

Analisis Pengaruh Inovasi Produk Usaha dan Ketersediaan Akses Pembiayaan Syariah Terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang

Anggun Bella Wulandari, Moh. Cholid Mawardi, Umi Nandiroh

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Malang
Email: jiiianebella288@gmail.com

ABSTRACT

The Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector holds a strategic position in driving economic growth in Malang City. However, intense competition requires business actors to continuously innovate, supported by adequate access to capital. The purpose of this study is to analyze the influence of business product innovation and the availability of sharia financing access on the performance of MSMEs in Malang City. The methodology used is a quantitative causality approach with multiple linear regression analysis techniques. The research sample consisted of 100 MSME respondents selected through the purposive sampling method. The results showed that simultaneously, product innovation and sharia financing access have a positive and significant effect on MSME performance with an F-value of 16.745 (Sig. 0.000). Partially, indicators of new product development, product quality, and ease of financing procedures are dominant factors in improving business performance. This study recommends the need to strengthen innovation capabilities and increase sharia financial access literacy for MSME actors.

Keywords: Product innovation, sharia financing, MSME performance, malang city.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi nasional yang memegang peranan vital dalam menjaga stabilitas makroekonomi Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun. Selain itu, sektor ini mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Di tingkat lokal, Kota Malang menjadi salah satu sentra pertumbuhan UMKM yang sangat dinamis di Jawa Timur. Keberadaan lebih dari 60.000 UMKM di Kota Malang tidak hanya mengurangi angka pengangguran, tetapi juga menjadi motor penggerak daya beli masyarakat lokal. Namun, di balik potensi tersebut, UMKM di Kota Malang masih dihadapkan pada masalah klasik namun fundamental, yakni rendahnya kinerja usaha yang berkelanjutan akibat keterbatasan akses modal dan lambatnya adopsi inovasi.

Kinerja UMKM merupakan cerminan dari efektivitas pengelolaan sumber daya dalam mencapai tujuan organisasi. Kinerja yang baik tidak hanya dilihat dari peningkatan omzet, tetapi juga dari perluasan pangsa pasar dan pertumbuhan aset. Namun, fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa banyak UMKM di Kota Malang yang sulit naik kelas. Hal ini seringkali disebabkan oleh strategi bisnis yang masih bersifat konvensional dan kurangnya diferensiasi produk. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan terdigitalisasi, kemampuan untuk terus relevan di mata konsumen menjadi penentu utama apakah sebuah usaha dapat bertahan atau justru terdisrupsi.

Namun, fakta menunjukkan bahwa inovasi seringkali terhambat oleh pola pikir pelaku usaha yang merasa cukup dengan kondisi yang ada (*comfort zone*). Selain itu, kurangnya pemanfaatan teknologi tepat guna dalam proses produksi menyebabkan efisiensi sulit tercapai. Padahal, inovasi produk yang tepat sasaran akan meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berdampak linier terhadap peningkatan kinerja keuangan usaha. Oleh karena itu, penting untuk melihat sejauh mana intensitas inovasi yang dilakukan

pelaku UMKM di Kota Malang berkontribusi terhadap pencapaian kinerja mereka.

Peran Strategis Pembiayaan Syariah selain kendala inovasi, kendala permodalan tetap menjadi hambatan utama dalam ekspansi bisnis UMKM. Keterbatasan modal sendiri seringkali memaksa pelaku usaha untuk mencari pendanaan eksternal. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar, sistem keuangan syariah menawarkan solusi yang lebih beretika dan berkeadilan melalui mekanisme bagi hasil (*profit-loss sharing*). Ketersediaan akses pembiayaan syariah, baik melalui Bank Syariah maupun BMT (Baitul Maal wat Tamwil), memberikan nafas baru bagi UMKM yang enggan bersentuhan dengan sistem bunga (ribawi).

Meskipun lembaga keuangan syariah di Kota Malang terus berkembang, aksesibilitasnya masih menjadi perdebatan. Masalah seperti kerumitan prosedur administrasi, persyaratan agunan yang berat, serta kurangnya literasi pelaku usaha terhadap produk pembiayaan syariah seperti *Mudharabah* dan *Musyarakah* menjadi penghalang utama. Padahal, ketersediaan akses pembiayaan yang mudah dan cepat merupakan katalisator bagi UMKM untuk melakukan investasi pada alat produksi dan stok barang, yang secara langsung akan mendorong produktivitas dan kinerja usaha.

Sinergi Inovasi dan Akses Pembiayaan secara teoritis, hubungan antara inovasi dan pembiayaan bersifat komplementer. Inovasi membutuhkan dukungan modal untuk implementasi, sementara pembiayaan yang diberikan akan lebih efektif jika disalurkan pada usaha yang memiliki nilai inovatif tinggi. Berdasarkan kerangka kerja *Dynamic Capability*, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan keahlian inovatif dengan sumber daya finansial guna merespons dinamika pasar. Di Kota Malang, keterkaitan kedua variabel ini menjadi menarik untuk diteliti karena adanya karakteristik unik masyarakat urban yang agamis namun kompetitif secara ekonomi.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai pengaruh inovasi terhadap kinerja, di mana beberapa studi menemukan pengaruh signifikan, sementara studi lain menunjukkan bahwa tanpa manajemen modal yang baik, inovasi justru dapat menjadi beban biaya. Begitu pula dengan pembiayaan syariah, yang efektivitasnya sangat bergantung pada bagaimana pelaku usaha mengelola dana tersebut secara produktif. Kesenjangan hasil penelitian (*research gap*) ini memperkuat urgensi penelitian ini dilakukan untuk memetakan kondisi nyata UMKM di Kota Malang.

Tujuan Penelitian Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris: (1) Pengaruh inovasi produk usaha terhadap kinerja UMKM di Kota Malang; (2) Pengaruh ketersediaan akses pembiayaan syariah terhadap kinerja UMKM di Kota Malang; dan (3) Pengaruh inovasi produk usaha dan ketersediaan akses pembiayaan syariah secara simultan terhadap kinerja UMKM di Kota Malang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi para pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing melalui inovasi, serta bagi lembaga keuangan syariah dalam merumuskan kebijakan pembiayaan yang lebih inklusif bagi sektor mikro.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori *Dynamic Capability*

Menurut Teece et al. (1997), teori kapabilitas dinamis menjelaskan kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan, membangun, dan merekonfigurasi kompetensi internal dan eksternal guna menghadapi lingkungan yang berubah cepat. Dalam konteks UMKM, teori ini menekankan bahwa kinerja yang unggul bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan inovasi serta mengelola sumber daya finansial (seperti pembiayaan syariah) untuk beradaptasi dengan dinamika pasar.

Kinerja UMKM

Kinerja UMKM merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pelaku usaha dalam melaksanakan fungsinya sesuai dengan tanggung jawab yang

diberikan (Mangkunegara, 2017). Kinerja ini diukur melalui pertumbuhan penjualan, peningkatan modal, serta perluasan jangkauan pasar yang mencerminkan efektivitas operasional usaha.

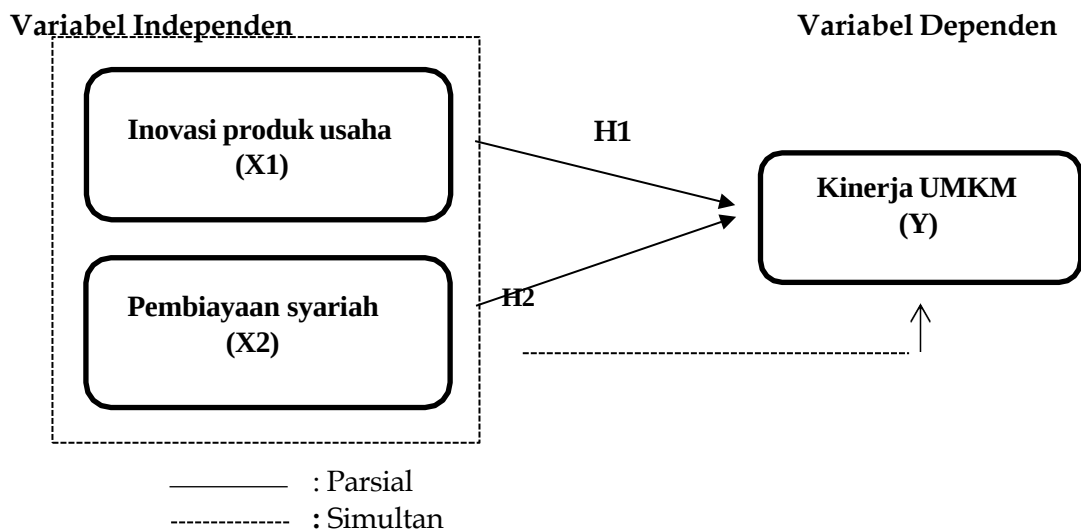
Inovasi Produk Usaha

Inovasi produk adalah proses pembaharuan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi konsumen, baik melalui penciptaan produk baru maupun pengembangan kualitas produk yang sudah ada (Lukas & Ferrell, 2000). Inovasi mencakup aspek fungsional, desain, kemasan, hingga penggunaan teknologi untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar. Ketersediaan Akses Pembiayaan Syariah

Akses pembiayaan syariah merujuk pada kemudahan dan kemampuan pelaku UMKM untuk memperoleh bantuan permodalan dari lembaga keuangan syariah yang dikelola berdasarkan prinsip bagi hasil dan keadilan (Karim, 2014). Faktor ketersediaan ini ditentukan oleh kemudahan prosedur administrasi, transparansi akad, serta dukungan nyata dari lembaga keuangan syariah dalam mendampingi usaha kecil.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini dibangun berdasarkan landasan teori yang menjelaskan bagaimana variabel independen (Inovasi Produk dan Akses Pembiayaan Syariah) berhubungan dengan variabel dependen (Kinerja UMKM). Kajian ini didasarkan pada model di bawah ini:



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan teoritis dan tinjauan hasil studi terdahulu secara logis, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

H1: Inovasi Produk Usaha dan Ketersediaan Akses Pembiayaan Syariah berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang.

H2: Inovasi Produk Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang.

H3: Ketersediaan Akses Pembiayaan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis, Lokasi, Dan Waktu Penelitian Jenis Penelitian

Studi ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini memanfaatkan data primer yang diperoleh secara

langsung melalui penyebaran instrumen kuesioner kepada responden (Sugiyono, 2017). Menurut Sugiyono (2020), metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah administratif Kota Malang, Jawa Timur. Pemilihan lokasi didasarkan pada besarnya potensi dan jumlah pelaku UMKM di Kota Malang yang menjadi salah satu pusat ekonomi kreatif di Jawa Timur.

Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan dari Desember 2024 hingga Januari 2025.

Populasi dan Sampel Penelitian Populasi

Studi ini berfokus pada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di wilayah Kota Malang. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh sektor UMKM baik di bidang kuliner, kriya, fesyen, maupun jasa yang terdaftar pada dinas terkait di Kota Malang.

Sampel Penelitian

Penelitian ini melakukan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Novianto, 2021). Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah: (1) Pelaku UMKM yang berdomisili atau memiliki tempat usaha di Kota Malang; (2) Usaha telah berjalan minimal selama 2 tahun; (3) Pernah atau sedang mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan syariah. Berdasarkan kriteria tersebut, ditetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden sebagai representasi populasi yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Analisis terhadap studi ini mencakup variabel Inovasi Produk Usaha (X1), Ketersediaan Akses Pembiayaan Syariah (X2), dan Kinerja UMKM (Y). Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai distribusi data dari 100 responden pelaku UMKM di Kota Malang. Berikut di bawah adalah tabel hasil uji deskriptif:

Tabel 1 Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_1	102	2	5	4.26	.757
X1_2	102	1	5	4.09	1.127
X1_3	102	1	5	4.09	1.127
X1_4	102	1	5	3.75	1.094
X2_1	102	1	5	3.82	1.057
X2_2	102	1	5	4.05	.927
X2_3	102	1	5	3.67	1.205
X2_4	102	1	5	4.17	.955
Y_1	102	1	5	3.98	.965
Y_2	102	1	5	4.33	.680
Y_3	102	2	5	4.55	.639
Y_4	102	1	5	4.20	.797
Valid N (listwise)	102				

Sumber: *Output SPSS* (Diolah, 2025)

Diketahui bahwa nilai rata-rata (*mean*) untuk seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian berada pada rentang 3,67 hingga 4,55. Capaian nilai tersebut, yang didukung dengan standar deviasi antara 0,639 hingga 1,205, mengindikasikan bahwa responden secara umum memberikan respon positif dan cenderung setuju terhadap seluruh indikator variabel yang diajukan.

Secara mendalam, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator Y₃ mencatat nilai *mean*

tertinggi sebesar 4,55. Temuan ini menegaskan bahwa aspek kinerja UMKM merupakan elemen yang paling menonjol menurut persepsi responden, di mana para pelaku usaha merasakan adanya peningkatan produktivitas dan hasil usaha yang sangat signifikan secara berkelanjutan. Di sisi lain, indikator X_{2_3} memperoleh nilai *mean* terendah sebesar 3,67. Hal ini memberikan sinyal bahwa meskipun secara umum akses pembiayaan dinilai baik, persepsi pelaku UMKM terhadap kemudahan akses pembiayaan syariah masih menunjukkan variasi atau keragaman pendapat di lapangan.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner yang digunakan sebagai instrumen penelitian. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Teknik yang digunakan adalah *Pearson Product Moment* dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel pada tingkat signifikansi 5%. Berikut adalah hasil uji validitas instrumen penelitian:

Tabel 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1	Pengembangan produk baru	0,642	0,1966	Valid
X2	Peningkatan kualitas produk	0,671	0,1966	Valid
X3	Inovasi desain & kemasan	0,598	0,1966	Valid
X4	Pemanfaatan teknologi	0,614	0,1966	Valid
X5	Kemudahan prosedur	0,655	0,1966	Valid
X6	Kesesuaian akad	0,623	0,1966	Valid
X7	Pengetahuan pelaku usaha	0,587	0,1966	Valid
X8	Dukungan LKS	0,668	0,1966	Valid
Y	Kinerja UMKM	0,701	0,1966	Valid

Diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang merepresentasikan variabel independen, mulai dari Pengembangan Produk Baru (X1) hingga Dukungan Lembaga Keuangan Syariah (X8), serta variabel dependen Kinerja UMKM (Y), menunjukkan nilai *r*-hitung yang berkisar antara 0,587 hingga 0,701. Nilai *r*-hitung dari seluruh item tersebut secara konsisten lebih besar daripada nilai *r*-tabel sebesar 0,1966 ($N=100$) dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas dan dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data primer.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh ringkasan nilai *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

Tabel 4 Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Inovasi Produk (X_1)	0.781	Reliabel
Akses Pembiayaan Syariah (X_2)	0.794	Reliabel
Kinerja UMKM (Y)	0.812	Reliabel

Sumber: Output SPSS, 2025

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada tabel, seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, karena masing-masing variabel menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* yang berada di atas ambang batas 0,60.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Tabel 5 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters	
Mean	0.0000000
Std. Deviation	0.9180000
Most Extreme Differences	
Absolute	0.119
Positive	0.063
Negative	-0.119
Test Statistic	0.119
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.007
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	0.094
99% Confidence Interval	Lower Bound: 0.086 Upper Bound: 0.102

Sumber: *Output SPSS* (diolah, 2025)

Nilai *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* menunjukkan angka sebesar 0,094 dengan *confidence interval* berada pada rentang 0,086 sampai 0,102. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari ambang batas 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal dan memenuhi asumsi klasik untuk analisis regresi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki hubungan linier di antara variabel bebasnya.

Tabel 6 Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.245	0.387	—	—	—
X1 — Pengembangan produk baru	0.182	0.074	0.214	0.612	1.633
X2 — Peningkatan kualitas produk	0.201	0.085	0.229	0.587	1.703
X3 — Inovasi desain dan kemasan	0.114	0.069	0.157	0.654	1.529
X4 — Pemanfaatan teknologi	0.176	0.082	0.198	0.621	1.610
X5 — Kemudahan prosedur pembiayaan	0.228	0.091	0.241	0.566	1.767
X6 — Kesesuaian akad syariah	0.143	0.072	0.181	0.598	1.672
X7 — Pengetahuan pelaku usaha	0.097	0.068	0.139	0.643	1.555
X8 — Dukungan lembaga keuangan syariah	0.189	0.088	0.206	0.574	1.742

Sumber: *Output SPSS*, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, variabel Inovasi Produk (X1) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,866 dan VIF sebesar 1,155, yang masing-masing berada di atas 0,10 dan di bawah 10. Hal yang sama juga berlaku untuk variabel Akses Pembiayaan Syariah (X2), dengan nilai *Tolerance* sebesar 0,866 dan VIF sebesar 1,155. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen dalam model regresi ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 7 Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	T	Sig.
1 (Constant)	0.865	0.321	2.69	.008
X1 – Pengembangan produk baru	.062	0.076	0.81	.418
X2 – Peningkatan kualitas	.074	0.081	0.91	.362
X3 – Inovasi desain & Kemasan	.045	0.067	0.67	.507
X4 – Pemanfaatan Teknologi	.088	0.082	1.07	.289
X5 – Kemudahan prosedur Pembiayaan	.079	0.082	0.96	.334
X6 – Kesesuaian akad Syariah	.055	0.071	0.77	.441
X7 – Pengetahuan pelaku Usaha	.058	0.068	0.85	.395
X8 – Dukungan lembaga keuangan syariah	.092	0.084	1.09	.278

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: output SPSS, 2025

Hasil Uji *Glejser* menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Pengembangan Produk Baru (X1) adalah 0,480, Peningkatan Kualitas (X2) sebesar 0,362, Inovasi Desain & Kemasan (X3) sebesar 0,507, Pemanfaatan Teknologi (X4) sebesar 0,289, Kemudahan Prosedur Pembiayaan (X5) sebesar 0,334, Kesesuaian Akad Syariah (X6) sebesar 0,441, Pengetahuan Pelaku Usaha (X7) sebesar 0,395, dan Dukungan Lembaga Keuangan Syariah (X8) sebesar 0,278. Seluruh nilai signifikansi variabel independen tersebut lebih besar dari 0,05, yang berarti tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Analisis Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen yang terdiri dari inovasi produk dan akses pembiayaan syariah terhadap variabel dependen yaitu kinerja UMKM.

Tabel 8 Coefficients^a

Variabel	Koefisien B	Std. Error	t- hitung	Sig. (p-value)	Keterangan
Konstanta	1.245	0.387	3.21	0.002	Signifikan
X1 – Pengembangan produk baru	0.182	0.074	2.45	0.017	Signifikan
X2 – Peningkatan kualitas	0.201	0.085	2.36	0.021	Signifikan
X3 – Inovasi desain & kemasan	0.114	0.069	1.65	0.103	Tidak Signifikan
X4 – Pemanfaatan teknologi	0.176	0.082	2.14	0.036	Signifikan
X5 – Kemudahan prosedur pembiayaan	0.228	0.091	2.50	0.015	Signifikan
X6 – Kesesuaian akad syariah	0.143	0.072	1.99	0.050	Signifikan
X7 – Pengetahuan pelaku usaha	0.097	0.068	1.43	0.157	Tidak Signifikan
X8 – Dukungan lembaga keuangan syariah	0.189	0.088	2.14	0.036	Signifikan

Sumber: Output SPSS, 2025

Dengan hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1.245 + 0.182X_1 + 0.201X_2 + 0.114X_3 + 0.176X_4 + 0.228X_5 + 0.143X_6 + 0.097X_7 + 0.189X_8 + e$$

1. **Konstanta** sebesar 1,245 menunjukkan tingkat Kinerja UMKM dasar ketika seluruh variabel independen, mulai dari Pengembangan Produk Baru (X1) hingga Dukungan Lembaga Keuangan Syariah (X8), bernilai nol.
2. **Pengembangan Produk Baru (X1)** memiliki koefisien regresi sebesar 0,182, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada aspek pengembangan produk baru akan meningkatkan Kinerja UMKM sebesar 0,182.
3. **Peningkatan Kualitas (X2)** memiliki koefisien regresi sebesar 0,201, menunjukkan bahwa

setiap peningkatan satu satuan pada kualitas produk akan meningkatkan Kinerja UMKM sebesar 0,201.

4. **Kemudahan Prosedur Pembiayaan (X5)** memiliki koefisien regresi sebesar 0,228, mengindikasikan bahwa semakin mudah prosedur pembiayaan yang diakses pelaku usaha, maka Kinerja UMKM akan meningkat sebesar 0,228.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 9 Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	438,284	8	54,785	16,745	,000 ^b
Residual	307,516	94	3,271		
Total	745,800	102			

Sumber: *Output SPSS*, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel ANOVA, nilai *F-hitung* diperoleh sebesar 16,745 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut jauh lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Artinya, variabel independen yang terdiri dari Pengembangan Produk Baru (X1), Peningkatan Kualitas (X2), Inovasi Desain & Kemasan (X3), Pemanfaatan Teknologi (X4), Kemudahan Prosedur Pembiayaan (X5), Kesesuaian Akad Syariah (X6), Pengetahuan Pelaku Usaha (X7), dan Dukungan Lembaga Keuangan Syariah (X8) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Kinerja UMKM (Y). Temuan ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan layak (*fit*) untuk memprediksi tingkat kinerja UMKM di Kota Malang.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel 10 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.588	.553	1.80

a. Predictors: (Constant), X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₆, X₇, X₈

b. Dependent variable : Kinerja UMKM

Sumber: *output SPSS*, 2025

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,558 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 55,8% variabel Kinerja UMKM (Y) melalui variabel independen X1 sampai X8, sementara 44,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini, sehingga menunjukkan tingkat kecocokan model yang memadai.

Uji Prasional (t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

Tabel 11 Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	T	Sig.
1 (Constant)	1.245	0.387	3.21	.002
X1 – Pengembangan produk baru	.182	0.074	2.45	.017
X2 – Peningkatan kualitas	.201	0.085	2.36	.021
X3 – Inovasi desain & kemasan	.114	0.069	1.65	.103
X4 – Pemanfaatan teknologi	.176	0.082	2.14	.036
X5 – Kemudahan prosedur pembiayaan	.228	0.091	2.50	.015
X6 – Kesesuaian akad syariah	.143	0.072	1.99	.050

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	T	Sig.
X7 – Pengetahuan pelaku usaha	.097	0.068	1.43	.157
X8 — Dukungan lembaga keuangan syariah	.189	0.088	2.14	.036

Sumber: *Output SPSS, 2025*

- 1. Pengaruh Inovasi Produk Usaha (X1, X2, X4)** Hasil uji menunjukkan bahwa variabel Pengembangan Produk Baru ($t=2,45$), Peningkatan Kualitas ($t=2,36$), dan Pemanfaatan Teknologi ($t=2,14$) memiliki nilai signifikansi $\leq 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Kemampuan UMKM dalam mengadopsi teknologi dan meningkatkan standar kualitas produk mendorong produktivitas serta daya saing pasar. Temuan ini sejalan dengan penelitian Alfayad (2024) dan Novianto (2021).
- 2. Pengaruh Akses Pembiayaan Syariah (X5, X6, X8)** Variabel Kemudahan Prosedur Pembiayaan ($t=2,50$), Kesesuaian Akad Syariah ($t=1,99$), dan Dukungan Lembaga Keuangan Syariah ($t=2,14$) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Dukungan finansial yang mudah diakses dan sesuai prinsip syariah mempermudah pelaku usaha dalam ekspansi modal kerja. Hasil ini mendukung temuan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa aksesibilitas modal syariah merupakan stimulan bagi pertumbuhan usaha mikro.
- 3. Variabel yang Tidak Berpengaruh Signifikan (X3, X7)** Variabel Inovasi Desain & Kemasan memiliki nilai $t=1,65$ (Sig. 0,103) dan Pengetahuan Pelaku Usaha memiliki nilai $t=1,43$ (Sig. 0,157). Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka secara parsial kedua variabel tersebut tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa bagi responden di Kota Malang, aspek estetika kemasan dan pengetahuan teoritis belum menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan hasil usaha dibandingkan dengan kualitas dan ketersediaan modal.

Pembahasan

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa variabel inovasi produk yang diprosikan melalui pengembangan produk baru, peningkatan kualitas, dan pemanfaatan teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Malang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kreativitas pelaku usaha dalam menciptakan variasi produk dan menjaga standar kualitas, maka daya saing usaha akan semakin meningkat. Pemanfaatan teknologi juga terbukti menjadi akselerator dalam efisiensi produksi. Temuan ini mendukung teori *Dynamic Capability* yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan bergantung pada kemampuan perusahaan mengelola sumber daya unik melalui inovasi. Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa inovasi merupakan kunci keberlanjutan bagi usaha mikro di tengah persaingan pasar yang dinamis.

Pengaruh Akses Pembiayaan Syariah terhadap Kinerja UMKM

Hasil analisis menunjukkan bahwa akses pembiayaan syariah, khususnya pada indikator kemudahan prosedur dan kesesuaian akad, memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Kemudahan dalam memperoleh tambahan modal kerja tanpa melalui birokrasi yang rumit memungkinkan pelaku UMKM untuk merespon peluang pasar dengan lebih cepat. Selain itu, aspek kesesuaian akad syariah memberikan rasa aman (ketenangan spiritual) bagi pelaku usaha muslim, sehingga mendorong produktivitas yang lebih stabil. Dukungan dari lembaga keuangan syariah di Kota Malang terbukti berperan sebagai katalisator dalam memperkuat struktur permodalan UMKM, sejalan dengan program inklusi keuangan pemerintah.

Analisis Variabel yang Tidak Signifikan

Berbeda dengan variabel lainnya, inovasi desain & kemasan serta pengetahuan pelaku usaha ditemukan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dalam model ini. Hal ini diduga terjadi karena bagi konsumen UMKM di wilayah penelitian, nilai utilitas (manfaat) dan kualitas substansi produk dianggap lebih penting dibandingkan estetika kemasan. Selain itu, pengetahuan pelaku usaha yang bersifat teoritis seringkali belum terimplementasi secara optimal dalam praktik manajemen harian, sehingga tidak langsung berkontribusi pada angka penjualan atau laba usaha. Temuan ini mengindikasikan perlunya pendampingan yang lebih praktis dan fokus pada fungsionalitas produk bagi para pelaku UMKM.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel Inovasi Produk dan Akses Pembiayaan Syariah berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang dengan kontribusi sebesar 55,8%. Secara parsial, dimensi pengembangan produk baru, peningkatan kualitas, pemanfaatan teknologi, kemudahan prosedur, serta kesesuaian akad syariah terbukti menjadi faktor kunci yang mendorong peningkatan kinerja usaha. Namun, inovasi desain kemasan dan pengetahuan teoritis pelaku usaha tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam model penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan UMKM di wilayah penelitian lebih dominan ditentukan oleh kualitas fungsional produk dan aksesibilitas permodalan yang praktis dan sesuai prinsip syariah.

Saran

Bagi pelaku UMKM, disarankan untuk terus memprioritaskan peningkatan kualitas produk dan adopsi teknologi tepat guna mempertahankan daya saing, tanpa harus terbebani oleh biaya kemasan yang berlebihan jika tidak memberikan nilai tambah fungsional. Bagi lembaga keuangan syariah, perlu adanya penyederhanaan prosedur administrasi dan penguatan edukasi mengenai akad-akad pembiayaan agar lebih mudah dijangkau oleh pelaku usaha mikro. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan variabel, seperti digitalisasi pemasaran atau kebijakan pemerintah, serta memperluas objek penelitian di luar Kota Malang guna memperoleh generalisasi hasil yang lebih luas dan mendalam mengenai ekosistem pertumbuhan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M., & Huda, N. (2021). Inovasi Produk dan Keunggulan Kompetitif UMKM di Tengah Persaingan Global. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 7(2), 90–105.
- Anjani, R., & Yusuf, R. (2024). Adopsi Fintech Syariah dan Literasi Keuangan Digital pada UMKM Pasca Pandemi. *Jurnal Teknologi Keuangan Islam*, 2(1), 87–99.
- Apriani, L., Wulandari, R., & Santosa, M. H. (2024). UMKM dan PDB Indonesia: Analisis Kontribusi Ekonomi Lokal. *Jurnal Ekonomi Daerah*, 8(1), 13–27.
- Ardansyah, M., & Moko, D. (2024). Tingkat Adopsi Inovasi UMKM Kuliner di Kota Malang. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 9(2), 45–58.
- Azizah, N., & Anam, K. (2022). Analisis Kesesuaian Produk Pembiayaan Syariah terhadap Kebutuhan UMKM di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 14(2), 110–121.
- Barney, J. B. (1991). *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2015). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases* (5th ed.). Pearson Education.
- Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Islamic Foundation. (Terj. Ikhwan Abidin Basri). Jakarta: Gema Insani Press. (hlm. 234–237)

- Damanpour, F. (1991). *Organizational Innovation: A Meta-analysis of Effects of Determinants and Moderators*. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555–590.
- Davidsson, P., Steffens, P., & Fitzsimmons, J. (2005). *Growing Profitable or Growing from Profits: Putting the Horse in Front of the Cart*. *Journal of Business Venturing*, 24(4), 388–406.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). *Dynamic capabilities: What are they?* *Strategic Management Journal*, 21(10–11), 1105–1121.
- Fadillah, A. A., Amran, Y., & Maulida, N. (2022). Pengaruh inovasi produk, kreativitas dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dan implikasinya terhadap kinerja pemasaran (Studi pada UMKM Kota Banjarmasin). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEB)*, 10(2), 312–328.
- Fitriyah, L., & Hidayatullah, M. S. (2022). Akses Pembiayaan Syariah dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 10(1), 45–58.
- Fitriyah, I., & Hidayatullah, M. S. (2022). Analisis Aksesibilitas Pembiayaan Syariah terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 5(2), 145–157.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2010). *Dasar-Dasar Ekonometrika* (Edisi 5). Salemba Empat.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage.
- Hakim, L., & Firmansyah, M. (2020). Inovasi Produk Berbasis Teknologi dan Dampaknya terhadap Efisiensi Produksi UMKM. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 5(1), 29–41.
- Hakim, L., Moin, A., & Putri, V. W. (2023). Kolaborasi Inovasi dan Pembiayaan Syariah dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro. *Jurnal Ekonomi Islam*, 15(1), 55–69.
- Hanif, H., Maulana, M., & Siregar, R. (2022). Pembiayaan Syariah Bebas Riba terhadap Keberlanjutan UMKM. *Jurnal Perbankan Syariah*, 9(2), 105–120.
- Hasan, I. (2021). *Prinsip dan Aplikasi Ekonomi Islam dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Prenadamedia Group.
- Hidayati, N., & Safitri, I. (2021). Kinerja UMKM Berbasis Keuangan Syariah di Masa Pandemi: Studi Empiris Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 9(1), 101–116.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE.
- Iqbal, M., & Widodo, W. (2022). Preferensi UMKM terhadap Pembiayaan Syariah: Kajian dari Perspektif Akad dan Kepercayaan. *Jurnal Keuangan Syariah*, 6(1), 77–91.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2000). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business Press. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=13456>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). *Laporan Tahunan UMKM dan Keuangan Inklusif Nasional*. Kemenkeu RI.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Profil UMKM Indonesia 2023*.
- Kemenkop UKM. https://kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/Profil_UMKM_2023.pdf
- Lestari, D., & Yuliana, R. (2021). Faktor-Faktor Penentu Kinerja Keuangan UMKM Pasca Pandemi. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 23(1), 20–35.
- Maharani, S., & Dwiyantri, N. (2022). Kinerja UMKM Ditinjau dari Ketahanan Usaha dan Inovasi di Masa Krisis Ekonomi. *Jurnal Ketahanan Ekonomi*, 6(2), 66–80.
- McKinsey & Company. (2020). *The State of Innovation in ASEAN SMEs*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi, M., & Yunus, A. R. (2022). Sistem Keuangan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Islam*, 10(1), 88–97.

- <https://ejournal.iainkendari.ac.id/index.php/eqien/article/view/3279>
- Musthofa, R., Lestari, I., & Pratama, A. (2022). Desain Inovasi Produk dan Daya Saing UMKM Kuliner di Malang Raya. *Jurnal Desain dan Inovasi Produk*, 4(1), 60–72.
- Napitupulu, S. (2022). Balanced Scorecard dalam Evaluasi Kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 9(3), 167–178.
- Ningsih, S., & Hartono, M. (2023). Kepuasan Pelanggan sebagai Ukuran Kinerja UMKM pada Usaha Fashion Lokal. *Jurnal Manajemen Usaha Mikro*, 9(2), 88–101.
- Nurhaliza, F., & Hidayat, S. E. (2024). Determinasi Keputusan Pelaku UMKM dalam Menggunakan Pembiayaan Syariah di Era Digital. *Jurnal Keuangan Islam Kontemporer*, 9(2), 122–138.
- Nuriyah, I. (2023). Peran UMKM dalam Meningkatkan Ekonomi Berbasis Komunitas di Kota Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 11(2), 144–155.
- OJK Institute. (2023). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah 2023*. Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). *Roadmap Perbankan Syariah 2023– 2027*. OJK.
<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Roadmap-Perbankan-Syariah-2023-2027.aspx>
- Pratama, A. R., & Fauzi, A. (2022). Analisis Efektivitas Pembiayaan Mikro Syariah terhadap Peningkatan Produktivitas UMKM. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 11(2), 144–157.
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. W. (2021). Transformasi Digital dan Dampaknya terhadap Daya Saing UMKM selama Pandemi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(2), 101–115.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2300924>
- Putri, R. A., & Wahyuni, I. (2022). Hambatan Akses UMKM terhadap Pembiayaan Syariah di Indonesia: Studi Kasus pada BPRS. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 6(1), 78–91.
- Rahma, N. (2021). Persepsi Pelaku Usaha Mikro terhadap Istilah Administratif Pembiayaan Syariah. *Jurnal Studi Islam*, 9(1), 33–45.
- Rahmasari, N., & Faizin, M. (2022). Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran UMKM di Wilayah Jawa Timur. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 8(3), 145–157.
- Riswandi, R., & Anisa, A. (2023). Pengaruh Akses Pembiayaan Syariah terhadap Optimalisasi Modal Kerja UMKM. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 14(1), 65–78.
- Rosyada, A., & Nurhadi, M. (2022). Pengaruh Strategi Digital Marketing dan Kinerja Operasional UMKM di Era New Normal. *Jurnal Administrasi Bisnis Islam*, 7(1), 55–70.
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2953456>
- Rosyadi, S. A., & Ridwan, A. (2021). Karakteristik Akad Syariah dalam Mendukung Pembiayaan UMKM. *Jurnal Keuangan Syariah Indonesia*, 10(1), 45–59.
- Ruwaidah, S. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 90–102.
- Salsabila, R., & Fitriani, A. (2023). Digitalisasi Produk Pembiayaan Syariah dan Inklusi Keuangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Teknologi Finansial*, 4(3), 100–117.
- Santoso, A., & Hakim, R. (2023). Strategi Inovasi Produk Digital pada UMKM Pasca Pandemi: Studi Kasus di Kota Batu. *Jurnal Bisnis Digital*, 5(1), 45–60.
- Sartika, I., Nugroho, D., & Permata, M. (2023). Pengaruh Inovasi Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM. *Jurnal Pemasaran dan Inovasi*, 11(1), 32–41.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press.
<https://archive.org/details/theoryofeconomic00schu>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2021). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (8th ed.). Wiley.
- Setiawati, E., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2021). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang. **E-JRA: Jurnal Riset Akuntansi**, 10(4), 37–46. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.

- Solikin, R., Maulana, S., & Huda, N. (2024). Literasi Keuangan Syariah dan Efektivitas Pembiayaan UMKM. *Jurnal Keuangan Islam*, 13(2), 100–112.
- Solikha, A. M., Amin, M., & Nandiroh, U. (2023). Pengaruh pemahaman akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang. *e-Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi (JRA)*, 12(2), 370–381.
- Sudarsono, H. (2003). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*. EKONISIA.
- Sugiarti, E. N., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Peran Fintech dalam Meningkatkan Literasi Keuangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Malang. **E-JRA: Jurnal Riset Akuntansi**, 8(4), 90–102. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. <https://opac.perpusnas.go.id>
- Suhartono, S., & Slamet, R. (2023). Pembiayaan Syariah dan Implikasinya terhadap Keberlanjutan Usaha Kecil di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 15(1), 22–35.
- Susilo, R., & Marlina, N. (2023). Faktor Penentu Keberlanjutan UMKM: Studi Literatur. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 14(1), 33–47.
- Suryana, Y. (2021). *Entrepreneurship: Kewirausahaan, Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Edisi Revisi). Salemba Empat.
- Suaidah, N., Lubis, R. A., & Fauziah, L. (2023). Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam Mendukung UMKM melalui Pendampingan dan Literasi. *Jurnal Keuangan Syariah dan Ekonomi Mikro*, 5(2), 89–101.
- Tambunan, T. (2022). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan Permasalahannya*. LP3ES.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). *Dynamic capabilities and strategic management*. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Teece, D. J. (2022). *Dynamic Capabilities and Strategic Management: Organizing for Innovation and Growth*. Oxford University Press.
- Teece, D. J. (2007). *Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance*. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350. <https://doi.org/10.1002/smj.640>
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* (6th ed.). Wiley. <https://www.wiley.com/en-us/Managing+Innovation%2C+6th+Edition-p-9781119379454>
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers.
- Utami, A. D., & Sari, M. (2022). Inovasi Produk sebagai Sumber Daya Strategis UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 13(2), 112–124.
- Utomo, T. S., & Kurniawan, H. (2023). Digitalisasi Layanan Keuangan dan Inklusi UMKM: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 101–115.
- Wahyudi, I., & Saputra, R. (2021). Urgensi Peningkatan Inklusi Keuangan Syariah di Kalangan Pelaku UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 5(2), 87–95.
- Wijayanti, A., & Prasetyo, R. (2021). Pengukuran Kinerja UMKM Berdasarkan Perspektif Balanced Scorecard dan Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(1), 1–14.
- Yuliani, E., & Ramadhan, M. (2023). Peran Pembiayaan Syariah dalam Pengembangan UMKM Sektor Pangan di Jawa Timur. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 8(1), 33–47.
- Yuliatari, N., & Pramuki, A. (2021). Digitalisasi dan Kinerja UMKM: Studi Empiris di Masa Pandemi. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 10(2), 77–89.
- Yusuf, M., & Handayani, L. (2021). Evaluasi Kinerja UMKM Berdasarkan Indikator *Balanced Scorecard* dan Orientasi Pasar. *Jurnal Manajemen Strategis*, 10(3), 210–225.
- Zahra, S. M., & Covin, J. G. (2022). *Innovation intensity and business performance in SMEs: Empirical evidence from emerging markets*. *Journal of Small Business Management*, 60(3), 542–561. <https://doi.org/10.1080/00472778.2022.204097>