uji Outer Loadings

Variabel	Indikator	Nilai Outer Factor	AVE
Tingkat Pendidikan	X1.1	0,890	0,668
	X1.2	0,764	
	X1.3	0,825	
	X1.4	0,784	
Inovasi Produk	X2.1	0,892	0,762
	X2.2	0,897	
	X2.3	0,927	
	X2.4	0,859	
	X2.5	0,782	
Relational Capital	X3.1	0,866	0,652
	X3.2	0,445	
	X3.3	0,846	
	X3.4	0,862	
	X3.5	0,83	
	X3.6	0,905	
Kinerja Keuangan	Y.1	0,867	0,714
	Y.2	0,904	
	Y.3	0,927	
	Y.4	0,891	

	Y.5	0,63	
	Y.6	0,885	
	Y.7	0,825	
	Y.8	0,793	

Sumber: *Output SmartPLS 4 (2024)*

Berdasarkan tabel 3, model pengukuran ini dapat diandalkan dan valid. Hal ini terlihat dari elemen loading factor yang memiliki nilai >0,6 memenuhi kriteria keandalan indikator. Pada tahap ini, item X3.2 dan Y.5 tidak dieliminasi meskipun memiliki nilai loading factor di bawah 0,6. Selain itu, item-item tersebut tidak dilakukan karena tidak mempengaruhi nilai reliabilitas komposit.

Selain itu, penilaian validitas konvergen bergantung pada pemeriksaan nilai AVE, dengan ambang batas yang direkomendasikan sebesar 0,50 atau lebih. Setiap variabel menunjukkan nilai AVE yang melebihi 0,50, dengan demikian mengkonfirmasi bahwa semua variabel mematuhi kriteria validitas konvergen.

2) Uji *Discriminant Validity*

Tabel 4. Nilai *Cross Loadings*

	Inovasi Produk	Kinerja Keuangan	Relational Capital	Tingkat Pendidikan
X1.1	0,679	0,580	0,372	0,890
X1.2	0,443	0,602	0,491	0,764
X1.3	0,446	0,669	0,389	0,825
X1.4	0,661	0,493	0,398	0,784
X2.1	0,892	0,640	0,508	0,688
X2.2	0,897	0,508	0,326	0,503
X2.3	0,927	0,580	0,425	0,524
X2.4	0,859	0,672	0,594	0,657
X2.5	0,782	0,427	0,361	0,514
X3.1	0,528	0,639	0,866	0,516
X3.2	-0,128	0,103	0,445	0,060
X3.3	0,413	0,532	0,846	0,456
X3.4	0,482	0,529	0,862	0,417
X3.5	0,353	0,500	0,830	0,393

X3.6	0,515	0,595	0,905	0,418
Y.1	0,531	0,867	0,556	0,646
Y.2	0,592	0,904	0,630	0,698
Y.3	0,524	0,927	0,559	0,758
Y.4	0,744	0,891	0,515	0,683
Y.5	0,368	0,630	0,314	0,303
Y.6	0,631	0,885	0,596	0,616
Y.7	0,608	0,825	0,494	0,587
Y.8	0,410	0,793	0,645	0,491

Sumber: *Output SmartPLS 4 (2024)*

Pengujian validitas diuji dengan menggunakan cross loading dan rasio heterotrait-monotrait (HTMT). *Cross loading* memastikan bahwa setiap indikator lebih terkait erat dengan variabel yang seharusnya diukur dibandingkan dengan variabel lain dalam model. Indikator dianggap valid jika memiliki *cross loading* terbesar pada

konstruk yang dituju dibanding konstruk lainnya atau nilai *cross loading* harus > 0,7. Jika nilai *cross loading* suatu indikator >0,7 pada konstruk selain konstruk yang seharusnya diukur, artinya indikator tersebut mungkin tidak menunjukkan validitas diskriminan yang memadai.

Tabel 5. Hasil Uji Discriminant Validity dengan rasio heterotrait-monotrait (HTMT)

	Inovasi Produk	Kinerja Keuangan	Relational Capital	Tingkat Pendidikan
Inovasi Produk				
Kinerja Keuangan	0,688			
Relational Capital	0,544	0,662		
Tingkat Pendidikan	0,768	0,793	0,555	

Sumber: *Output SmartPLS 4 (2024)*

Pada tabel hasil uji *Discriminant Validity* dengan rasio heterotrait-monotrait (HTMT) untuk semua variabel berada di bawah 0,9 sehingga validitas diskriminan berdasarkan rasio korelasi

heterotrait-monotrait terpenuhi dengan kata lain asumsi *discriminant validity* sudah lolos.

3) Uji *Composite Reability*

Tabel 6. menunjukkan penilaian *Composite Reliability* dilakukan untuk memvalidasi pengukuran yang konsisten dari semua item pertanyaan di seluruh indikator. Selain itu, reliabilitas konsistensi internal dievaluasi dengan memeriksa skor *Composite Reliability* (CR) serta *Cronbach's alpha* (CA).

Sebuah indikator dianggap reliabel jika nilainya melampaui 0,60. Tabel 4.17 mengungkapkan kalau semua variabel mempunyai nilai CR dan CA di atas 0,8 yang artinya asumsi uji reliabilitas berdasarkan CR dan CA sudah terpenuhi dan memenuhi kriteria keandalan konsistensi internal.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite Reliability	Hasil
Tingkat Pendidikan	0,834	0,889	Reliabel
Inovasi Produk	0,922	0,941	Reliabel
Relational Capital	0,889	0,916	Reliabel
Kinerja Keuangan	0,941	0,952	Reliabel

Sumber: Output SmartPLS 4 (2024)

c. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah menilai model pengukuran (outer model), langkah berikutnya adalah memeriksa model struktural (inner model). Evaluasi ini

bertujuan untuk memastikan hubungan antara variabel laten. Parameter yang digunakan untuk menilai inner model meliputi *R-square*, *f-square*, *Q-square*, dan *PLS predict*.

Tabel 7. Hasil Uji *R-square*, *f-square* dan *Q-square*.

	<i>R-Square</i>	<i>F-Square</i>	<i>Q-Square</i>
Tingkat Pendidikan terhadap Kinerja Keuangan		0,263 (sedang)	0,438 (kuat)
Inovasi Produk terhadap Kinerja Keuangan		0,065 (kecil)	0,635 (kuat)
Relational Capital terhadap Kinerja Keuangan		0,204 (sedang)	0,523 (kuat)
Kinerja Keuangan	0,643 (moderat)		0,637 (kuat)

Sumber: Output SmartPLS 4 (2024)

Tabel 7. pada data *R-Square* menunjukkan nilai sebesar 0,643 yang menandakan tingkat kekuatan moderat. Alhasil, bisa disimpulkan kalau pengaruh tingkat pendidikan, inovasi

produk serta *relational capital* pada kinerja keuangan sebesar 64,3%.

Hasil analisa *F-Square* pada tabel 7. menunjukkan bahwa hasil *F-Square* untuk

inovasi produk memberikan efek kecil pada kinerja keuangan. Sementara relational capital dan tingkat pendidikan memberikan efek sedang pada kinerja keuangan.

Pada Tabel 7, nilai *Q-Square* menunjukkan bahwa tingkat pendidikan ($Q^2 = 0.438$), inovasi

produk ($Q^2 = 0.635$), *relational capital* ($Q^2 = 0.523$) dan kinerja keuangan ($Q^2 = 0.637$) merupakan model yang menunjukkan baik kemampuan prediktif yang baik maupun yang kuat.

Tabel 8. Hasil Pengujian *PLS Predict*

	Q²predict	PLS-SEM_RMSE	PLS-SEM_MAE	LM_RMSE	LM-MAE
Y.1	0,465	0,570	0,385	0,594	0,383
Y.2	0,571	0,565	0,410	0,608	0,366
Y.3	0,549	0,517	0,356	0,544	0,330
Y.4	0,545	0,538	0,433	0,571	0,393
Y.5	0,102	0,712	0,494	0,797	0,483
Y.6	0,507	0,584	0,416	0,630	0,417
Y.7	0,425	0,566	0,375	0,622	0,387
Y.8	0,366	0,531	0,363	0,605	0,366

Sumber: *Output SmartPLS 4* (2024)

Tabel 8 menunjukkan nilai Q^2 predict semuanya bernilai positif, hal ini berarti semua indikator konstruksi endogen mengungguli tolak ukur yang paling sederhana (yaitu rata-rata indikator sampel). Pada tabel 8 juga ada beberapa nilai *mean absolute error* (MAE) untuk model PLS yang memiliki ukuran lebih kecil dibandingkan dengan nilai pada model LM. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model konseptual ini memiliki

kemampuan prediktif yang lemah. Meskipun demikian, model ini tetap dapat digunakan untuk tujuan prediksi.

d. Uji Hipotesis

Berikut tahapan yang dilakukan yaitu *bootstrapping* guna menghitung estimasi kesalahan standar dan menilai signifikansi parameter dalam model SEM-PLS. Metode ini menghasilkan estimasi kesalahan standar yang berguna untuk uji hipotesis, terutama uji t.

Tabel 9. Hasil Uji *Path Coefficient-Direct Effects*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standart deviation (STDEV)	T statistics (O STDEV)	P values
Inovasi Produk → Kinerja Keuangan	0,211	0,213	0,074	2,872	0,004
Relational Capital → Kinerja Keuangan	0,322	0,322	0,052	6,235	0,000
Tingkat Pendidikan → Kinerja Keuangan	0,421	0,425	0,075	5,591	0,000

Sumber: *Output SmartPLS 4 (2024)*

Hasil pengujian dalam Tabel 9. Menunjukkan adanya pengaruh tingkat pendidikan terhadap kinerja keuangan, memiliki nilai t-statistik sebesar 5,591. Nilai ini memperlihatkan bahwa inovasi produk berdampak positif pada kinerja keuangan. Dengan tingkat signifikansi *p-value* sebesar 0,000, kesimpulannya bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Tabel 9. memberikan hasil pengujian yang menunjukkan bahwa dampak inovasi produk terhadap kinerja keuangan mempunyai nilai t-statistik sebesar 2,872. Nilai ini menunjukkan bahwa inovasi produk berdampak positif pada kinerja keuangan. Mengacu pada tingkat signifikansi *p-value* sebesar 0,004, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Tabel 9. diatas, hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh *relational capital* terhadap kinerja

keuangan memiliki nilai t-statistik sebesar 6,235. Nilai ini menunjukkan bahwa *relational capital* berdampak positif pada kinerja keuangan. Dengan tingkat signifikansi *p-value* sebesar 0,000, dapat disimpulkan bahwa *relational capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.

e. Pembahasan

Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Tingkat pendidikan individu memainkan peran penting dalam meningkatkan hasil keuangan usaha kecil dan menengah (UKM). Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.22, dampak pendidikan terhadap kinerja keuangan UKM ditandai dengan koefisien jalur sebesar 0,421 dan t-statistik sebesar 5,591. Dengan nilai *p-value* sebesar 0,000, yang jauh di bawah 0,05, bukti statistik menegaskan bahwa pendidikan memiliki dampak positif dan substansial terhadap kinerja keuangan UKM. Hal ini

mengimplikasikan bahwa ketika tingkat pendidikan meningkat, begitu pula dengan kesuksesan finansial UKM. Sebaliknya, penurunan tingkat pendidikan dikaitkan dengan penurunan kinerja keuangan perusahaan-perusahaan ini.

Hasil studi ini mencerminkan kalau tingkat pendidikan mempunyai efek yang substansial pada kinerja keuangan UMKM, dengan mayoritas responden mempunyai jenjang pendidikan tertinggi di tingkat perguruan tinggi. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi memberikan pemilik UMKM menunjukkan kekuatan penting dalam menghasilkan penjualan dan keuntungan yang besar, menyediakan lapangan kerja yang luas, dan menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam persaingan dan keberlanjutan. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang lebih mendalam, pemilik yang memimpin UMKM yang memiliki kualifikasi pendidikan tinggi sering kali lebih siap untuk membuat pilihan yang terinformasi dengan baik dan strategis, sehingga berdampak positif pada kinerja keuangan unit bisnis mereka. Perihal ini menunjukkan bahwa investasi dalam pendidikan tinggi bagi pemilik atau pengelola UMKM dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan keberhasilan dan keberlanjutan usaha. Kesuksesan usaha tersebut sebagian memungkinkan pemilik UMKM mengembangkan etika kerja yang baik,

kemampuan adaptasi serta inovasi dan menggunakan teknologi baru yang dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa pemilik UMKM yang beroperasi di sektor ekonomi kreatif sangat antusias mengikuti inisiatif pendidikan non-formal, seperti pelatihan dan kesempatan belajar lainnya yang diselenggarakan oleh pemerintah kabupaten Sumenep. Setiap tahun, Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, maupun Perdagangan Kabupaten Sumenep menyelenggarakan berbagai program pelatihan yang dirancang untuk mendorong pertumbuhan dan perkembangan di antara para pengusaha lokal. Salah satunya adalah program PK2 UMK, yang biasanya dilakukan dalam bentuk pelatihan bagi para pelaku UMKM. Pelatihan yang diadakan dalam rangka PK2 UMKM di Kabupaten Sumenep bertujuan untuk meningkatkan wawasan peserta, termasuk dalam hal peningkatan kualitas produk dan pengelolaan manajemen usaha (Sumenep, 2023).

Temuan ini mendukung hipotesis bahwa pendidikan yang lebih tinggi pada pemilik UMKM berkontribusi secara substansial terhadap peningkatan kinerja finansial perusahaan. Sejalan dengan studi (Chachar et al., 2013), latar belakang pendidikan dan profesional pengusaha memainkan peran penting dalam

ekspansi UKM, yang dibuktikan dengan peningkatan profitabilitas, volume penjualan, ukuran tenaga kerja, dan basis pelanggan. Demikian pula, sebuah studi oleh (Syafi'i et al., 2021) mengungkapkan bahwa tingkat pendidikan dan ketajaman manajerial pemilik bisnis memberikan pengaruh positif dan substansial, baik secara individu maupun kolektif, terhadap lintasan pertumbuhan UKM mikro yang berspesialisasi dalam kerajinan tas, sepatu, dan sandal dari kulit di Kabupaten Sidoarjo. Adanya faktor peningkatan pengetahuan manajemen, kemampuan analisis keuangan, kemampuan adaptasi terhadap teknologi baru, dan kreativitas dalam mengidentifikasi peluang pasar serta mengatasi tantangan bisnis.

Teori RBV menggarisbawahi pentingnya aset internal perusahaan dalam membentuk posisi kompetitifnya. Dalam konteks ini, pendidikan diakui sebagai sumber daya yang berharga dan unik, yang memberikan UKM keunggulan yang berkelanjutan di pasar. Pendidikan yang lebih tinggi meningkatkan kapabilitas internal, memungkinkan pemilik dan manajer untuk mengembangkan strategi yang lebih baik, berinovasi lebih efektif, dan memanfaatkan peluang pasar dengan lebih baik, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Inovasi produk memberikan dampak yang menguntungkan dan substansial pada hasil keuangan UMKM. Sesuai temuan yang dirinci dalam Tabel 4.22, pengaruh inovasi produk terhadap kinerja keuangan dikuantifikasi dengan koefisien jalur sebesar 0,211 dan t-statistik sebesar 2,872. Dengan nilai p-value sebesar 0,004, yang berada di bawah ambang batas 0,05, maka secara statistik tervalidasi bahwa inovasi produk memang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

Dari temuan-temuan ini, terlihat jelas bahwa identitas responden tertentu dalam sektor ekonomi kreatif di Sumenep berperan penting dalam mendorong inovasi produk, yang pada gilirannya, secara signifikan meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Pertama, usia responden yang relatif muda (20-30 tahun) menunjukkan keterbukaan terhadap ide-ide baru dan kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perubahan pasar, sehingga mendorong inovasi produk yang lebih dinamis dan kreatif. Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh Nanda dan Sorensen (2010), pengusaha muda cenderung lebih inovatif dan berani mengambil risiko yang diperlukan untuk menciptakan produk baru. Kedua, tingkat pendidikan yang dominan di perguruan tinggi memberikan dasar pengetahuan yang kuat bagi para pengusaha untuk memahami

konsep-konsep inovasi dan teknologi baru. Penelitian oleh Wu, Lin, dan Hsu (2007) menemukan bahwa pendidikan tinggi berhubungan positif dengan kemampuan inovatif pengusaha, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Ketiga, UMKM yang telah berdiri lebih dari 5 tahun memiliki pengalaman dan stabilitas yang cukup untuk melakukan inovasi secara berkelanjutan. Penelitian oleh Rosenbusch, Brinckmann, dan Bausch (2011) menunjukkan bahwa pengalaman dan umur perusahaan dapat meningkatkan efektivitas inovasi dalam meningkatkan kinerja keuangan. Keempat, meskipun jumlah aset sebagian besar UMKM kurang dari 50.000.000 rupiah, keterbatasan ini dapat mendorong pengusaha untuk lebih kreatif dalam menciptakan inovasi produk yang efisien dan efektif dengan sumber daya yang terbatas. Usaha di setiap subsektor membutuhkan kreativitas tinggi yang juga menunjukkan potensi besar dalam melakukan inovasi produk. Menurut laporan oleh Fillis (2002), sektor kreatif seperti kerajinan tangan dan kuliner memiliki potensi besar untuk melakukan inovasi yang berdampak signifikan pada kinerja keuangan perseroan.

Teori RBV menyatakan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan berasal dari aset dan kompetensi internal yang khas dan tidak dapat ditiru. Inovasi produk dianggap sebagai

kapabilitas strategis yang memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan dan meluncurkan produk baru atau yang ditingkatkan, yang memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Dengan demikian, inovasi produk membantu UMKM di sektor ekonomi kreatif untuk membangun dan memanfaatkan daya saing mereka, sehingga meningkatkan hasil finansial mereka.

Pengaruh *Relational Capital* terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Relational capital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Berdasarkan hasil analisis yang tertera dalam tabel 4.22, nilai variabel *relational capital* terhadap kinerja keuangan UMKM memiliki koefisien jalur sebesar 0,322 dan t-statistik sebesar 6,235. Nilai p-value sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05. Dari hasil statistik tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa *relational capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *relational capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM sektor ekonomi kreatif di Sumenep. Salah satu faktor yang mengakibatkan *relational capital* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM adalah usia UMKM itu sendiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang memiliki usaha lebih dari 5

tahun mendominasi. UMKM yang telah beroperasi lebih lama cenderung memiliki jaringan relasi yang lebih kuat dan luas, baik dengan pelanggan, pemasok, maupun mitra bisnis lainnya. Jaringan relasi ini berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan, kerjasama, dan akses terhadap informasi serta sumber daya yang dibutuhkan untuk pertumbuhan usaha. Relational capital yang terbentuk selama bertahun-tahun ini memungkinkan UMKM untuk lebih mudah mengatasi tantangan bisnis, menemukan peluang pasar baru, dan meningkatkan efisiensi operasional. Akibatnya, kinerja keuangan UMKM dengan usia lebih dari 5 tahun cenderung lebih baik dibandingkan dengan UMKM yang usianya lebih muda, karena mereka telah membangun dan memanfaatkan relational capital secara optimal.

Penelitian sebelumnya juga mendukung temuan ini. Studi oleh (Edvinsson & Malone, 1997) menunjukkan bahwa relational capital, yang mencakup hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, memainkan peran penting dalam meningkatkan akses ke sumber pengetahuan dan memfasilitasi pertukaran pengetahuan. Studi oleh (Prayogo & Syamsuri, 2023) menemukan bahwa relational capital memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pelaku usaha. Penelitian oleh (Daat, 2019) menunjukkan bahwa

pengungkapan relational capital berpengaruh pada tiga ukuran kinerja keuangan, yaitu: pendapatan bersih, nilai perusahaan, dan arus kas operasi perusahaan. Hasil-hasil ini mengindikasikan bahwa relational capital adalah faktor penting dalam menentukan keberhasilan finansial UMKM.

Teori Resource-Based View (RBV), yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif suatu perusahaan dapat diperoleh melalui sumber daya dan kapabilitas internal yang unik dan sulit ditiru. Relational capital dianggap sebagai salah satu dari sumber daya strategis tersebut karena hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan dapat memberikan manfaat berkelanjutan yang sulit ditiru oleh pesaing. Dengan memanfaatkan *relational capital*, UMKM di sektor ekonomi kreatif dapat mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, meningkatkan kinerja keuangan mereka, dan memastikan pertumbuhan jangka panjang.

5. CONCLUSIONS

Penelitian ini meneliti pengaruh tingkat pendidikan, inovasi produk, dan relational capital terhadap kinerja keuangan UMKM di sektor ekonomi kreatif di Sumenep. Hasil studi menggunakan SmartPLS4 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan pemilik UMKM secara signifikan meningkatkan kinerja keuangan

perusahaan, karena pendidikan yang lebih tinggi memberikan kemampuan analitis dan manajerial yang lebih baik. Selain itu, inovasi produk juga terbukti memiliki dampak positif, memungkinkan UMKM untuk meningkatkan keunggulan bersaing dengan menarik lebih banyak pelanggan dan menetapkan harga premium. Terakhir, relational capital, yang meliputi hubungan baik dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis, memiliki pengaruh besar dalam meningkatkan akses ke aset, informasi, dan peluang pasar, serta memperkuat loyalitas pelanggan dan efisiensi operasional, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan kinerja keuangan UMKM.

Peneliti mengidentifikasi beberapa kekurangan dan kelemahan dalam hasil penelitian, antara lain: pertama, banyak pemilik UMKM tidak dapat dihubungi karena nomor kontak yang tidak valid atau perubahan kontak yang tidak dilaporkan, yang membatasi jumlah sampel yang dapat dianalisis dan dapat mempengaruhi akurasi serta kelengkapan hasil penelitian. Kedua, penelitian ini hanya mencakup 7 dari 17 subsektor UMKM ekonomi kreatif yang terdata, sehingga hasil penelitian mungkin tidak sepenuhnya representatif untuk seluruh subsektor dalam sektor ekonomi kreatif, dan temuan serta analisis yang dihasilkan mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke

subsektor lainnya yang tidak termasuk dalam data.

Untuk mengatasi keterbatasan studi ini, peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas metode kontak dan jangkauan pengumpulan data dengan menggunakan email, media sosial, kunjungan langsung, serta melibatkan asosiasi bisnis lokal guna memperbaiki akurasi data. Penelitian lanjutan juga harus memperluas cakupan subsektor UMKM dan menggunakan metode sampling yang lebih stratifikasi untuk memastikan representasi subsektor yang memadai. Bagi UMKM, disarankan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan melalui pelatihan, bergabung dengan katalog elektronik pemerintah, serta mengalokasikan dana untuk penelitian dan pengembangan produk sesuai tren pasar. UMKM juga sebaiknya membangun jaringan dengan komunitas bisnis, menjalin kemitraan strategis, dan fokus pada pelayanan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas dan pertumbuhan.

6. REFERENCES

Alimy, J. I., & Herawaty, V. (2020). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan: Dengan Variabel Moderasi Prospector Strategy Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Idx Periode 2016-2018. *Prosiding Seminar Nasional*

- Pakar*, 1–9.
<https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.6853>
- Ardiansyah, T. (2019). Model Financial Dan Teknologi (Fintech) Membantu Permasalahan Modal Wirausaha UMKM Di Indonesia. *Majalah Ilmiah Bijak*, 16(2), 158–166.
<https://doi.org/10.31334/bijak.v16i2.518>
- Bangsa, U. P., Manajemen, P., & Bangsa, U. P. (2021). *Kata Kunci: Pengabdian Masyarakat, UMKM*. 2(2).
- Barney, J., Wright, M., & Ketchen Jr, D. J. (2001). The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. *Journal of Management*, 27(6), 625–641.
- Candra, S. (2014). Analisis Karakteristik dan Identifikasi Kendala yang dihadapi UMKM di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5–24.
- Capital, S. (2022). *Dampak Modal Manusia , Modal Struktural , dan Pelanggan Modal Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Di Tilamuta*. 201–215.
- Chachar, A. A., De Vita, C. F., Parveen, S., & Chachar, Z. A. (2013). The impact of cultural factors on the growth of small and medium enterprises in Hyderabad, Sindh. *International Journal of Science and Research*, 2(1), 83–86.
- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and opinion on structural equation modeling. In *MIS quarterly* (pp. vii–xvi). JSTOR.
- Collins, C. J. (2021). Expanding the resource based view model of strategic human resource management. *The International Journal of Human Resource Management*, 32(2), 331–358.
- Daat, S. C. (2019). Pengaruh Pengungkapan Relational Capital Pada Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan High-Ic Intensive Industries Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 255–273.
<https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.2670>
- Damayanti, N. E., Zwageri, A. J., Putri, E. S., Amalinda, H. P., Angelita, I., Hermawan, N., & Maharani, N. (2024). Analisis Kelayakan Bisnis Outdoor Plus: Peningkatan Keberlanjutan UMKM Melalui Pendekatan Terpadu. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(1), 10–22.
- Djkn.kemenkeu. (2022). *Peran Penting UMKM dalam Ancaman Isu Resesi*.
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-balikpapan/baca-artikel/15677/Peran-Penting-UMKM-dalam-Ancaman-Isu-Resesi.html>
- Dyer, J. H., & Singh, H. (1998). The relational view: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage.

- Academy of Management Review*, 23(4), 660–679.
- Edvinsson, L., & Malone, M. S. (1997). Intellectual capital: Realizing your company's true value by finding its hidden roots. (No Title).
- Etikariena, A., & Muluk, H. (2014). *Correlation between Organizational Memory and Innovative Work Behavior. Makara Human Behavior Studies in Asia*, 18 (2): 77.
- Farida, I., Sunandar, & Aryanto. (2019). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kinerja UMKM di Kota Tegal. *Jurnal Monex*, 8(2), 79–82.
<http://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/monex/article/download/1385/958>
- Firmansyah, A., & Sukarno, G. (2021). Mengkreasikan Entrepreneurship Capital Dan Relational Capital Umkm Kuliner Di Sentra Pkl Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 415–425.
<https://doi.org/10.33005/jdep.v4i1.202>
- Hafidzi, A. H., & Afroh, I. K. F. (2023). Peran CSR Dalam Intervensi Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Kabupaten Jember. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 320–334.
<https://doi.org/10.18196/rabin.v7i2.16953>
- Hanifawati, T., & Listyaningrum, R. S. (2021). Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Penerapan Inovasi Produk dan Pemasaran Online. *Warta LPM*, 24(3), 412–426.
<https://doi.org/10.23917/warta.v24i3.12615>
- Hayati, S. R., Putri, S. A. M., & Suwarsi, A. A. (2020). Inovasi Produk Dan Kemasan Pada Industri Rumahan Kaos Di Dusun Mejing Wetan Desa Ambarketawang Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman. *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 87–100.
<https://doi.org/10.22515/tranformatif.v1i2.2985>
- Ishak, P., & Sholehah, N. L. H. (2021). Implementasi Model Pentahelix Dalam Pengembangan UMKM Dimasa Pandemi Covid-19. *Gorontalo Accounting Journal*, 4(2), 207.
<https://doi.org/10.32662/gaj.v4i2.1726>
- Jannah Miftakhul, Irawati Anugrahini S, & Purnomo Hadi. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Umkm Batik Gedog Khas Tuban. *Eco Entrepreneurship*, 5(1 Juni 2019), 33–48.
- Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu*

- Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123.
<https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Jubaedah, S., & Destiana, R. (2016). Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Cirebon Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Pembiayaan Syariah. *Jrka*, 2(2), 93–103.
- Kalil, K., & Aenurohman, E. A. (2020). Dampak kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja UKM di kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69–77.
- Kholid Murtadlo. (2021). Peran Human Capital, Structural Capital, Relational Capital Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM. *Sketsa Bisnis*, 8(1), 47–62.
<https://doi.org/10.35891/jsb.v8i1.2635>
- Kholik, A., & Laeli, S. (2020). Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Sekolah Alam Berbasis Model Resource-Based View. *Tadbir Muwahhid*, 4(1), 73.
<https://doi.org/10.30997/jtm.v4i1.2540>
- Khouroh, U., Sri Ratnaningsih, C., & Rahayudi, B. (2021). Inovasi dan Daya Saing UMKM di Era New Normal: dari Triple Helix Model ke Quadruple Helix Model. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 152–162.
<https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i2.6718>
- Lia Ulfa. (2020). *Dampak Pendapatan Usaha Kecil Menengah Terhadap Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. 1.*
- Mahoney, J. T., & Pandian, J. R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic Management Journal*, 13(5), 363–380.
- Marietza, F., & Simbolon, N. K. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Sosial Media Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 283–298.
<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1388%0Ahttps://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1388>
- Mawarni, S. A., & Nuraini, A. (2021). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengalaman Kerja Dan Kompetensi Akuntansi Terhadap Kualitas Laporan Keuangan UMKM di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(2), 441–450.
<https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i2.927>
- Money, L. O. F., Etis, P., Keputusan, P., Terhadap, E., Dengan, A., & Moderasi, V. (2013). *Fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang 2013.*
- Nasir. (2020). Pengaruh Relational Capital terhadap Kinerja Perusahaan: Entrepreneurship Orientation sebagai Variabel Intervening. *AKUNSIKA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 61–75.
<http://jurnal.poliupg.ac.id/index.php/akunsi>

- News, N. (2024). *UMKM Menjamur, Ekonomi Sumenep Tumbuh 5,35 Persen*.
https://www.netranews.co.id/2024/04/29/umkm-menjamur-ekonomi-sumenep-tumbuh-535-persen/#google_vignette
- Polo Peña, A. I., Frías Jamilena, D. M., & Rodríguez Molina, M. Á. (2016). The Effect of Customer Orientation on Smaller Sized Service Firms and on the Market: A Multilevel Application Embracing Firms and Customers. *Journal of Small Business Management*, 54(2), 566–581.
<https://doi.org/10.1111/jsbm.12158>
- Pratama, A. A. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tasikmalaya. *Skripsi*.
- Prayogo, D. I., & Syamsuri, A. R. (2023). The Influence of Human Capital and Relational Capital on the Entrepreneurs Performance of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Sidodadi Ramunia Village, Deli Serdang, North Sumatra Pengaruh Human Capital dan Relational Capital terhadap Kinerja P. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7198–7209.
<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Pudyastuti, E., & Saputra, A. (2021). Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan di Masa Pandemi Covid-19. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 437–449.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinoibis.v4i3.195>
- Putri, A. R. R., & Triyanto, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Inovasi Produk, dan Harga terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 92–105.
- Qudsi, L. J., Astuti, S., & Safitri, C. (2023). Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Kinerja UMKM Jakarta. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1151–1164.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4376>
- Rengkung, L. R. (2015). Keuntungan Kompetitif Organisasi Dalam Perpsektif Resources Based View (Rbv). *Agri-Sosioekonomi*, 11(2A), 1.
<https://doi.org/10.35791/agrsosek.11.2a.2015.9447>
- Sastrawan, B., Samsi, A., & Seran, G. G. (2024). *Pelayanan Pemerintah Bidang Kesejahteraan Masyarakat*. 3.
- Sibarani, C. G. G. T., Armayanti, N., Irwansyah, I., & Suharianto, J. (n.d.). FINANSIAL INKLUSI DALAM PERSPEKTIF DEMOGRAFI (Studi Kasus UMKM Kota Medan. *Niagawan*, 8(3), 216–222.
- Sumenep, D. K. dan I. K. (2022). *Dinas*

- Koperasi UKM dan Perindag Sumenep Berdayakan 3 Produk Unggulan UMKM.*
https://sumenepkab.go.id/berita/baca/dinas-koperasi-ukm-dan-perindag-sumenep-berdayakan-3-produk-unggulan-umkm#google_vignette
- Sumenep, D. K. dan I. K. (2023). *Dinkop UKM dan Perindag Sumenep Harapkan UMKM Terus Tingkatkan Kualitas Produk.*
<https://www.sumenepkab.go.id/berita/baca/dinkop-ukm-dan-perindag-sumenep-harapkan-umkm-terus-tingkatkan-kualitas-produk>
- Susanti, A., Ismunawan, P., & Ardyan, E. (2017). *Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan, dan Perencanaan Keuangan terhadap Perilaku Keuangan UMKM di Surakarta. Telaah Bisnis, 18 (1), 45–56.*
- Syafi'i, I., Susanti, S., & Harti, H. (2021). *Pengaruh Kinerja Keuangan, Tingkat Pendidikan Dan Kemampuan Manajemen Pemilik Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Kabupaten Sidoarjo. Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 5(1), 530–541.*
<https://doi.org/10.31539/costing.v5i1.2881>
- Teece, D. J. (1986). *Profiting from technological innovation: Implications for integration, collaboration, licensing and public policy. Research Policy, 15(6), 285–305.*
- TerasIndo. (2024). *Pertumbuhan UMKM Di Sumenep Mendorong Perekonomian Lebih Baik.*
<https://terasindo.co.id/2024/05/29/pertumbuhan-umkm-di-sumenep-mendorong-perekonomian-lebih-baik/>
- Ulfah, I. F., Mustoffa, A. F., & Wijianto. (2023). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Sektor Produksi Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Kabupaten Ponorogo. Jurnal Akuntansi Dan Pajak, 23(02), 1–9.*
- Vinatra, S. (2023). *Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. Jurnal Akuntan Publik, 1(3), 1–08.*
<https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/jap-widyakarya/article/view/832/878>