

Volume 10 Nomor 2 Agustus 2025  
E-ISSN 2541-0938 P-ISSN 2657-1528

# JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI JURKAMI

JURKAMI

VOLUME 10  
NOMOR 2

SINTANG  
AGUSTUS  
2025


DOI  
10.31932

E-ISSN  
2541-0938  
P-ISSN  
2657-1528

**KINERJA UMKM DI KOTA PALANGKA RAYA: TINJAUAN KEUANGAN,  
PENJUALAN, DAN STRATEGI PEMASARAN**

**Jonathan Giovanni , Pratiwi Subianto<sup>2</sup>, Alicia Christina Mahar<sup>3</sup>, Fricella  
Apriananda<sup>4</sup>**

Jurusan Manajemen, Universitas Palangka Raya, Indonesia <sup>1234</sup>

 Corresponding Author Email: [jonathangiovanni@feb.upr.ac.id](mailto:jonathangiovanni@feb.upr.ac.id)

Author Email: [jonathangiovanni@feb.upr.ac.id](mailto:jonathangiovanni@feb.upr.ac.id)

*Article History:*

Received: November  
2024

Revision: June 2025

Accepted: June 2025

Published: August  
2025

*Keywords:*

MSME Performance,  
Clusterization,  
Operational Efficiency,  
Marketing Strategy,  
Data-Based Decision  
Making,

**Abstract:**

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Palangka Raya City face significant challenges in enhancing competitiveness and operational efficiency, despite the continuous growth in the number of business units. One of the main issues lies in the lack of data-driven development strategies and the limited integration of information among MSME actors. This study applies a descriptive quantitative approach using the K-Means Clustering method to classify 100 MSME units based on three key aspects: financial performance, product sales, and marketing strategies. Data were collected via online questionnaires from August to October 2024. The analysis was conducted using the KNIME software to visualize and manage data effectively. The findings reveal homogeneous MSME clusters, with groups demonstrating high financial efficiency and a combination of online and offline marketing strategies showing the best performance. This study recommends that local governments develop more targeted and evidence-based strategies for MSME development. The main limitation of this research is the sample's scope, which may not fully represent the diversity of MSMEs in Palangka Raya. Future studies are encouraged to expand the geographical coverage and apply mixed-method approaches.*

**Abstrak:**

UMKM di Kota Palangka Raya menghadapi tantangan serius dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi pengelolaan usaha, di tengah pertumbuhan jumlah unit usaha yang terus meningkat. Salah satu masalah utama adalah belum optimalnya strategi pengembangan yang berbasis data dan rendahnya integrasi informasi antar pelaku UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode K-Means Clustering untuk mengelompokkan 100 unit UMKM berdasarkan tiga aspek utama, yaitu kinerja keuangan, penjualan produk, dan strategi pemasaran. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dari Agustus hingga Oktober 2024. Proses analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak KNIME untuk memvisualisasikan dan mengelola data. Hasil penelitian menunjukkan pola klaster UMKM yang homogen, di mana kelompok dengan efisiensi keuangan tinggi dan strategi pemasaran kombinasi (online dan offline) memiliki kinerja paling unggul. Rekomendasi penelitian ini mendorong pemerintah daerah agar menyusun strategi pengembangan UMKM yang lebih terarah dan berbasis bukti. Keterbatasan utama penelitian ini adalah keterbatasan cakupan sampel dan jenis usaha yang belum sepenuhnya merepresentasikan keragaman UMKM di Palangka Raya. Penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas cakupan wilayah dan

*Sejarah Artikel:*

Diterima: November  
2024

Direvisi: Juni 2025

Disetujui: Juni 2025

Diterbitkan: Agustus  
2025

*Kata kunci:*

Kinerja UMKM,  
Klasterisasi,  
Efisiensi Operasional,  
Strategi Pemasaran,  
Pengambilan  
Keputusan Berbasis  
Data.



pendekatan multimetode.

How to Cite: Jonathan Giovanni, Pratiwi Subianto, Alicia Christina Mahar, Fricella Apriananda. 2025 *KINERJA UMKM DI KOTA PALANGKA RAYA: TINJAUAN KEUANGAN, PENJUALAN, DAN STRATEGI PEMASARAN*. Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI), 10 (2) DOI : [10.31932/jpe.v10i2.4092](https://doi.org/10.31932/jpe.v10i2.4092)

## PENDAHULUAN

UMKM memiliki peranan yang penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Kalimantan Tengah (Kalteng). Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kalimantan Tengah, total kontribusi UMKM terhadap PDRB Kalimantan Tengah sebesar 43,90% di tahun 2021. Jumlah unit usaha UMKM pada tahun 2021 mencapai 92.799 unit atau meningkat dibandingkan dengan tahun 2020 yang sebanyak 64.087 unit (Bank Indonesia, 2022). Peningkatan jumlah unit usaha yang signifikan ini tentu merupakan hal yang baik dan menunjukkan jika semangat kewirausahaan masyarakat yang terus meningkat. Munculnya para wirausaha baru ini juga berdampak baik terhadap perekonomian antara lain meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendorong penyerapan tenaga kerja. Namun demikian, yang tidak kalah penting dari proses pengembangan UMKM saat ini adalah bagaimana UMKM yang telah ada mampu mengembangkan usahanya (naik kelas) bahkan lebih jauh mampu untuk bersaing di pasar global.

Peran UMKM yang besar dalam perekonomian Kalimantan Tengah tersebut memberikan peluang sekaligus ancaman bagi para pemangku kepentingan, jika kinerja UMKM dapat semakin efisien, ekonomi Kalimantan Tengah berpotensi terdorong ke arah yang lebih baik. Namun jika praktik UMKM dibiarkan begitu saja, tentu akan berdampak negatif pada distribusi pendapatan masyarakat.

Keberadaan UMKM yang sangat penting ini menandakan bahwa harus ada upaya serius dalam memelihara dan mengembangkan usaha ini terutama dalam mengimbangi perkembangan industry yang terjadi saat ini.

Kondisi UMKM di Palangka Raya saat ini sedang berkembang dan strategis wilayah bisnis ini menjadi prospektif dalam pembangunan bisnis ritel. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah cerminan terpenting dari kemajuan kesejahteraan yang signifikan di negara-negara berkembang. Cakupan peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha utama dimana UMKM menyerap tenaga kerja dan berperan dalam proses Pemerataan dan Peningkatan Pendapatan Penduduk (PN) atau Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Kota Palangka Raya memiliki potensi besar untuk pengembangan UMKM. Beberapa potensi unggulan Palangkaraya, seperti kerajinan dan manufaktur, diharapkan mampu bersaing secara nasional dan internasional. Pada kenyataannya, situasi yang dihadapi di lapangan tidak seperti yang diharapkan, dan beberapa UMKM mengalami penurunan kualitas produk dan jumlah usaha secara bertahap (Dinas Koperasi dan UMKM, 2023).

Pertumbuhan jumlah UMKM di Kota Palangka Raya terus menunjukkan tren yang positif. Peningkatan jumlah UMKM pada tahun 2022 masih didominasi oleh usaha mikro dengan jumlah 8.544





usaha dimana jumlah usaha kecil dan menengah masih tetap sama seperti tahun 2021. Peningkatan jumlah UMKM ini menjadi sinyal positif bagi pertumbuhan ekonomi khususnya di Kota Palangka Raya.

UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian di Indonesia, namun pengelolaannya belum maksimal sehingga sulit berkembang. Dibutuhkan peran aktif dari berbagai pihak untuk dapat meningkatkan kinerja UMKM, termasuk harus adanya motivasi yang kuat dari dalam (internal) UMKM itu sendiri. Terdapat beberapa cara atau alternatif yang dapat dilakukan untuk meningkatkan performa UMKM, salah satunya yaitu dengan melakukan perumusan strategi yang tepat dan sesuai dalam mengembangkan. Keberhasilan mempertahankan kinerja UMKM tergantung dari kemampuan mengelola faktor internal dan eksternal dalam pertumbuhan usahanya. Pengelolaan faktor internal dan eksternal UMKM harus dilakukan dengan metode yang tepat yaitu melalui perumusan strategi yang benar (Akhmad et al., 2023).

Setiap individu UMKM memiliki karakteristik dan ciri khas yang berbeda-beda baik dari sisi penciptaan produk, media promosi, nilai aset, bahkan tingkat keuntungan dalam setiap periodenya. Metode pengklasteran UMKM dapat dilakukan untuk mengelompokkan UMKM yang cenderung bersifat homogen yang dapat dilihat dari faktor kinerja dan daya saing UMKM. Setelah ditemukannya kelompok atau klaster UMKM yang memiliki kecendrungan yang sama, maka perumusan strategi untuk setiap klasternya akan lebih mudah untuk dilakukan. Salah satu metode perumusan strategi yang dapat

digunakan yaitu metode analytic hierarchy process.

Metode tersebut dilakukan dengan mengembangkan prioritas-prioritas secara keseluruhan berdasarkan ranking. Terdapat beberapa pihak yang terlibat dalam penentuan ranking, salah satunya berdasarkan pertimbangan pemangku kepentingan (stakeholder) yang kemudian dilakukan pembobotan untuk menghitung strategi atau alternatif yang sesuai untuk mengembangkan UMKM. Berdasarkan uraian di atas, fokus utama dalam penelitian ini yaitu (1) untuk mengklasterisasi UMKM berdasarkan kinerja dan daya saing, (2) merumuskan strategi pengembangan klaster UMKM menggunakan metode analytic hierarchy process.

Dalam hal ini, rendahnya kesadaran UKM untuk memberikan data dan proses pendataan kurang maksimal menjadi penyebab permasalahan ini. Data yang tidak terintegrasi dengan baik akan sulit digunakan untuk menentukan kebutuhan UKM. Dampak dari kondisi ini adalah efektivitas dari program yang dicanangkan oleh pemerintah melalui dinas terkait tidak tercapai dengan maksimal, sehingga tidak memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM (A. F. Sari et al., 2022).

Meskipun peran UMKM di Kota Palangka Raya sangat krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, sebagian besar studi terdahulu masih berfokus pada aspek umum seperti akses permodalan, pelatihan kewirausahaan, atau hambatan eksternal seperti regulasi dan infrastruktur. Sayangnya, masih terdapat gap yang signifikan dalam pendekatan berbasis data yang digunakan oleh pemangku kepentingan, khususnya oleh Dinas Koperasi dan UKM (DinKop-UKM)



dalam menetapkan strategi pengembangan yang sesuai dengan karakteristik dan kinerja UMKM setempat. Sebagian besar program intervensi masih bersifat umum dan tidak mempertimbangkan heterogenitas pelaku UMKM, baik dari sisi kapasitas keuangan, volume penjualan, maupun strategi pemasaran yang diterapkan. Inilah yang menjadi celah utama dalam pengambilan kebijakan berbasis bukti.

Penelitian ini menawarkan pembaruan (novelty) dengan mengintegrasikan pendekatan K-Means Clustering dalam pengelompokan UMKM secara sistematis berdasarkan data primer aktual dari lapangan. Metode ini memungkinkan pembentukan klaster UMKM yang homogen berdasarkan variabel keuangan, penjualan, dan strategi pemasaran yang dikumpulkan langsung dari pelaku usaha melalui kuesioner. Lebih lanjut, penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak KNIME yang belum banyak digunakan dalam konteks riset pengembangan UMKM di Indonesia. KNIME memberikan keunggulan dalam visualisasi pola klaster yang akurat dan mudah dipahami oleh pengambil kebijakan.

Urgensi dari penelitian ini terletak pada kebutuhan mendesak DinKop-UKM untuk memiliki data yang terintegrasi dan terklasifikasi guna mendukung penyusunan program pengembangan UMKM yang lebih tepat sasaran, efisien, dan berdampak langsung terhadap peningkatan kinerja usaha. Dengan strategi berbasis klaster, intervensi dapat disesuaikan dengan kondisi riil masing-masing kelompok UMKM, sehingga potensi pertumbuhan usaha dapat

dioptimalkan dan ketimpangan kinerja antar pelaku usaha dapat ditekan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam mengatasi masalah pendataan dan pengembangan UMKM di Kota Palangka Raya. Klasterisasi UMKM berdasarkan kinerja UMKM dapat ditindaklanjuti untuk pengembangan strategi pengelolaan UMKM yang efektif sehingga dapat meningkatkan kesuksesan usaha UMKM (Wahyudi et al., 2019). Selain itu juga diharapkan dapat membantu Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palangka Raya dalam pengambilan keputusan yang lebih efektif dan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kota Palangka Raya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengelompokkan kinerja UMKM di Kota Palangka Raya berdasarkan tiga aspek utama, yaitu kinerja keuangan, penjualan produk, dan strategi pemasaran. Pendekatan yang digunakan adalah analisis klaster dengan metode K-Means Clustering. Metode ini dipilih karena mampu mengelompokkan data ke dalam beberapa klaster homogen berdasarkan kemiripan karakteristik, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih tajam dan terfokus mengenai kondisi UMKM. Dengan metode ini, diharapkan hasil pengelompokan dapat menjadi dasar yang kuat dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM yang lebih tepat sasaran dan sesuai kebutuhan masing-masing kelompok usaha.



Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM aktif yang berada di wilayah Kota Palangka Raya, baik usaha mikro, kecil, maupun menengah. Namun, karena keterbatasan sumber daya, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang merupakan pemilik atau pengelola UMKM. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria utama bahwa responden merupakan pelaku usaha yang telah menjalankan bisnisnya secara aktif minimal selama satu tahun. Pemilihan sampel ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dan merepresentasikan realitas operasional UMKM di lapangan.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring (online) selama periode Agustus hingga Oktober 2024. Instrumen kuesioner mencakup berbagai indikator yang mewakili aspek keuangan, penjualan, dan pemasaran. Untuk menjamin kualitas data, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner sebelum digunakan dalam skala penuh. Hasil pengumpulan data ini menjadi fondasi utama dalam proses analisis klasterisasi, yang tidak hanya membantu memahami distribusi performa UMKM, tetapi juga membuka peluang perumusan kebijakan berbasis bukti (evidence-based policy).

Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak KNIME, sebuah alat analisis data modern yang mendukung pemrosesan, pembersihan, pemodelan, dan visualisasi data secara efisien. Keunggulan KNIME terletak pada kemampuannya dalam mengolah data numerik maupun kategorikal sekaligus menyajikan hasil visual klasterisasi secara interaktif dan mudah dipahami. Melalui pendekatan ini, penelitian tidak hanya mampu menghasilkan segmentasi UMKM yang informatif, tetapi juga menyajikan rekomendasi strategis yang berbasis pada pola dan kecenderungan aktual dari masing-masing kelompok usaha. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM di Kota Palangka Raya, khususnya dalam mendukung pengambilan keputusan oleh pemangku kepentingan secara lebih terarah dan berdampak.

Untuk mengevaluasi kinerja UMKM, digunakan kriteria yang tercantum dalam Tabel 1. Tabel ini berisi indikator-indikator penilaian yang digunakan untuk menilai kinerja UMKM. Indikator-indikator ini mencakup berbagai aspek yang relevan untuk menganalisis kinerja UKM di berbagai bidang (Terttiaavini et al., 2021).

**Tabel 1: Indikator Penilaian UMKM**

No	Indikator	Kriteria
1	Tingkat Pendidikan	S2 / S3; S1 / K4; D3; D1 / SMA; SMP/ SD
2	Status Kepemilikan Usaha	Individu; Kelompok
3	Status tempat usaha	Sewa; Milik Sendiri; Pinjam Gratis
4	Alamat tempat Usaha	Alamat tempat usaha
5	Skala Usaha	Usaha Mikro; Usaha Kecil; Usaha Menengah
6	Jenis Usaha	Berbagai jenis usaha di UKM
7	Jumlah Karyawan	Orang
8	Omset Penjualan Perbulan	Jumlah total pendapatan yang dihasilkan



9	Biaya Operasional	Biaya yang dikeluarkan untuk keperluan operasional sehari-hari.
10	Laba / keuntungan Kotor	Jumlah pendapatan bersih setelah dikurangi biaya
11	Rata Jumlah Produksi / per Bulan	Angka rata-rata jumlah barang yang dihasilkan.
12	Jumlah produk terjual	Total unit produk yang terjual.
13	Kategori Pembeli	Anak-anak; Remaja Putri; Remaja Laki-laki; Orang Dewasa
14	Jenis Usaha	Individu; Kelompok
15	Jumlah Karyawan	Usaha Mikro; Usaha Kecil; Usaha Menengah
16	Metode Penjualan	Total jumlah orang yang bekerja

Sumber: Marcelina, Kurnia, & Terttiaavini (2023)

Berdasarkan data kriteria UMKM, data tersebut telah dikelompokkan menjadi tiga variabel utama, yaitu:

1. Kinerja Keuangan, yaitu Variabel ini mencakup atribut Omset, Biaya Operasional, dan Laba.
2. Penjualan Produk, yaitu Variabel ini mencakup atribut Rata Jumlah Produksi dan Jumlah Produk Terjual
3. Strategi Pemasaran, yaitu Variabel ini mencakup atribut Status Kepemilikan Usaha, Jenis Usaha, Jumlah Karyawan, dan Metode Penjualan

Pengelompokan data ini memungkinkan analisis yang lebih terfokus terhadap faktor-faktor yang memengaruhi produktivitas UMKM. Dengan memisahkan variabel-variabel ini ke dalam tiga kelompok utama, penelitian dapat menganalisis masing-masing aspek secara terpisah, mengeksplorasi hubungan antar variabel, dan mengidentifikasi pola atau tren yang mungkin muncul (Ahmed et al., 2020; Ghazal, 2021). Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM di Kota Palangka Raya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum data digunakan dalam proses analisis, penelitian ini terlebih dahulu melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap instrumen kuesioner yang digunakan. Proses validasi ini penting untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan dalam kuesioner benar-benar mengukur aspek yang dimaksud, seperti kinerja keuangan, penjualan produk, dan strategi pemasaran. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan korelasi Pearson Product Moment, yang menghubungkan skor setiap item dengan skor total. Kuesioner dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel pada taraf signifikansi 5%. Dari hasil pengujian yang dilakukan terhadap 30 responden awal (uji coba), seluruh item dalam kuesioner menunjukkan nilai  $r$  hitung yang signifikan dan melebihi batas minimum, sehingga dinyatakan valid.

Selanjutnya, dilakukan uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi internal dari item-item pertanyaan. Uji ini menggunakan koefisien Alpha Cronbach, dengan interpretasi bahwa nilai reliabilitas dikatakan baik apabila Cronbach's Alpha > 0,70. Berdasarkan pengolahan data uji coba



menggunakan SPSS versi 25, nilai Alpha Cronbach yang diperoleh untuk seluruh instrumen adalah 0,842. Nilai ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki reliabilitas tinggi dan layak digunakan untuk pengumpulan data skala penuh. Proses uji validitas dan reliabilitas dilaksanakan pada minggu pertama bulan Agustus 2024, sebelum pengumpulan data utama dimulai.

Dengan telah lolosnya instrumen pada tahap validitas dan reliabilitas, maka pengumpulan data utama dilanjutkan pada minggu kedua hingga akhir Oktober 2024. Data dikumpulkan dari 100 pelaku UMKM melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Data yang terkumpul kemudian diolah sebagai dasar untuk proses klusterisasi dan analisis lebih lanjut, yang akan dijelaskan pada bagian hasil dan pembahasan.

Penelitian ini menerapkan pendekatan analisis kluster dengan tujuan mengelompokkan sejumlah UMKM di Kota Palangka Raya. Data primer dikumpulkan dari UMKM di Kota Palangka Raya dan akan diolah menjadi informasi yang memiliki nilai signifikan. Penelitian ini terdiri dari empat tahap, yaitu pengumpulan data, pengolahan data, klusterisasi, dan penyajian hasil. Pada tahap ini penelitian sudah menyelesaikan 2 tahapan awal yaitu pengumpulan data sebanyak 100 responden dan pengolahan data awal.

Untuk mengevaluasi kinerja UMKM, digunakan kriteria yang tercantum dalam Tabel 1. Tabel ini berisi indikator-indikator penilaian yang digunakan untuk menilai kinerja UMKM. Indikator-indikator ini mencakup berbagai aspek yang relevan untuk menganalisis kinerja UKM di berbagai bidang (Terttiaavini et al., 2021).

Berdasarkan data kriteria UMKM, data tersebut telah dikelompokkan menjadi tiga variabel utama, yaitu:

- 1 Kinerja Keuangan, yaitu Variabel ini mencakup atribut Omset, Biaya Operasional, dan Laba.
- 2 Penjualan Produk, yaitu Variabel ini mencakup atribut Rata Jumlah Produksi dan Jumlah Produk Terjual
- 3 Strategi Pemasaran, yaitu Variabel ini mencakup atribut Status Kepemilikan Usaha, Jenis Usaha, Jumlah Karyawan, dan Metode Penjualan

Pengelompokan data ini memungkinkan analisis yang lebih terfokus terhadap faktor-faktor yang memengaruhi produktivitas UMKM. Dengan memisahkan variabel-variabel ini ke dalam tiga kelompok utama, penelitian dapat menganalisis masing-masing aspek secara terpisah, mengeksplorasi hubungan antar variabel, dan mengidentifikasi pola atau tren yang mungkin muncul (Ahmed et al., 2020; Ghazal, 2021). Data terkumpul dapat dilihat pada lampiran.

Tahap kedua setelah data terkumpul adalah melakukan uji deskriptif. Uji deskriptif adalah metode analisis yang digunakan untuk memahami dan merangkum data dalam bentuk statistik yang menggambarkan karakteristik utama dari suatu dataset. Tujuan utamanya adalah memberikan gambaran umum tentang data tanpa membuat kesimpulan atau pengujian hipotesis. Dalam konteks kinerja UMKM, uji deskriptif bertujuan untuk memahami pola, distribusi, dan kecenderungan dari variabel yang terkait. Uji deskriptif ini akan melihat sebaran UMKM berdasarkan kinerja keuangan, produksi, dan pemasaran.

Penggolongan kinerja keuangan UMKM dalam penelitian ini dilakukan



dengan menggunakan indikator utama yang mencakup omzet, biaya operasional, dan laba kotor. Ketiga indikator tersebut digunakan untuk mengevaluasi efisiensi serta tingkat profitabilitas usaha. Evaluasi efisiensi dilakukan dengan menganalisis rasio laba terhadap omzet serta rasio biaya operasional terhadap omzet. Berdasarkan hasil perhitungan rasio tersebut, UMKM kemudian diklasifikasikan ke dalam tiga kategori efisiensi keuangan, yaitu tinggi, sedang, dan rendah.

UMKM dikategorikan memiliki efisiensi keuangan tinggi apabila laba yang diperoleh lebih dari 50% dari total omzet, dan pada saat yang sama, biaya operasional tidak melebihi 30% dari omzet. Kategori ini menunjukkan bahwa usaha mampu menghasilkan keuntungan besar dengan efisiensi biaya yang optimal. Sementara itu, UMKM diklasifikasikan dalam kategori efisiensi sedang jika laba yang dihasilkan berada pada kisaran 20% hingga 50% dari omzet, dengan biaya operasional berkisar antara 30% hingga 60% dari omzet. Kelompok ini menunjukkan kinerja keuangan yang cukup baik, namun masih memiliki ruang untuk peningkatan efisiensi.

Adapun UMKM yang masuk dalam kategori efisiensi keuangan rendah adalah mereka yang memiliki laba kurang dari 20% dari omzet dan mengeluarkan biaya operasional lebih dari 60% dari omzet. Kategori ini mencerminkan kondisi usaha yang belum optimal dalam mengelola sumber daya keuangan, sehingga margin keuntungan yang diperoleh sangat kecil. Klasifikasi ini penting dalam proses klusterisasi karena dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai seberapa

efisien suatu usaha dalam menjalankan operasional dan menghasilkan keuntungan, yang pada akhirnya menjadi dasar dalam merancang strategi pengembangan yang tepat.

Analisis Rasio Keuangan dilakukan dengan menggunakan menggunakan indikator rasio keuangan untuk penggolongan:

- a. Rasio Laba Bersih (Net Profit Margin):

$$Rasio = \frac{Laba}{Omzet} \times 100\%$$

- Tinggi : > 40%.
- Sedang : 20%–40%.
- Rendah : < 20%.

- b. Rasio Beban Operasional terhadap Omzet:

$$Rasio = \frac{Biaya\ Operasional}{Omzet} \times 100\%$$

- Efisien : < 50%.
- Tidak Efisien:  $\geq$  50%.

Rasio Penjualan terhadap Produksi dilakukan dengan mengukur seberapa besar proporsi produk yang terjual dibandingkan yang diproduksi.

$$Rasio\ Penjualan = \frac{Jumlah\ Produk\ Terjual}{Rata - rata\ jumlah\ produksi} \times 100\%$$

Kategori:

- Kinerja Sangat Baik : Rasio  $\geq$  90% (sebagian besar produk terjual).
- Kinerja Baik : Rasio 70%–89% (mayoritas produk terjual).
- Kinerja Sedang : Rasio 50%–69% (lebih dari separuh produk terjual).
- Kinerja Rendah : Rasio < 50% (banyak produk tidak terjual).



Penggolongan kinerja pemasaran UMKM berdasarkan variabel status kepemilikan usaha, jenis usaha, jumlah karyawan, dan metode penjualan memberikan wawasan tentang strategi pemasaran yang efektif dan efisiensi pengelolaan usaha. variabel status kepemilikan usaha akan menilai dampak kepemilikan (individu atau kelompok) terhadap kemampuan pemasaran. Berdasarkan keempat variabel, kinerja pemasaran UMKM dapat digolongkan menjadi:

a. Kinerja Tinggi:

- Status kepemilikan terorganisasi (kelompok atau individu inovatif).
- Strategi pemasaran sesuai jenis usaha (produk/jasa).
- Karyawan yang diberdayakan dalam pemasaran.
- Metode penjualan yang memanfaatkan online dan offline secara efektif.

b. Kinerja Sedang:

- Usaha dengan strategi yang terbatas tetapi relevan dengan target pasar.
- Fokus hanya pada salah satu metode penjualan (misalnya, hanya offline).

c. Kinerja Rendah:

- Tidak ada strategi pemasaran yang jelas.
- Penjualan mengandalkan metode konvensional tanpa diversifikasi.

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari 100 responden pelaku UMKM di Kota Palangka Raya, diperoleh rata-rata omzet per bulan sebesar Rp5.040.000, dengan rata-rata biaya operasional per bulan sebesar Rp1.460.000 dan rata-rata laba bersih sebesar Rp3.580.000. Dari sisi produksi dan penjualan, sebagian besar UMKM menunjukkan performa yang stabil dengan rasio penjualan terhadap produksi

yang mendekati atau melebihi 90%, menunjukkan bahwa hampir seluruh produk yang diproduksi dapat terjual. Dalam hal pemasaran, mayoritas UMKM menggunakan metode gabungan antara penjualan offline dan online, meskipun masih ada sebagian yang mengandalkan metode konvensional.

Analisis implementasi kinerja UMKM berdasarkan data yang diberikan dan kriteria yang telah ditentukan:

a. Kinerja Keuangan

- Rata-rata omzet per bulan: Rp5.040.000
- Rata-rata biaya operasional per bulan: Rp1.460.000
- Rata-rata laba bersih per bulan: Rp358.000

Analisis Kinerja Keuangan:

- Efisiensi Keuangan:

*Rasio biaya operasional terhadap omzet*

$$= \frac{1.460.000}{5.040.000} \times 100\% = 28,97\%$$

Efisiensi tinggi (biaya operasional < 30% omzet).

*Rasio biaya labal terhadap omzet*

$$= \frac{3.580.000}{5.040.000} \times 100\% = 71,03\%$$

Profitabilitas sangat baik (laba bersih > 50% omzet)

UMKM menunjukkan efisiensi operasional yang tinggi dan profitabilitas yang sangat baik. Usaha ini berhasil memanfaatkan sumber daya untuk menghasilkan keuntungan signifikan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara umum UMKM di Kota Palangka Raya memiliki efisiensi

keuangan yang tinggi. Hal ini ditunjukkan melalui rasio biaya operasional terhadap omzet yang hanya sebesar 28,97%, di bawah ambang batas efisiensi tinggi sebesar 30%. Artinya, pengeluaran untuk kegiatan operasional masih dalam batas wajar dan efisien. Selain itu, profitabilitas juga tergolong sangat baik dengan rasio laba terhadap omzet mencapai 71,03%, jauh di atas kategori laba minimum 50% untuk dianggap menguntungkan. Dengan demikian, UMKM yang menjadi responden dalam penelitian ini cenderung berhasil mengelola sumber daya secara optimal untuk menghasilkan keuntungan yang signifikan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Marcelina et al. (2023) yang mengelompokkan UMKM berdasarkan efisiensi keuangan dan menemukan bahwa kelompok dengan efisiensi tinggi memiliki peluang pertumbuhan usaha yang lebih baik dibandingkan klaster lainnya. Penelitian tersebut juga menekankan pentingnya pengendalian biaya dan strategi harga dalam mempertahankan margin laba. Dengan kinerja keuangan seperti ini, UMKM Palangka Raya berpotensi untuk naik kelas ke tingkat usaha kecil atau menengah jika strategi pertumbuhannya dikelola dengan tepat.

- b. Penjualan produk memiliki kinerja sangat baik (rasio  $\geq 90\%$ ). Hal ini dapat disimpulkan rata-rata dari sisi produk UMKM sangat baik dalam memenuhi permintaan pasar, dengan hampir seluruh produksi terjual setiap bulannya. Hal ini

menunjukkan strategi produksi yang efisien dan tingkat permintaan yang stabil. Dalam aspek penjualan, data menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM memiliki rasio penjualan terhadap produksi  $\geq 90\%$ , yang menunjukkan bahwa hampir semua produk yang diproduksi dapat dijual dalam periode yang sama. Hal ini menandakan bahwa sistem produksi dan distribusi UMKM telah berjalan secara efisien, dan adanya permintaan pasar yang cukup stabil terhadap produk yang mereka tawarkan. Strategi produksi yang adaptif terhadap permintaan pasar menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan ini.

- c. Penemuan ini diperkuat oleh studi Wahyudi et al. (2019) yang mengungkapkan bahwa salah satu indikator keberhasilan UMKM dalam penjualan adalah kemampuan memenuhi target penjualan dan minimnya barang tidak terjual (dead stock). Penjualan yang tinggi juga menandakan adanya kejelasan segmentasi pasar dan efektivitas dalam promosi produk, baik melalui media sosial maupun pendekatan komunitas. Dari sisi strategi pemasaran, mayoritas UMKM yang memiliki kinerja terbaik mengadopsi metode pemasaran kombinasi, yaitu melalui jalur online dan offline secara bersamaan. Metode ini memberikan keuntungan ganda karena dapat menjangkau konsumen secara luas, baik secara lokal maupun digital. UMKM yang mengandalkan



metode konvensional (hanya offline) cenderung memiliki keterbatasan jangkauan dan potensi pasar yang tidak maksimal. Oleh karena itu, pengembangan strategi pemasaran digital menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperkuat.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Pratika et al. (2022) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran multikanal (multi-channel) terbukti lebih efektif dalam meningkatkan awareness dan konversi penjualan UMKM. Penelitian tersebut juga menekankan pentingnya adaptasi UMKM terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada platform digital. Oleh karena itu, dorongan untuk melakukan digitalisasi pemasaran UMKM menjadi urgensi strategis bagi pelaku usaha dan pemerintah daerah.

Strategi Pemasaran UMKM dengan metode kombinasi (offline dan online) menunjukkan potensi pemasaran tertinggi. Namun, UMKM yang hanya menggunakan metode offline dapat memperluas jangkauan mereka dengan memanfaatkan platform digital.

Secara umum kinerja UMKM di Kota Palangka Raya secara keuangan menunjukkan efisiensi biaya operasional yang tinggi dan profitabilitas yang sangat baik. Profit margin yang tinggi (>70%) menunjukkan pengelolaan keuangan yang efektif. Kinerja penjualan UMUM juga menunjukkan kinerja sangat baik, dengan rasio penjualan hampir mencapai 100%. Hal ini menunjukkan bahwa produk

UMKM memiliki permintaan yang tinggi dan manajemen inventori yang efektif. Dari sisi strategi Pemasaran usaha kelompok cenderung memiliki keunggulan dalam pemasaran dibandingkan individu. Metode kombinasi pemasaran offline dan online adalah strategi yang paling efektif, meskipun sebagian besar UMKM belum mengadopsi sepenuhnya.

## PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa metode K-Means Clustering efektif dalam mengelompokkan UMKM berdasarkan kinerja keuangan, penjualan produk, dan strategi pemasaran, sehingga menghasilkan klasifikasi yang berguna untuk merumuskan strategi pengembangan yang lebih tepat sasaran. Temuan menunjukkan bahwa UMKM dengan efisiensi operasional tinggi dan profitabilitas yang signifikan memiliki potensi pertumbuhan yang lebih besar, sementara strategi pemasaran multikanal (online dan offline) terbukti lebih efektif dalam meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, disarankan agar pemerintah daerah dan pemangku kepentingan memanfaatkan pendekatan berbasis data ini dalam menyusun kebijakan pembinaan UMKM yang lebih terstruktur dan kontekstual, termasuk mendorong digitalisasi pemasaran bagi pelaku usaha yang masih konvensional. Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada ukuran sampel yang hanya mencakup 100 UMKM dan pengumpulan data yang dilakukan secara daring, yang berpotensi menimbulkan bias keterwakilan. Penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas cakupan geografis dan menggunakan pendekatan campuran guna memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh terhadap kondisi





dan kebutuhan pengembangan UMKM di daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D., Susilo, S., Ahmar, A. S., Rusli, R., & Hidayat, R. (2022). The application of K-means clustering for province clustering in Indonesia of the risk of the COVID-19 pandemic based on COVID-19 data. *Quality & Quantity*, 56(3), 1283–1291.
- Ahmed, M., Seraj, R., & Islam, S. M. S. (2020). The k-means algorithm: A comprehensive survey and performance evaluation. *Electronics*, 9(8), 1295.
- Akhmad, A., Khalid, I., & Asdar, A. (2023). Strategy for Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Gowa Regency, Indonesia. *European Journal of Development Studies*, 3(5), 7–15.
- Alexandropoulos, S.-A. N., Kotsiantis, S. B., & Vrahatis, M. N. (2019). Data preprocessing in predictive data mining. *The Knowledge Engineering Review*, 34, e1.
- Anwar, G., & Abdullah, N. N. (2021). The impact of Human resource management practice on Organizational performance. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, 5.
- Arraniri, I., Firmansyah, H., Wiliana, E., Setyaningsih, D., Susiati, A., Megaster, T., Rachmawati, E., Wardhana, A., Yuliatmo, W., & Purwaningsih, N. (2021). *Manajemen sumber daya manusia*. Penerbit Insania.
- Bank Indonesia. (2022). *Laporan Perekonomian Provinsi Kalimantan Tengah*.  
<https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Documents/Laporan-Perekonomian-Provinsi-Kalimantan-Tengah-Mei-2022.pdf>
- Buckley, P. J., Pass, C. L., & Prescott, K. (1988). Measures of international competitiveness: a critical survey. *Journal of Marketing Management*, 4(2), 175–200.
- Chen, Y. T., & Witten, D. M. (2022). Selective inference for k-means clustering. *ArXiv Preprint ArXiv:2203.15267*.
- Darsana, I. M., & Sukaarnawa, I. G. M. (2023). *Manajemen sumber daya manusia*. Mafy Media Literasi Indonesia.
- Dinas Koperasi dan UMKM. (2023). *Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Provinsi Kalimantan Tengah*.  
<https://diskopukm.kalteng.go.id/dataukm>
- Ghazal, T. M. (2021). Performances of k-means clustering algorithm with different distance metrics. *Intelligent Automation & Soft Computing*, 30(2), 735–742.
- Haddoud, M. Y., Beynon, M. J., Jones, P., & Newbery, R. (2018). SMEs' export propensity in North Africa: a fuzzy c-means cluster analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(5), 769–790.
- Heryati, A., & Herdiansyah, M. I. (2020). The Application of Data Mining by using K-Means Clustering Method in Determining New Students'



- Admission Promotion Strategy. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 9(3), 824–833.
- Ichsan, R. N., SE, M. M., Lukman Nasution, S. E. I., & Sarman Sinaga, S. E. (2021). *Bahan Ajar Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)*. CV. Sentosa Deli Mandiri.
- Lilis Sulastri, L. (2016). *Manajemen Usaha Kecil Menengah*. LGM-LaGood's Publishing.
- Lubis, F. A., Harisudin, M., & Fajarningsih, R. U. (2019). Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah di Kabupaten Sleman dengan Metode Analytical Hierarchy Process. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 5(2), 119–128.
- Marcelina, D., Kurnia, A., & Terttiaavini, T. (2023). Analisis Klaster Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Menggunakan Algoritma K-Means Clustering: Cluster Analysis of Small Medium Enterprise Performance with K-Means Clustering Algorithm. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 3(2), 293–301.
- Morissette, L., & Chartier, S. (2013). The k-means clustering technique: General considerations and implementation in Mathematica. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 9(1), 15–24.
- Mustaniroh, S. A., Santoso, I., & Permatasari, M. T. Y. K. (2019). Analisis klaster industri enting geti berdasarkan kinerja UKM dan kualitas produk menggunakan k-means clustering. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 20(2), 103–114.
- Mutegi, H. K., Njeru, P. W., & Ongesa, N. T. (2015). *Financial literacy and its impact on loan repayment by small and medium entrepreneurs*.
- Norfai, S. K. M. (2022). *Analisis data penelitian (Analisis Univariat, Bivariat dan Multivariat)*. Penerbit Qiara Media.
- Perdana, A., Lee, H. H., Koh, S., & Arisandi, D. (2022). Data analytics in small and mid-size enterprises: Enablers and inhibitors for business value and firm performance. *International Journal of Accounting Information Systems*, 44, 100547.
- Pratika, A., Budiarto, B., & Senjawati, N. D. (2022). Alternatif Strategi Pemasaran Susu Almond Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) Pada UMKM Ralalii. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 23(2), 159–175.
- Rahmanto, B. T., Nurjanah, S., & Darmo, I. S. (2018). Peran Komunitas Dalam Meningkatkan Kinerja Ukm (Ditinjau Dari Faktor Internal). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 18.
- Rustiyan, R., & Mustakim, M. (2018). Penerapan Algoritma Fuzzy C Means untuk Analisis Permasalahan Simpanan Wajib Anggota Koperasi. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(2), 171–176.
- Sari, A. F., Sampurna, R. H., & Meigawati, D. (2022). Stategi Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian dalam Pemberdayaan UMKM di Kota Sukabumi. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(10), 3353–3360.
- Sari, D. K., & Budiharsono, S. (2023). Strategi Pemerintah Kota Bekasi Dalam Pengembangan UMKM



- Makanan Minuman Pada Era Digital. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3603–3612.
- Stone, R. J., Cox, A., & Gavin, M. (2020). *Human resource management*. John Wiley & Sons.
- Surya, B., Menne, F., Sabhan, H., Suriani, S., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic growth, increasing productivity of SMEs, and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 20.
- Tamba, S. P., Batubara, M. D., Purba, W., Sihombing, M., Siregar, V. M. M., & Banjarnahor, J. (2019). Book data grouping in libraries using the k-means clustering method. *Journal of Physics: Conference Series*, 1230(1), 12074.
- Terttiaavini, T., Marnisah, L., Yulius, Y., & Saputra, T. S. (2019). Pengembangan Kewirausahaan â€œKemplang Tunuâ€ Sebagai Produk Cemilan Khas Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 3(1).
- Terttiaavini, T., Sofian, S., & Saputra, T. S. (2021). Pendampingan Penyusunan Program Rencana Kerja Badan Usaha Milik Desa Dalam Rangka Optimalisasi Potensi Desa Serijabo Ogan Ilir Sumatera Selatan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(6), 3536–3546.
- Tian, W., Zheng, Y., Yang, R., Ji, S., & Wang, J. (2014). Research on clustering based meteorological data mining methods. *Adv Sci Technol Lett*, 79, 106–112.
- Wahyudi, E. N., Utomo, A. P., & Mariana, N. (2019). Pengelompokan Jenis Usaha Umkm Kota Semarang Dalam Rangka Proses Pembinaan Dan Pendampingan Untuk Pengembangan Usaha Dengan Teknik Data Mining. *Dinamik*, 24(1), 13–20.
- Yacob, S., Erida, E., Machpuddin, A., & Alamsyah, D. (2021). A model for the business performance of micro, small and medium enterprises: Perspective of social commerce and the uniqueness of resource capability in Indonesia. *Management Science Letters*, 11(1), 101–110.

