

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar Penelitian

2.1.1 Teori *Resource Based View (RBV)*

Konsep *Resource Base View (RBV)* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1950 sebagai model untuk mengembangkan strategi bisnis. *Resource Base View (RBV)* berfokus pada analisis dan pemahaman sumber daya yang dimiliki oleh organisasi, untuk mengetahui cara organisasi tersebut dapat meraih keunggulan kompetitif yang bersifat jangka panjang. Menurut Miller (2019), menekankan bahwa sifat perusahaan yang sulit ditiru adalah bagian penting dari keunggulan kompetitif dan kinerja yang baik. Rival biasanya lebih sulit meniru sumber daya yang sulit ditransfer atau diperoleh, yang memerlukan banyak pembelajaran atau perubahan dalam budaya dan lingkungan organisasi. Menurut Collins (2021), kepemilikan individu terhadap input dan kemampuan tertentu menyebabkan perbedaan kinerja perusahaan. Tujuan model ini adalah untuk mengidentifikasi dan memahami aspek bisnis yang dapat meningkatkan daya saingnya. Perusahaan harus meningkatkan nilai pasarnya dengan meningkatkan potensi, kemampuan, dan kinerjanya untuk menguasai pasar. Dalam desain model ini, elemen tambahan seperti kompetensi inti, inovasi, pembelajaran organisasi, dan kemampuan dinamis juga sangat penting (Aisyah & Puspita, 2022).

Resource Base View melihat dari sudut pandang 'luar' atau perspektif spesifik perusahaan mengenai alasan keberhasilan atau kegagalan organisasi di pasar. Sumber daya yang berharga, langka, khas, atau tidak dapat digantikan memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif, serta memanfaatkan keuntungan ini untuk meningkatkan kinerja. Untuk mencapai kinerja yang luar biasa, Sumber daya organisasi (RBV) terdiri dari berbagai sumber daya organisasi, termasuk sumber daya fisik, sumber daya manusia, dan sumber daya lainnya. Untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang konsisten, sumber daya organisasi yang langka, berharga, tidak sempurna, dan tidak dapat digantikan sangat penting (Miller, 2019).

Menurut (Miller, 2019), langkah-langkah dalam menerapkan model pengembangan *Resource Base View* pada UMKM dari kutipan jurnal (Aisyah & Puspita, 2022) adalah sebagai berikut:

- a. Menemukan sumber daya bisnis yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja dibandingkan dengan pesaing dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Menemukan bagaimana sumber daya didistribusikan oleh perusahaan. Jika semua perusahaan memiliki sumber daya yang sama, maka akan sulit untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Namun, jika sumber daya tidak tersedia secara merata atau didistribusikan secara terbatas, hal ini dapat membantu perusahaan mendapatkan keunggulan. Dengan kata lain, organisasi dapat memiliki berbagai kapasitas karena keragaman sumber daya. Oleh karena itu, organisasi dengan sumber daya terbatas mungkin hanya dapat mencapai titik

impas, sementara organisasi dengan sumber daya yang lebih baik diharapkan dapat meraih keuntungan.

- c. Menghitung seberapa besar keunggulan yang dapat diperoleh dari sumber daya tertentu. Hal ini dilakukan dengan mengevaluasi sejauh mana sumber daya dapat dipindahkan atau tidak. Apabila sumber daya dapat berpindah tanpa hambatan, maka keunggulan kompetitif yang diperoleh mungkin hanya bersifat sementara. Keuntungan sementara ini terjadi karena kemampuan sumber daya untuk berpindah. Keunggulan perusahaan ditentukan oleh strategi pengelolaan aset yang lebih unggul dibandingkan pesaing, sehingga kemampuan untuk mempertahankan keunggulan sangat tergantung pada keberagaman dan kekuatan sumber daya yang dimiliki.

2.1.2 Orientasi Pasar (X_1)

2.1.2.1 Pengertian Orientasi Pasar

Orientasi pasar merupakan pelaku usaha kecil yang dapat mempertahankan dan meningkatkan pola pikir kewirausahaan mereka untuk meningkatkan kinerja bisnis melalui inovasi berkelanjutan yang dikembangkan untuk meningkatkan bisnis. Orientasi pasar merupakan salah satu elemen yang diyakini banyak ahli dapat meningkatkan keberhasilan pemasaran (Harini et al., 2022). Orientasi pasar dapat memperbaiki kinerja pemasaran, dan semakin kuat hubungan antara kinerja pemasaran dan orientasi pasar, semakin intens persaingan yang terjadi. Konsep ini menempatkan konsumen sebagai prioritas utama dalam setiap aktivitas perusahaan, di mana organisasi yang mengadopsi orientasi pasar cenderung lebih cepat dalam menanggapi perubahan preferensi dan kebutuhan pasar. Orientasi pasar menjadi

semakin penting dalam lingkungan perusahaan yang kompetitif dan dinamis, terutama dengan perubahan cepat dalam perilaku konsumen dan kemajuan teknologi informasi. UMKM yang sukses dalam menerapkan orientasi pasar akan lebih mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar dan meningkatkan daya saing mereka.

Orientasi pasar merupakan strategi bisnis yang melibatkan pengumpulan informasi tentang kebutuhan pelanggan baik yang ada saat ini maupun yang akan datang, mendistribusikan informasi tersebut ke seluruh bagian organisasi, dan meresponsnya (Marshella et al., 2021). Orientasi pasar adalah elemen yang sangat krusial dalam kinerja UMKM yang merupakan suatu proses di mana mereka menjadikan konsumen sebagai fokus utama. Orientasi pasar memberikan konsentrasi utama konsumen untuk mencapai kepuasan pelanggan (Uncles, 2000). Hal tersebut dijadikan sebagai ukuran dalam berperilaku dan beraktivitas supaya sesuai dengan konsep pemasaran (Febriyani & Rita, 2022).

Orientasi pasar memberikan komponen penting yang mempengaruhi kinerja usaha, peningkatan profitabilitas dan juga keunggulan kompetitif (Adinoto, 2013). Kondisi pasar yang terus menerus berubah akan berdampak pada pemasaran produk para pemilik UMKM. Oleh karena itu, para pemilik bisnis harus memiliki kemampuan melakukan inovasi secara berkesinambungan mengikuti perkembangan zaman dalam berbagai aspek agar dapat bersaing dan mempertahankan pasarnya. Ketika para pemilik usaha memahami tentang orientasi pasar, maka mereka dapat mengembangkan UMKM yang dimiliki dengan lebih mudah (Febriyani & Rita, 2022).

2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Orientasi Pasar

Menurut (Hasan & Maryati, 2024), faktor yang mempengaruhi orientasi pasar yaitu sebagai berikut:

1. Harga dan stok
2. Loyalitas merek
3. Kualitas produk
4. Kualitas layanan
5. Pemasaran media sosial

2.1.2.3 Indikator Orientasi Pasar

Dalam penelitian ini, indikator-indikator ini digunakan untuk mengukur orientasi pasar (Hafidzi & Afroh, 2023):

1. Orientasi pelanggan

Orientasi pelanggan mengacu pada pemahaman yang mendalam tentang konsumen maupun calon konsumen, dengan tujuan untuk secara terus-menerus menciptakan nilai yang unggul bagi mereka.

2. Orientasi pesaing

Pengetahuan penjual tentang kemampuan dan strategi pesaing serta keuntungan dan kerugian jangka pendek disebut orientasi pesaing.

3. Koordinasi antar fungsi

Orientasi pelanggan dan orientasi pesaing saling terkait melalui suatu sistem organisasi yang dikenal dengan sebutan koordinasi lintas fungsi.

2.1.3 Tingkat Utang (X₂)

2.1.3.1 Pengertian Tingkat Utang

Definisi utang menurut AASB 7 (Australian Accounting Standards Board) merujuk pada kewajiban keuangan yang muncul akibat transaksi di masa lalu. Dalam hal ini, utang mencakup kewajiban untuk melakukan pembayaran, baik dalam bentuk tunai maupun aset lainnya, sebagai konsekuensi dari pengorbanan ekonomi yang telah terjadi. Dalam akuntansi modern, utang dipahami sebagai aspek yang terfokus pada satu tujuan utama, yaitu angka (uang) yang merefleksikan nilai utang serta waktu yang ditentukan. Namun, pengurangan nilai di balik utang dalam konteks akuntansi modern dapat berpotensi memicu perilaku yang mengancam keharmonisan hubungan antarmanusia (Akbar et al., 2023).

Utang adalah topik yang menarik untuk dianalisis. Farooq (2015) menyatakan bahwa penyebaran utang secara global menunjukkan bahwa negara yang lebih maju cenderung memiliki beban utang yang lebih besar. Meskipun utang dapat menimbulkan dampak negatif, fenomena ini telah berkembang menjadi komponen penting dari kehidupan masyarakat kontemporer. Banyak orang menggunakan utang sebagai alat untuk meningkatkan standar hidup dan sebagai sumber kekuatan ekonomi serta politik. Dalam konteks akuntansi modern, nilai utang diukur berdasarkan nilai historis saat transaksi dilakukan. Umumnya, utang digunakan sebagai sarana untuk menjalankan aktivitas bisnis atau memenuhi kebutuhan masyarakat, seringkali hanya dipahami dalam konteks materi, yakni uang (Akbar et al., 2023).

FASB menganggap utang sebagai akibat ekonomi yang mungkin terjadi di masa depan ketika perusahaan saat ini harus memindahkan aset atau menyediakan jasa yang diberikan kepada pihak lain karena transaksi sebelumnya. Sebelum memberikan barang atau jasa kepada pelanggan, pengambilan sumber daya ekonomi adalah utang tambahan. Bisnis dan dana yang dipinjam biasanya mengalami utang jika mereka menunda pembayaran barang atau jasa yang telah diterima (Hanafi dan Halim, 2014). Semua utang yang harus dibayar oleh perusahaan kepada kreditor atau siapa pun yang memberikan pinjaman modal kepada perusahaan dianggap sebagai utang (Gunarto et al., 2019).

2.1.3.2 Kategori Tingkat Utang

Menurut (Fidaus & Yustika, 2023) utang diklasifikasikan menjadi dua kategori utama yaitu

1. Utang lancar

Utang lancar adalah utang yang harus dibayar dalam waktu satu tahun atau kurang selama operasi normal perusahaan. Kewajiban jangka pendek meliputi, misalnya, hutang usaha, surat promes, pinjaman bank, kewajiban gaji, kewajiban bunga, dan lain-lain.

2. Utang jangka panjang.

Utang jangka panjang mengacu pada utang seperti obligasi, utang bank, dan lain-lain.

2.1.3.3 Indikator Tingkat Utang

Menurut (Mariam et al., 2023) dalam penelitian ini tingkat utang diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Jumlah Utang

Tingkat atau jumlah total utang yang dimiliki oleh perusahaan dalam periode tertentu. Jumlah utang ini mencerminkan seberapa besar ketergantungan perusahaan terhadap sumber pendanaan eksternal untuk menjalankan operasional bisnisnya.

2. Bunga Utang

Tingkat suku bunga yang dikenakan atas pinjaman atau utang yang diperoleh perusahaan. Tingkat bunga ini akan mempengaruhi beban keuangan perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban pembayaran utangnya.

3. Suku Bunga

Tingkat utang yang dimiliki oleh perusahaan dalam bentuk pinjaman atau kewajiban keuangan lainnya. Besarnya utang ini menunjukkan seberapa besar risiko finansial yang dihadapi perusahaan.

4. Jangka waktu Utang

Jangka waktu atau durasi utang yang harus dilunasi oleh perusahaan. Semakin panjang durasi utang, maka semakin lama kewajiban perusahaan untuk melunasinya, tetapi hal ini juga bisa meningkatkan beban bunga utang.

5. Rasio Utang ke Aset

Rasio ini digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar utang perusahaan membiayai asetnya dengan membandingkan total utangnya dengan total asetnya. Rasio yang tinggi menunjukkan risiko keuangan yang lebih tinggi.

2.1.4 Literasi Keuangan (X₃)

2.1.4.1 Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah memahami dan mengelola konsep yang berkaitan dengan keuangan sehingga seseorang dapat membuat keputusan keuangan yang efektif (Darmawan et al, 2019). Individu yang memiliki literasi keuangan akan membuat banyak keuntungan, seperti dapat membuat keputusan keuangan yang tepat di masa depan, keterampilan dalam berinvestasi di pasar modal, serta kemampuan untuk mengurangi masalah keuangan dan meningkatkan kesejahteraan.

Dalam sebuah perusahaan, terutama usaha kecil, literasi keuangan adalah pengetahuan yang paling penting. Literasi keuangan adalah konsep yang mencakup pemahaman mendalam tentang pengelolaan keuangan pribadi, yang sering juga diartikan sebagai keuangan keluarga, yang memberikan individu kemampuan, wawasan, dan keyakinan pada kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat. Merencanakan keuangan untuk masa depan dan menentukan prioritas keuangan adalah bagian dari literasi keuangan.

Menurut (Rusnawati, Rusdi. R, 2022) Literasi keuangan adalah sejauh mana seseorang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam membuat keputusan tentang keuangan. Memiliki pemahaman yang baik dan kemampuan manajemen keuangan sangat penting bagi UMKM. Kinerja yang lebih baik dapat dicapai oleh UMKM dengan meningkatnya tingkat literasi keuangan.

Kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi dengan baik dikenal sebagai literasi keuangan, yang mencakup pengetahuan tentang hal-hal penting seperti manajemen tabungan, memilih asuransi, dan strategi investasi yang tepat untuk

masa depan (Septiani & Wuryani, 2020). Kemampuan individu dalam mengelola keuangan berkaitan dengan keterampilan dan kapabilitas yang dibentuk untuk memanfaatkan sumber daya demi mencapai tujuan tertentu. Literasi keuangan memainkan peran krusial dalam kehidupan setiap individu, karena memberi kemampuan untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat. Dalam pengelolaan keuangan usaha mikro, kecil, dan menengah, peningkatan literasi keuangan dapat dicapai melalui perencanaan keuangan yang memperhatikan berbagai faktor. Ini meliputi usaha para pelaku untuk memiliki perencanaan keuangan yang solid, dengan fokus pada pengelolaan pendapatan, pengeluaran yang terorganisir, serta tabungan dan investasi. Selain itu, kemudahan akses terhadap kredit dari lembaga keuangan juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan literasi keuangan mereka (Susanti et al., 2018).

2.1.4.2 Tingkat Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2017) dalam kutipan jurnal (Nurulhuda & Lutfiati, 2020), ada empat tingkat literasi keuangan:

1. *Well Literate*

Memiliki pemahaman menyeluruh tentang penyedia layanan keuangan, penawaran mereka, serta fitur, keuntungan, risiko, hak, dan tanggung jawab yang menyertainya serta dapat menggunakan barang dan layanan ini secara efisien.

2. *Sufficient Literate*

Sangat memahami dan percaya pada penyedia layanan keuangan, serta barang dan layanan yang mereka tawarkan, termasuk pengetahuan tentang fitur, keuntungan, dan bahaya, serta hak dan tanggung jawab yang terkait dengannya.

3. *Less Literate*

Memahami secara menyeluruh sistem yang mengatur jasa keuangan dan berbagai barang dan jasa yang ditawarkan oleh sektor keuangan.

4. *Not Literate*

Pengetahuan yang tidak memadai untuk memanfaatkan layanan dan produk keuangan secara maksimal, serta kurangnya kepercayaan terhadap penyedia layanan, barang, dan jasa keuangan.

2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Menurut (Canti et al., 2023), beberapa faktor dapat mempengaruhi hal ini, termasuk yang berikut:

1. Tingkat pendapatan

Pendapatan adalah hasil kerja atau usaha yang dinilai berdasarkan tingkat tertentu, biasanya diukur dari rata-rata pendapatan bulanan (Arianti & Azzahra, 2020). Menurut Samuelson dan Nordhaus dalam Iskandar (2017), tingkat pendapatan mencerminkan tahapan hidup seseorang atau kelompok berdasarkan penghasilan atau sumber pendapatan lainnya.

2. Usia

Usia memengaruhi kondisi fisik dan tingkat produktivitas seseorang. Penduduk produktif berusia 15–60 tahun, sedangkan di atas 60 tahun termasuk tidak produktif (Yusnita & Abdi, 2018; Hakim, 2020).

3. Tingkat Pendidikan

Menurut Kemendikbud (2003), pendidikan formal terdiri dari pendidikan dasar (SD dan SMP), pendidikan menengah (SMA dan sejenisnya), dan pendidikan tinggi (diploma, sarjana, magister, dan doktor).

2.1.4.4 Indikator Literasi Keuangan

Menurut (Trisuci, 2023) terdapat indikator Literasi Keuangan, yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan keuangan

Sebagai segala hal yang dipahami yang berkaitan dengan keuangan.

2. Tabungan dan pinjaman

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, tabungan adalah simpanan yang tidak dapat diambil melalui cek, bilyet giro, atau instrumen lain yang serupa. Penarikannya hanya diperbolehkan dalam kasus tertentu yang telah disetujui.

3. Asuransi

Metode untuk mengurangi risiko finansial dengan mengumpulkan sejumlah unit paparan yang memadai, sehingga kerugian yang dialami oleh individu dapat diperkirakan dan kemudian dibagikan secara adil kepada anggota kelompok.

4. Investasi

Fahmi (2015:2) menjelaskan bahwa investasi adalah cara untuk mengelola dana dengan tujuan mendapatkan keuntungan dengan menempatkan dana pada alokasi yang dapat diprediksi yang dapat menghasilkan hasil yang lebih baik.

2.1.5 Kinerja Keuangan UMKM (Y)

2.1.5.1 Pengertian Kinerja Keuangan UMKM

"Kinerja keuangan" mengacu pada tingkat keberhasilan suatu perusahaan, yang ditunjukkan oleh tindakan yang diambilnya. Penegasan ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh (Mukarromah et al., 2020), yang mendefinisikan kinerja keuangan sebagai suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan aktivitas suatu entitas pada suatu periode tertentu. Kinerja merupakan cerminan dari kapasitas atau ketabahan perusahaan dalam melakukan penggarapan dan pendistribusian sumber daya yang dimilikinya. Tingkat keberhasilan perusahaan tercermin dalam kinerja keuangannya, yang dapat diartikan sebagai hasil dari beberapa operasi yang telah dilakukan.

Kinerja keuangan adalah hasil dari berbagai tindakan yang dilakukan dengan menggunakan sumber keuangan yang tersedia (Oktavina dan Rita 2021). Peningkatan pendapatan, laba, dan aset adalah cara untuk mengukur kinerja keuangan suatu usaha. Meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan menjadi kunci untuk meningkatkan kinerja keuangan suatu usaha. Mengingat pentingnya peranan UMKM dalam pertumbuhan perekonomian, dalam mencapai kinerja keuangan yang maksimal maka pelaku usaha perlu memahami sikap keuangan yang positif untuk diimplementasikan secara langsung.

Indikator ini berfungsi untuk mengevaluasi sejauh mana keyakinan seseorang mengenai keadaan keuangan pribadinya di masa depan dan penilaiannya terhadap kondisi keuangan tersebut. Indikator ini juga digunakan untuk mengukur pemahaman individu tentang hubungan antara pengeluarannya dengan pengetahuan keuangan yang dimilikinya. Untuk mencapai kinerja keuangan yang optimal, tidak hanya sikap terhadap keuangan yang mempengaruhi, namun perilaku keuangan juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja keuangan suatu usaha. Kewajiban individu untuk mengelola, mengatur, mengendalikan, mencari, dan menyimpan uangnya disebut perilaku keuangan (Siregar & Simatupang, 2022).

Kinerja keuangan dapat dinilai melalui pendekatan kuantitatif maupun kualitatif. Indikator kuantitatif mencakup hasil finansial seperti Return on Assets, Return on Equity, Return on Investment, serta output yang diukur berdasarkan jumlah produk yang terjual dan rasio biaya operasional (Darmawan, 2021). Dalam hal pemasaran, indikator yang digunakan meliputi jumlah pelanggan serta tingkat efisiensi. Sementara itu, ukuran kinerja yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada kualitas pencapaian tujuan, kedisiplinan, efektivitas, evaluasi pimpinan terhadap hasil yang dicapai oleh organisasi, serta perilaku individu dalam konteks organisasi (Purnomo dan Lestari, 2010).

2.1.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM

Menurut (Wijayana et al., 2023) ada beberapa faktor penting dalam meningkatkan dan mengelola kinerja keuangan UMKM antara lain adalah

1. Memisahkan keuangan pribadi dengan usaha

2. Melakukan perencanaan dan anggaran
3. Membuat pencatatan keuangan yang baik
4. Mengawasi arus kas
5. Memutar laba untuk pengembangan usaha

2.1.5.3 Indikator Kinerja Keuangan UMKM

Menurut Alamsyah, (2020) dalam (Mulyanti & Nurhayati, 2022) terdapat tiga indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan UMKM, yaitu:

1. Peningkatan Penjualan

Penjualan yang meningkat menunjukkan bahwa produk atau layanan yang ditawarkan diterima dengan baik oleh pasar.

2. Peningkatan Modal

Peningkatan modal mencerminkan kemampuan bisnis untuk memperluas kapasitas atau diversifikasi usaha.

3. Peningkatan *Profit*/Keuntungan

Peningkatan profit menunjukkan efisiensi bisnis dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan laba.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merujuk pada kajian yang telah dilakukan sebelumnya untuk memberikan dasar teori, mengidentifikasi kesenjangan, dan menyarankan metode bagi penelitian yang sedang dilakukan. Berikut adalah penjabaran hasil studi dari penelitian terdahulu.

Penelitian (Mariam et al., 2023) yang berjudul “Analisis Pengaruh Tingkat Hutang, Orientasi Pasar, dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan Usaha

Mikro: Peran Mediasi Perilaku Konsumen” mengemukakan bahwa pengelolaan utang yang bijaksana sangat penting untuk menjaga hubungan konsumen yang positif dan mencapai kinerja keuangan yang baik. Demikian pula, memahami pasar, menggunakan strategi pemasaran yang relevan, dan berfokus pada kepuasan pelanggan sangat penting untuk membentuk perilaku konsumen dan meningkatkan kinerja keuangan. Selain itu, meningkatkan literasi keuangan pada tingkat individu dan organisasi berdampak positif pada perilaku konsumen dan kinerja keuangan.

Penelitian (Virgia et al., 2023) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM” mengemukakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif sedangkan orientasi berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM.

Penelitian (Meirina & Fadila, 2021) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM Di Bidang Kuliner Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang” mengemukakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM, kompetensi sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM dan orientasi pasar berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM.

Penelitian (Hatmawan et al., 2022) yang berjudul “Relevansi Peran Financial Literacy dan Proactive Market Orientation (PMO) Terhadap Kinerja Keuangan UKM” mengemukakan bahwa literasi keuangan dan orientasi pasar proaktif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UKM.

Penelitian (Yunus et al., 2022) yang berjudul “Pengaruh Risiko Bisnis, Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan dan

Keberlangsungan Usaha pada Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Palopo” mengemukakan bahwa Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan, Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keberlangsungan usaha, Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap terhadap keberlangsungan usaha melalui kinerja keuangan.

Penelitian (Nopiyan & Indiani, 2023) yang berjudul “Pengaruh Sikap Keuangan, Perilaku Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Pada Pemdes Ambengan” mengemukakan bahwa sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM Pemdes Ambengan, perilaku keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM Pemdes Ambengan, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM Pemdes Ambengan.

Penelitian (Prakoso, 2020) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM se-Eks Karesidenan Besuki” mengemukakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, dampaknya tingkat pemahaman literasi keuangan pada UMKM di Eks Karesidenan Besuki dapat meningkatkan kinerja UMKM.

Penelitian (Sulistiyo et al., 2022) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumberdaya Manusia, Inovasi Produk, Dan Akses Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Wonosobo” mengemukakan bahwa ada pengaruh positif literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Wonosobo, ada pengaruh positif kompetensi sumber daya manusia terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Wonosobo, ada pengaruh positif inovasi produk terhadap

kinerja UMKM di Kabupaten Wonosobo, ada pengaruh positif akses pemasaran terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Wonosobo.

Penelitian (Darmawan, 2021) yang berjudul “Pengaruh Faktor Demografi, Locus Of Control, Literasi Keuangan, dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM (Studi pada Pelaku UMKM di Wilayah Kota Banjar Patroman)” mengemukakan bahwa jenis kelamin berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, locus of control berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

Terkait penjabaran penelitian terdahulu, peneliti dapat menyimpulkan berdasarkan tabel, sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Mariam et al., 2023)	Analisis Pengaruh Tingkat Hutang, Orientasi Pasar, dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro: Peran Mediasi Perilaku Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengelolaan utang yang bijaksana sangat penting untuk menjaga hubungan konsumen yang positif dan mencapai kinerja keuangan yang baik. 2. Memahami pasar, menggunakan strategi pemasaran yang relevan, dan berfokus pada kepuasan pelanggan sangat penting untuk membentuk perilaku konsumen dan meningkatkan kinerja keuangan. 3. Meningkatkan literasi keuangan pada tingkat individu dan organisasi berdampak positif pada perilaku konsumen dan kinerja keuangan.
2	(Virgia et al., 2023)	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Orientasi Pasar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi keuangan berpengaruh positif

		Terhadap Kinerja UMKM	terhadap kinerja UMKM. 2. Orientasi berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM.
3	(Meirina & Fadila, 2021)	Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Di Bidang Kuliner Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang	1. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. 2. Kompetensi sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. 3. Orientasi pasar berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM.
4	(Hatmawan et al., 2022)	Relevansi Peran <i>Financial Literacy</i> dan <i>Proactive Market Orientation (PMO)</i> Terhadap Kinerja Keuangan UKM	1. Literasi keuangan dan orientasi pasar proaktif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UKM.
5	(Yunus et al., 2022)	Pengaruh Risiko Bisnis, Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan	1. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan.

		Terhadap Kinerja Keuangan dan Keberlangsungan Usaha pada Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Palopo	<ol style="list-style-type: none"> 2. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keberlangsungan usaha. 3. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keberlangsungan usaha melalui kinerja keuangan.
6	(Nopiyani & Indiani, 2023)	Pengaruh Sikap Keuangan, Perilaku Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Pada Pemdes Ambengan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM Pemdes Ambengan. 2. Perilaku keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM Pemdes Ambengan. 3. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM Pemdes Ambengan.

7	(Prakoso, 2020)	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM se-Eks Karesidenan Besuki	1. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, dampaknya tingkat pemahaman literasi keuangan pada UMKM di Eks Karesidenan Besuki dapat meningkatkan kinerja UMKM.
8	(Sulistiyo et al., 2022)	Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumberdaya Manusia, Inovasi Produk, Dan Akses Pemasaran Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Wonosobo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ada pengaruh positif literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Wonosobo. 2. Ada pengaruh positif kompetensi sumber daya manusia terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Wonosobo. 3. Ada pengaruh positif inovasi produk terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Wonosobo.

			4. Ada pengaruh positif akses pemasaran terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Wonosobo.
9	Darmawan et al (2021)	Pengaruh Faktor Demografi, <i>Locus of Control</i> , Literasi Keuangan, dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM (Studi pada Pelaku UMKM di Wilayah Kota Banjar Patroman)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis kelamin berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, 2. Pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM, 3. <i>Locus of control</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM 4. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. 5. Inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

2.3 Kerangka Pemikiran

Orientasi pasar, tingkat utang, dan literasi keuangan adalah variabel dependen dalam penelitian ini, sementara kinerja keuangan usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah variabel independen.

2.3.1 Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Orientasi pasar mengacu pada kemampuan pelaku usaha kecil untuk menegakkan dan meningkatkan orientasi mereka terhadap pasar serta kewirausahaan untuk mendukung kinerja bisnis melalui penciptaan inovasi berkelanjutan yang bertujuan untuk meningkatkan bisnis (Afiyati, Murni, dan Haryadi 2019). Budaya organisasi lain yang dikembangkan untuk secara efektif dan efisien memberikan klien nilai yang lebih tinggi disebut orientasi pasar.

Menurut temuan studi tersebut, kinerja UMKM dipengaruhi secara positif oleh orientasi pasar. Kinerja UMKM meningkat seiring dengan tingkat keterampilan seseorang, namun tingkat orientasi pasar yang rendah akan mengakibatkan penurunan kinerja UMKM (Wijayanti, 2019). Orientasi pasar, menurut Tjiptono (2015) dalam kutipan jurnal (Hafidzi & Afroh, 2023), adalah bagaimana budaya perusahaan yang efektif dan efisien membentuk perilaku karyawan untuk mendukung inisiatif yang memberikan nilai bagi pelanggan. Dengan kata lain, bisnis yang mengutamakan konsumen dan volume unit menggunakan orientasi pasar.

Temuan dari penelitian yang dilakukan oleh (Syarifah et al., 2020) , (Andika, 2019) dan Kinerja UMKM dipengaruhi secara positif oleh orientasi pasar, orientasi pasar yang luas akan mendorong kinerja UMKM, tetapi sebaliknya jika orientasi

pasar tidak luas maka akan menurunkan tingkat kinerja UMKM, Kinerja UMKM dipengaruhi secara positif oleh orientasi pasar, dan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan sebesar terhadap kinerja keuangan, maka hipotesis peneliti sebesar adalah sebagai berikut.

H₁: Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Batam.

2.3.2 Tingkat Utang Terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Tingkat utang merupakan faktor penting bagi usaha mikro karena keterbatasan sumber daya keuangan mereka dan ketergantungan pada pembiayaan eksternal. Ključnikov (2017) menyoroti pentingnya tingkat utang dalam membentuk kinerja keuangan usaha mikro. Pinjaman dapat menyediakan modal yang sangat dibutuhkan bagi bisnis ini untuk mendanai operasi mereka dan mendorong pertumbuhan (Sapienza et al., 2003). Namun, tingkat utang yang berlebihan dapat menimbulkan tantangan yang signifikan karena perusahaan berjuang untuk menghasilkan pendapatan yang cukup untuk menutupi biaya operasional dan pembayaran pinjaman (Didier et al., 2021).

Rasio leverage, juga dikenal sebagai tingkat utang, digunakan untuk mengukur seberapa baik sebuah perusahaan dapat menggunakan utang untuk meningkatkan keuntungan (Nastiti et al., 2022). Menurut Nyale (2020), rasio ini digunakan untuk membandingkan dana yang dimiliki perusahaan dengan dana yang dihimpun dari kreditur. Jika perusahaan mengelola nilai leverage dengan baik, perusahaan juga dapat meningkatkan nilainya (Atrianingsih & Nyale, 2022).

Beberapa penelitian dari kutipan jurnal (Mariam et al., 2023) telah menyelidiki hubungan antara tingkat hutang dan kinerja keuangan pada usaha mikro (Orua, 2009); (Mendoza, 2015); (Kazemian dkk., 2017). Misalnya, Kazemian et al (2017) menemukan bahwa tingkat utang yang tinggi dikaitkan dengan profitabilitas yang lebih rendah dan tekanan keuangan yang lebih tinggi di kalangan usaha mikro. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat utang yang optimal sangat penting untuk mempertahankan kinerja keuangan di sektor usaha mikro (Kazemian et al., 2017).

H₂ : Tingkat utang berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Batam.

2.3.3 Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Setiap orang harus memiliki literasi keuangan, keterampilan penting yang akan meningkatkan kualitas hidup mereka dan memungkinkan mereka untuk memahami cara merencanakan dan mengelola uang mereka dengan benar dan efisien. Kemampuan ini mencakup rasa percaya diri dalam mengelola keuangan pribadi, serta menyusun rencana keuangan yang sehat, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang, dengan memperhatikan perubahan kondisi ekonomi yang terus berkembang. Masyarakat yang tidak memiliki literasi keuangan yang memadai berisiko mengalami kesulitan dalam memilih opsi investasi atau tabungan terbaik dan berisiko mengalami penipuan (Yunus et al., 2022).

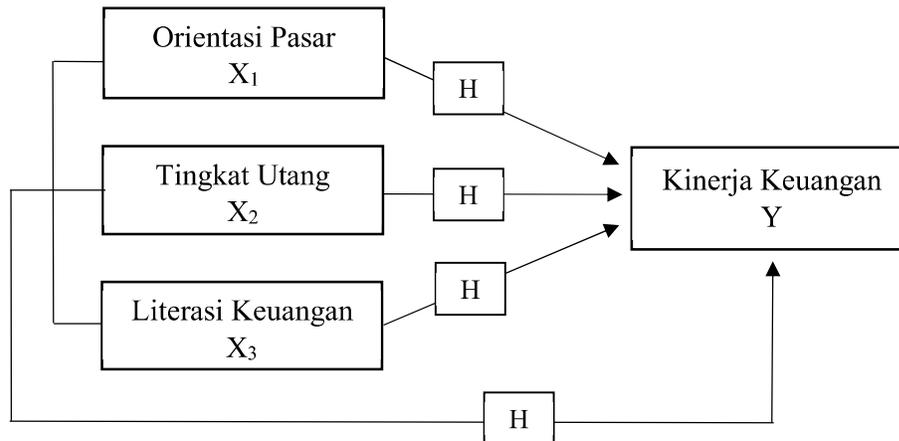
Menurut Darmawan et al (2021), Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Ini berarti bahwa semakin baik seorang pelaku UMKM memahami literasi keuangan, semakin meningkat pula

kinerja keuangan mereka. Dengan literasi keuangan, para pengusaha kecil dapat belajar bagaimana membaca, memahami, dan menganalisis aspek keuangan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat. Jika seseorang memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang literasi keuangan, orang tersebut dapat membuat keputusan mengenai keuangan bisnisnya. (Ajzen, 1991).

Menurut (Putu Eka Nopiyani; Putu Rara Indiani, 2023), dengan pendapat Sakinah & Mudakir (2018) Literasi keuangan adalah tingkat keyakinan dan keterampilan yang dapat memengaruhi sikap dan perilaku seseorang yang berdampak pada pengambilan keputusan. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rusmawati (2022) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Darmawan et al (2021), Wahyuni et al (2021), Hilmawati dan Kusumaningtias (2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

H₃ : Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Batam.

Maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan sementara atau dugaan yang dibuat berdasarkan teori atau observasi sebelumnya, yang kemudian akan diuji melalui penelitian. Hipotesis biasanya berbentuk pernyataan yang dapat diuji secara empiris, dan hasil pengujian tersebut akan menunjukkan apakah hipotesis tersebut didukung oleh data (diterima) atau tidak (ditolak). Berikut merupakan hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini:

H₁: Orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Batam.

H₂: Tingkat utang berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Batam.

H₃: Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Batam.

H₄: Orientasi pasar, Tingkat utang, Literasi Keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Batam.