



## Pengaruh Teknologi Produksi, Media Sosial, Jaringan Usaha dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Jenang di Desa Kenep Sukoharjo

Meygan Pramesti<sup>1\*</sup>, Bambang Widarno<sup>2</sup>

<sup>1-2</sup>Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Korespondensi penulis: [meyganpramesty17@gmail.com](mailto:meyganpramesty17@gmail.com)

**Abstract;** This study aims to analyze and clarify the influence of production technology, social media, business networks, and financial inclusion on the performance of Jenang Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Kenep Village, Sukoharjo. As one of the creative industry centers supporting the local economy, Jenang MSMEs in Kenep Village face significant challenges in maintaining their existence and increasing competitiveness amidst modernization. The research methodology employed is a quantitative approach using a survey method. Data were collected through structured questionnaires distributed to jenang entrepreneurs in the research location. The data analysis technique applied is multiple linear regression analysis to test the partial and simultaneous effects of the variables studied. The results show that, partially, production technology has a positive and significant effect on MSME performance by improving the efficiency of the jenang production process. Social media is proven to be a strategic tool in expanding market reach and increasing brand awareness. Business networks contribute significantly to the ease of accessing raw materials and exchanging business information, while financial inclusion facilitates entrepreneurs in capital management and access to formal financial institutions. Simultaneously, these four variables have a strong influence on determining the success of MSME performance from both financial and operational aspects. The implications of this study emphasize the importance of synergy between the adoption of appropriate technology and digital as well as financial literacy for MSME actors. Local governments and relevant agencies are expected to provide continuous assistance to strengthen the business ecosystem in Kenep Creative Tourism Village so that it can compete in the national market.

**Keywords:** Production Technology; Social Media; Business Networks; Financial Inclusion; SME Performance

**Abstrak;** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh teknologi produksi, media sosial, jaringan usaha, dan inklusi keuangan terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) industri jenang di Desa Kenep, Sukoharjo. Sebagai salah satu sentra industri kreatif yang menjadi penopang ekonomi lokal, UMKM Jenang di Desa Kenep menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing di tengah arus modernisasi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disebarluaskan kepada para pelaku usaha jenang di lokasi penelitian. Teknik analisis data yang diterapkan adalah analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh secara parsial maupun simultan dari variabel-variabel yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, teknologi produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM melalui peningkatan efisiensi proses pembuatan jenang. Media sosial terbukti menjadi alat strategis dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan brand awareness. Jaringan usaha memberikan kontribusi penting dalam kemudahan akses bahan baku dan pertukaran informasi bisnis, sementara inklusi keuangan memfasilitasi pelaku usaha dalam pengelolaan modal dan akses ke lembaga keuangan formal. Secara simultan, keempat variabel tersebut memiliki pengaruh yang kuat dalam menentukan keberhasilan kinerja UMKM baik dari aspek finansial maupun operasional. Implikasi dari penelitian ini menekankan pentingnya sinergi antara adopsi teknologi tepat guna dan literasi digital serta finansial bagi pelaku UMKM. Pemerintah daerah dan instansi terkait diharapkan dapat memberikan pendampingan berkelanjutan guna memperkuat ekosistem usaha di Desa Wisata Kreatif Kenep agar mampu bersaing di pasar nasional.

**Kata Kunci:** Teknologi Produksi; Media Sosial; Jaringan Usaha; Inklusi Keuangan; Kinerja UMKM

### 1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja, serta berperan dalam mengurangi disparitas pendapatan dan kemiskinan (Erni, 2017). Meskipun pemerintah terus berupaya mengembangkan UMKM, tantangan besar muncul dengan merebaknya pandemi Covid-19 pada tahun 2019. Pandemi ini secara drastis menurunkan daya beli masyarakat dan mengubah perilaku konsumen, mendorong pergeseran masif dari bisnis *offline* ke *online*, memunculkan fenomena kewirausahaan digital (Veranita et al., 2021).

Kinerja UMKM, yang merupakan hasil kerja individu atau keseluruhan usaha dibandingkan dengan target yang telah disepakati (Aribawa, 2016; Widianingsih et al., 2023), dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian terdahulu telah mengidentifikasi beberapa faktor kunci, seperti inklusi keuangan, digital *payment*, orientasi kewirausahaan, inovasi, literasi keuangan, dan modal keuangan (Rani dan Desiyanti, 2024; Pahlawi et al., 2024; Arrezqi et al., 2024; Annandhf et al., 2024; Mukoffi dan Adi, 2021; Dewantoro et al., 2023; Trisnawati et al., 2019; Nurhayadi et al., 2024; Maulatuzulfa dan Rokhmania, 2022; Larasati dan Destra, 2018).

Namun, terdapat gap penelitian terkait konsistensi pengaruh beberapa faktor terhadap kinerja UMKM. Misalnya, pengaruh teknologi produksi (Hamta dan Putri, 2019 vs. Mukoffi dan Adi, 2021), media sosial (Aprilinda, 2020 vs. Annandhf et al., 2024), jaringan usaha (Kencono Wulan, 2022 vs. Hendrawan dan Wijaya, 2020), dan inklusi keuangan (Rani dan Desiyanti, 2024 vs. Tetikriyani, 2024) masih menunjukkan hasil yang bervariasi.

Fenomena menarik dapat diamati di Desa Kenep Sukoharjo, yang dikenal dengan UMKM produksi sendiri, khususnya di sektor makanan seperti jenang. Sektor ini memiliki potensi besar namun juga menghadapi tantangan spesifik seperti persaingan produk impor, keterbatasan pemasaran daring, fluktuasi harga bahan baku, dan regenerasi produksi. Oleh karena itu, penelitian yang lebih spesifik pada konteks lokal ini menjadi krusial.

Berdasarkan *research gap* dan fenomena di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pengaruh teknologi produksi, media sosial, jaringan usaha, dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM Jenang di Desa Kenep Sukoharjo. Pemilihan variabel

teknologi produksi dan jaringan usaha didasarkan pada masih minimnya penelitian yang mengkaji secara mendalam pengaruh kedua variabel tersebut pada konteks UMKM lokal.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **A. Theory of Planned Behavior**

Menurut Ajzen (2012) *theory of planned behavior* menyatakan bahwa teori perilaku terencana ini merupakan masing-masing individu akan melakukan semua yang direncanakan sesuai dengan apa yang ingin digapai menurut tujuan dan maksud tertentu. Teori ini menduga sikap atau cara berperilaku seseorang yang dapat memengaruhi sikap psikologis sosial manusia.

### **B. Kinerja UMKM**

Kinerja atau performasi merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Menurut Desmiyawati *et al.* (2023), kinerja mencerminkan sejauh mana pelaksanaan suatu kegiatan atau program berhasil mencapai sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi.

### **C. Teknologi Produksi**

Menurut (Nurfiat dan Rustariyuni, 2018) teknologi berarti suatu perubahan dalam fungsi produksi yang tanpa dalam teknik produksi yang ada. Teknologi merupakan suatu bentuk proses yang meningkatkan nilai tambah. Proses yang berjalan bisa menggunakan produk tertentu, dimana produk yang tidak terpisah dari produk lain yang sudah ada.

### **D. Media Sosial**

Menurut Sugandini (2019) Teori ini menyoroti konsep-konsep pemasaran digital seperti *targeting*, *positioning*, dan *engagement* melalui media sosial. Dengan memahami prinsip-prinsip ini, kita dapat mengevaluasi bagaimana Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka di platform media sosial untuk mencapai tujuan bisnis mereka.

### **E. Jaringan Usaha**

Jaringan Usaha (*Business Networks*) adalah kerjasama usaha, akses dan hubungan-hubungan dengan pihak ketiga (perusahaan lain, lembaga keuangan, lembaga lainnya) yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjalankan usahanya secara efektif dan efisien, sehingga dapat dicapai produktivitas dan daya saing yang tinggi yang pada akhirnya

perusahaan dapat mencapai profit dan perkembangan usaha yang diharapkan (Dandan, 2020).

#### F. Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan adalah ketersediaan akses masyarakat terhadap berbagai lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka. Inklusi Keuangan didefinisikan dalam Peraturan OJK No. 76/POJK/2016. Tingkat inklusi keuangan di Indonesia pada tahun 2022 yang sebesar 88,7%, lebih tinggi dari tahun 2022 yang sebesar 85,1%. Tujuan inklusi keuangan adalah untuk meningkatkan akses masyarakat terhadap produk, layanan, dan lembaga keuangan.

#### Hipotesis

##### Pengaruh Teknologi Produksi Terhadap Kinerja UMKM

Teknologi adalah alat yang digunakan untuk meningkatkan produktivitas bisnis (Utari & Dewi, 2014). Peranan teknologi tersebut akan mempermudah para tenaga kerja untuk menghasilkan barang dan akan meningkatkan produktivitas dan sebagai implementasi dalam mengatasi permasalahan. Penelitian Ferdiansyah dan Bukhari, (2021) dan Utomo dan Susanta, (2021) mengatakan bahwa teknologi produksi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

H1 : Teknologi Produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Jenang di Desa Kenep Sukoharjo.

##### Pengaruh Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan pada *uses and gratification theory*, pengguna media sosial intens terlibat jika orientasi tujuannya terpenuhi dan termotivasi untuk memilih sebuah media yang menawarkan pemenuhan kebutuhan terbaik, sehingga kepuasan dapat diraih (Roy, 2009). Penggunaan media sosial secara khusus ditujukan untuk menarik pelanggan baru, memelihara hubungan dengan pelanggan, meningkatkan kesadaran, mengkomunikasikan merek secara online, dan menerima umpan balik dari pelanggan dan rekan bisnis (Michaelidou *et al.*, 2011). Penelitian Ferdiansyah dan Bukhari (2021), Annandhif *et al.*, (2024) dan Heryadi *et al.*, (2023) mengatakan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

H2 : Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Jenang di Desa Kenep Sukoharjo.

##### Pengaruh Jaringan Usaha Terhadap Kinerja UMKM

Menurut Irawan (2020) jaringan usaha (*business networks*) adalah kerjasama usaha dengan pihak ketiga untuk menjalankan usahanya secara efektif dan efisien sehingga produktivitas dan daya saing dapat tercapai. Menurut Herman dan Nohong (2022), jaringan usaha adalah hubungan bisnis yang dibentuk dengan mitra antara pelanggan, pemasok, pesaing dan pemerintah yang akan membantu pelaku usaha mengembangkan ide serta pemasaran produk yang dihasilkan. Penelitian Rahayu dan Hidayah (2023), Herman dan Nohong (2022) dan Giawa *et al.*, (2021) mengatakan bahwa jaringan usaha memberikan pengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

H3 : Jaringan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Jenang di Desa Kenep Sukoharjo.

### **Pengaruh Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM**

Inklusi keuangan adalah keadaan dimana setiap orang memungkinkan dapat mengakses dalam menggunakan barang dan jasa finansial sesuai dengan kebutuhan (Marginingsih, 2021). Penelitian yang menyatakan jika inklusi keuangan memberikan dampak positif dan signifikan pada kinerja UMKM, dimana bertambah meningkatnya inklusi keuangan suatu UMKM, maka kinerja UMKM dapat lebih meningkat pula (Fadilah *et al.*, 2022 ; Novita *et al.*, 2023). Menurut penelitian Tetikriyani, (2024), Arrezqi *et al.*, (2024) dan Pahlawi *et al.*, (2024) mengatakan bahwa inklusi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

H4 : Inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Jenang di Desa Kenep Sukoharjo.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan survei yang dilakukan pada pelaku usaha UMKM Jenang di Desa Kenep Sukoharjo dengan tujuan mengkaji pengaruh teknologi produksi, media sosial, jaringan usaha dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM. Data primer diperoleh melalui kuesioner berbasis skala likert dengan sampel 45 responden. Teknik pengumpulan data melibatkan kuesioner sebagai metode utama dan observasi untuk pengamatan langsung. Validitas instrumen diuji menggunakan korelasi product moment pearson dan reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, sementara uji asumsi klasik seperti multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan normalitas dilakukan untuk memastikan model regresi memenuhi standar analisis.

Analisis data mencakup deskriptif untuk memenuhi karakteristik responden dan

variabel, serta regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap kinerja UMKM, dengan pengujian signifikansi menggunakan uji t dan uji f serta pengukuran kontribusi variabel bebas melalui koefisien determinasi, yang menunjukkan seberapa besar variabel bebas mampu menjelaskan variasi kinerja UMKM.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Instrumen Penelitian

Seluruh item kuesioner pada variabel Teknologi Produksi (X1), Media Sosial (X2), Jaringan Usaha (X3), Inklusi keuangan (X4), dan Kinerja UMKM (Y) telah diuji validitasnya menggunakan uji signifikansi dengan nilai p-value kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Selain itu, uji reliabilitas dengan menggunakan Cronbach's Alpha menghasilkan nilai di atas 0,60 untuk semua variabel, yaitu Teknologi Produksi (0,906), Media Sosial (0,886), Jaringan Usaha (0,847) dan Inklusi Keuangan (0,833). Dengan demikian, instrumen penelitian ini dapat dikatakan reliabel, stabil, dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti.

##### Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, model regresi telah memenuhi uji asumsi klasik yang meliputi multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan normalitas. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$  pada seluruh variabel, menandakan tidak terjadi multikolinearitas. Uji autokorelasi dengan Run Test memberikan nilai signifikansi  $> 0,05$ , sehingga residual bersifat acak dan bebas autokorelasi. Seluruh variabel independen juga lolos uji heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi  $> 0,05$ , yang berarti varians residual homogen (homoskedastik). Terakhir, uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan distribusi normal dengan nilai signifikansi  $> 0,05$ . Dengan demikian, model regresi yang digunakan valid dan layak untuk mengestimasi pengaruh variabel independen terhadap kinerja UMKM.

##### Teknik Analisis Data

###### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	
	Coefficients		Coefficients	t
				Sig.

		<i>Std.</i>			
	<i>B</i>	<i>Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	3.677	2.319		.121
	Teknologi produksi	.461	.075	.510	6.155 <.001
	Media sosial	.292	.072	.338	4.030 <.001
	Jaringan usaha	.295	.070	.278	4.240 <.001
	Inklusi keuangan	-.154	.070	-.125	-2.210 .033
	F Hitung				100.887
	F Sig				<.001
	R2				0.910
	Adjusted R2				0.901

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel di atas diperoleh Persamaan Regresi:

$$Y = 3,677 + 0,461 X_1 + 0,292 X_2 + 0,295 X_3 - 0,154 X_4 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah :

- A.  $a = 3,677$  (positif)  
artinya jika Teknologi Produksi, Media Sosial, Jaringan Usaha dan Inklusi Keuangan konstan maka Kinerja UMKM adalah positif.
- B.  $b_1 = 0,461$  Teknologi Produksi berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.  
artinya: jika Teknologi Produksi semakin baik maka Kinerja UMKM akan meningkat, dengan asumsi variabel Media Sosial, Jaringan Usaha dan Inklusi Keuangan konstan/tetap.
- C.  $b_2 = 0,292$  Media Sosial berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.  
artinya: jika Media Sosial meningkat maka Kinerja UMKM akan meningkat, dengan asumsi variabel Teknologi Produksi, Jaringan Usaha dan Inklusi Keuangan konstan/tetap.
- D.  $b_3 = 0,295$  Jaringan Usaha berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM.  
artinya: jika Jaringan Usaha semakin baik maka Kinerja UMKM akan meningkat, dengan asumsi variabel Teknologi Produksi, Media Sosial dan Inklusi Keuangan konstan/tetap.

- E.  $b_4 = -0,154$  Inklusi Keuangan berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM artinya: jika Inklusi Keuangan semakin baik maka Kinerja UMKM akan menurun, dengan asumsi variabel Teknologi Produksi, Media Sosial dan Jaringan Usaha konstan/tetap.
- F. Berdasarkan tabel hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 100,887 dengan nilai signifikansi ( $\rho$ -value) sebesar  $<.001 < 0,05$ . Maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya berarti model yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu teknologi produksi, media sosial, jaringan usaha dan inklusi keuangan terhadap variabel terikat kinerja UMKM sudah tepat.
- G. Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) untuk model ini adalah sebesar 0,901, artinya besarnya sumbangannya pengaruh independen Teknologi Produksi, Media Sosial, Jaringan Usaha dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja UMKM sebesar 90,1 %. Sisanya (100% - 90,1%) = 9,9% diterangkan oleh variabel lain diluar model seperti kualitas sumber daya manusia, inovasi produk, strategi pemasaran, modal, kualitas produk,loyaitas pelanggan dan yang lainnya.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Teknologi Produksi Terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Sejalan dengan *Theory Planned Of Behavior* yaitu sikap terhadap perilaku berkaitan dengan variabel teknologi produksi bahwa pelaku UMKM yang memiliki pandangan positif terhadap penggunaan teknologi produksi seperti melihatnya sebagai alat untuk meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya produksi dan memperbaiki kualitas akan lebih termotivasi untuk mengadopsi teknologi tersebut. Hal ini mendorong mereka untuk melakukan perubahan dalam proses produksi secara aktif, yang kemudian meningkatkan kinerja UMKM.

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Utomo dan Susanta, 2017), (Tirtayasa *et al.*, 2021) dan (Mahendra dan Ayuningsasi, 2024) yang menyimpulkan bahwa Teknologi Produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Hal tersebut memperlihatkan bahwa semakin baik teknologi produksi maka kinerja UMKM Jenang di desa Kenep Sukoharjo cenderung semakin tinggi.

### Pengaruh Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Sejalan dengan *Theory Planned of Behavior* dalam norma subjektif pesaing, komunitas UMKM, atau konsumen yang sudah terbiasa berjualan dan berinteraksi melalui media sosial turut mendorong pelaku UMKM untuk ikut aktif dalam menggunakan platform digital tersebut.

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Lorensa dan Hidayah, 2022), (Heryadi *et al.*, 2023) dan (Rusdi *et al.*, 2023) menyimpulkan bahwa Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM karena pelaku usaha menggunakan media sosial secara profesional sehingga semakin baik penggunaan media sosial maka kinerja UMKM semakin tinggi.

### **Pengaruh Jaringan Usaha Terhadap Kinerja UMKM**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini semakin baik jaringan usaha dalam mempengaruhi kinerja UMKM. Sejalan dengan *Theory Planned of Behavior* menjelaskan bahwa pelaku UMKM yang menyadari pentingnya jaringan usaha sebagai alat untuk memperluas pasar, berbagi informasi, mengakses bahan baku, hingga membentuk kolaborasi akan memiliki sifat positif terhadap jaringan. Sikap ini mendorong mereka untuk membangun hubungan dengan supplier, mitra usaha dan pelanggan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Giawa dan Pasaribu, 2021), (Herman dan Nohong, 2022) dan (Rahayu dan Hidayah, 2023) menyimpulkan bahwa Jaringan Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM karena semakin besar kemauan mereka untuk mengembangkan jaringan yang berdampak pada peningkatan kinerja. Dengan demikian semakin baik jaringan usaha maka akan semakin tinggi pula kinerja UMKMnya.

### **Pengaruh Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa inklusi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan. Sejalan dengan *Theory Panned of Behavior* bahwa pelaku UMKM yang memiliki sikap positif terhadap layanan keuangan seperti menganggap pinjaman bank atau *e-wallet* sebagai solusi pertumbuhan usaha akan lebih mungkin memanfaatkannya. Sikap ini terbentuk ketika mereka percaya bahwa inklusi keuangan mendukung keberlangsungan UMKM.

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Anggriani *et al.*, 2022) dan (Jumady, 2022) menyimpulkan bahwa Inklusi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Pengaruh negatif ini menunjukkan bahwa apabila variabel inklusi keuangan mengalami kenaikan maka akan menyebabkan penurunan pada variabel Kinerja UMKM. Hal ini disebabkan oleh kurangnya infrastruktur yang memadai, sehingga pelaku UMKM kesulitan mengakses lembaga keuangan terkait transaksi bisnis dan permodalan usaha. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih holistik dan kontekstual dalam merancang kebijakan inklusi keuangan, termasuk peningkatan infrastruktur, edukasi literasi keuangan, dan penyesuaian produk keuangan dengan kebutuhan UMKM.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM Jenang di Desa Kenep, Sukoharjo, menemukan bahwa teknologi produksi, media sosial, dan jaringan usaha secara positif dan signifikan meningkatkan kinerja UMKM, sementara inklusi keuangan justru menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan. Temuan ini mengindikasikan pentingnya adopsi teknologi modern, optimalisasi promosi melalui media sosial, dan penguatan kolaborasi dalam jaringan usaha untuk meningkatkan performa UMKM. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada UMKM Jenang di Desa Kenep, menggunakan data primer yang mungkin bersifat subjektif, dan hanya mempertimbangkan empat variabel independen utama. Oleh karena itu, bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah, menggunakan metode pengumpulan data yang lebih beragam, serta menambahkan variabel lain seperti kualitas SDM, modal usaha, dan persaingan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kinerja UMKM.

## DAFTAR REFERENSI

- Annandhif, M. A. S. (2024). Pengaruh Penggunaan Social Media dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM di Kota Semarang. *ESCAF*, 108-114.
- Anggriani, I., Armiani, A., & Wahyullah, M. (2023). Pengaruh inklusi keuangan, literasi keuangan, dan pengelolaan keuangan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Dompu. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2(3), 598-609.
- Arrezqi, M., Setyadi, D., Nahar, M., Sugiyanta, S., & Widianti, D. V. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Rakyat Semarang Kuliner (RANGKUL). *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(9), 4704-4710.

- Faiza, N., & Kristina, A. (2021). Interaksi Teknologi dan Tenaga Kerja: Peran Teknologi pada Daya Saing Produk (Studi Kasus Sentra Usaha Kecil dan Menengah Bordir Bangil Pasuruan). *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 181-195.
- Ferdiansyah, A., & Bukhari, E. (2021). Pengaruh modal, financial knowledge, teknologi dan media sosial terhadap kinerja umkm fashion di Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 17(2), 103-114.
- Giawa, & Pasaribu. (2021). Kinerja Usaha Sebagai Moderasi Jaringan Usaha Terhadap Pengembangan Usaha (Studi Mitra Binaan Pegadaian Medan). *Journal of Economics and Business*, 2(2), 1–17.
- Ghozali, I. (2017). Pengaruh motivasi kerja, kepuasan kerja dan kemampuan kerja terhadap kinerja pegawai pada kantor Kementerian Agama Kabupaten Banjar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 3(1).
- Ghozali, I. (2016). Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif: untuk akuntansi, bisnis, dan ilmu sosial lainnya.
- Hendrawan, A., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh dimensi orientasi kewirausahaan dan jaringan usaha terhadap kinerja usaha UKM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 577-586.
- Herman, B., & Nohong, M. (2022). Pengaruh jaringan usaha, inovasi produk, dan persaingan usaha terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 19(1), 1-19.
- Heryadi, D. Y., Ekowati, D., & Chusumastuti, D. (2023). Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 94-107.
- Ilmiati, et al. Pengaruh Jejaring Usaha Dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm Sapu Lidi Dan Sapu Ijuk Di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa. *Jurnal Bisnis Kreatif dan Inovatif*, 2024, 1.2: 73-79.
- Jumady, E., Halim, A., Manja, D., & Amaliah, N. Q. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil di kota Makassar. *Jurnal Ecogen*, 5(2), 284-293.
- Wulan, K. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan, Keterampilan Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Jaringan Usaha Terhadap Kinerja Umkm Dengan Kompetensi Kewirausahaan Sebagai Variabel Intervening Pada Umkm Bidang Fashion Kabupaten Pati (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).
- Larasati, S. A., Istiqomah, A., Ramadani, A. S., Khairiyah, A., & Radianto, D. O. (2024). Peran Media Sosial Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(2), 321-332.
- Lamidi, W. A., Olowookere, J. K., Saad, R. A. J., & Ahmi, A. (2023). An assessment of the factors influencing adoption of e-filing system in Nigeria. *International Journal of Business Information Systems*, 42(1), 1–22.
- Lorensa, Eliora, and Nur Hidayah. "Pengaruh inovasi produk, orientasi pasar dan media sosial terhadap kinerja umkm fashion." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 4.3 (2022): 739-748.
- Mahendra, I. Gusti Putu Agung Krisna, and Anak Agung Ketut Ayuningsasi. "Pengaruh Teknologi, Modal, dan Tenaga Kerja Terhadap Produksi dan Pendapatan UMKM

- Kerajinan Ukiran Kayu di Kabupaten Gianyar." *Public Service and Governance Journal* 5.1 (2024): 157-167.
- Mukoffi, A. (2021). Karakteristik wirausaha, modal usaha dan kecanggihan teknologi terhadap kinerja UMKM di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(2), 235-246.
- Nurhayadi, W., Aulia, U., & Cahyadi, R. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kota Serang. *AKUNTANSI* 45, 5(2), 900-908.
- Nurmala, D. (2022). Pengaruh media sosial terhadap kinerja umkm dan kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 1(1), 16-28.
- Pahlawi, N., Alie, M. S., Hasbullah, H., Reny, A., Desmon, D., Cn, Y., & Indriyani, S. (2024). PENGARUH PEHAMAN LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN DIGITAL PAYMENT DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DIKOTA BANDAR LAMPUNG. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 722-733.
- Rahayu, P. R., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha terhadap Perkembangan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 448-456.
- Rani, G. M., & Desiyanti, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM Makanan & Minuman di Kota Padang. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 5(02), 161-174.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Rusdi, R., Armiani, A., & Murjana, I. M. (2023). Pengaruh Media Sosial, E-Commerce, dan Website terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah:- . *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 1(4), 169-177.
- Tetikriyani, E. (2024, August). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Pengelolaan Keuangan terhadap Kinerja UMKM Kota Yogyakarta. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 180-188).
- Tirtayasa, S., Nadra, I., & Khair, H. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM dimoderasi Teknologi pada masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 244-259.
- Wedhani, N. A., Yuliati, N. N., & Wahyullah, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Financial Knowledge, dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Asosiasi Pengrajin Mutiara Lombok (Pearl NTB). *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2(3), 619-630.
- Widarno, Bambang, Fadjar Harimurti, M. F. (2024). Kemampuan Literasi Keuangan Menghambat Overconfidence Dan Herding Behavior Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham Generasi Milenial. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4), 1-23.
- Wulandari, W., Utami, M. C., & Fetrina, E. (2022). Perancangan Model dan Kuisoner Pengukuran Kinerja UMKM melalui Technology-Organization-Environment. *IKRA-ITH Teknologi Jurnal Sains dan Teknologi*, 6(1), 11-19.