

MEMBANGUN KINERJA BISNIS UMKM MELALUI EFIKASI DIRI, MODAL PSIKOLOGI DAN LITERASI KEUANGAN

Natoil¹, Fidyah Yuli Ernawati², Arini Novandalina³
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Semarang
zifajaya@gmail.com¹, fidyah@stiesemarang.ac.id²,
arini.novandalina@gmail.com³

Abstract. *This study aims to determine the role of self-efficacy, psychological capital and financial literacy in influencing MSME (Micro, Small, and Medium Enterprise) business performance (study on MSME actors in Pringapus District, Semarang Regency).*

The population in this study were MSME business actors in Pringapus District, Semarang Regency, both women and men. The sample in this study were 90 MSME business actors. The independent variables used in this study are self-efficacy (X1), psychological capital (X2) and financial literacy (X3), while the dependent variable used is business performance (Y1). Hypothesis testing in this study uses multiple regression tools with t-test, F test and coefficient of determination (R2).

Based on the results of respondents' answers with a Likert scale of 1-5 on the self-efficacy variable, the average value = 2.96. on the psychological capital variable shows the average value = 2.98. the financial literacy variable shows the average value = 3.03. And the business performance variable shows the average value = 2.95. Thus in overall in terms of respondents' responses to the business performance of MSMEs in the District of Tenganan, Semarang Regency is quite good.

It can be concluded that based on the results of the study, it is known that self-efficacy, psychological capital and financial literacy have a significant influence on the business performance of MSMEs in Kab. Semarang, so that H1, H2 and H3 are accepted. Suggestions for further researchers are expected to examine other variables that might affect the performance of SMEs. Other variables that might be investigated are internal factors, namely market and marketing, technical production and so on.

Keywords : *Self-Efficacy, Financial Literacy and Psychological Capital*

Abstraksi. *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran efikasi diri, modal psikologis dan literasi keuangan memengaruhi kinerja bisnis UMKM (studi pada pelaku UMKM di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang).*

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang baik itu perempuan maupun laki – laki. Sampel dalam penelitian ini adalah 90 orang pelaku usaha UMKM di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. Variable bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah efikasi diri (X1), modal psikologis (X2) dan literasi keuangan (X3), sedangkan variable terikat yang digunakan adalah kinerja bisnis (Y1). Pengujian hipotesis dalam

penelitian ini menggunakan alat regresi berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil jawaban responden dengan skala likert 1 – 5 pada variabel efikasi diri menunjukkan nilai rata – rata = 2.96. pada variabel modal psikologis menunjukkan nilai rata – rata = 2.98. pada variabel literasi keuangan menunjukkan nilai rata – rata = 3,03. Dan pada variabel kinerja bisnis menunjukkan nilai rata – rata = 2.95. Dengan demikian bahwa secara keseluruhan dalam hal tanggapan responden mengenai kinerja bisnis UMKM di Kecamatan Tengaran Kab. Semarang cukup baik.

Dapat disimpulkan berdasarkan hasil penelitian diketahui efikasi diri, modal psikologis dan literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kab. Semarang, sehingga H_1 , H_2 dan H_3 diterima. Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti variable lain yang mungkin akan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Variable lain yang mungkin bisa diteliti yaitu factor internal yaitu pasar dan pemasaran, teknis produksi dan lain sebagainya

Kata kunci : *Efikasi Diri, Literasi Keuangan dan Psychological Capital*

Pendahuluan

UMKM memiliki kontribusi yang besar, namun masih menyimpan beberapa permasalahan salah satunya adalah keterbatasan sumber daya. Setiap usaha yang didirikan selalu diharapkan memiliki kinerja bisnis yang baik. Kinerja bisnis merupakan suatu hasil dari proses bisnis yang dilakukan UMKM. Mereka menggunakan sumber daya yang dimiliki untuk menghasilkan kinerja bisnis yang baik. Sumber daya yang digunakan seperti modal, peralatan, tenaga, dan lain sebagainya memiliki keterbatasan (Rita & Wahyudi, 2019), sehingga penggunaannya diharapkan bisa efektif dan efisien. Seiring berjalannya waktu, hal ini menuntut UMKM untuk mampu meningkatkan kinerjanya ditengah sumber daya yang terbatas. Kinerja bisnis yang baik dapat diperlihatkan diantaranya dengan tingkat

tingkat profitabilitas yang tinggi, kualitas pelayanan yang baik, peningkatan penyerapan tenaga kerja.

Fenomena dimasyarakat ketika pandemi menunjukkan beberapa bisnis mulai mengurangi jam operasional, bahkan ada beberapa yang tutup. Hal ini merupakan indikasi bahwa kinerja bisnis tidak mampu dipertahankan ketika terjadi pandemi. Oleh karena itu, saat mengetahui faktor – faktor yang memengaruhi kinerja bisnis maka dapat diupayakan untuk meningkatkan faktor – faktor tersebut sehingga kinerja bisnis bangkit.

Efikasi diri merupakan keyakinan individu untuk melakukan tugasnya. Tugas yang dilakukan oleh UMKM adalah melakukan berbagai hal yang berkaitan dengan bisnis. Seperti misalnya pembelian bahan baku, proses pembuatan produk atau

jasa, merekrut pegawai, melayani konsumen, dan lain sebagainya. Kegiatan atau tugas – tugas ini dilakukan oleh UMKM sepanjang melakukan bisnis dan membutuhkan keyakinan untuk melakukannya (Machmud & Ahman, 2019). Hal ini dikarenakan hasil dari kegiatan atau tugas – tugas tersebut akan efektif apabila UMKM memiliki keyakinan bahwa dirinya mampu melakukannya. Semakin pelaku UMKM yakin bisa melakukan tugas dan tanggung jawabnya maka kinerja bisnis dapat semakin meningkat. Oleh karena itu

Ada Faktor lain yang juga dapat memengaruhi kinerja bisnis adalah modal psikologis. Modal psikologis berhubungan dengan persepsi – persepsi yang dibawa oleh pelaku UMKM ketika pertama kali melakukan bisnis hingga pada waktu tertentu). Hal ini berarti pelaku UMKM membawa pemikiran – pemikiran positif atau negatif yang ada didalam pikirannya yang berkaitan dengan bisnis. Pelaku

UMKM yang memiliki modal psikologis yang positif maka bisa dikatakan bahwa dirinya mampu menunjukkan kemampuan maksimal. Oleh karena itu ada kemungkinan bahwa modal psikologis berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

Faktor lain yang juga dapat memengaruhi kinerja bisnis adalah modal psikologis. Modal psikologis berhubungan dengan persepsi – persepsi yang dibawa oleh pelaku UMKM ketika pertama kali melakukan bisnis hingga pada waktu tertentu). Hal ini berarti pelaku UMKM membawa pemikiran – pemikiran positif atau negatif yang ada didalam pikirannya yang berkaitan dengan bisnis. Pelaku UMKM yang memiliki modal psikologis yang positif maka bisa dikatakan bahwa dirinya mampu menunjukkan kemampuan maksimal. Oleh karena itu ada kemungkinan bahwa modal psikologis berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

Kajian Teoritis

1. Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis merupakan suatu pengukuran untuk menilai kesuksesan seseorang atau organisasi. Kinerja bisnis dapat diukur menggunakan rasio keuangan atau secara persepsi. Pelaku UMKM seringkali tidak mencatat laporan keuangan tentunya kinerja bisnis cenderung diukur menggunakan persepsi. Pada pengukuran persepsi cenderung lebih sulit diukur karena pelaku UMKM

menggunakan estimasi yang terkadang tidak konsisten. Oleh sebab itu untuk mengukur kinerja bisnis perlu dilakukan kehati – hatian dalam membuat item pernyataan (Rita & Wahyudi, 2019). Pada penelitian ini indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja bisnis adalah persepsi keuntungan usaha, persepsi kesuksesan pengelolaan produk, persepsi jumlah pembeli, dan

persepsi berkaitan dengan karyawan atau tenaga kerja.

Minuzu (2016) terdapat dua jenis faktor yang mempengaruhi kinerja Bisnis UMKM, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor internal terdiri dari: 1) aspek sumber daya manusia 2) aspek keuangan, 3) aspek teknik produksi atau operasional 4) aspek pemasaran. 5) efikasi diri 6) psychological capital 7) literasi keuangan. Faktor-faktor eksternal terdiri dari: 1) Aspek kebijakan pemerintah 2) Aspek sosial budaya dan ekonomi .

2. Efikasi diri

Efikasi diri merupakan keyakinan individu untuk menyelesaikan tugas yang menjadi tanggung jawab individu tersebut. Pelaku UMKM memiliki tugas untuk bisa mengembangkan usaha dengan baik. Tanggung jawab tersebut seperti misalnya melakukan produksi, merekrut karyawan, memasarkan produk, dan melakukan pengambilan keputusan (Muda et al., 2020). Beberapa tugas tersebut tentunya apabila dilakukan dengan baik akan membuat kinerja bisnis meningkat. Seperti misalnya Ketika UMKM mampu melakukan produksi dengan baik maka kualitas produk akan baik, sehingga penjualan produk tersebut bisa meningkat.

Efikasi diri yang dimiliki individu itu berbeda-beda, dapat dilihat berdasarkan beberapa aspek yang mempunyai implikasi penting pada perilaku. Menurut

Bandura (2017) self-efficacy terdiri dari beberapa indikator, yaitu: Level/magnitude, Aspek ini berkaitan dengan derajat kesulitan tugas ketika individu merasa mampu untuk melakukannya. Apabila individu dihadapkan pada tugas tugas yang disusun menurut tingkat kesulitannya, maka self-efficacy individu mungkin akan terbatas pada tugas-tugas yang mudah, sedang atau bahkan meliputi tugas-tugas yang sulit, sesuai dengan batas kemampuan yang dirasakan untuk memenuhi tuntutan perilaku yang dibutuhkan pada masing-masing tingkat. Aspek ini memiliki implikasi terhadap pemilihan tingkah laku yang akan dicoba atau dihindari. Individu akan mencoba tingkah laku yang dirasa mampu dilakukannya dan menghindari tingkah laku yang berada di luar batas kemampuan yang dirasakannya.

Hubungan self-efficacy dengan kinerja bisnis sering diasumsikan sebagai hubungan yang relatif baik. Namun seorang pengusaha yang memiliki self-efficacy yang rendah, akan mengakibatkan pengaruh yang besar terhadap kinerja bisnisnya tersebut. Self-efficacy yang rendah dapat mengakibatkan individu tersebut semakin mempunyai kepercayaan diri yang rendah terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas dan dapat menurunkan kinerja bisnis.

3. Modal psikologis

Pengambilan keputusan dalam bisnis selalu melibatkan proses berpikir. Individu dikatakan berhasil melakukan pengambilan keputusan apabila disertai dengan tingkat kesadaran melalui proses berpikir yang baik. Salah satu modal yang tepat agar dapat memiliki proses berpikir yang baik adalah modal psikologis (Arrezqi et al., 2020). Modal psikologis merupakan sikap positif individu dalam merespon bebrbagai hal dalam pengambilan keputusan. Individu yang memiliki semangat tinggi, mau berjuang dari awal, hingga memiliki sikap tidak mudah putus asa maka dapat mengelola usahanya dengan baik. Oleh karena itu individu dengan modal psikologis yang semakin positif dapat meningkatkan kinerja bisnis.

Modal psikologis menekankan pada sifat positif dan kekuatan seseorang, dimana peran ini dapat mendorong pertumbuhan dan kinerja seseorang. Modal psikologis membawa kepada kinerja bisnis yang lebih baik dan secara positif mempengaruhi kinerja bisnis. Modal psikologi terbukti memiliki dampak positif pada hasil yang berkaitan dengan kinerja, salah satunya modal psikologis berdampak pada kinerja bisnis yang semakin baik. Variabel modal psikologis memberikan sumbangan efektif sebesar 51,3 % terhadap variabel kinerja bisnis dan sisanya 48,7%

dipengaruhi oleh faktor lain (Kurniadewi, 2016). Selain itu, semakin tinggi modal psikologis maka semakin tinggi kinerja bisnis. Modal psikologis memberikan sumbangan efektif sebesar 30,8% sisanya sebesar 69,2% dipengaruhi oleh faktor lain (Setyanti, 2016).

4. Literasi keuangan

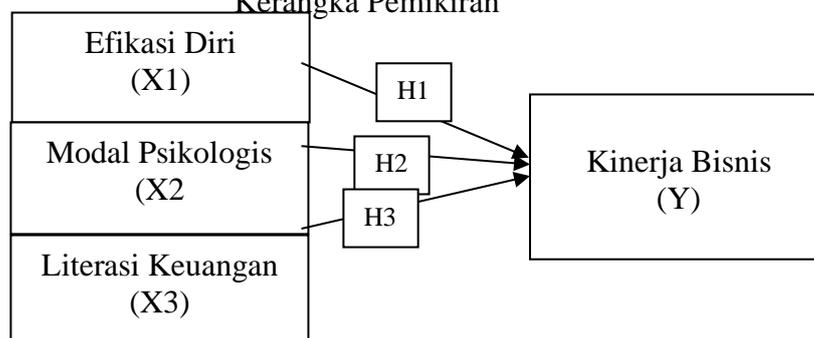
Literasi keuangan merupakan serangkaian pengetahuan dan kemampuan individu berkaitan dengan pengelolaan keuangan. Bisnis memerlukan modal uang, sehingga pelaku UMKM dituntut untuk bisa efisien dan efektif menggunakan uang untuk usaha karena modal uang memiliki keterbatasan (Cicea et al., 2019). Sumber daya yang digunakan sebagai masukan untuk usaha perlu dikelola dengan efisien karena bisa jadi berdampak pada kinerja keuangan dan pada akhirnya dapat memperlemah kinerja bisnis. Pengetahuan individu dalam mengelola keuangan dapat membantu individu dalam memperlakukan uang dengan baik, seperti misalnya mampu memisahkan uang pribadi dengn uang usaha, mampu menyisihkan laba untuk investasi usaha, mampu mendapatkan pendanaan yang murah, mampu membeli bahan baku dengan efisien, dan lain sebagainya.

Penelitian yang disampaikan oleh Rahayu (2017) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan

berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan pemilik atau pengelola usaha maka pemilik usaha akan memiliki kemampuan untuk mengelola bisnisnya secara baik dengan keputusan bisnis dan keuangannya menuju untuk meningkatkan kinerja bisnis. Oleh karena itu, literasi

keuangan sangat diperlukan untuk mengelola sumber dana yang dihasilkan maupun yang dikeluarkan dalam kegiatan unit usaha atau operasional usaha itu sendiri. Dimana, tercapainya pengelolaan keuangan yang baik diperlukan sumber daya manusia yang memahami literasi keuangan yang handal literasi keuangan yang handal.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Metodologi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelaku UMKM di Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang. Kemudian sampel merupakan bagian yang lebih kecil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2008). Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *stratified random sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel dengan mengambil secara random siapa saja yang bisa dijadikan sampel

(Sugiyono, 2008). Oleh karena itu, semua pelaku UMKM di Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang dalam kurun waktu tertentu hingga mencapai jumlah sampel yang cukup adalah sampel penelitian. Sampel dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM di Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang, yang dalam penelitian ini diambil sebanyak 90 pelaku UMKM.

Uji yang digunakan adalah regresi berganda. Agar memenuhi persyaratan BLUE maka dilakukan uji asumsi klasik berupa normalitas, multikolinearitas, heterokedastitas, autokorelasi. Persamaan regresi linear berganda yang digunakan sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Y' = nilai pengaruh yang diprediksikan

a = konstanta atau bilangan harga X = 0
 b = koefisien regresi
 X = nilai variable independen

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah efikasi diri, modal psikologis dan literasi

keuangan. Sedangkan variabel terikatnya adalah kinerja bisnis. Adapun bentuk persamaannya yaitu:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$
 Y = Koefisien kinerja bisnis
 a = Konstanta
 b1 = Koefisien efikasi diri
 b2 = Koefisien modal psikologis
 b3 = Koefisien literasi keuangan
 X1 = Variabel efikasi diri
 X2 = Variabel modal psikologis
 X3 = Variabel literasi keuangan
 e = Standart Error

Untuk menilai ketepatan fungsi regresi menggunakan nilai statistik T, nilai statistik F dan nilai koefisien determinasi. Uji Instrumen dilakukan untuk kriteria validitas dan reabilitas terpenuhi. Pada uji validitas diatas terbukti semua indikator valid. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa

semua indikator merupakan alat ukur yang tepat. Pada uji reabilitas terlihat bahwa semua variabel telah memenuhi kriteria sehingga dapat dinyatakan bahwa semua instrumen secara konsisten mampu mengukur variabel – variabel dalam penelitian ini.

Pembahasan

Persamaan regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui

seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3
Pengujian Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.191	.379		.503	.616		
	X1	.292	.083	.287	3.526	.001	.231	4.320
	X2	.367	.097	.371	3.770	.000	.159	6.301
	X3	.308	.088	.318	3.490	.001	.185	5.408

a. Dependent Variable: Y
 Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Dari tabel 4.12 di atas, didapatkan persamaan garis linier berganda adalah

$$Y = 0.287X_1 + 0.371X_2 + 0.318X_3$$

Berdasarkan persamaan diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik berlabel halal adalah modal psikologis (X2) dengan koefisien regresi sebesar 0.371; selanjutnya variabel literasi keuangan (X3) dengan koefisien regresi sebesar 0.318; dan terakhir variabel efikasi diri (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap keterikatan kerja sebesar 0.287. dilihat dari tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa:

- a. Koefisien regresi variabel efikasi diri terhadap kinerja bisnis UMKM sebesar 0.287 artinya semakin baik efikasi diri seseorang maka semakin baik kinerja bisnisnya.

- b. Koefisien regresi variabel modal psikologi kinerja bisnis UMKM sebesar 0.371 artinya semakin baik modal psikologis yang dimiliki oleh seseorang maka semakin baik kinerja bisnisnya.
- c. Koefisien regresi variabel literasi keuangan terhadap keputusan pembelian kosmetik berlabel halal sebesar 0.318 artinya semakin bagus pemahaman pelaku usaha mengenai literasi keuangan maka semakin baik kinerja bisnisnya.

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model pada variabel bebas (X) dalam menjelaskan variasi variabel terikat

Tabel 4
Output Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.932 ^a	.868	.863	.927	2.154

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Hasil uji regresi dari tabel 4.14 didapatkan angka koefisien determinasi berganda (Adjusted R Square) sebesar 0.932. Hal ini berarti bahwa sebesar 93,2% dapat dijelaskan oleh variabel efikasi diri

(X1), modal psikologis (X2), dan literasi keuangan (X3) dapat menjelaskan kinerja bisnis (Y). Sedangkan sisanya (100% - 93.2% = 6.8%) dijelaskan oleh sebab – sebab yang lain diluar variabel yang diteliti.

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan efikasi diri (X1) terhadap kinerja bisnis UMKM (Y), artinya efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kecamatan

PringapusvKabupaten Semarang.

2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan modal psikologis (X2) terhadap kinerja bisnis (Y), artinya modal psikologis berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di

- Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan literasi keuangan (X3) terhadap kinerja bisnis (Y), artinya literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kecamatan Pringapus Kabupaten Semarang

Daftar Pustaka

- Agusta, A., Wahyudi, S., & Djastuti, I. (2019). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Penerapan SCM Terhadap Kinerja Bisnis UKM Ritel Fashion Jawa Tengah dengan Keunggulan Kompetitif sebagai Variabel Intervening (Studi Pada UKM Ritel Fashion di Jawa Tengah). *Jurnal Bisnis Strategi*, 28(2), 99–109. <https://doi.org/10.14710/jbs.28.2.99-109>
- Alarjani, F. N. F., Anwar, B., Danial Aslam, H., Iqbal, S., & Ayub, A. (2020). A Moderated Mediation Model of Entrepreneurial Self-Efficacy, Institutional Environment, and Entrepreneurial Orientation for SME Development. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 10(3). <https://doi.org/10.1177/2158244020941000>
- Arrezqi, M., Wibowo, B. Y., & Filatrovi, E. W. (2020). Improving The Performance Of Smes In Semarang City In The Pandemic Covid 19. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(03), 179–183. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i03.1273>
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., Bantu, E., & Otto, K. (2018). Psychological capital and entrepreneurial outcomes: the moderating role of social competences of owners of micro-enterprises in East Africa. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0113-7>
- Cicea, C., Popa, I., Marinescu, C., & Ștefan, S. C. (2019). Determinants of SMEs' performance: evidence from European countries. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 32(1), 1602–1620. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1636699>
- Dewi, L., & Christian, S. (2017). The Effect of Entrepreneurial Attitude and Manager's Business Ability on SMEs Organizational Performance. *Journal of Entrepreneur and Entrepreneurship*, 6(1), 13–16.
- Kautsar, A., Asandimitra, N., & Aji, T. S. (2019). Financial Self-Efficacy and Entrepreneurial Leadership on SME Performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(12). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i12/5326>
- Kurniadewi, E. (2016). Psychological Capital dan Workplace Well-Being sebagai Prediktor Bagi Employee Engagement. *Jurnal Psikologi Interaktif*, 4(2), 95–112.
- Machmud, A., & Ahman, E. (2019). Effect of entrepreneur psychological capital and human resources on the performance of the catering industry in indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(1), 1–7.
- Muda, S., Rahman, M. R. C. A., Hamzah, N., & Saleh, N. M. (2020). Intellectual Capital and SMEs' Business Performance from an Organisational Lifecycle Perspective. *The South East Asian Journal of Management*, 14(1).

- <https://doi.org/10.21002/seam.v14i1.11939>
- Mukrodi. (2018). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Kinerja Karyawan Pt Express Kencana Lestari (Express Group) Depok. *Kreatif*, 6(1), 88–94.
- Rita, M. R., & Wahyudi, S.-. (2019). Entrepreneurial finance: financing antecedents and SMEs performance. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 21(3), 303. <https://doi.org/10.14414/jebav.v21i3.1497>
- Satiti, N. R. (2020). Financial Literacy: An Essential In Small Medium Enterprises (Smes) Performance. *Manajemen Bisnis*, 10(2), 51–61. <https://doi.org/10.22219/jmb.v10i2.14825>
- Setyanti, F. (2013). Hubungan Antara Psychological Capital Dengan Work Engagement Pada Karyawan Pt. Bank Mega Regional Area Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(2), 192–202. <https://doi.org/10.14710/jpu.12.2.192-202>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitishn* (Vol. 1). <https://doi.org/10.1155/2014/943713>
- Tjakraatmadja, A. T. N. dan D. H. (2018). Pengaruh Reputasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Produk Kosmetik Di Instagram. *Agora*, 7(1), 1–7.
- S., Owusu-Ansah, W., & Owusu, J. (2021). The Influence of Entrepreneurial Orientation on SMEs Performance in Ghana: The Role of Social Capital and Government Support Policies. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 194 LNNS(2), 1276–1301. https://doi.org/10.1007/978-3-030-69221-6_96