

**Relevansi Peran *Financial Literacy* dan *Proactive Market Orientation* (PMO)
Terhadap Kinerja Keuangan UKM**

**Aglis Andhita Hatmawan^{1*}, Noval Suhendra², Indra Ismahyudi Tanjung³,
Liasulistia Ningsih⁴, Puput Arisna⁵**

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Teuku Umar. Indonesia,
Email: namaku.aglis@gmail.com^{1*}, novalsuhendra@utu.ac.id, tanj.indra@gmail.com³,
liasulistya13@gmail.com⁴, puput.arisnaa@gmail.com⁵

Abstrak

Penelitian ini mengkaji hubungan antara literasi keuangan dan orientasi pasar yang proaktif terhadap kinerja keuangan usaha kecil dan menengah (UKM) dalam landscape krisis ekonomi. Data dikumpulkan dengan mendistribusikan kuesioner. Dari total 550 kuesioner yang didistribusikan sebanyak 285 kuesioner dikembalikan namun hanya 157 kuesioner yang bisa dianalisis lebih lanjut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan orientasi pasar proaktif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UKM. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki literasi keuangan dan orientasi pasar proaktif yang baik akan memiliki kemampuan bertahan dan menghadapi kondisi ekonomi yang dilanda krisis, menggunakan sumberdaya keuangan yang efektif dan mampu untuk beradaptasi pada lingkungan external yang dinamis.

Kata kunci: *Literasi Keuangan; Orientasi Pasar Proaktif; Kinerja Keuangan, UKM*

***The Relevance of the Role of Financial Literacy and Proactive Market Orientation
(PMO) on the Financial Performance of SMEs***

Abstract

This study examines the relationship between financial literacy and proactive market orientation to the financial performance of small and medium enterprises (SMEs) in the economic crisis landscape. Data collection was done by distributing questionnaires. A total of 550 questionnaires were distributed, and a total of 285 questionnaires were returned but only 157 questionnaires could be further analyzed. The results showed that financial literacy and proactive market orientation have a positive and significant influence on the financial performance of SMEs. The implications of this study show that companies that have good financial literacy and proactive market orientation will have the ability to survive and face crisis-stricken economic conditions, use effective financial resources and be able to adapt to a dynamic external environment.

Keywords: *Financial literacy; Proactive Market Orientation; Financial performance, SMEs*

Pendahuluan

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) adalah segmen industri yang sering dihadapkan pada sebuah tantangan yang terkait dengan capaian peningkatan produktivitas di dalam sebuah proses operasional manufaktur mereka. Usaha kecil dan menengah (UKM) memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara yang telah dibuktikan di banyak literatur (Agyei, 2018)(Windolph et al., 2014)(Mukaila Ayanda & Sidikat Laraba, 2011). Terlepas dari kontribusi UKM dalam pembangunan ekonomi, hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja UKM lebih rendah di negara-negara berkembang (Smallbone, 2010)(Omiunu, 2019). Secara umum, hal ini disebabkan oleh kekurangan modal dan fasilitas kredit, tidak adanya pekerja terampil, kurangnya bahan baku, infrastruktur yang buruk, kekurangan tenaga kerja yang memiliki keterampilan manajemen yang diperlukan, dan perubahan serta perkembangan teknologi yang cepat juga menjadi andil pada rendahnya kinerja UKM (Oláh et al., 2019)(Wu & Si, 2018). Oleh karena itu, ada kebutuhan mendesak untuk mengeksplorasi faktor dan mekanisme yang dapat berkontribusi mempengaruhi kinerja UKM, terutama di negara berkembang, yang saat ini masih mengalami krisis akibat pandemi Covid-19 yang melanda diseluruh belahan dunia.

Meskipun penelitian telah banyak dilakukan pada kinerja UKM, namun *lanscape* penelitian masih belum lengkap (Davidsson, 2010). Salah satu *lanscape* yang kurang diteliti adalah kinerja UKM dalam keadaan ekonomi yang tidak seimbang, serta tindakan yang diambil untuk mengatasi kemerosotan ekonomi dan efektivitas tindakan tersebut. Selama ini banyak penelitian yang membahas kinerja UKM dalam situasi ekonomi makro yang stabil, namun masih sedikit analisis yang membahas kinerja UKM dalam situasi krisis. Saat ini kondisi dunia telah banyak berubah akibat krisis yang disebabkan oleh virus corona (*COVID-19*). Dimulai pada Desember 2019 dari kota China di Wuhan, pandemi telah menggemparkan dunia (Fernandes, 2020). Pada April 2020, lebih dari 0,5 juta orang terkena dampak COVID-19 dan angkanya masih terus bertambah (Organisasi Kesehatan Dunia, 2020). Hal ini mengakibatkan tidak hanya berdampak pada krisis kesehatan namun juga telah merambat kedalam krisis ekonomi. Krisis ekonomi menghadirkan tantangan dan peluang besar bagi perusahaan yang berusaha mengatasi kemerosotan ekonomi dan tetap berusaha untuk mengembangkan bisnis mereka.

Kondisi industri dan pasar selama masa krisis mengalami perubahan yang sangat cepat dan menciptakan ketidakpastian pasar. Dinamika ini membutuhkan sebuah pengambilan keputusan perusahaan yang tepat, termasuk keputusan mengenai bagaimana mengejar peluang kewirausahaan dan memenuhi kebutuhan pasar. Namun, tidak semua perusahaan dari sektor kegiatan yang sama, termasuk di antara UKM, bersikap dan melakukan aksi yang sama ketika dihadapkan pada situasi krisis ekonomi seperti saat ini. Perusahaan-perusahaan tertentu ada yang berhasil dalam menjaga tingkat aktivitas dan posisi kompetitif mereka, atau bahkan berkembang dan memperkuat posisi mereka,

sementara yang lain menghadapi masalah serius di perusahaannya. Sehingga kemerosotan ekonomi banyak dianggap sebagai periode kehancuran (Kamerschen & Park, 1993)

Krisis memiliki dampak yang serius bagi kelangsungan hidup organisasi sehingga memerlukan pengambilan keputusan yang cepat untuk mengatasi lanskap perubahan yang sangat kompetitif (Bhandari & Yasunobu, 2009); (Cinar *et al.*, 2016). Perusahaan dapat menanggapi krisis ekonomi dengan berbagai cara, seperti memulai tindakan yang berfokus pada internal yang bertujuan untuk beradaptasi dengan tekanan perubahan lingkungan, atau tindakan yang berfokus pada eksternal yang bertujuan untuk memodifikasi lingkungan mereka (Chattopadhyay *et al.*, 2001), mengejar pendekatan defensif dengan berfokus pada pengurangan biaya operasi, atau pendekatan ofensif dengan mempertimbangkan peluang produk atau pasar yang tersedia selama krisis (Beneke & Trappler, 2015).

Banyak perusahaan yang mengambil keputusan dengan sebuah strategi penghematan, akan tetapi, strategi ini merupakan sebuah strategi jangka pendek untuk kelangsungan hidup perusahaan sehari-hari (Tangpong *et al.*, 2015). Strategi penyesuaian dan penyaluran yang lebih difokuskan pada wawasan ke depan akan mendorong kelangsungan hidup jangka panjang sebuah perusahaan. Pendekatan strategis dalam menghadapi situasi krisis yang berorientasi perusahaan (Hakala, 2011)(Obeidat, 2016) khususnya, akan membawa kepada peluang bisnis yang baru dan menciptakan nilai unggul perusahaan bagi pelanggannya masing-masing, dan hal ini tercermin pada sebuah tindakan *Proactive Market Orientation (PMO)* (Vishal & Dutta, 2018) (Kohli & Jaworski, 1990b) (Narver & Slater, 1990). *Proactive Market Orientation (PMO)* dapat membantu perusahaan untuk bertahan dan memanfaatkan krisis ekonomi sebagai sebuah peluang dan tantangan untuk tetap bertahan atau bahkan berkembang dalam situasi tersebut.

Kondisi ekonomi yang mengalami penurunan membuat perusahaan, termasuk UKM, tidak hanya harus responsif terhadap kondisi pasar, namun juga harus proaktif dalam memahami kendala-kendala yang ada untuk dijadikan peluang (Srinivasan *et al.*, 2005). *Proactive Market Orientation (PMO)* masih sedikit dipelajari (Atuahene-Gima *et al.*, 2005), dan belum pernah dilakukan selama resesi. Selain itu pelaku usaha harus memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana pengaturan keuangan dalam menjalankan usahanya. Literasi keuangan/ *Financial Literacy (FL)* secara umum dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk memahami konsep keuangan dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangannya membuat keputusan keuangan yang tepat, serta sebagai komponen penting dari upaya reformasi keuangan ketika menghadapi sebuah krisis. (Slamet *et al.*, 2019)

Bagi pemilik usaha kecil, *Financial Literacy (FL)* bukanlah keterampilan opsional. Pengusaha yang melek keuangan membuat keputusan rutin untuk mengarahkan operasi perusahaannya (Songling *et al.*, 2018). Sebagian besar penelitian telah menyimpulkan tentang hubungan antara literasi keuangan dan kinerja keuangan (Songling *et al.*, 2018); (Carrasco, 2010);(Carrasco, 2010). (Carrasco, 2010)

menyebutkan bahwa UKM yang membuat keputusan keuangan yang tidak tepat memiliki resiko yang besar didalam pengelolaan keuangan secara informal dan membuat keputusan pinjaman yang salah, seperti mengambil utang yang mahal, oleh karena itu, meningkatnya minat dalam literasi keuangan UKM akan berdampak pada kinerja keuangan yang lebih baik (Ćumurović & Hyll, 2019);(de Mel *et al.*, 2008). (Aribawa, 2016) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa jika pengusaha di sektor UKM industri kreatif memiliki kemampuan literasi yang memadai, maka keputusan bisnis dan keuangan yang diambil akan mengarah pada perkembangan yang baik dari waktu ke waktu, meningkatkan kemampuan pelaku usaha untuk bertahan di tengah krisis dan pada akhirnya, membuat keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Hal yang sama juga di tunjukkan oleh penelitian yang dilakukan (Idawati & Pratama, 2020) meneliti 100 UMKM di Kota Denpasar dengan menggunakan teknik analisis persamaan struktural berdasarkan *partial least square*, hasilnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlanjutan UKM.

Sudah jamak diketahui bahwa pengetahuan merupakan sumberdaya yang sangat penting didalam peningkatan kinerja organisasi, teori *Knowledge-Based View* (KBV) merupakan teori yang sering dipakai peneliti untuk menjelaskannya. KBV pada dasarnya mengusulkan cara untuk meningkatkan kinerja organisasi (Rothaermel, 1996). Misalnya, KBV menekankan nilai dan perlunya mengintegrasikan pengetahuan seseorang dan perusahaan ke dalam produk dan layanan organisasi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang kompleks (Hussain *et al.*, 2018). Dengan KBV, para peneliti dan praktisi mengidentifikasi sejumlah besar sumber daya pengetahuan dinamis yang dapat mempengaruhi kinerja organisasi (Florio & Leoni, 2017)(Yang *et al.*, 2019)(Ying *et al.*, 2019). Namun, banyak dari studi tersebut berfokus pada organisasi skala besar, sementara sedikit perhatian dicurahkan untuk kinerja UKM (Songling *et al.*, 2018). Dengan demikian, sulit bagi UKM untuk menekankan pada sumber daya berbasis pengetahuan yang paling tepat untuk meningkatkan kinerja mereka. Dalam penelitian ini, tujuan kami adalah untuk menyelidiki kemungkinan sumber daya berbasis pengetahuan, yaitu, *Financial Literacy* (FL), dan *Proactive Market Orientation* (PMO) relevansinya dalam kinerja keuangan UKM.

Dalam hal ini, tujuan kedua kami adalah untuk mencapai pemahaman yang lebih baik, melalui pendekatan yang lebih tepat terhadap *Proactive Market Orientation* (PMO), tentang pengaruh variabel-variabel ini terhadap kinerja UKM dalam konteks spesifik yaitu dimasa krisis ekonomi. Selain itu, tidak banyak fokus penelitian pada UKM dan masih sedikit penelitian yang lengkap yang membahas hubungan literasi keuangan dan kinerja UKM (Mabula & Ping, 2018). Oleh karena itu, penelitian ini menetapkan analisis terperinci tentang literasi keuangan dapat meningkatkan kinerja UKM, sehingga memperluas literatur tentang masalah ini.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal (*Causal Research*) dengan pendekatan kuantitatif melalui metode survei. Populasi penelitian ini adalah UKM yang ada di Indonesia, dengan tehnik pengambilan sampel *purposive sampling*. UKM dalam penelitian ini didefinisikan sebagai perusahaan yang memiliki jumlah karyawan antara 15 sampai dengan 249 orang (Alegre *et al.*, 2011). Perusahaan target kami berasal dari database BPS yang memuat UKM di Indonesia (2022), yang menyediakan informasi tentang 19,5 juta UKM di Indonesia (Juni 2022). Responden survei yang ditargetkan adalah *Chief Executive Officer, Managing Director, General Managers, Owner, Managers atau Assistant Manager*. Untuk melengkapi data survei, kami melengkapi kuesioner dengan informasi data usia perusahaan dan sektor aktivitasnya. Sebanyak 550 kuesioner didistribusikan melalui pos maupun *google questioner*. Dari total kuesioner yang didistribusikan sebanyak 285 dikembalikan namun hanya 157 kuesioner yang bisa dianalisis dan diolah lebih lanjut karena banyak jawaban responden yang tidak lengkap atau rusak (Krejcie dan Morgan, 1970).

Semua variabel diukur menggunakan skala *Likert* dengan format respons lima poin mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju," kecuali dinyatakan lain. Untuk menguji validitas pengukuran digunakan analisis faktor, sedangkan untuk uji reliabilitas digunakan Chronbach Alpha (Joseph F. Hair Jr. William, 2014) (Jum C. Nunnally, 1987). Literasi keuangan diadopsi dari studi yang dilakukan oleh (Atkinson, A.; Messy, 2013), dengan pertanyaan tentang pengetahuan keuangan secara umum, pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan perilaku keuangan. Kemudian kami mengadopsi pertanyaan-pertanyaan tersebut dan menyusunnya kedalam skala likert 5 poin kecuali untuk pengetahuan keuangan yang berbentuk pilihan skor yaitu rendah, sedang dan tinggi. *Proactive Market Orientation (PMO)* diukur menggunakan skala yang dikembangkan oleh (Narver *et al.*, 2004). Skala berfokus pada perilaku atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap konsumen. Kinerja Perusahaan dalam penelitian ini diadaptasi dari survei *Word Bank* yang berfokus pada pertumbuhan penjualan, pertumbuhan jumlah karyawan, produktivitas dan kemampuan untuk membeli aset tetap.

Hasil dan Pembahasan

Normalitas data diperiksa menggunakan nilai *skewness* dan *kurtosis*. Tabel 1 menggambarkan tidak adanya masalah normalitas untuk data, karena semua nilai *skewness* dan *kurtosis* berada di antara -1 dan $+1$ [90]. Untuk menentukan reliabilitas dan validitas variabel, penelitian ini menggunakan *Cronbach alpha* (α). Nilai *Cronbach alfa* bervariasi antara 0 dan 1; semakin dekat nilainya dengan 1, semakin besar konsistensi internal item pada skala pengukurannya. Nilai alfa yang direkomendasikan berada di atas 0,70. Hasilnya menunjukkan alfa lebih dari 0,7 di semua variabel. Menurut (Alam, 2011), nilai alfa setidaknya 0,7 menunjukkan keandalan yang sesuai. Studi ini menguji validitas konvergen dan semua item penelitian lebih tinggi dari 0,7, sehingga memenuhi skala studi yang ditetapkan (Su *et al.*, 2013). *composite reliabilities (CRs)* juga di atas 0,7, yang diakui sebagai tolok ukur yang dapat diterima (Fornell & Larcker, 1981). Selain itu,

Average variance extracted (AVE), dapat diterima untuk setiap konstruksi variabel karena melebihi 0,50 (Joseph F. Hair Jr. William, 2014). Selain itu, dimensi penelitian semuanya menunjukkan konsistensi internal yang baik dengan nilai alfa Cronbach yang lebih tinggi dari 0,70 (Fornell & Larcker, 1981). Seperti ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Normalitas data, Reliabilitas, Validitas dan variance inflation factor VIF

<i>Contract</i>	<i>Items</i>	<i>loading</i>	<i>Mean</i>	<i>SD</i>	<i>Skewness</i>	<i>Kurtosis</i>	<i>VIF</i>
<i>FL</i>	FL1	0,823	4,1331	1.37174	-0,196	-0,538	2.797
	FL2	0,861	4,7526	1.38579	-0,886	-0,709	2.981
	FL3	0,866	5,4254	1.52599	-0,667	-0,684	2.721
	FL4	0,840	5,8052	1.33174	-0,289	-0,304	2.734
<i>FL (Cronbach's Alpha = 0.924; composite reliability = 0.726; AVE = 0.503)</i>							
<i>PMO</i>	PM1	0,842	5,0776	1.46803	-0,370	-0,411	2.396
	PM2	0,855	5,8102	1.37935	-0,254	-0,568	2.597
	PM3	0,770	4,1912	1.48648	-0,314	-0,688	2.542
	PM4	0,834	5,5736	1.44689	-0,938	-0,418	2.752
	PM5	0,859	4,3583	1.23548	-0,313	-0,906	2.187
<i>PMO (Cronbach's Alpha = 0.823; composite reliability = 0.773; AVE = 0.511)</i>							
<i>FP</i>	FP1	0,803	5,2202	1.27774	-0,686	-0,985	2.058
	FP2	0,773	5,0460	1.43559	-0,247	-0,586	2.454
	FP3	0,866	3,8924	1.28931	-0,323	-0,434	2.405
	FP4	0,791	5,4167	1.30316	-0,603	-0,605	1.866
<i>FP (Cronbach's Alpha = 0.922; composite reliability = 0.818; AVE = 0.605)</i>							

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada data penelitian, langkah berikutnya adalah menilai kesesuaian *goodness of fit*. Hasil evaluasi nilai *goodness of fit* dari model penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil *Goodness-of-Fit* Model

<i>Fit index</i>	<i>Scores</i>	<i>Recommended Cut-off value</i>
Absolute fit measures		
X/df	1.329	≤ 2 ^a ; 5 ^b
GFI	0.942	≥ 0.90 ^a ; ≥ 0.80 ^b
RMSEA	0.079	< 0.08 ^a ; < 0.1 ^b
Incremental fit measures		
NFI	0.973	≥ 0.90 ^a
AGFI	0.893	≥ 0.90 ^a ; ≥ 0.80 ^b
CFI	1.139	≥ 0.90
Parsimonious fit measures		
PGFI	0.974	Diharapkan tinggi
PNFI	0.943	Diharapkan tinggi

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa semua nilai terletak di bawah nilai yang direkomendasikan yang menunjukkan kecocokan model yang baik ($df = 1.329 \leq 2$; $GFI = 0.942 \geq 0.90$; $RMSEA = 0.079 < 0.08$; $NFI = 0.973 \geq 0.90$; $AGFI = 0.893 \geq 0.90$; $CFI = 1.139 \geq 0.90$). Setelah kriteria *goodness of fit* model struktural yang diestimasi dapat terpenuhi, selanjutnya analisis terhadap hubungan struktural model (pengujian hipotesis) dapat dilakukan. Hubungan antar konstruk dalam hipotesis ditunjukkan oleh nilai *regression weights* seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. *Regression Weights*

Regression weights			Estimate	S.E.	C.R.
FL	→	FP	0.452	0.079	2.497
PMO	→	FP	0.289	0.085	2.175

Berdasarkan Tabel 3. dapat diketahui bahwa *Financial Literacy (FL)* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *financial performance (FP)* dengan dibuktikan dengan nilai C.R sebesar 2.497 lebih besar dari 1.96 dan nilai koefisien *standardized regression weight* sebesar 0.452 (Ghozali & Fuad, 2005). Begitu pula *Proactive Market Orientation (PMO)* terhadap *financial performance (FP)* juga memiliki pengaruh positif signifikan dengan nilai C.R masing – masing sebesar 2.175, dan nilai koefisien *standardized regression weight* sebesar 0.289. sehingga bisa disimpulkan seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kedua komponen yaitu *Financial Literacy (FL)* dan *Proactive Market Orientation (PMO)* berpengaruh terhadap kinerja keuangan/*Financial Performance (FP)* UKM. Temuan dari penelitian ini mendukung penelitian – penelitian yang dilakukan sebelumnya yang menyatakan bahwa adanya pengaruh *Financial Literacy* dan *Proactive Market Orientation* terhadap *financial performance*.

Literasi keuangan dapat memperkaya pengetahuan dan keterampilan didalam pengambilan keputusan keuangan pemilik UKM. Peningkatan pengetahuan keuangan dapat membantu pemilik UKM dalam perencanaan keuangan, mengalokasikan sumber daya keuangan yang terbatas, pencatatan, penggunaan dana, disiplin, dan kontrol keuangan sebagai sumber pembiayaan dan investasi dimasa yang akan datang. Para peneliti mengamati literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UKM (Huston, 2010). Literasi keuangan memfasilitasi manajer untuk menentukan aspek keuangan dalam keputusan bisnis, sehingga meningkatkan kinerja mereka. Selain itu, literasi keuangan secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja UKM baik di negara maju maupun berkembang (Wise, 2013). Sebagian besar kesalahan keuangan dipicu karena literasi keuangan yang buruk (Lusardi & Mitchell, 2014). (Huston, 2010). menyoroti peran penting literasi keuangan yang lebih tinggi untuk menghadapi transisi ekonomi yang sedang berlangsung. Demikian pula, (Widdowson & Hailwood, 2007) mencatat perlunya literasi keuangan yang lebih tinggi untuk melakukan investasi. Davidson III dan Xie (Davidson *et al.*, 2004) juga mengungkapkan dampak positif literasi

keuangan terhadap kinerja perusahaan. Bersamaan dengan hal tersebut, (Behrman *et al.*, 2012) mengidentifikasi peran penting literasi keuangan dalam akumulasi kekayaan organisasi.

Dengan demikian, literasi keuangan diakui sebagai kekuatan utama dalam pengambilan keputusan manajerial (Allgood & Walstad, 2016), serta dalam perencanaan keuangan strategis dan berkelanjutan (Lusardi & Mitchell, 2014). Kurangnya literasi keuangan dipandang sebagai penghambat pada kinerja UKM oleh para peneliti sebelumnya. Tidak adanya literasi keuangan membatasi aksesibilitas keuangan UKM, serta buruknya proses pengambilan keputusan mereka. Studi kami mengungkapkan dampak positif literasi keuangan terhadap kinerja UKM, dan sesuai dengan (Eniola *et al.*, 2015), yang menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan pada kinerja UKM. Selain itu, hasil kami sejalan dengan hasil (Lusardi & Mitchell, 2014), yang mengungkapkan perlunya literasi keuangan yang lebih tinggi untuk mengidentifikasi aspek keuangan dari keputusan bisnis. Selain itu, literasi keuangan memungkinkan UKM untuk mengatasi transisi ekonomi, sehingga meningkatkan kinerja UKM.

Temuan kami juga konsisten dengan (Carbó-Valverde *et al.*, 2016), yang menunjukkan perlunya literasi keuangan untuk mengidentifikasi sumber keuangan yang paling tepat dan untuk menciptakan struktur keuangan yang baik bagi organisasi, yang dapat meningkatkan kinerja. Misalnya, dengan literasi keuangan yang lebih baik, UKM dapat mengatasi masalah "kesenjangan ekuitas"; oleh karena itu, UKM dapat meminimalkan beban bunga dan jaminan saat meminjam. Seperti yang ditunjukkan oleh (Laitinen, 1992), literasi keuangan yang lebih tinggi membantu UKM untuk menyusun laporan keuangan yang tepat waktu, akurat, dan relevan yang memperkuat proses pengambilan keputusan dan kinerja UKM.

Konsekuensi yang harus dihadapi oleh UKM dalam situasi krisis juga dijawab dari hasil penelitian ini. Seorang manajer harus melakukan langkah *Proactive Market Orientation* (PMO) yaitu sebuah konsekuensi umum dari perusahaan untuk menghadapi sebuah krisis ekonomi yang mana krisis ekonomi merupakan sebuah kejadian perubahan sifat permintaan konsumen. Krisis sering ditandai dengan inflasi dan pengangguran yang lebih tinggi, dan sebagai hasilnya, konsumen menjadi lebih sensitif terhadap harga. Mereka membeli lebih sedikit kuantitas atau membeli dengan harga lebih rendah, menunda keputusan pembelian mereka ke masa depan, menggunakan pencarian informasi yang lebih besar, dan beralih merek (Grewal & Tansuhaj, 2001) (Sujit & Kumar, 2016). Meskipun permintaan rendah, dan ketidakpastian yang tinggi, perusahaan yang berorientasi pasar dengan penuh semangat bekerja untuk mengumpulkan dan bertindak berdasarkan informasi pasar yang tersedia. Secara khusus, perusahaan yang lebih kecil cenderung merespons lebih cepat terhadap perubahan pasar daripada saingan mereka yang lebih besar (Lonial & Carter, 2015). Orientasi pasar, ditandai dengan penggunaan informasi pasar yang efektif dan penciptaan nilai unggul bagi pelanggan (Kohli & Jaworski, 1990a), dapat membantu perusahaan untuk menanggapi kondisi

ekonomi yang merugikan melalui pemantauan berkelanjutan terhadap kebutuhan pelanggan dan strategi pesaing, dan adaptasi tanggapan organisasi terhadap lingkungan eksternal. Perusahaan yang berorientasi pasar akan lebih efisien dalam mengumpulkan informasi eksternal, memahami perubahan preferensi pelanggan dan daya beli, dan dengan cepat membuat keputusan strategis untuk memenuhi preferensi tersebut.

Perusahaan yang berorientasi pasar juga dapat menempati lebih banyak ceruk pasar untuk menyebarkan risiko di berbagai aktivitas (Lettice *et al.*, 2014). Dengan demikian, perusahaan yang memiliki *Proactive Market Orientation (PMO)* yang baik rata-rata memiliki keunggulan yang lebih jika dibandingkan dengan mereka yang memiliki *Proactive Market Orientation (PMO)* rendah, seperti yang diamati dalam beberapa penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa dampak kinerja umum dari *Proactive Market Orientation (PMO)* dapat meningkat selama periode krisis ekonomi (Cambra Fierro *et al.*, 2008)(Lettice *et al.*, 2014).

Simpulan

Pengetahuan merupakan sumber daya tidak berwujud dari suatu perusahaan dan merupakan salah satu pendorong utama penciptaan kinerja perusahaan hal ini juga didukung teori dari *Knowledge-Based View (KBV)*. Penelitian ini mengkaji hubungan antara literasi keuangan UKM dan *Proactive Market Orientation (PMO)* terhadap kinerja keuangan UKM. Dalam situasi krisis seorang Manajer UKM harus memiliki lebih banyak pengetahuan dan wawasan tentang bagaimana mereka mengelola keuangan usaha mereka. Perlu adanya pola pikir yang lebih fleksibel agar sesuai dengan laju pertumbuhan keuangan untuk mencapai keuntungan yang maksimal pada perusahaan, sehingga literasi keuangan merupakan keharusan yang harus dimiliki seorang pelaku usaha atau manajer UKM. Selain itu selama periode resesi strategi yang proaktif dan reaktif terhadap perubahan lingkungan eksternal yang dinamis sangat diperlukan oleh UKM. Oleh karena itu, UKM harus selalu melakukan diagnosa situasi, mengevaluasi dan mengambil keputusan sesuai dengan lingkungan resesi. Hal ini akan membantu UKM dalam mengambil keputusan, misalkan pada pemasaran, yang sebagian besar bersifat responsif atau proaktif, dan yang dapat lebih baik diadaptasi dengan situasi tersebut. Krisis ekonomi bersifat siklis dan akan tetap ada, tetapi ketika mencoba untuk tampil lebih baik selama masa-masa sulit ini, orang harus mempertimbangkan untuk melihat bagaimana manajer UKM bereaksi pada situasi ini, karena persepsi mereka akan sangat mempengaruhi strategi apa pun yang dapat diterapkan.

Terlepas dari temuan yang disajikan dalam penelitian ini, ada beberapa keterbatasan. Pertama, karena keterbatasan waktu dan anggaran, serta tingkat responsivitas UKM, studi dimasa datang diharapkan meneliti secara lebih konperhansif dengan melakukan perbandingan berbagai sektor usaha dan industri. Hal ini disebabkan masing – masing sektor usaha pasti memiliki perbedaan dalam mengambil keputusan strategi perusahaan pada situasi krisis. Kedua, penelitian ini dilakukan ketika krisis pandemi covid 19 belum berakhir, sehingga akan lebih menarik apabila menambahkan

beberapa variabel seperti transformasi teknologi dan orientasi konsumen yang telah berubah selama pandemi.

Daftar Pustaka

- Agyei, S. K. (2018). Culture, financial literacy, and SME performance in Ghana. *Cogent Economics and Finance*, 6(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1463813>
- Alam, S. S. (2011). Entrepreneur's traits and firm innovation capability: an empirical study in Malaysia. *Asian Journal of Technology Innovation*, 19(1), 53–66. <https://doi.org/10.1080/19761597.2011.578427>
- Alegre, J., Sengupta, K., & Lapiedra, R. (2011). Knowledge management and innovation performance in a high-tech SMEs industry. *International Small Business Journal*, 31(4), 454–470. <https://doi.org/10.1177/0266242611417472>
- Allgood, S., & Walstad, W. B. (2016). The effects of perceived and actual financial literacy on financial behaviors. *Economic Inquiry*, 54(1), 675–697. <https://doi.org/10.1111/ecin.12255>
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1 SE-Articles), 1–13. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>
- Atkinson, A.; Messy, F. (2013). PROMOTING FINANCIAL INCLUSION THROUGH FINANCIAL EDUCATION.pdf. *OECD Publishing*, 34. <https://doi.org/10.1787/5k3xz6m88smp-en>
- Atuahene-Gima, K., Slater, S., & Olson, E. (2005). The Contingent Value of Responsive and Proactive Market Orientation on New Product Program Performance. *Journal of Product Innovation Management*, 22, 464–482. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2005.00144.x>
- Behrman, J. R., Mitchell, O. S., Soo, C. K., & Bravo, D. (2012). How Financial Literacy Affects Household Wealth Accumulation. *American Economic Review*, 102(3), 300–304. <https://doi.org/10.1257/aer.102.3.300>
- Beneke, J., & Trappler, E. (2015). The might of the brand. *British Food Journal*, 117(2), 485–505. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2014-0192>
- Bhandari, H., & Yasunobu, K. (2009). What Is Social Capital? A Comprehensive Review of the Concept. *Asian Journal of Social Science*, 37, 480–510. <https://doi.org/10.1163/156853109X436847>
- Cambra Fierro, J. J., Hart, S., & Polo-Redondo, Y. (2008). Environmental Respect: Ethics or Simply Business? A Study in the Small and Medium Enterprise (SME) Context. *Journal of Business Ethics*, 82, 645–656. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9583-1>
- Carbó-Valverde, S., Rodríguez-Fernández, F., & Udell, G. F. (2016). Trade Credit, the

- Financial Crisis, and SME Access to Finance. *Journal of Money, Credit and Banking*, 48(1), 113–143. <https://doi.org/10.1111/jmcb.12292>
- Carrasco, J. L. (2010). Structural Equation Model. *Encyclopedia of Biopharmaceutical Statistics*, 8(3), 1300–1305. <https://doi.org/10.3109/9781439822463.209>
- Chattopadhyay, P., Glick, W., & Huber, G. (2001). Organizational Action in Response to Threats and Opportunities. *The Academy of Management Journal*, 44. <https://doi.org/10.2307/3069439>
- Cinar, G., Isin, F., & Hushmat, A. (2016). Behavioral Trends of Export Firms of Turkey in Crisis Period. *American Journal of Industrial and Business Management*, 06(03), 276–281. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2016.63025>
- Ćumurović, A., & Hyll, W. (2019). Financial Literacy and Self-Employment. *Journal of Consumer Affairs*, 53(2), 455–487. <https://doi.org/10.1111/joca.12198>
- Davidson, W. N., Xie, B., & Xu, W. (2004). Market reaction to voluntary announcements of audit committee appointments: The effect of financial expertise. *Journal of Accounting and Public Policy*, 23(4), 279–293. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2004.06.001>
- Davidsson, P. (2010). Small Firm Growth. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 6, 69–166. <https://doi.org/10.1561/03000000029>
- de Mel, S., Mckenzie, D., & Woodruff, C. (2008). Who Are the Microenterprise Owners? Evidence from Sri Lanka on Tokman v. de Soto. *Institute for the Study of Labor (IZA), IZA Discussion Papers*. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226473109.003.0003>
- Eniola, A., Entebang, H., & Sakariyau, O. B. (2015). Small and medium scale business performance in Nigeria: Challenges faced from an intellectual capital perspective. *International Journal of Research Studies in Management*, 4(1), 59–71. <https://doi.org/10.5861/ijrsm.2015.964>
- Fernandes, N. (2020). Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy Nuno Fernandes Full Professor of Finance IESE Business School Spain. *SSRN Electronic Journal, ISSN 1556-5068, Elsevier BV*, 0–29.
- Florio, C., & Leoni, G. (2017). Enterprise risk management and firm performance: The Italian case. *The British Accounting Review*, 49(1), 56–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bar.2016.08.003>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Ghozali, I., & Fuad, H. (2005). *Structural equation modeling : teori, konsep, & aplikasi dengan program Lisrel 8.54*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grewal, R., & Tansuhaj, P. (2001). for Managing Economic Crisis : The Role of Market Orientation and Strategic Flexibility. *Journal of Marketing*, 65(1), 67–80.
- Hakala, H. (2011). Strategic Orientations in Management Literature: Three Approaches to Understanding the Interaction between Market, Technology, Entrepreneurial and Learning Orientations. *International Journal of Management Reviews*, 13(2), 199–

217. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2010.00292.x>
- Hussain, J., Salia, S., & Karim, A. (2018). Is knowledge that powerful? Financial literacy and access to finance. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(6), 985–1003. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2018-0021>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. In *Journal of Consumer Affairs* (Vol. 44, Issue 2, pp. 296–316). <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- 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 SE-Articles), 1–9. <https://doi.org/10.22225/wmbj.2.1.2020.1-9>
- Joseph F. Hair Jr. William. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education, Inc.
- Jum C. Nunnally. (1987). Psychometric Methods. In *McGraw Hill* (Vol. 51, Issue 274). <https://doi.org/10.2307/2281384>
- Kamerschen, D. R., & Park, J.-H. (1993). Market Structure and Cyclical Fluctuations in U.S. Manufacturing: Comment. *The Review of Economics and Statistics*, 75(4), 732–734. <https://doi.org/10.2307/2110031>
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990a). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1–18. <https://doi.org/10.1177/002224299005400201>
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990b). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1–18. <https://doi.org/10.2307/1251866>
- Laitinen, E. K. (1992). Prediction of failure of a newly founded firm. *Journal of Business Venturing*, 7(4), 323–340. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0883-9026\(92\)90005-C](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0883-9026(92)90005-C)
- Lettice, L. A., Williamson, I., Devenney, P. S., Kilanowski, F., Dorin, J., & Hill, R. E. (2014). Development of five digits is controlled by a bipartite long-range cis-regulator. *Development (Cambridge, England)*, 141(8), 1715–1725. <https://doi.org/10.1242/dev.095430>
- Lonial, S., & Carter, R. (2015). The Impact of Organizational Orientation on Medium and Small Firm Performance: A Resource Based Perspective. *Journal of Small Business Management*, 53. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12054>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Mabula, J. B., & Ping, H. D. (2018). Use of technology and financial literacy on SMEs practices and performance in developing economies. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 9(6), 74–82. <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2018.090611>
- Mukaila Ayanda, A., & Sidikat Laraba, A. (2011). Small and Medium Scale Enterprises

- as A Survival Strategy for Employment Generation in Nigeria. *Journal of Sustainable Development*, 4(1), 200–206. <https://doi.org/10.5539/jsd.v4n1p200>
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35. <http://www.jstor.org/stable/1251757>
- Narver, J. C., Slater, S. F., & MacLachlan, D. L. (2004). Responsive and proactive market orientation and new-product success. *Journal of Product Innovation Management*, 21(5), 334–347. <https://doi.org/10.1111/j.0737-6782.2004.00086.x>
- Obeidat, B. Y. (2016). The Effect of Strategic Orientation on Organizational Performance: The Mediating Role of Innovation. *International Journal of Communications, Network and System Sciences*, 09(11), 478–505. <https://doi.org/10.4236/ijcns.2016.911039>
- Oláh, J., Kovács, S., Virglerova, Z., Lakner, Z., Kovacova, M., & Popp, J. (2019). Analysis and Comparison of Economic and Financial Risk Sources in SMEs of the Visegrad Group and Serbia. In *Sustainability* (Vol. 11, Issue 7). <https://doi.org/10.3390/su11071853>
- Omiunu, O. G. (2019). E-literacy-adoption model and performance of women-owned SMEs in Southwestern Nigeria. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 26. <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0149-3>
- Rothaermel, R. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17(Special Issue), 109–122. <http://proquest.umi.com/pqdweb?RQT=562&MRR=R&TS=1297501326&clientId=27625%5Cnhttp://proquest.umi.com/pqdweb?did=11194159&Fmt=7&clientId=27625&RQT=309&VName=PQD>
- Slamet, A., Yulianto, A., Ridloah, S., & Kris Brantas Abiprayu. (2019). Financial Inclusion and Financial Literation for ‘Laku Pandai’ Customers . *KnE Social Sciences*, 3(18 SE-Articles). <https://doi.org/10.18502/kss.v3i18.4692>
- Smallbone, D. (2010). Government and entrepreneurship in transition economies: the case of small firms in business services in Ukraine. *Strategic Direction*, 26(10). <https://doi.org/10.1108/sd.2010.05626jad.004>
- Songling, Y., Ishtiaq, M., & Anwar, M. (2018). Enterprise Risk Management Practices and Firm Performance, the Mediating Role of Competitive Advantage and the Moderating Role of Financial Literacy. *Journal of Risk and Financial Management*, 11(3), 35. <https://doi.org/10.3390/jrfm11030035>
- Srinivasan, V., Park, C., & Chang, D. R. (2005). An Approach to the Measurement, Analysis, and Prediction of Brand Equity and Its Sources. *Management Science*, 9. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1050.0405>
- Su, Z., Peng, J., Shen, H., & Xiao, T. (2013). Technological Capability, Marketing Capability, and Firm Performance in Turbulent Conditions. *Management and Organization Review*, 9(1), 115–137. <https://doi.org/DOI:10.1017/S1740877600003193>
- Sujit, K. S., & Kumar, B. R. (2016). Impact of Discretionary Expenditures on Profitability

- during Recession: Evidence from Manufacturing Sector in India. *Theoretical Economics Letters*, 06(03), 376–387. <https://doi.org/10.4236/tel.2016.63042>
- Tangpong, C., Michalisin, M., Traub, R., & Melcher, A. (2015). A review of buyer-supplier relationship typologies: Progress, problems, and future directions. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 30, 153–170. <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2012-0193>
- Vishal, G., & Dutta, D. (2018). The Rich Legacy of Covin and Slevin (1989) and Lumpkin and Dess (1996): A Constructive Critical Analysis of Their Deep Impact on Entrepreneurial Orientation Research. In *Foundational Research in Entrepreneurship Studies: Insightful Contributions and Future Pathways* (pp. 155–177). https://doi.org/10.1007/978-3-319-73528-3_8
- Widdowson, D., & Hailwood, K. (2007). Financial literacy and its role in promoting a sound financial system. *Reserve Bank of New Zealand Bulletin*, 70(2), 37–47.
- Windolph, S. E., Harms, D., & Schaltegger, S. (2014). Motivations for corporate sustainability management: Contrasting survey results and implementation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 21(5), 272–285. <https://doi.org/10.1002/csr.1337>
- Wise, S. (2013). The Impact of Financial Literacy on New Venture Survival. *International Journal of Business and Management*, 8(23), 30–39. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n23p30>
- Wu, J., & Si, S. (2018). Poverty reduction through entrepreneurship: incentives, social networks, and sustainability. *Asian Business & Management*, 17(4), 243–259. <https://doi.org/10.1057/s41291-018-0039-5>
- Yang, Y., Chen, X., Gu, J., & Fujita, H. (2019). Alleviating Financing Constraints of SMEs through Supply Chain. In *Sustainability* (Vol. 11, Issue 3). <https://doi.org/10.3390/su11030673>
- Ying, Q., Hassan, H., & Ahmad, H. (2019). The Role of a Manager's Intangible Capabilities in Resource Acquisition and Sustainable Competitive Performance. In *Sustainability* (Vol. 11, Issue 2). <https://doi.org/10.3390/su11020527>