

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KEMAJUAN USAHA MELALUI INOVASI PRODUK
PADA PELAKU UMKM NASABAH KAMPUNG MADANI
PT PERMODALAN NASIONAL MADANI
CABANG BANDUNG**

Irani Fita Rahayu

Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana, Institut Keuangan Perbankan dan Informatika Asia, (Asian Banking Finance and Informatics Institute)

Coresspondensi author email: irani.fitarahayu@gmail.com

Eduardus Suharto

Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana, Institut Keuangan Perbankan dan Informatika Asia, (Asian Banking Finance and Informatics Institute)

Email: eduardus@perbanas.id

Abtract

This study aims to examine the effect of financial literacy and entrepreneurial competence on business progress through the mediation of product innovation among micro-entrepreneurs. The research object comprises 80 active customers of Kampung Madani Areng PT Permodalan Nasional Madani Bandung Branch, operating in the agricultural and livestock sectors in Lembang District, West Bandung Regency. A quantitative approach was employed using a census method and Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) analysis with SmartPLS version 4. Business progress was measured through actual growth data from 2024 to 2025, while other variables were measured using Likert scales. The findings indicate that financial literacy and entrepreneurial competence positively and significantly affect product innovation, and product innovation positively and significantly affects business progress, while neither variable proved to have a significant direct effect on business progress. Product innovation was found to partially mediate the effects of financial literacy (VAF = 76.19%) and entrepreneurial competence (VAF = 31.34%) on business progress, confirming that intangible resources require a concrete transformation mechanism to generate measurable business growth.

Key words : financial literacy, entrepreneurial competence, product innovation, business progress, SMEs

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh literasi keuangan dan kompetensi kewirausahaan terhadap kemajuan usaha melalui mediasi inovasi produk pada pelaku usaha mikro. Objek penelitian adalah 80 nasabah aktif Kampung Madani Areng PT Permodalan Nasional Madani Cabang Bandung yang bergerak di sektor pertanian dan peternakan di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode sensus dan analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS versi 4. Kemajuan usaha diukur melalui data pertumbuhan riil tahun 2024 hingga 2025, sedangkan variabel lainnya diukur menggunakan skala *Likert*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan

kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemajuan usaha, namun keduanya tidak terbukti berpengaruh langsung yang signifikan terhadap kemajuan usaha. Inovasi produk terbukti memediasi secara parsial pengaruh literasi keuangan (VAF = 76,19%) dan kompetensi kewirausahaan (VAF = 31,34%) terhadap kemajuan usaha, mengkonfirmasi bahwa sumber daya *intangible* memerlukan mekanisme transformasi konkret untuk menghasilkan pertumbuhan usaha yang terukur.

Kata kunci : literasi keuangan, kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, kemajuan usaha, UMKM.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran strategis yang tidak tergantikan dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi melebihi 60% terhadap Produk Domestik Bruto nasional dan penyerapan sekitar 97% tenaga kerja (Yolanda & Hasanah, 2024). Meskipun kontribusi tersebut sangat signifikan, UMKM secara konsisten menghadapi tantangan fundamental dalam pengelolaan sumber daya internal, terutama berkaitan dengan rendahnya literasi keuangan dan keterbatasan kompetensi kewirausahaan yang berdampak langsung pada kemampuan pelaku usaha untuk berkembang secara berkelanjutan. Kondisi ini menjadi lebih kompleks ketika dipahami bahwa kemajuan usaha tidak hanya bergantung pada ketersediaan modal finansial, melainkan juga pada kualitas sumber daya tidak berwujud yang dimiliki pemilik usaha dalam mengelola dan mentransformasikan kapabilitas internalnya menjadi pertumbuhan yang terukur.

Fenomena kesenjangan antara intensitas pelatihan dan implementasi praktis menjadi motivasi utama penelitian ini. Program Pengembangan Kapasitas Usaha (PKU) yang dijalankan oleh PT Permodalan Nasional Madani (PNM) di Kampung Madani Areng, Desa Cibodas, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, telah menyelenggarakan sebanyak 36 kali pertemuan pelatihan sepanjang periode 2022 hingga 2025 dengan berbagai tema pengembangan usaha, mencakup klasterisasi budidaya cacing, aneka olahan susu, jeruk lemon, dan kerajinan tangan. Meskipun 90% dari 80 nasabah aktif tercatat telah mengikuti pelatihan dan pendampingan literasi keuangan secara intensif dalam rentang waktu tersebut, kondisi lapangan mengungkapkan bahwa hanya 8,75% nasabah yang melakukan pencatatan keuangan secara rutin dan teratur, sementara 41,25% masih mencampur keuangan usaha dengan keuangan pribadi dan 13,75% belum melakukan pencatatan sama sekali.

Kesenjangan ini kemudian dipertanyakan lebih jauh melalui pengukuran kemajuan usaha secara riil pada periode 2024 hingga 2025 sebagai cerminan dari hasil akumulasi tiga tahun pembinaan, dengan asumsi bahwa apabila pelatihan telah terinternalisasi secara efektif, dampaknya seharusnya dapat terdeteksi pada pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan pertumbuhan keuntungan usaha yang dijalankan nasabah. Realitas ini mengisyaratkan bahwa akumulasi paparan pelatihan selama tiga tahun belum

cukup untuk secara konsisten mengubah pengetahuan dan sikap keuangan menjadi perilaku finansial produktif yang mendorong kemajuan usaha, sehingga menghadirkan pertanyaan mendasar tentang mekanisme perantara apa yang sesungguhnya diperlukan agar kapabilitas internal dapat bermuara pada pertumbuhan nyata yang terukur.

Dari perspektif *Resource-Based View* (RBV) yang dirintis oleh Penrose (1959) dan dikembangkan lebih lanjut oleh Barney (1991), literasi keuangan dan kompetensi kewirausahaan merupakan sumber daya tidak berwujud yang bersifat *valuable*, *rare*, *inimitable*, dan *non-substitutable*, sehingga berpotensi menjadi basis keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi UMKM (Kraaijenbrink et al., 2010). Literasi keuangan, yang didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memahami konsep keuangan, menilai risiko finansial, dan membuat keputusan finansial yang tepat (Lusardi & Mitchell, 2014 sebagaimana dikutip dalam Goyal & Kumar, 2021), memberikan fondasi kognitif dan perilaku yang memungkinkan pelaku usaha mengalokasikan sumber daya secara lebih efisien. Kompetensi kewirausahaan, yang mencakup kombinasi antara keterampilan, atribut personal, dan pengetahuan yang tercermin melalui perilaku kinerja (Man et al., 2002 sebagaimana dikutip dalam Subagyo et al., 2020), memberikan kapasitas strategis bagi *entrepreneur* untuk mengenali peluang, mengelola risiko, dan mengambil keputusan yang adaptif terhadap dinamika pasar. Namun, kepemilikan kedua sumber daya ini tidak secara otomatis menghasilkan kinerja superior tanpa adanya mekanisme transformasi yang konkret, sebagaimana tercermin dari kondisi nasabah Kampung Madani yang rata-rata memiliki kompetensi kewirausahaan pada kategori tinggi namun belum menunjukkan kemajuan usaha yang proporsional dengan kapabilitas yang dimilikinya.

Dynamic Capabilities Theory yang diperkenalkan oleh Teece et al. (1997) melengkapi RBV dengan menegaskan bahwa sumber daya harus diintegrasikan, dibangun, dan direkonfigurasi melalui kapabilitas dinamis agar dapat menghasilkan nilai pasar yang nyata dalam lingkungan bisnis yang terus berubah (Chari et al., 2022). Dalam kerangka ini, inovasi produk yang mencakup perluasan produk, peniruan produk, dan penciptaan produk baru (Raymond et al., 2025) berperan sebagai *transforming capability* yang mengonversi *sensing capability* berupa literasi keuangan dan *seizing capability* berupa kompetensi kewirausahaan menjadi nilai tambah yang dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan pertumbuhan keuntungan. Kondisi ini sangat relevan dengan konteks Kampung Madani, di mana nasabah yang bergerak di sektor pertanian dan peternakan di dataran tinggi Lembang memiliki ruang inovasi yang luas namun belum teroptimalkan, mulai dari diversifikasi produk olahan susu, pengembangan variasi hortikultura, hingga penciptaan produk kerajinan berbasis hasil tani yang berpotensi membuka segmen pasar baru. Dengan demikian, inovasi produk secara teoretis berposisi sebagai variabel mediasi yang menjembatani kapabilitas potensial dengan kinerja aktual, namun posisi mediasi ini belum banyak diuji secara empiris dalam literatur terkait UMKM Indonesia.

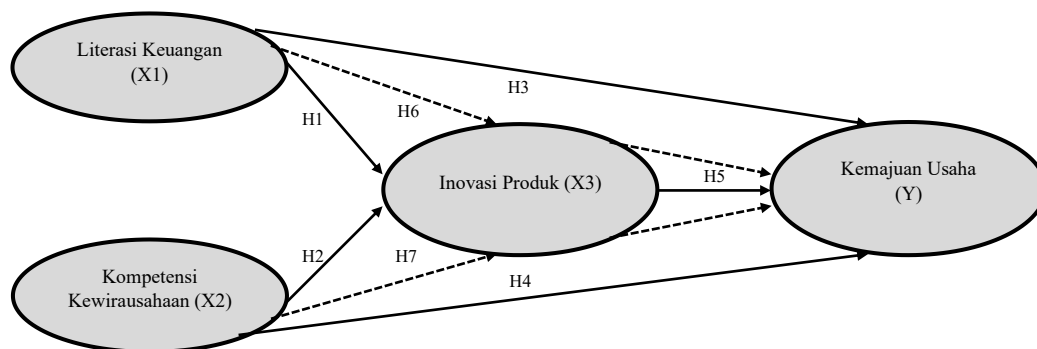
Inkonsistensi hasil penelitian terdahulu semakin memperkuat urgensi kajian ini. Pada satu sisi, Rahadjeng et al. (2023), Rahmawati et al. (2023), dan Yakob et al. (2021) menemukan pengaruh positif signifikan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM, sementara Adenutsi & Whajah (2023) justru menemukan pengaruh negatif signifikan, dan Anis et al. (2024) menemukan tidak ada pengaruh sama sekali. Ketidakkonsistenan serupa ditemukan pada variabel kompetensi kewirausahaan, di mana Nuryanti & Hanifah (2022) serta Aulia et al. (2021) melaporkan pengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis, namun Fikriyah & Nuraeni (2025) menemukan tidak berpengaruh signifikan, bahkan Ginting et al. (2022) menemukan pengaruh negatif signifikan. Ketidakkonsistenan ini mengindikasikan bahwa hubungan antara kapabilitas internal dan kemajuan usaha bersifat lebih kompleks daripada hubungan langsung yang sederhana, dan bahwa terdapat variabel mediasi yang belum diidentifikasi secara memadai dalam model-model penelitian sebelumnya.

Celah penelitian yang paling krusial terletak pada penggunaan inovasi produk sebagai variabel mediasi yang menghubungkan literasi keuangan dan kompetensi kewirausahaan secara simultan dengan kemajuan usaha. Sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan literasi keuangan sebagai mediator (Alharbi et al., 2022; Kinasih et al., 2025), sementara penelitian yang menempatkan inovasi produk sebagai mekanisme *intervening* dalam hubungan tersebut masih sangat terbatas. Rahayu et al. (2025) dan Antari & Widagda (2022) telah membuktikan peran mediasi inovasi dalam memperkuat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja, namun Puspita & Hardiyani (2025) menemukan inovasi produk tidak selalu berperan sebagai mediator yang signifikan. Inkonsistensi ini menunjukkan bahwa konteks penelitian, karakteristik populasi, dan spesifikasi model memiliki pengaruh penting terhadap efektivitas mediasi inovasi produk, sehingga pengujian pada konteks spesifik usaha mikro agribisnis yang telah menerima pembinaan terstruktur dari lembaga keuangan pemerintah seperti PT PNM menjadi sangat relevan dan bernilai kontribusi empiris yang tinggi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan kompetensi kewirausahaan terhadap kemajuan usaha periode 2024 hingga 2025, baik secara langsung maupun melalui peran mediasi inovasi produk, pada nasabah Kampung Madani PT PNM Cabang Bandung yang didominasi oleh pelaku usaha mikro sektor pertanian dan peternakan di Kecamatan Lembang. Secara spesifik, penelitian ini mengkaji tujuh jalur hubungan antarvariabel menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* untuk menghasilkan bukti empiris yang dapat mengisi celah penelitian yang telah diidentifikasi sekaligus memberikan implikasi strategis bagi pengembangan program pemberdayaan UMKM yang lebih holistik dan berbasis bukti di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif-kausal yang bertujuan menguji hubungan kausalitas antara variabel literasi keuangan, kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan kemajuan usaha secara simultan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berupaya menguji proposisi teoretis yang dikembangkan dari integrasi *Resource-Based View* dan *Dynamic Capabilities Theory* melalui pengukuran variabel menggunakan instrumen terstruktur dan analisis statistik yang dapat direplikasi (Sugiyono, 2017). Kerangka pemikiran penelitian ini dibangun berdasarkan logika sekuensial ketiga mikro-fondasi kapabilitas dinamis, di mana literasi keuangan berperan sebagai *sensing capability*, kompetensi kewirausahaan sebagai *seizing capability*, dan inovasi produk sebagai *transforming capability* yang menghasilkan kemajuan usaha sebagai *outcome* terukur (Teece et al., 1997 sebagaimana dikutip dalam Chari et al., 2022). Kerangka pemikiran tersebut disajikan sebagai berikut.



Sumber: Dibuat Penulis (2026)

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

1. (H1) Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk (Ashari & Sabandi, 2025; Ibrahim & Wibowo, 2025).
2. (H2) Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk (Hasyim et al., 2025; Nurdina & Aripriabowo, 2022).
3. (H3) Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemajuan usaha (Rahadjeng et al., 2023; Yakob et al., 2021).
4. (H4) Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemajuan usaha (Nuryanti & Hanifah, 2022; Aulia et al., 2021).
5. (H5) Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemajuan usaha (Salma et al., 2023; Lorensa & Hidayah, 2022).
6. (H6) Inovasi produk memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap kemajuan usaha (Rahayu et al., 2025; Antari & Widagda, 2022).
7. (H7) Inovasi produk memediasi pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kemajuan usaha (Rahayu et al., 2025; Maliza et al., 2025).

Populasi penelitian adalah seluruh nasabah aktif Kampung Madani Areng PT PNM Cabang Bandung yang berjumlah 80 orang, seluruhnya merupakan perempuan pelaku usaha mikro di sektor pertanian dan peternakan di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Seluruh anggota populasi dilibatkan sebagai responden menggunakan metode sensus atau *total sampling* untuk menghilangkan kemungkinan *sampling error* dan memastikan hasil penelitian merepresentasikan kondisi aktual seluruh populasi secara komprehensif (Malhotra et al., 2012).

Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode yang berbeda sesuai sifat pengukuran masing-masing variabel. Variabel literasi keuangan, kompetensi kewirausahaan, dan inovasi produk diukur menggunakan kuesioner terstruktur berskala Likert lima poin, didistribusikan melalui kunjungan langsung ke lokasi usaha responden pada periode 12 hingga 22 Mei 2026. Variabel kemajuan usaha diukur menggunakan data riil dari dokumentasi catatan keuangan nasabah selama dua periode tahunan, yakni tahun 2024 dan 2025, yang diolah menjadi nilai persentase pertumbuhan. Pendekatan berbasis data riil ini dipilih untuk menghindari bias optimisme yang umum muncul pada pengukuran persepsi (Hermanto & Triyonowati, 2023), sekaligus menjadikan kemajuan usaha periode 2024 hingga 2025 sebagai cerminan empiris dari hasil akumulasi pembinaan PKU sepanjang 2022 hingga 2025.

Definisi operasional dan pengukuran seluruh variabel penelitian disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Literasi Keuangan (X_1)	Kemampuan yang mencakup pengetahuan, sikap, dan perilaku dalam mengelola keuangan secara efektif (Oseifuah, 2010 sebagaimana dikutip dalam Choerudin et al., 2023)	Pengetahuan keuangan, Sikap Likert keuangan, Perilaku keuangan	1–5
Kompetensi Kewirausahaan (X_2)	Kombinasi pengetahuan, keterampilan, sikap, dan kemampuan entrepreneur dalam menjalankan usaha secara efektif (Man et al., 2002 sebagaimana dikutip dalam Subagyo et al., 2020)	Representasi, Fungsi mandiri, Inisiatif, Kemauan berubah, Pemecahan masalah, Ketahanan pada stres, Karakteristik, Kepribadian, Keterampilan, Pengetahuan	Likert 1–5
Inovasi Produk (X_3)	Proses pengembangan atau perubahan produk untuk menciptakan nilai tambah yang meningkatkan daya saing usaha (Raymond et al., 2025)	Perluasan produk (<i>line extensions</i>), Peniruan produk (<i>me-too products</i>), Produk baru (<i>new-to-the-world products</i>)	Likert 1–5
Kemajuan Usaha (Y)	Pencapaian dan perkembangan bisnis dalam aspek terukur yang diadopsi dari konsep kinerja usaha (Fitriati et al., 2021)	Pertumbuhan penjualan, Pertumbuhan pelanggan, Pertumbuhan keuntungan	Rasio (%)

Sumber: Data Sekunder diolah Penulis (2026)

Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Metode ini dipilih karena kemampuannya menangani model kompleks dengan variabel mediasi, tidak mensyaratkan asumsi distribusi normal multivariat, dapat digunakan pada ukuran sampel relatif kecil, serta mampu mengakomodasi data campuran antara skala Likert dan data rasio dalam satu model struktural terintegrasi (Hair et al., 2019). Seluruh variabel laten menggunakan model pengukuran reflektif berdasarkan empat kriteria Jarvis et al. (2003), yakni arah kausalitas dari konstruk menuju indikator, sifat indikator yang saling dapat dipertukarkan, penghapusan satu indikator tidak mengubah makna konstruk secara fundamental, dan ekspektasi korelasi positif antarindikator dalam konstruk yang sama.

Tahapan analisis dilaksanakan secara bertahap dan sistematis sebagaimana disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Tahapan Analisis SEM-PLS

Taha p	Evaluasi	Kriteria Penerimaan
1	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	
	<i>Loading factor</i>	$\geq 0,70$ (Hair et al., 2019)
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	$> 0,50$ (Hair et al., 2019)
	<i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	$< 0,90$ (Henseler et al., 2015; Ringle et al., 2024)
	<i>Matriks Fornell-Larcker & cross-loading</i>	Akar AVE $>$ korelasi antarkonstruk (Hair et al., 2019)
	<i>Cronbach's Alpha & Composite Reliability</i>	$> 0,70$ (Hair et al., 2019)
	<i>Outer VIF (kolinearitas antarindikator)</i>	≤ 3 baik; 3–5 dapat ditoleransi; > 5 bermasalah (Hair et al., 2022)
2	Pengendalian Common Method Bias	
	<i>Full Collinearity Test — Inner VIF (kolinearitas antarkonstruk)</i>	$\leq 3,3$ (Kock & Lynn, 2012)
3	Evaluasi Goodness of Fit	
	<i>Predictive Relevance (Q²)</i>	> 0 (Hair et al., 2019)
	<i>Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)</i>	$< 0,10$ (Hair et al., 2019)
4	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	
	Koefisien determinasi (R ²)	$\geq 0,19$ lemah; $\geq 0,33$ moderat; $\geq 0,67$ substansial (Chin, 1998 sebagaimana dikutip dalam Hair et al., 2019)
	<i>Effect size (f²)</i>	$< 0,02$ kecil; 0,02–0,15 sedang; $\geq 0,15$ besar (Cohen, 1988 sebagaimana dikutip dalam Hair et al., 2019)
5	Pengujian Hipotesis (Bootstrapping 5.000 subsampel)	

Tahap	Evaluasi	Kriteria Penerimaan
	T-statistik (<i>one-tailed</i> , $\alpha = 5\%$)	$\geq 1,657$ (Hair et al., 2019)
	<i>p-value</i>	$\leq 0,05$
	Variance Accounted For (VAF) — mediasi penuh	$> 80\%$ (Hair et al., 2014)
	Variance Accounted For (VAF) — mediasi parsial	20% – 80% (Hair et al., 2014)
	Variance Accounted For (VAF) — tidak ada mediasi	$< 20\%$ (Hair et al., 2014)

Sumber: Data Sekunder diolah Penulis (2026)

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian adalah 80 nasabah aktif Kampung Madani Areng PT Permodalan Nasional Madani (PNM) Cabang Bandung, seluruhnya berjenis kelamin perempuan yang menjalankan usaha mikro di sektor pertanian dan peternakan di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Karakteristik responden disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Profil Responden Penelitian

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Usia	Di bawah 25 tahun	9	11,25
	25–34 tahun	20	25,00
	35–44 tahun	16	20,00
	45–54 tahun	26	32,50
	55 tahun ke atas	9	11,25
Pendidikan	Tidak tamat SD	2	2,50
	SD/Sederajat	41	51,25
	SMP/Sederajat	18	22,50
	SMA/SMK/Sederajat	19	23,75
Jenis Usaha	Pertanian	34	42,50
	Peternakan	10	12,50
	Pengolahan hasil pertanian/peternakan	2	2,50
	Perdagangan/warung	25	31,25
	Lainnya	9	11,25
Lama Usaha	Kurang dari 1 tahun	13	16,25
	1–3 tahun	33	41,25
	4–6 tahun	13	16,25
	7–10 tahun	10	12,50
	Lebih dari 10 tahun	11	13,75
Lama Nasabah PT PNM	Kurang dari 1 tahun	5	6,25

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
	1–3 tahun	52	65,00
	4–6 tahun	14	17,50
	Lebih dari 6 tahun	9	11,25

Sumber: Data Primer diolah Penulis (2026)

Profil responden mengungkap tiga karakteristik kontekstual yang penting untuk memandu interpretasi hasil. Pertama, mayoritas responden berpendidikan SD (51,25%) dengan sumber pengetahuan keuangan yang hampir seluruhnya bertumpu pada pelatihan PKU PT PNM (78,75%), sehingga internalisasi literasi keuangan berlangsung secara bertahap dan tidak merata. Kedua, 57,50% responden menjalankan usaha berusia kurang dari tiga tahun, menempatkan sebagian besar populasi pada fase pertumbuhan awal yang masih rentan. Ketiga, 81,25% nasabah menjalankan usaha sepenuhnya tanpa karyawan, menjadikan pemilik usaha sebagai pengambil keputusan tunggal yang menentukan seluruh fungsi manajerial dan operasional usahanya.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif disajikan untuk memberikan gambaran kecenderungan sentral dan pola jawaban responden pada setiap variabel penelitian. Variabel kemajuan usaha diukur dalam satuan persen pertumbuhan riil tahun 2024 ke 2025, sedangkan tiga variabel lainnya diukur menggunakan skala Likert 1–5 dengan kategori interpretasi: 1,00–1,80 sangat rendah; 1,81–2,60 rendah; 2,61–3,40 sedang; 3,41–4,20 tinggi; dan 4,21–5,00 sangat tinggi.

Tabel 4. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Pernyataan	Min	Max	Mean
Literasi Keuangan (X₁)	Mengerti cara menghitung untung dan rugi usaha	1,00	5,00	4,200
	Mengetahui manfaat menabung di bank untuk usaha	1,00	5,00	4,225
	Berusaha menyisihkan sebagian keuntungan untuk ditabung	3,00	5,00	4,288
	Rutin mencatat uang masuk dan uang keluar usaha	2,00	5,00	3,913
	Menabung secara teratur di rekening Simpedes UMI	2,00	5,00	3,775
Kompetensi Kewirausahaan (X₂)	Mampu menjelaskan produk usaha dengan baik kepada pembeli	2,00	5,00	4,100
	Mampu mengambil keputusan sendiri dalam mengelola usaha	2,00	5,00	4,038
	Selalu berusaha mencari peluang baru untuk mengembangkan usaha	1,00	5,00	4,050
	Bersedia mencoba cara baru jika cara lama kurang berhasil	1,00	5,00	4,088

Variabel	Pernyataan	Min	Max	Mean
Inovasi Produk (X_3)	Mampu mencari jalan keluar ketika usaha menghadapi masalah	2,00	5,00	4,113
	Tetap semangat menjalankan usaha walau mengalami kesulitan	2,00	5,00	4,125
	Tekun dan disiplin menjalankan usaha setiap hari	2,00	5,00	4,113
	Mudah bergaul dan menjalin hubungan baik dengan pembeli dan sesama pedagang	2,00	5,00	4,175
	Memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk usaha	2,00	5,00	3,975
	Memahami seluk-beluk usaha dari produksi sampai penjualan	2,00	5,00	4,175
	Menambah variasi atau pilihan baru pada produk yang sudah dijual	1,00	5,00	4,050
	Mengembangkan produk turunan dari bahan utama yang dimiliki	1,00	5,00	3,813
	Membuat produk mirip produk laris di pasaran dengan sentuhan khas sendiri	1,00	5,00	3,700
	Belajar dari produk pedagang lain yang sukses lalu membuat versi sendiri	1,00	5,00	3,875
Kemajuan Usaha (Y)	Pertumbuhan penjualan (2024–2025)	-21,38%	30,26%	9,93%
	Pertumbuhan pelanggan (2024–2025)	-25,00%	36,36%	14,01%
	Pertumbuhan keuntungan (2024–2025)	-20,50%	25,77%	7,40%

Sumber: Data Primer diolah Penulis (2026)

Tiga pola substantif penting teridentifikasi dari statistik deskriptif. Pertama, terdapat kesenjangan yang nyata antara dimensi sikap keuangan, khususnya pernyataan menyisihkan keuntungan untuk ditabung (*mean* 4,288), dengan dimensi perilaku keuangan aktual seperti rutinitas mencatat keuangan usaha (*mean* 3,913) dan kedisiplinan menabung di rekening Simpedes UMI (*mean* 3,775). Pola ini mengkonfirmasi *attitude-behavior gap* sebagaimana diprediksi oleh *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dan menjadi bukti empiris fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini. Kedua, inovasi produk mencatat rata-rata keseluruhan terendah di antara tiga variabel persepsi, dengan pernyataan terendah pada membuat produk tiruan dengan sentuhan khas sendiri (*mean* 3,700), mengindikasikan bahwa aktivitas inovasi merupakan dimensi yang paling memerlukan penguatan dalam program pemberdayaan. Ketiga, pertumbuhan keuntungan (7,40%) lebih rendah daripada pertumbuhan penjualan (9,93%) dan pertumbuhan pelanggan (14,01%), mengisyaratkan tekanan margin yang lazim terjadi pada

fase awal inovasi di usaha agribisnis, di mana perluasan basis pelanggan belum diimbangi oleh efisiensi biaya produksi yang memadai.

Analisis Inferensial

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi *outer model* dilakukan secara iteratif menggunakan prosedur *PLS algorithm* pada SmartPLS versi 4. Sebanyak empat indikator literasi keuangan dieliminasi karena memiliki nilai *outer loading* di bawah 0,70, yakni X1.1 (memahami cara membedakan uang modal usaha dan kebutuhan pribadi, *loading* = 0,675), X1.4 (merasa penting mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha, *loading* = 0,681), X1.6 (berhati-hati sebelum mengambil pinjaman, *loading* = 0,688), dan X1.9 (membayar cicilan pinjaman tepat waktu, *loading* = 0,697). Eliminasi keempat indikator ini secara substantif konsisten dengan *attitude-behavior gap* yang teridentifikasi pada analisis deskriptif: butir-butir sikap normatif yang dijawab secara seragam oleh responden menghasilkan variansi rendah sehingga kontribusinya terhadap konstruk laten pun lemah. Konstruk kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan kemajuan usaha tidak mengalami eliminasi. Hasil evaluasi validitas dan reliabilitas model final disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Konvergen

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_c)	AVE	Keterangan
Literasi Keuangan (X ₁)	0,851	0,893	0,625	Memenuhi syarat
Kompetensi Kewirausahaan (X ₂)	0,946	0,954	0,673	Memenuhi syarat
Inovasi Produk (X ₃)	0,933	0,947	0,749	Memenuhi syarat
Kemajuan Usaha (Y)	0,884	0,927	0,810	Memenuhi syarat

Sumber: Data Primer diolah Penulis (2026)

Seluruh konstruk memenuhi kriteria reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70, serta kriteria validitas konvergen dengan AVE di atas 0,50 (Hair et al., 2019). Validitas diskriminan diuji menggunakan HTMT sebagai kriteria utama yang disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Diskriminan (HTMT)

	X ₃	Y	X ₂	X ₁
Inovasi Produk (X ₃)				
Kemajuan Usaha (Y)	0,550			
Kompetensi Kewirausahaan (X ₂)	0,724	0,491		
Literasi Keuangan (X ₁)	0,780	0,423	0,864	

Sumber: Data Primer diolah Penulis (2026)

Seluruh nilai HTMT berada di bawah ambang batas 0,90 (Henseler et al., 2015; Ringle et al., 2024), sehingga validitas diskriminan seluruh konstruk terpenuhi. Nilai HTMT tertinggi pada pasangan literasi keuangan dan kompetensi kewirausahaan (0,864) dapat dijelaskan secara substantif oleh kanal pembinaan yang sama melalui program PKU PT PNM yang secara bersamaan membentuk kedua kapabilitas tersebut pada seluruh responden.

Pengujian kolinearitas dilakukan pada dua level yang berbeda sebagaimana disajikan pada Tabel 7. *Outer VIF* mengukur kolinearitas antarindikator dalam satu konstruk, sedangkan *inner VIF* melalui *Full Collinearity Test* mengukur kolinearitas antarkonstruk untuk mendeteksi *common method bias*.

Tabel 7. Hasil Uji Kolinearitas (*Outer VIF* dan *Inner VIF*)

Level	Indikator/Jalur	VIF	Zona
Outer VIF	X1.2, X1.3, X1.5	1,796– 1,991	Baik (≤ 3)
	X1.7, X1.8	1,880– 2,307	Baik (≤ 3)
	X2.1, X2.2, X2.3	4,246– 4,477	Dapat ditoleransi (3–5)
	X2.4, X2.5, X2.8	3,611– 3,729	Dapat ditoleransi (3–5)
	X2.6, X2.7, X2.9, X2.10	2,802– 3,271	Baik hingga dapat ditoleransi
	X3.1–X3.6	2,184– 3,545	Baik hingga dapat ditoleransi
	Y1, Y2, Y3	2,269– 3,521	Baik hingga dapat ditoleransi
Inner VIF (Full Collinearity Test)	Literasi Keuangan → Inovasi Produk	2,542	Bebas CMB ($\leq 3,3$)
	Literasi Keuangan → Kemajuan Usaha	3,035	Bebas CMB ($\leq 3,3$)
	Kompetensi Kewirausahaan → Inovasi Produk	2,542	Bebas CMB ($\leq 3,3$)
	Kompetensi Kewirausahaan → Kemajuan Usaha	2,771	Bebas CMB ($\leq 3,3$)
	Inovasi Produk → Kemajuan Usaha	2,244	Bebas CMB ($\leq 3,3$)

Sumber: Data Primer diolah Penulis (2026)

Tidak ditemukan indikator dengan *outer VIF* melampaui ambang kritis 5, sehingga seluruh indikator dapat dipertahankan dalam model. Tingginya *outer VIF* pada sebagian indikator kompetensi kewirausahaan (3,611–4,477) merupakan konsekuensi yang dapat

dipahami pada konstruk reflektif dengan sepuluh indikator yang beroperasi pada domain konseptual yang berdekatan, dan masih berada dalam zona yang dapat ditoleransi (Hair et al., 2022). Seluruh nilai *inner VIF* berada di bawah 3,3 sehingga model dinyatakan bebas dari *common method bias* (Kock & Lynn, 2012).

Evaluasi Goodness of Fit

Model menunjukkan nilai SRMR sebesar 0,073 yang berada di bawah ambang 0,10, mengindikasikan *model fit* yang baik. Nilai Q^2 untuk variabel endogen inovasi produk sebesar 0,406 dan kemajuan usaha sebesar 0,212, keduanya di atas nol sehingga model memiliki *predictive relevance* yang memadai (Hair et al., 2019).

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Sebelum pengujian hipotesis dilaksanakan, kekuatan prediksi model dievaluasi melalui koefisien determinasi R^2 dan *effect size* f^2 sebagaimana disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Koefisien Determinasi (R^2) dan *Effect Size* (f^2)

Konstruk Endogen / Jalur	R^2	R^2 Adjusted	Kategori f^2	Kategori
Inovasi Produk (X_3)	0,554	0,543	Moderat	—
Kemajuan Usaha (Y)	0,292	0,264	Lemah	—
Literasi Keuangan → Inovasi Produk	—	—	—	0,194 Besar
Kompetensi Kewirausahaan → Inovasi Produk	—	—	—	0,090 Sedang
Inovasi Produk → Kemajuan Usaha	—	—	—	0,106 Sedang
Kompetensi Kewirausahaan → Kemajuan Usaha	—	—	—	0,042 Sedang
Literasi Keuangan → Kemajuan Usaha	—	—	—	0,008 Kecil

Sumber: Data Primer diolah Penulis (2026)

Literasi keuangan dan kompetensi kewirausahaan secara bersama-sama menjelaskan 55,4% varians inovasi produk, sementara model secara keseluruhan hanya menjelaskan 29,2% varians kemajuan usaha. Rendahnya R^2 kemajuan usaha bukan indikasi kegagalan model, melainkan mencerminkan kompleksitas nyata kemajuan usaha agribisnis yang turut dipengaruhi faktor eksternal seperti siklus musim, fluktuasi harga komoditas, dan dinamika pasar lokal yang tidak dimodelkan dalam penelitian ini. Yang perlu dicermati secara khusus adalah *effect size* literasi keuangan terhadap kemajuan usaha yang sangat kecil ($f^2 = 0,008$), jauh di bawah ambang pengaruh kecil (0,02), memberikan sinyal awal yang kuat bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap kemajuan usaha lebih mungkin bekerja melalui jalur mediasi daripada jalur langsung.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel pada SmartPLS versi 4, menggunakan uji satu arah (*one-tailed*) dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis diterima apabila T-statistik $\geq 1,657$ atau *p-value* $\leq 0,05$. Pengujian mencakup pengaruh langsung untuk H1 hingga H5, pengaruh tidak langsung untuk H6 dan H7, serta perhitungan VAF untuk menentukan jenis mediasi.

H1: Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Inovasi Produk

Pengujian H1 menghasilkan koefisien jalur sebesar 0,469 dengan T-statistik 3,884 dan *p-value* 0,000. Nilai T-statistik jauh melampaui batas kritis 1,657 sehingga H1 diterima: literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk. Koefisien ini merupakan yang terbesar di antara seluruh jalur menuju inovasi produk, mengindikasikan bahwa literasi keuangan adalah prediktor terkuat bagi aktivitas inovasi. Secara substantif, nasabah yang secara disiplin mencatat arus kas dan menyisihkan keuntungan memiliki fondasi finansial yang memungkinkan mereka mengkalkulasi kelayakan ide inovasi dan mengalokasikan sumber daya untuk pengembangannya, selaras dengan Ashari & Sabandi (2025) dan Ibrahim & Wibowo (2025).

H2: Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk

Pengujian H2 menghasilkan koefisien jalur sebesar 0,319 dengan T-statistik 2,502 dan *p-value* 0,006. Nilai T-statistik melampaui batas kritis 1,657 sehingga H2 diterima: kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk. Koefisien yang lebih kecil dibandingkan literasi keuangan (0,319 vs 0,469) mencerminkan bahwa meskipun semangat dan orientasi proaktif responden sudah memadai, keterbatasan keterampilan teknis produksi sebagai indikator dengan rata-rata terendah (3,975) menjadi hambatan dalam mengeksekusi inovasi secara penuh, selaras dengan Hasyim et al. (2025) dan Nurdina & Ariprowo (2022).

H3: Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kemajuan Usaha

Pengujian H3 menghasilkan koefisien jalur sebesar -0,132 dengan T-statistik 0,680 dan *p-value* 0,248. H3 ditolak karena dua kondisi yang harus diakui secara bersamaan: arah koefisien bersifat negatif, berlawanan dengan prediksi hipotesis, dan pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, H3 ditolak: literasi keuangan tidak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemajuan usaha secara langsung. Pada konteks usaha mikro dengan mayoritas pendidikan dasar dan usaha berusia kurang dari tiga tahun, peningkatan literasi keuangan cenderung menghasilkan perilaku konservatif jangka pendek yang menahan ekspansi demi keamanan finansial, sehingga efek langsungnya terhadap pertumbuhan bersifat negatif meskipun tidak signifikan. Temuan ini selaras dengan Adenutsi & Whajah (2023) dan Anis et al. (2024), sekaligus memberikan konfirmasi empiris atas proposisi *Dynamic Capabilities Theory* bahwa sumber daya intangible tidak menghasilkan kinerja superior secara langsung tanpa mekanisme transformasi.

H4: Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kemajuan Usaha

Pengujian H4 menghasilkan koefisien jalur sebesar 0,287 dengan T-statistik 1,583 dan *p-value* 0,057. Nilai T-statistik berada di bawah batas kritis 1,657 sehingga H4 ditolak: kompetensi kewirausahaan tidak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemajuan usaha secara langsung. Penting untuk dicatat bahwa hasil ini bersifat *borderline*, dengan jarak T-statistik dari batas kritis hanya sebesar 0,074, mengisyaratkan adanya tendensi pengaruh positif yang nyata namun terkungkung oleh keterbatasan struktural

usaha yang dijalankan tanpa karyawan. Kompetensi potensial yang tinggi belum dapat sepenuhnya terkonversi menjadi pertumbuhan terukur tanpa mekanisme perantara yang konkret, selaras dengan Fikriyah & Nuraeni (2025).

H5: Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kemajuan Usaha

Pengujian H5 menghasilkan koefisien jalur sebesar 0,410 dengan T-statistik 2,218 dan *p-value* 0,013. Nilai T-statistik melampaui batas kritis 1,657 sehingga H5 diterima: inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemajuan usaha. Koefisien 0,410 merupakan koefisien pengaruh langsung terbesar terhadap kemajuan usaha dalam seluruh model, menegaskan bahwa di antara semua jalur yang diuji, inovasi produklah yang paling langsung dan kuat mendorong pertumbuhan penjualan, pelanggan, dan keuntungan pada nasabah Kampung Madani, selaras dengan Salma et al. (2023) dan Lorenza & Hidayah (2022).

H6 dan H7: Peran Mediasi Inovasi Produk

Pengujian pengaruh tidak langsung dan perhitungan VAF untuk H6 dan H7 disajikan secara terintegrasi pada Tabel 9 berikut.

Tabel 9. Hasil Pengujian Mediasi dan VAF

Hipotesis Jalur	Indirect Effect	T-Statistik	<i>p-value</i>	Direct Effect	Total Effect	VAF	Jenis Mediasi	Hasil
H6 LK → IP → KU	0,192	1,758	0,039	-0,132	0,060	76,19%	Parsial	Diterima
H7 KK → IP → KU	0,131	1,682	0,046	0,287	0,418	31,34%	Parsial	Diterima

Keterangan: LK = Literasi Keuangan; IP = Inovasi Produk; KU = Kemajuan Usaha; KK = Kompetensi Kewirausahaan

Sumber: Data Primer diolah Penulis (2026)

Pengujian H6 menghasilkan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,192 dengan T-statistik 1,758 dan *p-value* 0,039, sehingga H6 diterima: inovasi produk secara signifikan memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap kemajuan usaha. Nilai VAF sebesar 76,19% mengategorikan mediasi ini sebagai mediasi parsial, namun dengan nilai yang mendekati batas atas zona parsial. Kondisi khas yang menghasilkan VAF sangat tinggi ini adalah arah pengaruh langsung yang negatif (-0,132) yang diimbangi oleh pengaruh tidak langsung yang positif (+0,192), sehingga inovasi produk tidak hanya memediasi melainkan secara harfiah membalikkan arah efek literasi keuangan dari negatif menjadi positif pada level pengaruh total (+0,060). Tanpa inovasi produk sebagai mediator, literasi keuangan justru berdampak negatif terhadap kemajuan usaha dalam jangka pendek. Dengan inovasi produk, dampak total berbalik menjadi positif, mengkonfirmasi bahwa program PKU PT PNM baru menghasilkan pertumbuhan yang nyata ketika secara eksplisit dihubungkan dengan stimulasi inovasi produk yang terstruktur, selaras dengan Ibrahim & Wibowo (2025).

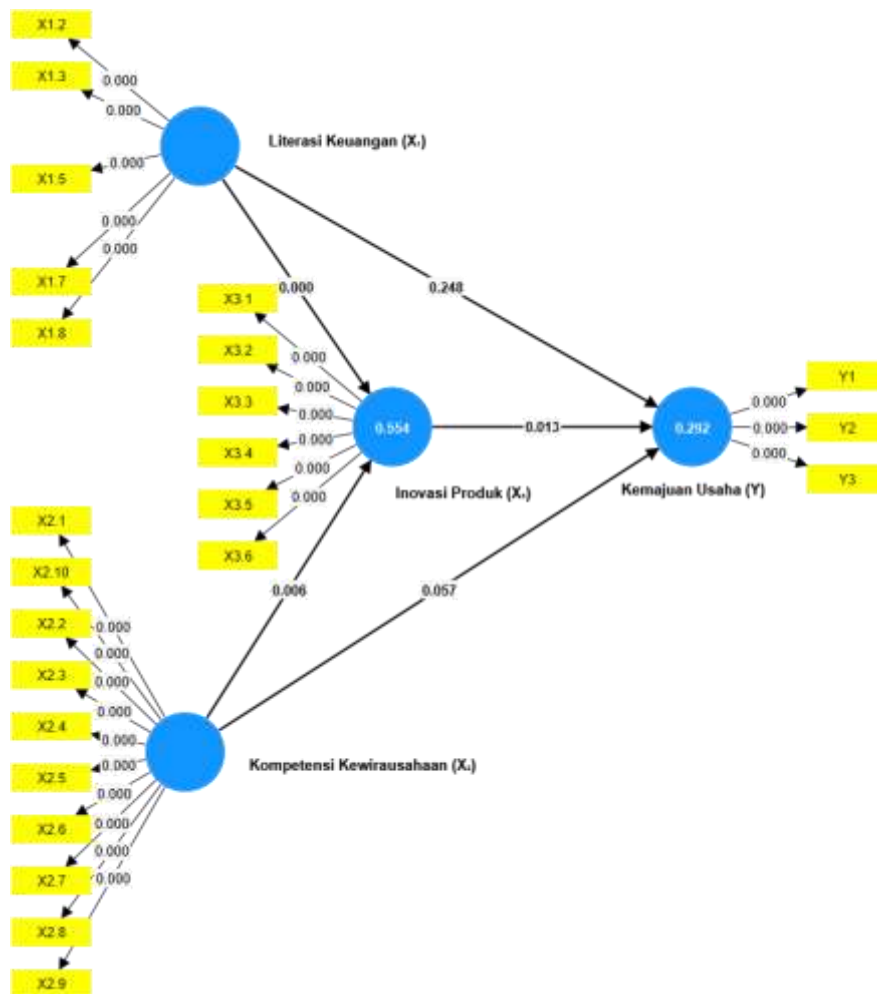
Pengujian H7 menghasilkan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,131 dengan T-statistik 1,682 dan *p-value* 0,046, sehingga H7 diterima: inovasi produk secara signifikan memediasi pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kemajuan usaha. Nilai VAF sebesar 31,34% mengategorikan mediasi ini sebagai mediasi parsial, di mana sekitar sepertiga dari total pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kemajuan usaha bekerja melalui jalur inovasi produk. Kontras paling dramatis terlihat pada perbandingan antara pengaruh langsung yang tidak signifikan (T-statistik 1,583, *p-value* 0,057) dengan pengaruh total yang signifikan (koefisien 0,418, T-statistik 2,461, *p-value* 0,007). Transformasi dari tidak signifikan menjadi signifikan ini membuktikan secara empiris bahwa inovasi produk adalah mata rantai kausatif yang mengaktifkan dan merealisasikan potensi kompetensi kewirausahaan menjadi pertumbuhan usaha yang terukur, selaras dengan Rahayu et al. (2025) dan Maliza et al. (2025).

Ringkasan seluruh hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis Jalur	Koefisien	T-Statistik	<i>p-value</i>	Hasil
H1 Literasi Keuangan → Inovasi Produk	0,469	3,884	0,000	Diterima
H2 Kompetensi Kewirausahaan → Inovasi Produk	0,319	2,502	0,006	Diterima
H3 Literasi Keuangan → Kemajuan Usaha	-0,132	0,680	0,248	Ditolak
H4 Kompetensi Kewirausahaan → Kemajuan Usaha	0,287	1,583	0,057	Ditolak
H5 Inovasi Produk → Kemajuan Usaha	0,410	2,218	0,013	Diterima
H6 Literasi Keuangan → Inovasi Produk → Kemajuan Usaha	0,192	1,758	0,039	Diterima
H7 Kompetensi Kewirausahaan → Inovasi Produk → Kemajuan Usaha	0,131	1,682	0,046	Diterima

Sumber: Data Primer diolah Penulis (2026)



Sumber: Data Primer diolah Penulis (2026)

Gambar 2. Model Struktural Hasil Pengujian Hipotesis

Interpretasi

Hasil pengujian hipotesis membentuk pola yang kohesif dan bermakna secara teoritis. Dari tujuh hipotesis yang diuji, lima diterima dan dua ditolak, dengan penolakan H₃ dan H₄ justru menjadi temuan substantif yang memperdalam pemahaman atas mekanisme kerja kapabilitas internal pada konteks usaha mikro agribisnis yang dibina secara terstruktur.

Terbuktinya H₁ dan H₂ mengonfirmasi bahwa literasi keuangan dan kompetensi kewirausahaan secara signifikan mendorong aktivitas inovasi produk. Koefisien literasi keuangan (0,469) yang lebih besar dari kompetensi kewirausahaan (0,319) menunjukkan bahwa kapasitas finansial merupakan prasyarat yang lebih mendasar bagi inovasi pada konteks usaha mikro: surplus keuangan yang teridentifikasi melalui disiplin pencatatan menjadi penentu apakah sebuah ide inovasi dapat dieksekusi atau tidak. Kompetensi kewirausahaan bekerja terutama melalui dimensi *opportunity recognition* dan inisiatif proaktif, namun efektivitasnya dibatasi oleh lemahnya keterampilan teknis yang tercatat sebagai indikator dengan rata-rata terendah (3,975).

Penolakan H3 dengan koefisien negatif (-0,132) dan penolakan H4 yang bersifat *borderline* (T-statistik 1,583) secara bersama-sama memberikan konfirmasi empiris atas proposisi sentral *Dynamic Capabilities Theory*: kepemilikan sumber daya *intangible* yang bernilai tidak secara otomatis menghasilkan kinerja superior tanpa mekanisme transformasi (Teece et al., 1997 sebagaimana dikutip dalam Chari et al., 2022). Perbedaan arah antara keduanya pun bermakna: pengaruh langsung literasi keuangan yang negatif mencerminkan perilaku konservatif yang muncul ketika kesadaran finansial meningkat tanpa diimbangi tindakan transformatif, sementara pengaruh langsung kompetensi kewirausahaan yang positif namun tidak signifikan mencerminkan energi potensial yang terkungkung oleh keterbatasan struktural skala usaha yang sangat kecil.

Terbuktinya H5 dengan koefisien terbesar (0,410) menegaskan posisi inovasi produk sebagai variabel yang paling langsung dan kuat mendorong kemajuan usaha. Nasabah yang aktif menambah variasi produk dan menciptakan produk baru mencatatkan pertumbuhan penjualan, pelanggan, dan keuntungan yang jauh lebih nyata, membuktikan bahwa dalam ekosistem pasar agribisnis Lembang yang kompetitif, diferensiasi produk adalah pembeda utama yang terdeteksi secara langsung oleh pasar.

Terbuktinya H6 dengan VAF 76,19% dan H7 dengan VAF 31,34% sebagai mediasi parsial membentuk narasi yang paling kaya implikasi dalam penelitian ini. Perbedaan nilai VAF antara kedua jalur mencerminkan perbedaan mekanisme kerja: pengaruh literasi keuangan terhadap kemajuan usaha hampir seluruhnya didominasi jalur mediasi karena pengaruh langsungnya bersifat negatif, sementara kompetensi kewirausahaan memiliki proporsi mediasi yang lebih kecil karena pengaruh langsungnya sudah bersifat positif meskipun belum signifikan. Secara keseluruhan, kedua temuan mediasi ini membuktikan bahwa pada konteks usaha mikro agribisnis yang dibina secara terstruktur, literasi keuangan dan kompetensi kewirausahaan memerlukan inovasi produk sebagai katalis transformatif yang mengonversi kapabilitas potensial menjadi pertumbuhan aktual yang nyata dan terukur.

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Inovasi Produk

Hasil pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk dengan koefisien jalur 0,469 (T-statistik = 3,884; $p = 0,000$), sekaligus menjadikannya prediktor terkuat di antara seluruh jalur menuju inovasi produk dalam model ini. Temuan ini mengkonfirmasi argumentasi *Resource-Based View* bahwa literasi keuangan sebagai sumber daya *intangible* yang bersifat *valuable* dan *inimitable* memberikan kapasitas diferensial yang memungkinkan pelaku usaha mengidentifikasi kelayakan finansial suatu ide inovasi dan mengalokasikan sumber daya secara terencana untuk pengembangannya (Barney, 1991 sebagaimana dikutip dalam Kraaijenbrink et al., 2010). Pada konteks nasabah Kampung Madani Areng yang mayoritas berlatar pendidikan dasar, mekanisme ini bekerja secara konkret melalui

dua indikator dengan *outer loading* tertinggi dalam model: rutinitas mencatat uang masuk dan keluar usaha (*loading* = 0,860) serta kebiasaan menyisihkan keuntungan untuk ditabung (*loading* = 0,807). Ketika nasabah secara disiplin mencatat arus kas usahanya, mereka pada saat yang sama sedang menjalankan fungsi *sensing* terhadap kondisi finansial usaha, yakni mendeteksi surplus yang dapat dialokasikan untuk mencoba varian produk baru seperti olahan susu, diversifikasi hortikultura, atau kerajinan berbasis hasil tani, tanpa mengambil risiko yang melampaui kapasitas finansial yang tersedia. Temuan ini selaras dengan Ashari & Sabandi (2025) dan Ibrahim & Wibowo (2025), dan menambahkan dimensi kontekstual yang bermakna bahwa pada populasi dengan latar pendidikan formal yang sangat terbatas, perilaku keuangan aktual terbukti lebih dominan dalam mendorong inovasi dibandingkan dimensi sikap keuangan normatif yang masih tinggi namun belum terinternalisasi secara konsisten.

Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk

Hipotesis kedua diterima dengan koefisien jalur 0,319 (T-statistik = 2,502; $p = 0,006$), mengkonfirmasi bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk. Dalam kerangka *Dynamic Capabilities Theory*, kompetensi kewirausahaan berperan sebagai *seizing capability* yang memungkinkan pelaku usaha mengambil tindakan strategis dalam memanfaatkan peluang yang telah diidentifikasi (Teece et al., 1997 sebagaimana dikutip dalam Chari et al., 2022). Dua indikator dengan *outer loading* tertinggi pada konstruk ini, yakni kemampuan menjelaskan produk kepada pembeli (*loading* = 0,858) dan inisiatif mencari peluang baru (*loading* = 0,846), mengungkapkan bahwa inovasi pada konteks ini terutama didorong oleh orientasi proaktif terhadap pasar dan kemampuan komunikasi produk yang memungkinkan nasabah membaca kebutuhan yang belum terpenuhi. Koefisien yang lebih kecil dibandingkan literasi keuangan (0,319 vs. 0,469) dapat dijelaskan melalui kelemahan struktural yang teridentifikasi dalam analisis deskriptif: indikator keterampilan teknis produksi mencatat rata-rata terendah (3,975) di antara seluruh indikator kompetensi kewirausahaan, menunjukkan bahwa semangat dan orientasi inovasi sudah memadai, namun kapasitas teknis untuk mengeksekusi ide tersebut menjadi produk nyata yang siap dipasarkan masih menjadi hambatan yang belum terselesaikan. Temuan ini memperkuat Hasyim et al. (2025) dan Nurdina & Ariprowo (2022), sekaligus menambahkan nuansa bahwa komposisi internal kompetensi kewirausahaan, khususnya keseimbangan antara dimensi relasional dan teknis, menentukan seberapa besar kekuatan dorongan inovasinya.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kemajuan Usaha

Pengujian hipotesis ketiga menghasilkan koefisien jalur sebesar $-0,132$ dengan T-statistik 0,680 dan p -value 0,248, sehingga H_3 ditolak berdasarkan dua kondisi yang harus diakui secara bersamaan: arah koefisien yang negatif dan ketidaksignifikanan statistis. Hasil ini bukan kegagalan model, melainkan temuan substantif yang memperkaya pemahaman tentang dinamika literasi keuangan pada tahap awal pembinaan. Pada populasi dengan 51,25% responden berlatar pendidikan dasar dan 57,50% menjalankan

usaha berusia kurang dari tiga tahun, peningkatan literasi keuangan cenderung menghasilkan perilaku konservatif dalam jangka pendek: nasabah yang semakin memahami prinsip pengelolaan keuangan menjadi lebih berhati-hati dalam pengeluaran, menahan ekspansi yang dianggap berisiko, dan memprioritaskan keamanan finansial atas pertumbuhan agresif. Perilaku kehati-hatian ini secara manajerial benar, namun dalam jangka pendek dapat menekan pertumbuhan penjualan dan keuntungan yang diukur secara riil. *Effect size* yang sangat kecil ($f^2 = 0,008$) mengkonfirmasi bahwa jalur langsung ini memang secara inheren lemah pada konteks penelitian ini. Temuan ini selaras dengan Adenutsi & Whajah (2023) yang menemukan pengaruh negatif signifikan literasi keuangan terhadap kinerja, dan Anis et al. (2024) yang menemukan tidak ada pengaruh sama sekali, sekaligus memberikan konfirmasi empiris atas proposisi sentral *Dynamic Capabilities Theory* bahwa kepemilikan sumber daya *intangible* tidak secara otomatis menghasilkan kinerja superior tanpa mekanisme transformasi yang konkret (Teece et al., 1997 sebagaimana dikutip dalam Chari et al., 2022).

Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kemajuan Usaha

Hipotesis keempat ditolak dengan koefisien jalur 0,287 (T-statistik = 1,583; $p = 0,057$), namun penolakan ini bersifat *borderline* dan tidak dapat dimaknai sebagai ketiadaan hubungan secara mutlak. Jarak antara T-statistik yang diperoleh (1,583) dengan nilai kritis (1,657) hanya sebesar 0,074, dan p-value 0,057 hanya melampaui ambang sebesar 0,007. Arah koefisien yang positif sesuai prediksi hipotesis, namun belum mencapai signifikansi pada ambang yang ditetapkan. Penjelasan substantifnya terletak pada karakteristik struktural populasi: 81,25% nasabah menjalankan usaha sepenuhnya tanpa karyawan, sehingga seluruh fungsi manajerial, produksi, dan pemasaran bertumpu pada satu orang yang sama. Kompetensi kewirausahaan yang rata-rata tinggi pada level individual belum dapat dikonversi menjadi pertumbuhan penjualan, pelanggan, dan keuntungan yang terukur secara riil karena kapabilitas potensial tersebut terkungkung dalam keterbatasan skala usaha yang sangat kecil dan ekosistem pendukung yang terbatas. Tanpa mekanisme perantara yang dapat memperluas jangkauan pasar dan nilai produk, kompetensi kewirausahaan seolah merupakan energi potensial yang belum menemukan salurannya. Temuan ini konsisten dengan Fikriyah & Nuraeni (2025) yang menemukan kompetensi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kinerja UMKM, dan bagi penelitian mendatang, sifat *borderline* dari hasil ini memberi sinyal bahwa pengujian dengan sampel yang lebih besar atau pada konteks usaha yang lebih matang berpotensi menghasilkan signifikansi penuh.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kemajuan Usaha

Hipotesis kelima diterima dengan koefisien jalur 0,410 (T-statistik = 2,218; $p = 0,013$), menjadikannya koefisien pengaruh langsung terbesar terhadap kemajuan usaha dalam seluruh model. Temuan ini menegaskan bahwa di antara semua variabel yang diuji, inovasi produklah yang paling langsung dan kuat mendorong pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan pertumbuhan keuntungan pada nasabah Kampung Madani

Areng. Dalam ekosistem pasar agribisnis Lembang yang kompetitif, di mana produk yang dijual oleh satu nasabah dengan nasabah lainnya kerap serupa bahkan identik, inovasi produk menjadi pembeda utama yang langsung direspons pasar. Indikator dengan *outer loading* tertinggi pada konstruk ini, yakni penambahan variasi pada produk yang sudah dijual (*loading* = 0,896) dan keberanian mencoba produk yang berbeda (*loading* = 0,885), mengungkapkan bahwa inovasi inkremental yang paling terjangkau secara finansial dan teknis pun sudah mampu menciptakan perbedaan pertumbuhan yang terukur. Pola pertumbuhan pelanggan (14,01%) yang melampaui pertumbuhan penjualan (9,93%) dan pertumbuhan keuntungan (7,40%) mengindikasikan bahwa inovasi produk bekerja paling cepat dalam memperluas basis pelanggan, sementara konversinya menjadi pertumbuhan keuntungan masih memerlukan waktu untuk terkonsolidasi seiring peningkatan efisiensi biaya produksi. Temuan ini selaras dengan Salma et al. (2023) dan Lorensa & Hidayah (2022), dan memperkuat *Diffusion of Innovation Theory* bahwa inovasi yang memiliki *relative advantage* dan *observability* yang jelas akan lebih cepat diadopsi pasar sehingga menghasilkan pertumbuhan pelanggan yang lebih cepat dibandingkan pertumbuhan profitabilitas (Rogers, 2003 sebagaimana dikutip dalam Mohammadi et al., 2018).

Peran Mediasi Inovasi Produk pada Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kemajuan Usaha

Hipotesis keenam diterima dengan koefisien pengaruh tidak langsung 0,192 (*T*-statistik = 1,758; *p* = 0,039), dan nilai VAF sebesar 76,19% mengategorikan mediasi ini sebagai mediasi parsial yang mendominasi hampir seluruh mekanisme transmisi. Temuan ini merupakan yang paling kaya implikasi dalam penelitian ini karena mengungkap sebuah kondisi khas: arah pengaruh langsung yang negatif (-0,132) diimbangi oleh pengaruh tidak langsung yang positif (+0,192), sehingga inovasi produk tidak hanya memediasi melainkan secara harfiah membalikkan arah efek literasi keuangan dari negatif menjadi positif pada level pengaruh total (+0,060). Tanpa inovasi produk sebagai mediator, literasi keuangan berdampak negatif terhadap kemajuan usaha dalam jangka pendek. Dengan inovasi produk, dampak total berbalik menjadi positif. Dalam logika *Dynamic Capabilities Theory*, *sensing capability* berupa literasi keuangan harus melewati *transforming capability* berupa inovasi produk sebelum dapat bermuara pada *outcome* berupa kemajuan usaha (Teece et al., 1997 sebagaimana dikutip dalam Chari et al., 2022). Secara operasional, nasabah yang menggunakan disiplin pencatatan keuangan untuk mengidentifikasi surplus finansial dan kemudian mengalokasikannya untuk mengembangkan varian produk baru, misalnya mengolah susu segar menjadi yogurt sederhana atau menambah pilihan kemasan hortikultura, itulah yang mencatatkan pertumbuhan nyata. Literasi keuangan adalah jembatan menuju inovasi, dan inovasi adalah jembatan menuju kemajuan. Tanpa mata rantai kedua, mata rantai pertama tidak menghasilkan pertumbuhan, sebagaimana dikonfirmasi oleh nilai VAF 76,19% yang mengkuantifikasi dominasi jalur mediasi tersebut. Temuan ini selaras dengan Ibrahim & Wibowo (2025) dan memperkuat Rahayu et al. (2025)

serta Antari & Widagda (2022) yang membuktikan peran mediasi inovasi dalam rantai kapabilitas internal menuju kinerja UMKM.

Peran Mediasi Inovasi Produk pada Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kemajuan Usaha

Hipotesis ketujuh diterima dengan koefisien pengaruh tidak langsung 0,131 (T-statistik = 1,682; $p = 0,046$), dan nilai VAF sebesar 31,34% mengategorikan mediasi ini sebagai mediasi parsial di mana sekitar sepertiga dari total pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kemajuan usaha bekerja melalui jalur inovasi produk. Kontras paling dramatis terlihat dari perbandingan antara pengaruh langsung yang tidak signifikan (T-statistik 1,583; $p = 0,057$) dengan pengaruh total yang signifikan (koefisien 0,418; T-statistik 2,461; $p = 0,007$). Transformasi dari tidak signifikan menjadi signifikan ini membuktikan secara empiris bahwa inovasi produk adalah mata rantai kausatif yang mengaktifkan dan merealisasikan potensi kompetensi kewirausahaan menjadi pertumbuhan usaha yang terukur. Perbedaan nilai VAF antara H6 (76,19%) dan H7 (31,34%) mencerminkan perbedaan mekanisme kerja yang bermakna: pengaruh literasi keuangan terhadap kemajuan usaha hampir seluruhnya dimediasi karena pengaruh langsungnya negatif, sementara kompetensi kewirausahaan memiliki proporsi mediasi yang lebih kecil karena jalur langsungnya sudah positif meskipun belum signifikan. Dalam bahasa operasional, nasabah yang memiliki inisiatif tinggi, kemampuan memecahkan masalah, dan ketahanan dalam menghadapi tekanan, namun tidak mengarahkan kompetensi tersebut ke pengembangan produk baru, akan tetap menjual produk yang sama kepada pelanggan yang sama tanpa menghasilkan pertumbuhan terukur. Ketika kompetensi itu disalurkan ke aktivitas inovasi konkret, misalnya menggunakan kreativitas untuk mengembangkan kemasan yang lebih menarik atau memanfaatkan jaringan sosial untuk mempelajari produk yang berhasil di pasar lain, barulah kapabilitas potensial tersebut berbuah menjadi pertumbuhan aktual. Temuan ini selaras dengan Rahayu et al. (2025) dan Maliza et al. (2025), sekaligus memberikan implikasi praktis yang tegas bagi program PKU PT PNM: pembinaan kompetensi kewirausahaan yang tidak secara eksplisit diarahkan menuju aktivitas inovasi produk yang konkret dan terstruktur berisiko menghasilkan nasabah yang semakin kompeten namun tidak semakin tumbuh secara terukur.

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa literasi keuangan dan kompetensi kewirausahaan tidak bekerja secara linear dalam mendorong kemajuan usaha mikro agribisnis. Dari tujuh hipotesis yang diuji menggunakan SEM-PLS terhadap 80 nasabah Kampung Madani Areng PT PNM Cabang Bandung, lima hipotesis diterima dan dua ditolak. Literasi keuangan dan kompetensi kewirausahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk, sementara keduanya tidak terbukti berpengaruh langsung yang signifikan terhadap kemajuan usaha. Inovasi produk terbukti sebagai variabel yang paling langsung dan kuat mendorong kemajuan usaha, sekaligus terbukti

memediasi secara parsial pengaruh literasi keuangan (VAF = 76,19%) dan kompetensi kewirausahaan (VAF = 31,34%) terhadap kemajuan usaha. Temuan mediasi pada literasi keuangan mengungkap kondisi yang sangat khas: pengaruh langsungnya bersifat negatif, namun melalui inovasi produk sebagai mediator, arah efek totalnya berbalik menjadi positif, membuktikan bahwa inovasi produk tidak sekadar memediasi melainkan mengaktifkan potensi literasi keuangan yang tanpanya justru berdampak menghambat pertumbuhan jangka pendek.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi pada integrasi *Resource-Based View* dan *Dynamic Capabilities Theory* dengan memberikan bukti empiris yang terkuantifikasi bahwa sumber daya *intangible* berupa literasi keuangan dan kompetensi kewirausahaan harus melewati mekanisme transformasi berupa inovasi produk sebelum dapat bermuara pada kemajuan usaha yang nyata. Temuan ini memperhalus perdebatan inkonsistensi dalam literatur dengan menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan dan kinerja usaha tidak dapat dibaca sebagai hubungan langsung yang sederhana, melainkan sangat bergantung pada keberadaan variabel mediasi transformatif. Secara praktis, penelitian ini menegaskan bahwa program pemberdayaan UMKM yang hanya berfokus pada peningkatan literasi keuangan dan kompetensi kewirausahaan tanpa secara eksplisit mengintegrasikan stimulasi inovasi produk sebagai sasaran antara yang terstruktur dan terukur berisiko menghasilkan nasabah yang semakin berpengetahuan namun tidak semakin tumbuh. Bagi PT PNM, implikasi ini menuntut perancangan ulang program PKU agar setiap sesi literasi keuangan secara langsung dihubungkan dengan agenda pengembangan produk konkret, sementara pelatihan kompetensi kewirausahaan perlu diperkuat secara khusus pada dimensi keterampilan teknis produksi yang terbukti menjadi indikator terlemah dalam model.

Untuk penelitian masa depan, rendahnya R^2 kemajuan usaha (0,292) mengindikasikan bahwa sekitar 70,8% variasi kemajuan usaha masih ditentukan oleh faktor-faktor di luar model, sehingga eksplorasi variabel tambahan seperti orientasi pasar, *digital literacy*, akses permodalan, dan dukungan ekosistem lokal menjadi agenda penelitian yang sangat relevan. Penelitian lanjutan juga disarankan menggunakan desain longitudinal untuk membedakan dampak jangka pendek dan jangka panjang dari literasi keuangan terhadap kemajuan usaha, serta mempertimbangkan pemodelan literasi keuangan sebagai *higher-order construct* agar seluruh dimensi kognitif, sikap, dan perilaku dapat dievaluasi secara independen tanpa eliminasi yang mereduksi cakupan konseptual konstruk.

DAFTAR PUSTAKA

- Adenutsi, D. E., & Whajah, A. (2023). Pendekatan PLS-SEM untuk manajemen risiko perusahaan dan kinerja UKM di Ghana. *Jurnal Internasional Bisnis & Ekonomi (IJBE)*, 8(1), 175–201.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

- Alharbi, R. K., Yahya, S. B., & Kassim, S. (2022). Dampak religiusitas dan branding terhadap kinerja UKM: apakah literasi keuangan berperan? *Jurnal Pemasaran Islam*, 13(12), 2717–2741.
- Anis, A., Zulkifli, M., & Pranjoto, G. H. (2024). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja usaha pemerintahan desa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(6), 2173–2180.
- Antari, N. K. W., & Widagda, I. G. N. J. A. (2022). Peran inovasi memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis UMKM songket. Udayana University.
- Ashari, R. Z., & Sabandi, M. (2025). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku inovasi produk hijau dan inovasi proses hijau di moderasi gender pada usaha kecil dan menengah di Boyolali. *Jumbara*, 7(3).
- Aulia, M. R., Saragi, C. P. H., & Simbolon, R. (2021). The effect of entrepreneurial characteristics on entrepreneurial competence and entrepreneurial competence on business performance of micro and small-scale coffee shops in Bogor. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 4(1), 37–48.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Chari, A., Niedenzu, D., Despeisse, M., Machado, C. G., Azevedo, J. D., Boavida-Dias, R., & Johansson, B. (2022). Dynamic capabilities for circular manufacturing supply chains—Exploring the role of Industry 4.0 and resilience. *Business Strategy and the Environment*, 31(5), 2500–2517.
- Choerudin, A., Zulfachry, Wahyuswati, R. D., Wardinasyuti, L., Khasanah, J. S., Hardianto, B., Oktaviani, N. F., Sholihaw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, V. S. (2023). *Literasi keuangan*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Fikriyah, D. D., & Nuraeni, N. (2025). Pengaruh kompetensi kewirausahaan, modal sosial, dan akses keuangan terhadap kinerja UMKM. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 4926–4939.
- Fitriati, T. K., Suharto, Harri, M., & Subagja, I. K. (2021). *Pendorong kinerja UKM*. CV. Pena Persada.
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1).
- Ginting, N. N., Sitompul, M. M., & Deborah, R. (2022). Pengaruh kompetensi, komunikasi, dan pelatihan terhadap kinerja karyawan PT. Sari Makmur Tunggal Mandiri. *Jurnal Studi Manajemen Dan Kewirausahaan (MSEJ)*, 3(3), 927–936.
- Goyal, K., & Kumar, S. (2021). Financial literacy: A systematic review and bibliometric analysis. *International Journal of Consumer Studies*, 45(1), 80–105.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.
- Hasyim, A., Saragih, F., & Purba, L. K. (2025). Dampak positif kompetensi kewirausahaan seorang wirausaha terhadap kesuksesan inovasi produk dan kinerja bisnis. *JETBUS: Journal of Education Transportation and Business*, 2(2), 542–548.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115–135.

- Hermanto, O. H., & Triyonowati. (2023). Pengaruh pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba dan likuiditas terhadap perusahaan kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(5).
- Ibrahim, M. L., & Wibowo, A. (2025). Pengaruh literasi keuangan terhadap pertumbuhan penjualan melalui inovasi produk di usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Jakarta Selatan. *Jurnal Internasional Ekonomi & Usaha Bisnis Terkini*.
- Jarvis, C. B., MacKenzie, S. B., & Podsakoff, P. M. (2003). A critical review of construct indicators and measurement model misspecification in marketing and consumer research. *Journal of Consumer Research*, 30(2), 199–218.
- Kinasih, A. S., Hermuningsih, S., & Rinofah, R. (2025). Peran mediasi literasi keuangan pada determinan kinerja keuangan UMKM. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Kontemporer (JAKK)*, 8(1), 13–25.
- Kock, N., & Lynn, G. S. (2012). Lateral collinearity and misleading results in variance-based SEM: An illustration and recommendations. *Journal of the Association for Information Systems*, 13(7), 546–580.
- Korczyńska, E. (2025). *Panduan pertumbuhan pelanggan: Cara memberikan nilai lebih dan mendorong ekspansi*.
- Kraaijenbrink, J., Spender, J. C., & Groen, A. J. (2010). The resource-based view: A review and assessment of its critiques. *Journal of Management*, 36(1), 349–372.
- Lorensa, E., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh inovasi produk, orientasi pasar dan media sosial terhadap kinerja UMKM fashion. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 739–748.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Malhotra, N. K., Nunan, D., & Birks, D. F. (2012). *Marketing research: An applied approach* (4th ed.). Pearson Education.
- Maliza, N. P., Yuliasri, & Lukito, H. (2025). Pengaruh kompetensi sumber daya manusia dan inovasi produk terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) kerajinan sulaman di Kota Pariaman dengan orientasi kewirausahaan sebagai variabel mediasi. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(2), 2593–2597.
- Man, T. W., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123–142.
- Mohammadi, M. M., Poursaberi, R., & Salahshoor, M. R. (2018). Evaluating the adoption of evidence-based practice using Rogers's diffusion of innovation theory: a model testing study. *Health Promotion Perspectives*, 8(1), 25–32.
- Nuryanti, B. L., & Hanifah, A. P. (2022). How entrepreneurial competencies can effect business performance. *The International Journal of Business Review (The Jobs Review)*, 5(1), 43–52.
- Nurdina, N., & Aripabowo, T. (2022). Penguatan kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk sebagai penentu kinerja UKM. *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 8(1), 113–124.
- Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. Blackwell Publishing.
- Puspita, H. J., & Hardiyani, R. (2025). Peran mediasi inovasi produk terhadap kinerja UMKM sektor susu Jakarta. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 10(4), 425–434.
- Rahadjeng, E. R., Pratikto, H., Mukhlis, I., Restuningdiah, N., & Mala, I. K. (2023). The impact of financial literacy, financial technology, and financial inclusion on SME business

- performance in Malang Raya, Indonesia. *Journal of Social Economics Research*, 10(4), 146–160.
- Rahayu, S., Syafe'i, D., Dahlia, D., Wiranata, H., & Sari, P. (2025). Inovasi produk sebagai mediasi pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 8(2), 1440–1457.
- Rahmawati, A., Wahyuningsih, S. H., & Garad, A. (2023). The effect of financial literacy, training and locus of control on creative economic business performance. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100721.
- Raymond, Siregar, D. L., Suali, Sari, M. R., Ahsan, M., Sanjayawati, H., Novra, E., Himni, J., Rahmawati, W., Waqiah, Nova, S. M., & Walmadri. (2025). *Inovasi bisnis dan pemasaran*. CV. Gita Lentera.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.-M. (2024). *SmartPLS 4*. SmartPLS. <https://www.smartpls.com/>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Salma, A. S., Hamdani, N. A., & Nugraha, S. (2023). The influence of product innovation and organizational innovation on culinary business performance of small and medium enterprises. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 5(4), 275–283.
- Subagyo, V., Kumar, V., & Ernestivita, G. (2020). Entrepreneurial parameters and performance of MSMEs in East Java province of Indonesia. *International Journal of Business Innovation and Research*, 23(2), 267–282.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Yakob, S., Yakob, R., BAM, H. S., & Rusli, R. Z. A. (2021). Financial literacy and financial performance of small and medium-sized enterprises. *The South East Asian Journal of Management*, 15(1), 5.
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186.