

**BENARKAH INOVASI MEMPENGARUHI KINERJA UMKM?
(STUDI KASUS DI GRESIK DAN SIDOARJO)**

Florencia Irena¹⁾, Lusy²⁾ *

¹Akuntansi, Universitas Katolik Darma Cendika

E-mail: florencia.irena@ukdc.ac.id

²Akuntansi, Universitas Katolik Darma Cendika

E-mail: margaretha.hulda@ukdc.ac.id

Abstract

The aims of this study is examining the effect of Financial Literacy, Dynamic Capabilities, Marketing Communication on Firm Performance, especially MSMEs in Gresik and Sidoarjo with Innovation as a mediating variable. This study used quantitative analysis by distributing questionnaires to 100 MSMEs in Gresik and Sidoarjo Regencies. This research was processed using Structural Equation Modeling (SEM) analysis using SmartPLS. The results of this study indicate that Financial Literacy and Marketing Communication have an effect on Innovation. However, Innovation is not influenced by Dynamic Capabilities. The dynamic ability of MSME actors does not always guarantee the creation of Innovation. Moreover, Innovation does not mediate Dynamic Capabilities on Firm Performance. This reflects that business actors have other ways to analyze and improve the Firm Performance. These results show that Innovation mediates Financial Literacy, MSME actors who carry out Financial Literacy understand that Innovation is needed in the business world. In addition, Innovation mediates Marketing Communication to Firm Performance, because MSME actors understand the importance of Innovation in conducting marketing communications

Keywords : *Financial Literacy, Dynamic Capabilities, Marketing Communication, Innovation, Firm Performance*

1. PENDAHULUAN

Ketika terjadi pandemi Covid-19, merupakan masalah bagi seluruh dunia, tidak terkecuali Indonesia. Pandemi tentu memberikan pengaruh di berbagai hal salah satunya yang sangat terasa selain dari sektor kesehatan ialah sektor ekonomi. Perekonomian nasional sangat terganggu, dapat dilihat dari penurunan investasi asing di Indonesia, meningkatnya jumlah pengangguran, dan besarnya biaya untuk menanggulangi Covid-19 (Dinata, 2023). Kabupaten Sidoarjo dan Gresik yang merupakan salah satu pusat Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jawa Timur juga tidak terlepas dari dampak pandemi.

Pada 2020 Kabupaten Sidoarjo tercatat terdapat 206.475 UMKM yang beragam. Sementara itu, di tahun 2019 terdapat 225.242 UMKM pada Kabupaten Gresik (Republikjatim.com, 2020). Akan tetapi, kemunculan Covid-19 pada awal tahun 2020 menyebabkan pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan seperti melakukan pekerjaan dari rumah, menjaga jarak antar individu, serta selalu memakai masker kemanapun dan dimanapun. Kebijakan tersebut membuat seluruh rakyat harus mengurangi segala aktifitasnya di luar rumah sehingga mempengaruhi berbagai sektor (Hanoatubun, 2020). Kebijakan pembatasan tersebut memberikan dampak langsung pada penurunan

perekonomian di Sidoarjo, setidaknya sekitar 11.728 buruh harus kehilangan pekerjaannya (Finesso, 2020). Begitu pula dengan Gresik yang mengalami pemutusan hubungan kerja empat kali lipat lebih tinggi (Iksan, 2020).

Seiring berjalannya waktu perlahan UMKM Sidoarjo maupun Gresik kembali bangkit. Tercatat Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Sidoarjo 2021 meningkat sebanyak 13,40 Triliun rupiah. Sebelumnya pada 2020 atas dasar harga berlaku senilai 197,24 triliun rupiah menjadi 210,64 triliun rupiah pada 2021 (BPS Kabupaten Sidoarjo, 2022). Sedangkan pada Kabupaten Gresik meningkat sejumlah 10.166,71 miliar rupiah. Angka tersebut meningkat yang dari sebelumnya pada 2020 atas dasar harga berlaku senilai 134.268,56 miliar rupiah menjadi 144.435,27 triliun rupiah pada 2021 (BPS Kabupaten Gresik, 2022). Hal tersebut menunjukkan bahwa PDRB yang dihasilkan berkontribusi sangat besar pada aktivitas ekonomi. Peningkatan PDRB tersebut sejalan dan merupakan pengaruh dari peningkatan produksi UMKM.

UMKM sebagai salah satu faktor pemulihan perekonomian nasional menjadi tonggak dan berperan besar dalam upaya peningkatan pendapatan suatu daerah yang akan menyejahterahkan rakyat. Posisi UMKM merupakan cara yang dinilai mampu menyediakan berbagai peluang bisnis bagi masyarakat yang menjalankan sebuah usaha di suatu daerah. Selain itu, UMKM juga dipandang penting dalam upaya peningkatan pendapatan perkapita daerah maupun peningkatan ekonomi suatu daerah (Hartarto, 2021). Peran dari UMKM dalam produksi barang maupun jasa sangat menjadi penentu struktur ekonomi daerah yang bersangkutan. Pemulihan dari perekonomian daerah Sidoarjo dan Gresik menjadi bukti adanya percepatan ekonomi. Oleh sebab itu, penelitian ini memakai objek UMKM yang berlokasi di Kabupaten Gresik dan Sidoarjo.

Pada penelitian ini, kami menguji, apakah: (1) *Dynamic Capabilities* berpengaruh terhadap *Innovation*; (2) *Financial Literacy* terhadap *Innovation*; (3) *Marketing Communication* berpengaruh terhadap *Innovation*; (4) Pengaruh *Innovation* terhadap *Firm Performance*; (5) *Dynamic Capabilities* berpengaruh terhadap *Firm Performance* melalui *Innovation* sebagai variabel mediasi; (6) Inovasi sebagai variabel mediasi bagi *Financial Literacy* terhadap *Firm Performance*; dan (7) Inovasi merupakan variabel mediasi bagi *Marketing Communication* terhadap *Firm Performance*.

Urgensi dari penelitian ini adalah, jika UMKM mampu berinovasi maka produk yang dihasilkan juga akan baik dan disukai. Hal tersebut berdampak pada usaha yang berkelanjutan serta keuangan yang baik, sehingga mampu menyediakan lapangan kerja yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Spesifikasi khusus penelitian ini, lebih fokus pada tema riset keberlanjutan UMKM, ditinjau dari *Firm Performance*.

Resource Based Theory (RBT) pada dasarnya merupakan sebuah teori yang digunakan untuk memberi wawasan mengenai menciptakan keunggulan kompetitif sebuah perusahaan karena memiliki sumber daya yang tidak dimiliki oleh kompetitor. Teori RBT menjelaskan mengenai keterkaitan capability entity dalam memanfaatkan keistimewaan sumber daya yang dimiliki guna menciptakan sebuah keunggulan kompetitif. Dengan demikian, hal tersebut akan memenuhi persyaratan sumber daya yang berharga, langka, sulit ditiru, dan jarang terdapat penggantinya (Harry, 2022).

Knowledge Based Theory (KBT) adalah sebuah eksistensi dari RBT lebih lanjut yakni teori yang memiliki sebuah perspektif atau sudut pandang baru dari RBT yang memiliki sebuah pandangan bahwa sumber daya berupa pengetahuan berperan penting bagi perusahaan. Itu sebabnya, apabila sebuah wawasan dan pengetahuan yang dimiliki

dapat dimanfaatkan dengan sangat baik maka akan sejalan dengan peningkatan dari kinerja perusahaan (Harry, 2022).

Kebangkitan UMKM di Indonesia menjadi prioritas dan garda terdepan dalam menunjang pemulihan serta stabilitas ekonomi sesuai Covid-19. Hingga Oktober 2022 terdapat 65.460.000 UMKM yang tercatat pada fakta di United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) memiliki kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebanyak 60.3% dan menjadi penyumbang sebanyak 97% dari sisi tenaga kerja (Hidranto, 2022). Apabila dibandingkan dengan tahun 2018, terdapat 64.200.000 UMKM dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61.1% dan menyerap 97% atau sebanyak 117 juta tenaga kerja (Nainggolan, 2022)

Penelitian ini melihat faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM dari *Financial Literacy*. *Financial Literacy* menunjukkan pemahaman individu terhadap permasalahan keuangan (Indra et al., 2021). *Financial Literacy* merupakan kemampuan dalam mengelola, mengumpulkan, dan menginvestasikan keuangan yang dimiliki. *Financial Literacy* meliputi pengetahuan keuangan, pemahaman tentang pengetahuan tersebut, keterampilan yang diperoleh serta pengambilan keputusan yang efektif. Selain itu, *Financial Literacy* juga merupakan perencanaan keuangan yang sangat bermanfaat dalam mengendalikan diri serta mempersiapkan keuangan bagi masa depan (Fernanda et al., 2022).

Objek penelitian ini merupakan pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo dan Gresik. Alasan pemilihan tempat ini, karena Gresik menjadi kabupaten terbesar ketiga di Jawa Timur dengan PDRB per kapita sebesar 109.373.000. Kabupaten Sidoarjo masuk 4 besar urutan kontribusi UMKM dalam Perekonomian di Jawa Timur dengan PDRB per kapita sebesar 100.694.000 (Isnain, 2023). Kedua kabupaten tersebut menjadi penyangga utama Kota Surabaya.



Gambar 1. State of the art (diolah oleh peneliti)

Kapabilitas dinamis sangat penting dalam kinerja keberlanjutan UKM di Belanda (Eikelenboom & de Jong, 2019). Keberlanjutan UKM tersebut dilihat dari kinerja usahanya. Keberlanjutan yang sukses memerlukan penyesuaian konstan, yang dapat dilakukan oleh kemampuan dinamis. *Marketing Communication* memungkinkan perusahaan berkolaborasi dengan pelanggan dan mitra untuk memberikan dan

mempertahankan nilai bagi semua pemangku kepentingan. *Marketing Communication* penting dalam kinerja perusahaan (Kim et al., 2021).

State of the art lain menunjukkan adanya penelitian yang dilakukan pada UKM di Kenya dengan hasil bahwa Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan (Chege et al., 2020). Inovasi merupakan modal yang berdampak langsung pada produktivitas dan profitabilitas Perusahaan (Bayraktaroglu et al., 2019).

Penelitian terkait Finansial Literasi menunjukkan bahwa seiring perkembangan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan, sehingga secara tidak langsung mempengaruhi kinerja perusahaan (Ingale & Paluri, 2022). Finansial Literasi merupakan kemampuan analisis informasi pengambilan keputusan keuangan. Jika seseorang mempunyai pengetahuan keuangan, tetapi tidak mampu menggunakan dengan tepat untuk keputusan keuangan yang sehat, tentu berpengaruh terhadap kinerja usahanya.

Saat ini peneliti sedang meneliti tentang pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan dengan variabel *Dynamic Capabilities* (DCA), *Financial Literacy* (FLI), dan *Marketing Communication* (MCO). Penelitian tersebut menyatakan bahwa *Dynamic Capabilities* tidak mempengaruhi *Innovation*, sedangkan *Financial Literacy* dan *Marketing Communication* berpengaruh secara signifikan terhadap *Innovation* yang berdampak pada *Firm Performance*.

Adapun hipotesis dari penelitian ini ialah :

H1: *Dynamic Capabilities* berpengaruh terhadap *Innovation*

H2: *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Innovation*

H3: *Marketing Communication* berpengaruh terhadap *Innovation*

H4: *Innovation* berpengaruh terhadap *Firm Performance*

H5: *Innovation* memediasi pengaruh *Dynamic Capabilities* terhadap *Firm Performance*

H6: *Innovation* memediasi pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Firm Performance*

H7: *Innovation* memediasi pengaruh *Marketing Communication* terhadap *Firm Performance*

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif dipakai pada penelitian ini, yang diolah lebih lanjut memakai analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) berupa SmartPLS. Responden dari penelitian ini sebanyak 100 pelaku usaha dengan membagikan kuisioner kepada UMKM di daerah Sidoarjo dan Gresik.

Adapun pengertian *Financial Literacy* pada penelitian ini merupakan cara pengelolaan keuangan secara cerdas untuk dapat meningkatkan kesejahteraan hidup. Hal tersebut merupakan kemampuan dalam mendapatkan, mengelola, menginvestasikan, dan tidak berperilaku konsumtif pada keuangan yang dimiliki (Prihastuty & Rahayuningsih, 2018).

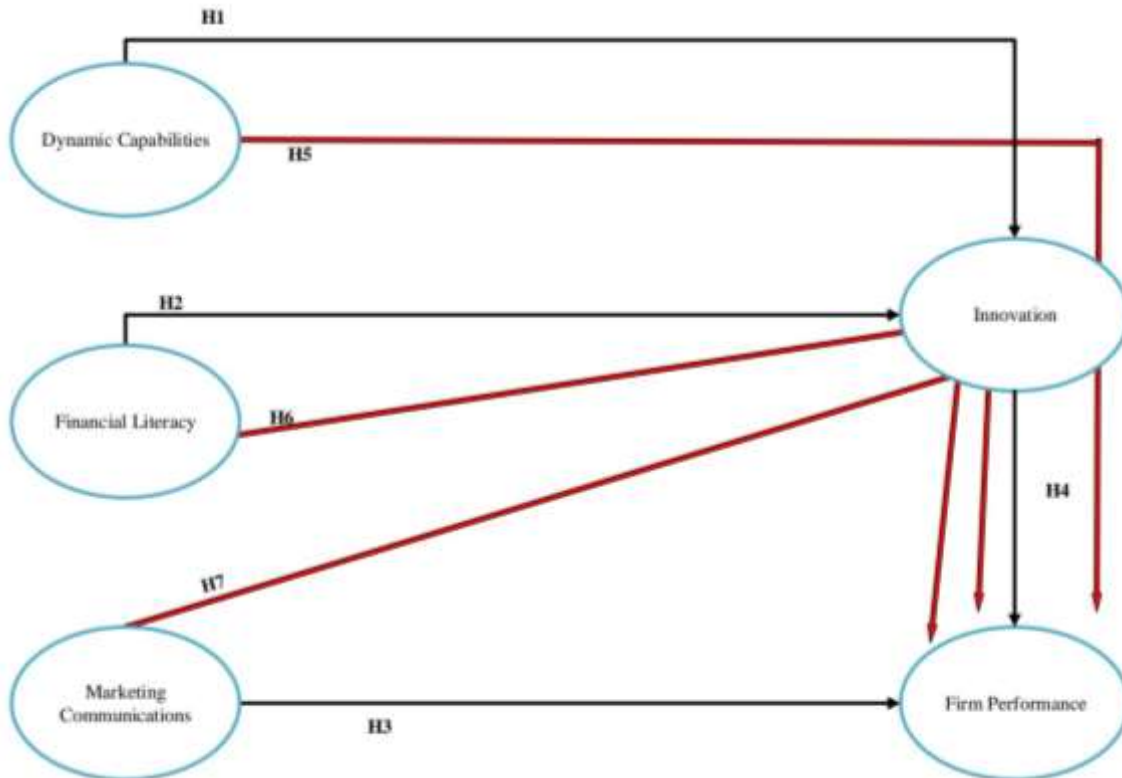
Pengertian *Dynamic Capabilities* pada penelitian ini, merupakan kemampuan menilai dan melihat peluang yang diperlukan perusahaan dalam menghadapi persaingan dinamis pasar (Iqbal, 2022). Peluang tersebut menjadi kunci berharga untuk dapat mencapai keunggulan kompetitif yang dapat berperan positif pada kinerja UMKM di Kabupaten Sidoarjo dan Gresik.

Adapun pengertian *Marketing Communication* pada penelitian ini merupakan teknik pemasaran yang menjelaskan, menceritakan, menyampaikan fungsi serta keunggulan dari produk yang dimiliki (Bimantoro & Burhanuddin, 2019).

Pengertian *Innovation* pada penelitian ini adalah kemampuan menyediakan produk yang bernilai tambah sehingga perusahaan memiliki keunikannya sendiri (Sunarto, 2020).

Sedangkan pengertian *Firm Performance* pada penelitian ini merupakan kemampuan dari perusahaan dalam peningkatan laba yang berpengaruh terhadap peningkatan nilai dan kinerja dari perusahaan tersebut (Hamdani & Hatane, 2017).

Model penelitian yang digunakan:



Gambar 2. Model Konseptual (Data diolah peneliti)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Responden yang mengisi kuisioner ada 100 UMKM dengan rincian 50% penyebaran di Sidoarjo dan 50% di Gresik. Responden tersebut beraneka ragam jenis usahanya, dengan rata-rata umur usahanya di atas dua tahun.

Hasil Validitas

Adapun tabel terkait hasil uji validitas tampak seperti dibawah ini :

Tabel 1
Hasil uji validitas untuk
Variabel *Dynamic Capabilities* (DCA)

Indikator	Uji Validitas
	Loading
DCA1	0,863
DCA2	0,760
DCA3	0,927
DCA4	0,919

Sumber : Data diolah peneliti

Variabel *Dynamic Capabilities* (DCA) sebagai faktor konfirmatori membuktikan bahwa seluruh *loading factor* lebih dari 0.7 sehingga data di atas dikatakan valid konvergen sebagai pengukur *Dynamic Capabilities* (DCA). Adapun hasil uji validitas untuk *Financial Literacy* (FLI) tampak :

Tabel 2
Hasil uji validitas untuk
Variabel *Financial Literacy* (FLI)

Indikator	Uji Validitas
	Loading
FLI1	0,802
FLI2	0,907
FLI3	0,800
FLI4	0,937

Sumber : Data diolah peneliti

Data terkait variabel *Financial Literacy* (FLI) sebagai faktor konfirmatori membuktikan bahwa seluruh *loading factor* lebih dari 0.7, disebut valid konvergen sebagai pengukur *Financial Literacy* (FLI). Adapun hasil uji validitas untuk *Marketing Communication* (MCO) tampak :

Tabel 3

Hasil uji validitas untuk Variabel *Marketing Communication* (MCO)

Indikator	Uji Validitas
	Loading
MCO1	0,984
MCO2	0,973
MCO3	0,986
MCO4	0,795
MCO5	0,982

Sumber : Data diolah peneliti

Tabel 3 menunjukkan semua *loading factor* lebih dari 0,7 pada variabel *Marketing Communication* (MCO) sebagai faktor konfirmatori menunjukkan valid konvergen sebagai pengukur *Marketing Communication* (MCO). Hasil dari pengujian validitas untuk *Innovation* tampak pada tabel di bawah ini:

Tabel 4

Hasil uji validitas untuk
Variabel *Innovation* (INN)

Indikator	Uji Validitas
	Loading
INN1	0,787
INN2	0,872
INN3	0,735
INN4	0,734
INN5	0,784

Sumber : Data diolah peneliti

Pada variabel *Innovation* (INN) sebagai faktor konfirmatori, tampak seluruh *loading factor* lebih dari 0.7, disebut valid konvergen sebagai pengukur *Innovation* (INN). Hasil uji validitas untuk *Firm Performance* (FPE) tampak pada tabel :

Tabel 5
Hasil uji validitas untuk
Variabel *Firm Performance* (FPE)

Indikator	Uji Validitas
	Loading
FPE1	0,840
FPE2	0,883
FPE3	0,826
FPE4	0,891
FPE5	0,833

Sumber : Data diolah peneliti

Begitu juga variabel *Firm Performance* (FPE) sebagai faktor konfirmatori menunjukkan hasil seluruh *loading factor* lebih dari 0.7, sehingga data disebut valid konvergen sebagai pengukur *Firm Performance* (FPE).

Hasil Reliabilitas

Variabel *Dynamic Capabilities* (DCA) sebagai faktor konfirmatori membuktikan bahwa Cronbach's Alpha = 0.891, rho-A = 0.931, Composite Reliability = 0.925, dan 0.756 sebagai nilai AVE. Seluruh data tersebut menunjukkan angka di atas 0.5 sehingga dikatakan valid konvergen sebagai pengukur *Dynamic Capabilities* (DCA).

Variabel *Financial Literacy* (FLI) sebagai faktor konfirmatori menunjukkan Cronbach's Alpha = 0.892, rho-A = 0.941, Composite Reliability = 0.921, dan 0.746 sebagai nilai AVE. Seluruh data tersebut menunjukkan angka di atas 0.5 sehingga disebut valid konvergen sebagai pengukur *Financial Literacy* (FLI).

Variabel *Marketing Communication* (MCO) sebagai faktor konfirmatori membuktikan bahwa Cronbach's Alpha = 0.970, rho-A = 0.973, Composite Reliability = 0.977, dan 0.897 sebagai nilai AVE. Data tersebut di atas 0.5, sehingga sebagai pengukur *Marketing Communication* (MCO), dapat disebut valid konvergen.

Variabel *Innovation* (INN) sebagai faktor konfirmatori membuktikan bahwa Cronbach's Alpha = 0.842, rho-A = 0.852, Composite Reliability = 0.888, dan Nilai AVE = 0.615. Sebagai pengukur *Innovation* (INN), disebut valid konvergen karena di atas 0.5.

Variabel *Firm Performance* (FPE) sebagai faktor konfirmatori membuktikan bahwa Cronbach's Alpha = 0.916, rho-A = 0.960, Composite Reliability = 0.931, dengan nilai AVE = 0.731. Karena datanya di atas 0.5, maka sebagai pengukur *Firm Performance* (FPE) dapat disebutkan valid konvergen.

3.2. Pembahasan

Hasil Analisis

Adapun ringkasan hasil pengujian hipotesis tampak :

Tabel 6. Path Koefisien

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /STDEV)	P Values
DCA -> INN	-0.031	-0.016	0.086	0.360	0.719
FLI -> INN	0.427	0.427	0.103	4.160	0.000
INN -> FPE	0.499	0.510	0.075	6.631	0.000
MCO -> INN	0.311	0.310	0.115	2.713	0.007

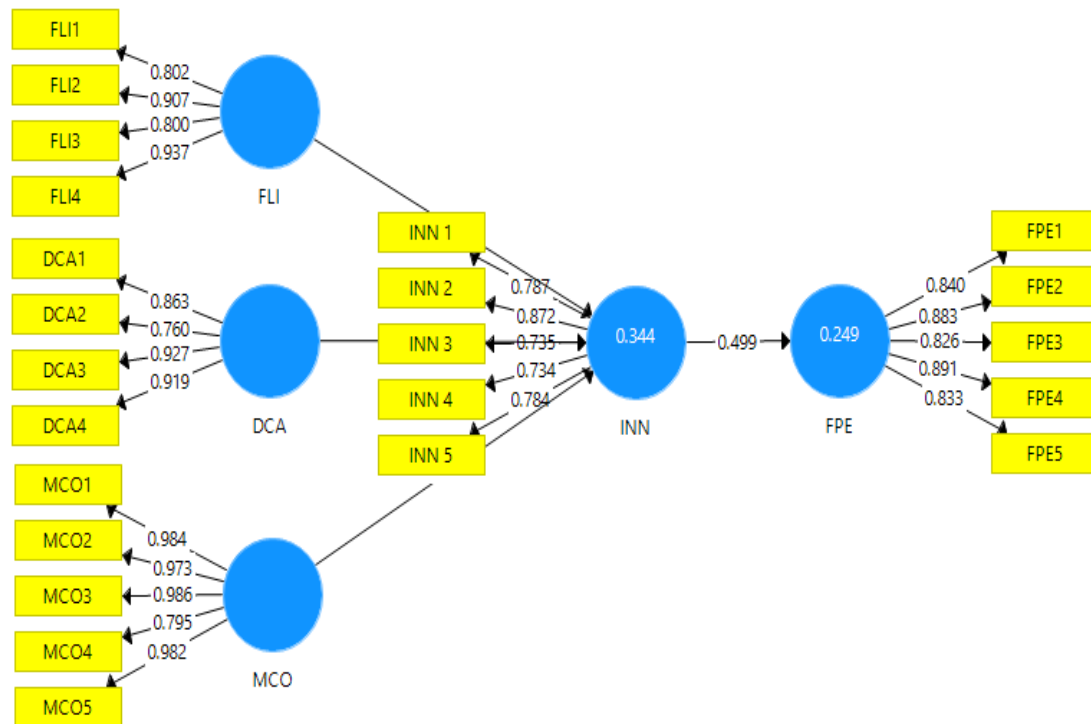
Sumber : Data diolah peneliti

Pengujian Hipotesisnya menunjukkan bahwa *Dynamic Capabilities* (DCA) tidak berpengaruh terhadap *Innovation* (INN) karena *p values* yang bernilai lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0.719. Yang menjadi penyebabnya, karena pelaku UMKM yang mengisi kuesioner di Sidoarjo dan Gresik mempunyai gaya kepemimpinan yang kuat dari pengusaha dan pendiri, dengan pendekatan keluarga yang membentuk inovasi dan pasar (Bresciani, 2017; Franceschelli et al., 2018; Santoro et al., 2017). Di samping itu variabel *Financial Literacy* (FLI) mempengaruhi *Innovation* (INN) dengan *p values* sempurna yaitu 0.000.

Pelaku usaha yang mempunyai tingkat literasi keuangan tinggi, akan dapat memahami kondisi keuangan serta mengerti tentang perhitungan laba kotor Perusahaan (Dahmen & Rodríguez, 2014). Selain itu, *Innovation* (INN) juga mempengaruhi *Firm Performance* (FPE) dengan *p values* sempurna 0.000 seperti *Financial Literacy* (FLI). Inovasi memungkinkan orang berinteraksi, mengembangkan strategi inovasi untuk memaksimalkan kinerja perusahaan (Chege et al., 2020).

Inovasi merupakan faktor penentu dan substansial dalam menentukan kinerja dan kesuksesan Perusahaan (Gërguri-Rashiti et al., 2017). Globalisasi mempercepat perkembangan teknologi, dalam hal ini adalah inovasi, memungkinkan pengusaha untuk memberbarui strategi lamanya, agar dapat meningkatkan kinerja usaha mereka. Inovasi yang diciptakan oleh pengusaha, belum tentu sama dengan inovasi yang dihasilkan oleh karyawan. Kolaborasi inovasi tersebut, tentu menghasilkan kekuatan dalam bersaing bagi para UMKM. Perusahaan yang tidak melakukan inovasi dapat dihadapkan pada kinerja yang buruk, bahkan kegagalan (Ratten, 2015; Wilkinson & Thomas, 2014).

Penelitian yang dilakukan pada Perusahaan manufaktur di Turki menunjukkan bahwa perusahaan yang merancang dan menerapkan strategi inovasi, dapat meningkatkan kinerja keuangan bahkan kinerja pertumbuhannya (Karabulut, 2015). *Marketing Communication* memiliki pengaruh terhadap *Innovation* (INN) karena *p values* kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0.007. Komunikasi pemasaran memediasi hubungan antara kemampuan pemasaran dan strategi bersaing (Martin et al., 2020). Pentingnya komunikasi pemasaran dapat bersaing dalam mengembangkan iklan dan promosi yang efektif (Batra & Keller, 2016). Pada akhirnya, komunikasi pemasaran yang berkembang akan sejalan dengan perkembangan dalam mewujudkan kinerja perusahaan yang lebih baik (Batra & Keller, 2016).



Gambar 3. Diagram Jalur Hasil Analisis (Data diolah peneliti)

Sedangkan hasil pengujian Sobel test

Tabel 7
Hasil Pengujian Specific Indirect Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
MCO -> INN -> FPE	0.155	0.157	0.059	2.641	0.009
FLI -> INN -> FPE	0.213	0.224	0.080	2.657	0.008
DCA -> INN -> FPE	-0.015	-0.008	0.043	0.357	0.721

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Innovation* (INN) memediasi *Marketing Communication* (MCO) terhadap *Firm Performance* (FPE), dengan p-value 0.009. *Innovation* (INN) juga memediasi *Financial Literacy* (FLI) terhadap *Firm Performance* (FPE), karena mempunyai p-value 0.008. Akan tetapi *Innovation* (INN) tidak memediasi *Dynamic Capabilities* (DCA) terhadap *Firm Performance* (FPE), karena mempunyai p-value lebih dari 0.005 yaitu bernilai 0.721. Hal tersebut dapat diakibatkan oleh responden yang mengisi kuesioner tersebut belum memahami pentingnya kapabilitas dinamis dalam menunjang kinerja perusahaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan bahasan penelitian di atas, dapat menyimpulkan :

- Hipotesis 1: *Dynamic Capabilities* (DCA) berpengaruh terhadap *Innovation* (INN) adalah **ditolak**. P values = 0.719 menunjukkan bahwa hasil yang tidak signifikan. Hal ini memiliki arti bahwa kenaikan atau penurunan persepsi *Dynamic*

Capabilities (DCA), tidak mempengaruhi kenaikan ataupun penurunan *Innovation* (INN), karena tidak ada pengaruh DCA terhadap INN.

- b) Hipotesis 2: *Financial Literacy* (FLI) berpengaruh terhadap *Innovation* (INN) adalah **diterima** dengan $P\text{ values} = 0.000$. Artinya *Financial Literacy* (FLI) memiliki pengaruh dengan arah positif terhadap *Innovation* (INN). Semakin tinggi atau baik persepsi FLI maka semakin baik pula INN.
- c) Hipotesis 3: *Marketing Communication* (MCO) berpengaruh terhadap *Innovation* (INN) adalah **diterima**. $P\text{ values} = 0.007$ membuktikan bahwa *Marketing Communication* (MCO) memiliki pengaruh terhadap *Innovation* (INN) dengan arah positif. Tingginya persepsi MCO, membuat INN semakin meningkat.
- d) Hipotesis 4: *Innovation* (INN) berpengaruh terhadap *Firm Performance* (FPE) adalah **diterima**. Angka $P\text{ values} = 0.000$ menunjukkan *Innovation* (INN) memiliki pengaruh dengan arah positif, terhadap *Firm Performance* (FPE). Hal ini menunjukkan persepsi INN yang meningkat, akan mengakibatkan FPE yang meningkat.
- e) Hipotesis 5: Pengaruh tidak langsung dari *Dynamic Capabilities* (DCA) dengan *Firm Performance* (FPE) melalui variabel *Innovation* (INN) adalah **ditolak** karena tingkat signifikansinya = 0,721. Hasil membuktikan INN tidak mampu memediasi pengaruh DCA terhadap FPE.
- f) Pada hipotesis 6 terkait adanya pengaruh tidak langsung dari *Financial Literacy* (FLI) dengan *Firm Performance* (FPE) melalui *Innovation* (INN) menunjukkan $p\text{-value} = 0,008$. Pembuktian bahwa INN **mampu** memediasi pengaruh FLI terhadap FPE.
- g) Pengaruh tidak langsung dari *Marketing Communication* (MCO) dengan *Firm Performance* (FPE) melalui variabel *Innovation* (INN) pada hipotesis 7 mempunyai nilai $p\text{-value} = 0,009$. Hipotesis ini **diterima**, artinya pengaruh MCO terhadap FPE dapat dimediasi oleh INN.

Kapabilitas Dinamis sebagai kemampuan penginderaan, perebutan yang didukung keterampilan ternyata tidak mendukung Inovasi, karena UMKM yang mengisi kuesioner tersebut mempunyai gaya kepemimpinan yang kuat. Mereka berasal dari pendiri, dan mempunyai pendekatan kekeluargaan, sehingga inovasi menurut mereka tidak terbentuk dari kapabilitas dinamis. Begitu juga hasil yang diperoleh untuk Inovasi tidak memediasi kapabilitas dinamis terhadap kinerja perusahaan.

Pengusaha UMKM yang mempunyai tingkat Financial Literasi tinggi, akan mampu mengelola pembiayaan, perencanaan bisnis, sehingga kinerja usahanya dapat meningkat. Komunikasi Pemasaran merupakan kemampuan khusus perusahaan untuk bereaksi terhadap Tindakan kompetitif, dalam mengembangkan iklan dan promosi. Oleh sebab itu kemampuan pemasaran mempunyai pengaruh terhadap Inovasi.

Penelitian ini terbatas pada UMKM di Sidoarjo dan Gresik, saran untuk penelitian berikutnya diberikan kepada pelaku UMKM di wilayah lain. Variabel yang diteliti dapat memakai variabel lain yang tidak diteliti saat ini, seperti Modal intelektual atau Gaya Kepemimpinan.

DAFTAR PUSTAKA

- Batra, R., & Keller, K. L. (2016). Integrating Marketing Communications: New Findings, New Lessons, and New Ideas. *Journal of Marketing*, 122–145. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0419>.
- Bayraktaroglu, A. E., Calisir, F., & Baskak, M. (2019). Intellectual capital and firm performance: an extended VAIC model. *Journal of Intellectual Capital*, 20(3), 406–425. <https://doi.org/10.1108/JIC-12-2017-0184>
- Bimantoro, G. B., & Burhanuddin, R. A. (2019). Analisis Strategi Personal Selling Marketing Communication di PT. Infoglobal (Contoh Kasus Produk Pertahanan Markas Besar TNI Angkatan Udara di Jakarta). *Manajemen Bisnis*, 22. <https://ibn.e-journal.id/index.php/ESENSI/article/view/158>
- BPS Kabupaten Gresik. (2022). *Kabupaten Gresik Dalam Angka 2022* (S. Wibowo & Y. Krismaningtyas (eds.)). BPS Kabupaten Gresik.
- BPS Kabupaten Sidoarjo. (2022). *Kabupaten Sidoarjo Dalam Angka 2022*.
- Bresciani, S. (2017). Open, networked and dynamic innovation in the food and beverage industry. *British Food Journal*, 119(11), 2290–2293. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2017-0458>
- Chege, S. M., Wang, D., & Suntur, S. L. (2020). Impact of information technology innovation on firm performance in Kenya. *Information Technology for Development*, 26(2), 316–345. <https://doi.org/10.1080/02681102.2019.1573717>
- Dahmen, P., & Rodríguez, E. (2014). Dahmen 2014. *Financial Literacy and the Success of Small Businesses: An Observation from a Small Business Development Center*, 7(1).
- Dinata, M. P. (2023). *Pandemi Covid-19 Dan Menurunnya Perekonomian Indonesia*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/16064/Pandemi-Covid-19-Dan-Menurunnya-Perekonomian-Indonesia.html>
- Eikelenboom, M., & de Jong, G. (2019). The impact of dynamic capabilities on the sustainability performance of SMEs. *Journal of Cleaner Production*, 235, 1360–1370. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.07.013>
- Fernanda, T. I., Arifin, M., Susilo, U., Yulianti, S. W., & Gebriella, S. (2022). *Tingkat Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri*.
- Finesso, G. M. (2020). *Buruh dan UMKM di Sidoarjo Masih Terpukul Dampak Pandemi*. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2020/07/06/buruh-dan-umkm-di-sidoarjo-masih-terpukul-dampak-pandemi>
- Franceschelli, M. V., Santoro, G., & Candelo, E. (2018). Business model innovation for sustainability: a food start-up case study. *British Food Journal*, 120(10), 2483–2494. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2018-0049>
- Gërguri-Rashiti, S., Ramadani, V., Abazi-Alili, H., Dana, L.-P., & Ratten, V. (2017). innovation and firm performance: the transition economies context. *Thunderbird*

Int.

- Hamdani, Y., & Hatane, S. E. (2017). *Pengaruh Wanita Dewan Direksi terhadap Firm Value melalui Firm Performance sebagai Variabel Intervening*. 5.
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Journal of Education, Psychology and Conseling. Education, Psychology, and Counseling*, 2, 146–153.
- Harry, R. R. (2022). Pengaruh Modal Intelektual dan Pengungkapannya serta Komite Audit terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Diponergoro Journal Of Accounting*, 11, 1–14.
- Hartarto, A. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Hidranto, F. (2022). *Porsi Kredit Diperbesar, Sektor UMKM Segera Naik Kelas*. Indonesia.Go.Id. <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/6721/porsi-kredit-diperbesar-sektor-umkm-segera-naik-kelas?lang=1#:~:text=Data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian,total penyerapan tenaga kerja nasional>.
- Iksan, A. (2020). *Wabah Corona Akibatkan Ribuan Pekerja di Gresik Kena PHK*. Sindonews.Com. <https://daerah.sindonews.com/read/1324/704/wabah-corona-akibatkan-ribuan-pekerja-di-gresik-kena-phk-1586862281>
- Indra, N., H, M. A. N., & Pratama, G. (2021). Implementasi Financial Literacy Dalam Upaya Meningkatkan Financial Performance Pada Keberlangsungan Usaha Koperasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12.
- Ingale, K. K., & Paluri, R. A. (2022). Financial literacy and financial behaviour: a bibliometric analysis. *Review of Behavioral Finance*, 14(1), 130–154. <https://doi.org/10.1108/RBF-06-2020-0141>
- Iqbal, R. M. (2022). *Analisis Transformasi Berbasis Dynamic Capabilities untuk Mendukung Keberlanjutan Usaha*. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/39162/18911069.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Isnan, M. (2023). *Bukan Surabaya, Inilah 5 Urutan Kota Terkaya di Jawa Timur*. Beritajatim.Com.
- Karabulut, A. T. (2015). Effects of Innovation Strategy on Firm Performance: A Study Conducted on Manufacturing Firms in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1338–1347. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.314>
- Kim, J., Kang, S., & Lee, K. H. (2021). Evolution of digital marketing communication: Bibliometric analysis and network visualization from key articles. *Journal of Business Research*, 130(November 2018), 552–563. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.043>
- Martin, S. L., Javalgi, R. (Raj) G., & Ciravegna, L. (2020). Marketing capabilities and

- international new venture performance: The mediation role of marketing communication and the moderation effect of technological turbulence. *Journal of Business Research*, 107(June 2019), 25–37. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.044>
- Nainggolan, E. U. (2022). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Prihastuty, D. R., & Rahayuningsih, S. (2018). *Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)*. 03, 121–134. <https://core.ac.uk/download/pdf/229336143.pdf>
- Ratten, V. (2015). International consumer attitudes toward cloud computing: a social cognitive theory and technology acceptance model perspective. *Thunderbird Int.*, 217–228. <https://doi.org/10.1002/tie.21692>
- Republikjatim.com. (2020). *Mas Iin: Sidoarjo Bisa untuk Mengangkat Potensi 206.475 UMKM Kota Delta*. Republikjatim.Com. <https://republikjatim.com/baca/mas-iin-sidoarjo-bisa-untuk-mengangkat-potensi-206-475-umkm-kota-delta>
- Santoro, G., Vrontis, D., & Pastore, A. (2017). External knowledge sourcing and new product development: Evidence from the Italian food and beverage industry. *British Food Journal*, 119(11), 2373–2387. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2017-0120>
- Sunarto, A. (2020). Pengembangan Sumber Daya Manusia dengan Berbasis Inovasi untuk Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4. <https://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/504>
- Wilkinson, J. T., & Thomas, R. A. (2014). Innovation's second step. *International Business Review*, 273–284. <https://doi.org/10.1002/tie.21621.X>