

# Pengaruh Praktek Manajemen Keuangan dan Inovasi Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah Selama Masa Pandemi Covid-19 di Kota Depok

Synta Dewi Cania<sup>1</sup>, Laela Susdiani, S.E, M.Com<sup>2</sup>

1 Fakultas Ekonomi, Universitas Andalas

2 Fakultas Ekonomi, Universitas Andalas

---

## Abstract

*The purpose of this study is to determine the effect of financial management practices and innovations to company's performance on micro, small and medium enterprise during the Covid-19 pandemic in Depok City. The sampling of this study used the slovin's formula and obtained a sample of 100MSMEs in Depok City. The data analyze used is multiple regression by used the SPSS program version 25. The results of this study indicate that financial management practices and product innovation has influence on company's performance. While process innovation, marketing innovation and organizational innovation has no influence on company's performance.*

*Keywords: Financial Management Practices, Innovations, Company's Performance, UMKM (micro, small, and medium enterprise)*

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari praktek manajemen keuangan dan inovasi terhadap kinerja keuangan usaha mikro kecil menengah selama masa pandemi Covid-19 di Kota Depok. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan rumus slovin dan didapatkan sampel sebesar 100 UMKM yang ada di Kota Depok. Analisa data menggunakan multiple regression dengan menggunakan program SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa praktek manajemen keuangan dan inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Sedangkan inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

---

*Keywords: Praktek Manajemen Keuangan, Inovasi, Kinerja Keuangan, UMKM*

*Corresponding author: [syntadewicania@gmail.com](mailto:syntadewicania@gmail.com)*

## Pendahuluan

*Coronavirus* yang terjadi saat ini memicu krisis kesehatan dunia termasuk di Indonesia. *Coronavirus* (COVID-19) adalah sebuah penyakit yang mengganggu sistem pernapasan dan menular melalui *droplet* (tetesan kecil) dari mulut atau hidung pada saat seseorang batuk atau bersin (WHO, 2020). *Coronavirus* ditemukan pertama kali di Wuhan, China pada Desember 2019 dan pada 11 Maret 2020 *Word Health Organization* (WHO) menyatakan bahwa virus corona merupakan pandemi global. Tanggal 2 Maret 2020 virus corona telah resmi masuk ke Indonesia saat Presiden Joko Widodo mengumumkan bahwa terdapat dua orang positif COVID-19 (CNN Indonesia, 2020).

Meningkatnya perkembangan COVID-19 di Indonesia membuat pemerintah mengambil berbagai macam kebijakan seperti Pembatasan Skala Besar (PSBB) dan tatanan kehidupan normal baru (*New Normal*). Berbagai macam kebijakan yang telah diambil pemerintah belum dapat mengurangi jumlah angka COVID-19. Selain itu, pandemi COVID-19 telah berdampak terhadap sedikitnya dua ruang lingkup, yaitu setiap tingkatan aktor (*level of analysis*) dan berbagai aspek kehidupan (*aspects or issues*). Dampak dari tingkatan aktor seperti individu, komunitas, masyarakat dan perusahaan. Begitu pula berbagai aspek kehidupan mulai dari kesehatan, aspek sosial, ekonomi dan politik (Valerisha & Putra, 2020).

Salah satu sektor usaha yang mendapatkan dampak dari *Coronavirus* yaitu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berdasarkan survei dari Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (2020) menjelaskan bahwa 94,69% pelaku UMKM mengalami penurunan penjualan. Turunnya penjualan menyebabkan laba bersih yang diterima UMKM juga ikut menurun yang disebabkan oleh penurunan permintaan, harga bahan baku yang meningkat, distribusi terhambat, produksi menurun dan masalah permodalan. Hal tersebut berbeda dengan tahun 1998 dan 2008 saat terjadinya krisis ekonomi bahwa UMKM sebagai penyelamat ekonomi nasional Indonesia. Peran UMKM terhadap perekonomian Indonesia mempunyai kontribusi sekitar 57% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan 97% terhadap penyerapan tenaga kerja (Bank Indonesia, 2015).

Ditengah pandemi COVID-19 ini, pemerintah mengambil langkah untuk membantu UMKM dalam rangka Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). PEN merupakan strategi pemerintah untuk mengurangi dampak dari COVID-19 terhadap perekonomian Indonesia, yang bertujuan melindungi, mempertahankan serta meningkatkan para pelaku usaha, khususnya sektor informal dengan total anggaran yang disediakan sebesar Rp. 138,16 triliun (Kementerian Keuangan, 2020). Program bantuan pemerintah yang telah diberikan kepada UMKM, yaitu penundaan pembayaran pokok dan bunga KUR, subsidi bunga kredit usaha dimana pemerintah memberikan subsidi kepada penerima program KUR dari bank penyalur untuk meringankan bunga yang dibayar, insentif PPh sebagai pembebasan pajak penghasilan final, bantuan usaha mikro sebesar Rp. 2,4 juta dan membuat *platform digital* yang mempertemukan UMKM dengan BUMN sebagai sarana memperoleh transaksi dan pembiayaan dari BUMN yang diberi nama Pasar Digital (PaDi) (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2020). Dengan adanya bantuan yang telah diberikan pemerintah terhadap UMKM, maka diharapkan UMKM mampu bertahan dan dapat meningkatkan keuntungan usahanya dengan tujuan berkontribusi pada perekonomian Indonesia.

Permasalahan yang biasa dihadapi UMKM adalah dalam mengelola keuangannya, terutama dalam mengambil keputusan belum mempertimbangkan informasi akuntansi. Pengelolaan keuangan secara konseptual merujuk pada konsep manajemen keuangan. Dalam penelitiannya yang dilakukan (Birawani, 2015) variabel yang digunakan untuk mengetahui faktor pengelolaan keuangan adalah pencatatan keuangan, anggaran dan keterampilan keuangan lainnya. Dalam penelitian Sari &

Setyawan (2012) mendapatkan hasil bahwa sebagian UMKM belum mengelola keuangan secara semestinya karena merasa usahanya masih terlalu kecil dan berbagai kesulitan yang ada. Kemampuan mengelola keuangan adalah faktor yang paling dominan terhadap kegagalan suatu UMKM untuk berkembang (Wardi, Liviawati & Wiyati, 2018). Untuk mampu bertahan selama pandemi COVID-19, maka para pelaku UMKM juga perlu cermat dalam mengelola keuangan dan melakukan pengeluaran secara efisien dengan harapan memaksimalkan kinerja keuangan usaha. Pengelolaan keuangan yang baik berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, maka juga akan menghasilkan kinerja perusahaan yang baik pula (Suindari & Juniariani, 2020).

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, menyebabkan terjadinya percepatan pergeseran permintaan masyarakat. Hal tersebut mengharuskan para pelaku UMKM mampu melakukan inovasi agar dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Karabulut (2015) menyatakan bahwa inovasi sebagai strategi untuk usaha bertahan dan mendapatkan keunggulan kompetitif di dalam pasar global. Selain itu inovasi merupakan komponen kunci untuk menuju kesuksesan dan faktor yang paling relevan terhadap lingkungan yang dinamis dan bergejolak (Bigliardi, 2013). Perubahan sosial masyarakat selama pandemi COVID-19 menyebabkan terjadinya perubahan perilaku konsumen dalam melakukan pengeluaran. Berdasarkan hasil survei Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa 56% responden mengalami peningkatan pengeluaran dan 31% responden mengalami peningkatan aktivitas belanja online. Oleh karena itu, UMKM harus mempertimbangkan melakukan inovasi sesuai dengan kondisi dan situasi adanya pandemi saat ini.

The Oslo Manual dalam OECD (2005) mengklasifikasikan inovasi kedalam empat jenis, yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi. Inovasi Produk adalah pembuatan barang maupun jasa dalam bentuk yang baru atau meningkatkan maupun melakukan perubahan dari produk yang sudah ada sehubungan dengan tujuan penggunaan, Inovasi Proses adalah salah satu cara untuk meningkatkan efisiensi organisasi, biasanya dilakukan dengan menerapkan teknologi dan mesin yang baru, pelatihan terhadap karyawan juga membuat ulang inovasi proses. Inovasi Pemasaran adalah implementasi metode pemasaran baru yang melibatkan perubahan dalam desain atau kemasan produk, penempatan produk, promosi produk dan penetapan harga dan Inovasi Organisasi adalah implementasi metode organisasi yang baru dalam praktek bisnis perusahaan ataupun hubungan eksternal seperti perubahan terhadap metode untuk mengelola, mengkoordinasi dan mengawasi pegawai (Karabulut, 2015).

Lokasi penelitian dalam penelitian ini yaitu dilakukan di Kota Depok. Mengutip dari Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia, Kota Depok merupakan salah satu kota terbanyak penduduk nomor 6 di Indonesia. 19,68% pekerjaan penduduk di Kota Depok yaitu berusaha sendiri, 4,80% yaitu berusaha dibantu buruh tidak tetap dan 2,27% berusaha dibantu buruh tetap (BPS Kota Depok, 2018). Dengan adanya pandemi COVID-19 ini, maka status pekerjaan utama di Kota Depok terutama yang memiliki usaha sangat terkena dampak negatif terutama produksi usaha yang menurun yang

disebabkan oleh penjualan yang terhambat seperti adanya kebijakan PSBB dan peraturan jam malam, dan juga daya beli masyarakat menurun karena lebih memilih menyimpan uangnya untuk berjaga-jaga. Jika dilihat dari gambar dibawah, didapatkan UMKM di Depok merupakan kota ke tiga yang paling banyak terdampak *Coronavirus* di Provinsi Jawa Barat. Maka dari itu pemerintah Kota Depok memiliki strategi khusus untuk mengurangi dampak COVID-19 terhadap UMKM, yaitu menyediakan tempat khusus untuk para pelaku UMKM berjualan dan mengadakan Gerai Pamer Produk UMKM (Berita Depok, 2020).

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : 1) Mengetahui pengaruh praktek manajemen keuangan terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada masa pandemi COVID-19 di Kota Depok, 2) Mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada masa pandemi COVID-19 di Kota Depok, 3) Mengetahui pengaruh inovasi proses terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada masa pandemi COVID-19 di Kota Depok, 4) mengetahui pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada masa pandemi COVID-19 di Kota Depok, 5) Mengetahui pengaruh inovasi organisasi terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada masa pandemi COVID-19 di Kota Depok.

Penelitian ini memfokuskan pada pengujian dan pembuktian secara empiris pengaruh dari praktek manajemen keuangan dan jenis-jenis inovasi yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah. Penelitian ini membatasi objek penelitiannya hanya Pelaku Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Kota Depok.

### Literatur Review dan Pengembangan Hipotesis

#### Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pengertian UMKM adalah “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan omset tertentu”. Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, yaitu :

**Tabel 1**  
**Kriteria UMKM di Indonesia**

No.	Uraian	Kriteria	
		Asset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maks. 50 Juta	Maks. 300 Juta
2	Usaha Kecil	>50 Juta – 500 Juta	>300 Juta – 2,5 Miliar
3	Usaha Menengah	>5nb 00 Juta – 10 Miliar	>2,5 Miliar – 50 Miliar

Sumber : Kementerian Koperasi dan UMKM, 2019

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa :

1. Usaha Mikro adalah usaha yang memiliki perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki asset usaha bersih paling banyak Rp. 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan beromset paling banyak Rp. 300 juta per tahun.
2. Usaha Kecil adalah usaha yang berdiri sendiri serta dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang memiliki asset usaha bersih lebih dari Rp. 50 juta s/d Rp. 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan beromset lebih dari Rp. 300 juta s/d Rp. 2,5 miliar per tahun.
3. Usaha Menengah adalah usaha yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang memiliki asset usaha bersih lebih dari Rp. 500 juta s/d 10 miliar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan beromset lebih dari Rp2,5 miliar s/d Rp. 50 miliar per tahun.

### **Kinerja Keuangan (*financial performance*)**

Berhasil atau tidaknya suatu usaha dilihat dari kinerja keuangan usahanya dengan melihat laporan keuangan. Pada umumnya dalam mengukur kinerja keuangan dari suatu usaha menggunakan profitability, EBIT, EVA atau pertumbuhan penjualan (Bockova & Zizlavsky, 2016). Kinerja keuangan adalah keberhasilan dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan usaha dilihat dari perspektif keuangannya (Bigliardi, 2013). Dalam penelitian ini untuk mengukur kinerja keuangan UMKM selama adanya pandemi COVID-19 menggunakan laba bersih dari usahanya. Laba bersih sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha, jika laba yang didapatkan mengalami penurunan maka harus cepat ditangani agar laba usaha bisa kembali mengalami peningkatan.

Kelebihan dari total pendapatan yang diterima oleh suatu usaha setelah dikurangi biaya yang digunakan disebut dengan laba. Sedangkan laba bersih merupakan selisih positif dari total penerimaan yaitu penjualan yang dikurangi oleh biaya pada proses produksi, setelah itu dikurangi pajak (Setiawati & Widyartati, 2017). Menurut Hansen dan Mowen (2001) menjelaskan bahwa laba bersih dapat diketahui pada laporan laba-rugi yaitu dengan membandingkan pendapatan yang diterima dan biaya-biaya. Laba bersih sangat penting bagi para pelaku usaha karena akan menentukan kemajuan usaha untuk kedepannya.

### **Inovasi (*Innovation*)**

Inovasi merupakan elemen penting untuk bisnis dapat tumbuh dan berkembang, terutama dalam pasar yang kompetitif saat ini. Oleh karena itu perusahaan besar seperti Volkswagen, Samsung, Intel, dan Microsoft mengeluarkan uang dari pendapatan mereka sebesar (5,2%, 6,4%, 20,1% & 13,4% masing-masing) dalam penelitian dan pengembangan untuk memunculkan ide-ide baru yang diharapkan dapat mendukung pertumbuhan industri dan memenuhi keinginan konsumen (Illmeyer, Grosch, Kittler & Priess, 2017). Menurut Hadiyati (2011) inovasi adalah keterampilan dalam melakukan sesuatu yang

berbeda dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang. Banyak sekali perbedaan dari definisi inovasi, tetapi terdapat karakteristik umum yang berulang dari definisi ini, yaitu: (1) Inovasi mencakup perubahan, (2) Perubahan harus memperkenalkan perbaikan, (3) Perubahan harus membuat nilai tambah bagi pengguna, (4) Inovasi lebih dari sekedar pengenalan ide ke dalam pelaksanaan dan realisasi nilai tambah (Haddad, Williams, Hammoud & Dwyer, 2019). The Oslo Manual dalam OECD (2005) mengklasifikasikan inovasi kedalam empat jenis, yaitu: (1) Inovasi Produk, (2) Inovasi Proses, (3) Inovasi Pemasaran dan (4) Inovasi Organisasional (Karabulut, 2015).

### **Inovasi Produk (*Product Innovation*)**

Menurut The Oslo Manual, inovasi produk didefinisikan sebagai pembuatan barang maupun jasa dalam bentuk yang baru atau meningkatkan maupun melakukan perubahan dari produk yang sudah ada sehubungan dengan tujuan penggunaan (OECD, 2005). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kahn (2018) terdapat tujuh bentuk inovasi produk yang diakui, yaitu pengurangan biaya, perbaikan produk, memperluas lini produk, pasar baru, penggunaan baru, kategori baru dan pengenalan produk baru dunia. Inovasi produk sangat mudah dikenali oleh stakeholders suatu perusahaan, selain itu inovasi produk biasanya memerlukan penelitian berkelanjutan dan pengembangan untuk bisa bersaing di pasar (Karabulut, 2015).

Penelitian yang dilakukan Bigliardi (2013) menjelaskan bahwa inovasi merupakan komponen kunci untuk menuju kesuksesan dan faktor yang paling relevan terhadap lingkungan yang dinamis dan bergejolak. Dengan adanya *Coronavirus*, pelaku UMKM harus menyesuaikan produk yang ditawarkannya agar sesuai dengan kebutuhan para konsumen seperti melakukan inovasi produk baru, menggunakan bahan baku yang baru dan juga melakukan inovasi terhadap produk yang sudah ada. Menurut Kotler (1987) ada tiga cara untuk menghasilkan produk yang inovatif, yaitu dengan mengembangkan atribut produk baru, mengembangkan beragam mutu dan mengembangkan model dan ukuran produk atau yang disebut dengan profilerasi produk dalam (Soleh, 2008).

### **Inovasi Proses (*Process Innovation*)**

Inovasi proses merupakan salah satu cara untuk meningkatkan efisiensi organisasi, biasanya dilakukan dengan menerapkan teknologi dan mesin yang baru, pelatihan karyawan dan membuat ulang inovasi proses (Karabulut, 2015). Inovasi proses adalah implementasi yang baru atau peningkatan produksi yang signifikan maupun saat didistribusikan, selain itu inovasi proses dapat menurunkan biaya produksi perunit atau biaya pengiriman untuk meningkatkan kualitas yang biasanya bisa berupa menggunakan teknologi baru, membeli peralatan-peralatan baru, melakukan pelatihan terhadap karyawan dan reorganisasi untuk menciptakan inovasi proses.

Menurut Leonard-Barton (1991) Inovasi proses terjadi saat produk akan dibuat dan dalam proses pengiriman, juga inovasi berfokus pada sistem proses yang baru, menggunakan teknologi dan mesin baru maupun mengembangkan kemampuan orang-orang di dalam perusahaan dengan tujuan untuk

efisiensi biaya dan meningkatkan produktivitas perusahaan serta permintaan yang dijelaskan dalam penelitian (Soleh, 2008). Selama masa pandemi COVID-19 maka para pelaku UMKM harus tepat dalam pengelolaan keuangannya, inovasi proses merupakan salah satu cara yang bisa digunakan UMKM meminimalisir pengeluaran dengan tujuan untuk tetap dapat meningkatkan kinerja keuangan selama masa pandemi COVID-19.

### **Inovasi Pemasaran (*Marketing Innovation*)**

Inovasi pemasaran adalah implementasi metode pemasaran baru yang melibatkan perubahan dalam desain atau kemasan produk, penempatan produk, promosi produk dan penetapan harga (OECD, 2005). Inovasi pemasaran lebih mudah dari jenis inovasi yang lainnya, dengan inovasi pemasaran diharapkan perusahaan dapat memperluas jangkauan pasarnya juga meningkatkan kinerja keuangan (Karabulut, 2015). Inovasi pemasaran dilakukan dengan tujuan untuk terhubung dengan kebiasaan-kebiasaan konsumen pada level yang baru dan berbeda dari sebelumnya (Kahn, 2018).

Berdasarkan hasil survei Badan Pusat Statistik (2020) menyatakan bahwa 56% responden mengalami peningkatan pengeluaran dan 31% responden mengalami peningkatan aktivitas belanja online, hal ini dikarenakan perubahan aktivitas masyarakat yang lebih banyak melakukan kegiatan di dalam rumah dan adanya kebijakan pemerintah yang membatasi mobilitas masyarakat. Maka dari itu, hal ini harus dipertimbangkan oleh para pelaku UMKM untuk melakukan inovasi pemasaran yang berbeda sebelum adanya pandemi *Coronavirus* untuk tetap bertahan dan juga dapat meningkatkan kinerja keuangan usahanya. Menurut Shaukat, Nawaz & Naz (2013) bahwa inovasi pemasaran mempunyai peran penting dalam keberhasilan perusahaan terhadap kinerja usahanya, selain itu inovasi pemasaran bertujuan sebagai cara untuk mengumpulkan informasi pelanggan dalam rangka memuaskan keinginan pelanggan dan diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangannya.

### **Inovasi Organisasi (*Organizational Innovation*)**

Inovasi Organisasional memperluas kemampuan dan visi perusahaan, meningkatkan kepuasan karyawan dan prospek untuk transformasi organisasi (Karabulut, 2015). The Oslo Manual mendefinisikan organisasi sebagai implementasi metode baru dalam usaha organisasi ataupun hubungan eksternal seperti perubahan terhadap metode untuk mengelola, mengkoordinasi dan mengawasi pegawai (OECD, 2005). Pedoman Oslo juga mengakui bahwa inovasi organisasi merupakan langkah keputusan manajerial dalam meningkatkan kinerja organisasi dengan mengurangi biaya administrasi, biaya transaksi dan biaya persediaan.

Didalam lingkungan yang dinamis dan semakin maju maka inovasi organisasi memiliki peran penting dalam usaha yaitu untuk mengatasi perubahan yang ada seperti struktur organisasi, bentuk manajemen baru dan lingkungan pekerjaan (Kahn, 2018). Penelitian yang dilakukan Hartati (2013) menjelaskan bahwa para UMKM masih kurang memiliki pengetahuan terhadap teknologi, quality control dan sumber daya manusia yang masih rendah kualitasnya. Selama adanya *Coronavirus* ini pelaku UMKM

memerlukan pengetahuan baru untuk menerapkan inovasi organisasi dengan tujuan bisa mengembangkan usahanya dan yang akan berdampak pada kinerja keuangan usahanya. Inovasi organisasi bisa berupa melakukan praktik intranet, pelatihan database dan lain-lain untuk meningkatkan keterampilan dan juga melakukan outsourcing seperti penjualan, rekrutment, teknologi pendukung dan konsultasi yang baru (Karabulut, 2015).

### **Praktek Manajemen Keuangan**

Manajemen keuangan adalah seluruh aktivitas keuangan yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan dan pengelolaan aktiva yang bertujuan untuk memperoleh pendapatan dengan meminimalkan biaya dan memaksimalkan nilai perusahaan (Suindari & Juniariani, 2020). Jika dilihat dari perspektif keuangan, pengelolaan keuangan sangat diperlukan dari bagaimana sebuah unit usaha mencari sumber dana dan bagaimana mengalokasikan dana tersebut dengan efisien yang akan meningkatkan nilai usahanya serta dapat mensejahterakan pemiliknya (Wahyudiati & Isroah, 2018).

Pengelolaan keuangan secara konseptual merujuk pada konsep manajemen keuangan. Dalam penelitiannya yang dilakukan (Birawani, 2015) variabel yang digunakan untuk mengetahui faktor pengelolaan keuangan adalah pencatatan keuangan, anggaran dan keterampilan keuangan lainnya. Manajemen keuangan adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan keuangan organisasi yang mana kegiatannya berupa planning, analisis dan pengendalian keuangan. Selain itu manajemen keuangan bisa didefinisikan sebagai segala kegiatan untuk mendapatkan dana, penggunaan dana dan pengalokasian dana dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan (Hartati, 2013).

Analisis mengenai manajemen keuangan dapat dilihat dari empat hal utama, yaitu (1) Perencanaan Keuangan adalah bagaimana para pengelola keuangan menemukan cara terbaik dan sebagai dasar untuk mencapai tujuan perusahaan. (2) Pencatatan Keuangan adalah bentuk pencatatan transaksi keuangan dengan melakukan rekam keuangan sehingga pemasukan dan pengeluaran keuangan akan semakin jelas. (3) Pelaporan Keuangan adalah memberikan penilaian dari pelaksanaan kegiatan keuangan kepada pihak yang berkepentingan untuk memperoleh informasi mengenai kesehatan keuangan dan (4) Pengendalian Keuangan adalah bagaimana mengendalikan keuangan untuk mampu membiayai semua keperluan usaha dengan tujuan mendapatkan keuntungan (Wardi, Liviawati & Wiyati, 2018).

Selama adanya pandemi COVID-19 membuat pemerintah menerapkan beberapa-beberapa macam kebijakan seperti Pembatasan Skala Besar (PSBB) dan tatanan kehidupan normal baru (*New Normal*). Kebijakan tersebut tentunya mempengaruhi aktivitas masyarakat dan menurunnya daya beli konsumen terhadap berbagai jenis usaha bisnis pelaku UMKM. Penelitian yang dilakukan Sunardi, Lesmana, Kartono, Rudy dan Hasbiyah (2020) menjelaskan bahwa untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM dengan tujuan mengembangkan usahanya dan mendapatkan omset usaha yang stabil selama masa pandemi COVID-19 maka diperlukan manajemen keuangan yang baik.

Dengan adanya manajemen keuangan yang baik oleh para pelaku UMKM maka akan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM khususnya kinerja keuangannya (Suindari & Juniariani, 2020).

### **Pengembangan Hipotesa**

Berdasarkan hasil dari penelitian (Suindari & Juniariani, 2020) bahwa pengelolaan keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM, apabila UMKM semakin baik dalam pengelolaan keuangannya maka kinerja usahanya akan meningkat. Manajemen dan pengendalian keuangan memainkan peran penting dalam keseluruhan kinerja bisnis, selain itu signifikansi manajemen keuangan dinilai sehubungan dengan inovasi (Illmeyer, Grosch, Kittler & Priess, 2017). Tidak jauh berbeda dari penelitian-penelitian lain, hasil dari penelitian (Wardi, Liviawati & Wiyati, 2018) bahwa penerapan pengelolaan keuangan oleh UMKM masih sangat kurang baik dalam hal penggunaan anggaran, pencatatan, pelaporan dan pengendalian, kondisi ini menyebabkan kelangsungan usaha tidak terjamin. Pengelolaan keuangan yang baik memiliki pengaruh positif pada kinerja keuangan dan akan menghasilkan kinerja perusahaan yang baik (Suindari & Juniariani, 2020).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Bigliardi (2013) bahwa apabila level inovasi diikan maka sejalan dengan kinerja keuangannya yang meningkat, khususnya pada pengembangan inovasi untuk konsumen dan pengembangan untuk membedakan dari kompetitor. Temuan yang dihasilkan dari pengujian hipotesis penelitian yang dilakukan Karabulut (2015) menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian tersebut berbeda dari penelitian yang dilakukan Krisdanti & Rodhiyah (2016) bahwa kreativitas dan inovasi tidak berpengaruh pada kinerja UMKM.

Inovasi proses dilakukan dengan tujuan yaitu meningkatkan efisiensi organisasi, terutama saat adanya pandemi COVID-19. Dalam penelitian Olson et al (1995) menjelaskan bahwa perusahaan melakukan inovasi proses dengan tujuan untuk menurunkan biaya produksi, jika biaya produksi menurun hal ini akan meningkatkan profit (Shaukat, Nawaz & Naz, 2013). Menurut penelitian yang dilakukan Karabulut (2015) didapatkan hasil bahwa inovasi proses memiliki pengaruh positif bagi kinerja keuangan perusahaan. Selain itu Shaukat, Nawaz & Naz (2013) mendapatkan bahwa inovasi proses di perusahaan manufaktur memberikan dampak yang signifikan terhadap produktifitas organisasi.

Inovasi pemasaran merupakan implementasi metode pemasaran baru di dalam perusahaan. Menurut Shaukat, Nawaz & Naz (2013) bahwa inovasi pemasaran mempunyai peran penting dalam keberhasilan perusahaan dan inovasi pemasaran sebagai cara untuk mengumpulkan informasi pelanggan. Karabulut (2015) mendapatkan hasil bahwa inovasi pemasaran memiliki pengaruh positif bagi kinerja keuangan, kinerja pelanggan dan kinerja proses bisnis internal perusahaan, tetapi memiliki dampak negatif pada pembelajaran dan kinerja pertumbuhan perusahaan.

Inovasi organisasi adalah penerapan dari teknik organisasi yang baru di dalam perusahaan. Inovasi organisasi dapat menciptakan waktu dan manfaat ekonomi dengan memfasilitasi kerja sama fungsi

bisnis dan perusahaan mengubah pendekatan mereka untuk berorganisasi dengan tujuan untuk memuaskan pelanggan dan dapat bersaing dengan kompetitornya (Shaukat, Nawaz & Naz, 2013). Karabulut (2015) mendapatkan bahwa inovasi organisasi mempunyai dampak positif terhadap kinerja keuangan organisasi.

Berdasarkan uraian landasan teori dan penelitian terdahulu pada sub bab sebelum maka dapat dirumuskan beberapa hipotesa yang akan diujikan dalam penelitian ini adalah :

H1 : Diduga Praktek Manajemen Keuangan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama masa pandemi COVID-19 di Kota Depok

H2 : Diduga Inovasi Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama masa pandemi COVID-19 di Kota Depok

H3 : Diduga Inovasi Proses Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama masa pandemi COVID-19 di Kota Depok

H4 : Diduga Inovasi Pemasaran Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama masa pandemi COVID-19 di Kota Depok

H5 : Diduga Inovasi Organisasi Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama masa pandemi COVID-19 di Kota Depok

## **Metode Riset**

### **Desain penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh Kemampuan Mengelola Keuangan dan Inovasi Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah Selama Masa Pandemi COVID-19 di Kota Depok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory research*. Menurut Sugiyono penelitian eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan mengenai hubungan variabel independen dan dependen (Hadiyati, 2011). Horizon waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah *study cross-sectional*, karena penelitian ini mengumpulkan data dalam satu waktu yaitu selama tahun 2020.

### **Populasi dan Sampel**

#### **Populasi**

Populasi dari penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Depok yang berjumlah sekitar 2.385 (Beritasatu, 2020). Populasi adalah obyek atau subyek yang memiliki karakteristik tertentu akan dianalisis oleh peneliti dan akan ditarik kerimpulannya (Sugiyono, 2011).

## Sampel

Sampel yaitu beberapa subyek populasi yang akan diteliti dan jumlah karakteristik dari populasi penelitian. Sampel diambil apabila pada populasi ada keterbatasan dari populasi tersebut, seperti keterbatasan dana dan waktu (Sugiyono, 2010). Peneliti menetapkan ukuran sampel berdasarkan Rumus Slovin dikarenakan jumlah sampel yang sudah diketahui dengan taraf kesalahan 10%. Maka dapat didapatkan hasil perhitungan sebanyak 96 responden dengan menambahkan 4 responden untuk menghindari *error*. Jadi total responden berjumlah 100 orang dengan respondennya adalah pelaku UMKM di Kota Depok.

## Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

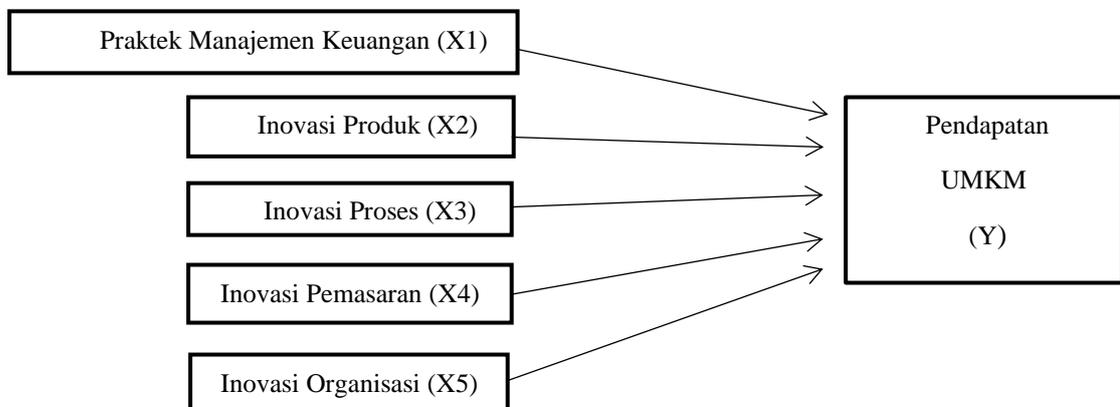
**Tabel 2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator Pertanyaan	Skala Pengukuran
1	Praktek Manajemen Keuangan (X1)	Pengelolaan keuangan adalah seluruh aktivitas keuangan yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan dan pengelolaan aktiva yang bertujuan untuk memperoleh laba bersih organisasi dengan meminimalisir biaya dan memaksimalkan nilai perusahaan. (Ni Made Suindari & Ni Made Rai Juniariani, 2020) dan (Wardi, Liviawati & Wiyati, 2018)	1. Perencanaan Keuangan 2. Pencatatan Keuangan 3. Pelaporan Keuangan 4. Pengendalian Keuangan	Ordinal
2	Inovasi Produk (X2)	Inovasi produk didefinisikan sebagai pembuatan barang maupun jasa dalam bentuk yang baru atau meningkatkan maupun melakukan perubahan dari produk yang sudah ada sehubungan dengan tujuan penggunaan. (Karabulut AT, 2015) (Kahn, 2018) (Bockova N; Zizlavsky O, 2016)	1. Peluncuran produk baru 2. Penggunaan bahan baku baru 3. Melakukan inovasi pada produk yang sudah ada 4. Memiliki produk yang memiliki paten	Ordinal
3	Inovasi Proses (X3)	Inovasi proses adalah implementasi yang baru atau peningkatan produksi yang signifikan maupun saat didistribusikan. (Karabulut AT, 2015) (Kahn, 2018) (Bockova N; Zizlavsky O, 2016)	1. Perubahan metode produksi 2. Penggunaan komputer atau software tertentu untuk mempercepat proses produksi 3. Kontrol biaya selama proses produksi 4. Pencatatan waktu yang dibutuhkan dari proses produksi sampai pengiriman produk pada konsumen	Ordinal
4	Inovasi Pemasaran (X4)	Inovasi pemasaran adalah implementasi metode pemasaran baru yang melibatkan perubahan dalam desain atau kemasaran poduk, penempatan produk, promosi produk dan penetapan harga. (Karabulut AT, 2015) (Kahn, 2018)	1. Perubahan dalam kemasan, desain atau harga 2. Survey konsumen untuk mengetahui penggunaan lain dari produk selain fungsi utamanya	Ordinal

		(Bockova N; Zizlavsky O, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Metode baru dalam promosi</li> <li>4. Perbedaan metode pemasaran sekarang dengan yang dulu</li> <li>5. Informasi mengenai atribut, penggunaan dan harga dari produk dapat dilihat di web site</li> </ol>	
5	Inovasi Organisasi (X5)	<p>Inovasi Organisasional sebagai implemementasi metode baru dalam usaha organisasi ataupun hubungan eksternal seperti perubahan terhadap metode untuk mengelola, mengkoordinasi dan mengawasi pegawai.</p> <p>(Karabulut AT, 2015) (Kahn, 2018) (Bockova N; Zizlavsky O, 2016)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat intranet, pelatihan database dan lain-lain untuk meningkatkan keterampilan</li> <li>2. Outsourcing (penjualan, rekrutmen, teknologi pendukung, konsultasi) yang baru</li> <li>3. Kerjasama dari bidang-bidang fungsi dalam perusahaan memberikan manfaat waktu dan biaya</li> </ol>	Ordinal
5	Kinerja Keuangan (Y)	<p>Kinerja keuangan adalah keberhasilan dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan usaha dilihat dari perspektif keuangannya.</p> <p>(Bigliardi, 2013)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Laba Bersih</li> </ol>	Ordinal

**Kerangka Pemikiran**

**Gambar 1  
Model Penelitian**



**Analisis Data**

Jadi total responden berjumlah 100 orang dengan respondennya adalah pelaku UMKM di Kota Depok. Data berfungsi untuk alat pembuktian hipotesis. Setelah semua data terkumpul, selanjutnya yaitu menganalisis data. Analisis data yang pertama yaitu melakukan analisis deskriptif statistik, setelah itu menguji kuesioner penelitian (validitas dan reliabilitas) dan analisis regresi. Data tersebut dianalisis menggunakan IBM SPSS versi 25 dan Microsoft Excel 2010.

**Hasil dan Analisis**

**Karakteristik Responden**

Jumlah kuesioner yang telah terkumpul adalah 100 responden. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dianalisa bahwa dari 100 UMKM yang ada di Kota Depok 52% perempuan dan 48% laki-laki. Jika dilihat dari karakteristik responden berdasarkan usia, dapat dianalisa bahwa 31% responden berusia 41-50 tahun, 30% berusia 31-40 tahun, 22% berusia 20-30 tahun, 17% berusia >50 dan tidak didapatkan responden berumur <20 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan tahun berdiri yang terbanyak yaitu rentang tahun 2011-2019 sebanyak 68%, tahun 2000-2010 sebanyak 26% dan tahun 1982-1999 sebanyak 6%. Sementara itu karakteristik responden berdasarkan klasifikasi usaha didominasi oleh usaha mikro sebesar 66%, usaha kecil sebesar 27% dan usaha menengah sebesar 7%. Kemudian jika dilihat dari jenis usanya dari 100 UMKM yang ada di Kota Depok didapatkan 10% berjenis usaha craft, 9% berjenis usaha fashion, 9% berjenis usaha furniture, 5% berjenis usaha industri rumahan, 1% berjenis usaha jasa bordir, 3% berjenis usaha jasa sablon, 2% berjenis usaha jasa salon, 11% berjenis usaha konveksi, 17% berjenis usaha kuliner, 22% berjenis usaha makanan, 6% berjenis usaha minuman dan 5% memiliki jenis usaha tailor. Selanjutnya karakteristik berdasarkan bagian usaha didominasi oleh usaha dagang yaitu sebanyak 73%, juga usaha jasa sebanyak 22% dan usaha pengolahan sebanyak 5%.

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden**

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	48	48%
	Perempuan	52	52%
Usia	< 20 Tahun	0	0
	21-30 Tahun	22	22%
	31-40 Tahun	30	30%
	41-50 Tahun	31	31%
	> 50 Tahun	17	17%
Tahun Berdiri	1982-1999	6	6%
	2000-2010	26	26%
	2011-2019	68	68%
Klasifikasi Usaha	Mikro	66	66%
	Kecil	27	27%
	Menengah	7	7%
Jenis Usaha	Craft	10	10%
	Fashion	9	9%
	Furniture	9	9%
	Industri Rumahan	5	5%
	Jasa Bordir	1	1%
	Jasa Sablon	3	3%
	Jasa Salon	2	2%
	Konveksi	11	11%
	Kuliner	17	17%
	Makanan	22	22%

Bagian Usaha	Minuman	6	6%
	Tailor	5	5%
	Dagang	73	73%
	Jasa	22	22%
	Pengolahan	5	5%

Sumber: Data diolah, 2021

### Uji Validitas

Uji validitas (keabsahan) kuesioner digunakan untuk mengukur apakah kuesioner sebagai instrumen alat ukur sudah valid. Test of Validity (uji keabsahan) dilakukan dengan menggunakan software IBM SPSS versi 25, semakin tinggi nilainya maka semakin valid juga instrumen alat ukurnya. Valid atau tidaknya instrumen berdasarkan pada nilai r hitung dan r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid, sedangkan jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka instrumen tersebut tidak valid. Degree of freedom (df)=n-2, dengan signifikansi 5% atau  $\alpha = 0,05\%$ . Jumlah item yang diuji adalah 38 item soal, yang dikelompokkan menjadi 1 bagian dependen yaitu kinerja keuangan UMKM dan 5 bagian variabel independen yaitu praktek manajemen keuangan, inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi.

Setelah dilakukan uji validitas didapatkan bahwa seluruh instrumen pernyataan variabel praktek manajemen keuangan, inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi dinyatakan valid setelah hasil pengolahan data menggunakan software SPSS. Instrumen dinyatakan valid karena nilai dari r hitung lebih besar dari r tabel yaitu sebesar 0,1966.

### Uji Reliabilitas

Test of Reliability (uji kehandalan) digunakan untuk menguji apakah instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat ukur. Menurut Joko Widiyanto (2010) pengambilan keputusan uji kehandalan ini menggunakan metode Cronbach's Alpha, apabila nilai Cronbach's Alpha > r tabel maka dikatakan bahwa item kuesioner reliabel. Sebaliknya apabila angka yang didapatkan < r tabel maka harus ditinjau kembali karena alat ukur tersebut tidak reliabel. Berikut merupakan hasil dari pengujian reliabilitas instrumen:

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	r tabel (5%)	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Praktek Manajemen Keuangan	0,1966	0,794	Reliabel
2	Inovasi Produk	0,1966	0,576	Reliabel
3	Inovasi Proses	0,1966	0,586	Reliabel
4	Inovasi Pemasaran	0,1966	0,566	Reliabel
5	Inovasi Organisasi	0,1966	0,625	Reliabel
6	Kinerja Keuangan	0,1966	0,665	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2021

### Analisa Regresi Linear

#### Persamaan Analisa Regresi Linear

Metode ini adalah analisis untuk melihat pengaruh variabel independen yaitu praktek manajemen keuangan, inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi. Selain itu metode analisis ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel dependen yaitu kinerja keuangan UMKM yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik. Setelah dilakukan uji asumsi klasik, semua persyaratan sudah telah dipenuhi. Langkah selanjutnya yaitu melakukan uji regresi, hasil analisis dari persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = -0,092 + 0,020X_1 + 0,069X_2 + 0,001X_3 - 0,004X_4 - 0,028X_5 + e$$

Keterangan:

Y= Kinerja Keuangan

X5 = Inovasi Organisasi

X1= Praktek Manajemen Keuangan

b = Koefisien Regresi

X2 = Inovasi Produk

e = Error

X3 = Inovasi Proses

a = Konstanta

X4 = Inovasi Pemasaran

### Uji Hipotesis

#### Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi atau *R square* digunakan untuk melihat ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Semakin dekat hasil *R square* dengan angka 1 maka semakin besar variasi variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R Square
1	0,392

Sumber: Data diolah, 2021

Pada tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa nilai *R square* sebesar 0,392 atau sebesar 39,2%. Dengan demikian pengaruh dari variabel praktek manajemen keuangan, inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama masa pandemi COVID-19 adalah sebesar 39,2% sedangkan 60,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

### Uji T

Uji T digunakan untuk melihat signifikansi dari variabel *independent* (X) secara parsial (masing-masing) berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (Y). Hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 6**  
**Hasil Uji T**

Hyp	Variabel Independen	Variabel Dependen	t	Sig	Hasil
H1	Praktek Manajemen Keuangan	Kinerja Keuangan	2,732	0,008	Diterima
H2	Inovasi Produk	Kinerja Keuangan	2,178	0,032	Diterima
H3	Inovasi Proses	Kinerja Keuangan	0,20	0,984	Ditolak
H4	Inovasi Pemasaran	Kinerja Keuangan	-0,172	0,864	Ditolak
H5	Inovasi Organisasi	Kinerja Keuangan	-0,742	0,460	Ditolak

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.24 diatas dapat disimpulkan bahwa, hipotesa Uji T yang diterima hanya H1 dan H2 yaitu variabel praktek manajemen keuangan dan variabel inovasi produk. Dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Hipotesis H1 diterima, karena hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi dibawah nilai alpha ( $0,008 < 0,05$ ). Artinya variabel praktek manajemen keuangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM selama masa pandemi COVID-19.

2. Hipotesis H2 diterima, karena hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi dibawah nilai alpha ( $0,032 < 0,05$ ). Artinya variabel inovasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM selama masa pandemi COVID-19.
3. Hipotesis H3 ditolak, karena hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi dibawah nilai alpha ( $0,984 > 0,05$ ). Artinya inovasi proses secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM selama masa pandemi COVID-19.
4. Hipotesis H4 ditolak, karena hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi dibawah nilai alpha ( $0,864 > 0,05$ ). Artinya inovasi proses secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM selama masa pandemi COVID-19.
5. Hipotesis H5 ditolak, karena hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi dibawah nilai alpha ( $0,460 > 0,05$ ). Artinya inovasi proses secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM selama masa pandemi COVID-19.

### Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* (X) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (Y). Hasil uji f dapat dilihat pada tabel dibawah :

**Tabel 7**  
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	F	Sig
1	12,146	0,000 <sup>b</sup>

*Sumber: Data diolah, 2021*

Pada tabel 7 diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung pada tabel yaitu sebesar 12,146 dan sig. 0,000 dengan nilai alpha 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel praktek manajemen keuangan (X1), inovasi produk (X2), inovasi proses (X3), inovasi pemasaran (X4) dan inovasi organisasi (X5) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh pada Kinerja Keuangan UMKM selama masa pandemi COVID-19 di Kota Depok.

### Pembahasan

#### **Pengaruh Praktek Manajemen Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM Selama Masa Pandemi COVID-19**

Setelah dilakukan uji asumsi klasik dengan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas dan telah memenuhi persyaratan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil uji t dengan nilai signifikansi dibawah nilai alpha ( $0,008 < 0,05$ ) maka dari itu dapat disimpulkan bahwa praktek manajemen keuangan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan UMKM selama pandemi COVID-19. Dengan itu H1 yaitu diduga praktek manajemen keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama masa pandemi COVID-19 di Kota Depok diterima.

Penelitian yang dilakukan Sunardi, Lesmana, Kartono, Rudy dan Hasbiyah (2020) menjelaskan bahwa untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM dengan tujuan mengembangkan usahanya dan mendapatkan omset usaha yang stabil selama masa pandemi COVID-19 maka diperlukan manajemen keuangan yang baik. Apabila para pelaku UMKM maka hal tersebut maka akan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM khususnya kinerja keuangannya (Suindari & Juniariani, 2020). Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM harus bertahan selama pandemi COVID-19, maka para pelaku UMKM juga perlu cermat dalam mengelola keuangan dan melakukan pengeluaran secara efisien dengan harapan memaksimalkan kinerja keuangan usaha.

#### **Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Keuangan UMKM Selama Masa Pandemi COVID-19**

Setelah dilakukan uji asumsi klasik dengan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas dan telah memenuhi persyaratan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil uji t untuk variabel inovasi produk mendapatkan nilai signifikansi dibawah nilai alpha ( $0,032 < 0,05$ ) maka dari itu dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja keuangan UMKM selama pandemi COVID-19. Dengan itu H2 yaitu diduga inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama masa pandemi COVID-19 di Kota Depok diterima.

Inovasi produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dikarenakan menurut penelitian yang dilakukan Bigliardi (2013) menjelaskan bahwa inovasi merupakan komponen kunci untuk menuju kesuksesan dan faktor yang paling relevan terhadap lingkungan yang dinamis dan bergejolak. Dengan adanya *Coronavirus*, pelaku UMKM di Kota Depok menyesuaikan produk yang ditawarkannya agar sesuai dengan kebutuhan para konsumen seperti melakukan inovasi produk baru, menggunakan bahan baku yang baru dan juga melakukan inovasi terhadap produk yang sudah ada.

### **Pengaruh Inovasi Proses terhadap Kinerja Keuangan UMKM Selama Masa Pandemi COVID-19**

Setelah dilakukan uji asumsi klasik dengan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas dan telah memenuhi persyaratan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil uji t untuk variabel inovasi proses mendapatkan nilai signifikansi lebih besar nilai alpha ( $0,984 < 0,05$ ) maka dari itu dapat disimpulkan bahwa inovasi proses tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kinerja keuangan UMKM selama pandemi COVID-19. Dengan itu H3 yaitu diduga inovasi proses berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama masa pandemi COVID-19 di Kota Depok ditolak.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang telah dilakukan Karabulut (2015) bahwa semua level inovasi yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan bisnis. Perbedaan hasil yang didapatkan tersebut dikarenakan selama masa pandemi COVID-19 terjadinya kenaikan harga bahan baku yang mengakibatkan Kinerja Keuangan para UMKM menurun karena tidak bisa menaikkan harga yang ditawarkan karena permintaan produk yang lebih sedikit dari sebelum adanya pandemi COVID-19. Selain itu juga sedikitnya pelaku UMKM yang melakukan perubahan dalam metode produksi dengan menggunakan komputer maupun *software* tertentu untuk mempercepat proses produksi karena hal tersebut membutuhkan biaya yang lebih sedangkan para pelaku UMKM lebih fokus untuk bertahan selama adanya pandemi COVID-19.

### **Pengaruh Inovasi Pemasaran terhadap Kinerja Keuangan UMKM Selama Masa Pandemi COVID-19**

Setelah dilakukan uji asumsi klasik dengan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas dan telah memenuhi persyaratan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil uji t untuk variabel inovasi pemasaran mendapatkan nilai signifikansi lebih besar nilai alpha ( $0,864 < 0,05$ ) maka dari itu dapat disimpulkan bahwa inovasi pemasaran tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kinerja keuangan UMKM selama pandemi COVID-19. Dengan itu H4 yaitu diduga inovasi pemasaran berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama masa pandemi COVID-19 di Kota Depok ditolak.

Pengaruh yang negatif dan tidak signifikan didapatkan tersebut dikarenakan mayoritas pelaku UMKM di Kota Depok masih menggunakan pemasaran yang konvensional dan belum memasarkan produknya dengan media sosial maupun memanfaatkan *e-commerce* sebagai pemasarannya. Selain itu para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Depok selama masa pandemi COVID-19 tidak melakukan perubahan dalam kemasan, desain, harga maupun metode pemasaran. Hal tersebut

dikarenakan kurangnya pengetahuan mengenai pemasaran khususnya *digitalisasi marketing*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Hartati (2013) menjelaskan bahwa para UMKM masih kurang memiliki pengetahuan terhadap teknologi, *quality control* dan sumber daya manusia yang masih rendah kualitasnya.

### **Pengaruh Inovasi Organisasi terhadap Kinerja Keuangan UMKM Selama Masa Pandemi COVID-19**

Setelah dilakukan uji asumsi klasik dengan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas dan telah memenuhi persyaratan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini mendapatkan hasil uji t untuk variabel inovasi organisasi mendapatkan nilai signifikansi lebih besar nilai alpha ( $0,460 < 0,05$ ) maka dari itu dapat disimpulkan bahwa inovasi organisasi tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kinerja keuangan UMKM selama pandemi COVID-19. Dengan itu H5 yaitu diduga inovasi organisasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) selama masa pandemi COVID-19 di Kota Depok ditolak.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang telah dilakukan Karabulut (2015) bahwa semua level inovasi yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan bisnis. Perbedaan hasil yang didapatkan dari hasil deskriptif terhadap semua item pertanyaan variabel inovasi organisasi yang diajukan maka dapat disimpulkan bahwa inovasi organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM selama masa pandemi COVID-19 yaitu karena para pelaku UMKM tidak fokus terhadap inovasi organisasi untuk melakukan pembekalan terhadap karyawan maupun melakukan outsourcing dalam bidang teknologi, konsultasi, rekrutment dan juga konsultasi. Hal tersebut terjadi karena para pelaku UMKM lebih fokus untuk bertahan selama masa pandemi COVID-19 dengan berfokus pada inovasi produk yang sesuai dengan kondisi saat ini.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa praktek manajemen keuangan dan inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Sementara itu inovasi proses memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Sedangkan inovasi pemasaran dan inovasi organisasi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM selama masa pandemi COVID-19 di Kota Depok.

Implikasi dari penelitian ini dapat digunakan oleh pihak-pihak yang membutuhkan hasil penelitian, yaitu ditujukan kepada pemerintah terutama Kementerian Koperasi dan UMKM dan pihak pemerintah terkait lainnya. Hasil dari penelitian ini dapat dilihat bahwa hampir seluruh usaha dari 100 usaha yang mengalami penurunan kinerja keuangan usaha selama pandemi COVID-19. Maka dari itu hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pemerintahan dalam mengambil keputusan terkait perkembangan UMKM. Selain itu implikasi dari penelitian ini juga ditujukan kepada para pelaku usaha yang mana diharapkan hasil dari penelitian ini bisa menjadi acuan untuk mengambil keputusan usahanya. Serta diharapkan para pelaku usaha mempertimbangkan praktek manajemen keuangan dan inovasi dalam usahanya untuk dapat terus berkembang meskipun ditengah pandemi COVID-19 saat ini.

Peneliti menyadari hasil penelitian ini tidak sempurna dan memiliki banyak keterbatasan. Keterbatasan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya untuk mendapatkan hasil yang lebih sempurna. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu peneliti hanya meneliti variabel praktek manajemen keuangan dan inovasi terhadap kinerja keuangan UMKM selama pandemi COVID-19, sedangkan masih terdapat variabel-variabel lain yang terkait dengan Kinerja Keuangan UMKM yang tidak diteliti pada penelitian ini seperti modal, literasi keuangan, strategi bisnis, digitalisasi produk dan berbagai variabel lainnya. Serta responden yang tidak terdistribusi dengan baik pada jenis usaha UMKM, penelitian ini hanya mendapatkan jenis usaha kuliner, makanan, minuman, konveksi, tailor, craft, industri rumahan, jasa salon, jasa sablon dan jasa bordir. Selain itu juga ruang lingkup yang relatif sempit yaitu hanya di Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di Kota Depok dan jumlah responden yang masih cenderung sedikit dibandingkan jumlah populasi yang ada.

Berdasarkan hasil kesimpulan, implikasi dan keterbatasan dalam penelitian, maka peneliti mempunyai beberapa saran dan masukan yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya, yaitu penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel-variabel lain yang terkait dengan kinerja keuangan UMKM untuk memperkuat hasil penelitian seperti variabel modal, literasi keuangan, strategi bisnis, digitalisasi produk dan berbagai variabel lainnya. Serta mendistribusikan jenis usaha yang termasuk kedalam UMKM lebih lengkap untuk mendapatkan hasil yang lebih handal dan akurat. Terakhir menambah ruang lingkup penelitian lebih luas seperti UMKM yang berada di Provinsi Jawa Barat dan menambah jumlah responden penelitian dengan tujuan untuk lebih mewakili keseluruhan populasi yang ada.

## **Daftar Pustaka**

- Andarsari, P. R., & Dura, J. (2018). Implementasi pencatatan keuangan pada usaha kecil dan menengah. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 12(1), 59-65.
- 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.
- Bigliardi, B. (2013). The effect of innovation on financial performance: A research study involving SMEs. *Innovation*, 15(2), 245-255.
- Birawani, D. A. (2015). Pengaruh Literasi Keuangan Pemilik Usaha terhadap Pengelolaan Keuangan Studi Kasus: UMKM Depok. *Journal of Financial*. Vol. 3 (Januari).
- Bockova, N., & Zizlavsky, O. (2016). Innovation and financial performance of a company: A study from czech manufacturing industry. *Transformations in Business & Economics*, 15(3).
- Gesmani, R. (2011). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja Keuangan usaha kecil di sektor perdagangan (kasus pada tiga pasar di kota nabire). *ISSN: 2337-3067. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Universitas Satya Wiyata Mandala, Nabire*.
- Haddad, M. I., Williams, I. A., Hammoud, M. S., & Dwyer, R. J. (2019). Strategies for implementing innovation in small and medium-sized enterprises. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*.
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 8-16.
- Hair, J. Jr., Bush, P., Ortinau, D. (2006) *Marketing Research: Within A Changing Information Environment (Mcgraw Hill/Irwin Series In Marketing) 3rd Edition*. 3rd edn. John E. Biernat.
- Handayani, M. T., & Artini, N. W. P. (2009). Kontribusi pendapatan ibu rumah tangga pembuat makanan olahan terhadap pendapatan keluarga. *Piramida*.
- Hansen, Don R., dan Maryanne M. Mowen. 2001. *Manajemen Biaya: Akuntansi dan Pengendalian*. Edisi Pertama. Buku Satu, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Hartati, S. (2013). Manajemen Keuangan untuk Usaha mikro, kecil dan menengah.
- Illmeyer, M., Grosch, D., Kittler, M., & Priess, P. (2017). The impact of financial management on innovation.
- Kahn, K. B. (2018) 'Understanding innovation', *Business Horizons*. 'Kelley School of Business, Indiana University', 61(3), pp. 453–460. doi: 10.1016/j.bushor.2018.01.011.
- Karabulut, A. T. (2015). Effects of innovation types on performance of manufacturing firms in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1355-1364.
- Khoirudin, R., & Setiaji, W. B. (2018). Analisis Determinan Kinerja Keuangan Usaha Industri Mikro Kecil Tahu Di Trunan, Tidar Selatan, Magelang Selatan Kota Magelang. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, 1(3), 1-14.
- Krisdanti, G., & Rodhiyah, R. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Ukm Pada Sektor Industri Pengolahan Makanan Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 60-71.
- Manual Oslo (2005) *Guidelines For Collecting And Interpreting Innovation Data*. Third. Paris: OECD Publishing. Available at: [https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual\\_9789264013100-en](https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual_9789264013100-en).
- Sari, R. N., & Setyawan, A. B. (2012). Persepsi pemilik dan pengetahuan akuntansi pelaku usaha kecil dan menengah atas penggunaan informasi akuntansi. In *Seminar Nasional UPI Bandung*.

*Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.*

- Setiawati, I., & Widyartati, P. (2017, May). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM. In *Proceedings* (Vol. 1, No. 1).
- Shaukat, S., Nawaz, M. S., & Naz, S. (2013). Effects of innovation types on firm performance: An empirical study on Pakistan's manufacturing sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 7(2), 243-262.
- Soleh, M. (2008). Analisis strategi inovasi dan dampaknya terhadap kinerja perusahaan (Studi kasus: UKM manufaktur di kota semarang) (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R. (2020). Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Strategi Pemasaran Dalam Mengukur Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 148-154.
- 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)
- Valerisha, A., & Putra, M. A. (2020). Pandemi Global COVID-19 dan Problematika Negara-Bangsa: Transparansi Data Sebagai Vaksin Socio-digital?. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 131-137.
- Vasconcelos, R., & Oliveria, M. (2018). Does innovation make a difference?. *Innovation & Management Review*.
- Wahyudiati, D., & Isroah, I. (2018). Pengaruh Aspek Keuangan Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Desa Kasongan. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(2).
- Wardi, J., Liviawati, L., & Wiyati, R. (2018). PKM: Akuntansi UMKM di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. *Prosiding Sembadha*, 1(1), 220-224.
- Widiyanto, J. (2010). SPSS For Windows untuk analisis data statistik dan penelitian. *Surakarta: BP-FKIP UMS*.