

## BAB III

### KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

#### 3.1 Kerangka Konseptual

Penelitian ini dirancang untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, jaringan usaha, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di Surabaya, dengan mempertimbangkan peran orientasi pasar sebagai variabel moderasi. Dasar pemikiran penelitian ini berangkat dari pendekatan *resource-based view* (RBV), yang menjelaskan bahwa keunggulan bersaing suatu usaha dapat diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya internal yang bernilai, unik, dan sulit ditiru (Barney, 1991). Dalam konteks UMKM, sumber daya internal tersebut dapat berupa pengetahuan finansial, kekuatan jejaring, dan sikap kewirausahaan.

Literasi keuangan dipandang sebagai salah satu aset intelektual yang memungkinkan pelaku UMKM mengelola keuangan secara efektif. Pemahaman yang baik terkait keuangan memberi kemampuan untuk melakukan perencanaan, mengendalikan arus kas, serta mengambil keputusan investasi yang tepat. Hal ini sejalan dengan temuan Hussain et al. (2018) yang menegaskan bahwa literasi keuangan mendukung pengelolaan usaha secara berkelanjutan.

Selain itu, jaringan usaha juga memiliki peran penting sebagai bentuk *social capital*. Relasi yang luas memungkinkan UMKM mendapatkan akses pada informasi pasar, sumber daya finansial, maupun peluang kolaborasi bisnis (Hoang & Antoncic, 2003). Jaringan usaha yang baik memperkuat daya saing dan membantu UMKM lebih adaptif terhadap perubahan pasar.

Orientasi kewirausahaan melengkapi kedua faktor tersebut. Pelaku UMKM dengan orientasi kewirausahaan tinggi cenderung lebih inovatif, berani mengambil risiko, serta proaktif dalam menciptakan peluang. Lumpkin & Dess (1996) menyatakan bahwa karakteristik kewirausahaan tersebut merupakan elemen penting dalam membangun strategi usaha yang unggul.

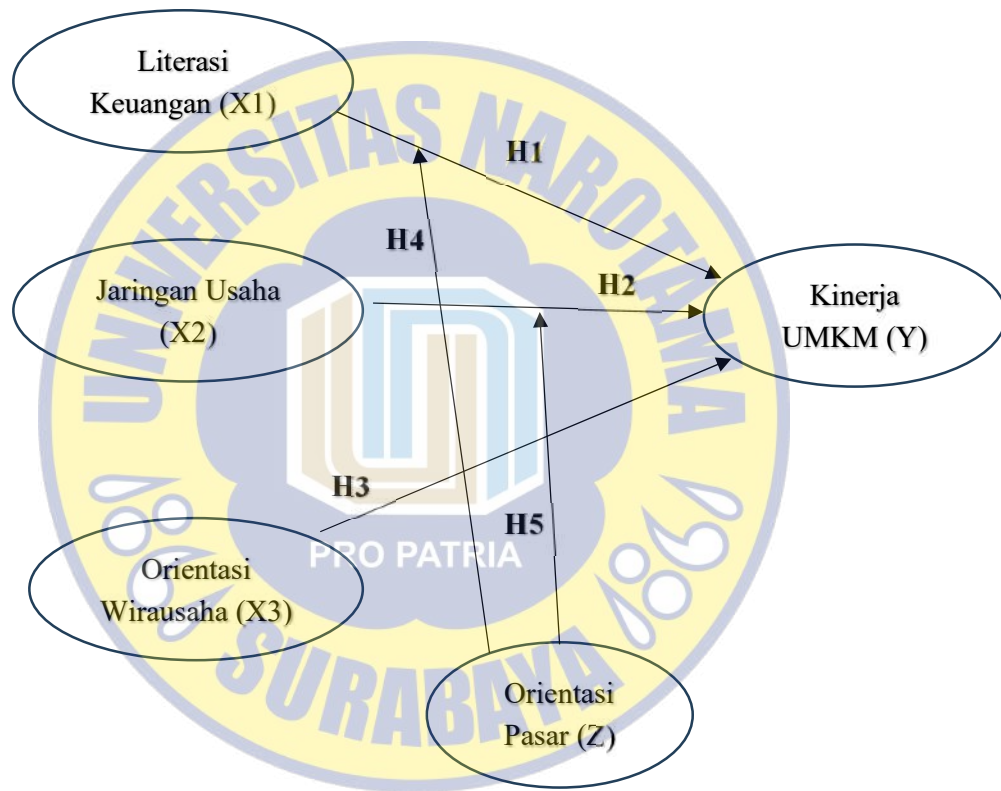
Namun, keberhasilan faktor internal ini juga sangat bergantung pada kemampuan UMKM dalam membaca kebutuhan pasar. Orientasi pasar berfungsi sebagai variabel moderasi yang memperkuat atau memperlemah pengaruh literasi keuangan, jaringan usaha, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. Narver & Slater (1990) menjelaskan bahwa orientasi pasar membantu perusahaan lebih adaptif, berfokus pada pelanggan, serta responsif terhadap perubahan kompetitif. Orientasi pasar merepresentasikan kemampuan usaha dalam memahami kebutuhan pelanggan, memantau perilaku pesaing, serta mengoordinasikan informasi pasar ke seluruh bagian usaha (Hidayatillah & Yasin, 2024; Wibisono et al., 2024).

Dengan mengintegrasikan ketiga faktor internal tersebut dan menguji peran orientasi pasar, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mendorong kinerja UMKM di Surabaya.

### **3.2 Model Penelitian**

Model penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel-variabel utama, yaitu literasi keuangan, jaringan usaha, dan orientasi kewirausahaan sebagai

variabel independen, kinerja UMKM sebagai variabel dependen, serta orientasi pasar sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antar variabel tersebut. Melalui model konseptual ini, penelitian berupaya menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel secara simultan, yang digambarkan pada gambar berikut:



**Gambar 3.1. Model Konseptual**

### 3.3. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teoritis dan empiris sebelumnya, hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H1: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

- H2: Jaringan usaha berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
- H3: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
- H4: Orientasi pasar memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan kinerja UMKM, sehingga semakin tinggi orientasi pasar, semakin kuat pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM.
- H5: Orientasi pasar memoderasi hubungan antara jaringan usaha dan kinerja UMKM, sehingga semakin tinggi orientasi pasar, semakin kuat pengaruh jaringan usaha terhadap kinerja UMKM.

Dengan kerangka konseptual ini, penelitian berusaha menjawab sejauh mana faktor internal UMKM berkontribusi terhadap peningkatan kinerja, serta bagaimana orientasi pasar dapat memperkuat pengaruh tersebut dalam konteks persaingan bisnis yang dinamis di Surabaya.

