

**LITERASI KEUANGAN, *NETWORK COMPETENCY*,  
ORIENTASI PASAR DAN KINERJA KEUANGAN: STUDI  
PADA UMKM DI KOTA BANDUNG**

**SKRIPSI**



**Oleh**

**RAYNALD PHOEBUS MIHARDJO**

**NIM : 18510174**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG**

**2022**

**LITERASI KEUANGAN, *NETWORK COMPETENCY*,  
ORIENTASI PASAR DAN KINERJA KEUANGAN: STUDI  
PADA UMKM DI KOTA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Oleh

**RAYNALD PHOEBUS MIHARDJO**

**NIM : 18510174**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**LITERASI KEUANGAN, NETWORK COMPETENCY,**  
**ORIENTASI PASAR DAN KINERJA KEUANGAN: STUDI**  
**PADA UMKM DI KOTA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Oleh

**RAYNALD PHOEBUS MIHARDJO**

**NIM : 18510174**

Telah disetujui pada tanggal 5 Juli 2022

Dosen Pembimbing,



**Mega Noerhan Ningtyas, M.Sc**  
**NIP. 199109272019032023**

Mengetahui:

Ketua Program Studi,



**Muhammad Sulhan, SE., MM**  
**NIP. 197406042006041002**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**LITERASI KEUANGAN, NETWORK COMPETENCY,**  
**ORIENTASI PASAR DAN KINERJA KEUANGAN: STUDI**  
**PADA UMKM DI KOTA BANDUNG**

**SKRIPSI**

Oleh

**RAYNALD PHOEBUS MIHARDJO**

NIM : 18510174

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)  
Pada 24 Juni 2022

**Susunan Dewan Penguji**

1. Ketua

**Farahiyah Sartika, MM**

NIP. 199201212018012002

: (  )

2. Dosen Pembimbing/Sekretaris

**Mega Noerman Ningtyas, M.Sc**

NIP. 199109272019032023

: (  )

3. Penguji Utama

**Drs. Agus Sucipto, SE., MM., CRA**

NIP. 196708162003121001

: (  )



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,

**Muhammad Sulhan, SE., MM**  
NIP. 197406042006041002

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raynald Phoebus Mihardjo

NIM : 18510174

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **LITERASI KEUANGAN, NETWORK COMPETENCY, ORIENTASI PASAR DAN KINERJA KEUANGAN: STUDI PADA UMKM DI KOTA BANDUNG** adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 16 Juni 2022

Hormat saya,



Raynald Phoebus Mihardjo

NIM : 18510174

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan kekuatan dan kemudahan kepada penulis, skripsi ini dipersembahkan untuk:

Kedua orang tua saya yaitu Bapak Marwanto dan Ibu Ester Siswanto yang dengan sabar selalu mendidik penulis serta memberi dukungan penuh serta do'a kepada seluruh aktivitas yang penulis lakukan, sehingga penulis dapat berada pada titik ini.

Seluruh dosen maupun karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, terutama untuk Ibu Mega Noerman Ningtyas, M.Sc selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan serta dukungan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Seluruh sahabat dan teman-teman saya yang selalu memberi dukungan, yang selalu bersedia menjadi wadah bercerita maupun berdiskusi dan yang selalu menghibur penulis ketika penulis membutuhkannya.

## **HALAMAN MOTTO**

*“Talk less, do more”*

Banyak orang bisa berbicara, tetapi hanya sedikit orang yang bisa bertindak.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Literasi Keuangan, *Network Competency*, Orientasi Pasar, Kinerja Keuangan: Studi pada UMKM di Kota Bandung” ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam tak lupa kita panjatkan kepada Baginda Alam, Rahmatan lil ‘aalamiin, Nabi Muhammad SAW. Adanya penulisan skripsi ini tentunya memberikan manfaat kepada penulis baik dari segi akademik maupun pengalaman yang hanya dapat ditemukan satu kali selama masa studi S1. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan apresiasi kepada seluruh pihak atas tersusunnya skripsi ini. Penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberi kemudahan kepada penulis, yang selalu ada ketika penulis mengalami kesulitan, yang selalu memberi nikmat dalam segala bentuk, atas izin-Nya juga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
2. Prof. Dr. M. Zainuddin, MA. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Misbahul Munir, Lc., M.El. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Muhammad Sulhan, SE., MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Mega Noerman Ningtyas, M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan dukungan kepada penulis.
6. Seluruh jajaran dosen dan karyawan dari Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Bapak Marwanto, Ibu Ester Siswanto dan Carla Calista Mihardjo selaku keluarga tercinta yang senantiasa memberikan seluruh bentuk dukungan kepada penulis.



8. Teman-teman yang selalu menjadi tempat penulis untuk menuangkan cerita dan melakukan diskusi selama masa kuliah, sehingga kesehatan mental dari penulis tetap terjaga, yaitu: Adinda Putri Ayudini, Akbar Tri Susanto, Dimas Galih Prakasiwi, Nur Salsabila Afnani, Syarifatul Husna dan Tiara Rizqi Yulisa.
9. Teman-teman yang menjadi rekan seperjuangan penulis sejak menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) sehingga penulis dapat melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, teman-teman Conquisitor Scientia yaitu: Rizki Fauzi, Tiara Rizqi Yulisa, Wine Oktaviane Nurhidayah dan Zahra Aulia Rahma.
10. Teman-teman dari Jurusan Manajemen angkatan 2018 yang senantiasa menjadi tempat untuk penulis dalam melakukan diskusi.
11. Seluruh pelaku UMKM Kota Bandung yang telah terlibat dalam proses penulisan skripsi yang penulis lakukan.
12. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.
13. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis tulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis nantikan demi kesempurnaan skripsi ini.

Malang, 16 Juni 2022



Raynald Phoebus Mihardjo

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan Bahasa Arab)</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	10
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	11
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	11
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	12
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	12
<b>2.2 Kajian Teoritis</b> .....	22
2.2.1 <i>Resource Based View Theory</i> .....	22
2.2.2 Literasi Keuangan .....	24
2.2.3 <i>Network Competency</i> .....	30
2.2.4 Orientasi Pasar .....	33
2.2.5 Kinerja Keuangan.....	36
<b>2.3 Kerangka Konseptual</b> .....	38
<b>2.4 Hipotesis Penelitian</b> .....	39
2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM	39

2.4.2	Pengaruh <i>Network Competency</i> terhadap Kinerja Keuangan UMKM .....	40
2.4.3	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM dengan Orientasi Pasar sebagai Variabel Moderasi.....	40
2.4.4	Pengaruh <i>Network Competency</i> terhadap Kinerja Keuangan UMKM dengan Orientasi Pasar sebagai Variabel Moderasi.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
<b>3.1</b>	<b>Jenis dan Pendekatan Penelitian.....</b>	<b>43</b>
<b>3.2</b>	<b>Lokasi dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>43</b>
<b>3.3</b>	<b>Populasi dan Sampel .....</b>	<b>43</b>
3.3.1	Populasi.....	43
3.3.2	Sampel.....	44
<b>3.4</b>	<b>Teknik Pengambilan Sampel.....</b>	<b>44</b>
<b>3.5</b>	<b>Data dan Jenis Data .....</b>	<b>45</b>
<b>3.6</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>45</b>
<b>3.7</b>	<b>Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>45</b>
3.6.1	Variabel Dependen.....	45
3.6.2	Variabel Independen .....	46
3.6.3	Variabel Moderasi.....	46
<b>3.8</b>	<b>Analisis Data .....</b>	<b>48</b>
3.7.1	<i>Partial Least Square</i> (PLS).....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>53</b>
<b>4.1</b>	<b>Hasil Penelitian.....</b>	<b>53</b>
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
4.1.2	Uji <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	56
<b>4.2</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>63</b>
4.2.1	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM	63
4.2.2	Pengaruh <i>Network Competency</i> terhadap Kinerja Keuangan UMKM .....	65
4.2.3	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM dengan Orientasi Pasar sebagai Variabel Moderasi.....	67

4.2.4	Pengaruh <i>Network Competency</i> terhadap Kinerja Keuangan UMKM dengan Orientasi Pasar sebagai Variabel Moderasi .....	69
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	71
5.1	<b>Kesimpulan</b> .....	71
5.2	<b>Saran</b> .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang UMKM.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi UMKM .....	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet UMKM .....	45
Tabel 4.5 <i>Outer Weights</i> .....	45
Tabel 4.6 <i>Outer Loadings</i> .....	46
Tabel 4.7 <i>Outer VIF Values</i> .....	47
Tabel 4.8 <i>R Square</i> .....	48
Tabel 4.9 <i>F Square</i> .....	48
Tabel 4.10 <i>Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)</i> .....	49
Tabel 4.11 <i>Inner VIF Values</i> .....	50
Tabel 4.12 Uji Hipotesis .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan UMKM Indonesia Tahun 2010-2019.....	1
Gambar 1.2 Perkembangan Kredit UMKM di Jawa Barat Tahun 2018-2021.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	30
Gambar 4.1 Hasil Output <i>Bootstrapping</i> .....	49

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Bukti Konsultasi

Lampiran 2 Biodata Peneliti

Lampiran 3 Instrumen Penelitian

Lampiran 4 Kuesioner Penelitian

Lampiran 5 Data Kuesioner

Lampiran 6 Hasil Uji SmartPLS

Lampiran 7 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme

## ABSTRAK

Mihardjo, Raynald Phoebus. 2022, SKRIPSI. Judul: “Literasi Keuangan, *Network Competency*, Orientasi Pasar dan Kinerja Keuangan: Studi pada UMKM di Kota Bandung”

Pembimbing : Mega Noerman Ningtyas, M.Sc

Kata Kunci : Literasi Keuangan, *Network Competency*, Orientasi Pasar, Kinerja Keuangan UMKM

---

UMKM memiliki banyak prestasi maupun kontribusi bagi Indonesia, namun tak sedikit masalah yang muncul baik itu masalah finansial maupun non finansial yang menimbulkan keterbatasan bagi para pelaku UMKM dalam meningkatkan kinerja keuangan mereka. Dalam hal ini, para peneliti menekankan pentingnya berbagai kemampuan yang dimiliki oleh seorang pelaku UMKM dalam meningkatkan kinerja keuangan melalui dua kemampuan dasar: literasi keuangan dan *network competency* (kemampuan dalam berjejaring). Tujuan penelitian ini yaitu meneliti pengaruh literasi keuangan dan *network competency* yang dimiliki oleh para pelaku UMKM di Kota Bandung pada kinerja keuangan UMKM. Selain itu, penelitian ini juga menguji dampak moderasi dari orientasi pasar.

Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Total 197 kuesioner dikumpulkan dari para pelaku UMKM di Kota Bandung yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. *Structural Equation Modelling* (SEM) digunakan untuk analisis data menggunakan aplikasi SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan *network competency* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Selain itu, orientasi pasar tidak dapat memperkuat dampak positif dari literasi keuangan dan *network competency* terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Bandung.



## ABSTRACT

Mihardjo, Raynald Phoebus. 2022, THESIS. Title: “Financial Literacy, Network Competency, Market Orientation and Financial Performance: A Study on MSMEs in Bandung City”

Supervisor : Mega Noerman Ningtyas, M.Sc

Keywords : Financial Literacy, Network Competency, Market Orientation, MSME Financial Performance

---

MSMEs have many achievements and contributions to Indonesia, but not a few problems occur both financial and non-financial problems that pose limitations for MSME actors in improving their financial performance. In this case, the researchers emphasize the importance of various abilities possessed by an MSME actor in improving financial performance through two basic skills: financial literacy and network competency. The aim of this study is that to examine the effect of financial literacy and network competency owned by MSME actors in Bandung City on MSME financial performance. In addition, this study examines the moderating effect of market orientation.

Quantitative research methods were used in this study with a questionnaire as a data collection tool. A total of 197 questionnaires were collected from MSME actors in the city of Bandung which were selected by using purposive sampling. In addition, structural Equation Modeling (SEM) was used for data analysis using the SmartPLS application.

The results show that financial literacy and network competency have a positive and significant impact on the financial performance of MSMEs. In addition, market orientation cannot strengthen the positive impact of financial literacy and network competency on the financial performance of MSMEs in Bandung City.

## المستخلص

ميهاردجو ، رينالد فيبوس . 2022 ، أطروحة .العنوان " :الثقافة المالية وكفاءة الشبكة والتوجه نحو السوق والأداء المالي :دراسة حول المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة "والمتوسطة في مدينة باندونغ  
المشرفة: م .ميكا نورمان نيغتياس  
الكلمات المفتاحية :الثقافة المالية ، كفاءة الشبكة ، التوجه السوقي ، الأداء تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة

تتمتع المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة بالعديد من الإنجازات والمساهمات في إندونيسيا ، ولكن ليس هناك بعض المشكلات التي تنشأ ، سواء المشكلات المالية أو غير المالية التي تفرض قيودًا على الجهات الفاعلة في المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في تحسين أدائها المالي. في هذه الحالة ، يؤكد الباحثون على أهمية القدرات المختلفة التي يمتلكها الفاعل في المشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في تحسين الأداء المالي من خلال مهارتين أساسيتين: محو الأمية المالية وكفاءة الشبكة. الغرض من هذه الدراسة هو دراسة تأثير محو الأمية المالية وكفاءة الشبكة التي تمتلكها الجهات الفاعلة في المشاريع الصغرى والصغيرة والمتوسطة في مدينة باندونغ على الأداء المالي للمشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. بالإضافة إلى ذلك ، تبحث هذه الدراسة أيضًا في التأثير المعتدل لتوجه السوق

تم استخدام طرق البحث الكمي في هذه الدراسة مع الاستبيان كأداة لجمع البيانات. تم جمع ما مجموعه 197 استبيانًا من الجهات الفاعلة في المشروعات المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر في مدينة باندونغ والتي تم اختيارها باستخدام عينات هادفة. وتم استخدام SmartPLS لتحليل البيانات باستخدام تطبيق (SEM) نمذجة المعادلات الهيكلية

أظهرت النتائج أن الثقافة المالية وكفاءة الشبكة كان لهما تأثير إيجابي وهام على الأداء المالي للمشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. بالإضافة إلى ذلك ، لا يمكن لتوجه السوق أن يعزز التأثير الإيجابي لمحو الأمية المالية وكفاءة الشبكة على الأداء المالي للمشروعات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في مدينة باندونغ.

# **BAB I**

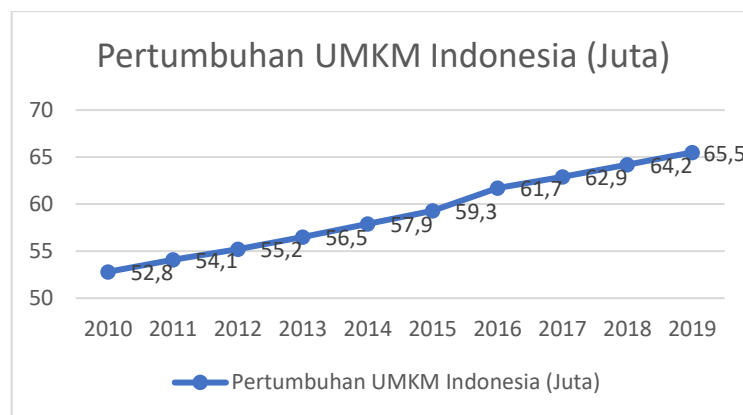
## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pandemi COVID-19 sangat berdampak pada kehidupan penduduk Indonesia mulai dari segi budaya, sosial hingga ekonomi. Dari segi ekonomi, seluruh lapisan terkena dampak pandemi COVID-19, termasuk usaha atau bisnis yang dijalankan oleh perusahaan hingga UMKM karena adanya sistem *lockdown* yang membuat pendapatan usaha pun menurun. Namun, tidak semua UMKM terkena dampak dari pandemi COVID-19, banyak pula yang justru pendapatannya meningkat secara drastis selama pandemi. Hal tersebut dibuktikan dengan kontribusi UMKM yang sangat besar terhadap PDB Indonesia, yaitu sebesar 61,97% dari jumlah PDB Indonesia atau setara dengan Rp. 8.500 triliun (BPKM, 2020). Selain itu, UMKM juga berperan besar terhadap penyerapan tenaga kerja, yaitu sebesar 97% dari daya serap bisnis karena jumlah UMKM yang sangat banyak sehingga menambah lapangan pekerjaan yang tersedia.

Pertumbuhan UMKM di Indonesia dalam 10 tahun terakhir terus mengalami peningkatan sebagaimana data yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah di bawah ini.

**Gambar 1.1**  
**Pertumbuhan UMKM Indonesia**  
**Tahun 2010-2019**



Sumber: Data Kementerian Koperasi dan UMKM, 2021

Dengan banyaknya jumlah UMKM di Indonesia, tentunya ada beberapa lembaga atau institusi yang secara konsisten memberikan penghargaan bagi UMKM sebagai bentuk apresiasi dan motivasi bagi UMKM di Indonesia, salah satunya yaitu Penghargaan Natamukti. Penghargaan Natamukti merupakan penghargaan yang diselenggarakan *International Council for Small Business* (ICSB) Indonesia dengan Kementerian Koperasi dan UKM RI (KUKM) yang dianugerahkan bagi kota maupun kabupaten yang dianggap mampu menjaga eksistensi dan mendorong pertumbuhan UMKM di daerah masing-masing yang digelar sejak tahun 2016. Kota atau Kabupaten yang secara konsisten mendapatkan penghargaan tersebut adalah Kota Bandung yang memiliki jumlah UMKM sebanyak 464 ribu pada tahun 2021 (Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Jawa Barat, 2021), dimana Kota Bandung mendapatkan pemenang dari beberapa nominasi Penghargaan Natamukti dari tahun 2017-2020.

Kota Bandung di tahun 2017 mendapatkan Penghargaan Natamukti, dimana penghargaan ini dianugerahkan kepada kota maupun kabupaten yang

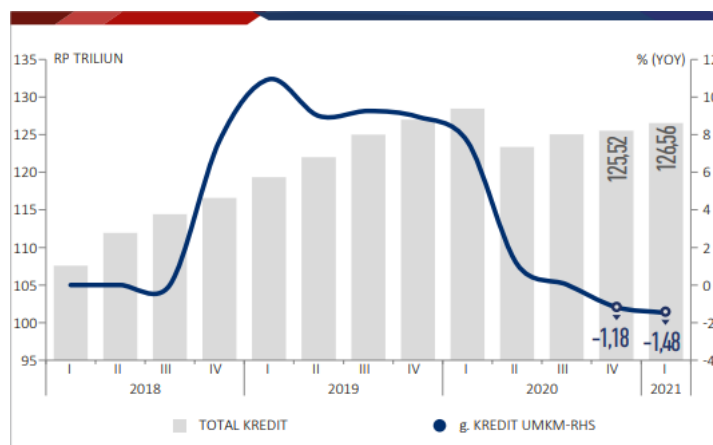
berhasil meningkatkan kualitas serta membangun ekosistem UMKM di daerahnya. Pada tahun 2018, Kota Bandung mendapatkan Penghargaan Natamukti Nindya Ganapravara, dimana penghargaan ini diberikan kepada pemenang Natamukti yang terus menunjukkan kinerja yang bagus setelah menerima Penghargaan Natamukti. Pada tahun 2019, Kota Bandung mendapatkan Penghargaan Natamukti, dimana penghargaan tersebut sama dengan penghargaan yang sebelumnya diraih pada tahun 2017. Pada tahun 2020, Kota Bandung mendapatkan Penghargaan Natamukti Nindya yang merupakan penghargaan tertinggi dan terbaik dari semua peraih Natamukti.

Jumlah prestasi dan kontribusi UMKM sudah tak perlu dipertanyakan lagi bagi Indonesia, namun pada kenyataannya UMKM memiliki beberapa masalah. Masalah non finansial yang dihadapi oleh UMKM yaitu kemampuan produksi dan manajemen yang masih terbatas, pemasaran yang cukup sulit karena tingginya tingkat kompetisi, lemahnya kemampuan manajemen usaha, kualitas sumber daya manusia, terbatasnya akses informasi untuk mempromosikan produk UMKM dan belum mampu menciptakan peluang sendiri untuk memulai sebuah usaha. Masalah finansial yang dihadapi oleh UMKM yaitu modal yang terbatas karena adanya akses yang terbatas terhadap berbagai informasi, layanan dan fasilitas keuangan (Siahaan et al., 2020).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Departemen Pengembangan UMKM BI pada tahun 2016, diketahui bahwa terdapat 60-70% UMKM yang belum mendapatkan akses atau pembiayaan dari perbankan karena dua faktor, yaitu hambatan secara geografis dan hambatan secara

administratif. Secara geografis, belum banyak perbankan yang tersedia di daerah pelosok dan terpencil. Secara administratif, hambatan yang dihadapi UMKM yaitu pengelolaan usaha yang masih dilakukan secara sederhana, termasuk pengelolaan keuangan dimana para pelaku UMKM masih belum dapat memisahkan antara keuangan untuk keperluan usaha dan yang digunakan untuk keperluan rumah tangga. Kondisi tersebut juga dibuktikan dengan tingkat penyaluran kredit UMKM di Jawa Barat yang pada triwulan I 2021 justru berkontraksi sebesar -1,48% (*yoy*) dengan nominal kredit sebesar Rp. 126,56 triliun. Kondisi UMKM yang masih terpuruk akibat adanya pandemi COVID-19 masih memerlukan waktu untuk kembali pulih. Perkembangan tingkat penyaluran kredit UMKM di Jawa Barat dapat dilihat melalui grafik berikut ini.

**Gambar 1.2**  
**Perkembangan Kredit UMKM di Jawa Barat**  
**Tahun 2018-2021**



Sumber: Bank Indonesia, 2021

Pengelolaan keuangan UMKM yang belum baik dapat dibantu dengan meningkatkan tingkat literasi keuangan. Dalam Peraturan Otoritas Jasa

Keuangan No. 76 Tahun 2016, dijelaskan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang menentukan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019 menemukan bahwa tingkat literasi keuangan di Indonesia masih sangat rendah yaitu 38,03%, padahal tingkat inklusi keuangannya sudah mencapai angka 76,19%. Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 76 Tahun 2016 dijelaskan bahwa inklusi keuangan merupakan ketersediaan akses pada berbagai lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Artinya, masyarakat Indonesia banyak yang menggunakan produk keuangan namun tidak dibarengi dengan tingkat literasi keuangan yang cukup. Jika tingkat inklusi keuangan di suatu negara rendah, maka masyarakat negara tersebut masuk ke dalam kategori *financial exclusion* atau pengecualian keuangan, dimana masyarakat maupun UMKM yang masuk ke dalam kategori ini tidak memiliki akses terhadap lembaga jasa keuangan, mereka tidak dapat memanfaatkan produk maupun layanan dari lembaga keuangan. *Financial exclusion* sendiri meliputi 4 bidang yaitu tabungan, kredit transaksi perbankan, dan asuransi. Inklusi keuangan menjadi sangat penting karena sistem keuangan yang dilaksanakan secara optimal membutuhkan masyarakat untuk dapat mengakses lembaga keuangan sebagai salah satu kuncinya. Jika masyarakat memiliki akses terhadap lembaga

keuangan kedepannya akan mendorong tingkat perputaran modal yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan ekonomi (Wardhono et al., 2018).

Tingkat literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan dampak negatif bagi perilaku keuangan dari seorang individu. Individu yang kurang terliterasi cenderung tidak memiliki rencana pensiun, melakukan pinjaman dengan tingkat suku bunga yang tinggi, kurang atau tidak memiliki aset, memiliki keterbatasan informasi terhadap dunia keuangan, memiliki risiko yang tinggi, ketidakefektifan alokasi portofolio dan tabungan yang tidak banyak. Tingkat literasi keuangan yang rendah juga dapat menimbulkan banyak penipuan dan persaingan yang kurang sehat di pasar keuangan (Hidajat, 2015). Pelaku UMKM yang terliterasi dengan baik akan berpengaruh terhadap kinerja UMKM itu sendiri, karena kemampuan UMKM dalam mengakses sumber daya keuangan membuat pengelolaan keuangan dan akuntabilitasnya bisa dipertanggungjawabkan dengan baik. Hal tersebut sejalan dengan penelitian-penelitian yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki kaitan yang positif dengan kinerja usaha (Hossain, 2020; Ningtyas & Andarsari, 2021; Usama & Yusoff, 2019).

Selain literasi keuangan, dalam mendukung kinerja UMKM diperlukan *network competency* atau kemampuan untuk berjejaring dengan pelaku bisnis yang lain. Bagi para pelaku UMKM, *network competency* sangat penting untuk meningkatkan kinerja usahanya. Hal tersebut disebabkan karena dalam mengimplementasikan strategi bisnis, mereka memerlukan akses kepada para pemangku kepentingan seperti lembaga



keuangan, investor atau pemodal, *supplier* atau pemasok, distributor, hingga pelanggan. Oleh karena itu UMKM cenderung fokus dalam membangun jaringan atau hubungan bisnis untuk memastikan pertumbuhan kinerja usahanya, keberhasilan mereka juga bergantung pada seberapa baik hubungan atau jaringan dengan pihak eksternal (Tehseen et al., 2019). UMKM yang ingin berekspansi ke daerah lain atau bahkan luar negeri serta memperluas pasarnya ke pasar internasional, perlu berkomitmen untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam berjejaring dengan pelaku bisnis yang lain. Ketika mereka melakukannya, mereka perlu berkonsentrasi untuk mengembangkan jaringan bisnisnya secara keseluruhan dibandingkan dengan hanya melakukan kerjasama dengan satu mitra saja (Torkkeli et al., 2016).

Koneksi atau hubungan bisnis antara dua perusahaan atau dua mitra akan mengembangkan aktivitas serta sumber daya perusahaan itu sendiri. Selain itu, hubungan bisnis antara dua mitra juga akan menghasilkan aktivitas serta sumber daya yang tidak dapat dilakukan oleh keduanya jika mereka bekerja sendiri. Hubungan bisnis sangat penting dan dapat berpengaruh untuk kinerja perusahaan. Tepatnya berpengaruh terhadap struktur aktivitasnya, pengumpulan sumber daya yang dapat digunakan, serta terhadap struktur organisasi yang kemudian dapat berpengaruh pula terhadap pengembangan kemampuan serta terhadap hasil dari kinerja operasional dari perusahaan itu sendiri (Hakansson & Snehota, 1995). Beberapa penelitian menghasilkan bahwa *network competency* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM yang beroperasi secara internasional di Finlandia (Torkkeli et al., 2016).

*Network competency* juga secara tidak langsung berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, tepatnya berpengaruh terhadap inovasi perusahaan yang tentunya akan mengamankan posisi perusahaan pada kompetisi di masa yang akan datang (Parida et al., 2017).

Faktor yang dapat mempengaruhi kinerja sebuah perusahaan yaitu: motivasi, keterampilan, kompetensi, dan komitmen (*personal factors*), kualitas dukungan dan bimbingan *team leader* (*leadership factors*), kualitas dukungan tim kerja (*team factors*), sistem kerja (*system factors*), dan tingginya tekanan dari lingkungan perusahaan (*contextual/situational factors*) (Wibowo dalam Mukson et al., 2019) . Orientasi pasar juga mempengaruhi kinerja UMKM karena sebuah usaha yang berorientasi pada pasar menunjukkan sejauh mana komitmen perusahaan dalam mengumpulkan informasi terkait pasar dan pesaingannya dengan tujuan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan (permintaan) konsumen dan strategi dalam menghadapi persaingan pasar (Afsharghasemi et al., 2013). Hal tersebut terbukti dalam beberapa penelitian yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh secara positif terhadap kinerja UMKM (Chen & Ho Chao & Spillan, 2010; Nuvriasari et al., 2015; Zhang et al., 2017).

Dampak dari orientasi pasar dibagi ke dalam empat kategori: kinerja perusahaan, dampak terhadap pelanggan, dampak terhadap inovasi, dan dampak terhadap pegawai. Orientasi pasar membuat sebuah perusahaan memiliki kemampuan dalam *market-sensing* (kemampuan dalam memahami pasar) dan *customer-linking* (kemampuan dalam mempertahankan hubungan

dengan pelanggan) yang mengarah kepada kinerja perusahaan yang unggul. Kinerja perusahaan yang dimaksud terdiri dari kinerja berbasis biaya dan kinerja berbasis pendapatan. Kinerja berbasis biaya yakni kinerja setelah memperhitungkan biaya implementasi strategi (seperti pengukuran laba), sedangkan kinerja berbasis pendapatan yakni kinerja yang tidak memperhitungkan biaya implementasi strategi (seperti penjualan dan pangsa pasar) (Kirca et al., 2005). Orientasi pasar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan di Indonesia (Haryanto et al., 2020; Situmorang & Simanjuntak, 2021) serta Ghana dan Ethiopia (Oduro & Haylemariam, 2019).

Kinerja UMKM dapat semakin meningkat jika pelaku UMKM memiliki kemampuan orientasi pasar yang baik. Orientasi pasar merupakan salah satu variabel yang mendukung kinerja UMKM, jika pelaku UMKM mengimplementasikan strategi yang berorientasi pasar maka akan menimbulkan perilaku pasar yang reaktif dan inovatif. Adanya implementasi strategi yang berorientasi pasar dapat meningkatkan kinerja UMKM karena perusahaan memahami pasar dan mengembangkan produk maupun jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan kemauan dari pelanggan (Wijaya, 2020). Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian dari Slater & Narver (2000) yang menyatakan bahwa orientasi pasar memiliki hubungan yang positif dengan profitabilitas (keuntungan) usaha, dimana orientasi pasar berkaitan dengan sejumlah bentuk komunikasi dengan pelanggan dan para pesaing dalam pasar (Slater & Narver, 2000). Orientasi pasar sudah terbukti di beberapa penelitian

dapat meningkatkan kinerja UMKM, dengan ini peneliti menduga bahwa orientasi pasar juga akan mampu memperkuat dampak positif literasi keuangan dan *network competency* terhadap kinerja keuangan UMKM yang sudah diperkuat dengan penelitian yang sama di China (Ali & Li, 2021). Pada penelitian yang sama, orientasi pasar juga mampu memperkuat dampak positif *network competency* terhadap kinerja keuangan UMKM di UAE, namun tidak dapat memperkuat literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM di negara yang sama. Atas dasar tersebut, maka peneliti menjadikan orientasi pasar sebagai variabel moderasi berdasarkan asumsi bahwa orientasi pasar dapat memperkuat maupun memperlemah pengaruh antara literasi keuangan dan kinerja UMKM di Indonesia, khususnya di Kota Bandung.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Literasi Keuangan, *Network Competency*, Orientasi Pasar, dan Kinerja Keuangan: Studi pada UMKM di Kota Bandung”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM?
2. Apakah terdapat pengaruh *Network Competency* terhadap Kinerja Keuangan UMKM?

3. Apakah Orientasi Pasar dapat memoderasi hubungan Literasi Keuangan dengan Kinerja Keuangan UMKM?
4. Apakah Orientasi Pasar dapat memoderasi hubungan *Network Competency* dengan Kinerja Keuangan UMKM?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM.
2. Untuk menguji pengaruh *Network Competency* terhadap Kinerja Keuangan UMKM.
3. Untuk menguji peran Orientasi Pasar sebagai variable moderasi terhadap Literasi Keuangan dan Kinerja Keuangan UMKM.
4. Untuk menguji peran Orientasi Pasar sebagai variable moderasi terhadap *Network Competency* dan Kinerja Keuangan UMKM.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Menjadi bahan rujukan untuk kajian maupun keperluan akademik lainnya
- b. Memberikan pemikiran baru bagi pengembangan ilmu sosial dan ekonomi

#### **2. Manfaat Praktisi**

Sebagai referensi untuk peneliti yang akan memilih topik yang serupa, sehingga penelitian selanjutnya dapat memiliki kualitas yang lebih baik.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu adalah suatu cara agar peneliti dapat melihat apa yang kurang dari penelitian sebelumnya serta kelebihan apa yang dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya. Penelitian terdahulu memiliki posisi yang cukup penting karena digunakan sebagai referensi atau rujukan dalam menyelesaikan masalah sebuah penelitian, juga sebagai acuan dalam melakukan penelitian baru. Penelitian terdahulu yang dituliskan atau digunakan biasanya memiliki variabel yang sama, baik variabel independen maupun dependen (Jaya, 2020).

Peneliti menuliskan penelitian-penelitian terdahulu dalam bentuk penelitian yang sudah dipublikasikan yaitu jurnal. Adapun penelitian-penelitian terdahulu dalam penelitian ini yaitu:

1. Ali & Li (2021)

Penelitian ini menguji literasi keuangan dan *network competency* terhadap kinerja keuangan dengan dimoderasi dengan orientasi pasar. Analisis data yang digunakan yaitu *Structural Equation Modelling* (SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasilnya: (a) kinerja keuangan UMKM berhubungan positif dengan mempertahankan literasi keuangan dan *network competency* di China dan UAE; (b) orientasi pasar memperkuat dampak positif dari literasi keuangan dan *network competency* di China,

serta memiliki dampak signifikan dalam memoderasi hubungan antara *network competency* dan kinerja keuangan UMKM di UAE.

2. Hossain (2020)

Penelitian ini menguji sumber daya keuangan dan literasi keuangan terhadap pertumbuhan UMKM (keuangan dan non keuangan) dengan dimoderasi oleh dukungan perusahaan privat. Analisis data yang digunakan yaitu *Partial Least Square* (PLS). Hasilnya kedua variabel keuangan (sumber daya & literasi) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM.

3. Usama & Yusoff (2019)

Penelitian ini menguji literasi keuangan terhadap kinerja usaha dengan menggunakan analisis regresi sebagai analisis datanya. Hasilnya literasi keuangan mempunyai pengaruh yang cukup signifikan pada kinerja usaha, bahkan menjadi faktor utama.

4. Esiebuige *et.al* (2018)

Penelitian ini menguji literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di Nigeria dengan menggunakan analisis regresi berganda sebagai analisis datanya. Hasilnya pengetahuan tentang keuangan dan sikap keuangan mempengaruhi kinerja UMKM, direkomendasikan untuk mengadakan program pelatihan tentang literasi keuangan di sekolah maupun institusi.

5. Bongomin *et.al* (2017)

Penelitian ini menguji akses dan literasi keuangan terhadap pertumbuhan UMKM dengan menggunakan *Exploratory Factor Analysis*

(EFA) sebagai analisis datanya. Hasilnya akses dan literasi keuangan memiliki hubungan yang positif dengan pertumbuhan UMKM di negara berkembang.

6. Dahmen & Rodriguez (2014)

Penelitian ini menguji literasi keuangan terhadap kinerja UMKM dengan menggunakan metode wawancara. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kekuatan finansial UMKM dengan kebiasaan finansial dari pemilik usaha. Pemilik usaha yang tidak melakukan review terhadap laporan keuangan usaha secara rutin, usahanya mengalami kesulitan finansial.

7. Adomako & Danso (2014)

Penelitian ini menguji literasi keuangan terhadap kinerja usaha yang dimoderasi oleh ketersediaan modal dan fleksibilitas sumber daya dengan *Ordinary Least Square* (OLS) sebagai analisis datanya. Hasilnya menunjukkan bahwa literasi keuangan terbukti dapat meningkatkan kinerja usaha, juga ketika adanya sumber daya serta akses kepada lembaga keuangan.

8. Alamsyah (2020)

Penelitian ini menguji kualitas manajemen keuangan dan literasi keuangan terhadap kinerja keuangan dengan menggunakan *Path Analysis* sebagai analisis datanya. Hasilnya menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kualitas manajemen keuangan baik secara terpisah maupun bersamaan memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja keuangan.



9. Idawati & Pratama (2020)

Penelitian ini menguji literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar dengan menggunakan *Partial Least Square (PLS)* sebagai analisis datanya. Hasilnya literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM.

10. Farida & Nuryakin (2021)

Penelitian ini menguji *network capability* dan *relational capability* terhadap kinerja UMKM manufaktur dengan *product innovation* sebagai variabel mediasi menggunakan analisis SEM-PLS. Hasilnya, *network capability* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap inovasi produk dan kinerja usaha.

11. Anser *et.al* (2020)

Penelitian ini menguji *network capability* dan *structural flexibility* terhadap kinerja usaha dengan menggunakan analisis regresi dan *bootstrapping*. Hasilnya, *network capability* berpengaruh secara positif terhadap *structural flexibility* yang pada akhirnya membantu dalam meningkatkan *strategic business performance*.

12. Sulistyono (2020)

Penelitian ini menguji *network capability* dan *knowledge creation* terhadap kinerja UMKM di Indonesia dengan *innovation capability* sebagai variabel mediasi menggunakan analisis SEM-PLS. Hasilnya, *network*

*capability* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *innovation capability* dan kinerja usaha.

13. Mamun *et.al* (2019)

Penelitian ini menguji *entrepreneurial skills*, orientasi pasar, orientasi penjualan, dan *networking* terhadap kompetensi kewirausahaan dan kinerja perusahaan di Malaysia dengan menggunakan metode wawancara. Hasilnya menunjukkan bahwa *entrepreneurial skills*, orientasi pasar, orientasi penjualan, dan *networking* memiliki pengaruh positif terhadap kompetensi kewirausahaan. Kompetensi kewirausahaan, *entrepreneurial skills*, dan *networking* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

14. Tehseen *et.al* (2018)

Penelitian ini menguji *entrepreneurial competencies* dan *network competency* terhadap pertumbuhan UMKM dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) sebagai analisis datanya. Meskipun penelitian ini tidak mengungkapkan efek langsung *entrepreneurial competencies* pada pertumbuhan UMKM, kompetensi ini bagaimanapun juga terbukti berpengaruh dalam menggerakkan pertumbuhan UMKM ketika *network competency* digunakan sebagai mediator.

15. Parida *et.al* (2017)

Penelitian ini menguji *network capability* dan inovasi terhadap kinerja perusahaan dengan *Structural Equation Modelling* (SEM) sebagai analisis datanya. Hasilnya menunjukkan bahwa *network capability* dan

inovasi secara tidak langsung berpengaruh terhadap kinerja. *Network capability* dan inovasi sangat penting bagi perusahaan kecil dan *start-up* untuk tetap kompetitif.

16. Torkkeli *et.al* (2016)

Penelitian ini menguji *network competence* terhadap pertumbuhan UMKM, ditemukan bahwa *network competence* merupakan pertanda signifikan pada pertumbuhan UMKM yang beroperasi dalam skala internasional dibandingkan dengan UMKM yang hanya beroperasi di dalam negeri saja.

17. Naude *et.al* (2014)

Penelitian ini menguji *network competence* terhadap pertumbuhan UMKM, ditemukan bahwa *network competence* merupakan pertanda signifikan pada pertumbuhan UMKM yang beroperasi dalam skala internasional dibandingkan dengan UMKM yang hanya beroperasi di dalam negeri saja.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Penulis & Judul	Variabel	Analisis Data	Hasil
1.	Ali & Li (2021), <i>Financial Literacy, Network Competency, and SMEs Financial Performance: The Moderating Role of Market Orientation</i>	Literasi keuangan, <i>network competency</i> , orientasi pasar, kinerja keuangan	<i>Structural Equation Modelling</i> (Smart-PLS)	1. Kinerja keuangan UMKM berhubungan positif dengan mempertahankan literasi keuangan dan <i>network competency</i> di China dan UAE. 2. Orientasi pasar memperkuat dampak positif dari literasi keuangan dan <i>network competency</i> di China, serta memiliki dampak signifikan dalam memoderasi hubungan antara <i>network competency</i> dan kinerja keuangan UMKM di UAE.
2.	Hossain (2020), <i>Financial resources, financial literacy and small firm growth: Does private organizations matter?</i>	Sumber daya keuangan, literasi keuangan, dukungan perusahaan privat, pertumbuhan UMKM (keuangan dan non keuangan)	<i>Partial Least Square</i> (PLS)	Kedua variabel keuangan (sumber daya & literasi) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM.
3.	Usama & Yusoff (2019), <i>The Impact of Financial Literacy on Business Performance</i>	Literasi keuangan, kinerja usaha	Analisis Regresi	Literasi keuangan memiliki kaitan yang signifikan pada kinerja usaha, bahkan menjadi faktor utama.
4.	Esiebugie <i>et.al</i> (2018), <i>Financial Literacy and Performance of Small and Medium Scale Enterprises in Benue State, Nigeria</i>	Literasi keuangan, kinerja UMKM	Analisis Regresi Berganda	Pengetahuan tentang keuangan dan sikap keuangan mempengaruhi kinerja UMKM, direkomendasikan untuk mengadakan program pelatihan tentang literasi keuangan di sekolah maupun institusi.

5.	Bongomin <i>et.al</i> (2017), <i>The relationship between access to finance and growth of SMEs in developing economies: Financial literacy as a moderator</i>	Akses keuangan, literasi keuangan, pertumbuhan UMKM	<i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA)	Literasi keuangan dan akses keuangan memiliki kaitan yang positif dengan pertumbuhan UMKM di negara berkembang.
6.	Dahmen & Rodriguez (2014), <i>Financial Literacy and the Success of Small Businesses: An Observation from a Small Business Development Center</i>	Literasi keuangan, kinerja UMKM	Wawancara	Terdapat hubungan yang kuat antara kekuatan finansial UMKM dengan kebiasaan finansial dari pemilik usaha. Pemilik usaha yang tidak melakukan <i>review</i> terhadap laporan keuangan usaha secara rutin, usahanya mengalami kesulitan finansial.
7.	Adomako & Danso (2014), <i>Financial Literacy and Firm performance: The moderating role of financial capital availability and resource flexibility</i>	Literasi keuangan, ketersediaan modal, fleksibilitas sumber daya, kinerja usaha	<i>Ordinary Least Square</i> (OLS)	Literasi keuangan terbukti dapat meningkatkan kinerja usaha, juga ketika adanya sumber daya serta akses kepada lembaga keuangan.
8.	Alamsyah (2020), Pengaruh literasi keuangan dan kualitas manajemen keuangan terhadap kinerja keuangan pada UKM meubel di Kota Gorontalo	Literasi keuangan, kualitas manajemen keuangan, kinerja keuangan	<i>Path Analysis</i>	Literasi keuangan dan kualitas manajemen keuangan baik secara terpisah maupun bersamaan memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja keuangan.
9.	Idawati & Pratama (2020), Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan	Literasi keuangan, kinerja UMKM, keberlangsungan UMKM	<i>Partial Least Square</i> (PLS)	Literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM.

	Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar			
10.	Farida & Nuryakin (2021), <i>Network capability, relational capability and Indonesian manufacturing SME performance: an empirical analysis of the mediating role of product innovation</i>	<i>Knowledge sharing, network capability, product innovation, relational capability, kinerja usaha</i>	SEM-PLS	<i>Network capability</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap inovasi produk dan kinerja usaha.
11.	Anser <i>et.al</i> (2020), <i>Strategic business performance through network capability and structural flexibility</i>	<i>Network capability, structural flexibility, orientasi kewirausahaan, strategic business performance</i>	Analisis Regresi & Bootstrapping	<i>Network capability</i> berpengaruh secara positif terhadap <i>structural flexibility</i> yang pada akhirnya membantu dalam meningkatkan <i>strategic business performance</i> .
12.	Sulistyo (2020), <i>The Role of Network Capability and Knowledge Creation in Improving SMEs Business Performance in Indonesia</i>	<i>Network capability, knowledge creation, innovation capability, kinerja usaha</i>	SEM	Untuk meningkatkan <i>innovation capabilities</i> dan kinerja usaha, pelaku UMKM perlu untuk mengembangkan <i>network</i> dengan berbagai mitra strategis.
13.	Mamun <i>et.al</i> (2019), <i>Entrepreneurial knowledge, skills, competencies and performance: A study of micro-enterprises in Kelantan, Malaysia</i>	<i>Entrepreneurial skills, orientasi pasar, orientasi penjualan, networking, kompetensi kewirausahaan, kinerja perusahaan</i>	Wawancara	<i>Entrepreneurial skills</i> , orientasi pasar, orientasi penjualan, dan <i>networking</i> memiliki pengaruh positif terhadap kompetensi kewirausahaan. Kompetensi kewirausahaan, <i>entrepreneurial skills</i> , dan <i>networking</i> memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.
14.	Tehseen <i>et.al</i> (2018), <i>Entrepreneurial competencies</i>	<i>Entrepreneurial competencies, network</i>	<i>Structural Equation</i>	Meskipun penelitian ini tidak mengungkapkan efek langsung

	<i>and SMEs' growth: the mediating role of network competence</i>	<i>competency, pertumbuhan UMKM</i>	<i>Modelling (Smart-PLS)</i>	<i>entrepreneurial competencies</i> pada pertumbuhan UMKM, kompetensi ini bagaimanapun juga terbukti berpengaruh dalam menggerakkan pertumbuhan UMKM ketika <i>network competence</i> digunakan sebagai mediator.
15.	Parida <i>et.al</i> (2017), <i>Network capability, innovativeness, and performance: a multidimensional extension for entrepreneurship</i>	<i>Network capability, inovasi, kinerja (konsumen, penjualan, inovasi)</i>	<i>Structural Equation Modelling (SPSS &amp; AMOS)</i>	Penelitian ini menemukan bahwa <i>network capability</i> dan inovasi secara tidak langsung berpengaruh terhadap kinerja. <i>Network capability</i> dan inovasi sangat penting bagi perusahaan kecil dan <i>start-up</i> untuk tetap kompetitif.
16.	Torkkeli <i>et.al</i> (2016), <i>Network competence in Finnish SMEs: implications for growth</i>	<i>Network competence, pertumbuhan usaha</i>	Analisis Regresi	Penelitian ini menemukan bahwa <i>network competence</i> merupakan pertanda signifikan pada pertumbuhan UMKM yang beroperasi dalam skala internasional dibandingkan dengan UMKM yang hanya beroperasi di dalam negeri saja.
17.	Naude <i>et.al</i> (2014), <i>The influence of Network Effects on SME Performance</i>	<i>Kecerdasan emosional, gaya kewirausahaan, network structure, external networking behaviors, kinerja UMKM</i>	<i>SEM &amp; Social Network Analysis</i>	Kinerja UMKM dipengaruhi oleh <i>network structure</i> dan <i>external networking behavior</i> .

Sumber: data diolah, 2022

Persamaan yang terdapat pada penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu pada pendekatannya yaitu pendekatan kuantitatif serta terdapat persamaan dengan beberapa penelitian pada metode analisis data yang digunakan, yaitu menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS). Keterbaruan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu dari segi variabel, dimana penelitian ini meneliti pengaruh Literasi Keuangan dan *Network Competency* terhadap Kinerja Keuangan UMKM dengan Orientasi Pasar sebagai variabel moderasi. Walaupun variabel yang sama sudah digunakan pada penelitian Ali & Li (2021) di China dan UAE, namun penelitian tersebut belum dilakukan di Indonesia.

## **2.2 Kajian Teoritis**

### *2.2.1 Resource Based View Theory*

*Resource Based View* (RBV) membahas keunggulan kompetitif yang terkait dengan kepemilikan sumber daya perusahaan yang heterogen (finansial, fisik, manusia, teknologi, organisasi dan reputasi) dan kemampuan (kombinasi dua atau lebih sumber daya). Sumber daya dan kemampuan ini merupakan kompetensi inti perusahaan tertentu dan akhirnya sebagai sumber keunggulan kompetitif. Aspek *Resource Based View* yang lebih dinamis mempertimbangkan kompetensi inti perusahaan pada kemampuannya untuk bereaksi dengan cepat terhadap perubahan situasi dan membangun kompetensi yang lebih jauh atau disebut dengan kemampuan dinamis (Purwani & Nurcholis, 2019).



Teori RBV berpandangan bahwa perusahaan yang tetap bertahan harus didasarkan pada keunggulan bersaing dan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Keunggulan berkelanjutan bisa dimiliki perusahaan apabila terdapat pihak lain yang gagal meniru keunggulan tersebut. Keunggulan bersaing hanya dapat terjadi dalam situasi heterogenitas sumber daya perusahaan dan immobilitas sumber daya perusahaan. Heterogenitas sumber daya perusahaan mengacu pada variasi sumber daya yang dimiliki sebuah perusahaan (modal fisik, modal manusia, dan modal organisasi) dan seberapa besar perbedaan sumber daya ini diantara perusahaan-perusahaan yang ada. Immobilitas sumber perusahaan mengacu pada ketidakmampuan dari perusahaan-perusahaan yang bersaing untuk memperoleh sumber daya dari perusahaan lain, artinya ketersediaan sumber daya yang relatif tetap (Ekawati et al., 2021).

Wernerfelt menjelaskan bahwa perusahaan tidak bisa hanya fokus pada sisi produksinya saja, tetapi lebih penting dari itu adalah fokus perusahaan sebaiknya ditujukan pada optimalisasi sumber daya yang dimilikinya. Perusahaan yang mampu memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya akan membuat perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif yang berbeda dan unik dengan perusahaan lainnya. Untuk memiliki keunggulan kompetitif yang dibutuhkan perusahaan agar menjadi perusahaan yang unik dan berbeda dengan perusahaan lain. Lebih lanjut Wernerfelt mengungkapkan bahwa sumber daya bisa digunakan dengan baik tergantung dari kemampuan manusia yang terlibat dalam perusahaan.

Manusia dipandang sebagai aktor intelektual yang mampu menggerakkan sumber daya yang ada untuk ditransformasi menjadi barang dan jasa yang memiliki nilai jual. Selain itu manusia dianggap sebagai aktor intelektual dikarenakan memiliki kemampuan mengatasi kendala dan risiko yang mungkin terjadi di pasar. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan menurut teori RBV, manusia dengan modal intelektualnya, memiliki peran yang besar dalam memenuhi kriteria-kriteria sebagai sumber daya unik yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga dapat menciptakan nilai bagi perusahaan (Wuryaningrat, 2020).

### 2.2.2 Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan dalam mengorganisir keuangan pribadi dan bisnis. Literasi keuangan dapat mencegah orang dari masalah keuangan, karena melek keuangan menunjukkan kemampuan untuk mendapatkan informasi keuangan dan keputusan dalam keuangan. Literasi keuangan juga memiliki peranan yang sangat penting untuk menentukan tingkat keberhasilan usaha UMKM karena pemahaman dan kemampuan manajemen keuangan merupakan faktor penting bagi kinerja keuangan usaha UMKM. Literasi keuangan juga akan meningkatkan pendapatan UMKM, pembangunan ekonomi daerah dan negara (Desiyanti & Hamirul, 2020).

Cakupan dari literasi keuangan yaitu berupa ilmu atau pengetahuan seputar keuangan seperti rasio-rasio keuangan, produk investasi (saham, obligasi, dan lain-lain), inflasi dan suku bunga, serta perhitungan nilai

kredit. Di pasar keuangan terutama dunia perbankan, kemampuan literasi keuangan penting bagi individu yang menggunakan pembiayaan, tabungan, kredit, dan produk manajemen risiko lainnya. Membuat keputusan keuangan melibatkan perhitungan matematis, sederhana, namun kompleks, karena itulah masyarakat diharuskan untuk memiliki literasi keuangan. Sebab itu, individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi akan merencanakan keuangannya dengan matang serta mengakses informasi keuangan terkait sebelum mengambil keputusan. Misalnya, individu memperoleh pinjaman rumah, beberapa usaha dilakukan untuk memperoleh hasil yang maksimal seperti mendatangi beberapa lembaga keuangan atau bank untuk membandingkan tingkat suku bunga sebelum yakin untuk memutuskan. Kemudian tidak berhenti pada itu saja, keputusan untuk memilih besar angsuran juga diperhitungkan, apakah dengan angsuran berkala lebih kecil atau yang lebih besar dengan mempertimbangkan jumlah pembayaran pinjaman (Ismanto et al., 2019).

Terdapat 5 (lima) komponen untuk membentuk literasi keuangan, diantaranya: pengetahuan keuangan, keterampilan keuangan, keyakinan keuangan, sikap keuangan, dan perilaku keuangan. Komponen-komponen tersebut berguna dalam mengambil keputusan keuangan dan mencapai kesejahteraan keuangan. Pengetahuan keuangan berhubungan dengan tingkat pemahaman setiap individu mengenai produk dan layanan keuangan termasuk produk dan layanan keuangan, yaitu risiko, manfaat serta hak dan kewajibannya sebagai nasabah. Keterampilan keuangan merupakan

kemampuan individu untuk melakukan perhitungan sederhana, termasuk dalam menghitung return dari produk dan layanan keuangan syariah. Keyakinan dalam mengelola keuangan disini kepercayaan individu dalam menggunakan produk dan jasa keuangan dan percaya dalam mengelola keuangannya. Kemudian sikap keuangan berhubungan dengan sikap membuat rencana keuangan pribadi, sedangkan perilaku keuangan berhubungan dengan tujuan penggunaan dana yang diperoleh guna mencapai kesejahteraan (Johan, 2020).

Literasi keuangan dari pemilik usaha atau manager bisnis sepenuhnya penting untuk membuat keputusan struktur modal usaha. Pentingnya bagi bisnis kecil dan menengah adalah merefleksi rendahnya biaya agensi yang digunakan untuk diversifikasi sumber pinjaman untuk meningkat nilai aset bisnis. Banyak pemilik usaha kecil dan menengah memiliki informasi terbatas tentang produk perbankan, manajemen keuangan pribadi dan lemahnya pengetahuan, kemampuan dan keahlian dalam bidang keuangan yang menjadikan sisi anggaran, pencatatan dan perencanaan keuangan menjadi lemah. Mendapatkan akses pinjaman untuk badan usaha dengan mempunyai peluang dan pelaku usaha yang penuh dengan ide kreatif akan membantu memperbaiki distribusi penghasilan dan pertumbuhan bisnis (Nkundabanyanga et al., 2014). Bahkan beberapa bank di Kenya mengalokasikan sumber daya untuk mendukung pelatihan klien pelaku usaha mereka untuk memperbaiki pencatatan keuangan dan kemampuan manajemen kredit. Literasi keuangan merupakan sumber awal

pengetahuan untuk tolak ukur pinjaman yang berasal dari dana awal yang digunakan untuk membangun bisnis (Mutegi et al., 2015).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) membagi tingkat literasi keuangan dalam 4 (empat) kategori yaitu:

1. *Well literate*, yaitu individu yang mempunyai pengetahuan serta keyakinan yang cukup tentang lembaga serta produk keuangan, serta memiliki kemampuan dalam menggunakan produk maupun jasa keuangan.
2. *Sufficient literate*, yaitu individu yang mempunyai pengetahuan serta keyakinan yang cukup tentang lembaga serta produk keuangan.
3. *Less literate*, yaitu individu yang hanya mempunyai pengetahuan tentang lembaga serta produk keuangan.
4. *Not literate*, yaitu individu yang tidak memiliki pengetahuan, keyakinan, serta kemampuan dalam menggunakan produk maupun jasa keuangan.

Berdasarkan survei yang dilakukan OJK tahun 2013 tingkat literasi keuangan *well literate* sebanyak 21,84%, *sufficient literacy* sebesar 75,69%, *less literacy* sebesar 2,06%, dan *low literacy* sebesar 0,41%. Kemudian survei OJK tahun 2016 menunjukkan peningkatan meski tidak signifikan yaitu menjadi 29,66%. Indeks literasi keuangan di Indonesia tertinggi terdapat pada provinsi DKI Jakarta sebesar 40%, yang disusul di posisi kedua oleh provinsi Jawa Barat sebesar 38,70%. Bidang sektoral, indeks literasi keuangan tertinggi pada sektor perbankan dan BPJS Kesehatan.

Literasi keuangan tidak terlepas dari kemampuan masyarakat dalam menghitung simpanan dan/atau pinjaman yang dimilikinya. Angka ini tergolong rendah karena tidak ada separuh dari masyarakat Indonesia yang melek pada keuangan mereka.

Dalam mencapai tujuan keuangan dalam jangka pendek (dimana hal ini masih banyak didominasi pada masyarakat Indonesia), masyarakat melakukan upaya untuk mengelola keuangan dengan menabung, menyusun rencana keuangan, dan bekerja. Sikap keuangan menjadi pengendali utama atau gerbang keputusan akhir. Literasi keuangan menjadi bagian yang mendukung sikap keuangan dalam rangka pelaku bisnis berperilaku terhadap manajemen keuangan usahanya. Tingkat literasi keuangan seseorang menentukan tingkat kematangan pengambilan keputusan kredit pada lembaga keuangan/perbankan. Setiap tindakan dan keputusan yang pebisnis buat sebagai bentuk perilaku manajemen keuangan yang baik akan mengarah pada kepuasan finansial. Pebisnis dihadapkan pada masalah yang kompleks untuk mengelola stabilitas keuangan usaha dan keputusan menabung, investasi, dan peminjaman dana untuk pengembangan usahanya. Sikap keuangan yang baik penting dilaksanakan untuk mengelola stabilitas dan pengembangan keuangan bisnis, salah satunya pemenuhan pembayaran kewajibannya kepada pihak pemberi dana. Untuk itulah, muncul istilah etika kewajiban, yang mana adalah etika pembayaran utang debitur untuk melunasi utangnya secara penuh dengan batas waktu yang telah disepakati bersama kreditur (Yap et al., 2016).

Dalam Islam, dijelaskan bahwa kita wajib memiliki ilmu untuk setiap hal yang berhubungan dengan dunia, sebagaimana dapat dilihat pada hadits berikut ini.

مَنْ أَرَادَ الدُّنْيَا فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ, وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ, وَمَنْ أَرَادَهُمَا

فَعَلَيْهِ بِالْعِلْمِ

Artinya: “Barang siapa menginginkan soal-soal yang berhubungan dengan dunia, wajiblah ia memiliki ilmunya; dan barang siapa yang ingin (selamat dan berbahagia) di akhirat, wajiblah ia mengetahui ilmunya pula; dan barangsiapa yang menginginkan kedua-duanya, wajiblah ia memiliki ilmu kedua-duanya pula.” (HR. Bukhari dan Muslim)

Dalam Al-Qur’an, literasi keuangan dijelaskan pada Q.S Al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ

كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ

وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya.” (Q.S Al-Baqarah: 282)

Apabila seseorang melakukan utang piutang untuk waktu pembayaran yang ditentukan, hendaklah menuliskan utang piutang tersebut untuk melindungi hak masing-masing dan untuk menghindari perselisihan. Dan hendaklah seorang yang bertugas sebagai penulis menuliskannya

dengan benar, jujur, dan adil, sesuai ketentuan Allah dan peraturan perundangan yang berlaku dalam masyarakat (Agama, 2022).

Dalam menggunakan berbagai layanan, produk dan jasa pada lembaga keuangan tentunya kita harus mempelajari apa saja yang terdapat didalamnya, khususnya apa yang kita butuhkan. Untuk memenuhi hal tersebut, maka sangat perlu untuk meningkatkan literasi keuangan untuk menghindari segala bentuk kerugian yang terjadi di kemudian hari.

### 2.2.3 *Network Competency*

*Network competency* didefinisikan sebagai kemampuan untuk membangun interaksi sosial yang dapat menghasilkan kemampuan untuk mengeksekusi tugas-tugas seperti perencanaan, koordinasi, dan kontrol. *Network competency* juga merupakan kemampuan untuk membangun dan memanfaatkan mitra kerja seperti investor, mitra dalam teknologi & pemasaran, serta *stakeholder* yang lain. Adanya hubungan seperti itu dapat memfasilitasi interaksi sosial yang dapat menimbulkan adanya pertukaran sumber daya serta menghasilkan sebuah manfaat bagi kedua belah pihak (Ratten et al., 2018).

Walter *et.al* (2006) dalam Parida *et.al* (2017) menyatakan bahwa *network competency* atau yang disebut juga *network capability* terdiri dari empat komponen, diantaranya:

1. Kegiatan perusahaan untuk melakukan koordinasi antar mitra yang bekerjasama.



2. Keterampilan perusahaan dalam membangun relasi berdasarkan kemampuannya dalam mempengaruhi interaksi antarpribadi.
3. Pengetahuan mengenai mitra, yakni informasi yang terstruktur mengenai perusahaan mitra maupun pesaing yang melakukan kerjasama.
4. Jaringan komunikasi internal perusahaan selaras dengan pembelajaran perusahaan melalui kemitraan.

Masing-masing komponen dari *network competency* memiliki perbedaan tersendiri, namun saling mendukung satu sama lain karena seluruhnya saling melengkapi untuk mencapai tingkat *network competency* secara maksimal (Parida et al., 2017).

Sejumlah penelitian menyatakan bahwa seorang kemampuan sosial dari seorang pebisnis dapat mempengaruhi kesuksesan mereka. Telah ditemukan bahwa pebisnis yang perusahaannya terbilang sukses dalam membangun komunikasi maka akan efektif pula dalam operasi atau aktivitasnya daripada para pebisnis yang perusahaannya gagal dalam melakukan komunikasi. Kontak dan hubungan pribadi juga sering masuk ke dalam daftar “bahan-bahan kunci” pada pembentukan usaha baru. Terdapat penelitian yang menyatakan bahwa ada dua keterampilan sosial (kemampuan dalam beradaptasi dan memberi persepsi) yang dapat menjadi faktor yang signifikan dalam mencapai kesuksesan finansial (Baron & Markman, 2000).

Perusahaan sering beraliansi dengan perusahaan lain untuk memenangkan balapan. Cara ini disebutkan lebih cepat dan lebih efektif sebagai cara untuk belajar, adanya aliansi sering menjadi jalan terbaik bagi perusahaan untuk mempelajari kemampuan baru secara cepat (Boucher & Lebureau, 2005). Karakter utama pada relasi yang menargetkan pengembangan kompetensi yaitu:

1. Kemitraan antar perusahaan termotivasi oleh pembagian strategi pada pengembangan kompetensi, bahkan jika tiap perusahaan memiliki tujuan tersendiri.
2. Hubungan yang dibentuk berfokus pada relasi yang memiliki perbedaan antara ketergantungan dan investasi bersama, yang mana gagasan kesetaraan antar mitra merupakan masalah besar untuk koordinasi yang baik pada tindakan-tindakan yang bersifat kolaboratif.

Dalam Islam, Allah SWT. telah memerintahkan umat-Nya untuk melakukan komunikasi yang baik, sebagaimana dijelaskan pada Q,S Ali Imran ayat 104 yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ

الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.” (Q.S Ali Imran: 104)

Hendaknya di antara orang mukmin, ada segolongan orang yang secara terus-menerus menyeru kepada kebajikan yaitu petunjuk-petunjuk Allah, menyuruh (berbuat) yang *makruf* yaitu akhlak, perilaku dan nilai-

nilai luhur dan adat istiadat yang berkembang di masyarakat yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama, dan mencegah dari yang *mungkar*, yaitu sesuatu yang dipandang buruk dan diingkari oleh akal sehat (Agama, 2022).

Dalam membangun suatu hubungan bisnis, komunikasi menjadi hal kunci dimana komunikasi tersebut harus dibangun dengan baik dan efektif agar koordinasi berjalan dengan baik sehingga dapat berpengaruh pada kinerja perusahaan. Oleh karena itu, meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi menjadi salah satu kunci dari *network competency* yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

#### 2.2.4 Orientasi Pasar

Orientasi pasar adalah bentuk generasi kecerdasan pasar yang meluas di ranah organisasi, atau sebuah informasi pada kebutuhan pelanggan di masa sekarang dan di masa yang akan datang, penyebaran informasi tersebut ke seluruh departemen, dan respon organisasi terhadap hal tersebut. Pada dasarnya, orientasi pasar mengacu pada cara organisasi mengimplementasikan konsep pemasaran. Tiga pandangan dari orientasi pasar (generasi, penyebaran, dan respon terhadap kecerdasan pasar) memungkinkan organisasi untuk menganalisis tingkat orientasi pasar, menentukan kelemahan, dan rencana yang disesuaikan dengan kebutuhan suatu organisasi.

Orientasi pasar dapat mengacu pada tujuan yang lebih tinggi: (a) kepuasan pelanggan dan pengulangan bisnis; (b) *esprit de corps*

(kekompakan sebuah grup), kepuasan kerja, dan komitmen karyawan; dan (c) kinerja usaha. Orientasi pasar berhubungan dengan kinerja di bawah kondisi turbulensi pasar yang tinggi, stabilitas teknologi, kompetisi yang kuat, dan kondisi ekonomi yang lemah (Marketing Science Institute, 1999).

Orientasi pasar terdiri dari: orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsi. Orientasi pelanggan berarti memahami secara penuh target pelanggan untuk keuntungan perusahaan. Ini termasuk selera dan kebutuhan pelanggan saat ini dan di masa depan. Orientasi pesaing merujuk pada pemahaman kemampuan dan strategi jangka panjang dan jangka pendek pesaing saat ini. Namun, orientasi pesaing juga didefinisikan sebagai mengejar tujuan yang berhubungan dengan kompetisi. Koordinasi antarfungsi merujuk pada keberadaan jaringan yang menghubungkan berbagai departemen dalam perusahaan. Hal ini memungkinkan semua departemen dalam perusahaan untuk menggunakan sumber umum, misalnya, informasi tentang pelanggan atau pesaing dengan demikian membuat proses intra-organisasi lebih efisien (Margin, 2006).

Orientasi pasar yang benar membutuhkan fokus terhadap pelanggan maupun pesaing. Banyak bukti yang menyatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pasar menikmati kinerja yang lebih baik daripada perusahaan yang memiliki orientasi lain, praktisi dalam bidang pemasaran juga melihat manfaat yang jelas dari adanya adopsi dari orientasi pasar. Perusahaan yang berorientasi pasar melihat pasar, produk, dan merek yang mereka kembangkan sebagai tujuan jangka panjang, bukan hanya untuk tujuan

jangka pendek saja seperti mengejar target penjualan pada tahun ini lalu tidak di tahun berikutnya. Adapun keuntungan dari orientasi pasar adalah: (a) adanya pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan; (b) relasi yang baik dengan pelanggan; (c) reputasi pasar yang lebih baik; (d) banyak pelanggan baru; (e) adanya pembelian kembali (*re-purchase*); (f) adanya bentuk loyal dari pelanggan; dan (g) staf yang lebih termotivasi (Masterson & Pickton, 2010).

Dalam Islam, Allah SWT. menegaskan bahwa kita harus memeriksa setiap informasi yang kita terima sebagaimana dijelaskan pada Q.S Al Hujurat ayat 6 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحِّحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ

نَدِيمِينَ ٦

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” (Q.S Al-Hujurat: 6)

Ayat tersebut memberikan tuntunan kepada kaum muslim agar berhati-hati dalam menerima berita terutama jika bersumber dari orang yang fasik. Perlunya berhati-hati dalam menerima berita adalah untuk menghindarkan penyesalan akibat tindakan yang diakibatkan oleh berita yang belum diteliti kebenarannya (Agama, 2022).

Dalam menerapkan orientasi pasar, tentunya seorang pemilik usaha perlu memeriksa dengan teliti kondisi perekonomian, kebutuhan dan keinginan konsumen, menganalisa pesaing, juga banyak hal yang lainnya.

Oleh karena itu sangat penting bagi setiap pemilik usaha untuk meningkatkan kemampuannya dalam melihat kondisi pasar melalui orientasi pasar.

#### 2.2.5 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu cara untuk melihat bagaimana hasil serta sejauh mana perusahaan telah menerapkan aturan keuangan. Analisis kinerja keuangan dilakukan dengan cara mengevaluasi kinerja tahun sebelumnya untuk memprediksi prospek serta meningkatkan kinerja di tahun yang akan datang. Adanya peningkatan kinerja juga merupakan hasil dari analisis kinerja keuangan serta adanya standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Hutabarat, 2020).

Adapun tujuan dari analisis kinerja keuangan perusahaan yaitu:

1. Untuk melihat kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (tingkat profitabilitas).
3. Untuk melihat kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban keuangannya sebelum jatuh tempo (tingkat likuiditas).
4. Untuk melihat tingkat solvabilitas perusahaan.

Adapun ukuran yang digunakan dalam analisis kinerja keuangan yaitu:

1. Rasio Profitabilitas, yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pengembalian (*return*) dari penjualan dan investasi.

2. Rasio Pertumbuhan, yaitu kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam posisi yang ekonomis dalam perekonomian, industri, maupun pasar tempatnya beroperasi.
3. Efisiensi Operasi, yaitu rasio manajemen aktiva dan investasi yang mengukur efektifitas keputusan-keputusan investasi perusahaan dan pemanfaatan sumber dayanya.

Penilaian tingkat kesehatan/perusahaan setiap tahunnya meliputi: *Return on Equity, Return of Investment, Cash Ratio, Collection Periods, Inventory Turn Over, Total Assets Turn Over, Equity to Total Assets, Equaity Ratio to Total Assets* (Rahayu, 2020).

Dalam Islam, Allah SWT. telah menjelaskan bahwa dalam bermuamalah sangat penting untuk mencatat segala sesuatunya termasuk transaksi usaha, sebagaimana tertulis dalam Q.S Al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ  
بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ  
وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا

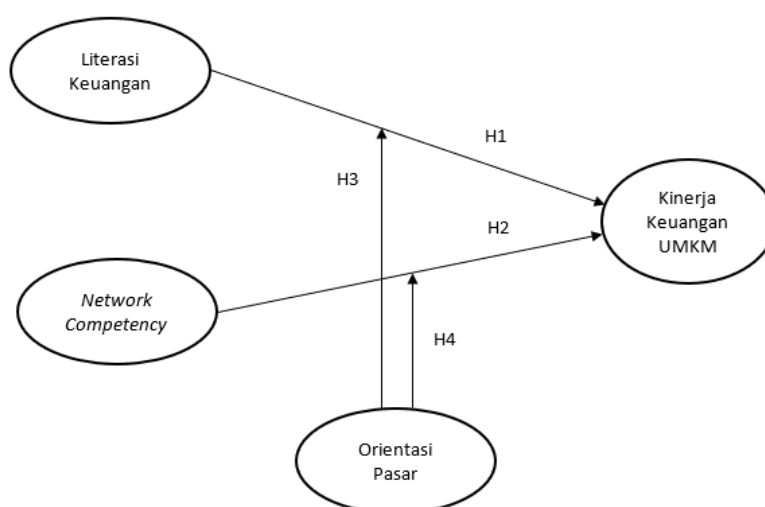
Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya.” (Q.S Al-Baqarah: 282)

Apabila seseorang melakukan utang piutang untuk waktu pembayaran yang ditentukan, hendaklah menuliskan utang piutang tersebut untuk melindungi hak masing-masing dan untuk menghindari perselisihan. Dan hendaklah seorang yang bertugas sebagai penulis menuliskannya dengan benar, jujur, dan adil, sesuai ketentuan Allah dan peraturan perundangan yang berlaku dalam masyarakat (Agama, 2022).

### 2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian kajian teori dan penelitian terdahulu di atas, maka dapat digambarkan kerangka konseptual seperti berikut.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual Penelitian**



Sumber: Data diolah, 2022

Keterangan:

H1: (Adomako & Danso, 2014; Alamsyah, 2020; Ali & Li, 2021; Bongomin et al., 2017; Dahmen & Rodríguez, 2014; Esiebugie et al., 2018; Hossain, 2020; Idawati & Pratama, 2020; Ningtyas & Andarsari, 2021; Usama & Yusoff, 2019)



H2: (Ali & Li, 2021; Anser et al., 2021; Farida & Nuryakin, 2021; Mamun et al., 2019; Naudé et al., 2014; Parida et al., 2017; Sulisty, 2020; Tehseen et al., 2019; Torkkeli et al., 2016)

H3: (Ali & Li, 2021)

H4: (Ali & Li, 2021)

Dari kerangka konseptual diatas, terdapat empat variabel penelitian yakni variabel Literasi Keuangan dan *Network Competency* sebagai variabel independen, Kinerja Keuangan sebagai variabel dependen dan Orientasi Pasar sebagai variabel moderasi.

## **2.4 Hipotesis Penelitian**

### **2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM**

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan dalam mengorganisir keuangan pribadi dan bisnis. Literasi keuangan memiliki peranan yang sangat penting untuk menentukan tingkat keberhasilan usaha UMKM karena pemahaman dan kemampuan manajemen keuangan merupakan faktor penting bagi kinerja keuangan usaha UMKM. Literasi keuangan juga akan meningkatkan pendapatan UMKM, pembangunan ekonomi daerah dan negara (Desiyanti & Hamirul, 2020). Pernyataan itu senada dengan penelitian yang menyatakan bahwa literasi keuangan dapat berpengaruh secara positif terhadap kinerja keuangan (Alamsyah, 2020; Ali & Li, 2021; Bongomin et al., 2017; Idawati & Pratama, 2020).

H1: Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM

#### **2.4.2 Pengaruh *Network Competency* terhadap Kinerja Keuangan UMKM**

*Network competency* didefinisikan sebagai kemampuan untuk membangun interaksi sosial yang dapat menghasilkan kemampuan untuk mengeksekusi tugas-tugas seperti perencanaan, koordinasi, dan kontrol. *Network competency* juga merupakan kemampuan untuk membangun dan memanfaatkan mitra kerja seperti investor, mitra dalam teknologi & pemasaran, serta *stakeholder* yang lain. Adanya hubungan seperti itu dapat memfasilitasi interaksi sosial yang dapat menimbulkan adanya pertukaran sumber daya serta menghasilkan sebuah manfaat bagi kedua belah pihak (Ratten et al., 2018). Beberapa penelitian menyatakan bahwa *network competency* juga berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (Parida et al., 2017; Tehseen et al., 2019; Torkkeli et al., 2016).

H2: *Network Competency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM

#### **2.4.3 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM dengan Orientasi Pasar sebagai Variabel Moderasi**

Orientasi pasar yang benar membutuhkan fokus terhadap pelanggan maupun pesaing. Banyak bukti yang menyatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pasar menikmati kinerja yang lebih baik daripada perusahaan yang memiliki orientasi lain. Perusahaan yang berorientasi pasar melihat

pasar, produk, dan merek yang mereka kembangkan sebagai tujuan jangka panjang, bukan hanya untuk tujuan jangka pendek saja seperti mengejar target penjualan. Pelaku UMKM dengan tingkat literasi keuangan yang baik maka ia cenderung akan memiliki kinerja keuangan yang baik pula, karena dengan pengetahuan mengenai keuangan yang cukup pelaku UMKM juga dapat merencanakan strategi keuangan yang baik pula. Peneliti berasumsi bahwa UMKM yang memiliki kemampuan dalam orientasi pasar akan meningkatkan kinerja UMKM itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk menjadikan orientasi pasar sebagai variabel yang dapat memperkuat literasi keuangan terhadap kinerja keuangan. Orientasi pasar terbukti berhasil memperkuat dampak positif literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM di China (Ali & Li, 2021).

H3: Orientasi Pasar dapat memoderasi hubungan antara Literasi Keuangan dengan Kinerja Keuangan UMKM

#### **2.4.4 Pengaruh *Network Competency* terhadap Kinerja Keuangan UMKM dengan Orientasi Pasar sebagai Variabel Moderasi**

Orientasi pasar adalah bentuk generasi kecerdasan pasar yang meluas di ranah organisasi, atau sebuah informasi pada kebutuhan pelanggan di masa sekarang dan di masa yang akan datang, penyebaran informasi tersebut ke seluruh departemen, dan respon organisasi terhadap hal tersebut. Pada dasarnya, orientasi pasar mengacu pada cara organisasi mengimplementasikan konsep pemasaran. Tiga pandangan dari orientasi pasar (generasi, penyebaran, dan respon terhadap kecerdasan pasar)

memungkinkan organisasi untuk menganalisis tingkat orientasi pasar, menentukan kelemahan, dan rencana yang disesuaikan dengan kebutuhan suatu organisasi. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat *network competency* yang baik dapat memberikan UMKM banyak sekali peluang seperti adanya investor hingga kolaborasi dengan pelaku UMKM lainnya yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja UMKM. Peneliti menduga bahwa kinerja UMKM dipastikan akan semakin baik jika pelaku UMKM memiliki kemampuan orientasi pasar. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk menjadikan orientasi pasar sebagai variabel yang dapat memperkuat *network competency* terhadap kinerja keuangan. Orientasi pasar terbukti berhasil memperkuat dampak positif *network competency* terhadap kinerja keuangan UMKM di China (Ali & Li, 2021)

H4: Orientasi Pasar dapat memoderasi hubungan antara *Network Competency* dengan Kinerja Keuangan UMKM

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yakni penelitian yang sistematis dan terstruktur dengan jelas perencanaan penelitiannya. Tujuan utama dari penelitian kuantitatif yaitu menjelaskan suatu masalah tetapi memberikan sebuah generalisasi, yaitu suatu realita mengenai masalah pada populasi tertentu (Siyoto & Sodik, 2015).

*Partial Least Square* (PLS) dengan uji moderasi digunakan dalam penelitian ini karena diantara variabel independen dan variabel dependen variabel moderasi. Penelitian ini memiliki tiga variabel yakni variabel bebas (independen) yaitu Literasi Keuangan dan *Network Competency*, Orientasi Pasar yang berperan sebagai variabel moderasi dan variabel terikat (dependen) adalah Kinerja Keuangan UMKM.

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung dengan pada tahun 2022.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan area penelitian yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai jumlah maupun karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti (Siyoto & Sodik, 2015). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh UMKM di Kota Bandung yang tercatat pada data Dinas

Koperasi & Usaha Kecil Jawa Barat tahun 2021 sudah mencapai 464.346 unit.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan sebagai perwakilan dari populasi setelah melewati tahapan tertentu. Adanya sampel disebabkan karena keterbatasan dari peneliti (waktu, dana, tenaga, maupun faktor lainnya), oleh karena itu sampel yang dipilih harus dapat mewakili populasi (Siyoto & Sodik, 2015). Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh Hair *et.al* (2010) yang menyatakan bahwa dalam penelitian yang menggunakan kurang dari 5 variabel disarankan untuk menggunakan minimal 100 jumlah sampel, minimal sampel yang diteliti adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang akan digunakan. Penelitian ini menggunakan 33 item pertanyaan, maka sampel pada penelitian ini berjumlah 165 orang responden.

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang merupakan pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan menggunakan kriteria tertentu, dimana dalam penelitian ini kriterianya yaitu pemilik atau manajer dari UMKM yang berada di Kota Bandung yang usahanya sudah berdiri selama minimal 3 tahun. Teknik ini termasuk ke dalam *nonprobability sampling*, yaitu suatu teknik *sampling* yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Siyoto & Sodik, 2015).

### **3.5 Data dan Jenis Data**

Data primer merupakan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya. Data primer juga disebut sebagai data asli atau data baru yang *up to date* (Siyoto & Sodik, 2015).

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan peneliti dalam mendapatkan data primer yaitu dengan cara penyebaran angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dapat berupa sejumlah pertanyaan tertulis, tujuannya untuk memperoleh informasi dari responden tentang apa yang ia alami dan ketahuinya. Bentuk kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala bertingkat, dimana jawaban responden dilengkapi dengan pernyataan bertingkat yang menunjukkan skala sikap mencakup rentang dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju terhadap pernyataannya (Siyoto & Sodik, 2015).

### **3.7 Definisi Operasional Variabel**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen, variabel independen, dan variabel moderasi.

#### **3.6.1 Variabel Dependen**

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya serta merupakan variabel yang menjadi perhatian utama dalam penelitian (Fitrah & Luthfiah, 2017). Variabel dependen pada penelitian

ini adalah Kinerja Keuangan UMKM yang diukur dengan target penjualan dan target keuntungan dengan simbol (Y).

### 3.6.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menyebabkan timbulnya variabel dependen (Fitrah & Luthfiyah, 2017). Variabel independen pada penelitian ini adalah Literasi Keuangan yang diukur dengan pengetahuan tentang perilaku keuangan, sikap keuangan, dan pengetahuan keuangan yang disimbolkan dengan (X1) dan *Network Competency* yang diukur dengan koordinasi, kemampuan membangun relasi, pengetahuan tentang mitra kerja, dan komunikasi internal yang disimbolkan dengan (X2).

### 3.6.3 Variabel Moderasi

Variabel moderasi (*moderating variable*) adalah variabel yang mempunyai pengaruh ketergantungan (*contingent effect*) terhadap variabel dependen dan variabel independen (Fitrah & Luthfiyah, 2017). Variabel moderasi pada penelitian ini adalah Orientasi Pasar yang diukur dengan orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi internal yang disimbolkan dengan (Z).

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
1.	Literasi Keuangan (X1)	Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan dalam mengorganisir keuangan pribadi dan bisnis (Desiyanti & Hamirul, 2020).	1. <i>Financial Behaviour</i> 2. <i>Financial Attitude</i> 3. <i>Financial Knowledge</i>	(Bongomin et al., 2017)



2.	<i>Network Competency (X2)</i>	<i>Network competency</i> merupakan kemampuan untuk membangun dan memanfaatkan mitra kerja seperti investor, mitra dalam teknologi & pemasaran, serta <i>stakeholder</i> yang lain (Ratten et al., 2018).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Coordination</i></li> <li>2. <i>Relationship Skill</i></li> <li>3. <i>Partner Knowledge</i></li> <li>4. <i>Internal Communication</i></li> </ol>	(Parida et al., 2017; Walter et al., 2006)
3.	Orientasi Pasar (Z)	Orientasi pasar adalah sebuah informasi pada kebutuhan pelanggan di masa sekarang dan di masa yang akan datang, penyebaran informasi tersebut ke seluruh departemen, dan respon organisasi terhadap hal tersebut. Pada dasarnya, orientasi pasar mengacu pada cara organisasi mengimplementasikan konsep pemasaran (Marketing Science Institute, 1999).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Customer Orientation</i></li> <li>2. <i>Competitor Orientation</i></li> <li>3. <i>Interfirm Coordination</i></li> </ol>	Narver & Slater (1990), dikutip dari (Oduro & Haylemariam, 2019)
4.	Kinerja Keuangan UMKM (Y)	Kinerja keuangan adalah suatu cara untuk melihat bagaimana hasil serta sejauh mana perusahaan telah menerapkan aturan keuangan. Analisis kinerja keuangan dilakukan dengan cara mengevaluasi kinerja tahun sebelumnya untuk memprediksi prospek serta meningkatkan kinerja di tahun yang akan datang (Hutabarat, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Target Sales Growth</i></li> <li>2. <i>Target Profitability</i></li> </ol>	(Jeong & Chung, 2022; Keh et al., 2007)

Sumber: data diolah, 2022

### 3.8 Analisis Data

#### 3.7.1 *Partial Least Square* (PLS)

*Partial Least Square* (PLS) merupakan suatu teknik dalam statistika yang dirancang guna menyelesaikan perihal regresi berganda. Permasalahan tersebut antara lain ukuran sampel yang kecil, adanya data yang hilang, serta adanya permasalahan dalam uji asumsi klasik contohnya multikolinieritas. Lebih lanjut lagi PLS merupakan suatu teknik analisis yang menggabungkan pendekatan struktural, pendekatan analisis faktor, dan analisis jalur. PLS merupakan metode *Structural Equation Model* (SEM) yang akan 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). Berikut penjelasan mengenai kedua model tersebut.

##### 1. *Outer Model* (Model Pengukuran)

Model ini menjelaskan secara spesifik kausalitas atau hubungan antara variabel laten baik endogen maupun eksogen dengan indikator atau pengukuran dalam variabel yang ada. Variabel eksogen merupakan variabel yang variabilitasnya ditentukan melalui asumsi sebab-sebab yang berada di luar model atau dengan udah disebut juga variabel yang menentukan/bebas. Pengujian pada *outer model* memberikan nilai pada analisis reliabilitas dan validitas (Musyaffi et al., 2021). Adapun pengujian yang dilakukan pada *outer model* yakni sebagai berikut.

### 1) *Convergent Validity*

Nilai *convergent validity* menunjukkan validitas atas indikator-indikator pengukuran. Nilai *convergent validity* dapat dilihat melalui nilai *loading factor* pada variabel endogen dan eksogen. Nilai yang direkomendasikan untuk *convergent validity* adalah  $> 0,7$  pada model penelitian yang relatif sudah banyak diteliti. Jika model dalam penelitian merupakan model yang baru dikembangkan atau penelitian pertama, nilai *loading factor* dapat ditoleransi pada 0,5.

### 2) *Discriminant Validity*

Nilai *discriminant validity* merupakan nilai *cross loading factor* yang bertujuan untuk mengetahui terkait diskriminan yang ada dalam suatu konstruk penelitian. Cara mengetahui memadainya suatu diskriminan dalam suatu konstruk dengan perbandingan yang menghasilkan angka lebih besar antara nilai loading konstruk yang dituju dengan nilai loading konstruk yang lain.

### 3) *Average Variance Extracted (AVE)*

Nilai AVE juga menunjukkan hasil evaluasi validitas diskriminan untuk setiap konstruk serta variabel endogen dan eksogen. AVE menjelaskan interkorelasi internal antar indikator pada konstruk di setiap variabel laten. Nilai AVE diharapkan minimal 0,5.

### 4) *Composite Reliability*

Nilai *composite reliability* merupakan ukuran untuk mengukur reliabilitas suatu indikator. Dengan nilai tersebut dapat terukur nilai

reliabilitas sesungguhnya dari suatu konstruk yang dibangun. Nilai *composite reliability* diharapkan minimal 0,7. Nilai *composite reliability* di atas 0,8, maka dapat disimpulkan data yang ada memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

#### 5) *Cronbach Alpha*

Nilai *cronbach alpha* juga merupakan penilaian terhadap reliabilitas dari batas suatu konstruk. Nilai *Cronbach Alpha* mengukur konsistensi internal dari suatu indikator dengan nilai minimal yang diharapkan adalah 0,7. Sementara pendapat lain menjelaskan bahwa nilai minimal dari pengujian ini adalah 0,6 untuk seluruh konstruk yang ada dalam penelitian.

## 2. *Inner Model* (Model Struktural)

Pengujian pada model struktural bertujuan untuk mengidentifikasi dan melihat hubungan antara variabel eksogen dan endogen dalam suatu penelitian. Hubungan tersebut akan menjawab tujuan penelitian yakni pengujian terhadap hipotesis yang disusun dalam suatu penelitian (Musyaffi et al., 2021). Adapun pengujian model struktural dilakukan dengan cara sebagai berikut.

### 1) R Square atas variabel endogen

Nilai ini merupakan koefisien determinasi pada suatu konstruk endogen. Nilai R Square juga menjelaskan variasi dari variabel eksogen terhadap variabel endogennya. Kekuatan penjelasan variasi tersebut

dibagi ke beberapa kriteria yakni *R Square* sebesar 0,67 artinya kuat, 0,33 artinya moderat, dan 0,19 artinya lemah.

### 2) *Estimate for Path Coefficients*

Suatu nilai koefisien jalur atau nilai yang menunjukkan besaran hubungan atau pengaruh konstruk laten dari suatu penelitian. Pengujian ini dilakukan melalui suatu prosedur yang ada di *bootstrapping*.

### 3) *Effect Size (F Square)*

*Effect size* merupakan prosedur yang dilaksanakan untuk mengetahui perubahan *R Square* pada konstruk endogen. Perubahan nilai *R Square* tersebut memperlihatkan pengaruh konstruk eksogen terhadap konstruk endogen terkait dengan keberadaan substantif pengaruhnya. Nilai *f square* kategori kecil yakni 0,02, kategori menengah yakni 0,15, dan kategori besar yakni 0,35. Perhitungan *f square* adalah diuraikan sebagai berikut.

$$f^2 = \frac{R^2 \text{ Include} - R^2 \text{ Exclude}}{1 - R^2 \text{ Include}}$$

### 4) *Prediction relevance (Q Square)*

*Q Square* dilakukan guna mengetahui kemampuan suatu prediksi melalui prosedur *blindfolding*. *Q square* juga disebut sebagai Stone-Geisser's. Nilai *q square* ini yang berada dibawah 0 memberikan makna bahwa konstruk laten eksogen baik sebagai variabel penjelas mampu memprediksi konstruk yang ada. Nilai *Q Square* dikategorikan kecil yakni 0,02, dikategorikan sedang yakni 0,15, dan dikategorikan besar yakni 0,35. Pengujian *Q Square* dilaksanakan hanya pada konstruk

endogen yang memiliki indikator bersifat reflektif. Perhitungan q square adalah diuraikan sebagai berikut.

$$Q^2 = 1 - \frac{\sum_D E_d}{\sum_D O_d}$$

### 3. Uji Moderasi

Menurut Ghozali (2021) variabel moderasi adalah variabel independen yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen lainnya terhadap variabel dependen. Uji moderasi bertujuan untuk menguji apakah variabel moderasi dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen lainnya dengan variabel dependen. Cara melakukan uji moderasi adalah dengan menguji pengaruh interaksi variabel moderasi dengan variabel independen terhadap variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa data primer yang didapatkan oleh peneliti secara langsung dari sumbernya. Pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh UMKM di Kota Bandung yang berjumlah 464.364 unit. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh 197 responden dari kuesioner yang sudah disebar sebelumnya.

Responden yang terlibat dalam penelitian ini yaitu para pelaku UMKM di Kota Bandung. Peneliti mengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin, bidang UMKM, lokasi dari masing-masing UMKM (kecamatan) dan omzet UMKM per tahunnya. Tujuan dilakukannya pengelompokkan responden yaitu agar mempermudah peneliti dalam melakukan analisa profil responden. Berikut karakteristik responden yang telah mengisi kuesioner dalam penelitian ini:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	27	13,7%
Perempuan	170	86,3%
<b>Total</b>	<b>197</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 27 responden atau 13,7%, sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 170 responden atau 86,3%.

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang UMKM**

<b>Bidang</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Agrobisnis	2	1,0%
Fashion	32	16,2%
Jasa	17	8,6%
Kesehatan & Kecantikan	6	3,0%
Kuliner	117	59,4%
Otomotif	3	1,5%
Teknologi	3	1,5%
Lainnya	17	8,6%
<b>Total</b>	<b>197</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa bidang UMKM terbanyak yang diisi oleh responden yaitu bidang Kuliner (59,4%), bidang bidang Fashion (16,2%) dan bidang Jasa (8,6%).

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi UMKM**

<b>Kecamatan</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Andir	3	1,5%
Antapani	24	12,2%
Arcamanik	6	3,0%
Astana Anyar	8	4,1%
Babakan Ciparay	10	5,1%
Bandung Kidul	11	5,6%
Bandung Kulon	14	7,1%
Bandung Wetan	15	7,6%
Batununggal	4	2,0%
Bojongloa Kaler	3	1,5%
Bojongloa Kidul	0	0,0%
Buahbatu	22	11,2%
Cibeunying Kaler	3	1,5%
Cibeunying Kidul	1	0,5%



Cibiru	15	7,6%
Cicendo	2	1,0%
Cidadap	2	1,0%
Cinambo	1	0,5%
Coblong	3	1,5%
Gedebage	2	1,0%
Kiara Condong	6	3,0%
Lengkong	10	5,1%
Mandalajati	2	1,0%
Panyileukan	0	0,0%
Rancasari	3	1,5%
Regol	0	0,0%
Sukajadi	6	3,0%
Sukasari	10	5,1%
Sumur Bandung	4	2,0%
Ujung Berung	7	3,6%
<b>Total</b>	<b>197</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa lokasi UMKM dari para responden paling banyak berada di Kecamatan Antapani (12,2%), Kecamatan Buahbatu (11,2%), Kecamatan Bandung Wetan (7,6%), Kecamatan Cibiru (7,6%) dan Kecamatan Bandung Kulon (7,1%). Terdapat beberapa kecamatan yang tidak terwakilkan karena tidak adanya responden dari daerah tersebut, diantaranya Kecamatan Bojongloa Kidul, Kecamatan Panyileukan dan Kecamatan Regol.

**Tabel 4.4**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet UMKM**

<b>Omzet</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
<300 juta	174	88,3%
300 juta – 2,5 miliar	22	11,2%
2,5 miliar – 50 miliar	1	0,5%
<b>Total</b>	<b>197</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa terdapat 174 responden atau sekitar 88,3% yang memiliki omzet sebesar <300 juta rupiah per tahun,

22 responden (11,2%) yang memiliki omzet sebesar 300 juta – 2,5 miliar rupiah per tahun dan 1 responden (0,5%) yang memiliki omzet sebesar 2,5 miliar – 50 miliar rupiah per tahun.

#### 4.1.2 Uji *Partial Least Square* (PLS)

Analisis *Partial Least Square* (PLS) bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel Literasi Keuangan (X1), *Network Competency* (X2), Kinerja Keuangan UMKM (Y) dan Orientasi Pasar (Z).

##### 4.1.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model ini menjelaskan secara spesifik kausalitas atau hubungan antara variabel laten baik endogen maupun eksogen dengan indikator atau pengukuran dalam variabel yang ada. Dalam pengukuran indikator formatif, *outer model* dilihat dari nilai *outer weights* untuk melihat tingkat signifikansi dan *Outer Variance Inflation Factor* (*Outer VIF*) untuk melihat tingkat kolinearitas antar indikator.

**Tabel 4.5**  
***Outer Weights***

	Original Sample (O)	P Values
Competitor Orientation -> Orientasi Pasar	0,301	<b>0,018**</b>
Coordination -> Network Competency	0,262	<b>0,095*</b>
Customer Orientation -> Orientasi Pasar	0,240	<b>0,011**</b>
Financial Attitude -> Literasi Keuangan	-0,185	<b>0,263</b>
Financial Knowledge -> Literasi Keuangan	0,336	<b>0,019**</b>
Interfirm Coordination -> Orientasi Pasar	0,642	<b>0,000***</b>
Internal Communication -> Network Competency	0,334	<b>0,004***</b>
Literasi Keuangan * Orientasi Pasar <- X1 * Z	1,000	
Network Competency * Orientasi Pasar <- X2 * Z	1,000	
Partner Knowledge -> Network Competency	0,333	<b>0,028**</b>
Relationship Skill -> Network Competency	0,223	<b>0,192</b>
Y.1 -> Kinerja Keuangan UMKM	0,315	<b>0,020**</b>

Y.2 -> Kinerja Keuangan UMKM	0,735	0,000***
Financial Behaviour -> Literasi Keuangan	0,890	0,000***

Sumber: Output SmartPLS, 2022

Keterangan: \*\*\*, \*\* dan \* signifikan 1%, 5% dan 10%

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa terdapat 4 indikator yang memiliki nilai *p values* yang signifikan pada level 1%, 5 indikator yang memiliki nilai *p values* yang signifikan pada level 5% dan 1 indikator yang memiliki nilai *p values* yang signifikan pada level 10%, artinya indikator tersebut dapat dimasukkan ke dalam model. Namun, 2 indikator lainnya memiliki nilai yang tidak signifikan sehingga tidak dapat dimasukkan ke dalam model pengukuran. Tetapi terdapat ketentuan bahwa apabila bobot (*weight*) tidak signifikan, tetapi *loading factor* lebih dari 0,50 maka indikator tetap dapat dimasukkan ke dalam model. Berdasarkan ketentuan tersebut, maka dapat dilihat nilai dari *loading factor* pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.6**  
***Outer Loadings***

	Original Sample (O)	P Values
Competitor Orientation -> Orientasi Pasar	0,781	0,000***
Coordination -> Network Competency	0,906	0,000***
Customer Orientation -> Orientasi Pasar	0,706	0,000***
Financial Attitude -> Literasi Keuangan	0,618	0,000***
Financial Knowledge -> Literasi Keuangan	0,755	0,000***
Interfirm Coordination -> Orientasi Pasar	0,927	0,000***
Internal Communication -> Network Competency	0,839	0,000***
Literasi Keuangan * Orientasi Pasar <- X1 * Z	1,053	0,000***
Network Competency * Orientasi Pasar <- X2 * Z	1,118	0,000***
Partner Knowledge -> Network Competency	0,872	0,000***
Relationship Skill -> Network Competency	0,859	0,000***
Y.1 -> Kinerja Keuangan UMKM	0,888	0,000***
Y.2 -> Kinerja Keuangan UMKM	0,980	0,000***
Financial Behaviour -> Literasi Keuangan	0,967	0,000***

Sumber: Output SmartPLS, 2022

Keterangan: \*\*\*, \*\* dan \* signifikan 1%, 5% dan 10%

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai *p values* dari seluruh indikator lebih kecil dari 0,50, tepatnya berada pada level signifikansi 1%. Oleh karena itu, seluruh indikator dikatakan signifikan dan dapat dimasukkan ke dalam model pengukuran.

Dalam model pengukuran indikator formatif, selain melihat bobot (*weight*) juga dilihat nilai dari *Collinearity Statistics* (VIF) tepatnya *Outer VIF Values* untuk melihat seberapa tinggi tingkat multikolinearitas dari setiap indikator. Nilai VIF dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.7**  
***Outer VIF Values***

	VIF
Competitor Orientation	<b>1,620</b>
Coordination	3,426
Customer Orientation	<b>1,467</b>
Financial Attitude	<b>2,081</b>
Financial Knowledge	<b>1,784</b>
Interfirm Coordination	<b>1,584</b>
Internal Communication	<b>1,997</b>
Literasi Keuangan * Orientasi Pasar	<b>1,000</b>
Network Competency * Orientasi Pasar	<b>1,000</b>
Partner Knowledge	<b>2,428</b>
Relationship Skill	<b>2,775</b>
Y.1	<b>2,557</b>
Y.2	<b>2,557</b>
Financial Behaviour	<b>2,023</b>

Sumber: Output SmartPLS, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa seluruh indikator memiliki nilai VIF dibawah 10, artinya tingkat multikolinearitas antar indikator dapat dikatakan rendah sehingga proses pengolahan data dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya.

#### 4.1.3.2 Evaluasi Keباikan Model

Evaluasi kebaikan model digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengukur sejauh mana model prediksi ini dikatakan baik, maka dapat dilakukan evaluasi melalui nilai *R square*, *f square* dan *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR).

**Tabel 4.8**

***R Square***

	R Square	R Square Adjusted
Kinerja Keuangan UMKM	0,501	0,488

Sumber: Output SmartPLS, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai R Square yaitu 0,501 atau 50,1%, artinya variabel Kinerja Keuangan UMKM yang mampu dijelaskan yakni sebesar 50,1% (tingkat moderat), sedangkan sisa persentasenya sebesar 49,9% merupakan kontribusi lainnya yang tidak menjadi bagian dalam penelitian ini.

**Tabel 4.9**

***f Square***

	Kinerja Keuangan UMKM
Kinerja Keuangan UMKM	
Literasi Keuangan	0,041
Network Competency	0,028
Orientasi Pasar	0,092
X1 * Z	<b>0,004</b>
X2 * Z	<b>0,006</b>

Sumber: Output SmartPLS, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa variabel Literasi Keuangan, *Network Competency* dan Orientasi Pasar memiliki pengaruh pada tingkat struktural yang rendah karena nilainya lebih kecil dari 0,15,

sedangkan kedua efek moderasi yang digunakan pada penelitian ini memiliki pengaruh pada tingkat struktural yang sangat rendah karena nilainya lebih kecil dari 0,02.

**Tabel 4.10**

***Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)***

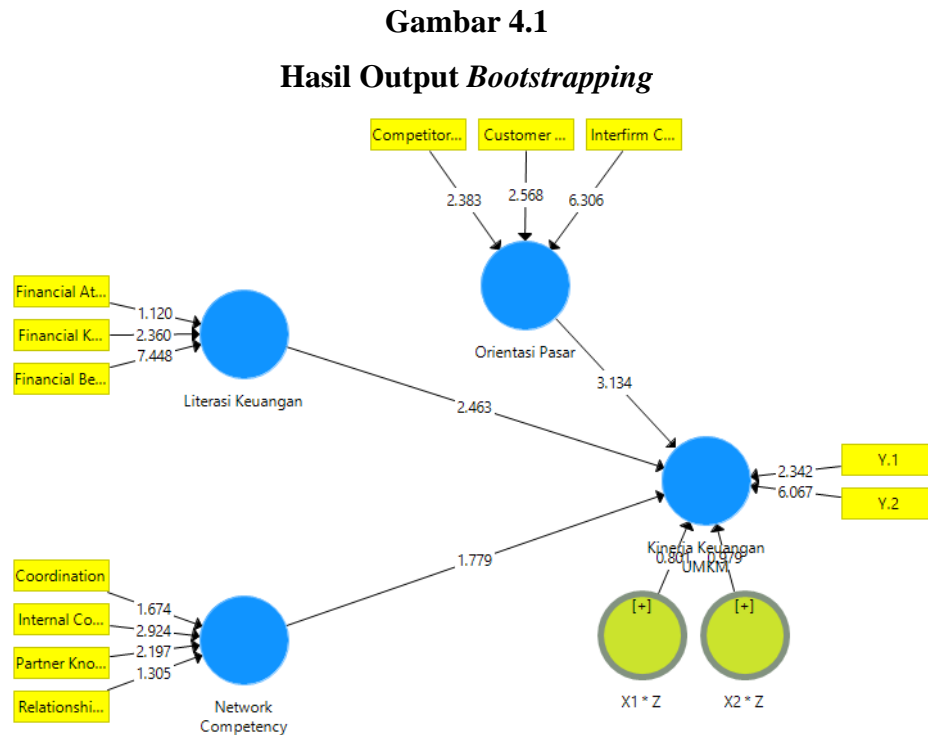
	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,064	0,064

Sumber: Output SmartPLS, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai SRMR sebesar 0,064 dimana angka tersebut berada di bawah 0,08, maka model ini dapat dikatakan baik.

#### 4.1.3.3 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian pada model struktural bertujuan untuk mengidentifikasi dan melihat hubungan antara variabel eksogen dan endogen dalam suatu penelitian. Pada indikator formatif, *inner model* dilihat dari nilai *Inner Variance Inflation Factor (Inner VIF)* untuk melihat tingkat kolinearitas antar variabel dan nilai *Path Coefficients (Koefisien Jalur)* untuk melihat hasil pengujian hipotesis.



Berdasarkan hasil output *bootstrapping* di atas, dapat dilihat nilai *t statistics* yang bertujuan untuk melihat tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis. Pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan ketika nilai *t statistics* lebih besar dari 1,96, sedangkan jika nilai *t statistics* lebih kecil dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan.

**Tabel 4.11**  
***Inner VIF Values***

	Kinerja Keuangan UMKM
Kinerja Keuangan UMKM	
Literasi Keuangan	<b>2,648</b>
Network Competency	3,099
Orientasi Pasar	<b>2,592</b>
X1 * Z	3,737
X2 * Z	3,729

Sumber: Output SmartPLS, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai VIF dibawah 10, artinya tingkat multikolinearitas antar variabel dapat dikatakan rendah sehingga proses pengolahan data dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya.

**Tabel 4.12**  
**Uji Hipotesis**

	Original Sample (O)	P Values
Literasi Keuangan -> Kinerja Keuangan UMKM	0,232	<b>0,014**</b>
Network Competency -> Kinerja Keuangan UMKM	0,209	<b>0,076*</b>
X1 * Z -> Kinerja Keuangan UMKM	-0,083	<b>0,424</b>
X2 * Z -> Kinerja Keuangan UMKM	0,092	<b>0,328</b>

Sumber: Output SmartPLS, 2022

Keterangan: \*\*\*, \*\* dan \* signifikan 1%, 5% dan 10%

Berdasarkan tabel 4.12 maka hasil uji hipotesis dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung memiliki nilai *p values* yang positif dan signifikan (0,014). Maka dapat dikatakan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung. Maka H1 diterima.
2. Pengaruh variabel *Network Competency* terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung memiliki nilai *p values* 0,076, berada pada tingkat signifikansi 10%. Maka dapat dikatakan bahwa variabel *Network Competency* berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung. Maka H2 diterima.
3. Variabel Literasi Keuangan setelah dimoderasi oleh Orientasi Pasar didapati nilai *p values* sebesar 0,424. Maka dapat dikatakan bahwa



variabel Orientasi Pasar tidak mampu memoderasi hubungan Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung. Maka H3 ditolak.

4. Variabel *Network Competency* setelah dimoderasi oleh Orientasi Pasar didapati nilai *p values* sebesar 0,328. Maka dapat dikatakan bahwa variabel Orientasi Pasar tidak mampu memoderasi hubungan *Network Competency* terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung. Maka H4 ditolak.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM

Berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan aplikasi SmartPLS, diperoleh hasil bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung dengan nilai *p values* sebesar 0,014. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan dari pelaku UMKM, maka kinerja keuangannya pun akan ikut meningkat.

Hipotesis pertama dalam penelitian ini yaitu Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan UMKM dinyatakan diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Adomako & Danso (2014), Alamsyah (2020), Ali & Li (2021), Bongomin et al. (2017), Dahmen & Rodríguez (2014), Esiebugie et al. (2018), Hossain (2020), Idawati & Pratama (2020), Ningtyas & Andarsari (2021) dan Usama &

Yusoff (2019) bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM.

Pelaku UMKM perlu meningkatkan kemampuan literasi keuangan yang berupa pengetahuan keuangan (pengetahuan mengenai produk dan layanan keuangan), keterampilan keuangan (kemampuan untuk melakukan perhitungan sederhana), keyakinan keuangan (kepercayaan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan), sikap keuangan (sikap dalam membuat rencana keuangan), dan perilaku keuangan (memiliki tujuan penggunaan dana yang diperoleh). Kemampuan-kemampuan tersebut dapat diperoleh dengan cara mengikuti pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh pemerintah, berdiskusi dengan pelaku UMKM lain yang sudah memiliki tingkat literasi keuangan yang baik dan belajar mandiri melalui media *online*.

Pelaku UMKM yang dapat meningkatkan literasi keuangan maka mereka juga dapat meningkatkan kinerja keuangan, serta menghindarkan para pelaku UMKM dari penipuan-penipuan yang marak terjadi. Individu yang kurang terliterasi cenderung tidak memiliki rencana pensiun, melakukan pinjaman dengan tingkat suku bunga yang tinggi, kurang atau tidak memiliki aset, memiliki keterbatasan informasi terhadap dunia keuangan, memiliki risiko yang tinggi, ketidakefektifan alokasi portofolio dan tabungan yang tidak banyak. Tingkat literasi keuangan yang rendah juga dapat menimbulkan banyak penipuan dan persaingan yang kurang sehat di pasar keuangan (Hidajat, 2015).

Dalam Islam, literasi keuangan dijelaskan pada ayat berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ

كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ

وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya.” (Q.S Al-Baqarah: 282)

Dalam menggunakan berbagai layanan, produk dan jasa pada lembaga keuangan tentunya kita harus mempelajari apa saja yang terdapat didalamnya khususnya apa yang kita butuhkan. Untuk memenuhi hal tersebut, maka sangat perlu untuk meningkatkan literasi keuangan untuk menghindari segala bentuk kerugian yang terjadi di kemudian hari.

#### **4.2.2 Pengaruh *Network Competency* terhadap Kinerja Keuangan UMKM**

Berdasarkan hasil olah data diperoleh hasil bahwa variabel *Network Competency* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung dengan nilai *p values* sebesar 0,076. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *network competency* terhadap kinerja keuangan UMKM.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu *Network Competency* berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan UMKM dinyatakan

diterima. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian menyatakan bahwa *network competency* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan (Parida et al., 2017; Tehseen et al., 2019; Torkkeli et al., 2016).

*Network competency* didefinisikan sebagai kemampuan untuk membangun interaksi sosial yang dapat menghasilkan kemampuan untuk mengeksekusi tugas-tugas seperti perencanaan, koordinasi, dan kontrol serta merupakan kemampuan untuk membangun dan memanfaatkan mitra kerja. Adanya hubungan seperti itu dapat memfasilitasi interaksi sosial yang dapat menimbulkan adanya pertukaran sumber daya serta menghasilkan sebuah manfaat bagi kedua belah pihak (Ratten et al., 2018).

Pelaku UMKM dapat meningkatkan *network competency* dengan cara mengikuti komunitas yang berisi pelaku UMKM yang berasal dari daerah yang sama, maupun komunitas UMKM dari bidang yang sama. Keberadaan komunitas UMKM dapat membantu para pelaku UMKM dalam memperluas relasi, mendapatkan ilmu serta pengalaman baru, juga memungkinkan adanya peluang kerjasama antar pelaku UMKM.

Dalam Islam, Allah SWT. telah memerintahkan umat-Nya untuk melakukan komunikasi yang baik, sebagaimana dijelaskan pada Q,S Ali Imran ayat 104 yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ

الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah

*dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”* (Q.S Ali Imran: 104)

Dalam membangun suatu hubungan bisnis, komunikasi menjadi hal kunci dimana komunikasi tersebut harus dibangun dengan baik dan efektif agar koordinasi berjalan dengan baik sehingga dapat berpengaruh pada kinerja perusahaan. Oleh karena itu, meningkatkan kemampuan dalam berkomunikasi baik itu dengan pihak internal (antara pemilik dengan karyawan, maupun sesama karyawan) untuk meningkatkan koordinasi internal dalam menyusun perencanaan dan melaksanakan tugas serta pihak eksternal (investor, mitra kerja, maupun *stakeholder* yang lain) untuk meningkatkan hubungan strategis dalam mencapai tujuan bersama, karena hal tersebut menjadi kunci dari *network competency* yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

#### **4.2.3 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM dengan Orientasi Pasar sebagai Variabel Moderasi**

Berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan aplikasi SmartPLS, diperoleh hasil bahwa variabel Orientasi Pasar tidak dapat memoderasi hubungan antara Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung dengan nilai *p values* sebesar 0,424. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Orientasi Pasar tidak memiliki pengaruh moderasi literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini berarti ada dan tidak adanya orientasi pasar, tidak akan berpengaruh terhadap literasi keuangan dari para pelaku UMKM.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu Orientasi Pasar dapat memoderasi hubungan antara Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM dinyatakan ditolak. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang menyatakan bahwa orientasi pasar dapat memoderasi hubungan antara literasi keuangan terhadap kinerja keuangan (Ali & Li, 2021).

Orientasi pasar yang benar membutuhkan fokus terhadap pelanggan maupun pesaing. Perusahaan yang berorientasi pasar melihat pasar, produk, dan merek yang mereka kembangkan sebagai tujuan jangka panjang seperti konsistensi *brand* maupun target-target lain yang dapat dicapai perusahaan 5 sampai 10 tahun yang akan datang, bukan hanya untuk tujuan jangka pendek saja seperti mengejar target penjualan.

Para pelaku UMKM dapat meningkatkan orientasi pasar dengan cara melihat kebutuhan & keinginan dari target pasar dari UMKM tersebut, hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan survei kepada orang-orang di sekitar para pelaku UMKM untuk kemudian hasil survei tersebut dapat menjadi rujukan dalam pengembangan produk atau jasa serta pengembangan metode promosi dari UMKM. Selain itu, para pelaku UMKM juga dapat melihat produk maupun metode promosi yang digunakan pelaku UMKM lain yang memiliki usaha di bidang yang serupa untuk kemudian digunakan sebagai rujukan untuk membuat inovasi baru yang dapat membedakan produk mereka dengan produk yang lain.

Dalam Islam, Allah SWT. menegaskan bahwa kita harus memeriksa setiap informasi yang kita terima sebagaimana dijelaskan pada Q.S Al Hujurat ayat 6 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ

نُدْمِينَ ۖ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” (Q.S Al-Hujurat: 6)

Dalam menerapkan orientasi pasar, tentunya seorang pemilik usaha perlu memeriksa dengan teliti kondisi perekonomian, kebutuhan dan keinginan konsumen, menganalisa pesaing, juga banyak hal yang lainnya. Oleh karena itu sangat penting bagi setiap pemilik usaha untuk meningkatkan kemampuannya dalam melihat kondisi pasar melalui orientasi pasar.

#### **4.2.4 Pengaruh *Network Competency* terhadap Kinerja Keuangan UMKM dengan Orientasi Pasar sebagai Variabel Moderasi**

Berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan aplikasi SmartPLS, diperoleh hasil bahwa variabel Orientasi Pasar tidak dapat memoderasi hubungan antara *Network Competency* terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung dengan nilai *p values* sebesar 0,328. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Orientasi Pasar tidak berpengaruh dalam memoderasi *network competency* terhadap kinerja keuangan UMKM, sehingga ada dan tidak adanya orientasi pasar, tidak akan

berpengaruh terhadap tingkat *network competency* dari para pelaku UMKM.

Hipotesis keempat dalam penelitian ini yaitu Orientasi Pasar dapat memoderasi hubungan antara *Network Competency* terhadap Kinerja Keuangan UMKM dinyatakan ditolak. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang menyatakan bahwa orientasi pasar dapat memoderasi hubungan antara *network competency* terhadap kinerja keuangan (Ali & Li, 2021).

Pada dasarnya, orientasi pasar mengacu pada cara pelaku usaha mengimplementasikan konsep pemasaran. Apabila pelaku UMKM memiliki orientasi pasar yang baik serta memiliki tingkat *network competency* yang baik maka dapat memberikan UMKM banyak sekali peluang seperti adanya investor hingga kolaborasi dengan pelaku UMKM lainnya yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja UMKM.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang sudah dilakukan sebelumnya tentang Literasi Keuangan, *Network Competency*, Orientasi Pasar dan Kinerja Keuangan UMKM: Studi pada UMKM di Kota Bandung, diperoleh hasil kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan dari pelaku UMKM, maka kinerja keuangannya pun akan ikut meningkat.
2. *Network Competency* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *network competency* terhadap kinerja keuangan UMKM.
3. Orientasi Pasar tidak dapat memoderasi hubungan antara Literasi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Orientasi Pasar tidak memiliki pengaruh moderasi literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini berarti ada dan tidak adanya orientasi pasar, tidak akan berpengaruh terhadap literasi keuangan dari para pelaku UMKM.

4. Orientasi Pasar tidak dapat memoderasi hubungan antara *Network Competency* terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Bandung. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Orientasi Pasar tidak berpengaruh dalam memoderasi *network competency* terhadap kinerja keuangan UMKM, sehingga ada dan tidak adanya orientasi pasar, tidak akan berpengaruh terhadap tingkat *network competency* dari para pelaku UMKM.

Kontribusi penelitian ini yaitu memberi masukan kepada pemerintah serta para pelaku UMKM untuk saling membantu dan meningkatkan kemampuan dalam literasi keuangan dan *network competency* untuk meningkatkan kinerja keuangan UMKM yang pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian negara.

Keterbatasan penelitian ini yaitu terbatasnya jumlah responden yang diteliti dibandingkan dengan jumlah populasi yang ada, jadi hanya sedikit populasi yang dapat terwakilkan melalui sampel yang diperoleh.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan penelitian yang telah dilakukan dan disimpulkan, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah

Saran bagi pemerintah yaitu untuk memfasilitasi UMKM dalam meningkatkan kemampuan serta pengetahuan dari berbagai bidang, khususnya literasi keuangan dan *network competency* sehingga para pelaku UMKM dapat merasakan manfaatnya secara langsung seperti adanya peningkatan kinerja keuangan usaha. Dengan adanya pelatihan yang difasilitasi pemerintah, para

pelaku UMKM dapat mengimplementasikan ilmu yang didapat pada usaha yang mereka miliki.

## 2. Bagi Pelaku UMKM

Saran bagi pelaku UMKM yaitu sebaiknya meningkatkan pengetahuan serta kemampuan dalam literasi keuangan untuk meningkatkan kinerja keuangan dari UMKM itu sendiri serta agar bisa memanfaatkan layanan-layanan keuangan yang telah disediakan oleh pemerintah agar usahanya bisa lebih berkembang. Selain itu, para pelaku UMKM juga disarankan untuk meningkatkan tingkat *network competency* baik dengan pihak internal (sesama pemilik, sesama karyawan, maupun antara pemilik dengan karyawan) agar koordinasi internalnya semakin berjalan dengan baik serta dengan pihak eksternal (pelaku UMKM yang lain, mitra kerja seperti supplier, serta pihak lainnya) untuk saling berbagi pengetahuan dan pengalaman, serta memungkinkan adanya peluang untuk bekerjasama.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran untuk peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan kajian dengan topik yang serupa dengan penelitian ini yaitu sebaiknya sampel yang diambil lebih banyak lagi, agar populasi yang ada semakin terwakili dengan banyaknya sampel yang ada. Selain itu, dapat ditambahkan juga kajian menggunakan variabel lain yang memiliki peluang untuk meningkatkan kinerja keuangan 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 & Organizational Studies*, 3(4), 1–15.
- Afsharghasemi, A., Zain, M., Sambasivan, M., & Ng Siew Imm, S. (2013). Market Orientation, Government Regulation, Competitive Advantage and Internationalization of SMEs: A Study in Malaysia. *Journal of Business Administration Research*, 2(2). <https://doi.org/10.5430/jbar.v2n2p13>
- Agama, K. (2022). *Qur'an Kemenag*. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Alamsyah, M. F. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan kualitas manajemen keuangan terhadap kinerja keuangan pada ukm meubel di kota gorontalo. *FORUM EKONOMI*, 22(2), 245–255. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMMEKONOMI>
- Ali, H., & Li, Y. (2021). Financial Literacy, Network Competency, and SMEs Financial Performance: The Moderating Role of Market Orientation. *Journal of Asian Finance*, 8(10), 341–352. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no10.0341>
- Baron, R., & Markman, G. (2000). Beyond social capital: How social skills can enhance entrepreneurs' success. *Academy of Management Executive*, 14(1), 106–116. <https://www.researchgate.net/publication/237081040>
- Bongomin, G. O. C., Ntayi, J. M., Munene, J. C., & Malinga, C. A. (2017). The relationship between access to finance and growth of SMEs in developing economies: Financial literacy as a moderator. *Review of International Business and Strategy*, 27(4), 520–538. <https://doi.org/10.1108/RIBS-04-2017-0037>
- Boucher, X., & Lebureau, E. (2005). Coordination of Competencies Development within Networks of SMEs. *Collaborative Networks and Their Breeding Environments*, 57–66.
- Chen Ho Chao, M., & Spillan, J. E. (2010). The journey from market orientation to firm performance: A comparative study of US and Taiwanese SMEs. *Management Research Review*, 33(5), 472–483. <https://doi.org/10.1108/01409171011041901>
- Dahmen, P., & Rodríguez, E. (2014). Financial Literacy and the Success of Small Businesses: An Observation from a Small Business Development Center. *Numeracy*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.5038/1936-4660.7.1.3>

- Desiyanti, R., & Hamirul. (2020). *COVID-19 Merubah Wajah Indonesia, Literasi dan Inklusi Keuangan UMKM Selama Pandemi*. Pustaka Learning Center.
- Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Jawa Barat. (2021). *Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat*.
- Ekawati, N. W., Rahyuda, K., Yasa, N. N. K., & Sukaatmadja, I. P. G. (2021). *Menguatkan Sukses Produk Baru*. Media Sains Indonesia.
- Esiebugie, U., Richard, A. T., & Emmanuel, A. L. (2018). Financial Literacy and Performance of Small and Medium Scale Enterprises in Benue State, Nigeria. *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 2(4), 65–79. [www.ijebmr.com](http://www.ijebmr.com)
- Fitrah, M., & Luthfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*. CV Jejak.
- Hakansson, H., & Snehota, I. (1995). *Developing Relationships in Business Networks*. Routledge.
- Haryanto, A. T., Dewi, S. N., & Nugroho, A. P. (2020). Peranan Orientasi Pasar dalam Hubungan Kinerja Perusahaan pada Industri Manufaktur di Solo Raya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 8(2), 151–158.
- Hidajat, T. (2015). *Literasi Keuangan*. STIE Bank BPD Jateng.
- Hossain, M. (2020). Financial resources, financial literacy and small firm growth: Does private organizations support matter. *Journal of Small Business Strategy*, 30(2), 35–58.
- Hutabarat, F. (2020). *Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan*. Desanta Muliavisitama.
- Idawati, I. A. A., & Pratama, I. G. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 1–9. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj>
- Ismanto, H., Widiastuti, A., Muharam, H., Pengestuti, I. R. D., & Rofiq, F. (2019). *Perbankan dan Literasi Keuangan*. Deepublish.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Penerbit Anak Hebat Indonesia.
- Jeong, S. W., & Chung, J. E. (2022). Enhancing competitive advantage and financial performance of consumer-goods SMEs in export markets: how do social capital and marketing innovation matter? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2021-0301>

- Johan. (2020). *Implikasi Tingkat Literasi Terhadap Inklusi Keuangan Syariah dalam Menggunakan Produk BMT Masyarakat Pesisir Pantai Utara Kabupaten Tuban*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Keh, H. T., Nguyen, T. T. M., & Ng, H. P. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 592–611. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.003>
- Kirca, A. H., Jayachandran, S., & Bearden, W. O. (2005). Market orientation: A meta-analytic review and assessment of its antecedents and impact on performance. *Journal of Marketing*, 69(2), 24–41. <https://doi.org/10.1509/jmkg.69.2.24.60761>
- Margin, V. (2006). *Competition in Marketing*. Universitats-Verlag.
- Marketing Science Institute. (1999). *Developing A Market Orientation*. SAGE Publications, Inc.
- Masterson, R., & Pickton, D. (2010). *Marketing: An Introduction*. SAGE Publications Ltd.
- Mukson, Hamidah, & Prabuwono, A. S. (2019). *Lingkungan Kerja dan Orientasi Kewirausahaan (Kinerja UMKM Melalui Komitmen Organisasi)*. Penerbit Lakeisha.
- 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 ENTERPRENUERS AN ANALYSIS OF THE EFFECT OF BOOK KEEPING SKILLS FROM EQUITY GROUP FOUNDATION'S FINANCIAL LITERACY TRAINING PROGRAM ON ENTERPRENEURS' LOAN REPAYMENT PERFORMANCE. In *International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom: Vol. III*. <http://ijecm.co.uk/>
- Ningtyas, M. N., & Andarsari, P. R. (2021). Peran Perilaku Keuangan dalam Memoderasi Literasi Keuangan dan Keberlangsungan Usaha. *Jurnal Riset Dan Aplikasi: Akuntansi Dan Manajemen*, 5(1). <https://doi.org/10.33795/jraam.v5i1.004>
- Nkundabanyanga, S. K., Kasozi, D., Nalukenge, I., & Taurigana, V. (2014). Lending terms, financial literacy and formal credit accessibility. *International*

*Journal of Social Economics*, 41(5), 342–361. <https://doi.org/10.1108/IJSE-03-2013-0075>

Nuvriasari, A., Wicaksono, G., & Sumiyarsih. (2015). Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing Terhadap Peningkatan Kinerja UKM. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 19(2), 241–259.

Oduro, S., & Haylemariam, L. G. (2019). Market orientation, CSR and financial and marketing performance in manufacturing firms in Ghana and Ethiopia. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 10(3), 398–426. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-11-2018-0309>

Parida, V., Pesämaa, 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>

Purwani, T., & Nurcholis, L. (2019). *Strategi Peningkatan Kinerja Rantai Pasokan*. Penerbit Deepublish.

Rahayu. (2020). *Kinerja Keuangan Perusahaan*. Program Pascasarjana Universitas Prof. Moestopo (Beragama).

Ratten, V., Braga, V., & Marques, C. S. (2018). *Knowledge, Learning and Innovation: Research Insights on Cross-Sector Collaborations*. Springer International Publishing.

Siahaan, A., Siahaan, R., & Siahaan, Y. E. (2020). FAKTOR PENDUKUNG DAN PENGHAMBAT KINERJA UMKM DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING. *Jurnal Stindo Profesional*, 6(6), 143–156.

Situmorang, C. V., & Simanjuntak, A. (2021). Pengaruh Strategic Management Accounting dalam Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar, dan Kualitas Pimpinan terhadap Kinerja Keuangan. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 7(2), 100–108. <https://doi.org/10.31289/jab.v7i2.4312>

Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.

Slater, S. F., & Narver, J. C. (2000). The Positive Effect of a Market Orientation on Business Profitability: A Balanced Replication. *Journal of Business Research*, 48, 69–73.

Tehseen, S., Ahmed, F. U., Qureshi, Z. H., Uddin, M. J., & Ramayah, T. (2019). Entrepreneurial competencies and SMEs' growth: the mediating role of network competence. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 11(1), 2–29. <https://doi.org/10.1108/APJBA-05-2018-0084>

- Torkkeli, L., Kuivalainen, O., Saarenketo, S., & Puumalainen, K. (2016). Network competence in Finnish SMEs: implications for growth. *Baltic Journal of Management*, 11(2), 207–230. <https://doi.org/10.1108/BJM-02-2015-0032>
- Usama, K. M., & Yusoff, W. F. W. (2019). The Impact of Financial Literacy on Business Performance. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 3(10), 84–91. [www.rsisinternational.org](http://www.rsisinternational.org)
- 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>
- Wardhono, A., Indrawati, Y., & Qori'ah, C. G. (2018). *Inklusi Keuangan dalam Persimpangan Kohesi Sosial dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan*. Pustaka Abadi.
- Wijaya, O. (2020). *Strategi Manajemen Hubungan Pelanggan dan Orientasi Pasar: Upaya Meningkatkan Kinerja Pemasaran Industri Furniture di Jawa Timur*. Penerbit Lakeisha.
- Wuryaningrat, N. (2020). *Kemampuan Inovasi Industri Kreatif di Indonesia*. Forum Pemuda Aswaja.
- Yap, R. J. C., Komalasari, F., & Hadiansah, I. (2016). The Effect of Financial Literacy and Attitude on Financial Management Behavior and Satisfaction. *International Journal of Administrative Science & Organization*, 23(3), 140–146.
- Zhang, L., Kara, A., Spillan, J. E., & Mintu-Wimsatt, A. (2017). Exploring market orientation among Chinese small and medium-sized enterprises. *Chinese Management Studies*, 11(4), 617–636. <https://doi.org/10.1108/CMS-08-2016-0158>


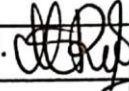

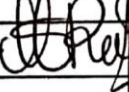
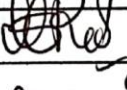
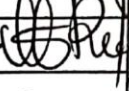
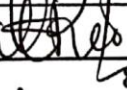
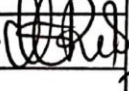
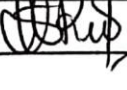


## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1 Bukti Konsultasi

### BUKTI KONSULTASI

Nama : Raynald Phoebus Mihardjo  
NIM/Jurusan : 18510174/Manajemen  
Pembimbing : Mega Noerman Ningtyas, M.Sc  
Judul Skripsi : Literasi Keuangan, *Network Competency*, Orientasi Pasar dan Kinerja Keuangan: Studi pada UMKM di Kota Bandung

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	19 November 2021	Pengajuan <i>Outline</i>	1. 
2.	20 November 2021	Persetujuan Judul Proposal	2. 
3.	16 Maret 2022	Revisi & ACC Bab 1	3. 
4.	21 Maret 2022	Revisi & ACC Bab 2	4. 
5.	24 Maret 2022	Revisi & ACC Bab 3	5. 
6.	25 Maret 2022	ACC Proposal	6. 
7.	13 April 2022	Seminar Proposal	7. 
8.	28 April 2022	Revisi & ACC Proposal	8. 
9.	15 Juni 2022	Revisi & ACC Bab 4 dan 5	9. 

Malang, 16 Juni 2022  
Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen,



Muhammad Sulhan, SE., MM  
NIP. 197406042006041002

## Lampiran 2 Biodata Peneliti

### BIODATA PENELITIAN

Nama Lengkap : Raynald Phoebus Mihardjo  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 22 April 2001  
Alamat Asal : Komp. Griya Cinunuk Indah Blok B7 No. 4, Bandung  
Alamat Kos : Pondok Alam Sigura Gura Blok A2 No. 18, Malang  
Telepon/Hp : 088989101126  
E-mail : [raynald.phobus@gmail.com](mailto:raynald.phobus@gmail.com)  
Instagram : @raynaldpm

#### **Pendidikan Formal**

2006-2011 : SDN 2 Lembang  
2011-2012 : SDN Mekarsari  
2012-2015 : SMPN 1 Cileunyi  
2015-2018 : SMAN 1 Cileunyi  
2018-2022 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam  
Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

#### **Pendidikan Non Formal**

2018-2019 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA)  
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim  
Malang  
2019-2020 : Program Pengembangan Bahasa Inggris (PPBI)  
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim  
Malang  
2021 : Mini Course RevoU: Sales in Tech & Digital Marketing

### **Pengalaman Organisasi**

- Pengurus Keluarga Mahasiswa dan Pelajar Jawa Barat (KAMAPA) Wilayah UIN Malang tahun 2019-2021
- Asisten Staf Bidang Personalia Koperasi Mahasiswa Padang Bulan UIN Malang tahun 2020
- Pengurus Komunitas Islamic Millennial tahun 2020
- Pengurus Galeri Investasi Syariah (GIS) UIN Malang tahun 2020-2021
- Pengurus Sharia Economics Students Community (SESCOM) tahun 2020-2022
- Anggota Indonesia Millennial Connect tahun 2020-2022
- Pengurus Lembaga Semi Otonom (LSO) Koperasi Mahasiswa Padang Bulan UIN Malang tahun 2021
- Pengurus Keluarga Mahasiswa dan Pelajar Jawa Barat (KAMAPA) Malang Raya tahun 2021-2022
- Anggota Generasi Baru Indonesia (GenBI) UIN Malang tahun 2021-2022
- Anggota Komunitas #UangKita Kementerian Keuangan RI tahun 2021-2022
- Ketua Komunitas #UangKita Kementerian Keuangan RI Regional Bandung tahun 2022

### **Aktivitas dan Pelatihan**

- Peserta Diklat Ekonomi Islam (DEI) VIII Sharia Economics Students Community (SESCOM) tahun 2019
- Peserta Diklat Dasar Koperasi (DIKLATSARKOP) XX Koperasi Mahasiswa Padang Bulan UIN Malang tahun 2019
- Peserta Diklat Menengah Koperasi (DIKLATMENKOP) XX Koperasi Mahasiswa Padang Bulan UIN Malang tahun 2019
- Finalis Genta Startup Jambore Koperasi Mahasiswa Nasional (JAMKOPNAS) tahun 2020

- Juara 1 Pitching Competition Temu Ilmiah Regional (TEMILREG) FoSSEI Jawa Timur tahun 2020
- Moderator acara webinar SESCOB Talks #8 dengan tema “Millennial’s Sharia Investment” tahun 2020
- Peserta Diklat Lanjutan Koperasi (DIKLATJUTKOP) XXI Koperasi Mahasiswa Padang Bulan UIN Malang tahun 2020
- Peserta FoSSEI Development Training (Jawa Timur) tahun 2020
- Penerima beasiswa Bank Indonesia tahun 2021
- Juara 2 Kompetisi Business Plan Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur tahun 2021
- Pembicara acara Sharing Session FoSSEI Komisariat Malang dengan tema “Business Plan” tahun 2021
- Pembicara acara Lembaga Semi Otonom (LSO) Koperasi Mahasiswa Padang Bulan UIN Malang dengan tema “Menyusun Business Plan untuk Pemula” tahun 2021
- Moderator acara webinar Galeri Investasi Syariah (GIS) UIN Malang dengan tema “Cerdas Berinvestasi di Pasar Modal” tahun 2021
- Master of Ceremony acara webinar Seminar Online Pasar Modal Syariah 2021 dengan tema “Millennial Melek Saham, Siapa Takut?” tahun 2021
- Master of Ceremony acara Kelas Belajar Saham Bareng Level 2 Galeri Investasi Syariah (GIS) UIN Malang dengan tema “Analisis Fundamental” tahun 2021

Malang, 16 Juni 2022



Raynald Phoebus Mihardjo

### Lampiran 3 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item	Skala	Rujukan
Literasi Keuangan (X1)	1. <i>Financial Behaviour</i>	1. Kemampuan dalam menganalisis kinerja keuangan. 2. Partisipasi dalam pelatihan pembukuan. 3. Kepemilikan asuransi untuk usaha. 4. Kemampuan dalam menghitung total biaya dari dana pinjaman. 5. Kemampuan dalam mengelola rekening tabungan. 6. Kemampuan untuk melakukan pembukuan dasar.	Likert	(Bongomin et al., 2017)
	2. <i>Financial Attitude</i>	1. Pengetahuan mengenai layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan usaha. 2. Pengetahuan mengenai keuntungan dan kekurangan layanan kredit.		
	3. <i>Financial Knowledge</i>	1. Kemampuan dalam mengelola kerugian dengan mengelola hutang. 2. Tingkat pengetahuan akuntansi dari pemilik usaha.		
Network Competency (X2)	1. <i>Coordination</i>	1. Kemampuan dalam menganalisis target pencapaian dengan mitra kerja. 2. Pengembangan hubungan berdasarkan tingkat kontribusi. 3. Pelaksanaan diskusi dengan mitra kerja secara rutin.	Likert	(Parida et al., 2017; Walter et al., 2006)

	2. <i>Relationship Skill</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan dalam membangun hubungan baik dengan mitra kerja.</li> <li>2. Kemampuan dalam melakukan urusan secara fleksibel dengan mitra kerja.</li> <li>3. Kemampuan dalam menyelesaikan masalah dengan mitra kerja.</li> </ol>		
	3. <i>Partner Knowledge</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan tentang target pasar dari mitra kerja.</li> <li>2. Pengetahuan tentang produk atau jasa dari mitra kerja.</li> <li>3. Pengetahuan tentang kekuatan dan kelemahan dari mitra kerja.</li> </ol>		
	4. <i>Internal Communication</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelaksanaan rapat internal secara rutin.</li> <li>2. Hubungan informal antar karyawan.</li> <li>3. Pemberian umpan balik (<i>feedback</i>) antara pemilik dan karyawan.</li> </ol>		
Orientasi Pasar (Z)	1. <i>Customer Orientation</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pentingnya pemasaran dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen.</li> <li>2. Definisi kualitas produk.</li> <li>3. Strategi pelayanan setelah penjualan.</li> </ol>	Likert	Narver & Slater (1990), dikutip dari (Oduro & Haylemariam, 2019)
	2. <i>Competitor Orientation</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analisis program pemasaran dari kompetitor.</li> <li>2. Diskusi mengenai program dari kompetitor.</li> <li>3. Tanggapan mengenai tindakan dari kompetitor.</li> </ol>		
	3. <i>Interfirm Coordination</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyebaran informasi mengenai pasar.</li> </ol>		

		2. Koordinasi departemen pemasaran dengan departemen lain. 3. Keterlibatan setiap departemen dalam rencana usaha.		
Kinerja Keuangan UMKM (Y)	1. <i>Target Sales Growth</i>	Pencapaian pertumbuhan penjualan selama 3 tahun terakhir.	Likert	(Jeong & Chung, 2022; Keh et al., 2007)
	2. <i>Target Profitability</i>	Pencapaian profitabilitas selama 3 tahun terakhir.		

Sumber: data diolah, 2022

## **Lampiran 4 Kuesioner Penelitian**

### **KUESIONER PENELITIAN UMKM**

Bapak/Ibu Responden Yang Terhormat,

Perkenalkan nama saya Raynald, mahasiswa Jurusan Manajemen yang sedang melakukan penelitian mengenai “Literasi Keuangan, Network Competency, Orientasi Pasar, dan Kinerja Keuangan: Studi pada UMKM di Kota Bandung”.

Demi tercapainya hasil penelitian, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu responden sebagai pelaku UMKM di Kota Bandung untuk berpartisipasi dalam penelitian yang saya lakukan dengan menjawab kuesioner ini secara lengkap dan jujur. Seluruh informasi yang diperoleh dari hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Atas waktu dan kesediaan Bapak/Ibu responden saya ucapkan terima kasih.

#### **A. Identitas Responden**

1. Nama Responden
2. Jenis Kelamin
  - Laki-laki
  - Perempuan
3. Umur
4. Apakah Anda pelaku UMKM?
  - Ya
  - Tidak
5. Apakah UMKM Anda berada di Kota Bandung?
  - Ya
  - Tidak
6. Nama UMKM
7. Kecamatan Lokasi UMKM
  - Andir
  - Antapani
  - Arcamanik



- Astana Anyar
- Babakan Ciparay
- Bandung Kidul
- Bandung Kulon
- Bandung Wetan
- Batununggal
- Bojongloa Kaler
- Bojongloa Kidul
- Buahbatu
- Cibeunying Kaler
- Cibeunying Kidul
- Cibiru
- Cicendo
- Cidadap
- Cinambo
- Coblong
- Gedebage
- Kiara Condong
- Lengkong
- Mandalajati
- Panyileukan
- Rancasari
- Regol
- Sukajadi
- Sukasari
- Sumur Bandung
- Ujung Berung

8. Bidang UMKM

- Kuliner
- Fashion

- Kesehatan & Kecantikan
  - Agrobisnis
  - Otomotif
  - Teknologi
  - Jasa
  - Lainnya
9. Omzet UMKM (dalam 1 tahun)
- < 300 juta rupiah
  - 300 juta – 2,5 miliar rupiah
  - 2,5 miliar – 50 miliar rupiah

### B. Petunjuk Pengisian

Pilihan jawaban memiliki keterangan sebagai berikut:

1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

2 : Tidak Setuju (TS)

3 : Cukup Setuju (CS)

4 : Setuju (S)

5 : Sangat Setuju (SS)

### C. Daftar Pertanyaan

Literasi Keuangan (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1.	Kami mampu untuk menganalisis kinerja keuangan kami secara rutin.					
2.	Kami pernah mengikuti pelatihan pembukuan keuangan.					
3.	Kami telah memiliki asuransi untuk usaha kami.					
4.	Kami mampu menghitung berapa total biaya dari dana pinjaman.					
5.	Kami mengelola rekening tabungan kami sendiri.					
6.	Kami memiliki kemampuan untuk melakukan pembukuan dasar.					
7.	Kami dapat melakukan analisis mengenai perusahaan pinjaman yang sesuai dengan kebutuhan keuangan kami.					

8.	Kami menyadari keuntungan dan kekurangan saat mengakses layanan kredit.					
9.	Kami mampu untuk meminimalisir kerugian dengan meminimalisir hutang yang “buruk”.					
10.	Pemilik usaha memiliki pengetahuan dasar tentang akuntansi.					

*Network Competency (X2)*

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1.	Kami melakukan analisis apa yang kami inginkan dan apa yang kami ingin capai bersama dengan masing-masing mitra kerja.					
2.	Kami mengembangkan hubungan dengan masing-masing mitra kerja berdasarkan kontribusi mereka.					
3.	Kami melakukan diskusi secara rutin dengan masing-masing mitra kerja tentang bagaimana kami bisa mendukung satu sama lain.					
4.	Kami mampu untuk membangun hubungan pribadi yang baik dengan masing-masing mitra kerja.					
5.	Kami mampu untuk berurusan secara fleksibel dengan masing-masing mitra kerja.					
6.	Kami dapat menyelesaikan masalah secara konstruktif bersama para mitra kerja.					
7.	Kami mengetahui target pasar dari mitra kerja kami.					
8.	Kami mengetahui produk atau jasa dari mitra kerja kami.					
9.	Kami mengetahui kekuatan dan kelemahan dari mitra kerja kami.					
10.	Kami memiliki jadwal rapat internal secara rutin untuk setiap proyek.					
11.	Para karyawan membangun hubungan informal dengan sesama karyawan yang lain.					
12.	Pemilik dan karyawan sering memberikan umpan balik (feedback) kepada satu sama lain.					

Orientasi Pasar (Z)

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1.	Pada usaha kami, pemasaran merupakan pekerjaan yang paling penting untuk mengidentifikasi dan membantu dalam menemukan kebutuhan dari konsumen kami.					
2.	Kami mendefinisikan kualitas produk demi kepuasan pelanggan.					
3.	Pelayanan setelah penjualan adalah bagian penting dari strategi bisnis kami.					
4.	Kami secara rutin menganalisis program pemasaran dari para pesaing.					
5.	Pemilik usaha sering melakukan analisis maupun diskusi mengenai program dari pesaing.					
6.	Kami secara cepat menanggapi tindakan dari pesaing.					
7.	Informasi mengenai pasar dibagikan kepada seluruh departemen.					
8.	Departemen pemasaran pada perusahaan kami berinteraksi secara rutin dengan departemen-departemen lain.					
9.	Seluruh departemen terlibat dalam mempersiapkan rencana usaha.					

Kinerja Keuangan UMKM (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1.	Selama tiga tahun terakhir, kami selalu berhasil mencapai target pertumbuhan penjualan.					
2.	Selama tiga tahun terakhir, kami selalu berhasil mencapai target keuntungan (profit).					

## Lampiran 5 Data Kuesioner

### 1. Literasi Keuangan (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
1	5	1	1	3	5	3	3	3	5	5
2	5	5	1	5	5	5	4	4	5	5
3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4
5	3	1	1	1	5	3	2	3	3	3
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4
8	3	2	4	4	5	3	4	3	4	4
9	3	2	2	4	4	3	4	4	4	3
10	5	3	2	5	5	5	5	5	5	4
11	4	3	4	5	5	4	3	2	5	5
12	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
13	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4
14	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
15	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
16	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4
17	5	3	2	5	5	5	5	5	5	5
18	2	1	1	3	5	4	4	3	3	5
19	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
20	5	2	1	5	5	4	4	5	5	4
21	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
24	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
25	4	2	5	5	5	5	5	5	4	3
26	4	3	2	4	4	4	3	4	4	3
27	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
28	4	3	5	4	5	2	2	4	4	4
29	4	1	1	1	5	4	1	1	5	4
30	4	3	3	4	4	3	2	4	3	2
31	3	1	1	3	5	5	5	5	5	3
32	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5
33	4	3	2	4	4	5	3	4	4	4
34	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3

35	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
36	3	2	1	2	4	2	3	4	5	1
37	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3
38	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
39	4	4	3	3	4	4	4	5	3	5
40	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4
41	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
42	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3
43	3	2	1	3	3	4	3	4	3	4
44	5	3	2	5	5	5	5	5	5	4
45	4	1	1	5	5	5	5	5	5	5
46	4	1	3	2	5	5	4	4	4	1
47	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
48	3	2	3	4	5	4	3	3	3	4
49	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4
50	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
51	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
52	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	5	1	5	5	5	4	4	4	4
55	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
56	4	3	3	3	5	4	3	4	3	3
57	4	5	1	4	3	3	3	5	4	3
58	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
62	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5
63	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3
64	5	2	2	4	5	4	5	4	4	4
65	4	2	2	3	5	3	4	5	4	3
66	4	1	1	4	4	4	1	3	4	2
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	3	4	5	5	3	3	4	5
69	4	2	1	4	4	4	4	3	3	2
70	4	3	2	4	5	3	3	5	5	5
71	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3

74	4	1	1	4	1	4	4	3	5	4
75	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3
76	4	2	1	4	5	5	4	4	4	5
77	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
78	4	3	5	4	5	5	4	4	4	5
79	2	2	2	3	4	5	3	4	3	5
80	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3
81	4	3	3	5	5	5	5	5	4	5
82	3	1	1	3	5	4	2	4	3	4
83	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3
84	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
85	4	3	4	5	5	4	4	4	4	2
86	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
87	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
88	4	2	2	4	4	4	3	4	4	4
89	3	2	1	2	4	2	2	3	4	3
90	4	3	1	4	5	5	4	4	4	3
91	3	1	2	2	5	3	1	4	5	3
92	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5
94	4	2	1	3	4	4	3	3	4	4
95	4	1	2	3	4	4	4	3	3	4
96	4	2	1	4	5	5	4	5	4	3
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
100	5	4	2	4	5	3	4	4	5	3
101	5	3	2	4	5	5	5	1	5	5
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
104	4	2	2	4	4	3	3	3	3	3
105	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
106	3	2	2	3	5	5	3	3	4	3
107	4	3	2	4	4	5	3	3	4	4
108	4	4	2	2	5	3	2	3	4	3
109	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5
110	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
111	4	1	2	3	4	4	3	4	3	2
112	3	4	3	4	4	4	3	5	4	4

113	3	3	3	4	5	4	4	4	4	3
114	3	1	1	4	4	4	4	4	3	4
115	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
116	4	2	2	4	5	4	2	4	4	4
117	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
119	4	5	5	3	4	5	2	3	3	2
120	4	2	2	5	5	4	4	5	5	5
121	3	2	1	2	2	2	4	3	5	4
122	4	1	1	3	5	4	4	5	5	2
123	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
124	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
125	3	2	5	3	5	3	2	3	4	3
126	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3
127	4	4	2	4	5	5	4	5	4	5
128	2	1	1	3	5	4	4	5	5	4
129	4	3	2	4	5	5	3	3	4	3
130	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4
131	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4
132	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
133	2	3	4	2	4	2	4	1	4	2
134	3	1	1	2	3	2	2	4	3	2
135	4	1	1	3	4	4	3	4	4	5
136	4	3	2	4	5	4	3	4	4	4
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
138	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
139	3	2	2	4	4	4	3	4	3	5
140	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
141	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
142	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
143	3	2	4	4	5	4	4	5	4	4
144	3	4	1	2	4	3	3	3	3	3
145	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
146	4	2	2	4	5	3	3	4	2	4
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
148	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3
149	4	2	1	3	5	3	4	4	4	4
150	4	1	1	3	5	3	2	3	4	3
151	3	4	2	2	4	4	2	4	4	4



152	5	4	2	4	4	5	3	4	4	3
153	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5
154	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3
155	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4
156	4	2	2	4	4	4	2	3	3	4
157	3	1	1	2	4	4	4	4	4	5
158	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4
159	3	3	2	5	4	4	4	4	4	4
160	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
161	4	2	1	2	4	3	2	3	4	1
162	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
163	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
164	4	5	3	4	5	4	3	5	5	4
165	3	4	3	3	4	4	3	5	3	3
166	5	1	5	3	5	3	3	4	5	5
167	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
168	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
169	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3
170	3	3	2	2	4	3	3	4	3	4
171	4	3	5	3	1	3	4	5	5	5
172	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
173	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
174	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
175	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4
176	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
177	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
178	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
179	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
180	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
181	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
183	5	3	1	5	5	5	5	5	5	5
184	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
185	5	4	3	5	4	5	5	3	5	3
186	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
187	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
188	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
189	4	2	2	4	4	4	3	4	3	2
190	4	4	2	3	3	5	4	5	4	4

191	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3
192	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2
193	4	3	2	3	4	5	3	4	4	4
194	3	1	1	1	5	3	1	2	4	4
195	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
196	4	2	2	2	4	4	4	4	4	3
197	4	5	3	5	5	5	4	3	3	5

2. Network Competency (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
2	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5
3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	4
5	3	3	1	4	3	3	3	4	3	1	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	3	4	3	4	4	2	4	4	3	2	4	3
9	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
10	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	5
11	5	4	3	3	4	4	5	4	3	4	3	4
12	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
13	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	2	4
14	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
16	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4
17	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
18	2	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	1
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5
21	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	5
25	2	4	5	5	5	4	5	5	4	3	3	3
26	4	4	4	4	3	4	5	5	4	2	4	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
28	5	5	3	5	3	5	5	5	3	2	4	4





10 5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3
10 6	3	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	5
10 7	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3
10 8	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4
10 9	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5
11 0	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
11 1	2	4	2	3	4	4	5	5	4	1	3	4
11 2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11 3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11 4	3	4	5	3	4	5	3	3	5	3	2	3
11 5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11 6	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3
11 7	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
11 8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11 9	3	4	4	5	3	3	5	5	5	2	2	3
12 0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12 1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4
12 2	4	4	5	4	4	4	5	4	3	2	5	5
12 3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12 4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	2	5
12 5	5	5	4	4	2	3	4	5	4	4	5	5
12 6	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
12 7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12 8	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3
12 9	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
13 0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13 1	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4

13 2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13 3	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2
13 4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3
13 5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	4	4
13 6	4	5	4	4	5	4	5	5	4	2	4	4
13 7	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4
13 8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13 9	4	3	5	4	3	3	4	2	3	2	5	4
14 0	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
14 1	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
14 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14 3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	3	5
14 4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14 5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
14 6	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	3
14 7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14 8	2	2	2	3	2	3	3	4	4	3	3	3
14 9	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3
15 0	5	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4	4
15 1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
15 2	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5
15 3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15 4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15 5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4
15 6	5	3	3	4	5	5	4	5	5	3	4	4
15 7	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15 8	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4

15 9	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
16 0	4	4	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5
16 1	4	3	2	4	3	3	4	4	3	2	4	4
16 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16 3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	2	5	5
16 4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5
16 5	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4
16 6	5	5	4	5	5	4	5	5	2	5	5	4
16 7	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
16 8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16 9	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17 0	4	3	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4
17 1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
17 2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17 3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17 4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
17 5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
17 6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17 7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17 8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17 9	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3
18 0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18 1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18 2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18 3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18 4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18 5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4

18 6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18 7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18 8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18 9	4	4	3	4	4	4	4	5	4	2	3	4
19 0	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
19 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19 2	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5
19 3	3	4	2	2	3	3	3	4	3	3	4	5
19 4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
19 5	4	4	4	4	3	4	3	5	3	4	4	4
19 6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19 7	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5

### 3. Orientasi Pasar (Z)

No	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9
1	5	5	5	5	5	3	3	3	5
2	5	5	3	5	5	5	3	3	4
3	5	5	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	2	2	2	3	3	4
5	5	5	3	4	4	4	4	3	4
6	4	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	4	4	4	4	3	3	4	4
8	4	5	5	3	3	4	3	3	3
9	5	3	4	4	4	3	3	3	4
10	5	5	5	4	5	5	4	4	5
11	4	4	4	3	4	4	4	4	4
12	5	4	5	5	4	4	4	4	4
13	4	3	3	4	4	3	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	3
16	4	5	4	3	3	3	4	4	3
17	5	5	5	5	3	5	3	3	3
18	5	5	4	5	5	3	3	2	2



19	5	5	5	5	5	5	4	4	4
20	5	5	5	4	4	5	3	4	4
21	5	5	2	4	5	5	3	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	5	4	3	4	4	4	5	3
25	2	4	5	2	2	2	2	2	5
26	5	4	5	4	4	4	4	3	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	3	5	4	2	2	2	4	4	5
29	5	5	5	2	2	4	4	5	5
30	4	3	3	4	3	3	3	4	4
31	5	5	5	5	5	5	2	3	2
32	5	4	4	4	4	5	5	4	4
33	5	5	5	5	5	5	3	3	4
34	3	3	3	3	4	4	4	4	4
35	5	4	5	5	4	4	4	4	4
36	2	5	5	2	2	2	4	3	3
37	5	5	5	3	3	3	4	4	4
38	5	5	5	4	4	4	5	5	5
39	5	5	5	4	3	3	3	3	4
40	5	5	5	4	4	4	3	3	3
41	5	5	5	4	4	4	4	4	4
42	4	4	3	4	3	3	3	3	3
43	4	2	1	2	2	2	2	3	2
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	4	4	4	3	3	3	4	4	3
46	5	4	5	4	4	4	4	4	3
47	4	5	4	4	4	4	4	4	4
48	4	5	5	3	4	4	4	3	4
49	4	5	5	4	4	4	3	3	4
50	4	5	5	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	3	4	3	4
52	5	5	4	4	4	4	5	5	5
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	5	4	4	4	4	4	4	4
55	5	5	4	4	5	5	5	5	5
56	5	4	4	2	4	2	3	3	3
57	4	4	4	3	3	3	3	3	3

58	4	3	4	5	4	5	3	5	4
59	5	5	3	5	4	5	5	5	4
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3
62	5	4	5	5	5	5	5	5	4
63	3	4	5	3	5	3	4	4	5
64	3	3	1	4	4	3	4	4	4
65	4	2	3	5	4	3	4	3	4
66	5	5	4	3	4	4	5	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	5	4	4	3	4	5	4
69	4	4	4	3	3	3	3	3	2
70	5	5	5	4	4	4	5	4	5
71	3	4	4	3	4	3	3	2	3
72	4	4	4	3	3	3	4	4	4
73	4	4	4	4	5	4	5	5	5
74	5	4	4	4	4	2	3	3	3
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	5	4	4	4	4	4	4	5	4
77	4	4	3	3	3	3	3	3	3
78	5	5	5	4	4	5	5	4	5
79	4	4	4	4	3	3	3	3	3
80	4	4	5	3	4	3	5	4	4
81	5	5	5	5	5	5	3	4	4
82	5	5	4	4	4	3	4	3	5
83	3	4	4	4	4	4	3	3	3
84	4	4	4	4	4	4	4	4	5
85	5	5	4	4	4	5	4	4	3
86	3	4	4	4	4	4	4	3	4
87	4	4	5	5	5	3	4	5	5
88	4	4	4	3	3	4	3	3	3
89	4	4	4	3	3	4	3	4	3
90	5	4	5	4	4	3	4	3	4
91	5	5	3	1	2	3	1	3	5
92	4	4	4	3	4	4	4	4	4
93	5	5	5	5	4	4	3	4	5
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	3	5	5	3	3	3	4	3	4
96	3	5	3	2	2	3	4	4	5

97	5	4	5	4	4	4	4	4	4
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	3	5	2	2	2	5	5	5
101	4	5	4	3	4	3	4	3	3
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	5	5	5	4	4	5	5	5	5
104	5	4	4	2	3	2	5	4	4
105	4	4	4	3	3	3	3	3	3
106	5	5	5	4	3	3	5	5	5
107	4	4	3	3	3	3	3	3	3
108	4	5	4	3	2	3	4	3	4
109	5	5	5	5	5	5	4	5	5
110	5	5	5	5	5	5	5	4	5
111	4	5	4	1	2	2	1	2	2
112	4	4	3	4	4	5	5	4	4
113	5	5	5	4	4	4	4	4	4
114	4	5	5	5	4	5	5	4	5
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5
116	3	4	4	4	4	4	4	4	4
117	5	5	5	5	4	4	4	4	5
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5
119	5	4	5	3	3	4	3	2	4
120	5	5	5	5	5	5	5	5	5
121	4	5	5	3	4	4	4	4	4
122	5	4	4	3	4	4	4	4	4
123	3	3	3	3	3	3	3	3	3
124	5	5	5	3	3	3	4	2	4
125	5	4	5	3	2	4	4	5	5
126	5	5	5	4	4	4	5	5	5
127	5	5	5	5	5	5	5	5	5
128	3	4	4	3	3	3	5	4	4
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4
130	4	3	4	4	4	4	4	4	4
131	5	5	4	5	4	5	4	5	4
132	5	5	5	5	5	5	5	5	5
133	4	2	4	2	4	5	2	4	2
134	5	5	4	3	3	3	3	3	4
135	5	4	5	4	4	4	4	3	4

136	5	4	4	5	5	5	5	4	5
137	3	4	4	4	3	4	4	4	4
138	3	3	3	3	3	3	3	3	3
139	4	3	4	2	3	4	3	5	5
140	5	5	5	3	3	3	3	4	4
141	5	4	4	5	4	4	5	4	5
142	4	4	4	4	5	4	4	4	4
143	3	3	5	4	4	4	5	4	4
144	3	3	3	3	1	1	1	1	1
145	5	5	5	4	4	4	4	4	4
146	5	5	3	3	3	2	3	4	4
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5
148	5	3	4	4	4	4	3	3	3
149	4	4	3	4	4	3	4	4	4
150	5	5	3	4	3	3	4	2	3
151	4	4	4	2	2	2	4	4	4
152	5	4	4	5	5	4	4	5	5
153	5	4	4	5	5	5	5	5	5
154	5	5	4	3	4	3	4	4	4
155	4	4	4	5	4	4	4	4	4
156	4	5	3	3	4	3	4	4	3
157	4	4	4	3	3	3	3	4	4
158	5	5	4	5	4	4	4	4	4
159	4	5	4	3	3	3	3	4	4
160	5	5	5	3	2	3	5	5	5
161	4	4	4	2	3	3	4	3	4
162	4	4	4	4	4	3	3	4	4
163	3	5	5	2	3	5	5	5	5
164	5	5	5	4	5	4	4	5	5
165	2	3	3	2	2	4	3	3	3
166	5	5	5	3	4	3	3	4	3
167	5	5	5	5	5	5	5	5	5
168	4	4	5	4	5	4	4	5	4
169	4	4	4	4	4	4	4	4	4
170	4	5	5	3	3	3	2	2	3
171	5	5	5	4	4	5	1	5	5
172	5	5	5	5	5	5	5	5	5
173	5	5	5	5	5	5	5	5	5
174	5	4	5	4	5	5	5	5	5

175	5	4	5	4	4	5	5	5	5
176	5	5	5	5	5	5	5	5	5
177	5	5	5	5	5	5	5	5	5
178	5	5	5	5	5	5	5	5	5
179	4	4	4	3	3	3	3	3	4
180	5	5	5	5	5	5	5	5	5
181	5	5	5	5	5	5	5	5	5
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5
183	5	5	5	5	5	4	5	5	5
184	5	5	5	5	5	5	5	5	5
185	5	5	4	5	4	5	5	5	5
186	5	5	5	5	5	5	5	5	5
187	4	4	4	4	4	4	4	4	4
188	5	5	5	4	4	4	5	5	5
189	4	4	4	3	3	3	3	4	3
190	4	4	5	4	5	4	3	4	5
191	3	3	3	3	3	3	3	3	3
192	4	4	5	5	5	4	4	5	5
193	3	5	3	2	2	2	4	4	4
194	4	5	3	2	2	2	4	4	4
195	4	4	4	4	4	4	4	4	4
196	5	5	3	4	4	4	4	5	4
197	5	5	5	4	4	5	4	4	4

4. Kinerja Keuangan UMKM (Y)

No	Y.1	Y.2
1	5	5
2	3	4
3	4	3
4	3	3
5	2	2
6	5	5
7	4	3
8	4	3
9	4	4
10	5	3
11	5	5
12	4	4

13	4	4
14	3	4
15	5	5
16	4	4
17	2	2
18	4	3
19	4	4
20	5	5
21	4	4
22	5	5
23	5	5
24	4	4
25	4	5
26	4	4
27	5	5
28	4	4
29	2	2
30	4	4
31	4	4
32	3	5
33	4	4
34	3	4
35	5	5
36	3	3
37	3	3
38	5	5
39	4	4
40	3	3
41	4	5
42	2	2
43	3	2
44	3	4
45	2	2
46	4	4
47	4	4
48	3	3
49	4	4
50	4	4
51	3	3

52	4	4
53	4	4
54	5	5
55	4	4
56	2	2
57	3	3
58	4	4
59	4	4
60	3	3
61	3	3
62	3	3
63	4	5
64	4	4
65	4	4
66	4	5
67	4	4
68	3	4
69	3	3
70	3	4
71	3	3
72	3	3
73	3	3
74	4	4
75	3	3
76	2	2
77	4	3
78	5	5
79	3	4
80	4	3
81	3	4
82	3	3
83	3	3
84	4	5
85	3	4
86	3	3
87	4	5
88	3	3
89	3	4
90	4	4

91	4	4
92	3	2
93	5	5
94	2	3
95	3	3
96	2	3
97	4	4
98	5	5
99	5	5
100	4	5
101	5	5
102	4	4
103	4	4
104	4	4
105	3	3
106	3	3
107	3	3
108	5	5
109	5	5
110	4	4
111	2	3
112	4	4
113	3	3
114	3	4
115	5	5
116	4	4
117	5	5
118	5	5
119	4	4
120	4	5
121	4	5
122	3	3
123	3	3
124	5	2
125	5	5
126	5	5
127	5	5
128	2	3
129	5	5



130	3	4
131	4	4
132	5	5
133	4	2
134	3	3
135	3	4
136	4	4
137	4	4
138	3	3
139	4	3
140	4	4
141	4	4
142	4	4
143	3	3
144	1	1
145	4	4
146	3	3
147	5	5
148	2	2
149	3	3
150	2	3
151	4	4
152	4	4
153	3	4
154	4	4
155	3	3
156	4	4
157	2	3
158	3	3
159	4	4
160	4	4
161	4	3
162	4	4
163	3	4
164	4	5
165	3	3
166	2	3
167	4	4
168	5	5

169	4	4
170	3	3
171	5	4
172	5	5
173	5	5
174	5	5
175	5	5
176	5	5
177	5	5
178	5	5
179	3	3
180	5	5
181	5	5
182	5	5
183	3	4
184	5	5
185	5	4
186	5	5
187	4	4
188	4	4
189	3	3
190	4	4
191	3	3
192	4	5
193	4	4
194	2	4
195	3	4
196	3	4
197	4	4

Lampiran 6 Hasil Uji SmartPLS

*OUTER MODEL*

*Outer Weights*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV)	P Values
Competitor Orientation -> Orientasi Pasar	0,301	0,303	0,126	2,383	<b>0,018</b>
Coordination -> Network Competency	0,262	0,253	0,157	1,674	<b>0,095</b>
Customer Orientation -> Orientasi Pasar	0,240	0,238	0,093	2,568	<b>0,011</b>
Financial Attitude -> Literasi Keuangan	-0,185	-0,188	0,165	1,120	<b>0,263</b>
Financial Knowledge -> Literasi Keuangan	0,336	0,334	0,143	2,360	<b>0,019</b>
Interfirm Coordination -> Orientasi Pasar	0,642	0,632	0,102	6,306	<b>0,000</b>
Internal Communication -> Network Competency	0,334	0,329	0,114	2,924	<b>0,004</b>
Literasi Keuangan *	1,000	1,000	0,000		

<b>Orientasi Pasar &lt;- X1 * Z</b>					
<b>Network Competency * Orientasi Pasar &lt;- X2 * Z</b>	1,000	1,000	0,000		
<b>Partner Knowledge -&gt; Network Competency</b>	0,333	0,323	0,151	2,197	<b>0,028</b>
<b>Relationship Skill -&gt; Network Competency</b>	0,223	0,233	0,171	1,305	<b>0,192</b>
<b>Y.1 -&gt; Kinerja Keuangan UMKM</b>	0,315	0,300	0,135	2,342	<b>0,020</b>
<b>Y.2 -&gt; Kinerja Keuangan UMKM</b>	0,735	0,745	0,121	6,067	<b>0,000</b>
<b>Financial Behaviour -&gt; Literasi Keuangan</b>	0,890	0,882	0,119	7,448	<b>0,000</b>

*Outer Loadings*

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
<b>Competitor Orientation -&gt; Orientasi Pasar</b>	0,781	0,779	0,069	11,284	<b>0,000</b>
<b>Coordination -&gt; Network Competency</b>	0,906	0,895	0,038	23,934	<b>0,000</b>

<b>Customer Orientation -&gt; Orientasi Pasar</b>	0,706	0,700	0,074	9,573	<b>0,000</b>
<b>Financial Attitude -&gt; Literasi Keuangan</b>	0,618	0,610	0,092	6,725	<b>0,000</b>
<b>Financial Knowledge -&gt; Literasi Keuangan</b>	0,755	0,744	0,078	9,726	<b>0,000</b>
<b>Interfirm Coordination -&gt; Orientasi Pasar</b>	0,927	0,919	0,038	24,377	<b>0,000</b>
<b>Internal Communication -&gt; Network Competency</b>	0,839	0,829	0,052	16,166	<b>0,000</b>
<b>Literasi Keuangan * Orientasi Pasar &lt;- X1 * Z</b>	1,053	1,047	0,080	13,229	<b>0,000</b>
<b>Network Competency * Orientasi Pasar &lt;- X2 * Z</b>	1,118	1,105	0,084	13,281	<b>0,000</b>
<b>Partner Knowledge -&gt; Network Competency</b>	0,872	0,859	0,049	17,880	<b>0,000</b>
<b>Relationship Skill -&gt; Network Competency</b>	0,859	0,849	0,063	13,609	<b>0,000</b>
<b>Y.1 -&gt; Kinerja Keuangan UMKM</b>	0,888	0,883	0,042	21,364	<b>0,000</b>

Y.2 -> Kinerja Keuangan UMKM	0,980	0,978	0,018	53,881	0,000
Financial Behaviour -> Literasi Keuangan	0,967	0,955	0,029	33,071	0,000

*Outer VIF Values*

	VIF
Competitor Orientation	1,620
Coordination	3,426
Customer Orientation	1,467
Financial Attitude	2,081
Financial Knowledge	1,784
Interfirm Coordination	1,584
Internal Communication	1,997
Literasi Keuangan * Orientasi Pasar	1,000
Network Competency * Orientasi Pasar	1,000
Partner Knowledge	2,428
Relationship Skill	2,775
Y.1	2,557
Y.2	2,557
Financial Behaviour	2,023

*GOODNESS OF FIT MODEL*

*R Square*

	R Square	R Square Adjusted
Kinerja Keuangan UMKM	0,501	0,488

*F Square*

	Kinerja Keuangan UMKM	Literasi Keuangan	Network Competency	Orientasi Pasar	X1 * Z	X2 * Z

Kinerja Keuangan UMKM						
Literasi Keuangan	0,041					
Network Competency	0,028					
Orientasi Pasar	0,092					
X1 * Z	<b>0,004</b>					
X2 * Z	<b>0,006</b>					

*Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)*

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,064	0,064
d_ULS	0,315	0,315
d_G	0,122	0,122
Chi-Square	120,956	120,958
NFI	0,926	0,926

*INNER MODEL*

*Inner VIF Values*

	Kinerja Keuangan UMKM	Literasi Keuangan	Network Competency	Orientasi Pasar	X1 * Z	X2 * Z
Kinerja Keuangan UMKM						
Literasi Keuangan	<b>2,648</b>					
Network Competency	3,099					

<b>Orientasi Pasar</b>	<b>2,592</b>					
<b>X1 * Z</b>	3,737					
<b>X2 * Z</b>	3,729					

***Path Coefficients (Koefisien Jalur)***

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Values</b>
<b>Literasi Keuangan -&gt; Kinerja Keuangan UMKM</b>	0,232	0,237	0,094	2,463	<b>0,014</b>
<b>Network Competency -&gt; Kinerja Keuangan UMKM</b>	0,209	0,228	0,118	1,779	<b>0,076</b>
<b>X1 * Z -&gt; Kinerja Keuangan UMKM</b>	-0,083	-0,069	0,104	0,801	<b>0,424</b>
<b>X2 * Z -&gt; Kinerja Keuangan UMKM</b>	0,092	0,080	0,094	0,979	<b>0,328</b>



## Lampiran 7 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI  
Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME (FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Puji Endah Purnamasari, M.M  
NIP : 198710022015032004  
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Raynald Phoebus Mihadjo  
NIM : 18510174  
Handphone : 088989101126  
Konsentrasi : Keuangan  
Email : raynald.phobus@gmail.com  
Judul Skripsi : LITERASI KEUANGAN, *NETWORK COMPETENCY*, ORIENTASI PASAR  
DAN KINERJA KEUANGAN: STUDI PADA UMKM DI KOTA BANDUNG

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
4%	4%	4%	2%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 08 Juli 2022  
UP2M

Puji Endah Purnamasari, M.M  
198710022015032004