

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori Penelitian

2.1.1 Teori RBV (*Resource-Based View*)

Teori RBV (*Resource-Based View*), yang dikembangkan oleh Barney (1992), menyatakan bahwa keberhasilan perusahaan dalam mencapai kinerja unggul dan daya saing yang berkelanjutan sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam memperoleh serta mengelola sumber daya yang bernilai dan sulit ditiru oleh pesaing. Sumber daya ini mencakup aset fisik, teknologi, dan pengetahuan yang dimiliki perusahaan. Konsep utama dari teori ini adalah bahwa keunggulan kompetitif tidak hanya diperoleh melalui kepemilikan sumber daya, tetapi juga melalui kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya tersebut dengan efektif, seperti yang dijelaskan oleh Ruli dan Hilmawati (2021).

Teori *Resource-Based View* (RBV) memiliki keunikan dalam menekankan pentingnya kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan dan mengelola sumber daya internal secara efektif. Pendekatan ini tidak hanya menyoroti nilai dari sumber daya yang dimiliki, tetapi juga menuntut integrasi sumber daya tersebut ke dalam strategi operasional perusahaan. Kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dan berinovasi menjadi faktor kunci dalam menghadapi dinamika pasar dan memanfaatkan peluang yang ada.

Dalam kaitannya dengan inklusi dan literasi keuangan, teori RBV menawarkan sudut pandang yang relevan. Kedua aspek tersebut dianggap sebagai sumber daya internal yang mendukung keunggulan kompetitif dan pertumbuhan

kinerja yang berkelanjutan. Inklusi keuangan memberikan akses lebih luas terhadap layanan keuangan, sementara literasi keuangan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengelola keuangan secara lebih optimal. Dengan demikian, untuk mencapai daya saing yang berkelanjutan, perusahaan perlu memahami pentingnya inklusi keuangan dan literasi keuangan serta mengintegrasikannya ke dalam strategi bisnis mereka.

2.1.2 Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

2.1.2.1 Definisi Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Kinerja merujuk pada hasil kerja yang dicapai oleh perusahaan, baik dari segi kualitas maupun kuantitas dalam jangka waktu tertentu (Romansyah, 2015). Menurut penelitian, indikator yang paling penting dalam mengukur kinerja perusahaan kecil meliputi pertumbuhan penjualan (*sales growth*), pertumbuhan tenaga kerja (*employment growth*), pertumbuhan pendapatan (*income growth*), dan pertumbuhan pangsa pasar (*market share growth*) (Ontorael, 2017). Munizu (2010) menyatakan bahwa keberhasilan kinerja UMKM dapat dilihat dari beberapa indikator, seperti pertumbuhan keuntungan, jumlah pelanggan, penjualan, aset, serta penambahan tenaga kerja setiap tahunnya. Pengukuran kinerja pada perusahaan kecil biasanya menggunakan periode yang tidak terlalu panjang, mengingat keterbatasan data kuantitatif dan reliabilitasnya yang cenderung minim pada usaha kecil. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, kinerja usaha diukur berdasarkan tingkat kenaikan atau pertumbuhan yang terjadi selama periode waktu yang telah ditentukan.

Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat diukur dengan beberapa indikator, seperti pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan pertumbuhan keuntungan. Selain itu, kinerja UMKM juga dapat diukur menggunakan metode *Balanced Scorecard* (BSC) yang menitik beratkan pada empat perspektif, yaitu: Perspektif keuangan, Perspektif pelanggan, Proses internal bisnis, Pembelajaran dan pertumbuhan. Faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM, antara lain: Manajemen operasional, Pemasaran, Teknis, Situasi industri. UMKM merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia, dengan kontribusi mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia

Kriteria untuk mengklasifikasikan UMKM bervariasi tergantung pada definisi yang diterapkan oleh lembaga pemerintah terkait. Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM Indonesia, UMKM adalah unit usaha dengan karakteristik tertentu, seperti total aset atau nilai penjualan tahunan yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, serta dikelola oleh warga negara Indonesia. Sebaliknya, Direktorat Jenderal Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil Menengah mengaitkan klasifikasi UMKM dengan jumlah pekerja dan aset yang dimiliki. Sementara itu, Peraturan Menteri Koperasi dan UMKM memberikan penekanan pada batasan jumlah aset sebagai dasar pembagian usaha mikro, kecil, dan menengah.

Pemerintah terus berupaya mendorong pertumbuhan UMKM agar lebih efektif dan memberikan dampak positif secara menyeluruh bagi perekonomian dan masyarakat. Penelitian ini berfokus pada usaha mikro, dengan menggunakan

beberapa indikator untuk mengukur variabel dependen, sebagaimana diuraikan oleh Utami (2023).

1. Pertumbuhan penjualan
2. Pertumbuhan keuntungan atau laba
3. Ketepatan waktu dalam memenuhi kewajiban atau melunasi hutang.

2.1.2.2 Klasifikasi Jenis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Berdasarkan ketentuan yang tercantum dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 (Indonesia, 2008), definisi dari sektor usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Usaha Mikro: Dalam konteks peraturan ini, usaha mikro merujuk pada kegiatan ekonomi yang dimiliki oleh individu atau badan usaha. Sebuah entitas dikategorikan sebagai usaha mikro jika memenuhi sejumlah kriteria yang telah ditetapkan dalam regulasi yang berlaku.
2. Usaha Kecil: Usaha kecil, menurut UU tersebut, mengacu pada aktivitas ekonomi produktif yang berjalan secara mandiri tanpa menjadi anak perusahaan atau cabang dari perusahaan menengah atau besar. Kriteria tertentu harus dipenuhi agar entitas dapat dikategorikan sebagai usaha kecil.
3. Usaha Menengah: Usaha menengah adalah entitas yang bergerak secara mandiri, baik yang dimiliki oleh individu maupun badan usaha, dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha kecil atau besar. Entitas ini harus memenuhi kriteria yang ditentukan oleh undang-undang agar dapat digolongkan sebagai usaha menengah.

Berdasarkan Pasal 6 UU No 20 Tahun 2008, UMKM dikelompokkan menjadi tiga kategori utama :

1. Usaha Mikro memiliki kekayaan bersih hingga Rp 50.000.000,-, dengan ketentuan bahwa hasil penjualan tahunan tidak lebih dari Rp 300.000.000,-.
2. Usaha Kecil adalah unit usaha dengan total aset antara Rp 50.000.000,- hingga Rp 500.000.000,-, serta hasil penjualan tahunan mulai dari Rp 300.000.000,- hingga maksimal Rp 2.500.000.000,-.
3. Usaha Menengah memiliki total aset minimal Rp 500.000.000,- dan pendapatan penjualan tahunan antara Rp 2.500.000.000,- hingga Rp 50.000.000.000,-.

2.1.3.1 Pengertian Orientasi Pasar

Orientasi pasar adalah faktor tak berwujud yang memiliki dampak signifikan terhadap kinerja perusahaan (Homburg, Krohmer, & Workman, 2003). Tanpa adanya orientasi pasar dalam usaha kecil dan menengah, dapat terjadi hambatan dalam pertumbuhan usaha, kesulitan dalam menciptakan nilai unggul bagi pelanggan, serta ketidakpekaan terhadap strategi pesaing, yang akhirnya berdampak negatif pada kinerja usaha. Mengingat peran penting usaha mikro, kecil, dan menengah dalam perekonomian, hal ini terlihat jelas dalam persaingan bisnis kuliner yang melibatkan rantai bisnis dan pembentukan pangsa pasar masing-masing, serta persaingan yang semakin dinamis antar sektor kuliner. Orientasi pasar sebagai bagian dari kecerdasan pasar berhubungan dengan pemahaman kebutuhan pelanggan saat ini dan di masa depan, serta kemampuan organisasi untuk meresponsnya.

Narver & Slater (1990) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang efektif dan efisien dalam menciptakan perilaku yang diperlukan untuk menghasilkan nilai unggul bagi pelanggan serta kinerja bisnis yang lebih baik. Orientasi pasar terdiri dari tiga komponen perilaku utama, yaitu: orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar-fungsional. Orientasi pelanggan mengacu pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai terbaik bagi pelanggan serta memahami jaringan rantai pasokan (Narver & Slater, 1990). Day & Wensley (1988) mendefinisikan orientasi pesaing sebagai kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, kemampuan jangka panjang, serta strategi yang dapat memberikan daya saing di pasar. Sementara itu, Narver, Slater, & MacLachlan (2004) menjelaskan bahwa koordinasi antar-fungsional mencakup kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai lebih bagi pelanggan sasaran.

Berdasarkan penjelasan mengenai orientasi pasar ini, dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar adalah proses untuk memperoleh, menerapkan, dan menyebarkan informasi guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, serta memahami perilaku pesaing. Orientasi pasar juga mendorong individu dalam organisasi untuk tetap terhubung dengan pasar, pesaing, pelanggan, dan berbagai fungsi di dalam organisasi, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, menciptakan keunggulan bersaing, dan pada akhirnya meningkatkan kinerja perusahaan.

2.1.3.2 Pengaruh Orientasi Pasar terhadap UMKM di Kota Batam

Orientasi Pasar sangat penting bagi UMKM di Kota Batam, seperti :

1. Dapat meningkatkan daya saing seperti memahami kebutuhan pasar dan mengembangkan produk atau jasa yang unik dan relevan.
2. Meningkatkan penjualan, yaitu pemahaman yang mendalam terhadap pelanggan memungkinkan UMKM di Kota Batam dapat menciptakan strategi pemasaran yang efektif sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pangsa pasar.
3. Membangun reputasi yang baik pelayanan yang baik dan produk berkualitas dapat membangun reputasi yang positif bagi UMKM di Kota Batam.
4. Memastikan keberlangsungan usaha dengan selalu beradaptasi dengan perubahan pasar, UMKM dapat memastikan keberlangsungan usahanya dalam jangka panjang.

2.1.3.3 Faktor Pengaruh Orientasi Pasar terhadap UMKM

Faktor-faktor yang mempengaruhi orientasi pasar terhadap UMKM di Kota Batam yaitu :

Faktor Internal

1. Kepemimpinan: Kepemimpinan yang kuat dan visi yang jelas dari pemilik atau pengelola UMKM sangat penting untuk mendorong orientasi pasar. Pemimpin yang memiliki pemahaman yang baik tentang pasar dan pelanggan akan lebih mudah memotivasi tim untuk fokus pada kebutuhan pelanggan.
2. Sumber Daya Manusia: Kualitas sumber daya manusia (SDM) sangat mempengaruhi kemampuan UMKM dalam menerapkan orientasi pasar. SDM

yang kompeten, kreatif, dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik akan lebih efektif dalam menjalankan kegiatan pemasaran dan pelayanan pelanggan.

3. Ketersediaan Modal: Modal yang cukup diperlukan untuk melakukan riset pasar, pengembangan produk, dan kegiatan pemasaran lainnya. Tanpa modal yang memadai, UMKM akan kesulitan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Faktor Eksternal

1. Persaingan: Tingkat persaingan yang tinggi akan memaksa UMKM untuk lebih fokus pada kebutuhan pelanggan dan mengembangkan keunggulan kompetitif.
2. Perubahan Teknologi: Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional. Namun, UMKM juga harus mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi yang cepat.
3. Kondisi Ekonomi: Kondisi ekonomi makro, seperti tingkat inflasi, suku bunga, dan daya beli masyarakat, akan mempengaruhi permintaan pasar terhadap produk atau jasa UMKM.

Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi orientasi pasar, UMKM Batam dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja bisnis.

2.1.3 Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan pada UMKM di Batam Kota masih terbilang sederhana, dengan mayoritas usaha hanya mengandalkan anggaran, pencatatan, dan pengendalian yang minim, serta tidak melakukan pelaporan keuangan yang memadai. Hal ini membuat pelaku usaha perlu meningkatkan pemahaman mereka

tentang pengelolaan keuangan untuk dapat menilai kesehatan usaha mereka. Kurangnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan menjadi salah satu faktor yang menghambat kinerja UMKM, sehingga pelaku usaha harus meningkatkan kinerja untuk tetap bersaing. Oleh karena itu, Dinas Koperasi perlu menyelenggarakan pelatihan dan pembinaan bagi UMKM di Kota Batam agar mereka dapat berkembang dan lebih kompetitif.

Perkembangan UMKM di Batam sangat pesat dan terus mengikuti tren terkini, yang menuntut pelaku usaha untuk bekerja lebih keras agar bisa menarik pelanggan dan bersaing dengan bisnis lainnya. Tingginya jumlah UMKM yang terdaftar di Dinas Usaha Mikro dan Kecil Batam setiap tahunnya menunjukkan pesatnya perkembangan sektor ini, dan ini menuntut pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam mengembangkan bisnis mereka. Usaha yang berkembang dan konsisten juga memerlukan pengelolaan keuangan yang baik. Namun, banyak pelaku usaha yang tidak mengelola keuangan dengan tepat, terutama karena kurangnya keterampilan dalam perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pelaporan keuangan. Meskipun Batam merupakan kota yang berkembang pesat dalam bidang bisnis, masalah pengelolaan keuangan masih menjadi tantangan besar bagi banyak UMKM.

Pengelolaan keuangan yang buruk di perusahaan bisa menyebabkan ketidakmampuan untuk mencegah, mendeteksi, atau mengoreksi tindak kecurangan. Pelaku usaha seringkali memiliki cara yang berbeda dalam mengelola keuangan dibandingkan dengan usaha yang sudah berkembang, seperti yang dijelaskan oleh Davayudhanti et al. (2019). Ketidakmampuan dalam mengelola

keuangan dengan baik dapat menyebabkan kebangkrutan, terutama jika tidak ada metode akuntansi yang efektif. Informasi keuangan yang terbuka sangat penting untuk menjadi daya tarik bagi pemangku kepentingan, namun banyak pelaku UMKM yang merasa bahwa usaha mereka berjalan normal meskipun tidak ada perkembangan signifikan (Risnaningsih, 2017). Hal ini seringkali disebabkan oleh ketidaktahuan tentang keuntungan yang diperoleh, aset berwujud dan tidak berwujud, serta dinamika keuangan usaha lainnya.

Salah satu masalah utama yang dihadapi UMKM adalah kekurangan modal, kurangnya pelanggan, rendahnya pengetahuan, dan kurangnya keterampilan kewirausahaan yang dapat menjadi ancaman bagi kelangsungan usaha (Tanan & Dyamayanti, 2020). Oleh karena itu, langkah pertama dalam pengelolaan keuangan yang sederhana adalah penerapan akuntansi. Akuntansi sangat penting bagi UMKM selama mereka masih menggunakan uang sebagai alat untuk menjalankan usaha. Informasi yang dihasilkan dari akuntansi mencakup kinerja perusahaan, perhitungan pajak, posisi kas, perubahan modal, serta penerimaan dan pengeluaran kas (Noer Sasongko, 2019).

Namun, banyak pelaku bisnis yang kesulitan dalam menerapkan akuntansi karena tidak adanya panduan yang jelas (Fatwitawati, 2018). Salah satu masalah yang dihadapi oleh UMKM adalah ketidakmampuan dalam perencanaan anggaran yang baik. Dari empat indikator pengelolaan keuangan (penggunaan anggaran, pencatatan, pelaporan, dan pengendalian), hanya tiga indikator yang umumnya diterapkan oleh pelaku usaha. Ketidapahaman tentang akuntansi dapat merugikan kinerja bisnis. Anggaran merupakan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan

perusahaan, seperti keuntungan. Variabel ini sangat penting saat merencanakan anggaran untuk masa depan, baik untuk anggaran pribadi maupun anggaran perusahaan.

Pencatatan transaksi keuangan adalah bagian penting dalam pengelolaan keuangan. Menurut Diyana (2017), pencatatan dilakukan secara sistematis dan kronologis, yang bertujuan untuk memberikan bukti bahwa transaksi terjadi dalam jangka waktu tertentu. Transaksi yang tercatat perlu didukung dengan dokumen seperti nota, kwitansi, atau faktur. Langkah berikutnya adalah jurnal transaksi dan mempostingnya ke buku besar. Jenis pencatatan yang umum adalah jurnal, buku besar, dan neraca. Setelah transaksi diposting, pelaporan keuangan menjadi langkah berikutnya, di mana informasi dari buku besar digunakan untuk menyusun laporan keuangan seperti laporan arus kas, laba rugi, dan neraca.

Penyusunan laporan keuangan harus dilakukan dengan format yang terkendali dan sesuai dengan periode waktu yang ditentukan. Penggunaan teknologi yang efisien dalam pengelolaan pencatatan keuangan dapat mempermudah UMKM dalam menyusun laporan keuangan dan meningkatkan efektivitas serta efisiensi pengelolaan keuangan.

2.1.4 Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan mengacu pada kemampuan individu untuk memahami dan menguasai berbagai aspek pengelolaan keuangan, seperti manajemen uang, investasi, tabungan, pinjaman, serta konsep dasar keuangan pribadi (Sanistasya et al., 2019). Kemampuan literasi keuangan yang dimiliki oleh pelaku usaha terbukti dapat meningkatkan kinerja usaha mereka. Dalam penelitian yang dilakukan oleh

Adomako et al. (2016), terungkap bahwa literasi keuangan merupakan salah satu faktor signifikan yang memengaruhi kinerja usaha. Hasil serupa juga ditemukan dalam studi Idawati dan Pratama (2020), di mana literasi keuangan memiliki dampak positif terhadap kinerja usaha. Dengan literasi keuangan yang baik, pelaku usaha kecil dapat mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan dalam merancang strategi keuangan yang efektif. Hal ini mendukung mereka dalam mengambil keputusan serta memilih layanan keuangan yang tepat.

Literasi keuangan tidak hanya sebatas pengetahuan, tetapi juga mencakup keterampilan untuk menerapkan dan mengelola informasi keuangan secara efektif dalam kehidupan sehari-hari. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengambil keputusan finansial yang lebih bijaksana, mengelola risiko dengan lebih efisien, dan merencanakan masa depan keuangan mereka dengan lebih matang.

Pentingnya literasi keuangan tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan pada tingkat sosial dan ekonomi. Mereka yang memiliki pemahaman keuangan yang baik dapat mengelola keuangan dengan lebih cerdas, mengurangi ketidakpastian dalam hidup, dan turut mendukung pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan mengenai istilah-istilah keuangan, tetapi juga kemampuan praktis untuk menerapkan pengetahuan tersebut dalam keputusan sehari-hari. Dengan meningkatkan literasi keuangan, masyarakat dapat lebih mampu mengelola risiko, memanfaatkan peluang investasi, dan merancang masa depan finansial yang lebih stabil.

Konsep literasi pada dasarnya tidak hanya terkait dengan kemampuan membaca dan menulis secara umum, tetapi juga melibatkan kemampuan memahami dan menghasilkan berbagai karya, seperti puisi, cerita pendek, dan novel (Fitri et al., 2023). Dalam konteks keuangan, literasi ini melibatkan aspek seni dan ilmu dalam pengelolaan sumber daya finansial. Pengelolaan keuangan tidak hanya terbatas pada fungsi administratif, tetapi juga membutuhkan keterampilan dalam membuat keputusan yang cerdas dan bijaksana (Aslam, n.d.).

Dalam lingkungan yang semakin kompleks, di mana dinamika pasar keuangan terus berkembang, literasi keuangan menjadi keterampilan penting untuk mencapai kesejahteraan finansial jangka panjang, baik untuk individu maupun kelompok. Masalah literasi keuangan telah menjadi isu global yang memengaruhi berbagai negara. Tingkat literasi keuangan yang rendah dapat menjadi hambatan dalam mendukung inklusi keuangan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Fauzan & Jati Widagdo, 2023). Menurut laporan Otoritas Jasa Keuangan (2016), faktor-faktor seperti jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pendapatan memainkan peran penting dalam memengaruhi literasi keuangan. Perbedaan pemahaman dan keterampilan keuangan sering kali mencerminkan keragaman tingkat literasi antar individu.

Untuk menilai tingkat literasi keuangan individu, terdapat beberapa indikator yang digunakan sebagai acuan (Utami, 2023). Indikator-indikator tersebut meliputi :

1. Pemahaman tentang prinsip dasar keuangan.
2. Pemahaman terhadap produk tabungan dan peminjaman.

3. Pemahaman mengenai strategi investasi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian yang sudah dianalisis dapat di manfaatkan sebagai sumber bahan perspektif untuk mengetahui besar pengaruh antar variabel. Adapun table penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	(Muhammad Aditya Yulianto & Maria Rio Rita, 2021)	Mediasi Perilaku Pengelolaan Keuangan Dalam Pengaruh <i>Fintech</i> dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha)	Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Yang bertujuan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data	Hasil penelitian ini menekankan pentingnya integrasi antara fintech, literasi keuangan, dan perilaku pengelolaan keuangan dalam mendukung kinerja UMKM. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di wilayah Kota Salatiga yang menggunakan layanan fintech “Pojok Bayar”. Sampel yang digunakan

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
			menggunakan analisis data statistik.	berjumlah 100 responden yang diambil dengan teknik purposive sampling, menargetkan kriteria toko retail yang bergabung dalam SRC
2	(Tasya Virgia & Elsa Meirina, 2023)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM	Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, karena peneliti mengumpulkan dan mencari data berupa angka-angka. Jenis data yang digunakan yaitu data <i>cross sectional</i> .	Hasil pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM sektor kuliner begitu juga dengan orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Semakin rendah orientasi pasar maka semakin tinggi kinerja UMKM. Dengan mengumpulkan 88 kuosioner dari pelaku

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
				UMKM dan pengelolaan data menggunakan aplikasi SPSS.
3	(Angga Kurniawan, Elmira Febri Damayanti & Galia Intan Suri Mahardika, 2023)	Pengaruh Literasi Keuangan, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Pada Pelaku Usaha Kuliner Di Kota Batam	Penelitian ini menerapkan analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu literasi keuangan, orientasi pasar, dan inovasi produk, terhadap variabel dependen, yaitu kinerja UMKM. Hasil analisis menunjukkan	penelitian ini adalah bahwa literasi keuangan, orientasi pasar, dan inovasi produk secara bersama-sama mempengaruhi kinerja UMKM pelaku usaha kuliner di Kota Metro dengan cara yang positif. Oleh karena itu, pelaku usaha disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan, memahami orientasi pasar, dan melakukan inovasi produk untuk mencapai kinerja yang lebih baik.

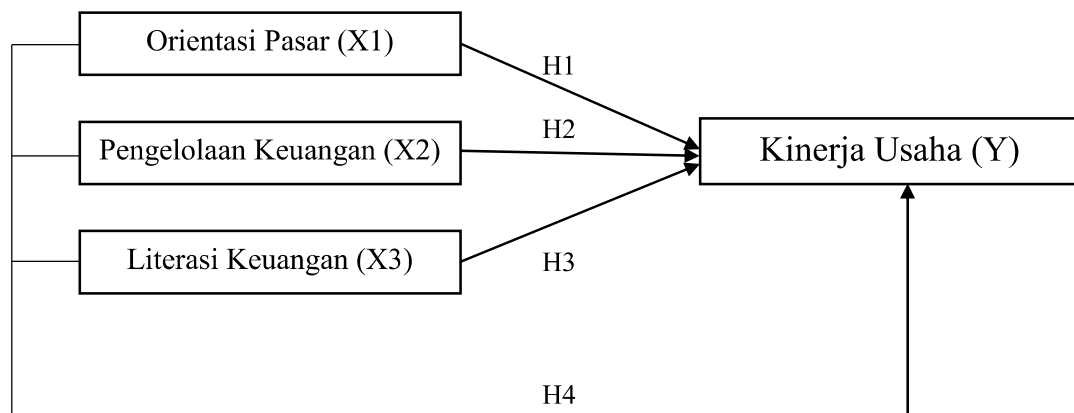
No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
			bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM pelaku usaha kuliner di Kota Metro, dengan nilai signifikansi yang diperoleh dari uji ANOVA dan uji t.	
4	(Reza Wulan Sari, 2022)	Pengaruh Literasi Keuangan, Modal Manusia, dan <i>Finansial Technology</i> Terhadap	Metode analisis data yang dilakukan mencakup beberapa uji, yaitu uji statistik deskriptif, uji validitas, uji	penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari variabel literasi keuangan, modal manusia, dan financial technology terhadap kinerja Usaha

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
		Kinerja UMKM Di Kabupaten Sleman	reliabilitas, dan uji regresi linier berganda. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif.	Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hasil ini mengimplikasikan bahwa pelaku UMKM perlu mengoptimalkan pemahaman dan penerapan literasi keuangan, modal manusia, dan teknologi finansial dalam menjalankan bisnis mereka. Dengan demikian, hal ini dapat menciptakan kinerja UMKM yang baik, mensejahterakan pelaku UMKM, dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian daerah.
5	(Salma Putri Mellinia &	Pengaruh Literasi Keuangan,	Alat analisis yang digunakan	Dari hasil Penelitian terlihat bahwa penelitian

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
	Laeli Budiarti, 2023)	Sikap Keuangan, dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM.	dalam penelitian ini adalah Deskriptif Statistik, Uji Validitas dan Reliabilitas, Analisis Regresi Linear Berganda, dan Uji Normalitas. Menggunakan metode penelitian kuantitatif.	ini memberikan bukti empiris yang mendukung pentingnya literasi keuangan, sikap keuangan, dan perilaku pengelolaan keuangan dalam meningkatkan kinerja UMKM, serta memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha.
6	(Putri Meisya & Dadang Surjasa, 2022)	The Effect of Market Orientation on Firm Performance in F&B	Menggunakan alat analisis regresi, uji validitas dan reabilitas,serta analisis deskriptif	Hasil dari penelitian yang membahas pengaruh orientasi pasar, inovasi perusahaan, dan integrasi rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan Hasil- hasil ini memberikan

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
		Business Sector: The Role of Supply Chain Integration and Firm Innovativeness	dengan menggunakan metode kuantitatif	wawasan penting bagi perusahaan, terutama UMKM di sektor makanan dan minuman, tentang pentingnya mengadopsi orientasi pasar dan inovasi untuk meningkatkan kinerja mereka

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka penulis dapat menyimpulkan

hipotesis bahwa :

H1: Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku Usaha Kuliner Di Kota Batam.

H2: Pengelolaan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku Usaha Kuliner Di Kota Batam.

H3: Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku Usaha Kuliner Di Kota Batam.

H4: Orientasi Pasar, Pengelolaan Keuangan, Kinerja Keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku Usaha Kuliner Di Kota Batam.