

Pengaruh Literasi Keuangan dan Dukungan Pemerintah Terhadap Keberlanjutan UMKM: Analisis Mediasi Orientasi Pemasaran

Endang Kristiawati, Mustaruddin, Nur Afifah*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Doktor Ilmu Manajemen, Universitas Tanjungpura, Pontianak Jl. Imam Bonjol No.69, Bansir Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia
Email: ¹b3081231001@student.untan.ac.id, ²mustaruddin@ekonomi.untan.ac.id, ^{3,*}nur.afifah@ekonomi.untan.ac.id
Email Penulis Koresponden: nur.afifah@ekonomi.untan.ac.id

Abstrak—Kontribusi UMKM terhadap pembangunan perekonomian dan pembukaan lapangan kerja di Indonesia tidak dapat dipandang sebelah mata. Seiring percepatan perkembangan zaman, kemajuan dibidang ekonomi semakin tinggi, dan persaingan yang semakin ketat membuat dunia usaha saat ini perlu mengambil langkah-langkah strategis untuk terus tumbuh dan bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk menguji efek mediasi variabel orientasi pemasaran terhadap pengaruh literasi keuangan dan dukungan pemerintah terhadap keberlanjutan UMKM. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Teknik penumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis dan pengolahan data adalah Regresi Medisi dengan bantuan alat uji SPSS dan Uji sobel test. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah UMKM di Kalimantan Barat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pemasaran mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap keberlanjutan UMKM. Selanjutnya orientasi pemasaran tidak mampu memediasi pengaruh dukungan pemerintah terhadap keberlanjutan UMKM.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Dukungan Pemerintah; Orientasi Pemasaran; Keberlanjutan UMKM

Abstract—The contribution of MSMEs to economic development and job creation in Indonesia cannot be underestimated. As the times accelerate, progress in the economic field is getting higher, and competition is getting tighter, the business world today needs to take strategic steps to continue to grow and compete. This study aims to examine the mediating effect of marketing orientation variables on the influence of financial literacy and government support on the sustainability of MSMEs. The method used in this research is descriptive quantitative. The data collection techniques used were observation, documentation and questionnaires. The data analysis and processing technique is Median Regression with the help of the SPSS test tool and the Sobel test. The population and samples in this study were MSMEs in West Kalimantan. The results of this study indicate that marketing orientation is able to mediate the effect of financial literacy on the sustainability of MSMEs. Furthermore, marketing orientation is not able to mediate the effect of government support on the sustainability of MSMEs.

Keywords: Financial Literacy; Government Support; Marketing Orientation; MSME Sustainability

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja sangatlah signifikan. Indonesia adalah salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi terbesar diantara negara-negara anggota G-20 dengan pertumbuhan ekonomi tahun 2023 sebesar 5,17 persen, angka ini membawa Indonesia pada peringkat 16 di bawah spanyol namun berada diatas negara-negara maju seperti: Belanda, Swiss dan Singapura. Arah Pertumbuhan ekonomi suatu negara dipengaruhi oleh berbagai sektor. Salah satu sektor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi berbagai negara yaitu UMKM. Dalam era revolusi industri saat ini, terjadi kompetisi yang sangat ketat diberbagai sektor usaha termasuk UMKM (Pramitha et al., 2024).

Kontribusi UMKM terhadap pembangunan perekonomian dan pembukaan lapangan kerja di Indonesia tidak dapat dipandang sebelah mata. Seiring percepatan perkembangan zaman, kemajuan dibidang ekonomi semakin tinggi, dan persaingan yang semakin ketat membuat dunia usaha saat ini perlu mengambil langkah-langkah strategis untuk terus tumbuh dan bersaing. Salah satu provinsi yang memiliki perkembangan pesat dalam pertumbuhan UMKM adalah Kalimantan Barat. Berikut disajikan tabel jumlah UMKM Provinsi Kalimantan Barat Tahun 2023:

Tabel 1. Rekapitulasi Pertumbuhan UMKM di Kalimantan Barat

No	Kabupaten/Kota	Mikro	Kecil	Menengah	Jumlah
1	Sambas	17.642	3.880	515	22.037
2	Bengkayang	4.950	992	19	5.961
3	Landak	32.598	2.177	421	35.149
4	Mempawah	18.064	1.459	108	19.631
5	Sanggau	2.953	1.302	366	4.621
6	Ketapang	7.308	2.062	191	9.561
7	Sintang	16.150	2.126	106	18.382
8	Kapuas Hulu	6.818	3.359	70	10.247
9	Sekadau	4.891	1.813	349	7.053
10	Melawi	3.662	747	160	4.569
11	Kayong Utara	7.437	720	-	8.157
12	Kubu Raya	10.034	2.472	31	12.537

No	Kabupaten/Kota	Mikro	Kecil	Menengah	Jumlah
13	Kota Pontianak	41.083	1.947	217	43.247
14	Kota Singkawang	20.182	3.766	566	24.514
	Jumlah	193.772	28.822	3.119	225.713

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa total UMKM Provinsi Kalimantan Barat sebanyak 225.713 pelaku usaha. Namun dalam perkembangan UMKM tersebut dapat diketahui bahwa pertumbuhan Usaha Mikro ke Usaha kecil dan menengah sangat kecil. Ini merupakan masalah yang harus dituntaskan oleh pemerintah daerah (Prataman, 2022). Pada persaingan usaha yang ketat, usaha kecil dituntut untuk dapat melakukan proses manajemen usaha yang produktif dan seefisien mungkin dalam menjalankan kegiatan usahanya (Medhika et al., 2018). UMKM memiliki potensi untuk menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Namun, UMKM sering menghadapi tantangan yang signifikan dalam menjaga kelangsungan usaha mereka (Danang Sri Wibowo R, 2021).

UMKM pada umumnya memiliki kesulitan dalam aspek keuangan atau permodalan maka dengan era new ekonomi digital dapat membawa dampak positif dalam hal mempermudah pengelolaan keuangan. Pelaku usaha perlu pemahaman tentang literasi keuangan yang berkaitan dengan aktivitas yang dapat meningkatkan pengetahuan (knoelwdge), keyakinan (convidence) dan keterampilan (skill) untuk mampu mengelola keuangan yang lebih baik (Tay et al., 2022). Pemberdayaan dan pengembangan yang berkelanjutan perlu terus dilakukan agar UMKM yang tidak hanya tumbuh dalam jumlah melainkan berkembang dalam kualitas dan daya saing produk. Literasi keuangan seorang wirausaha dapat disimpulkan sebagai campuran dari pengetahuannya tentang masalah keuangan, kompetensi untuk mengurangi risiko dan membuat investasi keuangan yang optimal (Widyawati et al., 2022). Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberlanjutan UMKM adalah literasi keuangan dan dukungan pemerintah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan dukungan pemerintah terhadap keberlanjutan UMKM, dengan orientasi pemasaran sebagai variabel mediasi (Anggraeni, 2017).

Literasi keuangan merupakan faktor penting dalam keberhasilan UMKM. Literasi keuangan mencakup pemahaman terhadap konsep keuangan dasar, pengelolaan keuangan yang efektif, dan kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang bijaksana. UMKM yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, menghindari risiko keuangan, dan meningkatkan peluang pertumbuhan. Dukungan pemerintah juga berperan penting dalam keberlanjutan UMKM. Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk menciptakan iklim bisnis yang kondusif bagi UMKM, termasuk kebijakan yang mendukung, akses ke pasar, pelatihan dan pendidikan, sumber daya keuangan, dan akses ke informasi yang relevan. Dukungan pemerintah yang efektif dapat membantu UMKM mengatasi tantangan operasional dan meningkatkan peluang pertumbuhan mereka.

Selanjutnya, orientasi pemasaran juga memiliki peran yang signifikan dalam keberlanjutan UMKM. Orientasi pemasaran menunjukkan sejauh mana UMKM fokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka (Ahluwalia et al., 2022). UMKM yang memiliki orientasi pemasaran yang kuat dapat mengidentifikasi peluang pasar, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dan meningkatkan diferensiasi produk dan layanan mereka. Namun, meskipun pentingnya literasi keuangan, dukungan pemerintah, dan orientasi pemasaran dalam keberlanjutan UMKM, penelitian sebelumnya belum sepenuhnya menjelaskan hubungan antara variabel-variabel ini (Kilay et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini akan mengisi celah pengetahuan ini dengan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan dukungan pemerintah terhadap keberlanjutan UMKM, dengan orientasi pemasaran sebagai variabel mediasi.

Dengan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan dukungan pemerintah terhadap keberlanjutan UMKM, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kelangsungan UMKM. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kebijakan pemerintah, lembaga pendidikan, dan pihak terkait lainnya dalam mendukung UMKM dalam mencapai keberlanjutan yang lebih baik. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan masukan praktis bagi UMKM dalam mengelola keuangan mereka, memanfaatkan dukungan pemerintah, dan meningkatkan orientasi pemasaran mereka untuk menghadapi tantangan bisnis dan mencapai keberhasilan jangka panjang (Priantinah, 2017). Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi yang tinggi dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Penelitian terkait keberlanjutan UMKM banyak sekali dibahas bukan hanya di negara Indonesia melainkan di dunia. UMKM dianggap sangat menarik karena dapat mendorong pertumbuhan perekonomian pada suatu negara dan perkembangan UMKM yang semakin cepat. Hasil penelitian juga menunjukkan inkonsisten hasil dari peneliti satu dengan yang lainnya sehingga masih menarik untuk dibahas. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan dan kinerja UMKM seperti yang disampaikan (Hossain et al., (2020); Siddik et al., (2023); Wahyono & Hutahayan, (2021)), Sedangkan berbeda hasil seperti yang disampaikan oleh (Fitria et al., (2021; Ilham Naufal & Purwanto, (2022); Nugraha et al., (2022). Penelitian terkait dukungan pemerintah masih banyak menunjukkan tidak memiliki pengaruh signifikan seperti yang disampaikan (Hossain et al., 2020). Hasil penelitian orientasi pemasaran berpengaruh signifikan dan menjadi variabel independen seperti yang disampaikan (Cuevas-Vargas et al., (2022); Tolstoy et al., (2022); Wahyono & Hutahayan, (2021)), tetapi masih sedikit yang menjadikan orientasi pemasaran sebagai variabel mediasi dalam keberlanjutan UMKM.

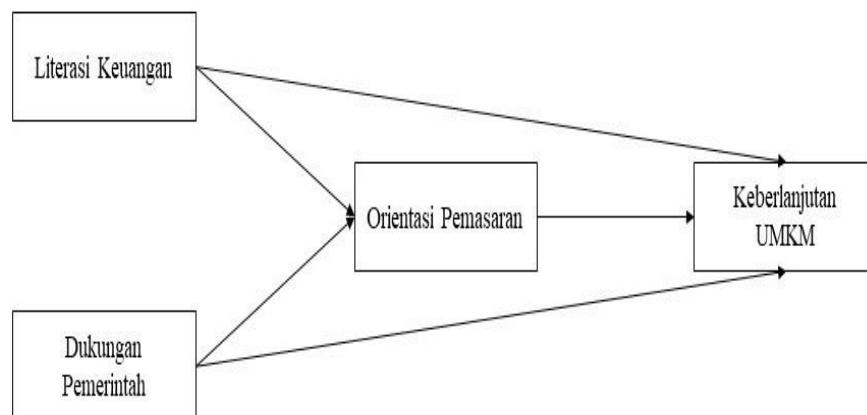
Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan dukungan pemerintah terhadap orientasi pasar, menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan, dukungan pemerintah dan

orientasi pasar terhadap keberlanjutan UMKM dan menguji pengaruh tidak langsung antara literasi keuangan dan dukungan pemerintah terhadap keberlanjutan UMKM yang dimediasi oleh orientasi pasar.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada UMKM yang terdapat di Kota Pontianak dan Kota Singkawang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan usaha seorang peneliti untuk mendapatkan pengetahuan dengan memberikan data berbentuk angka yang kemudian akan dimanfaatkan untuk melakukan analisis keterangan (Ghozali, 2016b). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan 2 (dua) cara yakni dengan menyebarkan link dan penyebaran kuesioner secara manual. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis model regresi moderasi dengan bantuan alat uji Statistik SPSS dan Uji Sobel test. Berikut disajikan pada gambar 1 kerangka konseptual dalam penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

2.2 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian merupakan unsur penelitian yang berkaitan dengan beberapa variabel yang terdapat dalam penelitian atau yang terkandung dalam paradigma penelitian berdasarkan rumusan masalah (Purmalita, 2024). Pengukuran merupakan suatu kebutuhan esensial dalam penelitian ilmiah, karena melalui pengukuran, peneliti dapat mengarahkan observasinya (Putra et al., 2023). Adapun indikator-indikator setiap variabel dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Operasional variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Literasi Keuangan (X1)	<p>Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.</p> <p>(Peraturan OJK No.76/PJOK.O7/2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan rekening atas nama perusahaan 2. Identifikasi perusahaan saat pembukaan rekening 3. Setoran dana minimal saat pembukaan rekening 4. Pengetahuan tentang jaminan tabungan 5. Pemahaman tentang potensi imbal hasil tabungan dalam satu tahun 	Skala Likert 1 s/d 7
Dukungan Pemerintah (X2)	<p>Dukungan pemerintah terhadap keberlanjutan UMKM merujuk pada berbagai langkah atau kebijakan yang diambil oleh pemerintah untuk membantu UMKM dalam mencapai keberlanjutan dan</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Infrastruktur yang memadai (akses jalan, listrik, air, telepon, dan lain-lain) untuk menjalankan bisnis. 	Skala Likert 1 s/d 7

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
	pertumbuhan jangka panjang. UMKM layak mendapatkan lebih banyak bantuan dan dukungan dari pemerintah untuk pertumbuhan dan kesuksesan UMKM (Hossain et al., 2020)	2. Kebijakan pemerintah yang mendukung 3. Pemerataan Infrastruktur digital 4. Program pelatihan keterampilan untuk pemilik-manajer usaha kecil 5. Informasi/pengetahuan yang relevan yang membantu usaha kecil	
Orientasi Pemasaran (Z)	Orientasi pemasaran memberikan pengetahuan dalam pengambilan Keputusan bisnis yang akan dipilih (Cuevas-Vargas et al., 2022). Pemahaman orientasi pemasaran mengacu pada sikap, strategi, dan tindakan yang diambil oleh UMKM untuk mempertahankan dan meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka melalui fokus yang kuat pada pelanggan dan pasar	1. Mengidentifikasi kebutuhan pengguna 2. Pengembangan produk 3. Perluasan pangsa pasar 4. Pemasaran dilakukan secara offline 5. Pemasaran dilakukan secara online 6. Pemasaran dilakukan secara offline dan online	Skala Likert 1 s/d 7
Keberlanjutan UMKM (Y)	Keberlanjutan UMKM dapat dilihat melalui keberhasilan Perusahaan dalam melakukan inovasi, pengelolaan karyawan dan pelanggan serta pengembalian terhadap modal awalnya (Hudson et al., 2001). ini bertujuan untuk menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam menjalankan operasi bisnis UMKM	1. Adanya peningkatan jumlah modal kerja pada setiap periode 2. Kondisi Margin laba yang stabil 3. Adanya perubahan omzet pada setiap periode 4. Adanya hasil kepuasan konsumen 5. Adanya hasil kepuasan karyawan	Skala Likert 1 s/d 7

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan pada UMKM di Kota Pontianak dan Kota Singkawang. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu usaha yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk mendapatkan pengetahuan dengan cara memberikan data berupa angka-angka yang kemudian akan digunakan untuk menganalisis suatu informasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan dokumentasi, studi Pustaka dan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019). Kuisisioner yang disebarluaskan kepada pelaku UMKM berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup. Kuesisioner disebarluaskan baik secara langsung maupun tidak langsung. Penyebarluasan kuesisioner dilakukan dengan 2 (dua) cara, yaitu dengan penyebarluasan link dan penyebarluasan kuesisioner secara manual. Teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis model regresi moderat dengan bantuan alat uji Statistik SPSS dan uji Sobel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sektor Ekonomi adalah salah satu hal yang cukup berpengaruh terhadap perkembangan serta kemajuan masyarakat. Salah satu cara untuk meningkatkan sektor ekonomi adalah membentuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Dengan banyaknya usaha yang terbentuk tentu lapangan pekerjaan akan semakin banyak, angka pengangguran akan berkurang, dan kesejahteraan masyarakat akan terwujud. Usaha mikro kecil menengah merupakan istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2008. UMKM juga dapat berarti bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Penggolongan UMKM didasarkan batasan omzet pendapatan per tahun, jumlah kekayaan aset, serta jumlah pegawai. Sedangkan yang tidak masuk kategori UMKM

atau masuk dalam hitungan usaha besar, yaitu usaha ekonomi produktif yang dijalankan oleh badan usaha dengan total kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah (Kumar et al., 2024). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional.

3.1 Uji Kualitas Data

3.1.1 Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsistensi apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60 (Ghozali, 2016a). Berikut adalah hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	Literasi Keuangan	0,754	Reliabel
2	Dukungan Pemerintah	0,787	Reliabel
3	Orientasi Pemasaran	0,727	Reliabel
4	Keberlanjutan UMKM	0,807	Reliabel

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai nilai Cronbach Alpha (α) > 0,60 yang berarti bahwa seluruh variabel tersebut reliable dengan keputusan dapat diterima. Berdasarkan data dan pernyataan diatas maka dapat disimpulkan bahwa setiap item dalam variabel penelitian ini adalah reliable.

3.1.2 Uji Validitas Data

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui tingkat validitas dari suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk degree of freedom (df) = n-2, dalam hal ini adalah jumlah sampel. Jumlah sampel (n) dalam penelitian ini adalah 128, sehingga besarnya df yaitu $261-2 = 259$, dengan taraf signifikansi 5%. Dalam hal ini didapatkan r tabel sebesar 0,121. Hasil uji validitas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Literasi Keuangan	1	0,729	0,121	Valid
	2	0,777		
	3	0,689		
	4	0,708		
	5	0,648		
	1	0,530		
Dukungan Pemerintah	2	0,816	0,121	Valid
	3	0,732		
	4	0,699		
	5	0,647		
	1	0,638		
	2	0,666		
Orientasi Pasar	3	0,815	0,121	Valid
	4	0,875		
	5	0,649		
	1	0,782		
	2	0,800		
	3	0,791		
Keberlanjutan UMKM	4	0,792	0,121	Valid
	5	0,592		

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui pada setiap item menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,173) dengan ini maka dapat disimpulkan bahwa setiap item dalam variabel penelitian ini adalah valid dan dapat dipertahankan.

3.2 Uji Asumsi Klasik

3.2.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas ini didasarkan pada kenyataan bahwa nilai signifikansi pada uji Kolmogorov Smirnov harus berada diatas 0,05. Adapun hasil pengujian normalitas dengan uji Jarque-Bera adalah sebagai berikut:

Tabel 4. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual	
N	260
Test Statistic	0.058
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.051 ^c

Berdasarkan hasil uji pada tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar $0.051 > 0.050$, sehingga dapat dikatakan data lolos uji normalitas.

3.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode Uji Glesjer. Adapun hasil pengujian adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Glesjer

Model	Standardized Coefficients		t	Sig.
	Beta			
(Constant)			3.347	0.001
Literasi Keuangan	-0.106		-1.538	0.125
Orientasi Pasar	0.072		1.079	0.282
Dukungan Pemerintah	-0.076		-1.155	0.249

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan berada diatas 0.05, sehingga dapat dikatakan data lulus uji Heteroskedastisitas.

3.2.3 Uji Multikolinieritas

Pengujian untuk mengetahui korelasi antar variabel bebas (independen) dilakukan dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel bebas (independen), jika nilai $VIF < 10,00$ maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas. Adapun hasil uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Literasi Keuangan	0,811	1,233	Bebas
2	Dukungan Pemerintah	0,872	1,147	Bebas
3	Orientasi Pemasaran	0,887	1,127	Bebas

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 6 dapat diketahui bahwa VIF pada variabel independen memiliki nilai tolerance dibawah 1,000 sedangkan nilai VIF dibawah 10, berdasarkan hasil ini maka dapat disimpulkan setiap variabel penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinieritas dan layak digunakan untuk penelitian.

3.3 Hasil pengujian Hipotesis

3.3.1 Hasil Uji R Square

Hasil uji R Square digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji R Square tahap awal dan kedua disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji R Square

Tahap Awal		Tahap Kedua	
R	R Square	R	R Square
0.358	0.128	0.513	0.263

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai r square pada tahap uji awal sebesar 0,128 atau 12.8% variabel literasi keuangan dan dukungan pemerintah dapat menjelaskan variasi pengaruhnya terhadap orientasi pasar. Pada tahap uji ke dua nilai r square sebesar 0,263 atau 26.3% variabel literasi keuangan, dukungan pemerintah dan orientasi pasar dapat menjelaskan variasi pengaruhnya terhadap keberlanjutan UMKM.

3.3.2 Hasil Uji Regresi Pengaruh Langsung

Hasil pengujian regresi tahap pertama untuk melihat pengaruh langsung antara variabel literasi keuangan dan dukungan pemerintah terhadap orientasi pemasaran. Adapun hasil uji disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Regresi tahap awal

No	Hipotesis	Bheta	Signifikansi
1	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Orientasi Pasar	0.318	0.000

No	Hipotesis	Bheta	Signifikansi
2	Pengaruh Dukungan Pemerintah Terhadap Orientasi Pasar	0.092	0.135

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat diketahui bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi pasar sedangkan variabel dukungan pemerintah tidak berpengaruh terhadap orientasi.

Tabel 9. Hasil Uji Regresi tahap kedua

No	Hipotesis	Bheta	Signifikansi
1	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keberlanjutan UMKM	0.363	0.000
2	Pengaruh Dukungan Pemerintah Terhadap Keberlanjutan UMKM	0.070	0.223
3	Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Keberlanjutan UMKM	0.220	0.00

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat diketahui bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM, sedangkan variabel dukungan pemerintah tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM dan variabel orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keberlanjutan UMKM.

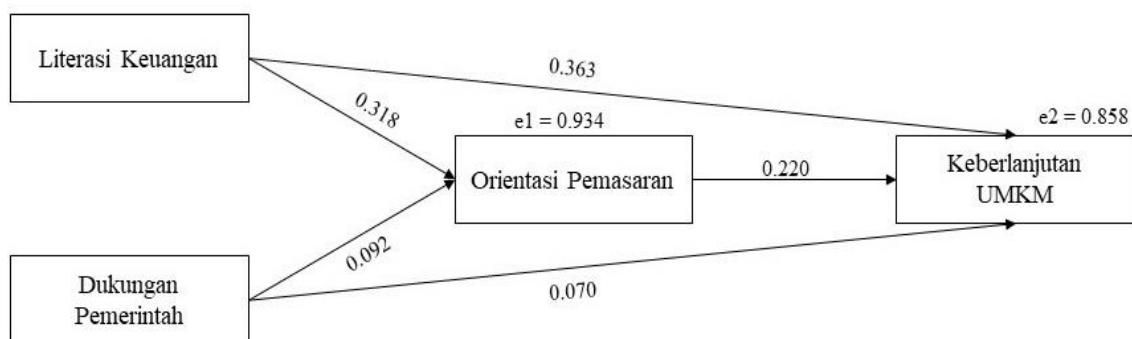
3.3.3 Hasil Uji Analisis Jalur

Hasil pengujian analisis jalur digunakan untuk melihat pengaruh tidak langsung antara variabel independen ke variabel dependen. Adapun hasil pengujian disajikan dalam tabel 8 berikut:

Tabel 10. Pengujian Analisis Jalur

Hipotesis	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Orientasi Pasar	0.318		
Pengaruh Dukungan Pemerintah Terhadap Orientasi Pasar	0.092		
Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keberlanjutan UMKM	0.363		
Pengaruh Dukungan Pemerintah Terhadap Keberlanjutan UMKM	0.070		
Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keberlanjutan UMKM	0.220		
Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keberlanjutan UMKM Melalui Orientasi Pasar		0.318 x 0.220 = 0.070	0.363 + 0.070 = 0.433
Pengaruh Dukungan Pemerintah Terhadap Keberlanjutan UMKM Melalui Orientasi Pasar		0.092 x 0.020 = 0.020	0.070 + 0.020 = 0.090

Dari tabel 10 tersebut dapat dilihat pemetaannya pada kerangka koseptual seperti terlihat pada gambar 2 berikut.

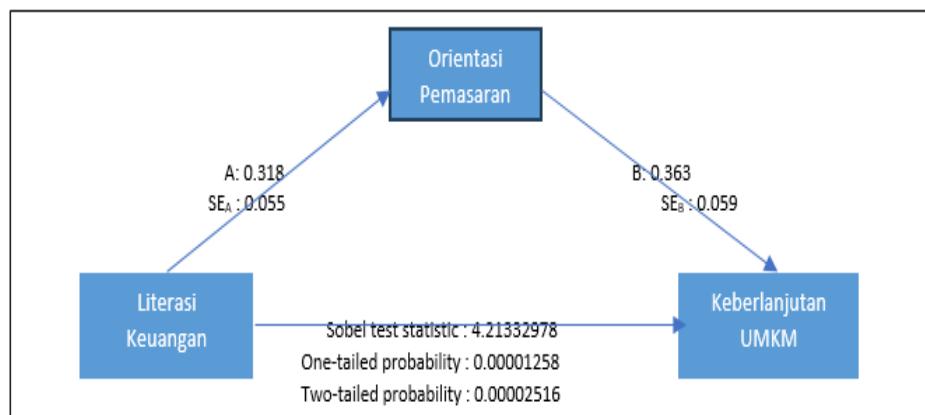


Gambar 2. Hasil Analisis Jalur

3.3.4 Hasil Uji Sobel Test

3.3.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keberlanjutan UMKM Melalui Orientasi Pemasaran

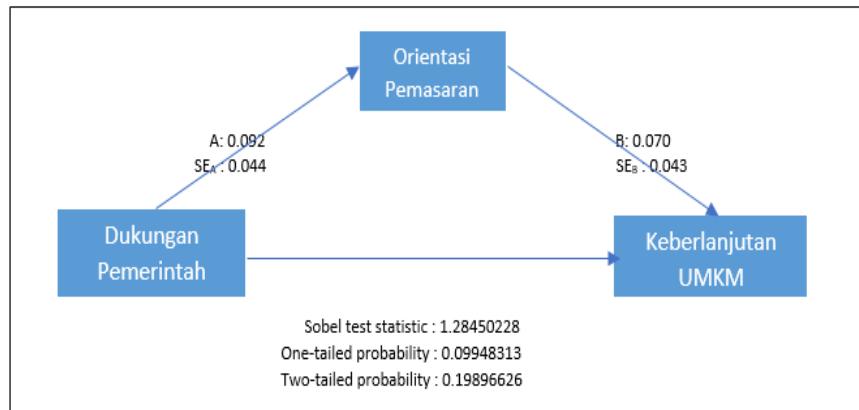
Gambar 3 merupakan hasil uji sobel test dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pengujian two-tailed probability sebesar $0.00 < 0.05$ sehingga dapat dikatakan orientasi pemasaran mempunyai mediasi pengaruh literasi keuangan terhadap keberlanjutan UMKM. Secara uji regresi langsung literasi keuangan memang berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM hal ini menandakan mediasi yang terjadi adalah mediasi parsial (Hair et al., 2010).



Gambar 3. Hasil Uji Sobel Test 1

3.3.4.2 Pengaruh Dukungan Pemerintah Terhadap Keberlanjutan UMKM Melalui Orientasi Pemasaran

Gambar 4 hasil uji sobel test dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pengujian two-tailed probability sebesar $0.09 > 0.05$ sehingga dapat dikatakan orientasi pemasaran tidak mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap keberlanjutan UMKM.



Gambar 4. Hasil Uji Sobel Test 2

3.4 Pembahasan

3.4.4 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keberlanjutan UMKM Melalui Orientasi Pemasaran

Hasil pengaruh perhitungan total pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai pengaruh tidak langsung literasi keuangan terhadap keberlanjutan UMKM sebesar 0.433 lebih besar dari nilai pengaruh langsung yakni 0.363 hal ini menunjukkan bahwa orientasi pemasaran mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap keberlanjutan UMKM. Hasil ini sejalan dengan uji sobel test yang menunjukkan nilai signifikansi hasil pengujian lebih kecil dari nilai p-value 0.05. Orientasi pasar yang tinggi terhadap pesaing, pencarian informasi pasar, dan orientasi pelanggan akan meningkatkan keunggulan bersaing sehingga UMKM akan terus untuk tumbuh dan berkelanjutan (Medhika et al., 2018).

Orientasi pemasaran merupakan cara pandang UMKM dalam melihat peluang pasar dan pelanggannya. UMKM yang memiliki orientasi pasar baik akan berfokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dengan orientasi pasar yang baik akan menuntut UMKM untuk meningkatkan dan memanfaatkan literasi keuangan yang dimiliki untuk meningkatkan kinerja dan daya saingnya terhadap pelaku usaha lainnya. Dengan memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan maka dapat menunjang keberlanjutan UMKM (Jayanti & Karnowati, 2023).

3.4.5 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keberlanjutan UMKM Melalui Orientasi Pemasaran

Hasil pengaruh perhitungan total pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai pengaruh tidak langsung pengaruh dukungan pemerintah terhadap keberlanjutan UMKM sebesar 0.090 lebih besar dari nilai pengaruh langsung yakni 0.070, namun hasil uji sobel test menunjukkan nilai signifikansi hasil pengujian lebih besar dari nilai p-value 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa orientasi pemasaran tidak dapat memediasi hubungan antara dukungan pemerintah terhadap keberlanjutan UMKM.

Keberhasilan UMKM bisa ditentukan oleh kemampuan dalam menentukan strategi yang tepat dalam menjalankan usaha dan memanfaatkan setiap peluang yang ada (Akbar & Adi, 2022). Dukungan pemerintah yang



ada saat ini belum dapat membantu para pelaku usaha mikro dan kecil untuk memperoleh sumber pendanaan dari pihak eksternal sehingga hal ini tidak dapat membantu UMKM untuk terus beroperasi. Orientasi UMKM saat ini adalah memenuhi kebutuhan pelanggan dan kebutuhan pasar.

4 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi pemasaran serta literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM. Dukungan pemerintah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi pemasaran serta dukungan pemerintah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM. Orientasi pemasaran mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap keberlanjutan UMKM. Namun orientasi pemasaran tidak mampu memediasi pengaruh dukungan pemerintah terhadap keberlanjutan UMKM. Saran penelitian selanjutnya adalah menambah variabel penelitian dan menspesifikasi sampel penelitiannya.

REFERENCES

- Ahluwalia, L., Nani, D. A., & Sari, T. D. R. (2022). Peningkatan Produktivitas UMKM Melalui Pelatihan Merk Produk Dan Penyusunan Laporan Keuangan Di Pekon Panggungrejo, Kabupaten Pringsewu. *Journal of Social Sciences*
- Akbar, R., & Adi, R. (2022). Moderating effect og government regulations on the effect of entrepreneurship orientation on the performance MSMe. *Bilancia: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(1), 108–116.
- Anggraeni, N. M. D. (2017). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil Dan Menengah Pada Pengrajin Tenun Songket Di Desa Jinengdalem Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 158. <https://doi.org/10.23887/jipe.v9i1.20000>
- Cuevas-Vargas, H., Del Rocío Esparza-Durón, M., & González-Acolt, R. (2022). Sustainable marketing orientation and sustainability performance of Mexican small firms. The moderating role of firm age. *Procedia Computer Science*, 214(C), 376–383. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.11.188>
- Danang Sri Wibowo R. (2021). Mengungkit Daya Saing UMKM di Masa Pandemi Covid-19 guna Memperkokoh Ketahanan Ekonomi Nasional. *Jurnal Lemhannas RI*, 9(4), 125–137. <https://doi.org/10.55960/jlri.v9i4.420>
- Fitria, I., Soejono, F., & Tyra, M. J. (2021). Literasi keuangan, sikap keuangan dan perilaku keuangan dan kinerja UMKM. *Journal Business and Banking*, 11(1), 1–15. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2496>
- Ghozali, I. (2016a). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016b). Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya. Yoga Pratama.
- Hair, W.c, B., J.B, B., & Anderson. (2010). Multivariate Data Analysis (Seventh Ed). Pearson Prentice Hall.
- Hossain, M. M., Ibrahim, Y., & Uddin, M. M. (2020). Finance, financial literacy and small firm financial growth in Bangladesh: the effectiveness of government support. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 1–26. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1793097>
- Hudson, M., Smart, A., & Bourne, M. (2001). Theory and practice in SME performance measurement systems. *International Journal of Operations and Production Management*, 21(8), 1096–1115. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005587>
- Ilham Naufal, M., & Purwanto, E. (2022). Dampak Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan Umkm. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(2), 209–215.
- Jayanti, E., & Karnowati, N. B. (2023). Digitalisasi Umkm Dan Literasi Keuangan Untuk Keberlanjutan Umkm Di Kabupaten Cilacap. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 31(1), 51–64. <https://doi.org/10.32477/jkb.v31i1.504>
- Kilay, A. L., Simamora, B. H., & Putra, D. P. (2022). The Influence of E-Payment and E-Commerce Services on Supply Chain Performance: Implications of Open Innovation and Solutions for the Digitalization of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 119. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030119>
- Kumar, S., Goel, U., Joshi, P., & Johri, A. (2024). Factors affecting Information & Communication Technology (ICT) adoption among MSMEs. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100205. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100205>
- Medhika, N. G. A. J., Giantari, I. G. A. K., & Yasa, N. N. K. (2018). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja UKM. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 183–195. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i2.29>
- Nugraha, D. P., Setiawan, B., Nathan, R. J., & Fekete-Farkas, M. (2022). Fintech Adoption Drivers for Innovation for SMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4). <https://doi.org/10.3390/joitmc8040208>
- Pramitha, A., Sari, R., & Nurkholis, Kgs. M. (2024). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 628–639. <https://doi.org/10.55182/jnp.v1i2.38>
- Prataman, M. D. S. dan A. (2022). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Umkm. *Jurnal Kebijakan Publik*, 13(2), 137–143.
- Priantinah, D. (2017). Perspektif Oportunistik Dan Efisiensi Dalam Fenomena Manajemen Laba. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 14(2). <https://doi.org/10.21831/jpai.v14i2.12865>
- Purmalita, M. Y. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Audit , Struktur Modal , dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(3), 610–618. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1185>
- Putra, R., Setiawan, A., Widayastuti, R. D., & Sari, W. (2023). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Penyusunan Laporan Keuangan Pada Usaha, Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Pontianak. *Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Investasi (JAADI)*, 3(2), 28–33.



Journal of Trends Economics and Accounting Research

Vol 4, No 4, June 2024, pp. 735-744

ISSN 2745-7710 (Media Online)

Website <https://journal.fkpt.org/index.php/jtear>

DOI 10.47065/jtear.v4i4.1242

- Siddik, A. B., Rahman, M. N., & Yong, L. (2023). Do fintech adoption and financial literacy improve corporate sustainability performance? The mediating role of access to finance. *Journal of Cleaner Production*, 421. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137658>
- Sugiyono. (2019). Metodelogi Penelitian Bisnis (Andi, Ed.).
- Tay, L. Y., Tai, H. T., & Tan, G. S. (2022). Digital financial inclusion: A gateway to sustainable development. *Heliyon*, 8(6), e09766. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09766>
- Tolstoy, D., Nordman, E. R., & Vu, U. (2022). The indirect effect of online marketing capabilities on the international performance of e-commerce SMEs. *International Business Review*, 31(3). <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101946>
- Wahyono, & Hutahayan, B. (2021). The relationships between market orientation, learning orientation, financial literacy, on the knowledge competence, innovation, and performance of small and medium textile industries in Java and Bali. *Asia Pacific Management Review*, 26(1), 39–46. <https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2020.07.001>
- Widyawati, R., Risal, & Setiawan, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyusunan Laporan Keuangan pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Melawai. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(4), 450–459. <https://doi.org/10.54259/akua.v1i4.1204>