
PENGARUH LITERASI KEUANGAN, ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM PADA PELAKU USAHA KULINER DI KOTA METRO

Angga Kurniawan, Elmira Febri Darmayanti, Galia Intan Suri Mahardika
Universitas Muhammadiyah Metro
galiaintan2010@gmail.com

DOI: 10.32815/ristansi.v4i1.1723

Informasi Artikel

Tanggal Masuk	31 Mei, 2023
Tanggal Revisi	26 Juni, 2023
Tanggal diterima	01 Juli, 2023

Keywords:

Financial Literacy, Market Orientation and Product Innovation, MSME Performance

Abstract:

This study aimed at analyzing financial literacy (1), market orientation (2), and product innovation (3) on the performance of small and medium enterprises (SMEs) in culinary business actors in Metro City. This type of research used quantitative research method. The data used in this research were primary data, data collection were distributed through questionnaires to culinary business actors as many as 980 respondents. The sampling technique in this study was in slovin formula and the research sample criteria in order to obtain a research sample was 98 respondents. Financial literacy, market orientation, product innovation, and product innovation all had positive and significant effects on small and medium-sized enterprise (SME) performance, according to the findings. Then, in the F test (model test) the results showed that financial literacy, market orientation and product innovation had positive effects on the performance of SMEs in culinary businesses in Metro City. Future researchers are expected to be able to review more sources and references to previous research so that the resulting research can be better and more complete.

Kata Kunci:

Literasi Keuangan, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk, Kinerja UMKM

Abstrak:

penelitian ini bertujuan untuk mengkaji literasi keuangan (1), orientasi pasar (2), dan inovasi produk (3) pada kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) pada pelaku bisnis kuliner di Kota Metro. eksplorasi menggunakan strategi pemeriksaan kuantitatif. Informasi yang digunakan dalam eksplorasi ini merupakan informasi yang esensial, ragam informasi disebar melalui jajak pendapat kepada para pelaku bisnis kuliner sebanyak 980 responden. Metode pengujian dalam penelitian ini adalah dalam rumus slovin dan model uji eksplorasi untuk mendapatkan tes pemeriksaan adalah 98 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan

agar dapat mempengaruhi kinerja usaha kecil dan menengah (UKM), orientasi pasar mempengaruhi kinerja UKM dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM. Kemudian, pada uji F (uji model) hasilnya menunjukkan bahwa literasi keuangan orientasi pasar dan inovasi produk secara nyata mempengaruhi presentasi UKM dalam organisasi kuliner di Kota Metro. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi penelitian terdahulu agar penelitian yang dihasilkan dapat lebih baik dan lengkap.

PENDAHULUAN

UMKM atau sering disebut usaha mikro, kecil, dan menengah sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi. Persaingan tidak dapat dielakkan sebagai akibat dari munculnya banyak UMKM dalam bisnis besar yang terus berkembang. Bidang-bidang kekuatan bisnis yang serius karena dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Salah satu tolok ukur keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan penjualan produk adalah kinerja UMKM. Situasi yang sama terjadi pada UMKM sektor kuliner. Usaha kuliner salah satu usaha yang sedang berkembang dan banyak tersebar di pelosok nusantara hingga pedesaan dengan berbagai jenis dan ciri khas yang dimiliki oleh pengusahanya. Usaha kuliner sangat populer dan tidak pernah mati di masyarakat, mulai dari usaha kuliner kaki lima (Mikro) hingga restoran. Selain itu, Coelho et al., (2018) menyatakan bahwa sebagai salah satu ciri dari bisnis gastronomi, UMKM kuliner seharusnya dapat bertahan karena memiliki kebutuhan pokok dan mengandung sifat-sifat adat atau atribut sosial. Akibatnya, kinerja UMKM sangat ditentukan oleh penjualan, jumlah karyawan, pangsa pasar, dan pertumbuhan laba (Setioko, Fitriani, and Munawaroh 2021).

Kinerja UMKM merupakan ukuran tingkat pencapaian individu dalam hal penjualan, modal, jumlah karyawan, pangsa pasar, dan keuntungan yang terus meningkat. (Mustari et al, (2021). Sedangkan menurut (Bastian,) mengatakan bahwa kinerja UMKM seringkali dilihat dari seberapa besar keuntungan yang diperoleh. (Whella Hertadiani dan Lestari 2021). Adanya UMKM di Kota Metro yang tidak berkomitmen dalam mempertahankan usahanya menunjukkan bahwa kinerja UMKM di Kota Metro kurang memuaskan. Namun tidak bisa dipungkiri, meskipun banyak UMKM yang memutuskan untuk berhenti, lebih banyak lagi yang memutuskan untuk tetap bekerja.

Teori RBV (*Resource Based View*) dan teori *Theory Of Planned Behavior* (TPB) merupakan *grand theory* dalam penelitian ini yaitu menjelaskan suatu organisasi dapat mencapai keunggulan kinerja yang wajar dan unggul jika memperoleh aset yang signifikan (Hilmawati dan Kusumaningtias 2021). Kompetensi dan keterampilan merupakan aset yang harus dimiliki oleh pelaku usaha, dan pemilik usaha UMKM perlu menyadari hal tersebut. Dengan memahami bagaimana menerapkan kapabilitas dan kemampuan maka dapat bekerja pada presentasi UMKM. Kapabilitas dan kemampuan individu dapat diartikan sebagai kapasitas informasi yang dikemukakan oleh seseorang di lingkungan kerja sesuai dengan keadaan yang diterapkan oleh bisnis/organisasi. Dan teori *Theory Of Planned Behavior* (TPB) juga menjelaskan bagaimana pelaku usaha akan membaca, menganalisis, mengelola, dan mengkomunikasikan kondisi keuangan untuk meningkatkan kinerja perusahaannya. Karena pelaku bisnis terbiasa mengendalikan diri untuk memahami manajemen keuangan, maka akan ada peningkatan yang jauh lebih signifikan dalam pelaksanaan bisnis mereka. Untuk membangun hubungan antara teori ini dan variabel Literasi Keuangan.

Literasi keuangan merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi presentasi UMKM. Kemampuan seseorang dalam mengelola keuangannya secara efektif dikenal dengan literasi keuangan (Sitompul, 2021). Informasi keuangan yang rendah akan menyebabkan persiapan keuangan yang buruk, kemudian tidak adanya tujuan keuangan yang jelas pada akhirnya akan mengurangi kinerja UMKM itu sendiri. Seperti yang dikatakan oleh Hilmawati dan Kusumaningtias (2021) merekomendasikan bahwa literasi keuangan adalah suatu kondisi dimana seseorang dapat membuat keputusan yang tepat dan dapat berhasil membuat pilihan yang berhubungan dengan penggunaan dana. Ini mengacu pada kemampuan untuk mendominasi banyak informasi, perspektif, dan cara berperilaku sehubungan dengan masalah keuangan. Termasuk menerapkan mentalitas yang memudahkan pengelolaan keuangan secara bertanggung jawab dan efektif.

Menurut penelitian Wiro, Iko, dan Putri Yanti (2019), kinerja UMKM sangat dipengaruhi oleh literasi keuangan. Sementara itu, penelitian Lusardi dan Mitchell (2014) menunjukkan bahwa kinerja UMKM tidak dipengaruhi oleh literasi keuangan.

Orientasi pasar dapat dicirikan sebagai pergerakan untuk mencari data pasar, termasuk kebutuhan pembeli saat ini dan masa depan (Prambaudy dan Astuti, 2019). Tujuan dari orientasi pasar adalah untuk membuat asosiasi yang peka untuk

mengiklankan perubahan. Dengan daya tanggap dapat menghasilkan nilai yang sesuai dengan kebutuhan pasar. (Mustari et al. 2021) juga berpendapat bahwa budaya perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan adalah orientasi pasar. Organisasi yang menyelesaikan arah pasar seringkali akan lebih siap untuk tetap mengetahui pesaing UMKM lainnya. Menurut penelitian Harini, Silaningsih, dan Putri dari tahun 2022, kinerja UMKM dipengaruhi oleh orientasi pasarnya. Sementara itu, temuan yang diarahkan oleh (Mustari et al. 2021) menyatakan bahwa kinerja UMKM di Kota Makassar tidak terpengaruh oleh orientasi pasar.

Orientasi pasar diperlukan sebelum pelaku usaha melakukan inovasi, sehingga kemajuan yang dilakukan pelaku usaha sesuai dengan keinginan pembeli. Inovasi terbaru hadir bagi para pelaku UMKM, memastikan daya beli masyarakat tetap stabil atau bahkan meningkat. Menurut Setyowati, Rahadhini, dan Sarwono (2022), inovasi produk merupakan hal yang harus menjadi fokus bisnis. Kemajuan item pengeluaran minimal dapat meningkatkan keuntungan dengan menarik klien baru dari sektor bisnis yang belum ditemukan oleh pesaing. Hal ini merupakan kebutuhan mendasar yang akan semakin meningkatkan kinerja UKM. Kemajuan dalam produk imajinatif, siklus, asosiasi, dan pemasaran adalah nilai tambah yang tidak dimiliki oleh para pesaing. sehingga tingkat daya beli masyarakat akan tetap stabil atau bahkan meningkat ketika para pelaku UMKM memiliki akses terhadap inovasi-inovasi terkini

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Iqbal & Yuliandari (2019) dan Winoto & Hadididjojo (2015) yang menyatakan bahwa inovasi produk berdampak pada kinerja UMKM. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Muhajirin & Februansyah (2020) dan Krisdanti & Rodhiyah (2016) menyatakan bahwa inovasi produk tidak berdampak pada kinerja UKM.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang judul "Pengaruh Literasi Keuangan, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku Usaha Kuliner di Kota Metro". Berikut ini adalah beberapa hipotesis penulis :

H₁ : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku Usaha Kuliner di Kota Metro.

H₂ : Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku Usaha Kuliner Di Kota Metro.

H₃ : Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku Usaha

Kuliner di Kota Metro.

H₄ : Literasi Keuangan, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku Usaha Kuliner di Kota Metro.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang memungkinkan dilakukannya analisis statistik dan memuat data berupa angka atau perhitungan langsung (Sugiyono, 2022). Metodologi kuantitatif dalam peninjauan ini adalah melalui wawancara melalui kajian dan melihat survei yang diadarkan kepada para pelaku bisnis di Kota Metro baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui pesan singkat). Skala Linkert yang dapat mewakili respon yang diberikan digunakan untuk menyajikan data kepada responden. Oleh karena itu skala *linkert* 5 poin dipergunakan oleh para peneliti disini: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan tidak setuju.

Penelitian ini menggunakan UMKM kuliner Kota Metro sebagai populasinya. Contoh dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dan prosedur pengujian purposive sampling. Proses pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu dikenal dengan teknik purposive sampling (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, kriteria responden atau sampel adalah sebagai berikut:

- a. Pelaku usaha kuliner
- b. Pelaku usaha yang sudah berjalan lebih dari 2 tahun
- c. Pelaku usaha yang berinovasi (produk jualnya tidak monoton)

HASIL PENELITIAN

Uji Statistik Deskriptif

Berdasarkan dari hasil jawaban responden uji statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	98	26	50	34.76	5.884

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Orientasi Pasar	98	32	50	42.69	4.125
Inovasi Produk	98	29	50	38.29	5.426
Kinerja UMKM	98	27	47	37.08	4.205
Valid N (listwise)	98				

Sumber : Output Data IBM SPSS *Statistics 26* (2023)

Semua variabel memiliki nilai rata-rata 34,76, 42,69, 38,29, dan 37,08, dengan standar deviasi 5,884, 4,125, 5,426, dan 4,205; nilai rata-rata lebih besar dari nilai simpangan. Informasi tersebut ditampilkan pada tabel 1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data variabel literasi keuangan, orientasi pasar, inovasi produk, dan kinerja UMKM berkualitas tinggi sehingga distribusi datanya normal. Literasi keuangan, orientasi pasar, inovasi produk, dan kinerja UMKM memiliki skor minimum 26, 32, 29, 27 dan skor maximum masing-masing 50, 50, 50, dan 47 berdasarkan olahan statistik deskriptif di atas besar sampel adalah 98 orang.

Uji Reliabilitas Data

Hasil pengujian reliabilitas data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Statistics	
	Cronbach's Alpha	N of Items
Literasi Keuangan (X_1)	0.630	10
Orientasi Pasar (X_2)	0.780	10
Inovasi Produk (X_3)	0.607	10
Kinerja UMKM (Y)	0.648	10

Sumber: Output Data IBM SPSS *Statistics 26* (2023)

Berdasarkan uji reliabilitas di atas, *Cronbach's Alpha* pada literasi keuangan, orientasi pasar, inovasi produk dan kinerja UMKM adalah 0.630, 0.780, 0.607 dan 0.648. bila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 maka kuesioner yang menilai semua variabel dapat dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan uji regresi berganda yang bertujuan untuk menghindari data dari gejala normalitas dan linearitas.

a. Uji Normalitas

Tabel 3.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.52096092
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.064
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Output Data IBM SPSS *Statistics 26* (2023)

Pada tabel diatas Bila hasilnya lebih besar dari taraf signifikan yang ditentukan yaitu 0,05 (5%), dan diketahui nilai signifikansinya sebesar 0,200 pada tabel di atas. Uji normalitas penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi normal berdasarkan temuan tersebut.

b. Uji Linieritas

Menurut Sugiyono (2017), uji linearitas yang diberikan oleh tabel *measure of assocition* menunjukkan bahwa ada hubungan linier yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen jika $Eta > R Squared$.

Tabel 4
Hasil Uji Linieritas

Y*X	Measures of Association			
	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kinerja UMKM (Y) *	.408	.167	.535	.286
Literasi Keuangan (X ₁)				
Kinerja UMKM (Y)*	.269	.072	.459	.211
Orientasi Pasar (X ₂)				
Kinerja UMKM (Y) *	.315	.099	.505	.255
Inovasi Produk (X ₃)				

Sumber: Output Data IBM SPSS *Statistics 26* (2023)

Dari hasil uji linearitas tabel 4 bahwa setiap item memiliki nilai ETA yang lebih tinggi dari nilai R Squared. Kesimpulan yang dapat ditarik dari penjelasan tersebut adalah bahwa kinerja UMKM terdapat hubungan linier dengan literasi keuangan, orientasi pasar, dan inovasi produk.

Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis meliputi:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan Untuk melihat apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Tabel 5
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized	Standardized		Sig.	
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	
1	(Constant)	10.672	4.659		2.290	.024
	Literasi Keuangan	.277	.062	.388	4.476	.000
	Orientasi Pasar	.198	.089	.194	2.213	.029
	Inovasi Produk	.218	.068	.281	3.216	.002

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Output Data IBM SPSS *Statistics 26* (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \dots + e$$

$$Y = 10,672 + 0,277 + 0,198 + 0,218 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut maka, jika variabel literasi keuangan, orientasi pasar dan inovasi produk tidak ada atau nilainya 0 maka nilai kinerja UMKM (Y) sebesar 14,416.

- a) Koefisien literasi keuangan (X_1) sebesar 0,277. Koefisien positif menunjukkan bahwa literasi keuangan (X_1) berdampak langsung terhadap kinerja UMKM.
- b) Koefisien orientasi pasar (X_2) sebesar 0,198. Koefisien positif menunjukkan bahwa orientasi pasar (X_2) berdampak langsung terhadap kinerja UMKM.
- c) Koefisien inovasi produk (X_3) sebesar 0,218, Koefisien positif menunjukkan bahwa inovasi produk (X_3) berdampak langsung terhadap kinerja UMKM.

b. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Suatu instrumen dinyatakan memiliki pengaruh jika koefisien hubungan thitung lebih menonjol daripada koefisien hubungan ttabel pada tingkat signifikan 0,05. Hal ini terlihat pada tabel 5 sebelumnya, dimana t-tabel adalah 1,98552, yang ditentukan oleh ($\alpha:2, n-k-1$) dengan tingkat signifikansi 0,5 (5%).

Pada tabel 5 diatas dapat diketahui hasil uji t variabel literasi keuangan (X_1) menunjukkan nilai T_{Hitung} 4,476 dan T_{Tabel} sebesar 1,98552 hal tersebut menunjukkan bahwa nilai $T_{Hitung} > T_{Tabel}$ hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap kinerja UMKM pada pelaku usaha kuliner di Kota Metro. Variabel orientasi pasar (X_2) menunjukkan nilai T_{Hitung} 2,213 dan nilai T_{Tabel} sebesar 1,98552 hal tersebut menunjukkan bahwa nilai $T_{Hitung} > T_{Tabel}$ hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara orientasi pasar terhadap kinerja UMKM pada pelaku usaha kuliner di Kota Metro. Variabel inovasi produk (X_3) menunjukkan nilai T_{Hitung} 3,216 dan nilai T_{Tabel} sebesar 1,98552 hal tersebut menunjukkan bahwa nilai $T_{Hitung} > T_{Tabel}$ hal tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara inovasi produk terhadap kinerja UMKM pada pelaku usaha kuliner di Kota Metro.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dapat dilakukan dengan menghitung nilai Fhitung dan membandingkannya dengan Ftabel. F-tabel pada penelitian ini adalah 2,70 yang dihitung dengan menggunakan rumus $(K, N-K)$, dimana K adalah banyaknya variabel bebas, dimana variabel berpengaruh jika Fhitung lebih besar dari Ftabel.

Tabel 6
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	512.822	3	170.941	13.362	.000 ^b
	Residual	1202.525	94	12.793		
	Total	1715.347	97			

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Literasi Keuangan, Orientasi Pasar

Sumber: Output Data IBM SPSS *Statistics* 26 (2023)

Hasil perhitungan pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai Fhitung dan Ftabel masing-masing adalah 2,70 dan 13,362. Literasi keuangan, orientasi pasar, dan inovasi produk semuanya berdampak signifikan terhadap kinerja UMKM pelaku usaha kuliner Kota Metro, terbukti dengan Fhitung lebih besar dari F tabel.

d. Uji Hipotesis Statistik

Tabel 5 bagian Koefisien menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel literasi keuangan, orientasi pasar, dan inovasi produk masing-masing adalah 0,000, 0,029, dan 0,002 berdasarkan hasil pengujian hipotesis sebelumnya. Selain itu, diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 dapat dilihat pada tabel 6 bagian ANOVA. Sehingga dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti model regresi ini sesuai dalam menaksir pengaruh literasi keuangan (X_1), orientasi pasar (X_2) dan inovasi Produk (x_3) terhadap variabel kinerja UMKM (Y).

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku Usaha Kuliner di Kota Metro

Diketahui dari hasil pengujian hipotesis pertama yang dapat dilihat pada tabel 5 di atas, Sehingga dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diakui. Hasilnya, dapat disimpulkan bahwa kinerja UMKM dipengaruhi oleh literasi keuangan. Hal ini dikarenakan Literasi keuangan dapat mempengaruhi kinerja UMKM yang lebih baik. pelaku bisnis umumnya mencoba untuk membaca dengan teliti, membedah, mengawasi, dan membagikan keadaan keuangan untuk mengerjakan kinerja pekerjaan. Operasional juga akan semakin meningkat karena pelaku usaha terbiasa mengendalikan diri untuk memahami manajemen keuangan. Pelaku usaha yang paham literasi keuangan akan mempertimbangkan dengan cermat semua aspek keuangan. Pelaku usaha juga akan lebih memahami pengelolaan keuangan jika sudah terbiasa dengan pengendalian diri. Pelaku bisnis yang memahami administrasi keuangan dengan baik akan benar-benar ingin membatasi pertaruhan dengan pilihan keuangan masa depan sehingga mereka dapat mempengaruhi kinerja bisnis mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rossy Wulandari, 2019), literasi keuangan berdampak signifikan terhadap kinerja UMKM di Provinsi DKI Jakarta. Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan ini. sehingga literasi keuangan meningkatkan kinerja UMKM pelaku usaha kuliner Kota Metro.

Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku Usaha Kuliner di Kota Metro

Diketahui dari hasil pengujian hipotesis kedua yang ditunjukkan pada tabel 5 di atas, Sehingga dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diakui. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kinerja UMKM dipengaruhi oleh orientasi pasar. Pelaku usaha yang memahami perkembangan zaman, kepuasan pelanggan, dan strategi pesaing akan dapat menarik pelanggan untuk menggunakan produk berulang kali, yang akan menciptakan nilai pelanggan secara berkesinambungan, mempengaruhi pertumbuhan penjualan, dan meningkatkan kinerja perusahaan. Hal ini juga dikarenakan pelaku usaha yang mengetahui kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran jangka panjang dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia bagi mereka jika mampu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, menyebarluaskan informasi tentang kondisi pasar, memiliki

strategi pemasaran yang efektif, dan juga dapat mengembangkan strategi untuk melawan pesaing diharapkan dapat menyampaikan pesan penawaran kepada klien.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang diarahkan oleh (Mutia Azma, 2021) yang menyatakan bahwa arah pasar secara bersama-sama mempengaruhi pameran kinerja UMKM. Studi ini menemukan bahwa kinerja UMKM di industri kuliner di Kota Metro berkinerja lebih baik ketika mereka berorientasi pada pasar.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku Usaha Kuliner di Kota Metro

Dari hipotesis uji yang ditunjukkan pada Tabel 5, dalam hal ini, H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini terlihat dari sifat inovatif produk dalam kaitannya dengan kinerja UMKM. Inovasi adalah salah satu cara terpenting bagi perusahaan untuk membedakan dirinya dari pesaing di pasar ini. Hal ini disebabkan karena perusahaan dengan kapasitas untuk berubah akan dapat menghadapi tantangan lingkungan dengan lebih cepat dan lebih baik dari perusahaan yang tidak memiliki kapabilitas untuk itu.

Sebagai business entertainer, mereka harus memberikan kualitas barang untuk menumbuhkan barang baru, dan variasi barang baru yang nantinya akan dihadirkan di pasar sehingga klien secara efektif memahami barang bisnis. Dengan memahami bagaimana mengaplikasikan kemampuan, pelaku bisnis dapat meningkatkan kinerja UMKM.

Hal ini sesuai dengan penelitian Sri Lestari (Sri Lestari, 2021) yang menemukan bahwa UMKM di Kabupaten Ponorogo sangat diuntungkan dengan inovasi produk. Oleh karena itu, inovasi produk berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM pelaku usaha kuliner kota metro.

Pengaruh Literasi Keuangan, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM pada Pelaku Usaha Kuliner di Kota Metro

Seperti yang ditunjukkan pada tabel 6 bagian ANOVA maka dapat dijabarkan penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diakui. Ini menyiratkan bahwa sangat mungkin beralasan bahwa literasi keuangan, orientasi pasar, dan inovasi produk bersama-sama memengaruhi kinerja UMKM.

Bahwa dengan asumsi pelaku bisnis dapat melihat pengelolaan keuangan yang baik, itu akan bekerja pada kinerja yang berjalan. Karena para pelaku perlu mengumpulkan

modal sebelum memulai usaha, mereka tidak akan mampu menyelesaikan masalah atau berkinerja baik di masa mendatang jika tidak mengetahui cara mengelola keuangannya. Selain itu, pelaku usaha perlu mengetahui apa yang diinginkan pelanggan dan seberapa puas mereka terhadap pembeliannya karena jika pelanggan senang dengan produk yang dibelinya, mereka akan lebih cenderung untuk membelinya lagi. dalam upaya meningkatkan kinerja pelaku usaha dalam upaya mendongkrak penjualan. Orientasi pasar diperlukan sebelum berinovasi bisnis memajukan barang untuk mencari tahu apa yang dibutuhkan pembeli. Sebagai pelaku bisnis yang memiliki pemikiran dan imajinasi yang dapat dipromosikan akan benar-benar ingin meningkatkan keuntungan dalam bisnis, Sebelum pelaku usaha dapat melakukan inovasi produk untuk menemukan apa yang diinginkan pelanggan, mereka harus berorientasi pada pasar. Memiliki ide dan konsep kreatif yang marketable akan memungkinkan seorang pelaku bisnis untuk meningkatkan keuntungan.

Menurut temuan penelitian ini, literasi keuangan, orientasi pasar, dan inovasi produk semuanya berdampak pada kinerja UMKM usaha kuliner Kota Metro. Dengan pelaku usaha yang dapat menerapkan literasi keuangan, orientasi pasar dan inovasi produk akan dapat lebih dapat mengembangkan usaha, hal tersebut terjadi karna pelaku usaha dapat mengelola keuangan perusahaan untuk tujuan kedepannya. Dan pelaku usaha juga memperhatikan apa yang diinginkan konsumen dan juga lebih memperhatikan modifikasi produk agar produk tidak monoton yang berdampak meningkatkan kepuasan konsumen. Hal tersebut sangat berdampak terhadap peningkatan kinerja dalam usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil serta pembahasan penelitian di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Literasi keuangan mempengaruhi dengan positif kinerja UMKM bagi pelaku usaha kuliner di kota Metro
2. Orientasi pasar memberikan pengaruh baik positif bagi kinerja UMKM pada pelaku usaha kuliner di kota Metro
3. Inovasi produk mempengaruhi kinerja UMKM pada pelaku usaha kuliner di kota Metro
4. Literasi keuangan, orientasi pasar dan inovasi produk mempengaruhi dengan positif pada kinerja UMKM pada pelaku usaha kuliner di kota Metro

KETERBATASAN

1. Jumlah sampel dalam penelitian ini sangat terbatas yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu dan tidak dapat digeneralisasikan.
2. penelitian ini hanya menggunakan beberapa beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM yaitu literasi keuangan, orientasi pasar dan inovasi produk.

SARAN

1. Bagi peneliti selanjutnya agar menambah jumlah sampel kriteria UMKM seperti industry, fashion, maupun pedagang kaki lima agar memperoleh data lebih luas atau general.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi penelitian terdahulu agar penelitian yang dihasilkan dapat lebih baik dan lengkap. Dan diharapkan peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel *independent* seperti tentang penggunaan metode uang digital, pemanfaatan layanan jasa keuangan dan menggunakan jasa social media seperti *e-Commerce* atau variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM di Kota Metro.

REFERENSI

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mustari et al. 2021. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Makassar." *Proceeding Teknologi Pendidikan Seminar Daring Nasional 2021: Digital Generation For Digital Nation* 1(8): 165–77.
- Prambaudy, Khaiz, and Miguna Astuti. 2019. "Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner." *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 4(1): 1–15.
- Setioko, Sigit, Yuyun Fitriani, and Kholifatul Munawaroh. 2021. "Strategi Peningkatan Usaha Kecil Mikro Dan Menengah (UMKM) Di Era Pandemi Covid-19 Pada Kota Metro." *Journal of Community Development* 2(2): 60–65.
- Setyowati, Retno, Marjam Desma Rahadhini, and Aris Eddy Sarwono. 2022. "Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Ukm." *Jurnal Riset Entrepreneurship* 5(1): 1.

Sitompul, Renato. 2021. "Peran Pemoderasi Kualitas Audit Atas Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Pajak Tanggahan Terhadap Manajemen Laba." *CURRENT: Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terkini* 2(3): 506-17.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Trihudyatmanto, M . 2022. "Inovasi Produk: Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh)." *AkMen JURNAL ILMIAH* 19(2): 164-75.