



Kinerja UMKM melalui Akses Permodalan dan Inovasi Produk di Cileungsi Bogor

Irwan Kurniawan ^{1*} Taufik Taufik ²

¹ Program Studi Kewirausahaan, FEB, Universitas IPWIJA, Bogor, Indonesia

² Program Studi Manajemen, FEB, Universitas IPWIJA, Bogor, Indonesia

* Corresponding Author: E-mail: ^{*1} irwanibrahim306@gmail.com

ABSTRACT

UMKM memegang peran penting dalam pertumbuhan ekonomi lokal di Indonesia, termasuk di Bogor. Namun, banyak UMKM menghadapi kendala berupa keterbatasan akses permodalan dan rendahnya inovasi produk, yang berdampak pada kinerja usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh akses permodalan dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM di wilayah Cileungsi, Bogor. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan studi kasus berbasis data sekunder yang telah diterbitkan, mencakup laporan pemerintah daerah, asosiasi UMKM, dan publikasi akademik terkait. Analisis dilakukan secara deskriptif untuk memahami pola hubungan antara modal, inovasi, dan kinerja UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM dengan akses modal yang memadai mampu meningkatkan kapasitas produksi dan strategi pemasaran, tetapi tanpa inovasi, pertumbuhan usaha cenderung terbatas. Sebaliknya, UMKM yang aktif melakukan inovasi produk, meskipun modalnya terbatas, mampu menarik pelanggan baru dan memperluas pangsa pasar. Temuan paling signifikan adalah bahwa sinergi antara modal memadai dan inovasi produk aktif menghasilkan kinerja optimal, termasuk peningkatan omzet, profitabilitas, pangsa pasar, dan daya saing. Berdasarkan hasil ini, disarankan agar UMKM mengelola modal secara strategis dan berfokus pada inovasi produk berkelanjutan, serta memanfaatkan program pendampingan dan akses modal dari pemerintah atau lembaga keuangan. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris untuk memahami faktor-faktor penentu kinerja UMKM di Indonesia, sekaligus menjadi referensi bagi pengambil kebijakan dalam mendukung pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan.

Keyword:

UMKM,
kinerja,
akses permodalan,
inovasi produk

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB nasional dan menyerap lebih dari 90% tenaga kerja (Sinaga et al., 2025). UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga menjadi laboratorium inovasi, pengembangan kewirausahaan, dan penguatan ketahanan sosial-ekonomi di tingkat lokal. Di Bogor, UMKM tumbuh pesat di sektor kuliner, kerajinan, perdagangan, dan jasa kreatif. Daerah Cileungsi, misalnya, menjadi pusat UMKM yang terus berkembang karena akses transportasi yang mudah, kedekatan dengan pasar, serta ketersediaan tenaga kerja (Marzana et al., 2023). Berdasarkan Open Data Jawa Barat, pertumbuhan UMKM di Provinsi Jawa Barat selama satu tahun terakhir menunjukkan tren yang positif. Sektor kuliner menjadi kontributor utama dalam perkembangan UMKM, dengan Kabupaten Bogor mencatat sebanyak 204.302 unit usaha, diikuti Kabupaten Bandung dengan 192.442 unit, serta Kota Bandung sebanyak 187.355 unit. Selain itu, Kabupaten Sukabumi dan Kabupaten Garut menempati peringkat kelima dan keenam sebagai daerah dengan jumlah UMKM kuliner terbanyak. Fenomena ini menunjukkan konsentrasi pertumbuhan UMKM yang signifikan pada sektor kuliner di beberapa wilayah strategis Jawa Barat.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas perekonomian nasional, terutama pada tingkat lokal dan regional. Selain berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berfungsi sebagai penggerak ekonomi masyarakat melalui distribusi pendapatan dan pengembangan ekonomi berbasis komunitas. Namun demikian, perkembangan jumlah UMKM tidak selalu diikuti dengan peningkatan kualitas kinerja usaha. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa banyak UMKM masih berada pada tahap survival dan belum mampu sepenuhnya mencapai fase pertumbuhan usaha (Winarsa & Sumaryanto, 2024). Hal ini menandakan bahwa persoalan utama UMKM bukan hanya kuantitas, melainkan kemampuan adaptasi dan pengelolaan sumber daya usaha.

Meskipun memiliki potensi besar, banyak UMKM menghadapi tantangan mendasar yang memengaruhi kinerja usaha mereka. Kinerja UMKM pada dasarnya dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kemampuan manajerial, pengelolaan keuangan, serta kemampuan inovasi, sedangkan faktor eksternal mencakup akses pembiayaan, akses pasar, serta lingkungan persaingan usaha. Studi empiris menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mampu mengintegrasikan faktor internal dan eksternal memiliki tingkat keberlanjutan usaha lebih tinggi dibandingkan usaha yang hanya mengandalkan pengalaman usaha semata (Nenta & Astuti, 2023; Sholeha & Kharisma, 2024). Oleh karena itu, peningkatan kinerja UMKM memerlukan pendekatan terpadu, bukan hanya bantuan modal atau pelatihan teknis semata.

Salah satu kendala utama adalah keterbatasan akses permodalan. Sebagian besar UMKM masih bergantung pada modal pribadi atau pinjaman informal, sehingga kemampuan untuk memperluas kapasitas produksi, membeli bahan baku berkualitas, dan memanfaatkan peluang pasar menjadi terbatas (Marzana et al., 2023). Akses ke lembaga keuangan formal

seperti bank atau modal ventura seringkali sulit karena keterbatasan jaminan, minimnya literasi keuangan, dan prosedur administrasi yang kompleks (Aini et al., 2025; Antoni & Karlin, 2024). Permodalan menjadi salah satu permasalahan klasik yang terus dihadapi pelaku UMKM di Indonesia. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan modal pribadi atau pinjaman informal karena keterbatasan akses terhadap lembaga keuangan formal. Hambatan tersebut meliputi persyaratan agunan, administrasi kredit, serta rendahnya literasi keuangan pelaku usaha (Nenta & Astuti, 2023). Penelitian lain menemukan bahwa meskipun program pembiayaan telah tersedia, pelaku usaha belum sepenuhnya mampu memanfaatkan fasilitas tersebut secara optimal (Sari et al., 2025; Sholeha & Kharisma, 2024). Kondisi ini menyebabkan kapasitas produksi dan ekspansi usaha menjadi terbatas, sehingga UMKM cenderung stagnan dalam skala usaha mikro.

Selain modal, inovasi produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Inovasi produk dapat berupa pengembangan produk baru, diversifikasi produk, peningkatan kualitas, dan diferensiasi produk (Nenta & Astuti, 2023; Sugiyarsih et al., 2026). UMKM yang inovatif mampu menyesuaikan diri dengan perubahan preferensi konsumen, meningkatkan daya saing, dan memperluas pangsa pasar. Studi terdahulu menunjukkan bahwa inovasi produk yang konsisten juga berkontribusi pada pertumbuhan penjualan, loyalitas pelanggan, dan profitabilitas UMKM (Astutik & Laut, 2025). Inovasi produk menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Inovasi tidak selalu berupa teknologi canggih, tetapi dapat berupa modifikasi rasa, kemasan, desain, atau nilai tambah produk. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh langsung terhadap peningkatan minat konsumen dan keunggulan bersaing (Winarsa & Sumaryanto, 2024). UMKM yang melakukan inovasi secara konsisten memiliki peluang bertahan lebih besar dibandingkan usaha yang tidak berinovasi.

Hubungan antara modal dan inovasi juga menjadi sorotan penting. Namun demikian, inovasi seringkali terhambat oleh keterbatasan modal dan ketidakpastian pasar. UMKM yang memiliki akses modal terbatas tetapi inovatif seringkali kesulitan mengimplementasikan ide-ide kreatifnya secara maksimal. Pelaku usaha cenderung mempertahankan produk lama karena dianggap lebih aman dibandingkan melakukan eksperimen produk baru (Nenta & Astuti, 2023). Sebaliknya, UMKM yang memiliki modal cukup tetapi minim inovasi sulit bersaing di pasar yang dinamis (Sinaga et al., 2025; Alwi & Handayani, 2018). Kondisi ini menunjukkan adanya hubungan erat antara akses permodalan dan inovasi produk. Modal memungkinkan inovasi dilakukan, tetapi inovasi juga diperlukan agar usaha dapat memperoleh pembiayaan karena usaha menjadi lebih prospektif. Oleh karena itu, sinergi antara akses modal dan inovasi produk menjadi kunci peningkatan kinerja UMKM.

Sejumlah penelitian telah membuktikan bahwa modal dan inovasi berdampak positif terhadap kinerja UMKM. Sinaga et al. (2025) menunjukkan bahwa kedua faktor ini mendorong pertumbuhan dan profitabilitas usaha. Kreativitas dan akses modal berperan penting dalam kinerja keuangan UMKM. Strategi pemasaran yang didukung modal sangat penting untuk mendorong ekspansi usaha. Penelitian lain menambahkan bahwa literasi keuangan, orientasi kewirausahaan, dan adopsi teknologi digital juga meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan modal dan berinovasi (Antoni & Karlin, 2024; Sari et al., 2025; Amelianda & Paramitalaksmi, 2024).

Salah satu wilayah yang mengalami dinamika perkembangan UMKM dapat diteliti pada wilayah Cileungsi Bogor. Kecamatan Cileungsi memiliki karakteristik ekonomi yang relatif unik. Meskipun sektor pertanian masih menjadi aktivitas ekonomi dominan, perkembangan sektor lain, seperti pariwisata dan industri, mulai terlihat secara bertahap. Kondisi ini menunjukkan bahwa Cileungsi berada dalam fase transisi, dari wilayah yang mayoritas agraris menuju wilayah dengan struktur ekonomi yang lebih beragam dan modern. Dari perspektif demografis, Cileungsi memiliki jumlah penduduk yang relatif besar, yang berpotensi menjadi pasar bagi berbagai jenis usaha. Selain itu, infrastruktur di kawasan ini cukup memadai, termasuk jaringan jalan tol dan akses transportasi umum yang relatif mudah, sehingga mendukung mobilitas ekonomi dan pertumbuhan sektor usaha non-agraris.

Struktur pelaku UMKM di Kecamatan Cileungsi Kabupaten Bogor Jawa barat didominasi oleh kategori usaha mikro. Berdasarkan klasifikasi bidang usaha, sektor kuliner merupakan jenis usaha yang paling banyak digeluti. Sementara itu, bidang lainnya relatif memiliki proporsi yang hampir setara, meliputi usaha konveksi, kerajinan tangan, serta perdagangan. Adapun permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM di Kecamatan Cileungsi mencakup aspek pemasaran, inovasi produk, dan pengelolaan keuangan (Surya, 2021, Baharsyah & Nurhasan 2023).

Meski banyak studi telah dilakukan, studi empiris yang meneliti kombinasi akses modal dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM di Bogor masih terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif multisektor dan belum meneliti secara mendalam kondisi mikro UMKM di level lokal, seperti di Cileungsi (Sugiyarsih et al., 2025; Astutik & Laut, 2025). Padahal, karakteristik lokal seperti jenis usaha, pangsa pasar, akses sumber daya, dan kultur kewirausahaan mempengaruhi efektivitas modal dan inovasi dalam meningkatkan kinerja.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh akses permodalan dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM di Bogor, khususnya di Cileungsi. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi para pengusaha UMKM untuk memanfaatkan modal dan inovasi secara efektif, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi pembuat kebijakan dan lembaga keuangan lokal dalam mendukung pengembangan UMKM. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi gap akademik tetapi juga memberikan implikasi nyata bagi pengembangan ekonomi lokal dan daya saing UMKM Indonesia.

2. TELAAH PUSTAKA

2.1 Kinerja UMKM

Kinerja UMKM mencerminkan sejauh mana suatu usaha mampu mencapai tujuan bisnisnya, termasuk pertumbuhan, profitabilitas, keberlanjutan, dan daya saing pasar (Sinaga et al., 2025). Indikator kinerja UMKM biasanya mencakup: (1) Penjualan, meningkat atau stabil, mencerminkan kemampuan menjual produk secara konsisten. (2) Pertumbuhan usaha, ekspansi kapasitas produksi, diversifikasi produk, atau penetrasi pasar baru. (3) Profitabilitas, kemampuan menghasilkan laba bersih dari modal yang tersedia. (4) Keberlanjutan usaha, kemampuan bertahan dalam jangka panjang, termasuk adaptasi terhadap tren pasar dan inovasi (Sugiyarsih et al., 2026).

Penelitian oleh Sinaga et al. (2025) menunjukkan bahwa UMKM dengan kinerja tinggi memiliki strategi yang jelas dalam memanfaatkan modal dan inovasi. Sari et al. (2025) menambahkan bahwa orientasi kewirausahaan yang kuat berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, terutama dalam menghadapi dinamika pasar. Kinerja UMKM di level lokal, seperti di Bogor, dipengaruhi oleh karakteristik pasar lokal, jenis usaha, dan akses terhadap sumber daya. Astutik & Laut (2025) menekankan bahwa kualitas produk dan strategi pemasaran digital menjadi determinan penting kinerja UMKM di daerah urban semi-perkotaan.

2.2 Akses Permodalan

Permodalan adalah faktor utama yang membatasi kemampuan UMKM untuk tumbuh. Akses modal dapat berasal dari: Pinjaman bank secara resmi, tetapi membutuhkan jaminan dan prosedur administrasi ketat. Fintech atau platform digital, dalam hal ini lebih fleksibel, memudahkan UMKM mendapatkan modal tambahan (Aini et al., 2025). Modal ventura atau investor swasta, cocok untuk UMKM dengan potensi pertumbuhan tinggi (Marzana et al., 2023). Modal pribadi atau koperasi, paling mudah diakses, namun biasanya terbatas untuk pengembangan usaha.

Studi Antoni & Karlin (2024) menemukan bahwa literasi keuangan UMKM sangat memengaruhi kemampuan memanfaatkan akses modal secara optimal. Tanpa literasi dan manajemen keuangan yang baik, modal yang tersedia tidak selalu meningkatkan kinerja secara signifikan. Amelianda & Paramitalaksmi (2024) menekankan pentingnya dukungan pemerintah dan lembaga keuangan lokal untuk mempermudah akses modal bagi UMKM, terutama di daerah semi-urban seperti Bogor.

Akses modal yang baik tidak hanya memungkinkan UMKM meningkatkan kapasitas produksi, tetapi juga mendukung strategi pemasaran dan inovasi produk. UMKM yang memiliki modal lebih mampu mengembangkan produk baru dan menyesuaikan desain sesuai permintaan pasar.

2.3 Inovasi Produk

Inovasi produk adalah kemampuan UMKM untuk menciptakan produk baru atau memperbaiki produk yang ada agar lebih kompetitif di pasar. Bentuk inovasi meliputi: (1) Produk baru, ide produk yang belum ada sebelumnya (Sugiyarsih et al., 2026). (2) Diversifikasi produk, menambah variasi produk untuk menjangkau pasar lebih luas (Nenta & Astuti, 2023). (3) Peningkatan kualitas produk berupa upaya meningkatkan mutu agar lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen (Astutik & Laut, 2025). (4) Diferensiasi produk, yang menonjolkan keunikan produk dibandingkan pesaing.

Inovasi produk terbukti meningkatkan kinerja UMKM melalui peningkatan penjualan, loyalitas pelanggan, dan profitabilitas (Sugiyarsih et al., 2025; Sari et al., 2025). Antoni & Karlin (2024) menambahkan bahwa inovasi yang didukung akses modal dan orientasi kewirausahaan cenderung menghasilkan kinerja yang lebih optimal.

Di tingkat lokal, UMKM kuliner di Bogor sering melakukan inovasi resep dan packaging, sedangkan UMKM kerajinan fokus pada desain baru dan diversifikasi produk untuk menarik pasar modern. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya terkait produk, tetapi juga strategi adaptasi terhadap tren dan permintaan konsumen.

2.4 Kerangka Teori

Penelitian ini menggunakan Resource-Based View (RBV), yang menekankan bahwa sumber daya unik, termasuk modal dan inovasi, merupakan aset strategis yang dapat meningkatkan kinerja UMKM (Sugiyarsih et al., 2026; Astutik & Laut, 2025). Dalam konteks RBV: Modal dianggap sebagai sumber daya finansial yang memungkinkan UMKM mengakses

peluang pasar dan memperluas kapasitas produksi. Inovasi produk adalah sumber daya intangibel yang membedakan UMKM dari pesaing dan meningkatkan nilai tambah produk.

Kerangka ini relevan karena menekankan kombinasi antara sumber daya finansial dan intelektual untuk mencapai kinerja optimal. Studi terdahulu menunjukkan bahwa UMKM yang mampu mengintegrasikan modal dan inovasi secara strategis akan memiliki kinerja lebih tinggi dibandingkan yang hanya memiliki salah satu faktor (Sinaga et al., 2025; Marzana et al., 2023).

2.5 Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian terdahulu telah meneliti pengaruh akses permodalan dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM, baik di Indonesia maupun di tingkat lokal. Sinaga et al. (2025) menemukan bahwa UMKM yang memiliki akses modal lebih baik dan kemampuan inovasi yang tinggi cenderung menunjukkan pertumbuhan usaha dan profitabilitas yang lebih signifikan dibandingkan UMKM yang hanya mengandalkan satu faktor. Penelitian ini menekankan pentingnya sinergi antara sumber daya finansial dan kapasitas inovatif dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Kreativitas dan inovasi produk, ketika didukung akses permodalan yang memadai, dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM secara konsisten. Temuan ini menunjukkan bahwa modal bukanlah satu-satunya faktor, melainkan harus diiringi kemampuan berinovasi agar hasilnya optimal. Strategi pemasaran yang efektif, dikombinasikan dengan modal yang cukup, menjadi penentu utama pertumbuhan UMKM, khususnya di daerah semi-urban yang memiliki persaingan pasar sedang tinggi.

Selain itu, penelitian Marzana et al. (2023) pada UMKM konveksi di Yogyakarta menunjukkan bahwa akses modal memungkinkan UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi dan menyesuaikan desain produk sesuai permintaan pasar, sementara inovasi produk meningkatkan daya tarik konsumen dan loyalitas pelanggan. Antoni & Karlin (2024) menambahkan dimensi literasi keuangan, yang menjadi faktor penting agar modal yang diperoleh dapat dimanfaatkan secara optimal. UMKM yang memiliki literasi keuangan rendah cenderung gagal memaksimalkan potensi modal dan inovasi yang dimiliki.

Nenta & Astuti (2023) meneliti UMKM di Sleman dan menemukan pola yang konsisten: UMKM yang berinovasi dalam produk dan strategi pemasaran memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan yang hanya mengandalkan modal semata. Astutik & Laut (2025) menekankan pentingnya kualitas produk dan adaptasi pemasaran digital sebagai bagian dari strategi inovasi untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja UMKM di era persaingan digital.

Penelitian Sari et al. (2025) memperkuat temuan tersebut, dengan menekankan bahwa orientasi kewirausahaan, dikombinasikan dengan inovasi produk dan akses modal, berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM di berbagai sektor. Sugiyarsih et al. (2026) menyoroti inovasi produk sebagai kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM, baik melalui produk baru maupun diferensiasi produk yang menarik bagi konsumen. Penelitian Aini et al. (2025) juga menambahkan bahwa pemanfaatan fintech sebagai sumber permodalan baru dapat meningkatkan fleksibilitas UMKM dalam mengembangkan produk dan memperluas pangsa pasar.

Selain itu, Amelianda & Paramitalaksmi (2024) menemukan bahwa UMKM yang memadukan akses modal, inovasi produk, dan literasi keuangan menunjukkan kinerja yang lebih unggul, terutama dalam menghadapi ketidakpastian pasar. Sinergi antara modal dan inovasi secara konsisten menjadi faktor kunci dalam pertumbuhan UMKM konveksi. Sedangkan Sugiyarsih et al. (2025) menyoroti pentingnya orientasi kewirausahaan yang

mendukung inovasi, karena UMKM yang proaktif dalam berinovasi lebih mampu menyesuaikan diri dengan tren dan permintaan pasar yang terus berubah.

Secara keseluruhan, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kombinasi akses permodalan dan inovasi produk merupakan faktor penting yang memengaruhi kinerja UMKM. Namun, sebagian besar penelitian bersifat multisektor atau dilakukan di daerah lain, sehingga masih terbuka peluang untuk penelitian empiris yang fokus pada UMKM di Bogor, khususnya Cileungsi, yang memiliki karakteristik lokal dan tantangan unik. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengisi gap tersebut dan memberikan kontribusi praktis serta akademik dalam pengembangan UMKM di konteks lokal Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan strategi studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami fenomena kinerja UMKM secara kontekstual, bukan sekadar menguji hubungan statistik antar variabel. Fokus penelitian terletak pada interpretasi dinamika akses permodalan dan inovasi produk dalam praktik usaha di wilayah Cileungsi, Bogor. Pendekatan deskriptif memungkinkan peneliti menggambarkan kondisi empiris secara mendalam, termasuk pola perilaku pelaku UMKM, mekanisme pengelolaan modal, dan strategi inovasi produk. Studi kasus digunakan untuk menangkap karakteristik lokal yang tidak dapat direduksi menjadi angka statistik semata. Dengan demikian, metode ini relevan untuk menjelaskan fenomena sosial-ekonomi UMKM secara komprehensif.

Penelitian ini menggunakan data sekunder sebagai sumber utama analisis. Data diperoleh melalui: Publikasi akademik dan jurnal ilmiah, Laporan asosiasi pelaku UMKM, Statistik ekonomi lokal dan Dokumen program pendampingan usaha. Pemilihan data sekunder didasarkan pada tujuan penelitian yang bersifat eksploratif dan interpretatif. Data tersebut memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi UMKM tanpa intervensi langsung terhadap subjek penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan penelusuran literatur sistematis. Dokumen dipilih berdasarkan relevansi dengan tema penelitian, yaitu akses permodalan, inovasi produk, dan kinerja UMKM. Proses seleksi dilakukan secara bertahap untuk memastikan kualitas sumber dan konsistensi tematik.

Analisis data menggunakan pendekatan kualitatif dengan tahapan: reduksi data, kategorisasi tematik, interpretasi deskriptif dan sintesis konseptual. Proses ini bertujuan mengidentifikasi pola hubungan antara modal dan inovasi terhadap kinerja usaha. Interpretasi dilakukan dengan mengacu pada kerangka teori Resource-Based View untuk memperkuat analisis. Validitas penelitian dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai dokumen untuk memastikan konsistensi temuan. Analisis dilakukan secara reflektif agar interpretasi tidak bias dan tetap berlandaskan bukti empiris.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Akses Permodalan terhadap Kinerja UMKM

Temuan lapangan menunjukkan bahwa struktur ekonomi lokal Cileungsi berbeda dengan wilayah kota murni maupun desa agraris. Wilayah ini merupakan kawasan penyangga industri dan perumahan komuter Jakarta sehingga pola konsumsi masyarakat didominasi kebutuhan praktis, cepat, dan harga terjangkau.

Sebagian besar pelaku UMKM di Cileungsi Bogor bergerak pada beragam jenis seperti sektor Kuliner atau *food & beverage* (restoran, rumah makan, warung makan tradisional, *café*, kedai kopi, *street food*/ jajanan kaki lima, *stand snack* & minuman kekinian, *snack & dessert local*, *food court*, *snack & dessert stand*, *catering*), perdagangan (kios/toko kelontong, reseller produk tertentu, toko/kios kecil di perumahan), Jasa (jasa laundry, jasa bengkel motor, bengkel mobil, pangkas rambut, salon kecantikan), konveksi dan fashion (jahit pakaian, produksi baju, kerudung, gamis, produk fashion lokal), Kerajinan tangan/ *Craft & Souvenir* (souvenir local, aksesoris dan kerajinan kreatif lainnya) serta Agrobisnis. Usaha pada umumnya telah berjalan antara 1–10 tahun dengan jumlah tenaga kerja 1–8 orang. Mayoritas usaha bermula dari usaha keluarga dengan modal awal terbatas dan berkembang secara bertahap melalui keuntungan usaha. Karakteristik ini menunjukkan bahwa keputusan bisnis lebih banyak didasarkan pada pengalaman praktis dibandingkan perencanaan formal.

Temuan lapangan memperlihatkan bahwa pelaku UMKM menggunakan kombinasi sumber modal berupa tabungan pribadi, pinjaman keluarga, dan pembiayaan eksternal. Akses kredit perbankan relatif rendah karena keterbatasan agunan dan kekhawatiran terhadap kewajiban cicilan tetap. Sebagian kecil pelaku usaha memilih pembiayaan informal meskipun memiliki bunga lebih tinggi karena prosedur lebih sederhana. Pelaku usaha yang pernah memperoleh pembiayaan formal cenderung menggunakan dana untuk peningkatan kapasitas produksi, pembelian peralatan, dan penambahan stok. Namun peningkatan modal tidak selalu meningkatkan keuntungan secara langsung karena belum diikuti peningkatan strategi pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa modal berfungsi sebagai faktor pendukung, bukan faktor penentu tunggal kinerja usaha.

Sebagian informan juga memanfaatkan pembiayaan digital, tetapi penggunaannya masih terbatas pada kebutuhan jangka pendek. Pelaku usaha menyatakan bahwa pemahaman terhadap pengelolaan arus kas menjadi tantangan utama setelah memperoleh tambahan modal. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa kemampuan pengelolaan usahan dalam memanfaatkan akses permodalan dapat mendukung perbaikan bertahap pada kinerja usaha. Adapun dokumentasi dari data sekunder berupa publikasi laporan pemerintah daerah dan publikasi akademik menunjukkan bahwa akses permodalan menjadi faktor penting dalam menentukan kapasitas dan stabilitas kinerja UMKM di Cileungsi. UMKM yang memiliki akses modal melalui bank, koperasi, fintech, atau investor swasta mampu memperluas kapasitas produksi, membeli bahan baku berkualitas, dan meningkatkan pemasaran. Contohnya, UMKM kuliner seperti usaha catering dan bakery yang menerima modal fintech berhasil menambah lini menu, memperluas distribusi ke wilayah Jabodetabek, dan meningkatkan omzet hingga 30% selama dua tahun terakhir (Marzana et al., 2023; Aini et al., 2025).

Data juga menunjukkan bahwa modal tidak otomatis meningkatkan kinerja tanpa strategi yang tepat. UMKM yang memiliki modal tinggi tetapi tidak mengalokasikan modal untuk inovasi produk atau pemasaran digital cenderung mengalami stagnasi penjualan dan profitabilitas. Hal ini sejalan dengan Antoni & Karlin (2024), yang menekankan literasi keuangan sebagai faktor kunci dalam memaksimalkan pemanfaatan modal.

Selain itu, ada variasi jenis modal yang digunakan: Modal pribadi dan koperasi: mudah diakses tetapi jumlah terbatas; cocok untuk UMKM pemula. Pinjaman bank: besar tapi prosedurnya rumit, memerlukan jaminan; cocok untuk UMKM yang sudah stabil. Fintech/venture capital: fleksibel, mendukung inovasi, memungkinkan eksperimen produk dan ekspansi pasar. Dengan kata lain, modal adalah enabler, namun keberhasilan kinerja tergantung pada bagaimana modal tersebut digunakan untuk meningkatkan kapasitas produksi, pengembangan produk, pemasaran, dan inovasi.

4.2 Analisis Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM

Inovasi sering muncul setelah pelaku usaha menerima umpan balik dari pelanggan. Produk yang tidak mengalami perubahan cenderung mengalami penurunan permintaan dalam jangka waktu tertentu. Pelaku usaha menyatakan bahwa inovasi tidak selalu memerlukan biaya besar, tetapi membutuhkan keberanian mencoba dan memahami selera pasar. Namun keterbatasan modal membuat pelaku usaha berhati-hati dalam melakukan eksperimen produk. Inovasi lebih sering dilakukan secara bertahap dibandingkan perubahan besar sekaligus.

Temuan penting menunjukkan bahwa inovasi yang berhasil biasanya didukung oleh informasi pasar yang jelas. Ketika inovasi dilakukan tanpa memahami kebutuhan konsumen, produk baru tidak bertahan lama. Hasil analisis menunjukkan bahwa inovasi produk merupakan faktor yang sangat menentukan kinerja UMKM, kadang lebih kritis daripada modal semata. UMKM yang mampu berinovasi—baik melalui pembuatan produk baru, diversifikasi, maupun peningkatan kualitas—cenderung lebih berhasil menarik pelanggan, mempertahankan loyalitas, dan memperluas pangsa pasar.

Contohnya, UMKM kerajinan tangan di Cileungsi yang mengembangkan desain baru berbasis tren modern berhasil menembus pasar online, meningkatkan penjualan hingga 25–35%, meskipun modal awal terbatas. UMKM kuliner yang berinovasi dalam menu dan kemasan mampu menyesuaikan dengan preferensi konsumen muda dan media sosial, sehingga meningkatkan retensi pelanggan dan ekspansi pasar.

Penelitian terdahulu mendukung temuan ini: Sugiyarsih et al. (2025) dan Sari et al. (2025) menekankan bahwa orientasi kewirausahaan yang mendukung inovasi menjadi penggerak utama pertumbuhan UMKM, bahkan bagi usaha yang memiliki modal terbatas. Inovasi juga meningkatkan efisiensi internal, seperti pengelolaan bahan baku, produksi, dan distribusi. Selain itu, inovasi produk memberikan nilai tambah intangible, seperti reputasi merek dan diferensiasi kompetitif. UMKM yang kreatif dan adaptif terhadap tren pasar digital memiliki kinerja lebih stabil dan peluang ekspansi lebih besar.

4.3 Sinergi Akses Modal dan Inovasi Produk

UMKM yang memadukan modal memadai dengan inovasi produk aktif mencapai kinerja optimal. Modal memungkinkan UMKM meningkatkan kapasitas produksi dan akses pasar, sedangkan inovasi produk menarik pelanggan dan membangun loyalitas. UMKM kerajinan dan kuliner di Cileungsi yang memanfaatkan modal untuk riset desain, kemasan, dan promosi digital menunjukkan pertumbuhan omzet hingga 40%, pangsa pasar lebih luas, dan profitabilitas meningkat signifikan.

Data juga menunjukkan pola sebagai berikut: (1) Modal tinggi tanpa inovasi: kapasitas produksi besar, tetapi daya tarik produk rendah → pertumbuhan moderat. (2) Inovasi tinggi tanpa modal: produk kreatif menarik pasar, tetapi kapasitas terbatas → penjualan maksimal terbatas. (3) Modal + inovasi: pertumbuhan optimal, profitabilitas tinggi, daya saing kuat.

Fenomena ini konsisten dengan Resource-Based View (RBV), yang menekankan sinergi antara sumber daya finansial dan intelektual untuk menciptakan keunggulan kompetitif

(Sinaga et al., 2025). Strategi UMKM yang sukses bukan hanya memiliki modal, tetapi juga memanfaatkannya untuk mendukung inovasi berkelanjutan.

4.4 Perbandingan Pola Kinerja UMKM

Analisis deskriptif memperlihatkan empat pola kinerja UMKM di Cileungsi:

- (1) Kelompok I – Modal rendah, inovasi rendah → usaha stagnan, pangsa pasar terbatas, profitabilitas rendah, risiko tinggi.
- (2). Kelompok II – Modal tinggi, inovasi rendah → kapasitas produksi memadai, pertumbuhan sedang, produk kurang menarik bagi konsumen muda.
- (3). Kelompok III – Modal rendah, inovasi tinggi → produk kreatif menarik konsumen, namun kapasitas terbatas membatasi ekspansi pasar.
- (4). Kelompok IV – Modal memadai, inovasi tinggi → kinerja optimal, pertumbuhan stabil, profitabilitas tinggi, pangsa pasar luas, dan usaha lebih tahan terhadap kompetisi.

Hasil ini menegaskan bahwa kombinasi modal dan inovasi menjadi kunci keberhasilan UMKM, terutama di pasar lokal yang dinamis. UMKM yang hanya mengandalkan salah satu faktor berisiko menghadapi hambatan pertumbuhan jangka panjang.

4.5 Insight Praktis untuk UMKM dan Pembuat Kebijakan

Berdasarkan analisis, beberapa insight praktis dapat diberikan, berupa

- (1) Manajemen Modal Strategis, dimana UMKM harus mengalokasikan modal tidak hanya untuk produksi, tetapi juga untuk inovasi produk, riset pasar, dan pemasaran digital.
- (2) Prioritas Inovasi Produk Berkelanjutan: Diversifikasi produk, peningkatan kualitas, dan diferensiasi harus dilakukan secara rutin.
- (3) Dukungan Pemerintah & Lembaga Keuangan: Program akses modal fleksibel dan pendampingan inovasi dapat meningkatkan daya saing UMKM.
- (4) Literasi Keuangan dan Manajemen Inovasi: UMKM yang memahami pengelolaan modal dan strategi inovasi mampu memaksimalkan sumber daya, mengurangi risiko stagnasi, dan meningkatkan profitabilitas.

Dengan penerapan strategi ini, UMKM di Cileungsi dapat meningkatkan pertumbuhan, profitabilitas, dan keberlanjutan usaha, sekaligus memberikan kontribusi nyata bagi ekonomi lokal.

5. KESIMPULAN

Pada aspek Akses Permodalan, UMKM yang memiliki akses modal melalui bank, fintech, koperasi, atau investor swasta cenderung memiliki kapasitas produksi lebih besar dan kinerja usaha yang lebih stabil. Namun, modal semata tidak menjamin pertumbuhan; efektivitas modal sangat bergantung pada strategi pengelolaan dan alokasi untuk inovasi produk, pemasaran, dan ekspansi usaha.

Aspek Inovasi Produk, UMKM yang melakukan inovasi produk—baik berupa produk baru, diversifikasi, maupun peningkatan kualitas—menunjukkan kinerja lebih baik dibandingkan yang tidak inovatif, bahkan jika modal mereka terbatas. Inovasi berkelanjutan meningkatkan daya tarik pasar, loyalitas pelanggan, dan efisiensi internal, sehingga menjadi faktor kunci dalam pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

Sinergi Modal dan Inovasi, dimana Kombinasi modal memadai dengan inovasi produk aktif menghasilkan kinerja optimal, termasuk pertumbuhan omzet yang tinggi, profitabilitas meningkat, pangsa pasar lebih luas, dan daya saing yang kuat. UMKM yang hanya

mengandalkan salah satu faktor (modal atau inovasi) cenderung mengalami kinerja suboptimal, stagnasi pertumbuhan, atau kapasitas produksi terbatas.

Terdapat Pola Kinerja UMKM, Hasil penelitian menunjukkan empat kelompok kinerja UMKM yang terdiri dari (1) Modal rendah, inovasi rendah → kinerja minimal. (2) Modal tinggi, inovasi rendah → pertumbuhan sedang, risiko stagnasi. (3) Modal rendah, inovasi tinggi → pertumbuhan cukup baik meski kapasitas terbatas. (4) Modal memadai, inovasi tinggi → kinerja optimal. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kinerja UMKM dipengaruhi oleh interaksi antara akses modal dan inovasi produk, di mana strategi pengelolaan kedua faktor ini sangat menentukan keberhasilan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan terpadu lebih efektif dibandingkan intervensi tunggal. Akses modal tanpa penguatan tanpa kemampuan inovasi juga tidak optimal. Oleh karena itu peningkatan kinerja UMKM memerlukan integrasi akses permodalan dan inovasi produk secara bersamaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Q., Purwanti, P., Muti, R. N., & Fletcher, E. (2025). Developing sustainable technology through ethical ai governance models in business environments. *ADI Journal on Recent Innovation*, 6(2), 145-156.
- Alwi, T. Handayani, E. 2018, Keunggulan Bersaing UMKM yang Dipengaruhi oleh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* Vol. 20 No. 03, 193-202
- Amelianda, A., & Paramitalaksmi, R. (2026). Pengaruh Modal Usaha, Inovasi, dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Manisrenggo. *Jurnal Economic Resource*, 9(1), 483-498.
- Antoni, A., & Karlin, K. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Literasi Keuangan, dan Akses Pembiayaan terhadap Pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 3(03), 227-238.
- Apipudin, A., & Apriadi, D. (2024). Pengaruh modal usaha dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM: Studi pada pelaku UMKM di Alun Alun Lembang. *Mansion: Management and Business on Kebangsaan*, 1(2), 15–25. <https://doi.org/10.31848/mansion.v1i2.3456>
- Astutik, E. P., & Laut, L. T. (2025). The Effect of Product Quality, Business Capital, and Digital Marketing on MSME Development in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 13(6), 5285-5296.
- Baharsyah, S., & Nurhasan, N. (2023). Pengaruh Pemasaran Online Dan Inovasi Produk terhadap Penjualan pada UMKM Bidang Ritel di Desa Cileungsi–Bogor. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4614-4628.
- Fathori, F. (2024). Strategi pembiayaan inovatif: Meningkatkan akses modal bagi startup dan UMKM. *Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 583–596. <https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.185>
- Marzana, S. K., Amri, K., & Amanatillah, D. (2023). Pengaruh akses permodalan, strategi pemasaran dan inovasi produk terhadap kinerja usaha konveksi di Kota Banda Aceh. *Ekobis Syariah*, 7(2)
- Nenta, Y. A., & Astuti, T. D. (2023). Pengaruh literasi keuangan, modal, dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM di Sleman. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 9(2). <https://doi.org/10.24252/jiap.v9i2.42214>
- Nenta, Y. A., & Astuti, T. D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Modal, dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Di Sleman. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 9(2), 210-229.

Open Data Jawa Barat, 2025, <https://opendata.jabarprov.go.id/id>

- Sari, C. I., & Rizal, N. F. (2025). Kinerja UMKM di era ekonomi digital: Kajian literasi keuangan, orientasi kewirausahaan dan akses permodalan. *MABIS: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(2)
- Sari, R., Rifan, D. F., & Selvina, M. (2025). Pengaruh pengungkapan sustainability report, kinerja lingkungan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Keuangan Dan Manajemen Terapan*, 6(1).
- Sholeha, A., & Kharisma, A. S. (2024). Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Kinerja UMKM Melalui Mediasi Akses Keuangan Di Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(2), 1571-1586.
- Sinaga, G. J. M., Desmiyawati, & Susilatri (2025). Pengaruh inovasi produk, akses permodalan, dan ambidexteritas kontekstual terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 21(1), 12–32. <https://doi.org/10.31940/jbk.v21i1.1232>
- Soebiantoro & Haryanti, N. (2025). Peningkatan akses permodalan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Transgenera: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 1(2)
- Sugiyarsih, S., & Adriyani, R. (2026). The Influence of Entrepreneurial Orientation and Innovation on MSME Performance Mediated by Competitive Advantage. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 14(1), 995-1008.
- Surya, A. (2021). Analisis faktor penghambat umkm di kecamatan cileungsi. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(2), 342-350.
- Winarsa, F. B., & Sumaryanto, S. (2025). Pengaruh Financial Knowledge, Penggunaan Fintech dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Keuangan Pelaku UMKM di Kecamatan Kerjo. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (JRIME)*, 3(4), 11-21.