

PENGARUH MANAJEMEN KEUANGAN, PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM PADA KENDARIPRENEUR.

Muhammad Fauzi, Dr. Ir. Arif Haryana, M. Sc¹, Dr. Tina Rosa, MM., MSi., C. F. A. P.)²

Program Studi Administrasi Bisnis, Program Magister
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Respati Indonesia
Email: ib.mfauzi@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen keuangan, penggunaan media sosial, dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM pada Kendaripreneur. Usaha mikro di Kendari menghadapi berbagai tantangan, termasuk kurangnya akses terhadap modal, penguasaan teknologi digital yang rendah, dan kemampuan inovasi yang terbatas.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain kausal dengan subjek penelitian terdiri dari pelaku usaha mikro yang tergabung dalam komunitas Kendaripreneur, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 300 pelaku usaha, yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu untuk memastikan relevansi data yang diperoleh.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden, menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap dan persepsi terhadap variabel yang diteliti. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji hipotesis dan menentukan hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen keuangan memiliki pengaruh terbesar terhadap kinerja UMKM, diikuti oleh penggunaan media sosial dan inovasi produk. Pengelolaan keuangan yang baik membantu pengambilan keputusan yang tepat, sementara media sosial efektif memperluas pasar. Inovasi produk juga berkontribusi positif meski pengaruhnya lebih kecil. Ketiga faktor ini terbukti saling mendukung dalam meningkatkan kinerja UMKM setelah bergabung dengan Kendaripreneur.

Kata kunci: Manajemen Keuangan, Media Sosial, Inovasi Produk dan Kinerja Usaha Mikro

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of financial management, social media usage, and product innovation on the performance of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) under the Kendaripreneur community. Micro enterprises in Kendari face various challenges, including limited access to capital, low digital literacy, and constrained innovation capacity.

A quantitative research approach with a causal design was employed, involving micro business actors affiliated with Kendaripreneur as research subjects. The sample consisted of 300 entrepreneurs selected through purposive sampling based on specific criteria to ensure the relevance of the data.

Data were collected using questionnaires distributed to respondents, employing a Likert scale to measure attitudes and perceptions related to the studied variables. Data analysis was conducted using descriptive statistics and Structural Equation Modeling (SEM) to test hypotheses and examine the relationships between variables.

The findings indicate that financial management has the most significant impact on MSME performance, followed by social media usage and product innovation. Sound financial management supports accurate decision-making, while social media serves as an effective tool for market expansion. Although product innovation has a smaller effect, it still contributes positively. These three factors collectively enhance MSME performance, particularly after joining the Kendaripreneur program.

Keywords: financial management, social media, product innovation and micro business performance

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Menurut data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2025) diketahui bahwa Peran UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia diperlihatkan dari kontribusinya sebanyak lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hampir 97% tenaga kerja, dan sampai saat ini jumlah UMKM mencapai lebih dari 64 juta unit usaha.

Pertumbuhan pesat dari UMKM meliputi pula pada wilayah Kota Kendari, sebagai ibu kota Provinsi Sulawesi Tenggara, dengan potensi besar dalam pengembangan sektor UMKM di berbagai bidang.

Salah satu upaya pemerintah dalam mengatasi permasalahan UMKM yaitu dengan menghadirkan Kendaripreneur. Tujuannya yaitu sebagai solusi inovatif untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Kota Kendari (Piratnasari, 2021). Kendaripreneur yaitu program pengembangan usaha mikro di kota kendari. Kendaripreneur bertujuan untuk

memberdayakan pelaku UMKM agar dapat bersaing di pasar global dan berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.

Pengelolaan atau manajemen keuangan memainkan peran yang sangat penting dan konsisten dalam menentukan kinerja UMKM di berbagai wilayah. Seperti yang dijelaskan oleh (Dewi et al., 2022), perencanaan keuangan yang terstruktur, pencatatan keuangan yang rutin, serta pemisahan antara keuangan pribadi dan usaha terbukti secara signifikan meningkatkan kinerja UMKM.

Selain itu, integrasi teknologi digital terbukti semakin memperkuat manfaat dari manajemen keuangan. Adeliya et al. (2025) menunjukkan bahwa penggunaan alat seperti sistem akuntansi berbasis cloud dan sistem pembayaran digital mampu meningkatkan kecepatan dan akurasi dalam pengelolaan keuangan.

Fokus pada inovasi produk mendorong budaya perbaikan berkelanjutan dalam UMKM. Budaya ini mendorong karyawan untuk berpikir kreatif dan menyumbangkan ide, yang mengarah pada tenaga kerja yang lebih terlibat (Fitriani & Andriana, 2024). Penelitian Dewantoro et al. (2023) menunjukkan adanya korelasi positif antara inovasi produk dan kinerja keuangan

UMKM. Produk inovatif seringkali memiliki harga yang lebih tinggi dan dapat menghasilkan volume penjualan yang meningkat.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen keuangan, penggunaan media sosial, dan inovasi produk terhadap kinerja Kendaripreneur. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi peningkatan kinerja usaha mikro di wilayah Kendari.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1.1 Definisi usaha Mikro

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang dijalankan secara mandiri dan tidak tergolong sebagai anak perusahaan atau cabang dari perusahaan yang lebih besar (Diana et al., 2022). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM dikategorikan menjadi tiga kelompok: usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.

2.1.2 Definisi Kinerja Usaha Mikro

Kinerja usaha mikro adalah indikator penting dari efektivitas dalam mencapai tujuan bisnis dan mempertahankan pertumbuhan dalam lingkungan yang kompetitif (Adiki & Pramularso, 2023).

Kesimpulannya, kinerja usaha mikro adalah konsep multifaset yang mencakup dimensi keuangan dan non-keuangan. Kinerja usaha mikro dibentuk oleh faktor internal seperti orientasi kewirausahaan dan inovasi, serta pengaruh eksternal seperti akses ke modal dan dinamika pasar.

2.1.3 Karakteristik Kinerja Usaha Mikro

Usaha mikro didefinisikan sebagai bisnis yang memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara, khususnya di Indonesia. Usaha mikro dicirikan oleh ukurannya, yang ditentukan oleh jumlah karyawan dan jumlah modal yang diinvestasikan (Papulasih et al., 2024).

2.1.4 Indikator Kinerja Usaha Mikro

Lontchi et al. (2023) menyebutkan bahwa kinerja usaha mikro dapat diketahui berdasarkan beberapa indikator sebagai berikut:

1. Kinerja Operasional

Kinerja operasional mengacu pada efisiensi dan efektivitas operasi perusahaan dalam memproduksi barang atau jasa diantaranya

- Kemampuan untuk menurunkan biaya produksi per unit, yang meningkatkan profitabilitas.
- Penurunan tingkat cacat produk, yang menunjukkan kontrol kualitas dan proses produksi yang lebih baik.
- Memperpendek waktu yang dibutuhkan untuk siklus pengembangan produk baru, yang dapat mengarah pada masuknya produk ke pasar lebih cepat.
- Peningkatan fleksibilitas terkait perubahan desain produk dan fluktuasi produksi, memungkinkan usaha mikro untuk beradaptasi dengan permintaan pasar.
- Pengetahuan teknik dan teknologi modern untuk meningkatkan kinerja operasional, yang mengarah pada peningkatan produktivitas.

2. Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan mengukur kesehatan finansial dan profitabilitas suatu bisnis, mencerminkan kemampuannya untuk menghasilkan pendapatan dan mengelola pengeluaran.

- Peningkatan angka penjualan dalam periode tertentu, menunjukkan permintaan pasar dan ekspansi bisnis.
- Rasio laba operasi terhadap penjualan, yang menunjukkan seberapa efisien perusahaan mengelola operasi bisnis intinya.
- Ukuran profitabilitas dari investasi yang dilakukan oleh bisnis, dihitung sebagai persentase dari laba bersih relatif terhadap biaya investasi.
- Pengurangan biaya produksi dan logistik, yang berkontribusi pada margin keuntungan yang lebih tinggi dan stabilitas keuangan secara keseluruhan.
- Pengetahuan tentang berbagai opsi investasi dan risiko yang terkait, memungkinkan pengambilan keputusan investasi yang lebih baik.
- Memahami pentingnya menabung untuk kebutuhan masa depan dan tujuan keuangan jangka panjang, seperti pensiun atau pendidikan.

g. Keterampilan untuk mengelola dan membayar utang secara bertanggung jawab, menghindari utang berlebihan dan tekanan finansial.

2.2 Manajemen Keuangan

2.2.1 Pengertian Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan disiplin dasar dalam operasional bisnis yang mencakup perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian sumber daya keuangan secara sistematis untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Dewi et al. (2022), manajemen keuangan melibatkan serangkaian aktivitas terkoordinasi seperti perencanaan keuangan, pengelolaan dana, serta pengadministrasian aset dan kewajiban perusahaan.

2.2.2 Fungsi Manajemen Keuangan

Berdasarkan kajian pada beberapa jurnal terkait manajemen keuangan, dapat diketahui bahwa kegiatan tersebut memiliki fungsi diantaranya

1. Perencanaan Keuangan (*Financial Planning*)
Perencanaan keuangan merupakan langkah awal yang sangat penting dalam manajemen keuangan. Fungsi ini mencakup penyusunan anggaran, proyeksi arus kas, serta penentuan kebutuhan dan sumber pembiayaan.
2. Pencatatan dan Pelaporan Keuangan (*Financial Recording and Reporting*)
Pencatatan transaksi secara akurat dan pelaporan yang tepat waktu merupakan fondasi utama dari sistem keuangan yang sehat.
3. Pengendalian Keuangan (*Financial Control*)
Fungsi ini berkaitan dengan proses monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan anggaran dan penggunaan dana.
4. Pemisahan Keuangan Pribadi dan Usaha
Salah satu permasalahan klasik yang sering terjadi dalam UMKM adalah tercampurnya keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Dewi et al. (2022) menyebutkan bahwa pemisahan ini penting agar pemilik usaha dapat memperoleh gambaran yang objektif mengenai kondisi keuangan usaha, memudahkan proses audit, serta menjadi dasar pengambilan keputusan bisnis yang rasional.

2.2.4 Indikator Manajemen Keuangan

Herdiyanti et al. (2024) menyebutkan, indikator untuk mengukur manajemen keuangan dalam konteks UMKM dapat melalui beberapa indikator berikut:

1. Perencanaan Keuangan (*Financial Planning*)
Perencanaan keuangan merupakan indikator dasar dalam manajemen keuangan yang berfokus pada kemampuan pelaku UMKM untuk menyusun strategi keuangan secara terstruktur dan berorientasi jangka panjang.
2. Pembiayaan (*Financing*)
Indikator pembiayaan dalam manajemen keuangan mengacu pada kemampuan UMKM dalam mengelola kewajiban pembayaran seperti tagihan dan cicilan kredit secara tepat waktu.
3. Pencatatan dan Pelaporan Keuangan (*Financial Recording and Reporting*)
Pencatatan dan pelaporan keuangan merupakan dimensi penting yang mencerminkan akuntabilitas dan transparansi keuangan dalam pengelolaan UMKM.
4. Pengendalian Keuangan (*Financial Control*)
Indikator pengendalian keuangan berkaitan erat dengan sikap kehati-hatian dan kemampuan pelaku usaha dalam mengatur prioritas pengeluaran serta mengelola risiko keuangan.

2.3 Media Sosial

2.3.1 Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi informasi dengan pengguna lain secara virtual (Heryadi et al., 2023). Media sosial dapat menjadi medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, dan membangun ikatan sosial.

2.3.2 Karakteristik Media Sosial

Kajian literatur terkait media sosial menunjukkan bahwa terdapat karakteristik sebagai berikut

1. Interaktivitas

Media sosial memungkinkan interaksi dua arah antara pengguna..

2. Keterhubungan
Media sosial menghubungkan individu dan kelompok dari berbagai latar belakang dan lokasi geografis.
3. Aksesibilitas
Media sosial dapat diakses oleh siapa saja dengan koneksi internet, membuatnya menjadi platform yang inklusif.
4. Konten Beragam
Media sosial mendukung berbagai jenis konten, termasuk teks, gambar, video, dan audio.
5. *Real-Time Communication*
Media sosial memungkinkan komunikasi secara real-time, yang berarti pengguna dapat berinteraksi dan berbagi informasi dengan cepat.
6. Fleksibilitas
Media sosial memberikan fleksibilitas dalam cara pengguna berinteraksi dan berbagi informasi.

2.3.3. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial sebagai platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi informasi dengan pengguna lain secara virtual terdiri atas beberapa jenis diantaranya.

1. Jaringan sosial seperti Facebook dan LinkedIn memungkinkan pengguna untuk membuat profil, terhubung dengan teman, keluarga, atau rekan kerja, dan berbagi konten.
2. Platform berbagi konten seperti Instagram dan YouTube memungkinkan pengguna untuk berbagi konten visual dan video.
3. Blog dan mikroblog, seperti WordPress dan Twitter, adalah platform di mana pengguna dapat menulis dan menerbitkan artikel atau konten panjang.
4. Platform diskusi dan forum, seperti Reddit dan Quora, memungkinkan pengguna untuk berdiskusi, bertanya, dan menjawab pertanyaan dalam berbagai topik.
5. Media sosial berbasis gambar dan video, seperti Pinterest dan Snapchat, memungkinkan pengguna untuk berbagi konten visual.

2.3.4 Indikator Media Sosial

Bruce et al. (2022) menyebutkan indikator penggunaan media sosial diantaranya:

1. Kemudahan Penggunaan
Media sosial dinilai sangat mudah digunakan oleh pelaku UKM karena desain antarmuka yang sederhana, aksesibilitas yang tinggi melalui perangkat mobile, serta tidak memerlukan keterampilan teknis yang rumit..
2. Akses terhadap Pasar Jarak Jauh
Media sosial memungkinkan UKM untuk menjalankan bisnis dan berinteraksi dengan pelanggan yang berada di lokasi geografis yang jauh.
3. Hubungan yang Bermakna dengan Pelanggan
Penggunaan media sosial juga berfungsi untuk membangun dan memelihara hubungan yang erat dengan pelanggan melalui interaksi yang aktif dan personal.
4. Peningkatan Kesadaran Merek
Melalui media sosial, UKM dapat secara efektif memperkenalkan dan memperkuat identitas merek mereka kepada publik.

2.4 Inovasi Produk

2.4.1 Definisi Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan usaha yang berfokus pada penciptaan produk baru atau perbaikan produk yang sudah ada (Putra, 2024).

2.4.2 Indikator Inovasi produk

Inovasi produk memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari produk yang sudah ada sebelumnya. Berikut adalah beberapa karakteristik utama dari inovasi produk:

1. Keunikan dan Kebaruan
Inovasi produk sering kali ditandai dengan keunikan dan kebaruan.
2. Peningkatan Kualitas
Salah satu tujuan dari inovasi produk adalah untuk meningkatkan kualitas produk yang ada..
3. Fleksibilitas dan Adaptabilitas
Inovasi produk harus mampu beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen.)
4. Penggunaan Teknologi Baru

Inovasi produk sering kali melibatkan penerapan teknologi baru yang dapat meningkatkan efisiensi produksi atau memberikan fitur baru yang menarik bagi konsumen.

5. Nilai Tambah bagi Konsumen
Inovasi produk harus memberikan nilai tambah yang jelas bagi konsumen.
6. Risiko dan Ketidakpastian
Proses inovasi produk sering kali melibatkan risiko dan ketidakpastian..
7. Dampak Lingkungan dan Sosial
Inovasi produk juga dapat mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial.

2.4.3 Konsep Inovasi Produk

Inovasi produk diketahui sebagai proses pengembangan dan penerapan ide-ide baru untuk menciptakan produk yang menawarkan nilai tambah bagi konsumen.

2.4.4 Indikator Inovasi Produk

Inovasi produk dapat diketahui berdasarkan indikator yang terdapat di dalamnya seperti yang disebutkan oleh Tirtayasa & Rahmadana (2023) sebagai berikut

1. Kualitas Produk (*Product Quality*)
Indikator ini mencerminkan upaya pelaku usaha dalam menjaga keunggulan produk mereka dibandingkan pesaing.
2. Variasi Produk (*Product Variants*)
Variasi produk merujuk pada kemampuan pelaku usaha dalam menambahkan ragam atau jenis produk baru sebagai respon terhadap perubahan selera dan kebutuhan pelanggan.
3. Gaya dan Desain Produk (*Product Style and Design*)
Indikator ini fokus pada aspek estetika dan daya tarik visual produk, termasuk ciri khas atau keunikan desain yang membedakan produk dari pesaing.

1.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan termasuk:

1. Hasil penelitian Adeliya menemukan adanya hubungan yang kuat antara Pengaruh Manajemen Keuangan terhadap Kinerja

Perusahaan (Studi pada UMKM di Era Digital).

2. Hasil penelitian Binawati & Putri, menyimpulkan bahwa ada Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, Manajemen Keuangan, dan Kepribadian Wirausaha terhadap Kinerja UMKM.
3. Hasil penelitian Firdaus & Fahrizal, menunjukkan bahwa ada penerapan Media Sosial bagi Peningkatan Kinerja UMKM di Kota Jambi..

2. HUBUNGAN ANTAR VARIABEL

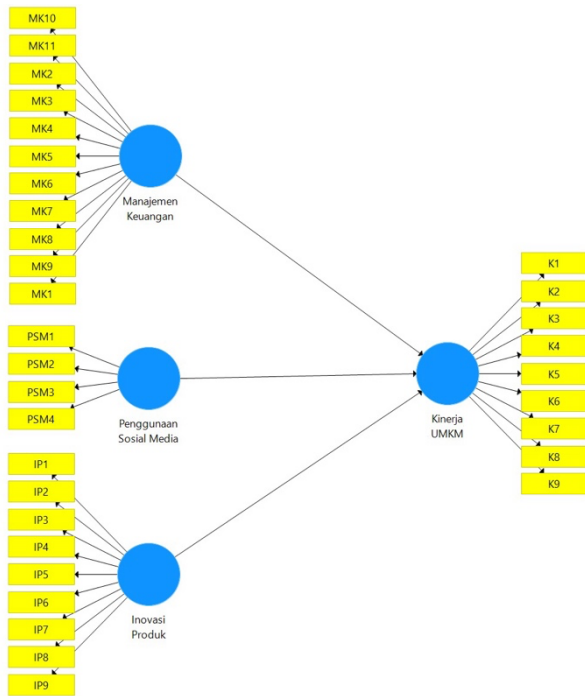
2.1 Kerangka Konseptual

Penelitian ini berfokus pada pengaruh manajemen keuangan, penggunaan media sosial, dan inovasi produk terhadap kinerja usaha mikro di Kendari. Manajemen Keuangan merupakan faktor utama yang menentukan stabilitas dan keberlanjutan usaha mikro.

Inovasi Produk merupakan elemen strategis yang memungkinkan UMKM untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang dinamis.

Kinerja Usaha Mikro merupakan variabel dependen yang menggambarkan hasil akhir dari penerapan ketiga pilar tersebut.

. Kerangka konsep penelitian pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar.3.1.



Gambar 3.1. Kerangka Konsep

2.2 Hipotesis

Penelitian ini merumuskan hipotesis berdasarkan dugaan sementara yang akan diuji secara empiris.

1. **H1:** Diduga ada pengaruh positif dan signifikan manajemen keuangan terhadap kinerja usaha mikro pada Kendaripreneur.
2. **H2:** Diduga ada pengaruh positif dan signifikan penggunaan media sosial terhadap kinerja usaha mikro pada Kendaripreneur.
3. **H3:** Diduga ada pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap kinerja usaha mikro Kendaripreneur.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan desain Research and Development (R&D) dengan pendekatan triangulasi, yang bertujuan untuk mengembangkan sekaligus menguji efektivitas model peningkatan kinerja usaha mikro. Populasi pada penelitian adalah anggota yang berjumlah 1200 orang, dengan sampel sebanyak 300 responden yang diambil menggunakan teknik *simple random sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar dalam format

digital (Google Form), setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada 20 sampel uji coba. Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert 5 poin. Analisis data menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin dapat dideskripsikan pada Tabel 5.1.

Tabel 5.1 Karakteristik Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	121	40,3%
Perempuan	179	59,7%
Total	300	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Pada Tabel 5.1, Berdasarkan Tabel 5.1, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 179 orang atau 59,7% dari total responden. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 121 orang atau 40,3%.

b. Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan usia dapat dideskripsikan pada Tabel 5.2.

Tabel 5.2 Karakteristik Menurut Usia

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentas e
SD	27	9,0%
SMP	59	19,7%
SMA	110	36,7%
Diploma	38	12,7%
Sarjana	47	15,7%
Pascasarjana	19	6,3%
Total	300	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Dalam Tabel 5.2, menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir tingkat SMA, yaitu sebanyak 110 orang atau 36,7%. Data ini mencerminkan bahwa sebagian besar pelaku usaha mikro yang tergabung dalam KendariPreneur memiliki

tingkat pendidikan menengah, dengan proporsi pendidikan tinggi yang cukup signifikan.

c. Berdasarkan Jenis Usaha

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis usaha dapat dideskripsikan pada Tabel 5.3.

Tabel 5. 3 Karakteristik Menurut Pendidikan

Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
Kuliner	123	41,0%
Fashion	68	22,7%
Toko	44	14,7%
Kecantikan	65	21,7%
Total	300	100,0%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Pada Tabel 5.3, terlihat bahwa jenis usaha yang paling banyak digeluti oleh responden adalah usaha kuliner, dengan jumlah 123 orang atau sebesar 41,0%.

d. Berdasarkan Lama Usaha

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan lama usaha dapat dideskripsikan pada Tabel 5.4.

Tabel 5. 4 Karakteristik Menurut Pendidikan

Lama Usaha	Frekuensi	Persentase
1-3 tahun	145	48,3%
>3 tahun	155	51,7%
Total	300	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Pada Tabel 5.4, terlihat bahwa sebanyak 155 responden atau 51,7% telah menjalankan usahanya lebih dari 3 tahun, sedangkan 145 responden (48,3%) menjalankan usahanya dalam rentang 1–3 tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman usaha yang cukup panjang.

e. Berdasarkan Lokasi Usaha

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan lokasi usaha dapat dideskripsikan pada Tabel 5.4.

Tabel 5. 4 Karakteristik Menurut Lokasi usaha

Lokasi Usaha	Frekuensi	Persentase
Abeli	21	7,0%
Kambu	26	8,7%

Mandongga	25	8,3%
Kendari Barat	37	12,3%
Puuwatu	31	10,3%
Baruga	12	4,0%
Kendari	27	9,0%
Poasia	38	12,7%
Nambo	31	10,3%
Wua-Wua	26	8,7%
Kadia	26	8,7%
Total	300	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Pada Tabel 5.4, terlihat bahwa lokasi usaha responden tersebar di berbagai kecamatan di Kota Kendari. Poasia tercatat sebagai wilayah dengan jumlah responden terbanyak, yaitu 38 orang (12,7%), diikuti oleh Kendari Barat sebanyak 37 orang (12,3%), dan Puuwatu serta Nambo masing-masing 31 orang (10,3%).

f. Berdasarkan Omset Usaha

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan omset usaha dapat dideskripsikan pada Tabel 5.4.

Tabel 5. 4 Karakteristik Menurut omset usaha

Omset Perbulan	Frekuensi	Persentase
5 juta - 25 juta	256	85,3%
25 juta - 75 juta	20	6,7%
75 juta - 150 juta	8	2,7%
150 juta - 250 juta	7	2,3%
250 juta - 375 juta	5	1,7%
375 juta - 500 juta	4	1,3%
Total	300	100%

Sumber : Data primer diolah, 2025

Pada Tabel 5.4, mayoritas responden memiliki rata-rata omset bulanan dalam kisaran 5 juta hingga 25 juta rupiah, yaitu sebanyak 256 orang atau 85,3%. Sementara itu, hanya sebagian kecil responden yang memiliki rata-rata omset di atas 75 juta rupiah per bulan.

g. Berdasarkan Lama bergabung di Kendaripreneur

Karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan Lama bergabung di Kendaripreneur dapat dideskripsikan pada Tabel 5.4.

Lama Bergabung di Kendaripreneur	Frekuensi	Persentase
1-3 tahun	82	27,3%
>3 tahun	218	72,7%
Total	300	100%

Tabel 5. 4 Karakteristik Menurut omset usaha

Sumber : Data primer diolah, 2025

Pada Tabel 5.4, sebagian besar responden telah bergabung dalam program KendariPreneur selama lebih dari 3 tahun, yaitu sebanyak 218 orang atau 72,7%. Sementara itu, responden yang tergolong baru (1–3 tahun) berjumlah 82 orang atau 27,3%.

5.10 Statistik Deskriptif Variabel Sebelum dan Sesudah Bergabung Kendaripreneur

Variabel	Sebelum	Sesudah	Selisih	Persentase Kenaikan
Manajemen Keuangan	30.25	46.85	16.60	54.88 %
Penggunaan Sosial Media	10.39	16.46	6.07	58.42 %
Inovasi Produk kinerja UMKM	23.58	37.18	13.60	57.68 %
	22.21	35.71	13.50	60.78 %

5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan gambaran umum tentang kondisi variabel penelitian berdasarkan persepsi responden.

- Pengaruh Manajemen Keuangan (X1):** Manajemen keuangan memberikan pengaruh paling besar dengan nilai original sample sebesar 0,436 dan p-value 0,000, yang menunjukkan signifikansi sangat tinggi..

- Pengaruh Penggunaan Media Sosial (X2):** penggunaan media sosial (0,184; p = 0,000) dan inovasi produk (0,132; p = 0,019) juga memberikan kontribusi yang signifikan, meskipun lebih kecil
- Pengaruh Inovasi Produk (Y):** inovasi produk (0,132; p = 0,019). Besar pengaruh yang ditunjukkan tergolong kecil, signifikansi statistik ini mencerminkan bahwa inovasi produk tetap menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja usaha, terutama

5.3 Hasil Uji

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan

Tabel 5.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	T
Inovasi Produk -> Kinerja UMKM	0,132	0,140	0,056	2,354	1
Manajemen Keuangan - > Kinerja UMKM	0,436	0,429	0,045	9,664	1
Penggunaan Sosial Media -> Kinerja UMKM	0,184	0,187	0,049	3,741	1

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

- Pengaruh Manajemen Keuangan(X1):** Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen keuangan memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja UMKM dalam KendariPreneur, dengan nilai koefisien 0,436 dan signifikansi yang sangat tinggi (p < 0,001). Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan pelaku usaha mikro dalam mengelola aspek keuangan

secara efektif berkontribusi langsung terhadap peningkatan kinerja usahanya.

2. **Pengaruh Penggunaan Media Sosial (X2):** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM, dengan nilai koefisien 0,184 dan signifikansi yang sangat tinggi ($p < 0,001$).
3. **Pengaruh Inovasi Produk (X3):** Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, dengan nilai koefisien 0,132 dan signifikansi yang tinggi ($p < 0,001$).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan data, peneliti dapat menyimpulkan hasil yang diperoleh dari penelitian tentang Pengaruh Manajemen keuangan, Penggunaan Media Sosial dan Invoasi Produk terhadap kinerja Usaha Mikro Pada Kendaripreneur sebagai berikut:

1. Ada Pengaruh Positif dan Signifikan Manajemen Keuangan terhadap kinerja Usaha Mikro di Kendaripreneur.
2. Ada Pengaruh Positif dan Signifikan Penggunaan Media Sosial terhadap kinerja Usaha Mikro di Kendaripreneur.
3. Ada Pengaruh positif dan signifikan Invoasi Produk terhadap kinerja Usaha Mikro Pada Kendaripreneur.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dari pengumpulan data di lapangan, secara keseluruhan penelitian ini berjalan dengan baik. Namun, tidak ada kekeliruan jika peneliti mengemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat. Berikut adalah saran yang dapat di ajukan oleh peneliti:

1. Bagi Pelaku Usaha Mikro
Pelaku usaha mikro diharapkan terus meningkatkan literasi keuangan dan digital agar dapat memanfaatkan teknologi secara optimal dalam pengelolaan usaha.
2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan campuran (kuantitatif dan kualitatif) agar dapat menangkap aspek kontekstual yang lebih mendalam, seperti motivasi pribadi, hambatan sosial, dan dinamika komunitas UMKM.
Bagi Pemerintah dan Program Kendaripreneur
3. Pemerintah daerah dan penyelenggara program Kendaripreneur diharapkan terus memperkuat program pendampingan berbasis komunitas, serta menyediakan akses terhadap pelatihan digital, infrastruktur teknologi, dan layanan keuangan yang inklusif..

DAFTAR PUSTAKA

1. Adeliya, Putri, Y., & Sanjaya, R. (2025). Pengaruh Manajemen Keuangan terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada UMKM di Era Digital) Literature Review. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 5(1), 23–30. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i4.3417>
2. Adiki, H., & Pramularso, E. Y. (2023). Pengaruh Inklusi Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kelurahan Tapos Kota Depok. *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 901–913. <https://e-journal.naurendigitation.com/index.php/pmb>
3. Assanniyah, M., & Setyorini, H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM Kecamatan Tanggulangin.

Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 9(1), 36–49.
<https://doi.org/10.36636/dialektika.v9i1.3917>

4. Bappeda Kota Kendari. (2021, May 3). Sukseskan Kendari Preneur, Bappeda Kendari Gelar Buka Puasa Bersama. *Kendarikota.Go.Id*.
5. Binawati, E., & Putri, A. W. (2022). Pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan, manajemen keuangan, dan kepribadian wirausaha terhadap kinerja UMKM di Kalurahan Caturtunggal. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 199–213. <https://doi.org/10.51277/keb.v17i2.135>
6. Bruce, E., Shurong, Z., Egala, S. B., Amoah, J., Ying, D., Rui, H., & Lyu, T. (2022). Social Media Usage and SME Firms' Sustainability: An Introspective Analysis from Ghana. *Sustainability (Switzerland)*, 14(15). <https://doi.org/10.3390/su14159433>
7. Chow, V., & Utama, L. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Kain Ulos. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(02), 519–528.
8. Creswell, John. W., & Creswell, J. D. (2023). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. In *Research design Qualitative quantitative and mixed methods approaches*.
9. Dewantoro, B., Putranto, A., & Purwanto, H. (2023). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM (Studi Empiris Pada UMKM di Kabupaten Wonosobo). *Journal Economic, Management and Business*, 2(1), 60–72. <https://doi.org/10.32699/magna.v2i1.4153>
10. Dewi, I. K., Pandin, M. Y. R., & Daengs GS, A. (2022). Peningkatan kinerja UMKM melalui pengelolaan keuangan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 7(1), 23–36.
11. Diana, Hakim, L., & Fahmi, M. (2022). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UMKM di Tangerang Selatan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2), 67–74.
12. *DPMPTSP Kota Kendari terbitkan 7.800 NIB UMKM - ANTARA News*. (2024, May 27). Antara News. <https://www.antaranews.com/foto/4123509/dpmpstsp-kota-kendari-terbitkan-7800-nib-umkm>
13. Ega, A., & Rahmadhani, S. (2024). Pengaruh Karakteristik UMKM terhadap Kualitas Laporan Keuangan dengan Self Efficacy sebagai Pemoderasi. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 13(3), 1833–1845. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1232>
14. Firdaus, & Fahrizal. (2021). Penerapan Media Sosial bagi Peningkatan Kinerja UMKM di Kota Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.198>
15. Fitriani, F., & Andriana, A. N. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Sungai Pinang Kota Samarinda. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 3(1), 54–66. <https://doi.org/10.58344/locus.v3i1.2415>
16. Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., Ray, S., Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). An introduction to structural equation modeling. In *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: a workbook*. Springer.
17. Hamid, M., Sufi, I., Konadi, W., Yusrizal, A., & Iddris, J. (2019). Analisis Jalur Dan Aplikasi Spss Versi 25 Edisi Pertama. *Aceh. Kopelma Darussalam*, 165.
18. Hartanto, H. Y. (2022). Analisis Pengaruh Penggunaan Media terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 9(1), 323–334.