SEMINAR NASIONAL HASIL PENELITIAN DAN PENGABDIAN 2026
UNIVERSITAS LAMPUNG

Pengembangan Model Nilai Ekuitas Merek Berbasis Keuangan sebagai Determinan Ketahanan dan Keberlanjutan Usaha UMKM

K. Bagus Wardianto; Mediya D.; Jamingatun H.; Jufri Yandes; M. Fathurrahman
PRODI ILMU ADMINISTRASI BISNIS. FISIP. UNIVERSITASLAMPUNG
Email: kussuyatmono.bagus@fisip.unila.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang
Ekuitas merek berpotensi menciptakan nilai ekonomi, sehingga penelitian ini mengembangkan FBE untuk mengukur nilai finansial merek dan kaitannya dengan kinerja serta keberlanjutan UMKM.

Rumusan Masalah
1. Pengembangan model **FBE** bagi UMKM.
2. Pengaruh **FBE terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM**.
3. Peran **stabilitas dan profitabilitas terhadap ketahanan UMKM**.

Tujuan Penelitian
1. Mengembangkan model **FBE** bagi UMKM.
2. Menganalisis pengaruh **FBE terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM**.
3. Menganalisis peran **stabilitas dan profitabilitas terhadap ketahanan UMKM**.

METODOLOGI

1. **Jenis Penelitian: Pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research.**
2. **Sampel Penelitian: 52 UMKM di Lampung**
3. **Perhitungan Financial Brand Equity (FBE): [FBE=(PP+RP+MS)\times BSI\times BR]**
4. **Teknik Analisis Data**
   a. **Analisis statistik deskriptif.**
   b. **Uji asumsi klasik.**
   c. **Analisis regresi dan pengujian hipotesis.**
   d. **Koefisien determinasi (R^2).**
   e. **Uji signifikansi dan bootstrapping/mediasi**

HASIL

Tabel 1. Hasil Pengujian Hubungan Antarvariabel

Hubungan	β	p-value	Keputusan
FBE → Stabilitas	≈ 0	0,193	Tidak signifikan
FBE → Profitabilitas	≈ 0	0,175	Tidak signifikan
Stabilitas → Profitabilitas	0,531	0,004	Signifikan (+)
Stabilitas → Ketahanan	0,521	<0,001	Signifikan (+)
Stabilitas → Keberlanjutan	0,361	0,005*	Signifikan (+)
Profitabilitas → Ketahanan	0,278	0,008	Signifikan (+)
Profitabilitas → Keberlanjutan	0,232	0,017	Signifikan (+)
Ketahanan → Keberlanjutan	0,618	<0,001*	Signifikan (+)

PEMBAHASAN

Pembahasan —
Financial Brand Equity belum menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap stabilitas, profitabilitas, ketahanan, maupun keberlanjutan UMKM, sehingga **nilai finansial merek tidak otomatis menghasilkan kinerja usaha**. Sebaliknya, stabilitas dan profitabilitas terbukti memperkuat ketahanan, sedangkan **ketahanan merupakan faktor paling kuat dalam menjelaskan keberlanjutan usaha**. Temuan ini menunjukkan bahwa FBE lebih tepat dipandang sebagai **strategic financial resource** yang membutuhkan kapabilitas usaha untuk dikonversikan menjadi ketahanan dan keberlanjutan.

Implikasi Praktis
UMKM perlu mengembangkan merek secara bersamaan dengan **stabilitas penjualan, profitabilitas, efisiensi operasional, pencatatan keuangan, hubungan pelanggan, inovasi, dan kemampuan adaptasi**.

Rekomendasi Lanjutan
Penelitian selanjutnya perlu menggunakan **sampel lebih besar dan beragam, desain longitudinal, data transaksi/keuangan yang lebih objektif**, serta menguji peran dynamic capabilities, inovasi, digitalisasi, akses pembiayaan, dan strategi keberlanjutan.

KESIMPULAN

Financial Brand Equity belum berpengaruh langsung terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM, sedangkan keberlanjutan terutama terbentuk melalui mekanisme stabilitas dan profitabilitas yang memperkuat ketahanan usaha.

Implikasi Praktis
Pengembangan merek UMKM harus diarahkan bukan hanya pada peningkatan **brand value**, tetapi juga pada kemampuan mengubah nilai tersebut menjadi **stabilitas, profitabilitas, resilience, dan sustainability**.

Rekomendasi Lanjutan
Pengembangan model FBE perlu dilanjutkan dengan **validasi konstruk, data keuangan dan transaksi yang lebih objektif, sampel lebih besar, serta pengujian longitudinal**.

REFERENSI

1. **Aaker, D. A. (1991).** *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
2. **Barney, J. (1991).** Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management, 17*(1), 99–120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas Lampung atas pendanaan Penelitian Dasar Tahun 2026