

Pengaruh Inovasi Produk, Literasi Keuangan, dan Akses Pembiayaan terhadap Pertumbuhan UMKM di Indonesia

Antoni¹, Karlin²

^{1,2}Universitas Wijaya Putra

Info Artikel

Article history:

Received September, 2024

Revised September, 2024

Accepted September, 2024

Kata Kunci:

Pertumbuhan UMKM, Inovasi produk, Literasi keuangan, Akses pembiayaan

Keywords:

MSME growth, Product innovation, financial literacy, Access to financing

ABSTRAK

Penelitian ini menginvestigasi dampak inovasi produk, literasi keuangan, dan akses pembiayaan terhadap pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan melibatkan 180 pemilik dan manajer UMKM. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dengan menggunakan skala Likert 5 poin, dan analisis dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga faktor - inovasi produk, literasi keuangan, dan akses pembiayaan - secara positif dan signifikan mempengaruhi pertumbuhan UMKM, dengan inovasi produk memiliki pengaruh yang paling kuat. Temuan ini menyoroti pentingnya mendorong inovasi, meningkatkan literasi keuangan, dan meningkatkan akses pembiayaan sebagai strategi utama untuk mendorong pertumbuhan UMKM. Studi ini memberikan wawasan berharga bagi para pembuat kebijakan dan praktisi bisnis untuk mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM di pasar negara berkembang seperti Indonesia.

ABSTRACT

This study investigates the impact of product innovation, financial literacy, and access to financing on the growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. A quantitative approach was used involving 180 MSME owners and managers. Data was collected through a structured questionnaire using a 5-point Likert scale, and the analysis was carried out using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). The results show that all three factors – product innovation, financial literacy, and access to financing – positively and significantly affect the growth of MSMEs, with product innovation having the strongest influence. These findings highlight the importance of encouraging innovation, increasing financial literacy, and increasing access to financing as the main strategies to encourage the growth of MSMEs. This study provides valuable insights for policymakers and business practitioners to support the sustainability and competitiveness of MSMEs in emerging markets such as Indonesia.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Name: Antoni

Institution: Universitas Wijaya Putra

Email: antoniderasap@gmail.com

1. PENDAHULUAN

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia melalui kontribusinya terhadap PDB dan penciptaan lapangan kerja, tetapi menghadapi tantangan seperti terbatasnya akses ke pembiayaan, terutama di daerah pedesaan (Herissuparman et al., 2024; Novianti et al., 2024). Selain itu, literasi digital yang rendah menghambat inovasi produk, dengan banyak UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk pemasaran (Novianti et al., 2024). Kurangnya literasi keuangan juga menjadi kendala, di mana pelatihan manajemen keuangan dasar telah terbukti membantu meningkatkan keterampilan keuangan (Bachrie et al., 2024; Widodo et al., 2024). Meskipun demikian, UMKM tetap berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, dan pelestarian budaya lokal (Sirait et al., 2024).

Inovasi produk sangat penting bagi UMKM untuk tetap kompetitif di pasar yang dinamis, baik melalui pengenalan produk baru, peningkatan produk, atau adopsi teknologi baru. Namun, keterbatasan sumber daya dan akses ke teknologi menjadi tantangan utama bagi UMKM. Inovasi produk berdampak signifikan pada keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis, memungkinkan mereka menyesuaikan diri dengan preferensi konsumen yang berubah (Indriyani & Shan, 2024; Saraswati & Sudarmiati, 2024). Di sektor kuliner, inovasi mencakup penciptaan produk baru dan peningkatan kualitas, didukung oleh faktor produk, harga, tempat, dan promosi (Armanda & Mala, 2024). Selain itu, inovasi pemasaran berperan dalam meningkatkan daya saing dan membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan pasar, meskipun keterbatasan sumber daya tetap menjadi tantangan (Bayram, 2024; IEVSEITSEVA & MIHALATII, 2023).

Literasi keuangan adalah faktor kunci yang mempengaruhi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM, karena memberdayakan pemilik usaha untuk membuat keputusan keuangan yang tepat, mengelola sumber daya secara efektif, dan mengakses peluang pendanaan eksternal. Di Indonesia, meskipun ada inisiatif pemerintah, banyak UMKM masih kesulitan mendapatkan pembiayaan akibat persyaratan kredit yang ketat dan informasi yang terbatas. Literasi keuangan membantu mengatasi tantangan ini dengan meningkatkan manajemen keuangan dan pengambilan keputusan yang tepat (Urefe et al., 2024). Di Yogyakarta, literasi keuangan terbukti meningkatkan kinerja UMKM mikro (Pranisya et al., 2024), sementara di Cirebon, adopsi teknologi finansial (Fintech) memfasilitasi akses ke modal dan meningkatkan literasi keuangan (Kusnendi & Hadiyati, 2024). Inklusi keuangan, didukung oleh peran pemerintah, sangat penting untuk memastikan akses yang luas ke layanan keuangan, yang mendukung pertumbuhan dan stabilitas UMKM (Dahlima et al., 2024; Sumantri & Indraswari, 2024). This study aims to explore the impact of product innovation, financial literacy, and access to financing on the growth of MSMEs in Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Inovasi Produk dan Pertumbuhan UMKM

Inovasi produk merupakan faktor kunci bagi pertumbuhan dan keunggulan kompetitif UMKM, berperan penting dalam meningkatkan kinerja bisnis dan pemasaran (Cudai et al., 2024). Di sektor fesyen, inovasi produk meningkatkan keunggulan kompetitif, meskipun pemasaran digital tidak memberikan moderasi signifikan (Indriyani & Shan, 2024). Di industri pengolahan makanan, inovasi produk berdampak langsung pada kinerja bisnis, terutama di perusahaan yang dipimpin perempuan (Mrosso et al., 2022). Inovasi juga bertindak sebagai mediator dalam

memperkuat keunggulan bersaing dan kinerja bisnis (Saraswati & Sudarmiati, 2024). Berbagai inovasi produk diterapkan UMKM, seperti penciptaan produk baru, peningkatan kualitas, dan diversifikasi, yang didukung oleh strategi produk, harga, tempat, dan promosi (Armanda & Mala, 2024).

2.2 Literasi Keuangan dan Pertumbuhan UMKM

Literasi keuangan merupakan faktor krusial bagi keberhasilan dan keberlanjutan UMKM, membekali pemilik usaha dengan keterampilan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat, mengelola risiko, dan mengakses pembiayaan eksternal (Neupane, 2024; Spivak et al., 2024). Pemahaman tentang manajemen arus kas, analisis laporan keuangan, dan strategi manajemen kas memungkinkan pemilik UMKM menjaga likuiditas dan berinvestasi pada peluang pertumbuhan (Urefe et al., 2024). Literasi keuangan juga membantu mereka memahami persyaratan kredit dan mengelola utang dengan baik, yang sangat penting untuk mendapatkan pembiayaan (Sumantri & Indraswari, 2024). Selain itu, perencanaan keuangan strategis dan pajak yang baik memungkinkan bisnis beradaptasi dengan perubahan pasar dan mengurangi beban pajak, sehingga mendukung pertumbuhan jangka panjang (Urefe et al., 2024). Upaya kolaboratif dari pemerintah, lembaga keuangan, dan LSM sangat penting untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Dwyanti, 2024).

2.3 Akses ke Pembiayaan dan Pertumbuhan UMKM

Akses terhadap pembiayaan merupakan faktor penting bagi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM, terutama di negara berkembang seperti Indonesia, namun banyak UMKM menghadapi hambatan dalam mendapatkan pembiayaan formal. Persyaratan agunan yang ketat, suku bunga tinggi, dan kurangnya catatan keuangan menjadi kendala utama, sementara hambatan institusional seperti korupsi dan peraturan yang kompleks juga membatasi akses mereka (Dela Cruz et al., 2023; Kumarasamy et al., 2024). Meskipun pembiayaan alternatif seperti mikrofinansial dan program pemerintah telah muncul, solusi ini sering kali tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan UMKM secara menyeluruh (Ginting & Rijal, 2024). Selain itu, literasi keuangan dan inklusi keuangan yang lebih baik sangat penting agar UMKM dapat membuat keputusan keuangan yang lebih tepat dan memanfaatkan layanan keuangan yang tersedia (Setyawati et al., 2023). Dukungan keluarga juga memainkan peran penting dalam menyediakan sumber daya tambahan yang meningkatkan akses keuangan dan keberhasilan bisnis (Rasmi & Ramya, 2023).

2.4 Inovasi Produk, Literasi Keuangan, dan Akses Pembiayaan terhadap Pertumbuhan UMKM

Pertumbuhan UMKM sangat dipengaruhi oleh interaksi antara inovasi produk, literasi keuangan, dan akses terhadap pembiayaan, yang krusial untuk berkembang di lingkungan yang kompetitif seperti Indonesia. Literasi keuangan memungkinkan pemilik usaha mengelola keuangan dengan efektif, yang berkontribusi pada kinerja UMKM, seperti ditemukan dalam studi di Yogyakarta, meskipun di Banyumas, literasi keuangan saja tidak cukup untuk meningkatkan kinerja tanpa dukungan faktor lain seperti sumber daya manusia (Hanifah & Innayah, 2024; Pranisya et al., 2024). Inovasi produk, yang didukung oleh fasilitas permodalan dan literasi digital, sangat penting untuk pengembangan UMKM di kota-kota seperti Depok, di mana permodalan juga berperan dalam mendorong pertumbuhan bisnis (Novianti et al., 2024). Akses pembiayaan yang memadai dan dukungan regulasi yang baik berdampak positif pada keberlanjutan keuangan UMKM, menegaskan pentingnya kebijakan yang mendukung inovasi dan ekspansi bisnis (Ginting & Rijal, 2024; Purnomo et al., 2024).

2.5 Kesenjangan Penelitian

Meskipun penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi dampak individual dari inovasi produk, literasi keuangan, dan akses ke pembiayaan terhadap pertumbuhan UMKM, ada kebutuhan untuk penelitian yang lebih komprehensif yang meneliti dampak gabungan dari faktor-faktor ini, terutama dalam konteks Indonesia. Sebagian besar studi berfokus pada negara maju, dan hanya sedikit yang mengeksplorasi tantangan dan peluang unik yang dihadapi UMKM di negara berkembang seperti Indonesia. Studi ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dengan

menganalisis bagaimana ketiga faktor tersebut berinteraksi untuk mempengaruhi pertumbuhan UMKM Indonesia.

Tinjauan literatur ini telah menyoroti pentingnya inovasi produk, literasi keuangan, dan akses pembiayaan dalam mendorong pertumbuhan UMKM. Namun, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami bagaimana faktor-faktor tersebut bekerja sama untuk mengatasi tantangan-tantangan spesifik yang dihadapi UMKM di Indonesia. Bagian selanjutnya akan menjelaskan metodologi yang digunakan untuk menyelidiki hubungan-hubungan ini dan memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap pertumbuhan dan keberhasilan UMKM.

Berdasarkan tinjauan literatur, hipotesis berikut diuji dalam penelitian ini:

H1: Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia.

H2: Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia.

H3: Akses pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif untuk menginvestigasi hubungan antara inovasi produk, literasi keuangan, akses pembiayaan, dan pertumbuhan UMKM. Penelitian kuantitatif sesuai untuk penelitian ini karena memungkinkan pengumpulan data numerik, yang dapat dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang diajukan. Penelitian ini mengikuti desain cross-sectional, yang berarti data dikumpulkan dari responden pada satu titik waktu. Desain ini cocok untuk memahami kondisi UMKM saat ini dan faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhannya.

3.2 Pemilihan Sampel

Target populasi untuk penelitian ini adalah pemilik dan manajer UMKM di Indonesia, yang dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling untuk memastikan bahwa partisipan memiliki pengalaman dan pengetahuan yang diperlukan untuk memberikan informasi bisnis yang relevan. Jumlah sampel adalah 180 responden, yang memadai untuk melakukan Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan analisis Partial Least Squares (PLS), karena SEM-PLS dapat secara efektif menangani sampel berukuran kecil hingga menengah. Kriteria untuk memilih responden termasuk kepemilikan atau peran manajerial di UMKM yang beroperasi di Indonesia, setidaknya satu tahun operasi bisnis untuk memastikan pengalaman yang cukup dan paparan terhadap lingkungan bisnis, dan keterlibatan dalam berbagai sektor seperti manufaktur, jasa, dan perdagangan. Kriteria ini memastikan bahwa sampel yang diambil mewakili populasi UMKM di Indonesia dan responden dapat memberikan data yang dapat diandalkan mengenai variabel-variabel yang diteliti.

Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang didistribusikan kepada pemilik dan manajer UMKM. Semua item dalam kuesioner diukur dengan skala Likert 5 poin, di mana 1 menunjukkan ketidaksetujuan yang kuat dan 5 menunjukkan persetujuan yang kuat terhadap pernyataan yang diberikan. Penggunaan skala Likert memungkinkan pengukuran sikap dan persepsi dalam sebuah kontinum, yang cocok untuk analisis SEM-PLS.

3.4 Analisis Data

Data yang dikumpulkan dari 180 responden dianalisis dengan menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) versi 3, sebuah teknik statistik multivariat yang cocok untuk menganalisis beberapa variabel dependen dan independen secara bersamaan. SEM-PLS sangat berguna untuk menangani model-model yang kompleks dengan banyak hubungan antar konstruk dan kuat terhadap distribusi data yang tidak normal, yang biasa ditemui dalam penelitian ilmu sosial. Analisis mengikuti dua langkah utama. Pertama, model pengukuran dievaluasi untuk memastikan keandalan dan validitas konstruk dengan menggunakan kriteria seperti reliabilitas

komposit (CR) untuk konsistensi internal, rata-rata varians yang diekstraksi (AVE) untuk validitas konvergen, dan kriteria Fornell-Larcker serta muatan silang untuk validitas diskriminan. Nilai CR sebesar 0,7 atau lebih tinggi dan nilai AVE sebesar 0,5 atau lebih tinggi dianggap dapat diterima. Selanjutnya, model struktural dinilai untuk menguji hubungan yang dihipotesiskan antara inovasi produk, literasi keuangan, akses pembiayaan, dan pertumbuhan UMKM. Koefisien jalur dihitung untuk menentukan kekuatan dan arah hubungan, dengan nilai T yang lebih besar dari 1,96 dan nilai P kurang dari 0,05 dianggap signifikan. Koefisien determinasi (R²) juga dihitung untuk menilai kekuatan penjelas dari variabel-variabel independen terhadap pertumbuhan UMKM, dengan nilai R² 0,25, 0,50, dan 0,75 yang masing-masing menunjukkan kekuatan penjelas yang lemah, moderat, dan substansial.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Demografis

Studi ini mensurvei 180 pemilik dan manajer UMKM dari berbagai kategori demografis, termasuk jenis kelamin, kelompok usia, tingkat pendidikan, dan sektor usaha. Dari seluruh responden, 61,1% adalah laki-laki dan 38,9% adalah perempuan, yang mencerminkan dinamika gender dalam kepemilikan UMKM di Indonesia. Mayoritas responden (50%) berusia 30-39 tahun, sementara kelompok usia 18-29 tahun dan 40 tahun ke atas masing-masing menyumbang 25%, yang mengindikasikan dominasi pengusaha muda dan setengah baya. Dalam hal pendidikan, 41,7% memiliki gelar sarjana, diikuti oleh pemegang diploma (27,8%), lulusan sekolah menengah (19,4%), dan pascasarjana (11,1%), yang menunjukkan bahwa banyak pemilik UMKM yang berpendidikan tinggi. Para responden mewakili beragam sektor bisnis, dengan 33,3% di bidang jasa, 30,6% di bidang perdagangan, 27,8% di bidang manufaktur, dan 8,3% di bidang lainnya, yang menyoroti cakupan UMKM yang luas di Indonesia.

4.2 Model Pengukuran

Model pengukuran dinilai berdasarkan muatan faktor, Cronbach's Alpha (CA), Composite Reliability (CR), dan Average Variance Extracted (AVE) untuk memastikan keandalan dan validitas konstruk.

Tabel 1. Validitas dan Reliabilitas

Variable	Code	Loading Factor	CA	CR	AVE
Inovasi Produk	IP.1	0.857	0.916	0.941	0.798
	IP.2	0.928			
	IP.3	0.918			
	IP.4	0.869			
Literasi Keuangan	LK.1	0.853	0.888	0.919	0.695
	LK.2	0.889			
	LK.3	0.880			
	LK.4	0.813			
	LK.5	0.720			
Akses Pembiayaan	AP.1	0.836	0.891	0.919	0.695
	AP.2	0.792			
	AP.3	0.867			
	AP.4	0.835			
	AP.5	0.838			
Pertumbuhan UMKM	PU.1	0.805	0.812	0.877	0.643
	PU.2	0.896			
	PU.3	0.813			
	PU.4	0.678			

Keandalan dan validitas konstruk dalam model dievaluasi berdasarkan beberapa kriteria. Faktor pemuatan yang lebih besar dari 0,7 diperlukan untuk indikator-indikator, dan nilai Cronbach's Alpha (CA) di atas 0,7 menunjukkan konsistensi internal yang baik. Nilai Composite Reliability (CR) di atas 0,7 menunjukkan keandalan konstruk, dan Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,5 mendukung validitas konvergen. Untuk Inovasi Produk, faktor pemuatan berkisar antara 0,857 hingga 0,928, dengan CA 0,916, CR 0,941, dan AVE 0,798, yang mengindikasikan keandalan dan validitas yang sangat baik. Literasi Keuangan memiliki muatan dari 0,720 hingga 0,889, dengan CA sebesar 0,888, CR sebesar 0,919, dan AVE sebesar 0,695, yang menunjukkan reliabilitas dan validitas yang kuat. Akses terhadap Pembiayaan memiliki nilai muatan dari 0,792 hingga 0,867, CA sebesar 0,891, CR sebesar 0,919, dan AVE sebesar 0,695, yang menegaskan bahwa konstruk ini adalah konstruk yang dapat diandalkan. Untuk Pertumbuhan UMKM, muatannya berkisar antara 0,678 hingga 0,896, dengan CA 0,812, CR 0,877, dan AVE 0,643, yang mengindikasikan keandalan dan validitas konvergen yang memadai, meskipun ada satu muatan yang sedikit di bawah ambang batas. Secara keseluruhan, semua konstruk menunjukkan reliabilitas dan validitas yang kuat, menjadikannya prediktor yang kuat dalam model.

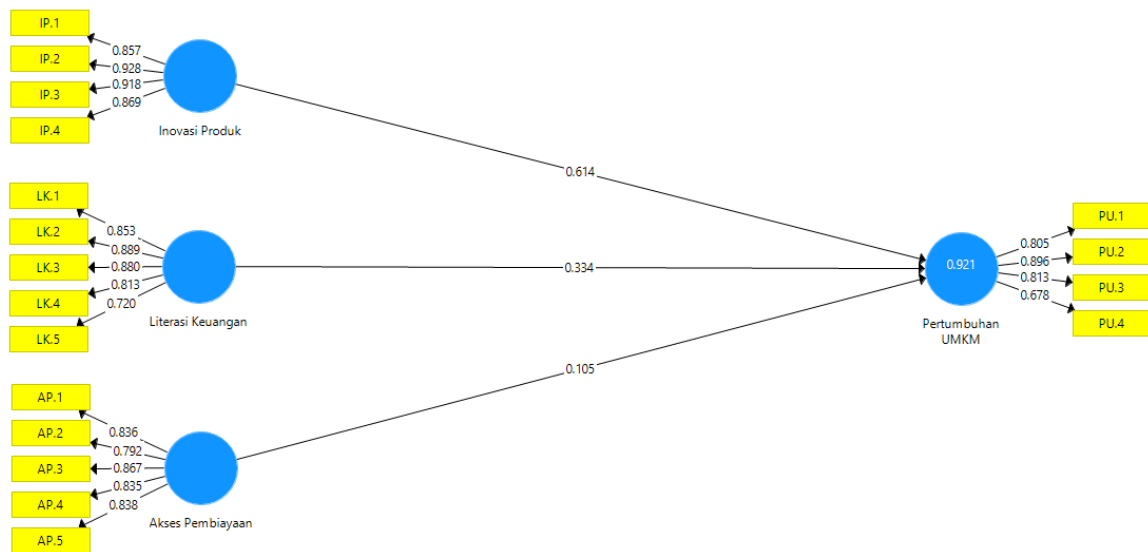
4.3 Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan memastikan bahwa sebuah konstruk berbeda dengan konstruk lain dalam model, yang berarti bahwa item atau indikator untuk satu konstruk tidak boleh berkorelasi terlalu tinggi dengan konstruk lain. Dalam hal ini, validitas diskriminan dinilai dengan menggunakan kriteria Fornell-Larcker, yang membandingkan akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Agar validitas diskriminan dapat dikonfirmasi, akar kuadrat dari AVE (yang ditempatkan pada diagonal tabel) harus lebih besar daripada korelasi di luar diagonal dengan konstruk lainnya.

Tabel 2. Validitas Diskriminan

	Akses Pembiayaan	Inovasi Produk	Literasi Keuangan	Pertumbuhan UMKM
Akses Pembiayaan	0.834			
Inovasi Produk	0.711	0.894		
Literasi Keuangan	0.740	0.675	0.833	
Pertumbuhan UMKM	0.789	0.815	0.827	0.802

Validitas diskriminan konstruk dinilai dengan menggunakan akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) dan membandingkannya dengan korelasi antar konstruk. Untuk Akses Pembiayaan, akar kuadrat dari AVE adalah 0,834, yang lebih tinggi dari korelasinya dengan Inovasi Produk (0,711), Literasi Keuangan (0,740), dan Pertumbuhan UMKM (0,789), yang mengindikasikan validitas diskriminan yang memadai. Inovasi Produk memiliki akar kuadrat AVE sebesar 0,894, yang lebih besar daripada korelasinya dengan Akses Pembiayaan (0,711), Literasi Keuangan (0,675), dan Pertumbuhan UMKM (0,815), yang menunjukkan validitas diskriminan yang kuat, meskipun korelasinya dengan Pertumbuhan UMKM relatif tinggi tetapi masih dapat diterima. Literasi Keuangan memiliki akar kuadrat AVE sebesar 0,833, melebihi korelasinya dengan Akses Pembiayaan (0,740), Inovasi Produk (0,675), dan Pertumbuhan UMKM (0,827), yang menunjukkan validitas diskriminan yang baik meskipun korelasinya dengan Pertumbuhan UMKM cukup tinggi. Terakhir, Pertumbuhan UMKM memiliki akar kuadrat AVE sebesar 0,802, yang lebih tinggi daripada korelasinya dengan Akses Pembiayaan (0,789), Inovasi Produk (0,815), dan Literasi Keuangan (0,827). Meskipun korelasinya dekat, terutama dengan Literasi Keuangan, konstruk-konstruk ini memiliki validitas diskriminan yang cukup, yang mengindikasikan bahwa mereka berbeda namun saling terkait.



Gambar 1. Model Internal

Dalam Structural Equation Modeling (SEM), R Square (R^2) menunjukkan proporsi varians dalam variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen, yang berfungsi sebagai ukuran utama kekuatan penjelas model. R^2 yang lebih tinggi menunjukkan pengaruh yang lebih kuat dari variabel independen. R Square Adjusted memodifikasi R^2 untuk memperhitungkan jumlah prediktor, berguna untuk membandingkan model dengan prediktor yang berbeda-beda dengan menghukum prediktor yang tidak relevan. Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah Pertumbuhan UMKM, dengan nilai R^2 sebesar 0,521 dan adjusted R^2 sebesar 0,519. Nilai R^2 sebesar 0,521 menyiratkan bahwa 52,1% varians dalam Pertumbuhan UMKM dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen - Inovasi Produk, Literasi Keuangan, dan Akses Pembiayaan - yang mengindikasikan kekuatan penjelas yang moderat. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi pertumbuhan UMKM, meskipun 47,9% varians disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam model. Dalam ilmu perilaku dan sosial, R^2 sekitar 0,5 dianggap moderat, yang mencerminkan pengaruh yang masuk akal dari variabel-variabel independen. Nilai adjusted R^2 sebesar 0,519, sedikit lebih rendah dari R^2 , mengindikasikan bahwa model ini cocok dengan baik, dan variabel-variabel yang disertakan relevan dan secara tepat berkontribusi dalam menjelaskan pertumbuhan UMKM, karena perbedaan yang kecil antara R^2 dan adjusted R^2 menegaskan ketepatan prediktor model.

Indeks kecocokan model menunjukkan kecocokan yang baik secara keseluruhan. Comparative Fit Index (CFI) adalah 0,923, melebihi ambang batas 0,90, yang mengindikasikan kecocokan model yang kuat. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) adalah 0,061, dalam kisaran yang dapat diterima yaitu kurang dari 0,08, menunjukkan kecocokan yang baik dengan sedikit perbedaan. Kecocokan model ini juga didukung oleh Chi-Square, Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) sebesar 0,055, Normed Fit Index (NFI) sebesar 0,921, dan Goodness of Fit Index (GFI) sebesar 0,915, yang kesemuanya memenuhi ambang batas yang direkomendasikan. Meskipun RMSEA tidak sempurna, namun masih dalam batas yang dapat diterima, sehingga memperkuat kecukupan model. Secara keseluruhan, indeks-indeks ini mengkonfirmasi bahwa model yang diusulkan cocok dengan data dan sesuai untuk penelitian ini.

4.4 Pengujian Hipotesis

Pada bagian ini, kami akan menganalisis hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan Original Sample (O), Sample Mean (M), Standar Deviasi (STDEV), T Statistics, dan P Values untuk mengevaluasi hubungan antara variabel independen (Akses Pembiayaan, Inovasi Produk, dan Literasi Keuangan) dan variabel dependen (Pertumbuhan UMKM). Metrik utama untuk

mengevaluasi hubungan ini adalah T Statistics dan P Values, yang membantu menentukan apakah hipotesis didukung.

Tabel 2. Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Akses Pembiayaan -> Pertumbuhan UMKM	0.305	0.302	0.039	4.653	0.003
Inovasi Produk -> Pertumbuhan UMKM	0.614	0.615	0.044	14.081	0.000
Literasi Keuangan -> Pertumbuhan UMKM	0.434	0.435	0.043	7.705	0.000

Hubungan antara variabel independen (Akses ke Pembiayaan, Inovasi Produk, dan Literasi Keuangan) dan Pertumbuhan UMKM dianalisis dan menunjukkan efek positif yang signifikan. Untuk Akses terhadap Pembiayaan, nilai original sample (O) sebesar 0,305 menunjukkan hubungan positif dengan Pertumbuhan UMKM, dengan T-statistik sebesar 4,653 dan nilai p-value sebesar 0,003, yang mengkonfirmasi signifikansi hubungan ini. Hal ini mendukung hipotesis bahwa akses yang lebih baik terhadap pembiayaan mendorong pertumbuhan UMKM. Inovasi Produk memiliki efek positif yang lebih kuat, dengan nilai original sample sebesar 0,614, T-statistik sebesar 14,081, dan nilai p-value kurang dari 0,001, yang mengindikasikan bahwa inovasi adalah pendorong utama pertumbuhan UMKM. Demikian pula, Literasi Keuangan berdampak positif terhadap Pertumbuhan UMKM, dengan nilai sampel asli sebesar 0,434, statistik-T sebesar 7,705, dan nilai p di bawah 0,001, yang menyoroti pentingnya literasi keuangan dalam meningkatkan kinerja UMKM. Secara ringkas, ketiga variabel-Akses Pembiayaan, Inovasi Produk, dan Literasi Keuangan-berpengaruh positif signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM.

PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini menyoroti peran penting dari inovasi produk, literasi keuangan, dan akses pembiayaan dalam mendorong pertumbuhan UMKM di Indonesia. Melalui penggunaan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS), hubungan antara faktor-faktor ini dan pertumbuhan UMKM diuji, dengan semua hipotesis didukung. Bagian ini akan membahas implikasi dari temuan-temuan ini dalam konteks pengembangan UMKM, strategi bisnis, dan rekomendasi kebijakan.

Peran Inovasi Produk dalam Pertumbuhan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh paling kuat terhadap pertumbuhan UMKM di antara ketiga faktor lainnya. Hal ini mendukung hipotesis bahwa UMKM yang melakukan inovasi produk mengalami tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi. Inovasi memungkinkan bisnis untuk mendiferensiasikan produk mereka, beradaptasi dengan perubahan permintaan pasar, dan mempertahankan daya saing dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis.

Inovasi vital dalam keberhasilan dan pertumbuhan UMKM di Indonesia, terutama di lingkungan yang kompetitif dan sumber daya yang terbatas (Delhi et al., 2024). Kemampuan UMKM untuk berinovasi dapat menentukan apakah mereka berkembang atau stagnan, dengan inovasi produk, proses, dan ramah lingkungan yang terbukti meningkatkan daya saing dan kinerja keuangan, seperti dalam industri kerajinan (Soesetio et al., 2024). Inovasi juga mendukung keberlanjutan keuangan, terutama melalui praktik-praktik ramah lingkungan (Ginting & Rijal, 2024). Dukungan pemerintah, akses ke teknologi, pengetahuan, dan pendanaan sangat penting untuk mendorong inovasi, dengan kebijakan yang baik dan inklusi keuangan membantu UMKM mengatasi tantangan inovasi (Fahrati et al., 2024). Inovasi dalam manajemen bisnis memungkinkan

UMKM mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi lokal (Sirait et al., 2024).

Dampak Literasi Keuangan terhadap Pertumbuhan UMKM

Literasi keuangan juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa UMKM dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi lebih siap untuk mengelola sumber daya keuangan mereka, membuat keputusan bisnis yang tepat, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Pemilik usaha yang melek finansial lebih mungkin memahami penganggaran, investasi, dan perencanaan keuangan, yang meningkatkan kemampuan mereka untuk mengalokasikan sumber daya secara efektif dan mengoptimalkan kinerja bisnis (Saefudin et al., 2024).

Kurangnya edukasi keuangan di kalangan pemilik UMKM sering kali menyebabkan pengelolaan keuangan yang buruk, menghambat pertumbuhan bisnis (Sumantri & Indraswari, 2024). Penerapan program literasi keuangan yang tepat dapat membekali mereka dengan keterampilan penting seperti pembukuan, manajemen arus kas, dan perencanaan investasi, yang pada akhirnya memperbaiki pengambilan keputusan keuangan dan hasil bisnis (Urefe et al., 2024). Literasi keuangan yang baik meningkatkan kemampuan pemilik UMKM dalam mengidentifikasi peluang dan memitigasi risiko, berkontribusi pada keberlanjutan usaha (Dwyanti, 2024). Fintech juga berperan dalam memudahkan akses layanan keuangan dan meningkatkan literasi keuangan, yang mendukung manajemen keuangan, akses modal, dan ekspansi bisnis (Kusnendi & Hadiyati, 2024). Tantangan dalam literasi keuangan dapat diatasi melalui kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, dan LSM, dengan fokus pada keterampilan praktis seperti manajemen arus kas dan perencanaan keuangan untuk membantu UMKM menghadapi ketidakpastian ekonomi (Dwyanti, 2024).

Peran Penting Akses ke Pembiayaan dalam Pertumbuhan UMKM

Akses terhadap pembiayaan juga memiliki dampak signifikan terhadap pertumbuhan UMKM, meskipun sedikit lebih lemah dibandingkan dampak inovasi produk dan literasi keuangan. Namun demikian, akses ke sumber daya keuangan sangat penting bagi UMKM untuk berinvestasi pada produk baru, teknologi, dan perluasan bisnis. Tanpa pembiayaan yang memadai, UMKM mungkin akan kesulitan untuk meningkatkan skala operasi mereka atau memanfaatkan peluang pertumbuhan.

Banyak UMKM menghadapi hambatan dalam mengakses layanan keuangan formal, seperti persyaratan agunan yang ketat, suku bunga tinggi, dan kurangnya pencatatan keuangan. Pembiayaan alternatif dan layanan keuangan digital dapat membantu mengatasi kesenjangan ini. Akses pembiayaan meningkatkan kinerja UMKM melalui investasi teknologi dan ekspansi operasional (Kumarasamy et al., 2024). Di Kalimantan Barat, kolaborasi pemerintah dan lembaga keuangan mempercepat pemulihan UMKM pasca-COVID-19 (Haryono et al., 2024). Teknologi finansial (Tekfin) mempermudah akses ke layanan keuangan dan mengurangi hambatan tradisional (Kusnendi & Hadiyati, 2024), sementara sistem pembayaran elektronik mendukung transisi UMKM menuju ekonomi digital (Rafisar & Prapanca, 2024). Inisiatif digital dan pelatihan sangat penting untuk meningkatkan kualitas produk dan keterampilan UMKM (Yusda et al., 2024).

Efek gabungan dari inovasi produk, literasi keuangan, dan akses pembiayaan menjelaskan 52,1% dari varians pertumbuhan UMKM, yang mengindikasikan bahwa faktor-faktor ini merupakan pendorong penting bagi UMKM di Indonesia. Namun, 47,9% sisanya kemungkinan besar dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kondisi pasar, pengalaman wirausaha, dan adopsi digital. Hubungan yang kuat antara inovasi produk dan pertumbuhan UMKM menyoroti inovasi sebagai strategi bisnis utama, meskipun inovasi saja tidak cukup. Literasi keuangan dan akses ke pembiayaan menyediakan sumber daya dan pengetahuan yang diperlukan untuk mengimplementasikan inovasi secara efektif, memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan kesuksesan jangka panjang bagi UMKM.

Implikasi Praktis dan Rekomendasi Kebijakan

Temuan-temuan penelitian ini menawarkan beberapa implikasi praktis bagi pembuat kebijakan, lembaga keuangan, dan pemilik UMKM:

- a. Pemerintah dan badan-badan industri harus mengembangkan program-program yang menyediakan akses ke sumber daya inovasi bagi UMKM, seperti hibah teknologi, fasilitas penelitian dan pengembangan, dan platform berbagi pengetahuan. Program-program ini harus berfokus pada promosi inovasi produk sebagai pendorong utama pertumbuhan UMKM.
- b. Meningkatkan literasi keuangan di kalangan pemilik UMKM harus menjadi prioritas. Program pelatihan khusus yang mencakup keterampilan manajemen keuangan praktis dapat membantu UMKM membuat keputusan yang tepat dan meningkatkan kinerja keuangan mereka.
- c. Para pembuat kebijakan harus berupaya menjembatani kesenjangan pembiayaan dengan mengembangkan mekanisme pembiayaan alternatif yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Lembaga keuangan harus didorong untuk mengadopsi kriteria pinjaman yang lebih fleksibel, dan layanan keuangan digital dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan inklusi keuangan.

Keterbatasan dan Penelitian Selanjutnya

Meskipun penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang faktor-faktor yang mendorong pertumbuhan UMKM, penelitian ini bukannya tanpa keterbatasan. Pertama, model ini hanya menjelaskan 52,1% dari varians pertumbuhan UMKM, menunjukkan bahwa faktor-faktor penting lainnya, seperti dinamika pasar, persaingan, dan adopsi teknologi, juga dapat berperan. Penelitian di masa depan harus mengeksplorasi faktor-faktor tambahan ini untuk mengembangkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pendorong pertumbuhan UMKM.

Kedua, penelitian ini berfokus pada UMKM di Indonesia, dan temuan-temuannya mungkin tidak dapat digeneralisasikan sepenuhnya ke negara atau wilayah lain. Penelitian di masa depan dapat menerapkan model ini pada konteks lain untuk menguji apakah hubungan yang sama berlaku di lingkungan ekonomi yang berbeda.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa inovasi produk, literasi keuangan, dan akses terhadap pembiayaan merupakan faktor penentu utama pertumbuhan UMKM di Indonesia. Inovasi produk muncul sebagai faktor yang paling signifikan, menunjukkan bahwa UMKM harus terus berinovasi agar tetap kompetitif dan mendorong pertumbuhan. Literasi keuangan memainkan peran penting dalam memastikan bahwa pemilik UMKM membuat keputusan keuangan yang tepat, sementara akses terhadap pembiayaan memungkinkan bisnis untuk berinvestasi dalam produk, teknologi, dan ekspansi. Temuan-temuan ini menggarisbawahi perlunya intervensi yang ditargetkan, termasuk program dukungan inovasi, pelatihan literasi keuangan, dan mekanisme pembiayaan alternatif untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM. Penelitian di masa depan perlu mengeksplorasi faktor-faktor tambahan seperti dinamika pasar dan pengalaman wirausaha untuk memahami lebih jauh pendorong pertumbuhan UMKM dalam berbagai konteks.

DAFTAR PUSTAKA

- Armanda, M. R., & Mala, I. K. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Kuliner Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 2(2), 122–136.
- Bachrie, E. F., Rachmawati, N., Al Fitri, S., Rahmawati, N. L., Aini, D. N., & Adiyanto, M. R. (2024). Penerapan Sistem Pencatatan Keuangan Pada UMKM Donat Bunda AI Di Surabaya. *Jurnal Riset Akuntansi*, 2(3), 85–95.
- Bayram, V. (2024). Innovation Management and Innovation Strategies in Businesses. In *New Strategy Models in Digital Entrepreneurship* (pp. 236–246). IGI Global.

- Cudai, A., Guntur, M., Rukmana, N. S., Aina, A. N., & Johansyah, O. N. P. (2024). Influence of Product Innovation on MSME Marketing Performance at the Cooperative and SME Office of South Sulawesi Province. *KuE Social Sciences*, 635–650.
- Dahlima, D., Hariyanto, D., & Safitri, H. (2024). The Influence of Financial Literacy, Locus of Control, Government Support and Access to Capital on Financial Behavior in Business Sustainability in MSMEs in Sambas Regency. *Journal of Asian Multicultural Research for Economy and Management Study*, 5(2), 68–78.
- Dela Cruz, N. A., Villanueva, A. C. B., Tolin, L. A., Disse, S., Lensink, R., & White, H. (2023). PROTOCOL: Effects of interventions to improve access to financial services for micro-, small-and medium-sized enterprises in low-and middle-income countries: An evidence and gap map. *Campbell Systematic Reviews*, 19(3), e1341.
- Delhi, A., Sana, E., Bisty, A. A., & Husain, A. (2024). Innovation in Business Management Exploring the Path to Competitive Excellence. *APTISI Transactions on Management*, 8(1), 58–65.
- Dwyanti, D. (2024). The Importance of Financial Literacy in Financial Management in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). *Journal of Applied Management and Business*, 5(1), 1–6.
- Fahrati, E., Kusno, H. S., & Safitri, E. (2024). Navigating the Business Landscape: The Influence of Infrastructure, Financial Inclusion, Innovation, and Government Policy on Indonesian MSMEs. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(1), 566–580.
- Ginting, H. B., & Rijal, S. (2024). Assessing The Role Of Environmental Innovation, Credit Access, And Governance In Shaping The Financial Sustainability Of Indonesian MSMEs. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 10834–10852.
- Hanifah, G., & Innayah, M. N. (2024). Improving MSMEs Performance through Human Capital, Financial Literacy and Competitive Advantage. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(7), 608–624.
- Haryono, D., Somantri, G. R., Gafur, H. S., Rofii, M. S., & Hidayati, A. (2024). Bank Kalbar's Educational Programs for MSME Revitalization and Community Economic Development. *Nomico*, 1(4), 140–148.
- Herissuparman, E., Ismane, M. A., & Ashari, H. (2024). MSMEs and Rural Prosperity: A Study of their Influence in Indonesian Agriculture and Rural Economy. *International Journal of Innovative Science and Research Technology (IJISRT)*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:271053488>
- IEVSEITSEVA, O., & MIHALATII, O. (2023). The importance of marketing innovations as the basis of management of the enterprise's competitiveness. *Management*, 38(2), 85–95.
- Indriyani, R., & Shan, J. A. (2024). The Role Of Product Innovation And Marketing Performance In Enhancing Competitive Advantage In Micro, Small, And Medium Enterprises (MSMEs) In The Fashion Sector. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:271911074>
- Kumarasamy, D., Singh, P., & Sharma, A. K. (2024). Financial accessibility and MSME's labour productivity: evidence from developing countries. *Indian Growth and Development Review*.
- Kusnendi, K., & Hadiyati, S. N. (2024). The Influence of Financial Technology on Improving Financial Literacy for MSMEs in Cirebon Regency. *Indonesian Journal of Advanced Research*, 3(7), 1221–1240.
- Mrosso, R. M., Genda, E. L., & Tutuba, N. B. (2022). Effects of Product Innovation on the Performance of Women-led Micro and Small Enterprises in the Food Processing Industry, Tanzania. *The UONGOZI Journal of Management and Development Dynamics*, 32(1), 41–63.
- Neupane, S. (2024). Financial Literacy and Banking Sector: A Bibliometric Analysis of Scientific Research Papers. *International Research Journal of MMC*, 5(2), 1–11.
- Novianti, D. L., Saptono, A., & Wibowo, A. C. (2024). Pengaruh Fasilitas Modal, Inovasi Produk, dan Literasi Digital pada Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Wilayah Kota Depok. *ECO-Buss*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:271849867>
- Pranisya, R., Sari, P. P., & Maulida, A. (2024). The Effect of Financial Literacy, Technology Financial Literacy and Financial Inclusion on MSME Performance. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(2), 244–255.
- Purnomo, P., Wulandari, A., Utami, E. Y., & Utomo, B. (2024). The Effect of Financial Support, Creativity, and Regulatory Environment on the Growth of MSMEs in Depok and Bogor Cities, West Java. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 199–212.
- Rafisar, A., & Prapanca, D. (2024). Boosting MSME Growth in Indonesia Through E-Payment Adoption. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 25(2), 10–21070.
- Rasmi, P., & Ramya, K. (2023). Influence of Family Involvement Towards Financial Access in MSMEs--A Perspective. *SDMIMD Journal of Management*, 14(2).
- Saefudin, S., Aughtiah, I., & Sujatmiko, S. (2024). Financial literacy improvement strategy to encourage fintech adoption and MSMEs performance in Karanganyar Regency. *World Journal of Advanced Research and Reviews*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:270691847>

- Saraswati, T. T., & Sudarmiatin, S. (2024). The Role Product Innovation on Business Performance Thought Competitive advantage as Mediation Variable. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(2), 1581–1592.
- Setyawati, A., Sudarmiatin, S., & Wardana, L. W. (2023). Empowering MSMEs: The Impact Of Financial Literacy And Inclusion: Systematic Literature Review. *International Journal of Economics and Management Research*, 2(3), 121–138.
- Sirait, E., Sugiharto, B. H., Abidin, J., Padang, N. S., & Putra, J. E. (2024). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian di Indonesia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3816–3829.
- Soesetio, Y., Soetjipto, B. E., Handayati, P., Winarno, A., Rudiningtyas, D. A., Mawardi, M. C., & Realita, T. N. (2024). Innovation and Firm Competitiveness as Intervening Variables in Improving Financial Performance of MSMEs. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:271392370>
- Spivak, I., Mihus, I., & Greben, S. (2024). FINANCIAL LITERACY AND GOVERNMENT POLICIES: AN INTERNATIONAL STUDY. *Public Administration and Law Review*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:271231994>
- Sumantri, I. G. A. N. A., & Indraswari, I. G. A. A. P. (2024). PERAN LITERASI KEUANGAN DALAM MENINGKATKAN PEMBANGUNAN EKONOMI MASYARAKAT DESA. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 2(4), 151–153.
- Urefe, O., Odonkor, T. N., Chiekezie, N. R., & Agu, E. E. (2024). Enhancing small business success through financial literacy and education. *Magna Scientia Advanced Research and Reviews*, 11(2), 297–315.
- Widodo, C., Arifah, A. M., Krisnawati, A., Safitri, L. A., Oktavia, W. A., & Chatlina, Y. B. (2024). Sosialisasi Perhitungan Harga Pokok Penjualan Bagi UMKM Kelurahan Kalijudan. *Panggung Kebaikan: Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(3), 27–39.
- Yusda, D. D., Indriyani, S.,ENZOVANI, S., Loliyani, R., & Brajanoto, D. (2024). Membangun Kapasitas UMKM dalam Pemasaran Digital di Desa Wisata Way Tebing Cepa. *Diteksi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Teknik*, 2(1), 43–52.