

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN JARINGAN USAHA
TERHADAP KINERJA UMKM DI BANDAR LAMPUNG: PERAN
MODERASI DARI ORIENTASI PASAR**

(Skripsi)

Oleh

**NARA DEA NADOVA
NPM 2016051057**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN JARINGAN USAHA TERHADAP KINERJA UMKM DI BANDAR LAMPUNG: PERAN MODERASI DARI ORIENTASI PASAR

Oleh

NARA DEA NADOVA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan jaringan serta efek moderasi dari orientasi pasar terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan objek penelitiannya yaitu UMKM pada sektor kuliner di Bandar Lampung. Pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner yang disebar pada 100 responden. Data dianalisis secara statistik deskriptif dan analisis PLS-SEM dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0*. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji *outer model*, *inner model*, dan uji hipotesis pengaruh langsung dan tidak langsung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan jaringan usaha secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Sedangkan orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan dalam memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan jaringan usaha terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kota Bandar Lampung.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Jaringan Usaha, Orientasi Pasar, Kinerja UMKM

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY AND BUSINESS NETWORKS ON MSME PERFORMANCE IN BANDAR LAMPUNG: THE MODERATION ROLE OF MARKET ORIENTATION

By

NARA DEA NADOVA

This research aims to determine the influence of financial literacy and networks as well as the moderating influence of market orientation on the performance of MSMEs in the culinary sector in Bandar Lampung. This research uses a quantitative approach which is analyzed using PLS-SEM with the research object being MSMEs in the culinary sector in Bandar Lampung. Data collection was carried out using a questionnaire distributed to 100 respondents. Data were analyzed using descriptive statistics and PLS-SEM analysis using SmartPLS 3.0 software. The data analysis techniques used include outer model testing, inner model testing, and direct and indirect influence hypothesis testing. The research results show that financial literacy and business networks directly have a positive and significant effect on the performance of MSMEs. Meanwhile, market orientation has a positive but not significant influence in moderating the relationship between financial literacy and business networks on the performance of MSMEs in the culinary sector in Bandar Lampung City.

Keywords : Financial Literacy, Business Networks, Market Orientation, Performance of MSMEs

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN JARINGAN USAHA
TERHADAP KINERJA UMKM DI BANDAR LAMPUNG: PERAN
MODERASI DARI ORIENTASI PASAR**

Oleh

NARA DEA NADOVA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul Skripsi : **PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN JARINGAN USAHA TERHADAP KINERJA UMKM DI BANDAR LAMPUNG: PERAN MODERASI DARI ORIENTASI PASAR**

Nama Mahasiswa : **Nara Dea Nadova**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2016051057**

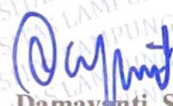
Jurusan : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

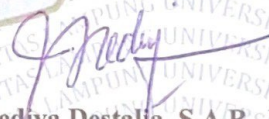


MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**

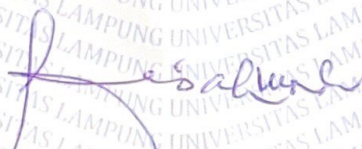


Damayanti, S.A.N., M.A.B.
NIP. 198101062005012002



Mediya Destalja, S.A.B., M.A.B.
NIP. 198512152008122002

2. **Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis**

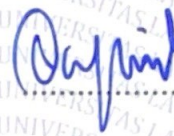


Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si.
NIP. 197502042000121001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

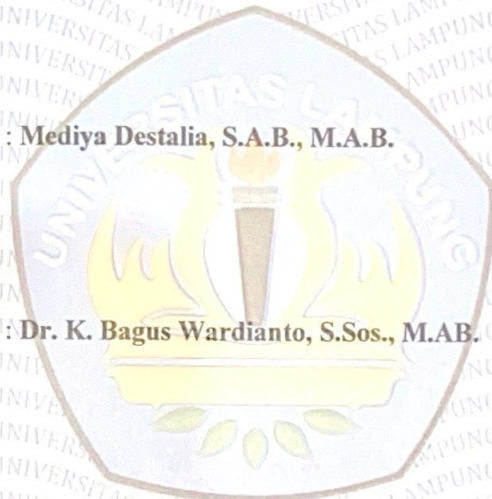
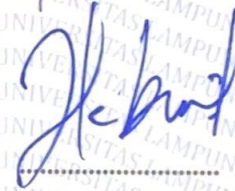
Ketua : **Damayanti, S.A.N., M.A.B.**



Sekretaris : **Mediya Destalia, S.A.B., M.A.B.**



Penguji : **Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **25 Juni 2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karna karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 25 Juni 2024
Yang membuat pernyataan,



Nara Dea Nadova
NPM. 2016051057

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Nara Dea Nadova, Lahir di Teluk Betung, Kota Bandar Lampung pada tanggal 8 Februari 2002, anak kedua dari pasangan Bapak Muntaqo dan Ibu Imelda Wiguna. Penulis menyelesaikan Pendidikan di Taman Kanak-kanak (TK) Aisyiyah pada tahun 2008. Selanjutnya penulis menyelesaikan Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Pesawahan pada tahun 2014, kemudian penulis menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 3 Bandar Lampung pada tahun 2017, dan Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 4 Bandar Lampung di Jurusan Akuntansi & Keuangan Lembaga yang lulus pada tahun 2020.

Penulis diterima di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung pada tahun 2020 dalam program Strata Satu (S1) melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Penulis merupakan Kepala Bidang Pengkajian dan Keilmuan pada Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis periode 2022. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Sumber Agung, Kecamatan Suoh, Kabupaten Lampung Barat, Provinsi Lampung selama 40 hari sebagai bentuk pengabdian ke masyarakat. Selanjutnya penulis melaksanakan Magang Mandiri di Kantor Direksi PT. Perkebunan Nusantara VII selama 6 bulan pada Februari sampai Agustus 2023.

MOTTO

“Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”

(QS: Al-Baqarah : 195)

“Sikapi apapun dengan tenang, tetaplah berbuat baik dan jadilah diri sendiri. Hiduplah dengan rendah hati, tak peduli seberapa banyak kelebihanmu. Tetaplah percaya diri, tak peduli seberapa banyak kekuranganmu. Jangan membenci siapapun, maafkanlah orang-orang yang pernah berbuat salah kepadamu. Tetaplah menjalin hubungan, jangan lupakan orang-orang yang telah berbuat baik kepadamu. Teruslah bahagia, tak peduli seberapa sulit kehidupan yang kamu jalani. Jangan menyerah, berusaha untuk mencapai kesuksesan yang kamu inginkan. Jangan lupa untuk terus berdoa agar kamu dan orang-orang baik disekitarmu selalu menjalani kehidupan yang baik. Kelak, ketika kamu sukses nanti, lakukanlah hal-hal yang kamu inginkan dan bahagiakanlah orang-orang yang kamu sayangi”

(Penulis)

“Jadilah manusia yang baik dalam pandangan Allah. Jadilah manusia yang buruk dalam pandangan sendiri. Jadilah manusia yang biasa dalam pandangan orang lain.”

(Ali bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kupanjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala berkah-Nya, sehingga engkau berikan aku kesempatan untuk bisa sampai di titik ini.

Segala puji hanya milikmu Ya Allah.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada :

Ibuku tercinta,

Ibu Imelda Wiguna

Terima kasih atas segala doa terbaik yang senantiasa dipanjatkan. Atas segala cinta dan kasih sayang, serta perjuangan untuk menjaga, mendidik dan mengajarkan arti sebuah kehidupan. Terima kasih untuk selalu menjadi ibu yang baik, kuat dan hebat bagi anak-anaknya, serta selalu memberikan dukungan untuk menuju kesuksesan.

Nenekku tersayang,

Nenek Nurleli

Terima kasih sudah membantu merawat dan memperhatikan pertumbuhanku hingga ditahap ini, atas segala perhatian untuk menyediakan tempat yang teduh dan nyaman.

Terima kasih untuk diri sendiri, Nara Dea Nadova

Atas segala usaha dan perjuangan, untuk tetap tenang melewati berbagai hal dan tetap kuat dalam menjalani kehidupan, serta selalu berbahagia dan bersyukur atas segala hal yang terjadi di hidup ini.

Almamater Tercinta, Universitas Lampung.

SANWACANA

Alhamdulillah robbil ‘alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Jaringan Usaha terhadap Kinerja UMKM di Bandar Lampung: Peran moderasi dari Orientasi Pasar”. Adapun penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
2. Bapak Dr. Dedy Hermawan, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
3. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
4. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
5. Bapak Dr. Ahmad Rifa’i, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung;
6. Ibu Damayanti, S.A.B., M.A.B., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Dosen Pembimbing Akademik, Dosen Pembimbing

Skripsi, serta sebagai peran seorang ibu di perkuliahan. Terima kasih atas segala bentuk kepedulian, dukungan, arahan, bimbingan, motivasi, kritik dan saran yang positif kepada penulis serta segala bentuk bantuan selama masa studi penyusunan skripsi. Terima kasih telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dengan sabar dan sudah berperan menjadi sosok ibu selama masa perkuliahan, Semoga ibu senantiasa diberikan kesehatan dan berada dalam lindungan-Nya, diberikan kemudahan dalam segala urusannya dan diberikan rahmat-Nya atas kebaikan dan kepeduliannya kepada penulis dalam membantu menyelesaikan skripsi ini:

7. Ibu Mediya Destalia, S.A.B., M.A.B., selaku Dosen Pembimbing Kedua, atas segala bentuk dukungan, bimbingan, motivasi, arahan, kritik, saran dan masukkan yang positif kepada penulis serta segala bentuk bantuan selama masa studi penyusunan skripsi. Semoga Allah selalu menyertai di segala bentuk perjalanan kehidupan ibu;
8. Bapak Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B., selaku Dosen Penguji Utama yang telah bersedia meluangkan waktunya, membimbing penulis dengan sabar, memberikan arahan, dan memberikan masukkan yang baik untuk skripsi penulis serta segala bentuk bantuan selama masa studi penyusunan skripsi;
9. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, atas bimbingan, nasihat, dan ilmu yang diberikan kepada penulis selama masa studi;
10. Bapak dan Ibu Staf Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, atau bantuan, bimbingan, arahan, nasihat, dan ilmu yang diberikan kepada penulis selama masa studi;
11. Ibuku tercinta, pintu surgaku Ibu Imelda Wiguna. Seorang ibu hebat yang mampu menjaga dan membesarkan anak-anaknya seorang diri. Terima kasih telah berjuang untuk kehidupan penulis, mendidik dan mengajarkan penulis untuk menjadi kuat dan mandiri dalam menjalani kehidupan. Atas segala cinta dan kasih sayang yang tiada hentinya, serta segala doa yang selalu dipanjatkan untuk kebahagiaan dan kesuksesan penulis. Terima kasih

telah menjadi ibu yang baik, kuat dan hebat bagi anak-anaknya. Ibu mungkin bukan orang terhebat di dunia, namun ibu adalah orang terhebat bagi anak-anaknya. Semoga ibu diberi kesehatan dan umur yang panjang, diberikan rahmat-Nya dan selalu berada dalam lindungan-Nya. Semoga ibu selalu bahagia dan memiliki kesempatan untuk selalu melihat kebahagiaan dan kesuksesan anak-anaknya;

12. Nenekku tersayang, yang telah merawat dan membesarkan penulis dengan baik dan penuh kasih sayang. Terima kasih atas segala upaya yang telah diberikan untuk memberikan kehidupan yang layak, menyediakan tempat istirahat yang teduh dan nyaman bagi penulis. Atas segala bentuk perhatian dan kepedulian, serta rasa sabar dan ikhlas dalam proses tumbuh kembang penulis. Semoga selalu menjalani kehidupan yang baik dan mendapat kebahagiaan. Semoga nenek terus diberi kesehatan dan umur yang panjang dan dapat melihat proses selanjutnya yang akan ditempuh penulis untuk meraih kesuksesan;
13. Seluruh keluarga besar yang telah membantu dan menyemangati penulis, dari awal penulis memasuki perkuliahan hingga menempuh semester akhir. Terima kasih atas bantuan dan kepedulian yang telah diberikan kepada penulis. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan kebahagiaan dalam menjalani kehidupan ini;
14. Teruntuk Alfira, Ranga, dan Anan (ARAN), terima kasih sudah menjadi bagian dari cerita hidup penulis. Atas suka dan duka yang telah dilewati bersama, yang selalu memberikan semangat dan menjadi tempat istirahat bagi penulis. Selalu menjadi teman berjuang dalam meraih impian dan kesuksesan bersama. Semoga kelak dapat berkumpul bersama dalam keadaan sukses dan penuh kebahagiaan;
15. Terima kasih kepada teman rumah dan teman masa kecilku khususnya Rio, Zidan, Haykel, dan Ryo serta teman-teman yang lainnya. Teruntuk Rio dan teman-teman, semoga selalu diberi kebahagiaan dimanapun kalian berada;
16. Keluarga OSIS SMKN 4 Bandar Lampung Masa Bhakti 2018/2019, terima kasih sudah menjadi bagian dari cerita hidup penulis. Semoga bisa terus berkumpul bersama dan berbagi cerita;

17. Teruntuk teman-teman di Lapas Langkapura, terima kasih atas segala hal yang telah diberikan kepada penulis, baik berupa materi, tenaga maupun pikiran. Terkhusus Kiki, terima kasih sudah menjadi orang yang mampu menerima penulis apa adanya. Atas perannya sebagai teman sekaligus saudara bagi penulis, orang yang sudah banyak membantu penulis dalam proses berjalannya perkuliahan. Terima kasih telah menyediakan tempat yang selalu siap menerima penulis. Untuk Juna dan Gege, terima kasih sudah menjadi teman cerita yang baik bagi penulis, atas saran dan masukkan positif yang mampu membantu menyelesaikan masalah bagi penulis. Untuk Kipeb dan Alif, terima kasih telah ikut serta membantu penulis dalam menjalani perkuliahan, atas tenaga dan materi yang dikeluarkan serta kebaikan yang diberikan kepada penulis. Untuk Dion dan Gagag, terima kasih sudah berbaik hati memberikan tempat singgah bagi penulis, menjadi teman berkeluh kesah selama masa perkuliahan. Semoga kalian dapat menjalani hidup dengan baik dan selalu diberi kebahagiaan dimanapun kalian berada. Semoga kita semua dapat terus berkumpul bersama hingga berhasil mencapai kesuksesan dan melakukan hal-hal yang selalu ingin kita lakukan bersama;
18. Teruntuk Septa dan Cheivo, terima kasih telah mengisi kekosongan dalam proses penyelesaian skripsi. Atas canda dan tawa yang telah diciptakan dan drama yang selalu ditunjukkan pada akhir perkuliahan. Semoga dapat terus berjalan bersama-sama untuk membuat dan memenuhi memori kehidupan;
19. Teruntuk Kalista dan Sofia, terima kasih sudah mau berjuang bersama dari awal perkuliahan, serta atas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan. Semoga selalu diberikan kebahagiaan dalam menjalani kehidupan;
20. Teruntuk Fawwaz dan Nafasha, terima kasih telah menjadi teman baru di perkuliahan dan dapat mengenal dengan baik. Semoga senantiasa dapat berkumpul bersama-sama dan selalu memiliki hubungan yang baik;
21. Teman-teman seperjuangan di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2020. Terkhusus Fauzi, Galang, Alan, Reggy, Farhan, Tika, Febi, Destia, Arzeta, Fifah, Anne dan Pahri. Terima kasih atas partisipasinya selama masa

perkuliahan. Untuk saling memberikan canda dan tawa, kritik dan saran, serta saling menyemangati dalam menyelesaikan skripsi ini;

22. Terakhir, penulis ucapkan terima kasih untuk diri sendiri. Terima kasih sudah menjadi kuat dan mampu bertahan dengan baik melewati berbagai rintangan dalam hidup ini. Terima kasih untuk selalu bersyukur, berusaha menjadi orang yang baik dan mau mengenal dan memahami diri sendiri dengan baik. Kelak, kamu akan mencapai kesuksesan dan kebahagiaan yang kamu harapkan.

Semoga segala doa dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Bandar Lampung, 25 Juni 2024

Nara Dea Nadova
NPM. 2016051057

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR RUMUS	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	11
2.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	13
2.2.1 Pengertian UMKM.....	13
2.2.2 Kriteria UMKM	14
2.2.3 Manfaat UMKM.....	16
2.2.4 Pengelolaan UMKM	17
2.2.5 Pengembangan UMKM	17
2.2.6 Kinerja UMKM.....	18
2.3 Literasi Keuangan.....	19
2.3.1 Pengertian Literasi Keuangan	19
2.3.2 Aspek Literasi Keuangan	20
2.3.3 Tingkat Literasi Keuangan.....	20
2.3.4 Indikator Literasi Keuangan.....	21
2.4 Jaringan Usaha.....	22
2.4.1 Pengertian Jaringan Usaha	22
2.4.2 Macam-macam Jaringan Usaha	22
2.4.3 Fungsi Jaringan Usaha	25
2.4.4 Manfaat Jaringan Usaha.....	25
2.4.5 Indikator Jaringan Usaha.....	26
2.5 Orientasi Pasar.....	26
2.5.1 Pengertian Orientasi Pasar	26
2.5.2 Manfaat Orientasi Pasar	27
2.5.3 Fungsi Orientasi Pasar	27
2.5.4 Pengukuran Orientasi Pasar	27
2.5.5 Indikator Orientasi Pasar.....	28

2.6	Penelitian Terdahulu.....	29
2.7	Kerangka Berpikir	35
2.7.1	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM.....	35
2.7.2	Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Kinerja UMKM	36
2.7.3	Pengaruh Orientasi Pasar dalam memoderasi hubungan antara Literasi Keuangan dengan Kinerja UMKM	37
2.7.4	Pengaruh Orientasi Pasar dalam memoderasi hubungan antara Jaringan Usaha dengan Kinerja UMKM	38
2.8	Pengembangan Hipotesis.....	38
III.	METODE PENELITIAN.....	41
3.1	Jenis Penelitian	41
3.2	Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1	Populasi	41
3.2.2	Sampel.....	42
3.3	Teknik Pengumpulan Data	44
3.4	Variabel Penelitian	45
3.5	Metode Analisis Data	48
3.5.1	Uji Validitas Konvergen	49
3.5.2	Uji Validitas Diskriminan	49
3.5.3	Uji Multikolinearitas	50
3.5.4	Uji Reliabilitas	50
3.5.5	<i>R Square</i>	51
3.5.6	<i>Q Square</i>	51
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	53
4.2.1	Karakteristik Responden	53
4.2.2	Distribusi Jawaban Responden	57
4.3	Analisis Data (Partial Least Square).....	63
4.3.1	Uji Outer Model	64
4.3.2	Uji <i>Inner Model</i> (Uji Struktural Model)	73
4.3.3	Uji Hipotesis	76
4.4	Pembahasan	79
4.4.1	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM.....	79
4.4.2	Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Kinerja UMKM	81
4.4.3	Pengaruh Orientasi Pasar dalam memoderasi hubungan antara Literasi Keuangan dengan Kinerja UMKM	83
4.4.4	Pengaruh Orientasi Pasar dalam memoderasi hubungan antara Jaringan Usaha dengan Kinerja UMKM	85
V.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran	88
	DAFTAR PUSTAKA	90
	LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Kriteria UMKM	14
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Populasi Penelitian	41
Tabel 3.2 Jumlah Responden UMKM tiap kecamatan di Bandar Lampung ...	43
Tabel 3.3 Skala Likert	45
Tabel 3.4 Operasional Variabel.....	46
Tabel 4.1 Nilai <i>Mean</i>	58
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Variabel Literasi Keuangan	58
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Jaringan Usaha	60
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Orientasi Pasar	61
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kinerja UMKM.....	62
Tabel 4.6 Nilai <i>Outer Loading</i>	65
Tabel 4.7 Nilai <i>Outer Loading</i> (II).....	67
Tabel 4.8 Nilai <i>Outer Loading</i> (III)	69
Tabel 4.9 Nilai <i>Cross Loading</i>	70
Tabel 4.10 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	71
Tabel 4.11 Nilai VIF	71
Tabel 4.12 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	72
Tabel 4.13 Nilai <i>R Square Adjusted</i>	74
Tabel 4.14 Nilai <i>Path Coefficients</i>	75
Tabel 4.15 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	77
Tabel 4.16 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Negara ASEAN Tahun 2021	1
Gambar 1.2 Data Jumlah UMKM di Indonesia	2
Gambar 2.1 Penggambaran Grafis dari <i>Theory of Planned Behavior</i>	11
Gambar 2.2 Model Hipotesis	39
Gambar 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	53
Gambar 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Gambar 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
Gambar 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha	55
Gambar 4.5 Persentase Responden Berdasarkan Omzet Perbulan	56
Gambar 4.6 Persentase Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	56
Gambar 4.7 Perancangan <i>Outer Model</i>	64
Gambar 4.8 <i>Loading Factor Model</i>	65
Gambar 4.9 <i>Loading Factor Model (II)</i>	67
Gambar 4.10 <i>Loading Factor Model (III)</i>	68
Gambar 4.11 Diagram <i>R Square Adjusted</i>	73
Gambar 4.12 Diagram <i>Path Coefficients</i>	74
Gambar 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis	76

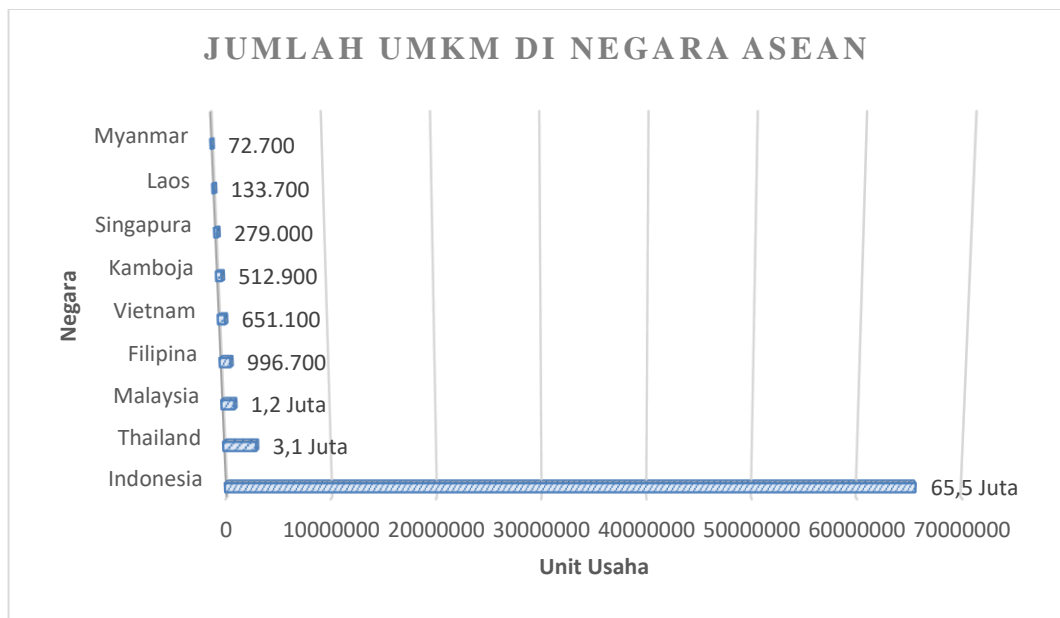
DAFTAR RUMUS

Rumus	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	43
Rumus 3.2 Rumus <i>Q Square</i>	51
Rumus 4.1 Rumus Interval Kelas	57

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, khususnya dengan adanya integrasi ekonomi di Asia Tenggara, yaitu penyatuan ekonomi (*Economic Union*) yang menjadikan Asia Tenggara menjadi suatu komunitas perekonomian dengan basis produksi tunggal membuat Usaha Mikro Kecil dan Menengah harus mampu mempertahankan eksistensinya ditengah gempuran ekonomi global (Sarfhah dkk, 2019). UMKM dituntut agar dapat bersaing dan menciptakan produk yang dapat diterima oleh konsumen dalam negeri serta konsumen di Asia Tenggara (Gustika & Susena, 2022). Dengan adanya penyatuan ekonomi ini, negara Indonesia diharapkan dapat memanfaatkan peluang pasar yang besar agar dapat menambah daya saing produk Indonesia (Paryadi & Salam, 2018).

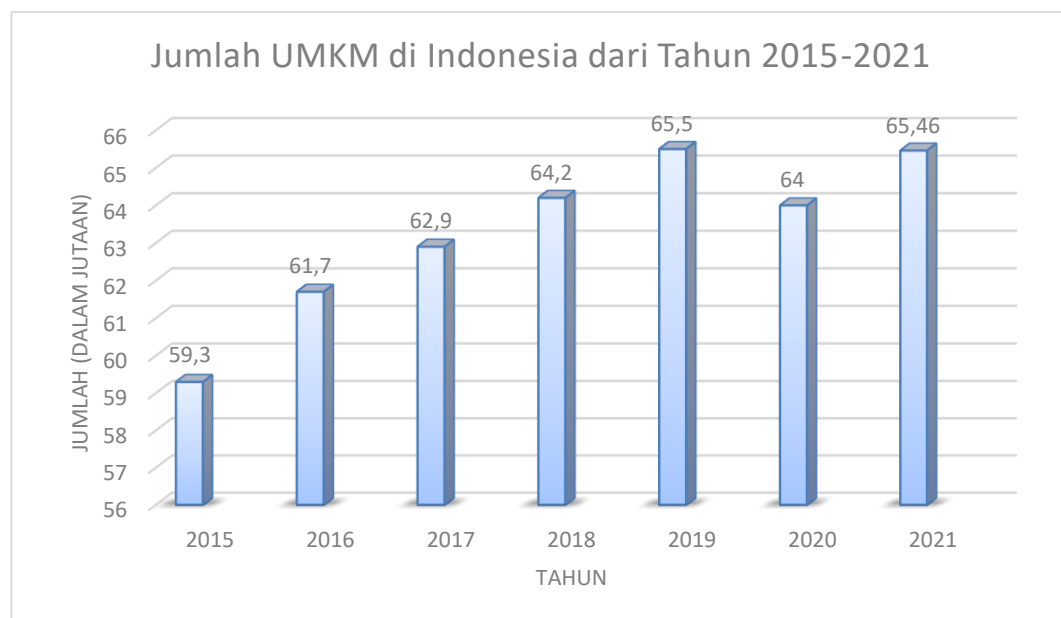


Sumber: Katadata.co.id

Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Negara ASEAN Tahun 2021

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2021 negara Indonesia menjadi negara dengan jumlah UMKM terbanyak di negara ASEAN yaitu sebesar 65,5 juta unit usaha. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peranan penting dalam membangun ekonomi negara Indonesia. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyedia tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan (Sarfiyah dkk, 2019). Secara umum dalam perekonomian nasional, UMKM memiliki peran utama dalam kegiatan ekonomi yaitu sebagai penyedia lapangan kerja, pencipta pasar baru, pemain penting dalam perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat serta memiliki kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan neraca pembayaran (Hidayat dkk, 2022).

Pada tahun 2021, UMKM Indonesia tercatat mampu menyerap 97% tenaga kerja, menyumbang 60,3% terhadap PDB, serta berkontribusi 14,4% terhadap ekspor nasional. Proporsi serapan tenaga kerja UMKM di negara Indonesia ini merupakan yang paling besar di negara ASEAN (Ahdiat, 2022). Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa perekonomian negara Indonesia pada tahun 2021 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp16.970,8 triliun dan PDB per kapita mencapai Rp62,2 juta atau US\$4.349,5.



Sumber: *Katadata.co.id*

Gambar 1.2 Data Jumlah UMKM di Indonesia

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa jumlah UMKM pada tahun 2015 sampai tahun 2019 terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Namun, terjadi penurunan jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2020 akibat adanya pandemi Covid-19. Selanjutnya, pada tahun 2021 UMKM mampu bangkit kembali dan mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Perkembangan dan pertumbuhan kinerja UMKM ini memerlukan dukungan dari berbagai pihak mengingat kontribusinya yang sangat besar pada bangsa dan negara (Gustika & Susena, 2022).

Kinerja UMKM merupakan hasil atau evaluasi kerja perusahaan yang dicapai oleh seseorang atau kelompok dengan pembagian kegiatan berupa tugas dan perannya pada periode tertentu dengan standar dari perusahaan tersebut (Mutegi *et al.*, 2015). Kinerja usaha merupakan ukuran keberhasilan dalam perkembangan sebuah usaha (Gani & Soelaiman, 2021). Kinerja UMKM dapat dilihat dari kemampuan UMKM untuk menciptakan hasil dan tindakan yang dapat diterima (Eniola & Entebang, 2015). Indikator untuk mengukur kinerja suatu UMKM dapat dilihat dari laba yang dihasilkan, pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, dan pembayaran kewajiban bisnis (Ismanto *et al.*, 2020). Perkembangan kinerja UMKM ini juga dipengaruhi oleh berbagai aspek antara lain yaitu aspek permodalan, pemasaran, dan pengelolaan keuangan (Rainanto, 2019).

Dari beberapa pernyataan oleh peneliti terdahulu terkait aspek-aspek pada kinerja UMKM, aspek keuangan menjadi salah satu hal penting yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Permodalan, pertumbuhan laba dan pengelolaan keuangan dapat ditingkatkan dengan memahami literasi keuangan. Hal ini berhubungan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dijelaskan oleh Azjen (1991) menjelaskan bahwa teori *Theory of Planned Behavior* banyak diterapkan dalam ilmu sosial dan perilaku. *Theory of Planned Behavior* merupakan alat yang dapat digunakan untuk memprediksi perilaku seseorang dengan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Teori ini menjelaskan bahwa salah satu hal yang mempengaruhi seseorang yaitu *behavior belief* atau keyakinan seseorang terhadap suatu pemahaman yang membentuk sikap, hal ini berarti bahwa seseorang yang telah memahami suatu perilaku memiliki dorongan untuk melakukan sebuah sikap. Oleh karena itu, perilaku para pelaku UMKM yang telah memahami literasi keuangan dapat

memberikan dorongan atau pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnisnya dengan menerapkan literasi keuangan sebagai bentuk pengambilan keputusan dan perencanaan keuangan. Apabila pelaku UMKM memiliki pemahaman literasi keuangan yang baik, hal ini memberikan kemudahan bagi para pelaku UMKM untuk pengambilan keputusan manajerial usahanya serta melakukan perencanaan keuangan jangka panjang (Allgood & Walstad, 2016).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan bahwa literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan keyakinan konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan pribadi lebih baik. Maryanto dkk. (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan mitra dalam menentukan laba dan omset, serta membantu mereka membedakan antara modal pribadi dan modal usaha. Literasi keuangan mampu membantu UMKM untuk bertahan selama krisis ekonomi. Literasi keuangan merupakan komponen penting dalam pengambilan keputusan manajer dan perencanaan keuangan jangka panjang yang strategis (Allgood & Walstad, 2016), serta mampu membantu UMKM dalam memaksimalkan biaya dan modal usaha agar dapat digunakan sesuai dengan keinginannya. Oleh karena itu, literasi keuangan dianjurkan sebagai kemampuan penting yang berdampak positif pada kinerja perusahaan (Eniola & Entebang, 2015), dan penting untuk mengambil keputusan bisnis dan mencapai kesuksesan perusahaan (Adomako & Danso, 2014).

Menurut Ali & Yanchao (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan mempunyai dampak yang positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM pada masing-masing sampel yang diteliti yaitu Tiongkok dan Uni Emirat Arab (UEA). Aribawa (2016) pada penelitiannya menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Naufal & Purwanto (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM, hal ini berarti bahwa kinerja UMKM dipengaruhi oleh aspek maupun faktor yang lainnya. Dengan adanya perbedaan hasil pada penelitian terdahulu (*research gap*)

diharapkan pada penelitian ini dapat menambah bukti empiris terkait pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM.

Peningkatan daya saing usaha memicu kesadaran para pelaku UMKM untuk terus meningkatkan kinerja usahanya dalam berbagai aspek. Menurut pendapat Ali & Yanchao (2021) pada penelitiannya menyatakan bahwa selain literasi keuangan, kompetensi jaringan juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Lestari dkk. (2015) pada penelitiannya juga menyatakan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan UMKM yaitu dengan cara memperluas jaringan usaha. *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) secara rasional membuat seseorang mempertimbangkan segala bentuk implikasi dari sebuah tindakan yang direncanakan. Teori ini menjelaskan bahwa salah satu hal yang mempengaruhi seseorang adalah keyakinan perilaku, yaitu keyakinan seseorang tentang pemahaman yang membentuk sikap. Artinya, seseorang yang memahami suatu perilaku tertentu merasakan adanya dorongan untuk melakukan sikap tersebut. Oleh karena itu, perilaku para pelaku UMKM yang memiliki jaringan usaha yang luas dapat memberikan dorongan atau pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnisnya dengan memanfaatkan jaringan usaha sebagai faktor untuk bertahan dan bersaing pada sektor perekonomian. Apabila pelaku UMKM memiliki jaringan usaha yang luas, hal ini memberikan kemudahan bagi UMKM untuk memperluas usaha dan meningkatkan target pasar (Nuryakin & Ardyan, 2018) serta memungkinkan agar bisnis tetap kompetitif di pasar (Parida *et al*, 2016).

Jaringan usaha (*business network*) adalah kerja sama usaha untuk menjalankan usahanya dengan efektif dan efisien, yang mencakup kerja sama usaha, akses, dan hubungan dengan pihak ketiga seperti perusahaan, lembaga keuangan, dan lembaga lainnya. Jaringan usaha ini memungkinkan perusahaan untuk mencapai tingkat produktivitas dan daya saing yang tinggi, yang pada akhirnya memungkinkan perusahaan untuk mencapai keuntungan dan perkembangan yang diinginkan (Irawan, 2020). Meningkatkan jaringan usaha menjadi salah satu faktor bagi UMKM untuk bertahan dan bersaing pada sektor perekonomian. Jaringan usaha menjadi penghubung antara faktor sosial dan ekonomi pada sebuah usaha. Jaringan

usaha dapat membantu hal-hal dasar seperti mencari pemasok dan pembeli, memasarkan barang atau jasa, dan menjalin kerja sama bisnis (Yusuf & Soelaiman, 2022). Dengan adanya kompetensi jaringan usaha yang baik dan saling menguntungkan berbagai pihak maka dapat membantu UMKM untuk tetap kompetitif di pasar (Parida *et al*, 2016) dan dapat memperluas target pasar (Nuryakin & Ardyan, 2018).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ali & Yanchao (2021) menyatakan bahwa kompetensi jaringan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Lestari dkk. (2015) pada penelitiannya juga menunjukkan bahwa jaringan usaha mempunyai pengaruh yang positif terhadap perkembangan UMKM. Namun, Junedi & Arumsari (2021) menunjukkan bahwa jaringan wirausaha memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kinerja dan kelangsungan UMKM Madu Sari Lanceng. Dengan adanya perbedaan hasil pada penelitian terdahulu (*research gap*) diharapkan pada penelitian ini dapat menambah bukti empiris terkait pengaruh jaringan usaha terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ali & Yanchao (2021) menjelaskan bahwa orientasi pasar secara tidak langsung memperkuat pengaruh literasi keuangan dan kompetensi jaringan terhadap kinerja keuangan UMKM di Tiongkok. Hal ini berarti bahwa orientasi pasar memiliki peran terhadap literasi keuangan dan jaringan usaha untuk meningkatkan kinerja UMKM. *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) merupakan alat yang dapat digunakan untuk memprediksi perilaku seseorang dengan mempertimbangkan semua informasi yang tersedia. Menurut teori ini, kepercayaan atau keyakinan seseorang terhadap suatu pemahaman membentuk sikap, yang berarti bahwa seseorang yang telah memahami suatu perilaku memiliki keinginan untuk mengambil sikap tersebut. Oleh karena itu, perilaku para pelaku UMKM yang berorientasi pada pasar dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap literasi keuangan dan jaringan usaha untuk meningkatkan kinerja usahanya. Apabila pelaku UMKM berorientasi pada pasar, hal ini membantu para pelaku UMKM untuk meningkatkan pemahaman literasi keuangan dan memperluas jaringan usahanya sehingga dapat meningkatkan kinerja usahanya.

Orientasi pasar merupakan strategi bisnis yang mengutamakan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Menurut pendapat Pertiwi & Siswoyo (2016) orientasi pasar merupakan keadaan perusahaan yang mendekati pasar dan membuat keputusan berdasarkan kondisi pasar yang sebenarnya. Orientasi pasar merupakan kemampuan sebuah perusahaan dalam merespon pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan (Yusuf & Soelaiman, 2022). Elvina (2020) mendefinisikan orientasi pasar sebagai strategi bisnis yang berfokus pada pemenuhan kepuasan pelanggan. Orientasi pasar tidak hanya membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing, tetapi juga secara langsung mempengaruhi kinerja perusahaan (Ahmatang & Sari, 2022).

Hal ini dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Elvina (2020) yang menyatakan bahwa orientasi pasar secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Orientasi pasar juga secara tidak langsung memperkuat pengaruh literasi keuangan dan kompetensi jaringan terhadap kinerja keuangan UMKM di Tiongkok, hal ini dinyatakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ali & Yanchao (2021). Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Ali & Yanchao pada sampel di Uni Emirat Arab (UEA) menyatakan bahwa orientasi pasar tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap literasi keuangan dan hanya memperkuat dampak positif dari kompetensi jaringan. Perbedaan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bukti empiris terkait peran orientasi pasar dalam hubungan antara literasi keuangan dan jaringan usaha dengan kinerja UMKM.

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk melakukan penelitian pada UMKM di kota Bandar Lampung sebagai objek penelitian. Sektor UMKM di kota Bandar Lampung merupakan sektor yang memegang peranan penting dalam kemajuan perekonomian di kota Bandar Lampung (Maharani dkk, 2023). Bandar Lampung merupakan kota yang terkenal dengan para pengusaha yang rata-rata bergerak dalam skala rumahan. Salah satu sektor UMKM yang menyerap tenaga kerja di kota Bandar Lampung adalah sektor dari industri kecil dan menengah, yaitu dengan jenis industri unggulan berupa pakaian dan makanan (Saputri & Shiyammurti, 2022).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik dan Badan Ekonomi Kreatif pada tahun 2021, sub sektor kuliner pada industri kreatif di Bandar Lampung menjadi sub sektor dengan jumlah terbanyak yaitu sebanyak 26.118 atau 72,32% dari total industri kreatif yang ada di Bandar Lampung. Kemudian diikuti oleh sub sektor fashion dengan jumlah sebanyak 5.370 atau 14,87% dari total industri kreatif di Bandar Lampung. Hal ini dikarenakan banyaknya masyarakat kota Bandar Lampung yang memulai usaha baru berskala mikro pada sub sektor makanan dan fashion (Kusuma, 2020).

Berdasarkan data tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai kondisi terkini terkait kinerja UMKM pada sub sektor kuliner di Bandar Lampung dengan menghubungkan fenomena yang ada pada aspek literasi keuangan dan jaringan usaha agar dapat meningkatkan kinerja UMKM dengan adanya peran dari orientasi pasar. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemahaman terkait literasi keuangan dan jaringan usaha mampu meningkatkan kinerja UMKM serta bagaimana orientasi pasar mampu memperkuat hubungan antara literasi keuangan dan jaringan usaha dengan kinerja UMKM di Bandar Lampung. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Jaringan Usaha terhadap Kinerja UMKM di Bandar Lampung: Peran Moderasi dari Orientasi Pasar”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM di Bandar Lampung?
2. Apakah Jaringan Usaha berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM di Bandar Lampung?
3. Apakah Orientasi Pasar berperan dalam memoderasi hubungan antara Literasi Keuangan dan Kinerja UMKM di Bandar Lampung?
4. Apakah Orientasi Pasar berperan dalam memoderasi hubungan antara Jaringan Usaha dan Kinerja UMKM di Bandar Lampung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, dapat diketahui bahwa penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Bandar Lampung.
2. Mengetahui pengaruh Jaringan Usaha terhadap Kinerja UMKM di Bandar Lampung.
3. Mengetahui peran Orientasi Pasar dalam memoderasi hubungan antara Literasi Keuangan dan Kinerja UMKM.
4. Mengetahui peran Orientasi Pasar dalam memoderasi hubungan antara Jaringan Usaha dan Kinerja UMKM.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang keuangan dan pemasaran mengenai literasi keuangan, jaringan usaha serta orientasi pasar pada UMKM. Penelitian ini juga dapat membantu banyak pihak agar dapat menambah wawasan dan meningkatkan kualitas pembelajaran, termasuk dalam penyelesaian penulisan karya ilmiah.
2. Manfaat Praktis
Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam proses pembuatan skripsi ini, antara lain:
 - a. Sebagai masukan kepada para pelaku UMKM, khususnya pelaku UMKM pada sektor kuliner di Bandar Lampung dalam pengelolaan bisnisnya serta menjadi solusi yang efektif untuk memecahkan masalah dan mengambil keputusan terkait pengelolaan keuangan, jaringan dan pemasaran pada UMKM.
 - b. Menjadi wadah referensi bagi berbagai pihak, baik untuk kepentingan umum maupun akademis, dalam memberikan informasi mengenai

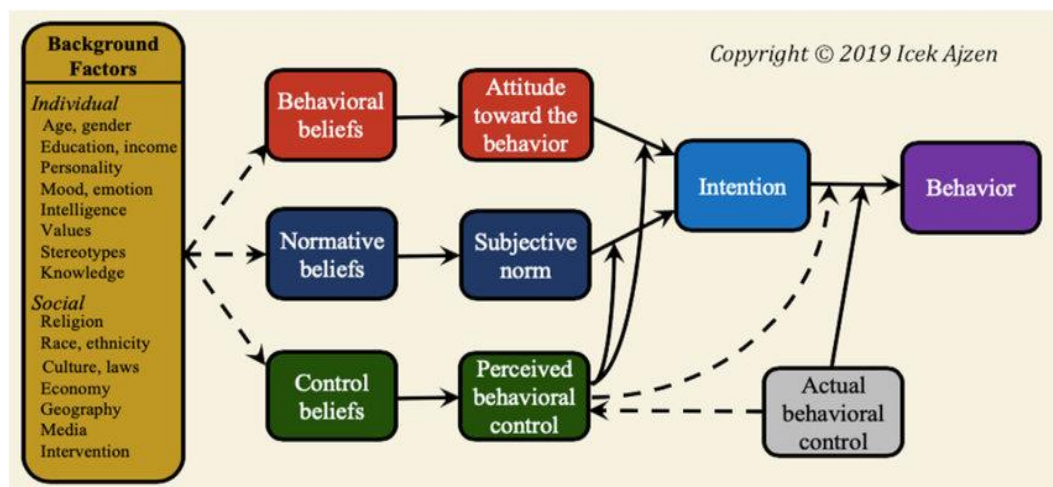
permasalahan dalam pengelolaan keuangan, jaringan dan pemasaran untuk penyelesaian penulisan karya ilmiah.

- c. Penelitian ini juga dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri dalam menambah ilmu dan mengatasi permasalahan terkait pengelolaan keuangan, jaringan dan pemasaran serta membantu dalam penyelesaian tugas akhir skripsi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) merupakan alat yang dapat digunakan untuk memprediksi perilaku seseorang dengan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Menurut Ajzen *et al.* (2020) perilaku manusia dipandu oleh tiga macam pertimbangan yaitu keyakinan tentang kemungkinan konsekuensi dari perilaku tersebut (*behavioral beliefs*), keyakinan tentang ekspektasi normatif orang lain (*normative beliefs*), dan keyakinan tentang adanya faktor-faktor yang dapat memfasilitasi atau menghambat kinerja perilaku (*control beliefs*). Pengaruh sikap terhadap perilaku dan norma subjektif terhadap niat dimoderasi oleh persepsi kontrol perilaku. Sebagai aturan umum, semakin baik sikap dan norma subjektif, dan semakin besar kontrol yang dirasakan, semakin kuat pula niat seseorang untuk melakukan perilaku tersebut. *Theory of Planned Behavior* adalah pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* yang menjelaskan bahwa secara rasional seseorang mempertimbangkan segala bentuk implikasi dari sebuah tindakan yang telah direncanakan.



Sumber: (Ajzen, 2019)

Gambar 2.1 Penggambaran Grafis dari *Theory of Planned Behavior*

Gambar 2.1 menunjukkan tiga macam pertimbangan pada *Theory of Planned Behavior* yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Attitude* (sikap)

Ajzen & Fishbein (2005) mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan yang diperoleh mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau disebut juga *behavioral beliefs*. *Belief* berkaitan dengan penilaian-penilaian subjektif seseorang terhadap dunia sekitarnya, pemahaman mengenai diri dan lingkungannya. Ajzen menyatakan bahwa *belief* dapat diungkapkan dengan menghubungkan suatu perilaku yang prediksi dengan berbagai manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh apabila kita melakukan atau tidak melakukan perilaku itu. Keyakinan ini dapat memperkuat sikap terhadap perilaku berdasarkan evaluasi dari data yang diperoleh bahwa perilaku itu dapat memberikan keuntungan bagi pelakunya.

2. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

Norma subjektif adalah perasaan atau dugaan-dugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada di dalam kehidupannya tentang dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu, karena perasaan ini sifatnya subjektif maka dimensi ini disebut norma subjektif (*subjective norm*). Hubungan sikap terhadap perilaku sangat menentukan, maka norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan, bedanya adalah apabila hubungan sikap terhadap perilaku merupakan fungsi dari keyakinan terhadap perilaku yang dilakukan (*behavioral belief*) maka norma subjektif adalah fungsi dari keyakinan seseorang yang diperoleh atas pandangan orang-orang lain yang berhubungan dengannya (*normative belief*).

3. *Perceived Behavioral Control* (Persepsi Kontrol Perilaku)

Ajzen (1991) menjelaskan bahwa perasaan selalu berkaitan dengan keyakinan individu dalam mengontrol diri. Persepsi kontrol perilaku berubah sesuai dengan situasi yang dilakukan karena keberhasilan yang dilakukan tergantung terhadap usaha yang dilakukan.

TPB sangat sesuai untuk digunakan untuk menjelaskan berbagai perilaku di dalam kewirausahaan. Ajzen (1991) dalam penelitiannya menyatakan bahwa TPB cocok untuk menjelaskan perilaku apapun yang memerlukan perencanaan, seperti kewirausahaan. Teori ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki pemahaman terkait literasi keuangan dan jaringan usaha serta orientasi pasar menimbulkan keyakinan untuk melakukan sebuah sikap dengan mempertimbangkan pandangan dari orang lain. Hal ini juga bergantung terhadap usaha yang dilakukan, semakin besar usaha maka semakin besar tingkat keberhasilan yang dicapai, sehingga semakin kuat pula niat para pelaku UMKM untuk melakukan suatu perilaku agar dapat mengambil suatu keputusan untuk mengelola usaha dan meningkatkan kinerja usahanya.

2.2 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

2.2.1 Pengertian UMKM

UMKM atau yang dikenal sebagai akronim dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan usaha yang dimiliki perseorangan atau badan usaha yang telah memenuhi kriteria usaha sesuai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian

baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini (Republik Indonesia, 2008).

Menurut Wahyunti (2020) berpendapat bahwa UMKM merupakan istilah umum dalam khasanah ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai kriteria yang ditetapkan. Menurut Purba (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa UMKM adalah kegiatan ekonomi kerakyatan mandiri dari berskala kecil yang pengelolaannya dilakukan oleh kelompok, masyarakat, keluarga, atau perorangan. Dapat diartikan bahwa UMKM merupakan usaha yang dilakukan seseorang atau sekelompok dari skala mikro, kecil, hingga menengah yang berjalan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

2.2.2 Kriteria UMKM

Kriteria UMKM sebelumnya telah diatur di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Namun, terdapat beberapa perubahan tentang UMKM pada Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) yang telah diterbitkan oleh pemerintah bersama 48 peraturan pelaksana lainnya dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja). PP UMKM tersebut mengubah beberapa ketentuan yang sebelumnya telah diatur di dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah salah satunya adalah aturan terkait kriteria UMKM (Mariska, 2023).

Tabel 2.1 Kriteria UMKM

INDIKATOR	UU UMKM	PP UMKM
Pengelompokkan UMKM	UMKM dikelompokkan berdasarkan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Kekayaan bersih ialah jumlah aset setelah di kurangi dengan hutang atau kewajiban.	UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha merupakan modal sendiri dan modal pinjaman untuk menjalankan kegiatan usaha.

INDIKATOR	UU UMKM	PP UMKM
Kekayaan Bersih/Modal Usaha	1. Usaha Mikro: paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah). 2. Usaha Kecil: lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). 3. Usaha Menengah: lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah). *Diluar tanah dan bangunan tempat usaha.	1. Usaha Mikro: paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). 2. Usaha Kecil: lebih dari Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah). 3. Usaha Menengah: lebih dari Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah). *Diluar tanah dan bangunan tempat usaha.
Hasil Penjualan Tahunan	1. Usaha Mikro: paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). 2. Usaha Kecil: lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah). 3. Usaha Menengah: lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).	1. Usaha Mikro: paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). 2. Usaha Kecil: lebih dari Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah). 3. Usaha Menengah: lebih dari Rp. 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Sumber: *kontrakhukum.com*

Menurut Al Farisi dkk. (2022) UMKM dapat digolongkan menjadi empat tingkatan yaitu sebagai berikut:

1. *Livelihood Activities*, merupakan usaha berskala mikro kecil dan menengah yang mampu membuka peluang kesempatan kerja untuk mendapatkan penghasilan, yang lebih umum biasa disebut sektor informal, seperti pedagang kaki lima.

2. *Micro Enterprise*, yaitu suatu usaha mikro kecil dan menengah yang mempunyai sifat-sifat sebagai pengrajin namun belum mempunyai sifat-sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, yaitu sebuah usaha mikro kecil dan menengah yang telah mempunyai jiwa kewirausahaan serta mampu untuk menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan usaha mikro kecil dan menengah yang telah mempunyai jiwa wirausaha dan pelaku usaha yang melakukan pengembangan atau transformasi menjadi usaha berskala besar (UB).

2.2.3 Manfaat UMKM

Al Farisi dkk. (2022) menjelaskan bahwa UMKM memiliki beberapa manfaat yaitu sebagai berikut:

1. **Penyumbang Terbesar Produk Domestik**

Manfaat bisnis sektor UMKM adalah meningkatnya produk yang dihasilkan oleh dalam negeri. Produk-produk yang ada tidak hanya merambah pasar nasional saja tapi juga produk dalam negeri bisa merambah pasar internasional. Produk lokal banyak diminati oleh banyak orang. Contohnya produk kerajinan. Produk kerajinan dari Indonesia juga banyak yang terkenal sampai di luar negeri.
2. **Terbukanya Lapangan Pekerjaan**

Tidak dapat disangkal lagi bahwa sektor UMKM secara tidak langsung membuka peluang bagi orang-orang untuk mendapatkan pekerjaan. Hal ini bisa membantu pemerintah mengurangi jumlah angka pengangguran yang ada.
3. **Solusi Masyarakat Kelas Menengah**

Modal yang diperlukan untuk membuka usaha dalam sektor UKM ini bisa dikatakan mudah. Banyak sudah lembaga pemerintah yang membantu untuk memberikan bantuan dana modal dengan jumlah nilai kredit yang kecil. Saat ini bank juga memberikan jaminan pinjaman modal dengan nilai perkreditan yang kecil.
4. **Operasional yang Fleksibel**

Struktur kepemimpinan dalam sektor UMKM relatif tidak besar. Setiap kepemimpinan mempunyai wewenang dan tanggung jawab masing-masing.

Tidak hanya itu biasa- nya untuk bisnis sektor UMKM lebih cenderung memikirkan selera konsumen dan trend yang berkembang saat ini.

2.2.4 Pengelolaan UMKM

Menurut Hanim (2018) pengelolaan bisnis adalah proses mengelola sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan, umumnya seperti kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengambilan keputusan, dan pengawasan. Objek yang dikelola yaitu:

1. Pemasaran dan pasar, artinya pelaku usaha harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli.
2. Produksi, artinya produk yang dihasilkan bagus, lebih mudah dan murah.
3. Sumber Daya Manusia, artinya setiap individu yang terkait (internal atau eksternal) mampu memberikan manfaat kepada organisasi.
4. Keuangan, artinya pelaku usaha mengetahui keuntungan atau kerugian, dan kekayaannya.
5. Kreativitas, artinya memikirkan sesuatu yang baru.
6. Inovasi, artinya melakukan sesuatu yang baru.
7. Memobilisasi sumber-sumber daya dan mendinamisasi proses, sehingga menjadi lebih efisien, lebih efektif, lebih produktif dan lebih menguntungkan, serta lebih memberikan keberhasilan usaha.

2.2.5 Pengembangan UMKM

Menurut Hanim (2018) pada dasarnya pengembangan UMKM adalah tanggung jawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Upaya pengembangan UMKM di masa depan sebagai berikut:

1. Menciptakan Iklim Usaha yang Kondusif
Pemerintah perlu mengupayakan ketentraman dan keamanan berusaha serta penyederhanaan prosedur perijinan usaha, keringanan pajak dan sebagainya.
2. Bantuan Modal
Untuk membantu permodalan bagi UMKM, pemerintah perlu memperluas skim kredit khusus dengan persyaratan yang tidak memberatkan UMKM.

3. Perlindungan Usaha

Usaha yang tergolong ekonomi lemah, harus diberikan perlindungan oleh pemerintah, baik melalui undang-undang atau peraturan pemerintah.

4. Pengembangan kemitraan

Hal ini diperlukan untuk menghindari terjadinya monopoli usaha serta untuk memperluas pangsa pasar dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien.

5. Pelatihan

UMKM perlu diberikan pelatihan oleh pemerintah baik dalam aspek kewirausahaan, manajemen, administrasi, dan pengetahuan serta keterampilan untuk pengembangan usahanya.

6. Memperkuat Asosiasi

Hal ini penting sebagai upaya peningkatan peran, seperti pengembangan jaringan informasi usaha yang sangat dibutuhkan untuk pengembangan usaha bagi anggotanya.

7. Mendirikan Sentra Usaha di Setiap Wilayah

Hal ini bertujuan untuk mengkoordinasikan semua aktivitas yang berhubungan dengan upaya pengembangan UMKM ditingkat wilayah serta berfungsi untuk memberikan solusi bagi UMKM atas permasalahannya.

8. Mengembangkan Promosi

Hal ini bertujuan untuk mempercepat proses kemitraan antara UMKM dengan usaha besar dibutuhkan media khusus dalam rangka mempromosikan produk-produk yang dihasilkan.

2.2.6 Kinerja UMKM

Kinerja usaha merupakan ukuran keberhasilan dalam perkembangan sebuah usaha (Gani & Soelaiman, 2021). Kinerja UMKM adalah hasil kerja yang dicapai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut didalam UMKM pada suatu periode tertentu, dan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standard dari usaha tempat individu tersebut bekerja (Aribawa, 2016). Menurut Mutegi *et al.* (2015) mendefinisikan kinerja UMKM sebagai hasil atau evaluasi kerja perusahaan yang dicapai oleh seseorang atau kelompok dengan pembagian kegiatan berupa tugas dan perannya pada periode tertentu dengan standar dari perusahaan tersebut. Kinerja UMKM dapat dilihat dari kemampuan UMKM untuk

menciptakan hasil dan tindakan yang dapat diterima (Eniola & Entebang. 2015). Dengan demikian, kinerja UMKM dapat diartikan sebagai suatu pencapaian seseorang atau sekelompok dalam sebuah usaha pada periode tertentu melalui evaluasi kerja pada usaha tersebut.

Menurut Munizu (2010) dalam penelitiannya, terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja UMKM antara lain yaitu:

1. Pertumbuhan Keuntungan
2. Pertumbuhan Jumlah Pelanggan
3. Pertumbuhan Jumlah Penjualan
4. Pertumbuhan Jumlah Aset
5. Penambahan Tenaga Kerja

2.3 Literasi Keuangan

2.3.1 Pengertian Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan adalah rangkaian tindakan atau proses untuk mengajarkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan kepada pelanggan dan masyarakat umum sehingga mereka lebih mampu mengelola keuangan pribadi mereka dengan lebih baik (OJK, 2017). Literasi keuangan menurut Desiyanti & Hamirul (2020) yaitu suatu ilmu dan keterampilan yang masyarakat miliki untuk mengelola keuangan pribadi dan usahanya. Sedangkan Yushita (2017) mendefinisikan literasi keuangan sebagai keahlian dalam membedakan pilihan keuangan dan mampu mengelola keuangan dengan baik, keterampilan yang mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari. Maryanto dkk. (2022) menjelaskan bahwa literasi keuangan dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan mitra dalam menentukan laba dan omset, serta membantu mereka membedakan antara modal pribadi dan modal usaha. Dengan demikian, literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai suatu pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan, baik itu keuangan pribadi maupun keuangan dalam sebuah usaha agar berguna dalam proses pengambilan keputusan usahanya.

2.3.2 Aspek Literasi Keuangan

Menurut Chen & Volpe (1998) menyatakan bahwa literasi keuangan dibagi menjadi empat aspek, yaitu:

1. Pengetahuan Keuangan Dasar

Pengetahuan ini umumnya berkaitan dengan pengambilan keputusan dalam melakukan investasi atau pembiayaan yang dapat memberikan pengaruh pada perilaku individu dalam mengelola uang yang dimiliki. Pengetahuan ini mencakup pengeluaran, pendapatan, asset, hutang, ekuitas, dan risiko.

2. Simpanan dan Pinjaman

Simpanan dan pinjaman merupakan istilah lain dari produk perbankan yang dikenal sebagai tabungan dan kredit. Tabungan adalah sejumlah dana yang disimpan dengan tujuan untuk kebutuhan di masa depan. Individu yang mempunyai pendapatan yang lebih tinggi menyimpan sisa dananya untuk kebutuhan di masa depan.

3. Asuransi

Suatu bentuk perlindungan secara finansial yang dapat dilakukan dalam bentuk asuransi jiwa, asuransi properti, asuransi kesehatan, dan asuransi pendidikan. Proteksi ini bertujuan untuk mendapatkan ganti rugi jika terjadi kejadian tidak terduga seperti kematian, kecelakaan, kehilangan, dan kerusakan.

4. Investasi

Investasi adalah suatu bentuk aktivitas penanaman dana atau aset yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan di masa depan. Beberapa bentuk investasi antara lain, aset riil (property atau emas), asset keuangan (deposito, saham, obligasi, dan aset keuangan lainnya), dan lain- lain.

2.3.3 Tingkat Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan dibagi menjadi empat bagian, yaitu sebagai berikut:

1. *Well Literate*

Pada tahap ini, individu mempunyai pengetahuan dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur,

manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2. *Sufficient Literate*

Tahap ini menjelaskan bahwa individu mempunyai pengetahuan dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.

3. *Less Literate*

Pada tahap ini, individu hanya memiliki pengetahuan mengenai lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.

4. *Not Literate*

Pada tahap ini, individu tidak mempunyai pengetahuan dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan, serta tidak mempunyai keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2.3.4 Indikator Literasi Keuangan

Oseifuah (2010) dalam jurnal *Financial Literacy and Youth Entrepreneurship in South Africa* menuliskan tiga indikator literasi keuangan sebagai berikut:

1. *Financial Knowledge*

Indikator literasi keuangan yang pertama adalah *financial knowledge*. Indikator ini mengukur pengetahuan seputar terminologi-terminologi keuangan seperti tingkat suku bunga bank, kartu kredit, pasar saham, hingga berbagai layanan jasa perbankan.

2. *Financial Attitudes*

Indikator literasi keuangan yang kedua adalah *financial attitudes*. Ini mengukur minat dan keterikatan dalam memperbaiki pengetahuan keuangan, merencanakan program keuangan pensiun, hingga menjalankan kebijakan pemerintah dalam pajak.

3. *Financial Behavior*

Indikator literasi keuangan yang ketiga adalah *financial behavior*, berorientasi untuk *spending and saving*, mencatat dan menyimpan catatan keuangan pribadi, serta mengelola utang dan kredit sesuai *cash flow* perusahaan.

2.4 Jaringan Usaha

2.4.1 Pengertian Jaringan Usaha

Jaringan usaha merupakan hubungan dengan pihak lain yang dapat membantu usaha dalam mengembangkan bisnis (Yusuf & Soelaiman, 2022). Jaringan usaha (*business network*) adalah kerja sama 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 diinginkan (Irawan, 2020). Menurut Susilowati & Taufan (2013) menjelaskan bahwa jaringan usaha adalah kemampuan ikatan jejaring (*networkties*) menghubungkan para pelaku dengan berbagai usaha misal partner usaha, teman, agen, mentor untuk mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan seperti informasi, uang, dukungan moral para pelaku jejaring. Dari beberapa penjelasan terkait jaringan usaha, dapat diartikan bahwa jaringan usaha merupakan proses kerja sama baik secara internal maupun eksternal pada sebuah usaha untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas usahanya sehingga mampu mencapai profit dan mengembangkan usahanya.

2.4.2 Macam-macam Jaringan Usaha

Menurut Undang-undang No.20 tahun 2008 tentang UMKM, kemitraan UMKM dapat dilakukan dalam beberapa bentuk, yaitu:

1. Pola Kemitraan Inti Plasma

Dalam pola inti plasma, usaha besar dan atau usaha menengah sebagai inti membina dan mengembangkan usaha kecil yang menjadi plasmanya antara lain meliputi:

- Penyediaan dan penyiapan lahan
- Penyediaan sarana produksi
- Pemberian bimbingan teknis manajemen usaha dan produksi
- Perolehan, penguasaan dan peningkatan teknologi yang diperlukan
- Pembiayaan

- Pemberian bantuan lainnya yang diperlukan bagi peningkatan efisiensi dan produktivitas usaha

2. Pola Kemitraan Sub Kontrak

Dalam hal kemitraan usaha besar dan atau usaha menengah dengan usaha kecil berlangsung dalam rangka sub kontrak untuk memproduksi barang dan atau jasa, usaha besar atau usaha menengah memberikan bantuan antara lain berupa:

- Kesempatan untuk mengerjakan sebagian produksi dan atau komponen
- Kesempatan yang seluas-luasnya dalam memperoleh bahan baku yang diproduksi secara berkesinambungan dengan jumlah dan harga yang wajar
- Bimbingan dan kemampuan teknis produksi atau manajemen
- Perolehan, penguasaan dan peningkatan teknologi yang diperlukan
- Pembiayaan

3. Pola Kemitraan Perdagangan Umum

Pelaksanaan kemitraan dengan pola perdagangan umum dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama pemasaran, penyediaan lokasi usaha, atau penerimaan pasokan dari UMK mitra usahanya.

4. Kemitraan Waralaba

Usaha besar dan atau usaha menengah memberikan kesempatan dan mendahulukan UMK yang memiliki kemampuan untuk menjadi penerima waralaba dari usaha besar dan atau usaha menengah. Pemberi dan penerima waralaba mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi mutu barang dan jasa yang disediakan dan atau dijual sepanjang berdasarkan perjanjian waralaba. Pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional, manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada penerima waralaba sesuai perjanjian.

5. Pola Kemitraan Distribusi dan Keagenan

Dalam pelaksanaan kemitraan dengan pola distribusi dan keagenan, usaha besar dan atau usaha menengah memberikan hak khusus kepada UMK untuk memasarkan produk usaha besar dan atau usaha menengah. Usaha besar dan usaha menengah yang melaksanakan kemitraan mempunyai hak untuk

mengetahui kinerja kemitraan Usaha Kecil mitra binaannya. Sementara usaha kecil yang bermitra mempunyai hak untuk memperoleh pembinaan dan pengembangan dari usaha besar dan atau usaha menengah mitranya dalam satu aspek atau lebih tentang pemasaran, sumber daya manusia, permodalan, manajemen dan teknologi.

Macam-macam jaringan usaha menurut Irawan (2020) pada penelitiannya yaitu sebagai berikut:

a. Jaringan Pemasaran

Untuk keberhasilan dalam pemasaran produk dan layanannya, UMKM perlu memiliki jaringan pemasaran yang handal, yang selalu siap menyerap produk dan layanan UMKM dengan volume, harga dan waktu yang tepat atau membantu kegiatan pemasaran. Dengan demikian jaringan pemasaran ini dapat terdiri dari jaringan inti dan penunjang. Jaringan inti dapat terdiri dari para perantara pemasaran seperti grosir, pengecer, agen dan perantara pemasaran lainnya. Sedangkan jaringan penunjang, yaitu lembaga/pihak ketiga yang berperan sebagai penunjang kesuksesan pemasaran, seperti perusahaan/lembaga yang bergerak dalam bidang promosi, ekspedisi, transportasi, informasi pasar, pembiayaan kegiatan pemasaran, memberikan jaminan dalam pemasaran, dan lain- lain. Lembaga-lembaga/pihak ketiga tersebut dapat merupakan lembaga pemerintah, lembaga bisnis dan lembaga lainnya.

b. Jaringan Produksi/Operasi

Jaringan produksi/operasi meliputi kerjasama usaha dan hubungan-hubungan dengan berbagai pihak (produsen, pemasok dan pihak lainnya) yang dibutuhkan untuk menjamin proses produksi/operasi dapat berjalan dengan baik. Dengan jaringan produksi yang kuat maka kapasitas produksi perusahaan dapat disesuaikan dengan kebutuhan (fleksibilitas dalam kapasitas), dapat dilakukan semacam pembagian tugas produksi sesuai dengan keunggulan anggota jaringan, sehingga proses produksi dapat dilakukan lebih efisien, dapat melakukan produksi yang besar melalui subkontrak/maklun ataupun melakukan konsorsium untuk sehingga dapat memenuhi permintaan yang besar dengan cara yang ekonomis.

c. Jaringan Keuangan/Pembiayaan

Jaringan keuangan terutama menyangkut kerjasama, hubungan-hubungan dan akses ke sumber pembiayaan, baik lembaga keuangan bank, maupun non bank. Jaringan keuangan/pembiayaan ini tentunya diperlukan perusahaan terutama untuk pemenuhan kebutuhan modal perusahaan secara efektif dan efisien. Selain itu jaringan dengan lembaga keuangan diperlukan untuk kemudahan-kemudahan dalam melakukan transaksi bisnis.

2.4.3 Fungsi Jaringan Usaha

Menurut Irawan (2020) jaringan usaha dapat dilihat berdasarkan beberapa fungsi, yaitu antara lain:

1. Fungsi bisnis perusahaan, meliputi jaringan pemasaran, jaringan produksi/operasi dan jaringan keuangan.
2. Keterkaitan fungsi dan posisi rantai pasokan, meliputi kerjasama vertikal dan horizontal.
3. Kemitraan usaha, meliputi kemitraan antar UMKM, antar UMKM dengan usaha besar.
4. Formal/soliditas jaringan, meliputi *soft network* dan *hard network*.
5. Penetapan tujuan meliputi jaringan usaha untuk meningkatkan skala ekonomis, jaringan usaha untuk pengelolaan usaha yang efisien, jaringan usaha untuk meningkatkan posisi tawar.

2.4.4 Manfaat Jaringan Usaha

Menurut Irawan (2020) jaringan usaha memiliki beberapa manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan posisi tawar
2. Mencapai skala ekonomi yang efisien
3. Meningkatkan kinerja usaha/perusahaan
4. Membangun pengaruh dan kekuatan pasar
5. Membangun kemampuan daya saing
6. Menyusun kekuatan bersama untuk mengatasi keterbatasan-keterbatasan
7. Memudahkan dalam mengakses jasa-jasa seperti konsultasi manajemen, akuntansi, penelitian pasar

8. Memudahkan dalam mendapatkan/memperluas informasi pasar
9. Memudahkan untuk mendapatkan tambahan modal usaha
10. Mengurangi biaya transaksi
11. Memudahkan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pasar atau kontrak-kontrak pasar yang lebih besar
12. Mengurangi beban resiko dengan cara tanggung renteng
13. Dapat menjaga kestabilan harga dari pesaing
14. Keberlanjutan usaha terjamin

2.4.5 Indikator Jaringan Usaha

Walter *et al.* (2006) menyatakan bahwa *network competency* atau kemampuan dalam membangun jaringan usaha ini mempunyai empat komponen, yaitu sebagai berikut:

1. Kegiatan perusahaan untuk melakukan koordinasi antar mitra yang bekerja sama.
2. Keterampilan perusahaan dalam membangun relasi berdasarkan kemampuannya dalam mempengaruhi interaksi antar pribadi.
3. Pengetahuan mengenai mitra, yakni informasi yang terstruktur mengenai perusahaan mitra maupun pesaing yang melakukan kerja sama.
4. Jaringan komunikasi internal perusahaan selaras dengan pembelajaran perusahaan melalui kemitraan.

2.5 Orientasi Pasar

2.5.1 Pengertian Orientasi Pasar

Orientasi pasar adalah kemampuan sebuah bisnis untuk bertindak dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (Yusuf & Soelaiman, 2022). Elvina (2020) mendefinisikan orientasi pasar sebagai suatu strategi bisnis yang fokus pada strategi pemenuhan kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut pendapat Pertiwi & Siswoyo (2016) pada penelitiannya menjelaskan bahwa orientasi pasar adalah kondisi dimana perusahaan mendekati pasar dengan mengambil keputusan berdasarkan kondisi pasar yang sebenarnya. Dengan demikian, peneliti mendefinisikan orientasi pasar sebagai kemampuan perusahaan dalam melihat dan menjangkau tren pasar untuk diterapkan

dalam usahanya sebagai strategi dalam memenuhi kepuasan pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha.

2.5.2 Manfaat Orientasi Pasar

Manfaat dari penerapan orientasi pasar pada sebuah usaha menurut Hasan (2008) adalah sebagai berikut:

1. Membantu perusahaan dalam memproduksi produk atau jasa yang sesuai dengan yang dipersepsikan oleh pelanggan.
2. Membantu produksi secara lebih efisien dibanding para pesaing.
3. Menjelaskan perbedaan-perbedaan kinerja yang dicapai oleh perusahaan.

2.5.3 Fungsi Orientasi Pasar

Menurut Hasan (2008), orientasi pasar memiliki beberapa fungsi dalam sebuah usaha antara lain:

1. Mengarahkan perusahaan pada diferensiasi dan efisiensi produk berdasarkan orientasi pasar.
2. Mengarahkan para manajer untuk mengurangi penekanan orientasi produk untuk merespon pasar.
3. Mengarahkan sistem organisatorial, seperti formalisasi dan sentralisasi, dapat ditentukan secara berurutan dan tidak dapat berdiri sendiri.

2.5.4 Pengukuran Orientasi Pasar

Menurut Tjiptono dkk. (2008) menjelaskan bahwa terdapat 2 perspektif dalam mengukur orientasi pasar antara lain:

a. Perspektif Budaya

Perspektif budaya ini berfokus kepada nilai-nilai dan norma-norma organisasi yang mendorong perilaku yang konsisten dengan orientasi pasar. Dalam perspektif budaya ini, orientasi pasar diukur berdasarkan tiga hal yaitu orientasi pelanggan,

b. Perspektif Behavioral

Perspektif behavioral merupakan proses atau perilaku organisasi yang terdiri atas pengumpulan inteligensi pasar secara sistematis menyangkut kebutuhan pelanggan, penyebaran inteligensi pasar kepada seluruh unit organisasi,

dan merancang juga mengimplementasikan respon organisasi terhadap inteligensi pasar secara terkoordinasi dan menyeluruh.

2.5.5 Indikator Orientasi Pasar

Menurut Narver & Slater (1990), orientasi pasar terdiri dari tiga komponen yaitu sebagai berikut:

1. Orientasi Pelanggan

Orientasi pelanggan adalah pemahaman perusahaan terhadap target *buyer* sehingga dapat menciptakan *superior value* kepada mereka secara terus-menerus. Orientasi pelanggan mengharuskan seorang penjual mampu memahami mata rantai nilai secara keseluruhan seorang pembeli. Pengukuran orientasi pelanggan dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu:

- Manajer puncak mendiskusikan kebutuhan dan preferensi pelanggan.
- Berkomitmen pada penyediaan layanan bagi para pelanggan sekalipun transaksi penjualan telah selesai.
- Perusahaan memiliki *database* pelanggan rinci.
- Secara rutin mengkaji kemungkinan dampak perubahan lingkungan bisnis, seperti peraturan pemerintah terhadap pelanggan.
- Terkadang perusahaan bermaksud mengabaikan perubahan-perubahan kebutuhan produk atau jasa pelanggan.

2. Orientasi Pesaing

Orientasi pesaing adalah pemahaman terkait kekuatan dan kelemahan jangka pendek, serta kapabilitas dan strategi jangka panjang dari para pesaing yang saat ini ada sebagai pesaing potensial yang muncul. Penerapan orientasi pesaing mempunyai dua tujuan, yaitu dalam jangka pendek perusahaan berusaha memahami kekuatan dan kelemahan baik dari pesaing sekarang atau pesaing yang potensial dimasa mendatang. Sedangkan dalam jangka panjang perusahaan harus mengerti kapabilitas dan strategi yang mereka gunakan. Pengukuran orientasi pesaing dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu:

- Merespon secara cepat tindakan-tindakan pesaing berkenaan dengan strategi penetapan harga mereka.
- Manajer puncak mendiskusikan strategi dan perilaku pesaing.

- Secara rutin memantau aktivitas para pesaing.

3. Koordinasi Antar Fungsi

Koordinasi antar fungsi adalah merefleksikan pendayagunaan secara terkoordinasi dari seluruh sumber daya yang ada dalam perusahaan dalam rangka menciptakan *superior costumers value* bagi pembeli sasaran. Untuk memberikan respon yang tepat kepada pelanggan dibutuhkan adanya koordinasi pemanfaatan sumber daya dalam perusahaan antar berbagai departemen, koordinasi dalam rangka integrasi sumber daya tersebut terkait erat dengan orientasi pelanggan dan pesaing. Pengukuran koordinasi antar fungsi dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu:

- Aktivitas berbagai departemen berbeda dikoordinasikan dengan baik.
- Staf pemasaran meluangkan waktu untuk mendiskusikan kebutuhan masa depan para pelanggan dengan departemen lainnya.
- Data kepuasan pelanggan disebarluaskan kepada semua departemen secara rutin.
- Ada pertemuan antar departemen setidaknya sekali setiap tiga bulan untuk mendiskusikan trend dan perkembangan pasar.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan/ Perbedaan
1.	<i>Financial Literacy, Network Competency, and SMEs Financial Performance: The Moderating Role of Market Orientation</i> (Ali & Yanchao, 2021)	<p>Variabel X: Literasi Keuangan dan Kompetensi Jaringan</p> <p>Variabel Y: Kinerja Keuangan UMKM</p> <p>Variabel Z: Orientasi Pasar</p>	Literasi keuangan dan kompetensi jaringan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM pada sampel Tiongkok dan UEA. Orientasi pasar memperkuat hubungan antara literasi keuangan dan kompetensi jaringan dengan	<p>Persamaan: Persamaan pada penelitian ini adalah penggunaan variabel independen dan moderasi yang sama.</p> <p>Perbedaan: Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada variabel dependen, penelitian sebelumnya</p>

No.	Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan/ Perbedaan
			kinerja keuangan UMKM di Tiongkok. Namun, orientasi pasar hanya memperkuat hubungan antara jaringan usaha dengan kinerja keuangan UMKM di UEA.	mengukur kinerja keuangan UMKM sedangkan pada penelitian ini mengukur kinerja UMKM secara menyeluruh. Terdapat perbedaan juga pada lokasi penelitian.
2.	<i>Effect of Financial Literacy and Performance SMEs. Evidence from Kenya</i> (Prisca, 2016)	<p>Variabel X: Literasi Keuangan Peminjaman dan Literasi Keuangan Penganggaran</p> <p>Variabel Y: Kinerja UMKM</p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan peminjaman dan literasi keuangan penganggaran memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UKM.	<p>Persamaan: Persamaan pada penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel literasi keuangan (X) untuk mengukur kinerja UMKM.</p> <p>Perbedaan: Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada penambahan variabel jaringan usaha (X) dan penggunaan variabel moderasi yaitu variabel orientasi pasar (Z) untuk mengukur hubungan antara variabel X dengan variabel Y serta perbedaan pada lokasi penelitian.</p>
3.	<i>The Impact of Risk and Financial Knowledge, Business Culture and Financial Practice on SME Performance</i> (Ismanto et al., 2020)	<p>Variabel X: Pengetahuan Risiko, Pengetahuan Keuangan, dan Budaya Bisnis</p> <p>Variabel Y: Kinerja UMKM</p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan risiko, pengetahuan keuangan, dan budaya bisnis memiliki pengaruh yang	Persamaan: Persamaan pada penelitian ini terdapat pada tujuan untuk mengetahui faktor keuangan maupun non keuangan terhadap kinerja UMKM.

No.	Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan/ Perbedaan
			positif dan signifikan terhadap praktik keuangan serta berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap kinerja UMKM.	Perbedaan: Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel jaringan usaha (X) dan variabel orientasi pasar (Z) sebagai variabel moderasi serta perbedaan pada lokasi penelitian.
4.	<i>The Influence of Motivation, Business Capital, Entrepreneurial Knowledge, and Business Network on Business Success</i> (Vavensy & Handoyo, 2022)	<p>Variabel X: Motivasi, Modal Usaha, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Jaringan Bisnis</p> <p>Variabel Y: Kesuksesan Bisnis</p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi, modal usaha, pengetahuan kewirausahaan, dan jaringan bisnis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan bisnis.	<p>Persamaan: Persamaan pada penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel jaringan usaha (X) untuk memberikan penilaian terhadap kinerja dan kesuksesan UMKM.</p> <p>Perbedaan: Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel literasi keuangan (X). Penelitian ini juga memiliki perbedaan pada penggunaan variabel moderasi yaitu variabel orientasi pasar (Z) untuk mengukur hubungan antara variabel X dengan variabel Y serta memiliki perbedaan pada lokasi penelitian.</p>

No.	Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan/ Perbedaan
5.	<p><i>The Effect of Entrepreneurial Orientation and Market Orientation on Competitive Advantage Culinary SMEs in West Sumatera</i> (Yuza et al., 2023)</p>	<p>Variabel X: Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar</p> <p>Variabel Y: Keunggulan Kompetitif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM. Penelitian ini juga menemukan bahwa orientasi pasar dapat memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif UMKM Kuliner di Sumatera Barat.</p>	<p>Persamaan: Persamaan pada penelitian ini terdapat pada objek yang diteliti, yaitu UMKM pada sub sektor kuliner</p> <p>Perbedaan: Perbedaan pada penelitian terpadat pada variabel independen yang digunakan serta perbedaan pada lokasi penelitian.</p>
6.	<p>Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah (Aribawa, 2016)</p>	<p>Variabel X: Literasi Keuangan</p> <p>Variabel Y: Kinerja dan Keberlangsungan UMKM</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM kreatif di Jawa Tengah</p>	<p>Persamaan: Persamaan pada penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel literasi keuangan (X) untuk mengukur kinerja UMKM.</p> <p>Perbedaan: Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada penambahan variabel jaringan usaha (X) dan variabel orientasi pasar (Z) sebagai variabel moderasi serta perbedaan pada lokasi penelitian.</p>

No.	Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan/ Perbedaan
7.	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM (Elvina, 2020)	<p>Variabel X: Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar</p> <p>Variabel Y: Kinerja UMKM</p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.	<p>Persamaan: Persamaan pada penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel orientasi pasar untuk mengukur kinerja UMKM.</p> <p>Perbedaan: Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel independen untuk mengukur kinerja UMKM dan penggunaan variabel orientasi pasar (Z) sebagai variabel moderasi serta terdapat perbedaan pada lokasi penelitian.</p>
8.	Dampak Literasi Keuangan terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan UMKM (Naufal & Purwanto, 2022)	<p>Variabel X: Literasi Keuangan</p> <p>Variabel Y: Kinerja dan Keberlanjutan UMKM</p>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM.	<p>Persamaan: Persamaan pada penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel literasi keuangan (X) untuk mengukur kinerja UMKM.</p> <p>Perbedaan: Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada penambahan variabel jaringan usaha (X) dan variabel orientasi pasar (Z) sebagai variabel moderasi serta perbedaan pada lokasi penelitian.</p>
9.	Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Produk, Jaringan	Variabel X: Modal Usaha, Kualitas Produk,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal	Persamaan: Persamaan pada penelitian ini

No.	Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan/ Perbedaan
	Wirausaha terhadap Kelangsungan Usaha UMKM Madu Sari Lanceng (Junedi & Arumsari, 2021)	dan Jaringan Wirausaha Variabel Y: Kelangsungan Usaha	usaha dan jaringan wirausaha memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kelangsungan usaha, sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kelangsungan usaha UMKM Madu Sari Lanceng.	terdapat pada penggunaan variabel jaringan usaha (X) untuk mengukur kinerja dan kelangsungan UMKM. Perbedaan: Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel literasi keuangan (X) untuk mengukur kinerja UMKM dan penggunaan variabel orientasi pasar (Z) sebagai variabel moderasi serta terdapat perbedaan pada lokasi penelitian.
10.	Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Lestari dkk., 2015)	Variabel X: Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Variabel Y: Perkembangan UMKM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan usaha dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Sedangkan persaingan usaha memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM.	Persamaan: Persamaan pada penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel jaringan usaha (X) untuk memberikan penilaian terhadap kinerja dan perkembangan UMKM. Perbedaan: Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada penggunaan variabel literasi keuangan (X) dan variabel orientasi pasar (Z) sebagai variabel moderasi serta perbedaan pada lokasi penelitian.

Sumber: Data diolah (2023)

2.7 Kerangka Berpikir

2.7.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM

Literasi keuangan merupakan suatu pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan, baik itu keuangan pribadi maupun keuangan dalam sebuah usaha agar berguna dalam proses pengambilan keputusan usahanya. Literasi keuangan mampu meningkatkan pengetahuan dan kompetensi mitra dalam menentukan laba dan omset yang ingin diperoleh, serta kemampuan untuk memisahkan antara modal pribadi dan modal usaha (Maryanto dkk., 2022). Literasi keuangan menjadi alasan UMKM mampu bertahan pada krisis ekonomi. Literasi keuangan menjadi salah satu faktor pengambilan keputusan manajerial serta perencanaan keuangan jangka panjang yang strategis (Allgood & Walstad, 2016), mampu membantu UMKM dalam memaksimalkan biaya dan modal usaha agar dapat digunakan sesuai dengan keinginannya.

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dijelaskan oleh Azjen (1991) banyak diterapkan dalam ilmu sosial dan perilaku. *Theory of Planned Behavior* digunakan untuk memprediksi perilaku seseorang dengan mempertimbangkan semua informasi yang ada. Menurut teori ini, kepercayaan atau keyakinan seseorang terhadap suatu pemahaman membentuk sikap, yang berarti bahwa seseorang yang telah memahami suatu perilaku memiliki keinginan untuk mengambil sikap tersebut. Oleh karena itu, perilaku para pelaku UMKM yang telah memahami literasi keuangan dapat memberikan dorongan atau pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnisnya dengan menerapkan literasi keuangan sebagai bentuk pengambilan keputusan dan perencanaan keuangan. Apabila pelaku UMKM memiliki pemahaman literasi keuangan yang baik, hal ini memberikan kemudahan bagi para pelaku UMKM untuk pengambilan keputusan manajerial usahanya serta melakukan perencanaan keuangan jangka panjang (Allgood & Walstad, 2016).

Menurut penelitian Ali & Yanchao (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan mempunyai dampak yang positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM pada masing-masing sampel yang diteliti yaitu Tiongkok dan Uni Emirat Arab (UEA). Aribawa (2016) pada penelitiannya menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja dan keberlanjutan UMKM. Dari

beberapa penelitian terdahulu, literasi keuangan terbukti mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

2.7.2 Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Kinerja UMKM

Jaringan usaha merupakan proses kerja sama baik secara internal maupun eksternal pada sebuah usaha untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas usahanya sehingga mampu mencapai profit dan mengembangkan usahanya. Meningkatkan jaringan usaha menjadi salah satu faktor bagi UMKM untuk bertahan dan bersaing pada sektor perekonomian. Jaringan usaha dianggap sebagai penghubung antara dimensi sosial dan perilaku ekonomi manusia. Jaringan usaha dapat membantu hal-hal mendasar seperti mencari pemasok maupun pembeli, memasarkan produk atau jasa, dan menjalin kerjasama bisnis (Yusuf & Soelaiman, 2022). Dengan adanya kompetensi jaringan usaha yang baik dan saling menguntungkan berbagai pihak maka dapat membantu UMKM untuk tetap kompetitif di pasar (Parida *et al*, 2016) dan dapat memperluas target pasar (Nuryakin & Ardyan, 2018).

Hal ini berhubungan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dijelaskan oleh Azjen (1991). Teori ini menjelaskan bahwa salah satu hal yang mempengaruhi seseorang yaitu *behavior belief* atau keyakinan seseorang terhadap suatu pemahaman yang membentuk sikap, hal ini berarti bahwa seseorang yang telah memahami suatu perilaku memiliki dorongan untuk melakukan sebuah sikap. Oleh karena itu, perilaku para pelaku UMKM yang memiliki jaringan usaha yang luas dapat memberikan dorongan atau pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnisnya dengan memanfaatkan jaringan usaha sebagai faktor untuk bertahan dan bersaing pada sektor perekonomian. Apabila pelaku UMKM memiliki jaringan usaha yang luas, hal ini memberikan kemudahan bagi UMKM untuk memperluas usaha dan meningkatkan target pasar (Nuryakin & Ardyan, 2018) serta memungkinkan agar bisnis tetap kompetitif di pasar (Parida *et al*, 2016).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ali & Yanchao (2021) menyatakan bahwa kompetensi jaringan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Lestari dkk. (2015) pada penelitiannya juga menunjukkan bahwa jaringan usaha mempunyai pengaruh yang positif

terhadap perkembangan UMKM. Oleh karena itu, dengan adanya hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa jaringan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

2.7.3 Pengaruh Orientasi Pasar dalam memoderasi hubungan antara Literasi Keuangan dengan Kinerja UMKM

Orientasi pasar merupakan kemampuan perusahaan dalam melihat dan menjangkau tren pasar untuk diterapkan dalam usahanya sebagai strategi dalam memenuhi kepuasan pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha. Orientasi pasar tidak hanya membantu UMKM dalam meningkatkan daya saing, tetapi juga secara langsung mempengaruhi kinerja perusahaan (Ahmatang & Sari, 2022). Dengan demikian, para pelaku UMKM yang ingin meningkatkan kinerja usahanya harus memiliki kemampuan berorientasi pada pasar. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Elvina (2020) menyatakan bahwa orientasi pasar secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Peneliti memutuskan untuk menjadikan orientasi pasar sebagai variabel moderasi yang diasumsikan dapat memperkuat hubungan antara literasi keuangan dengan kinerja UMKM.

Perilaku ini diasumsikan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dijelaskan oleh Azjen *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan alat yang dapat digunakan untuk memprediksi perilaku seseorang dengan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Perilaku para pelaku UMKM yang berorientasi pada pasar dapat meningkatkan pemahaman tentang literasi keuangan. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik maka dapat merencanakan strategi pengelolaan keuangan untuk meningkatkan efisiensi biaya dan pendapatan usaha serta meningkatkan kinerja pada usahanya. Orientasi pasar terbukti mampu memoderasi dan memperkuat hubungan antara literasi keuangan dengan kinerja keuangan UMKM di Tiongkok (Ali & Yanchao, 2021).

2.7.4 Pengaruh Orientasi Pasar dalam memoderasi hubungan antara Jaringan Usaha dengan Kinerja UMKM

Orientasi pasar merupakan strategi bisnis yang mengutamakan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Orientasi pasar adalah kondisi dimana perusahaan mendekati pasar dengan mengambil keputusan berdasarkan kondisi pasar yang sebenarnya (Pertiwi & Siswoyo, 2016). Orientasi pasar bertujuan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan agar dapat membangun hubungan jangka panjang, menciptakan keunggulan bagi pelanggan dan partner usaha serta meningkatkan kinerja usahanya. Dengan demikian, para pelaku UMKM yang ingin meningkatkan kinerja usahanya harus memiliki kemampuan berorientasi pada pasar. Menurut Elvina (2020) pada penelitiannya menjelaskan bahwa orientasi pasar secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Oleh karena itu, Peneliti memutuskan untuk menjadikan orientasi pasar sebagai variabel moderasi yang diasumsikan dapat memperkuat hubungan antara jaringan usaha dengan kinerja UMKM.

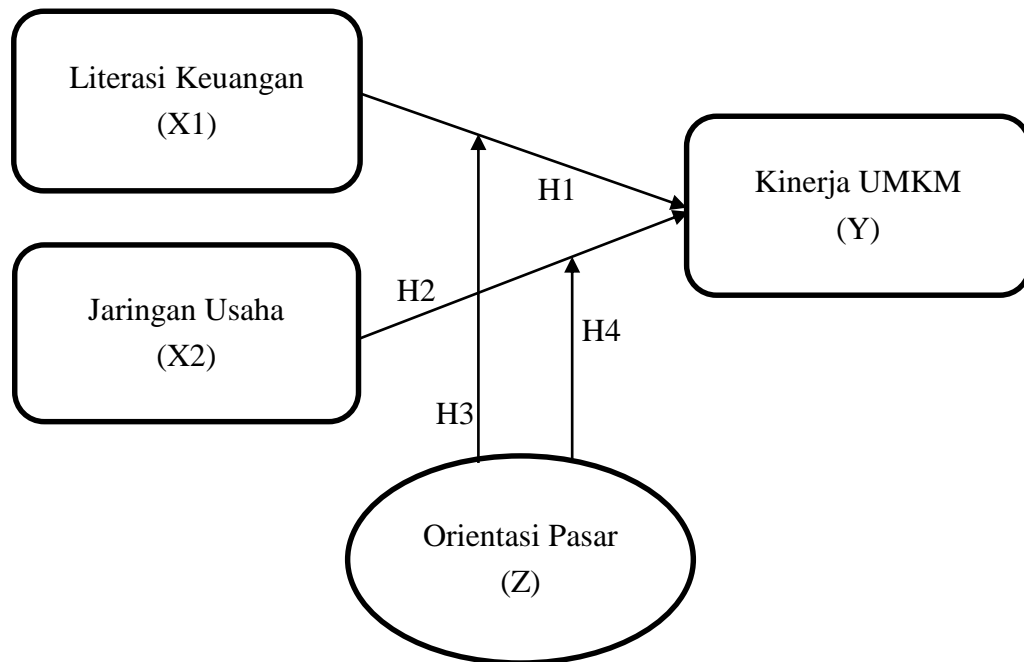
Perilaku ini diasumsikan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dijelaskan oleh Azjen (1991) yang menyatakan bahwa *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan alat yang dapat digunakan untuk memprediksi perilaku seseorang dengan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Perilaku para pelaku UMKM yang berorientasi pada pasar dapat memperluas jaringan usahanya. Pelaku UMKM yang memiliki jaringan usaha yang luas maka dapat memberikan kemudahan bagi UMKM untuk memperluas usaha, meningkatkan target pasar dan partner usaha serta meningkatkan kinerja pada usahanya. Orientasi pasar terbukti mampu memoderasi dan memperkuat hubungan antara jaringan usaha dengan kinerja keuangan UMKM di Tiongkok (Ali & Yanchao, 2021).

2.8 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori mengenai pengaruh literasi keuangan dan jaringan usaha dengan adanya peran moderasi dari orientasi pasar terhadap kinerja UMKM di Bandar Lampung, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H01 : Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Bandar Lampung.
- Ha1 : Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Bandar Lampung.
- H02 : Jaringan usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Bandar Lampung.
- Ha2 : Jaringan usaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Bandar Lampung.
- H03 : Orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara literasi keuangan dengan kinerja UMKM di Bandar Lampung.
- Ha3 : Orientasi pasar berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan kinerja UMKM di Bandar Lampung.
- H04 : Orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara jaringan usaha dengan kinerja UMKM di Bandar Lampung.
- Ha4 : Orientasi pasar berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara jaringan usaha dengan kinerja UMKM di Bandar Lampung.

Model hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Data diolah (2023)

Gambar 2.2 Model Hipotesis

Keterangan:

H1 = Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM

H2 = Pengaruh Jaringan Usaha terhadap Kinerja UMKM

H3 = Pengaruh Orientasi Pasar dalam memoderasi hubungan antara Literasi
Keuangan dengan Kinerja UMKM

H4 = Pengaruh Orientasi Pasar dalam memoderasi hubungan antara Jaringan
Usaha dengan Kinerja UMKM

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mencari tahu hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Sedangkan pendekatan kuantitatif yaitu metode digunakan untuk mengembangkan teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam menggunakan model yang matematis (Siyoto & Sodik, 2015). Penelitian asosiatif kuantitatif ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antar variabel didukung dengan adanya data berupa angka yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah dalam sebuah penelitian yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Siyoto & Sodik, 2015). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh UMKM yang tercatat pada data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung tahun 2021 yaitu sebanyak 59.006 unit usaha.

Tabel 3.1 Populasi Penelitian

No.	Kecamatan	Usaha			Jumlah UMKM
		Mikro	Kecil	Menengah	
1.	Teluk Betung Barat	1.562	654	220	2.436
2.	Teluk Betung Timur	1.405	788	301	2.494
3.	Teluk Betung Selatan	1.743	798	236	2.777
4.	Bumi Waras	1.930	686	271	2.887
5.	Panjang	2.125	917	268	3.310
6.	Tanjung Karang Timur	1.713	712	246	2.671
7.	Kedamaian	1.857	732	287	2.876
8.	Teluk Betung Utara	2.043	636	291	2.970
9.	Tanjung Karang Pusat	3.167	893	342	4.402

No.	Kecamatan	Usaha			Jumlah UMKM
		Mikro	Kecil	Menengah	
10.	Enggal	1.672	945	240	2.857
11.	Tanjung Karang Barat	1.656	794	241	2.691
12.	Kemiling	2.837	856	232	3.925
13.	Langkapura	1.465	721	261	2.447
14.	Kedaton	1.913	845	309	3.067
15.	Rajabasa	1.709	714	270	2.693
16.	Tanjung Senang	1.487	789	326	2.602
17.	Labuhan Ratu	2.121	826	257	3.204
18.	Sukarame	1.860	915	267	3.042
19.	Sukabumi	1.514	676	316	2.506
20.	Wayhalim	2.200	683	266	3.149
Total UMKM Keseluruhan					59.006

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung, 2021

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian atau bagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang ada pada populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi tersebut (Siyoto & Sodik, 2015). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan. *Purposive sampling* merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Teknik ini termasuk kedalam *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dikarenakan UMKM yang diteliti memiliki kriteria khusus yaitu:

1. UMKM pada sub sektor kuliner di Bandar Lampung
2. Memiliki jaringan usaha atau mitra kerja sama pada usahanya
3. Memiliki pencatatan laporan keuangan baik secara manual maupun digital

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pada tahun 2021, sub sektor kuliner pada UMKM industri kreatif di Bandar Lampung menjadi sub sektor dengan jumlah terbanyak dari total UMKM yang ada di Bandar Lampung. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk menjadikan sub sektor kuliner sebagai sampel pada penelitian ini. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

Jumlah sampel yang diambil ini berdasarkan rumus perhitungan Slovin, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(Nxe^2)}$$

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Keterangan:

N : Jumlah Populasi

n : Jumlah Sampel

e : Tingkat Kesalahan

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung tahun 2021, jumlah pelaku UMKM di Bandar Lampung mencapai 59.006 unit usaha. Dengan demikian, diperoleh jumlah populasi $N = 59.006$ dengan asumsi tingkat kesalahan $e = 10\%$, maka jumlah sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(Nxe^2)} + \frac{59.006}{1+(59.006 \times 0,1^2)} = 99,83\% \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin untuk mengetahui ukuran sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 100 responden, maka dengan jumlah responden tersebut sampel dalam penelitian ini dianggap sudah mewakili populasi secara teknis. Pembagian jumlah sampel yang diambil disesuaikan dengan jumlah UMKM di setiap wilayah di Bandar Lampung. Penentuan jumlah sampel di setiap wilayah adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Jumlah Responden UMKM tiap kecamatan di Bandar Lampung

No.	Kecamatan	Sampel Perwilayah
1.	Teluk Betung Barat	3
2.	Teluk Betung Timur	3
3.	Teluk Betung Selatan	4
4.	Bumi Waras	2
5.	Panjang	3
6.	Tanjung Karang Timur	6
7.	Kedamaian	2

No.	Kecamatan	Sampel Perwilayah
8.	Teluk Betung Utara	3
9.	Tanjung Karang Pusat	3
10.	Enggal	5
11.	Tanjung Karang Barat	9
12.	Kemiling	6
13.	Langkapura	7
14.	Kedaton	10
15.	Rajabasa	10
16.	Tanjung Senang	2
17.	Labuhan Ratu	6
18.	Sukarame	5
19.	Sukabumi	3
20.	Wayhalim	8
Jumlah Sampel		100

Sumber: Data diolah (2024)

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data primer merupakan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data primer dapat dikumpulkan menggunakan beberapa teknik seperti observasi, wawancara, diskusi terfokus, dan penyebaran kuesioner (Siyoto & Sodik, 2015). Teknik yang digunakan peneliti yaitu dengan cara penyebaran kuesioner atau angket untuk mendapatkan data primer.

Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013). Teknik kuesioner ini cocok diterapkan pada penelitian yang tersebar di wilayah yang luas dengan jumlah responden yang cukup besar. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diukur menggunakan teknik pengukuran skala likert. Skala likert merupakan skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2013).

Dengan menggunakan pengukuran skala likert, maka variabel yang diukur dalam penelitian ini dijabarkan lagi kedalam beberapa indikator variabel. Kemudian indikator tiap variabel tersebut menyusun sebuah item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban dari setiap item instrumen dalam pengukuran

skala likert mempunyai rentang nilai dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan dalam penelitian kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberi rentang nilai sebagai berikut:

Tabel 3.3 Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2013)

3.4 Variabel Penelitian

Variabel merupakan sesuatu yang menjadi objek pengamatan dalam sebuah penelitian, yang dapat disebut juga sebagai faktor yang mempunyai peran dalam penelitian atau gejala yang diteliti (Siyoto & Sodik, 2015). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terdiri dari variabel independen (bebas), variabel dependen (terikat), dan variabel moderasi.

1. Variabel Independen (bebas)

Variabel independen adalah variabel yang memiliki pengaruh atau yang menjadi sebab perubahan terhadap variabel terikat (Siyoto & Sodik, 2015). Dalam penelitian ini, terdapat 2 variabel independen yaitu literasi keuangan yang disimbolkan dengan (X1) dan jaringan usaha yang disimbolkan dengan (X2). Variabel literasi keuangan diukur dengan pengetahuan, sikap, dan perilaku terhadap keuangan, sedangkan variabel jaringan usaha diukur dengan kemampuan koordinasi, keterampilan membangun hubungan, mitra pengetahuan, dan komunikasi internal.

2. Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen/bebas (Siyoto & Sodik, 2015). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja UMKM yang disimbolkan dengan (Y) yang diukur dengan pertumbuhan keuntungan, pertumbuhan

jumlah pelanggan, pertumbuhan jumlah penjualan, pertumbuhan jumlah asset, dan penambahan tenaga kerja.

3. Variabel Moderasi

Variabel moderasi merupakan variabel yang mempunyai pengaruh ketergantungan (*contingent effect*) terhadap variabel dependen dan variabel independen (Fitrah & Luthfiah, 2017). Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah orientasi pasar yang disimbolkan dengan (Z) diukur dengan orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsi (internal).

Dalam penelitian ini, variabel-variabel tersebut dioperasionalkan sebagai berikut:

Tabel 3.4 Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator	Item	Skala
1.	Literasi Keuangan (X1)	• <i>Financial Knowledge</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki pengetahuan akuntansi dasar 2. Memahami pengelolaan keuangan secara efektif 3. Mengetahui manfaat pengelolaan keuangan 4. Membuat laporan arus kas 5. Mengetahui syarat-syarat untuk mendapatkan pinjaman dari bank 	Likert
		• <i>Financial Attitudes</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pemahaman terkait pengelolaan keuangan 2. Membuat rancangan anggaran biaya perbulan 3. Memisahkan rekening usaha dan rekening pribadi 4. Memahami proses kebijakan pajak 	
		• <i>Financial Behavior</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berani mengambil risiko dalam pengambilan keputusan 2. Mampu mengatur strategi untuk meminimalisir terjadinya risiko keuangan 	
2.	Jaringan Usaha (X2)	• <i>Coordination</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki koordinasi yang baik antar divisi 	Likert

No.	Variabel	Indikator	Item	Skala
			2. Memiliki koordinasi yang baik dengan mitra yang bekerja sama	
		• <i>Relationship Skills</i>	1. Memiliki kemampuan dalam membangun relasi 2. Mampu mempengaruhi mitra kerja sama dalam interaksi antar pribadi	
		• <i>Partner Knowledge</i>	1. Memiliki pengetahuan yang terstruktur mengenai perusahaan mitra kerja sama 2. Memiliki informasi terkait pesaing yang melakukan kerja sama	
		• <i>Internal Communication</i>	1. Jaringan komunikasi internal usaha selaras dengan informasi mitra usaha	
3.	Orientasi Pasar (Z)	• <i>Customer Orientation</i>	1. Mengetahui pelanggan dalam keberlangsungan usaha 2. Memahami kebutuhan pelanggan	Likert
		• <i>Competitor Orientation</i>	1. Memiliki informasi tentang pesaing 2. Merespon setiap kegiatan yang dilakukan oleh pesaing 3. Mengintegrasikan strategi pada karyawan	
		• <i>Interfirm Coordination</i>	1. Membuat rencana kegiatan antar divisi 2. Monitoring sikap dan tindakan antar divisi	
4.	Kinerja UMKM (Y)	• <i>Profit Growth</i>	1. Mengalami peningkatan pada laba usaha setiap bulan 2. Penghasilan yang dimiliki meningkat seiring berjalannya usaha	Likert
		• <i>Customer Growth</i>	1. Terdapat peningkatan jumlah pelanggan setiap bulan	
		• <i>Sales Growth</i>	1. Terdapat peningkatan penjualan setiap bulan 2. Omzet penjualan semakin meningkat seiring berjalannya usaha	

No.	Variabel	Indikator	Item	Skala
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Asset Growth</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aset yang dimiliki bertambah seiring berjalannya usaha 2. Mendapatkan tambahan modal dari lembaga keuangan untuk meningkatkan usaha 	
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Increase in Employees</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat peningkatan jumlah karyawan seiring berjalannya usaha 	

Sumber: Data diolah (2023)

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden atau sumber data terkumpul (Sugiyono, 2013). Rangkaian kegiatan dalam analisis data yaitu penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah peristiwa mempunyai nilai sosial, akademis, dan ilmiah (Siyoto & Sodik, 2015). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Partial Least Square* (PLS). *Partial Least Square* (PLS) adalah suatu teknik dalam statistik yang dirancang untuk menyelesaikan perihal regresi linear berganda. PLS juga dapat disebut sebagai suatu teknik analisis yang menggabungkan pendekatan struktural, pendekatan analisis faktor, dan analisis jalur. PLS merupakan metode *Structural Equation Model* (SEM) yang dievaluasi melalui *inner model* serta *outer model* (Musyaffi *et al.*, 2021).

Analisis PLS-SEM memiliki dua model yaitu *outer model* (model pengukuran) dan *inner model* (model struktural) dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Outer Model* (Model Pengukuran)

Outer model menjelaskan secara spesifik hubungan antara variabel laten baik dependen (endogen) maupun independen (eksogen) dengan indikator atau pengukuran dalam variabel yang ada. Pengujian pada *outer model* memberikan nilai pada analisis reliabilitas dan validitas (Musyaffi *et al.*, 2021). Terdapat beberapa pengujian yang dilakukan pada *outer model* yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan (*fornell-larcker criterion*), uji multikolinearitas dan uji reliabilitas (*cronbach's alpha* dan *composite reliability*).

2. *Inner Model* (Model Struktural)

Inner model atau uji struktural ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan melihat hubungan antara variabel independen (eksogen) dan dependen (endogen) dalam suatu penelitian. Hubungan tersebut menjawab tujuan penelitian yaitu pengujian terhadap hipotesis yang disusun dalam suatu penelitian (Musyaffi *et al.*, 2021). Pengujian yang terdapat pada *inner model* yaitu uji Koefisien Determinasi (*R Square*), *Estimate for Path Coefficients* dan *Predictive Relevance (Q Square)*.

3. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu proses yang memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan pada suatu populasi dengan menggunakan data sampel yang telah dikumpulkan sebelumnya. Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk menunjukkan ada atau tidaknya pengaruh antar variabel pada sebuah penelitian. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan nilai *T-Statistics* dan *P-Values*, dengan ketentuan untuk nilai *T-Statistics* dan *P-Values* adalah sebagai berikut:

- Jika *T-Statistics* $> 1,96$ dan *P-Values* $< 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Jika *T-Statistics* $< 1,96$ dan *P-Values* $> 0,05$, H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.5.1 Uji Validitas Konvergen

Convergent validity atau validitas konvergen digunakan untuk mengetahui validitas setiap indikator terhadap variabelnya. Pada *software SmartPLS 3.0* untuk melihat hasil dari validitas maka dapat dilihat pada tabel *outer loading*. Pada tabel *outer loading* terdapat angka atau nilai dari indikator yang menunjukkan kesamaan dengan variabelnya. Indikator dikatakan valid apabila nilai indikator menjelaskan variabelnya dengan nilai $> 0,7$ dan indikator $< 0,7$ dieliminasi (Hair *et al.*, 2014). Jika model penelitian yang dilakukan baru dikembangkan atau penelitian pertama, maka nilai *loading factor* dapat ditoleransi pada 0,5.

3.5.2 Uji Validitas Diskriminan

Discriminant validity adalah tingkat diferensi suatu indikator dalam mengukur variabel instrumen. Untuk menguji diskriminan dapat dilakukan dengan pemeriksaan *cross loading* yaitu koefisien korelasi indikator terhadap variabel

asosiasinya (*cross loading*) dibandingkan dengan koefisien korelasi dengan variabel lainnya (*cross loading*). Nilai korelasi indikator harus lebih besar terhadap variabel asosiasinya daripada variabel lain. Nilai yang lebih besar tersebut mengindikasikan kecocokan suatu indikator untuk menjelaskan variabel asosiasinya dibandingkan menjelaskan variabel-variabel yang lain. (Henseler *et al.*, 2014).

Metode lainnya untuk melakukan uji validitas diskriminan adalah dengan melihat nilai AVE dan nilai akar kuadrat AVE, dengan ketentuan bahwa nilai AVE dapat dikatakan valid jika lebih besar dari 0,5. Pada pengujian *Fornell-larcker Criterion*, Pengujian *discriminant validity* dengan melihat nilai akar kuadrat AVE dapat dikatakan baik jika nilai pada variabel asosiasinya lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi dengan variabel laten lainnya (Sekaran & Bougie, 2016).

3.5.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui besaran nilai korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinearitas menurut Ghozali (2016) adalah sebagai berikut:

- Jika nilai VIF < 10 atau nilai *tolerance* > 0,01, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- Jika nilai VIF > 10 atau nilai *tolerance* < 0,01, maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

3.5.4 Uji Reliabilitas

Composite Reliability atau uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan tingkat konsistensi suatu alat ukur agar pengukuran tersebut dapat dipercaya. Pada umumnya reliabilitas dianggap baik jika nilai yang ditunjukkan dalam uji reliabilitas > 0,7 atau mendekati angka 1. Namun, uji konsistensi internal (*composite reliability*) tidak mutlak untuk dilakukan jika validitas pada variabel telah terpenuhi, karena variabel yang valid adalah variabel yang reliabel, sebaliknya variabel yang reliabel belum tentu valid (Cooper & Schindler, 2014). *Cronbach alpha* juga merupakan penilaian terhadap reliabilitas dari batas suatu variabel. Nilai

cronbach alpha mengukur konsistensi internal dari suatu indikator dengan nilai minimal yaitu sebesar 0,7 atau mendekati angka 1.

3.5.5 *R Square*

R Square merupakan koefisien determinasi pada variabel dependen (endogen). Nilai *R Square* menjelaskan variasi dari variabel independen (eksogen) terhadap variabel dependennya (endogen). Kekuatan penjelasan variasi tersebut dibagi ke beberapa kriteria yaitu *R Square* sebesar 0,67 artinya kuat, 0,33 artinya moderat, dan 0,19 artinya lemah (Chin, 1998). *Estimate for Path Coefficients* juga dapat digunakan untuk mengetahui suatu nilai koefisien jalur atau nilai yang menunjukkan besaran hubungan atau pengaruh variabel laten dari suatu penelitian. Pengujian ini dilakukan melalui suatu prosedur yang ada di *bootstrapping*.

3.5.6 *Q Square*

Q Square dilakukan guna mengetahui kemampuan suatu prediksi melalui prosedur *blindfolding*. *Q Square* dapat mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya (Ghozali, 2016). Nilai *Q Square* lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*. Sedangkan jika nilai *Q Square* kurang dari 0 (nol), maka model kurang atau tidak memiliki *predictive relevance* (Chin, 1998). Nilai Q^2 sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - [(1-R1^2) (1-R2^2)]$$

Rumus 3.2 Rumus *Q Square*

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada UMKM sektor kuliner di Kota Bandar Lampung mengenai Pengaruh Literasi Keuangan dan Jaringan Usaha yang dimoderasi oleh Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kota Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan sangat bermanfaat bagi pelaku UMKM, terutama dalam pengelolaan keuangan. Dengan adanya literasi keuangan yang baik, pelaku UMKM mampu meminimalisir terjadinya risiko keuangan dan dapat membantu dalam pengambilan keputusan manajerial, sehingga efektivitas pada kinerja usahanya semakin meningkat.
2. Jaringan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kota Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa jaringan usaha sangat penting bagi pelaku UMKM terutama untuk mengembangkan usahanya. Semakin banyak relasi yang dimiliki oleh pelaku UMKM, maka semakin banyak yang mengenal usaha tersebut, sehingga memudahkan pelaku UMKM untuk memperluas usaha dan meningkatkan target pasar serta meningkatkan kinerja pada usahanya.
3. Orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan dalam memoderasi hubungan antara literasi keuangan dengan kinerja UMKM. Hal ini berarti bahwa pada penelitian ini orientasi pasar mampu memperkuat hubungan antara literasi keuangan dengan kinerja UMKM secara tidak signifikan.
4. Orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan dalam memoderasi hubungan antara jaringan usaha dengan kinerja UMKM. Hal ini

berarti bahwa pada penelitian ini orientasi pasar mampu memperkuat hubungan antara literasi keuangan dengan kinerja UMKM secara tidak signifikan.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, terdapat beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Saran yang dapat diberikan yaitu agar dapat memanfaatkan hasil pada penelitian ini untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai literasi keuangan, jaringan usaha serta orientasi pasar pada kinerja UMKM. Hasil pada penelitian ini juga dapat digunakan untuk membantu menambah wawasan dan meningkatkan kualitas pembelajaran, termasuk dalam penyelesaian penulisan karya ilmiah.

2. Saran Praktis

- a. Saran yang dapat diberikan kepada pelaku UMKM yaitu agar pelaku UMKM memiliki pemahaman yang baik mengenai berbagai aspek yang dapat mempengaruhi kinerja usahanya. Pelaku UMKM disarankan agar dapat meningkatkan kinerja bisnisnya terutama dalam pengelolaan keuangan, perluasan jaringan usaha dan pemahaman terkait orientasi pasar pada usahanya. Sehingga pelaku UMKM mampu meminimalisir terjadinya risiko keuangan, mampu memperluas usaha dan meningkatkan target pasarnya serta mampu mengambil keputusan dengan baik pada usahanya.
- b. Saran bagi berbagai pihak umum maupun akademis, agar dapat memanfaatkan hasil pada penelitian ini untuk memberikan informasi dan menyelesaikan permasalahan penulisan karya ilmiah mengenai literasi keuangan, jaringan usaha, dan orientasi pasar pada kinerja UMKM.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar dapat melakukan penelitian lebih mendalam mengenai kinerja UMKM, terutama dalam menentukan kriteria usia UMKM untuk penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya dapat membahas variabel yang belum dibahas pada penelitian ini seperti kualitas sumber daya manusia, *digital marketing*, inovasi produk, pengetahuan risiko dan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kinerja

UMKM. Sehingga hal tersebut dapat memberikan gambaran yang lebih luas lagi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Adomako, S., & Danso, A. (2014). *Financial Literacy and Firm performance: The moderating role of financial capital availability and resource flexibility*. *International Journal of Management & Organization Studies*, 3(4), 441-459. <http://hdl.handle.net/2086/13895>
- Ahdiat, A. (2022). Indonesia Punya UMKM Terbanyak di ASEAN, Bagaimana Daya Saingnya?. *Katadata.co.id*, 11(10). Diakses pada 1 Oktober 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/11/indonesia-punya-umkm-terbanyak-di-asean-bagaimana-daya-saingnya>
- Ahmatang, & Sari, N. (2022). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha dimediasi keunggulan bersaing pada UMKM di pulau Sebatik. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, Vol. 18 Issue 3, 492-500.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organization Behavior and Human Decision Processes Journal*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2019). *Theory of planned behavior diagram*. Diakses pada 1 Oktober 2023 dari <https://people.umass.edu/aizen/tpb.diag.html>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). *The Influence of Attitudes on Behavior*. July.
- Al Farisi, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, Vol. 9 No. 1, 73.
- Ali, H., & Yanchao, L. I. (2021). *Financial Literacy, Network Company, and SMEs Financial Performance: The Moderating Role of Market Orientation*. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business* Vol 8. No 10, 341-352.
- Allgood, S., & Walstad, W. B. (2015). *The effects of perceived and actual financial literacy on financial behaviors*. *Economic Inquiry*, 54(1), 675-697. <https://doi.org/10.1111/ecin.12255>
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 20 No. 1, 1-13.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Jumlah UMKM yang masuk ke dalam sektor industri kreatif di Bandar Lampung. Badan Pusat Statistik, BPS.

- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). *The Theory of Planned Behavior: Selected Recent Advances and Applications. Europe's Journal of Psychology*, Vol. 16(3), 352-356. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. Modern Methods for Business Research*, 295-336.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). *An analysis of personal financial literacy among college students. Financial Services Review*, 7(2), 107-128. [https://doi.org/10.1016/s1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/s1057-0810(99)80006-7)
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 4(2), 84-105.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014) *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi ke-12. *Edisi Internasional McGraw Hill*, New York.
- Desiyanti, R., & Hamirul. (2020). Covid-19 Merubah Wajah Indonesia, Literasi dan Inklusi Keuangan UMKM Selama Pandemi. *Pustaka Learning Center*. Malang, Indonesia.
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung. (2021). Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) per Kecamatan Tahun 2021.
- Elvina. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, Vol. 4 No. 1, 46-55.
- Eniola, A. A., & Entebang, H. (2015). *Financial literacy and SME firm performance. International Journal of Research Studies in Management*, 5(1), 31-43. <https://doi.org/10.5861/ijrsm.2015.1304>
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus. CV Jejak*.
- Gabrielova, K., & Buchko, A. A. (2021). *Here comes Generation Z: Millennials as managers. Business Horizons*, 64(4), 489-499.
- Gani, D., & Soelaiman, L. (2021). Pengaruh Pengambilan Resiko, Inovasi, Proaktif, *Competitive Aggressiveness* dan Otonomi Terhadap Kinerja Usaha Konveksi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan* Vol. 3, 186. <https://dx.doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11304>
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. Semarang, Indonesia.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3 ed.). *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*. Semarang, Indonesia.

- Gustika, S., & Susena, K. C. (2022). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Seminar Nasional Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 101-108.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research*. *Eur. Bus. Rev.*, 106-121.
- Hanim, L. (2018). *UMKM dan Bentuk-Bentuk Usaha*. UNISSULA PRESS.
- Hasan, A. (2008). *Marketing*. Media Pressindo. Yogyakarta, Indonesia.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). "Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines". *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 116 No. 1, 2-20.
- Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian Vol. 3 No. 6*, 6707-6714.
- Husna, N. (2024). Mau Kuliah Tapi Ragu? Inilah Pentingnya Pendidikan Tinggi Bagi Wirausaha. ukmindonesia.id. Diakses pada 1 Juni 2024 dari <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/mau-kuliah-tapi-ragu-inilah-pentingnya-pendidikan-tinggi-bagi-wirausaha>
- Irawan, D. (2020). Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. XI No. 2*, 103-116.
- Ismanto, H., Widiastuti, A., Muharam, H., & Pangestuti, I. R. D. (2020). *The impact of risk and financial knowledge, business culture and financial practice on sme performance*. *Quality - Access to Success*, 21(179), 3-9.
- Junedi, J., & Arumsari, M. D. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Produk, Jaringan Wirausaha Terhadap Kelangsungan Usaha UMKM Madu Sari Lenceng. *Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan Vol. 1(2)*, 175-184.
- Kusuma, I. N. P. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Inklusi Keuangan Melalui *Financial Technology* pada UMKM di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan Vol. 4 No. 5*, 247-252.
- Lestari, C., Lubis, N., & Widayanto (2015). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Studi pada IKM Makanan di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol. 4 No. 2*, 185-196.
- Maharani, T., Mulyana, N., & Karmilasari, V. (2023). Strategi Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung dalam Meningkatkan Kegiatan Usaha Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Birokrasi, Kebijakan, dan Pelayanan Publik Vol. 5 No. 1*, 91-100.

- Mariska. (2023). Kriteria UMKM Menurut Peraturan Baru. *kontrakhukum.com*, 07(07). Diakses pada 1 Oktober 2023 dari <https://kontrakhukum.com/article/peraturanbaruumkm/>
- Maryanto, Chalim, M. A., & Hanim, L. (2022). Upaya Pemerintah dalam Membantu Pelaku UMKM yang Terdampak Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian Hukum*, 01(01), 1-11. <https://doi.org/10.24967/jaeap.v1i01.1484>
- Munizu, M. (2010). Pengaruh Faktor-faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 12, 33-41.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respati, D. K. (2021). Konsep Dasar *Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS)* Menggunakan *SmartPLS*. Pascal Books.
- Mutegi, H. K., Njeru, P. W., & Ongesa, N. T. (2015). *Financial Literacy and its Impact on Loan Repayment by Small and Medium Enterpreneuers an Analysis of the Effect of Book Keeping Skills from Equity Group Foundation's Financial Literacy Training Program on Entrepreneurs' Loan Repayment Perfomance. International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom: Vol. III*. <http://ijecm.co.uk/>
- Narver, J., & Slater, S. (1990). *The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. Journal of Marketing Vol. 54*.
- Naufal, M. I., & Purwanto, E. (2022). Dampak Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keberlanjutan UMKM (Studi Kasus Industri F & B Kecamatan Summersari Jember). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 209–215.
- Nuryakin, M., & Ardyan, E. (2018). *SMEs' marketing performance: the mediating role of market entry capability. Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 11(9), 23-46. <https://doi.org/10.1108/jrme-03-2016-0005>
- OJK. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI). Otoritas Jasa Keuangan, OJK.
- Oseifuah, E. K. (2010). *Financial literacy and youth entrepreneurship in South Africa. African Journal of Economic and Management Studies Vol. 1 Issue 2*.
- Parida, V., Pesamaa, O., Wincent, J., & Westerberg, M. (2017). *Network capability, innovativeness, and performance: a multidimensional extension for entrepreneurship. Entrepreneurship and Regional Development*, 29(1–2), 94– 115. <https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1255434>
- Paryadi, D., & Salam, A. R. (2018). Dampak Kerja Sama Perdagangan Indonesia Dengan Eurasian Economic Union (Eaeu) Terhadap Perekonomian Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 12(2), 161-180. <https://doi.org/10.30908/bilp.v12i2.320>

- Pertiwi, Y. D., & Siswoyo, B. B. (2016). Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kripik buah di Kota Batu. *Syariah Paper Accounting FEB UMS*, 231-238.
- Prisca, C. (2016). *Effect of Financial Literacy and Performance SMEs. Evidence from Kenya. American Based Research Journal*, 5(11), 26–35.
- Purba, M. A. (2019). Analisis Penerapan SAK EMKM pada Penyusunan Laporan Keuangan UMKM di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Balerang Vol. 3 No. 2*, 55-63.
- Rainanto, B. H. (2019). Analisis Permasalahan yang dihadapi oleh Pelaku Usaha Mikro Agar Berkembang Menjadi Usaha Kecil (*Scalling Up*) pada UMKM di 14 Kecamatan di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 7 No. 1*, 201-210.
- Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kementerian Hukum dan HAM.
- Rokhayati, I., & Lestari, H. D. (2016). Pengukuran Kinerja UMKM Melalui Faktor Internal dan Faktor Eksternal: Studi Kasus Pada UMKM Gula Kelapa di Kabupaten BANYUMAS. *Majalah Ilmiah Manajemen & Bisnis Vol. 13 No. 2*, 34-49.
- Saputri, D. A., & Shiyammurti, N. R. (2022). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Perusahaan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Journal of Accounting Taxing and Auditing (JATA) Vol. 3 No. 2*, 46-52.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan Vol. 4 No. 2*, 137-146.
- Sekaran, U., & Bougie, R. J. (2016). *Research Methods for Business: A skill Building Approach, 7th Edition. John Wiley & Sons Inc. New York, US*.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. *Literasi Media Publishing*.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D, Cetakan ke-19. *CV Alfabeta. Bandung, Indonesia*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. *CV Alfabeta. Bandung, Indonesia*.
- Susilowati, E., & Taufan, G. (2013) Pengembangan Jejaring Wirausaha dan Pembelajaran Eksploratif Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Perekonomian Unit Usaha Kecil Menengah di Semarang. *Semantik 2013, 3 (1)*, 516-524.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2008). Pemasaran Strategik. *ANDI. Yogyakarta, Indonesia*.

- Vania, H. F., & Iswara, P. (2021). UMKM Perkuat Ekonomi Indonesia. *Katadata.co.id*, 30(9). Diakses pada 1 Oktober 2023 dari <https://katadata.co.id/padjar/infografik/6155aff04440d/umkm-perkuat-ekonomi-indonesia>
- Vavensy, P., & Handoyo, S. E. (2022). *The Influence of Motivation, Business Capital, Entrepreneurial Knowledge, and Business Networks on Business Success. International Journal of Management Science and Application Vol. 1 No. 2*, 87-102. <https://doi.org/10.58291/ijmsa.v1n2.76>
- Wahyunti, S. (2020). Peran Strategis UMKM dalam Menopang Perekonomian Indonesia di Tengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 3 No. 2*, 280-302.
- Walter, A., Auer, M., & Ritter, T. (2006). *The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. Journal of Business Venturing*, 21(4), 541–567. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2005.02.005>
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal UNTAG Semarang Vol 18 No. 2*, 1-14. <https://dx.doi.org/10.56444/mia.v18i2.2528>
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal Vol. IV No. 1*, 11-26. <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>
- Yusuf, A., & Soelaiman, L. (2022). Pengaruh Keterampilan, Orientasi Pasar, dan Jaringan Usaha Terhadap Kinerja UMKM Melalui Kompetensi Wirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan Vol. 04 No. 01*. 22-30.
- Yuza, G. F., Syafrizal, & Yeni, Y. H. (2023) *The Effect of Entrepreneurial Orientation and Market Orientation on Competitive Advantage at Culinary SMEs in West Sumatera. Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Vol. 5 Issue 3*, 968-971.