

## Pengaruh Literasi Keuangan Dan Strategi Penetapan Harga Terhadap Kinerja Keuangan Pada UMKM Di Lombok Tengah

Ferawati Azhari\*<sup>1</sup>, Animah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Akuntansi, Universitas Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat

Correspondence: [feraazharr360@gmail.com](mailto:feraazharr360@gmail.com)

Received: 19 Mei 2025 | Revised: 20 Mei 2025 | Accepted: 09 Agustus 2025

**Keywords:** Financial Literacy; Pricing Strategy; Financial Performance

### Abstract

This study was investigate the extent to which financial literacy and pricing strategies impact the financial performance of MSMEs in Central Lombok, focusing on the beauty salon business sector. The method chosen was a number-based approach with data collection through questionnaires filled out by 64 MSMEs in the sector. Information processing was carried out using the Partial Least Squares (PLS) statistical tool through SmartPLS 4 software to test the relationship between the variables studied. The results of the analysis indicate that both financial literacy and pricing strategies play an important role in improving the financial performance of MSMEs. The higher the understanding of business actors regarding financial aspects and the more optimal the pricing strategy used, the better the financial performance achieved. This finding confirms that increasing financial knowledge and implementing appropriate pricing strategies are key elements in driving the competitiveness and sustainability of MSMEs.

**Kata Kunci:** Financial Literacy; Pricing Strategy; Financial Performance

### Abstrak

Studi ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana dampak literasi keuangan dan strategi penetapan harga terhadap performa keuangan UMKM di wilayah Lombok Tengah, dengan fokus pada sektor usaha salon kecantikan. Metode yang dipilih yaitu pendekatan berbasis angka dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang diisi oleh 64 pelaku UMKM di sektor tersebut. Pengolahan informasi dilakukan dengan memanfaatkan alat statistik *Partial Least Squares* (PLS) melalui software SmartPLS 4 guna menguji hubungan antar variabel yang dikaji. Hasil analisis mengindikasikan bahwa baik literasi keuangan maupun strategi penetapan harga sama-sama berperan penting dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Makin tinggi pemahaman pelaku usaha terhadap aspek keuangan dan makin optimal strategi harga yang digunakan, maka makin baik pula kinerja finansial yang dicapai. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan pengetahuan finansial dan penerapan strategi harga yang sesuai merupakan elemen kunci dalam mendorong daya saing dan keberlangsungan UMKM.

## PENDAHULUAN

Peran UMKM sangat vital bagi perkembangan ekonomi nasional, khususnya dalam menyediakan peluang kerja dan menggerakkan roda perekonomian daerah. Namun, kendala dalam manajemen keuangan seringkali menjadi hambatan utama bagi perkembangan dan sustainabilitas usaha mereka Basongan et al. (2023). Di tengah persaingan yang semakin ketat, banyak UMKM di sektor industri kecantikan, khususnya Make Up Artist (MUA), yang juga berjuang untuk mempertahankan eksistensi bisnis mereka. Di Kabupaten Lombok Tengah, permintaan terhadap jasa MUA sangat dipengaruhi oleh budaya lokal, terutama dalam tradisi menarik (pernikahan adat Sasak), yang menjadi ajang utama bagi jasa rias pengantin (Zafirah and Putri, 2022). Namun, meskipun permintaan tinggi, banyak pelaku usaha MUA di Lombok Tengah yang kesulitan dalam mengelola *Financial* mereka dengan baik. Mengacu pada teori *Resource-Based View* adalah sebuah pendekatan yang fokus pada pemanfaatan sumber daya internal perusahaan. Pertumbuhan organisasi bergantung pada ketersediaan serta keterbatasan sumber daya, khususnya yang bersifat manajerial. Dalam perspektif RBV, sumber daya dianggap memiliki peran krusial dalam mendukung perusahaan mencapai performa bisnis yang optimal.

Literasi keuangan yang rendah menjadi faktor utama yang menghambat pengelolaan keuangan yang efektif. Banyak MUA yang belum memahami konsep dasar pengelolaan keuangan, seperti pencatatan transaksi yang akurat, pemisahan keuangan pribadi dan usaha, serta pengelolaan arus kas yang tepat. Hal ini dapat mengarah pada kesalahan pengelolaan dana yang pada gilirannya berdampak negatif terhadap stabilitas finansial perusahaan (Winarto, 2020). Berdasarkan penelitian oleh Alamsyah, (2024) dan Septiani Septiani & Wuryani, (2021), pengetahuan keuangan yang baik dapat mendukung pemilik UMKM dalam manage keuangan dengan lebih efisien dan merencanakan pertumbuhan usaha dengan lebih matang. Sebaliknya, kekurangan *Financial Literacy* dapat menyebabkan kebingungannya dalam mengambil keputusan finansial strategis, termasuk alokasi modal dan pilihan investasi, yang berdampak langsung pada kinerja usaha.

Selain literasi keuangan, pendekatan dalam merumuskan harga merupakan elemen vital dalam mendukung kesuksesan sebuah usaha. Dalam industri jasa, penetapan harga yang tepat tidak hanya mempengaruhi daya saing tetapi juga dapat meningkatkan atau menurunkan profitabilitas usaha. Triyanto, (2023) dan Marheni et al. (2019) menekankan pentingnya penetapan harga yang berdasarkan pada analisis biaya produksi, daya beli konsumen, dan kondisi pasar. Penetapan harga yang tepat dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan menarik lebih banyak pelanggan. Dalam konteks MUA di Lombok Tengah, ketidapahaman terhadap strategi penetapan harga yang tepat sering kali mengarah pada kesulitan untuk bersaing, karena harga yang ditetapkan mungkin tidak sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen ataupun biaya yang dikeluarkan untuk memberikan layanan tersebut.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam mengenai hubungan antara literasi keuangan dan kinerja keuangan. Beberapa penelitian Alamsyah, (2024) dan Septiani & Wuryani, (2021), mengungkapkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM, dengan menunjukkan bahwa pemahaman yang lebih baik tentang keuangan dapat memperbaiki pengelolaan dan perencanaan bisnis. Namun, penelitian lain

Basongan et al. (2023) dan Fitria et al. (2021) menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu berdampak langsung pada kondisi keuangan bisnis, terutama jika pemilik usaha tidak mengimplementasikan pengetahuan yang dimilikinya dalam praktik sehari-hari. Dalam hal ini, beberapa penelitian sebelumnya menemukan hal yang berbeda, sehingga diperlukan konsistensi temuan penelitian yang dapat menjadi rujukan dalam pengambilan keputusan. Melihat pentingnya kedua faktor ini, yakni literasi keuangan dan strategi penetapan harga, studi ini berfokus pada mengkaji lebih dalam pengaruh literasi keuangan dan strategi penetapan harga terhadap kinerja keuangan pada UMKM sektor MUA di Kabupaten Lombok Tengah.

## METODE

Studi ini menitikberatkan pengusaha mikro dan kecil di industri jasa *Make Up Artist (MUA)* di Kabupaten Lombok Tengah. Desain penelitian ini mengadopsi paradigma kuantitatif, dengan mengandalkan sumber data primer. Data ini dihimpun melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku usaha MUA, serta diperkuat dengan wawancara langsung dan observasi di lapangan. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelaku usaha MUA yang berada di wilayah Kabupaten Lombok Tengah, dengan total 89 responden. Desain sampling penelitian ini menerapkan teknik purposive sampling, sebuah pendekatan selektif dengan karakteristik sebagai berikut: (1) usaha telah berjalan minimal satu tahun, (2) memiliki pembukuan keuangan, dan (3) bersedia menjadi bagian dari responden penelitian. Dari hasil seleksi berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh total 64 responden dari pelaku UMKM salon. Sementara itu, 25 pelaku usaha lainnya tidak memenuhi kriteria karena usia usahanya belum mencapai dua tahun, sesuai batasan yang ditentukan oleh peneliti. Penelitian ini mengadopsi pendekatan analitik guna menguji hubungan antar variabel. Tahap pertama melibatkan penerapan *Partial Least Squares* melalui platform SmartPLS 4.0, serta regresi linear berganda untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependend. Pengujian mencakup validitas, reliabilitas, hipotesis, dan determinasi ( $R^2$ ) untuk menilai kekuatan hubungan antar variabel. Menurut Gujarati and Porter, (2015) dan Saputra and Hendri, (2024) berikut merupakan bentuk persamaan umum dalam penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

- Y : Kinerja Keuangan.
- a : Konstanta.
- $\beta$  : Koefisien Regresi.
- X1 : Literasi Keuangan.
- X2 : Strategi Penetapan Harga.
- e : Standart Error.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### HASIL PENELITIAN

#### Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan beberapa salon kecantikan yang beroperasi di Kabupaten Lombok Tengah. Berdasarkan data yang dianalisis, mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin wanita sebesar 95,5%, sedangkan responden laki-laki hanya 4,5%. Dilihat dari umur usaha, mayoritas responden memiliki umur usaha diatas 5 tahun keatas yaitu sebesar 87,50%, diikuti oleh umur usaha 1 tahun (3,13%), umur usaha 1-3 tahun (4,69%) dan umur usaha 3-5 tahun (4,69%). Dari hal pelanggan, responden dengan pelanggan terbesar (43,75%) yang melayani antara 20-50 pelanggan dalam setahun, (28,13%) responden melayani antara 50-100 pelanggan, (26,56%) responden melayani lebih dari 100 pelanggan dan yang melayani kurang dari 20 pelanggan hanya (1,56%). Dari berbagai salon, layanan yang ditawarkan mencakup beberapa jenis usaha, yaitu bridal salon, hair salon, beauty salon, nail salon, *facial* dan lulur badan. Bridal salon merupakan layanan yang paling dominan diantara jenis layanan salon sebanyak (84,8%). Sementara layanan seperti nail, *facial hair* dan lulur badan masih menjadi layanan pelengkap yang ditawarkan oleh sebagian salon.

#### Hasil Uji Validitas

Studi ini mengidentifikasi dua kategori utama *validity test*, yaitu *outer loading* dan *discriminant validity test*. Hasil *outer loading matrix* menunjukkan konsistensi dimana semua indikator pengukuran variabel penelitian mencapai di atas 0,60. Mengacu pada Chin & Marcoulides (1998), suatu uji validitas konvergen dianggap memenuhi kriteria apabila nilai *loading factor* berada dalam rentang 0,50 hingga 0,60. Namun terdapat beberapa indikator yang tidak memenuhi ambang batas lolosnya uji validitas seperti indikator pada literasi keuangan sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel 3 yaitu X1.6 dan X1.7. Selain itu indikator pada variabel strategi penerapan harga yaitu indikator X2.11. Oleh karena itu indikator tersebut dikeluarkan dari model sehingga membentuk nilai *outer loading* baru sebagaimana yang ditampilkan pada tabel 4.

**Tabel 3.** Outer Loading Value

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading.
Literasi Keuangan	X.1_1	0.790
	X.1_2	0.803
	X.1_3	0.899
	X.1_4	0.698
	X.1_5	0.862
	X.1_6	<b>0.442</b>
	X.1_7	<b>0.499</b>
	X.1_8	0.792
	X.1_9	0.842
	X.1_10	0.802
Strategi Penetapan Harga	X.2_1	0.540
	X.2_2	0.809
	X.2_3	0.725
	X.2_4	0.671

	<b>X.2_5</b>	0.743
	<b>X.2_6</b>	0.724
	<b>X.2_7</b>	0.813
	<b>X.2_8</b>	0.743
	<b>X.2_9</b>	0.854
	<b>X.2_10</b>	0.830
	<b>X.2_11</b>	<b>0.289</b>
Kinerja Keuangan	<b>Y.1</b>	0.754
	<b>Y.2</b>	0.875
	<b>Y.3</b>	0.751
	<b>Y.4</b>	0.751
	<b>Y.5</b>	0.850
	<b>Y.6</b>	0.791
	<b>Y.7</b>	0.721
	<b>Y.8</b>	0.762
	<b>Y.9</b>	0.808

Sumber: Output SmartPLS4

Tabel 4 menyajikan hasil *outer loading* setelah pengujian ulang, dengan mengeluarkan indikator bernilai di bawah 0,50. Langkah ini memastikan hanya indikator yang valid secara konvergen digunakan, sehingga menghasilkan model yang lebih kuat dan sesuai kriteria.

**Tabel 4.** Outer Loading Value

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading.	
Literasi Keuangan	<b>X.1_1</b>	0.789	
	<b>X.1_2</b>	0.822	
	<b>X.1_3</b>	0.900	
	<b>X.1_4</b>	0.687	
	<b>X.1_5</b>	0.862	
	<b>X.1_8</b>	0.793	
	<b>X.1_9</b>	0.848	
	<b>X.1_10</b>	0.815	
	Strategi Penetapan Harga	<b>X.2_1</b>	0.545
		<b>X.2_2</b>	0.806
<b>X.2_3</b>		0.724	
<b>X.2_4</b>		0.676	
<b>X.2_5</b>		0.745	
<b>X.2_6</b>		0.722	
<b>X.2_7</b>		0.809	
<b>X.2_8</b>		0.742	
<b>X.2_9</b>		0.856	
<b>X.2_10</b>		0.835	
Kinerja Keuangan	<b>Y.1</b>	0.754	
	<b>Y.2</b>	0.875	
	<b>Y.3</b>	0.751	
	<b>Y.4</b>	0.751	
	<b>Y.5</b>	0.850	
	<b>Y.6</b>	0.791	

Y.7	0.721
Y.8	0.762
Y.9	0.808

Sumber: Output SmartPLS4

**Tabel 5.** Hasil Uji Discriminant Validity

Variabel	Literasi Keuangan	Strategi Penetapan Harga	Literasi Keuangan
Literasi Keuangan	-	-	-
Strategi Penetapan Harga	0.805	-	-
Kinerja Keuangan	0.802	0.821	-

Sumber: Output SmartPLS 4

Berdasarkan hasil uji validitas diskriminan yang dianalisis melalui metode *Heterotrait Monotrait Ratio*, sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 5, penelitian ini mengungkap beberapa temuan kunci, seluruh variabel yaitu literasi keuangan, strategi penetapan harga, dan literasi keuangan memiliki nilai HTMT di bawah 0,90. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah dalam validitas diskriminan, sehingga setiap variabel dalam penelitian dapat dibedakan dengan jelas satu sama lain.

### Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan analisis reliabilitas yang tercantum pada Tabel 6, seluruh variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* di atas >0,70, yaitu 0,928 untuk variabel Literasi Keuangan, 0,912 untuk Strategi Penetapan Harga, dan 0,922 untuk Kinerja Keuangan. Selain itu, hasil *Composite Reliability* juga memenuhi standar yang ditetapkan, dengan nilai sebesar 0,941 untuk Literasi Keuangan, 0,927 untuk strategi penetapan harga, dan 0,936 untuk kinerja keuangan. Mengacu pada Ghozali (2006), suatu konstruk dianggap memiliki reliabilitas dan validitas yang memadai jika nilai *Cronbach's alpha* dan *Composite Reliability* lebih dari >0,70. Berdasarkan serangkaian uji metodologis yang komprehensif, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi standar *Construct Reliability and Validity*, sehingga dapat dipercaya sebagai alat ukur konsep yang dikaji secara akurat dan konsisten.

**Tabel 6.** Hasil Uji Reliability test

Variabel penelitian	Cronbach alpha	Composite reliability test
Literasi Keuangan	0.928	0.941
Strategi Penetapan Harga	0.912	0.927
Kinerja Keuangan	0.922	0.936

Sumber: Output SmartPLS 4

### Hasil Uji Hipotesis

Bagian ini merupakan hasil pengujian hipotesis dan nilai *R-square* dari penelitian ini, yang digunakan untuk menilai hubungan antar variabel serta mengukur sejauh mana kontribusi variabel bebas dapat menjelaskan perubahan pada variabel terikat.

**Tabel 7.** Hasil Uji Hipotesis dan R<sup>2</sup>

Variabel	R-Square (R <sup>2</sup> )	Original Sample (O)	P Values
Literasi Keuangan.	0.532	0.244	0.020
Strategi Penetapan Harga.		0.680	0.000

Sumber: Output SmartPLS 4

Berdasarkan hasil penelitian yang ditampilkan pada Tabel 7, temuan ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan. Hal ini terlihat dari nilai *Original Sample* sebesar 0,244 dan *P-Value* sebesar 0,020, karena berada di bawah ambang batas signifikansi 0,05. Ini menandakan bahwa peningkatan dalam literasi keuangan berbanding lurus dengan peningkatan kinerja keuangan. Selain itu, variabel Strategi Penetapan Harga (X2) juga terbukti memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan. Artinya, mengindikasikan bahwa semakin optimal strategi penetapan harga yang diterapkan, semakin besar kontribusinya terhadap peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Lebih lanjut, analisis *R-Square* menghasilkan nilai 0,532 atau 53,2%, yang mengindikasikan bahwa kombinasi variabel Literasi Keuangan dan Strategi Penetapan Harga mampu menjelaskan 53,2% variasi dalam Kinerja Keuangan. Sementara itu, sisanya 46,8% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pada UMKM Di Lombok Tengah

Studi ini menunjukkan tingkat literasi keuangan memberikan dampak secara positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di wilayah Lombok Tengah. Bukti empiris ditunjukkan oleh nilai *Original Sample* sebesar 0,244 dan Nilai P sebesar 0,020, yang berada di bawah ambang signifikansi 0,05. Artinya, semakin baik pemahaman keuangan yang dimiliki oleh pelaku UMKM, maka semakin meningkat pula performa keuangan usaha yang dijalankan. Literasi keuangan sendiri dalam konteks ini mengacu pada kapasitas individu dalam memahami dan mengelola aspek keuangan, seperti pencatatan transaksi, penyusunan anggaran, pengelolaan modal usaha, serta pengambilan keputusan yang berkaitan dengan investasi. Dalam lingkup UMKM, pemahaman finansial yang memadai memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola sumber daya secara efektif, meminimalkan kesalahan dalam pengambilan keputusan manajerial, dan memperkuat ketahanan bisnis dalam menghadapi dinamika ekonomi yang fluktuatif.

Dalam konteks ini, literasi keuangan mencakup beberapa aspek utama, yaitu pengetahuan umum mengenai pengelolaan keuangan, pengelolaan kredit dan sikap keuangan (Setiani *et al.*, 2024). Pengetahuan umum mengenai pengelolaan keuangan membantu pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan keuangan yang lebih sistematis, perencanaan anggaran, serta pengelolaan modal usaha secara efektif. Hasil penelitian ini juga mendukung teori

*Resource Based View* (RBV), literasi keuangan berfungsi sebagai kapabilitas yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas, sehingga mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Literasi keuangan berkontribusi besar dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Pelaku UMKM telah memiliki pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan, termasuk syarat mendapatkan modal usaha, manfaat menabung, serta transaksi ekonomi dan praktik keuangan yang relevan (Alamsyah, 2024) dan (Septiani and Wuryani, 2021). Jika literasi keuangan diterapkan secara maksimal dapat meningkatkan keberlangsungan usaha dan kinerja keuangan secara keseluruhan, tidak hanya sebatas pemahaman konsep dasar seperti pencatatan keuangan, perencanaan anggaran, dan pengelolaan arus kas, tetapi juga penerapan yang konsisten dalam operasional usaha (Yunus *et al.*, 2022). Hasil temuan di lapangan bahwa pemilik usaha menyadari pentingnya literasi keuangan untuk menghindari kerugian dan mengoptimalkan penggunaan dana untuk keperluan produktif, sehingga kinerja keuangan usaha dapat meningkat.

### **Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Lombok Tengah**

Temuan studi ini menegaskan bahwa strategi penetapan harga memiliki pengaruh yang signifikan dan bersifat positif terhadap kinerja keuangan UMKM di Lombok Tengah. Hal ini dibuktikan dengan nilai Original Sample yaitu 0,680 dan tingkat nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berada di bawah ambang batas  $<0,05$ . Dengan demikian semakin baik strategi penetapan harga yang diterapkan oleh UMKM, semakin besar dampaknya terhadap peningkatan kinerja keuangan mereka. Strategi penetapan harga dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek utama, yaitu persaingan, preferensi pelanggan, permintaan dan penawaran, biaya, serta upaya untuk memaksimalkan keuntungan (Kawira, 2021). Persaingan di industri kecantikan khususnya salon, persaingan semakin intens karena banyaknya penyedia jasa serupa. Oleh sebab itu, UMKM dituntut untuk menentukan harga yang mampu bersaing di pasar agar konsisten bagi pelanggan, tanpa mengorbankan profitabilitas usaha. Preferensi pelanggan berperan penting dalam penetapan harga, karena konsumen cenderung memilih layanan dengan kualitas terbaik sesuai dengan harga yang dianggap wajar.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan kerangka teori *Resource Based View* (RBV), strategi penetapan harga ini menjadi sumber daya yang berharga karena mempengaruhi posisi bisnis di pasar dan meminimalkan risiko kegagalan akibat penetapan harga tidak tepat. Perencanaan keuangan yang efektif, pemanfaatan teknologi dan informasi terbaru, serta pencatatan keuangan yang rapi menjadi faktor penting bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan dan memperbaiki performa usaha mereka (Triyanto, 2023) dan (Marheni, 2019). **Strategi penetapan harga** memainkan peran penting dalam menentukan keberlanjutan dan daya saing usaha. Penentuan harga yang efektif berpotensi meningkatkan posisi kompetitif produk di pasar, meningkatkan margin keuntungan, serta memperkuat posisi bisnis dalam menghadapi persaingan. Jika harga terlalu tinggi, konsumen cenderung mencari alternatif dari pesaing, sementara jika terlalu rendah, pelaku usaha mungkin kesulitan menutupi biaya operasional dan memperoleh keuntungan yang optimal.

Dalam praktiknya, UMKM di Lombok Tengah perlu menerapkan strategi penetapan harga sesuai dengan kondisi pasar dan karakteristik pelanggan. Beberapa pendekatan dapat

digunakan antara lain *cost-plus pricing* (penetapan harga berbasis biaya produksi), *value-based pricing* (berdasarkan persepsi nilai yang dirasakan pelanggan), dan *competitive pricing* (mengacu pada harga yang ditawarkan pesaing). *Cost-Plus Pricing* menghitung total biaya produksi yang mencakup bahan baku, tenaga kerja, serta biaya overhead kemudian ditambahkan margin keuntungan sesuai target perusahaan (Amelia, 2024). Dalam usaha salon, strategi *cost-plus pricing* dapat diterapkan dengan mempertimbangkan semua biaya operasional, termasuk biaya bahan baku (seperti kosmetik, *scincare* dan alat rias), tenaga kerja (gaji karyawan), serta biaya overhead seperti sewa tempat, listrik, dan transportasi.

*Value-Based Pricing* menetapkan harga berdasarkan nilai yang dirasakan pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Sahril, 2024). Salon yang menawarkan makeup premium untuk acara merarik (pernikahan) atau perawatan eksklusif dengan produk berkualitas tinggi dapat menetapkan harga lebih tinggi karena pelanggan menghargai kualitas dan pengalaman yang lebih baik. Faktor seperti penggunaan produk premium, teknis riasan modern, dan layanan home service meningkatkan nilai layanan, membuat pelanggan bersedia membayar lebih untuk kepuasan yang maksimal. *Competitive pricing* (penetapan harga berdasarkan persaingan) dapat menjadi strategi dalam menetapkan harga dibawah pesaing untuk menarik pelanggan, sejajar dengan pesaing untuk mempertahankan daya saing, atau di atas pesaing dengan menawarkan nilai tambah seperti layanan produk premium (Amelia and Riofita, 2024).

## KESIMPULAN

Temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa baik literasi keuangan maupun strategi penetapan harga memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap peningkatan kinerja finansial UMKM di Lombok Tengah, terutama yang bergerak di sektor kecantikan seperti *Make Up Artist (MUA)*. Dalam hal ini, kemampuan dalam literasi keuangan dan strategi harga merupakan aset yang bernilai, langka, sulit ditiru, serta tidak mudah digantikan, sehingga mampu memberikan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Peningkatan pemahaman finansial memungkinkan pelaku usaha salon untuk mengelola keuangannya dengan lebih efisien termasuk dalam pencatatan keuangan, penyusunan anggaran, pengelolaan modal, dan pengambilan keputusan investasi yang tepat. Kemampuan ini berdampak langsung pada peningkatan kinerja keuangan, karena memungkinkan pelaku UMKM untuk menggunakan sumber daya secara optimal serta menghindari kesalahan dalam pengelolaan usaha.

Selain itu, strategi penetapan harga juga terbukti memainkan peran signifikan dalam mendorong kinerja keuangan UMKM. Implementasi harga yang sesuai memungkinkan memungkinkan produk memiliki posisi yang lebih kompetitif di pasar, memperoleh margin keuntungan optimal, dan mempertahankan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Strategi seperti *cost-based pricing* dapat membantu pelaku UMKM dalam menentukan harga yang sesuai dengan kondisi pasar dan preferensi konsumen. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan dan strategi penetapan harga merupakan dua faktor utama dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKMdalam bidang usaha salon di Lombok Tengah. Oleh karena itu, peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam

aspek keuangan dan strategi harga sangat diperlukan untuk mendukung pertumbuhan dan daya saing usaha mereka.

## DAFTAR RUJUKAN

- Amelia, D., & Riofita, H. (2024). Strategi Pemasaran Produk dengan Branding, Penentuan Harga, dan Studi Kasusnya. *Esensi Pendidikan Inspiratif*, 6(2), 192–205.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(4), 425–430. <https://doi.org/10.1007/s10006-013-0431-4>
- Ayuningtyas, M, N. (2019). Analisa Penetapan Harga Jual Jasa Make Up Artist (Mua) Di Surabaya (Studi Kasus Pada Ristya Stefanie Make Up & Wedding Design. *Jurnal Bisnis Terapan*, 17–64.
- Basongan, Y., Pali, E., & Ronal, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kualitas Manajemen Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pada UMKM Salon Di Toraja Utara. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(3), 333–355. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i3.3403>
- Chaidir, T., Suprapti, I. A. P., Arini, G. A., & Ismiwati, B. (2020). Determinan Literasi Keuangan pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Mataram. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v2i1.15>
- Egi Marta Lilian, Ariani, M., & Hariadi, S. (2021). PENGARUH KUALITAS PENERAPAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN BANK DEvisa PERIODE 2015 – 2019. *Ekonomi Dan Bisnis Vol. 25, No. 1, Juni 2021*, 25(1), 11.
- Fidelia Hartato, S. E. H. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, orientasi pasar, dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3, 980–989.
- Fitria, I., Soejono, F., & Tyra, M. J. (2021). Literasi keuangan, sikap keuangan dan perilaku keuangan dan kinerja UMKM. *Business and Banking*, 11(1), 1–15. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2496>
- Guntur, G. (2024). ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PENETAPAN HARGA JASA MAKE UP ART (MUA) DI SALON TINA PANGKAJENE SIDRAP. 15(1), 40–50.
- Ingkiriwang, P. A. R., Saerang, I. S., Untu, V. N., Literasi, P., Dan, K., Keuangan, I., Kinerja, T., Ingkiriwang, P. A. R., Saerang, I. S., & Untu, V. N. (2025). THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL INCLUSION ON FINANCIAL *Jurnal EMBA Vol. 13, No. 1 Januari 2025, Hal. 241-251*. 13(1), 241–251.
- Ismail, W. (2024). Pengaruh Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Ternate. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIaKu)*, 3(3), 252–264. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v3i3.6456>
- Kawira, K. D. (2021). The Effect of Pricing Strategy on the Performance of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Kenya. *Journal of Entrepreneurship & Project Management*, 5(1), 29–44. <https://stratfordjournals.org/journals/index.php/journal-of->

entrepreneurship-proj/article/view/678

- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1), 1–8. <https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5>
- Marheni, I. K. D., Yasa, I. N. P., & Sujana, I. E. (2019). Pengaruh kreatifitas inovasi, penetapan harga jual, dan kualitas laporan keuangan terhadap kinerja keuangan perusahaan property kecamatan buleleng. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 10(2), 110–120.
- Mentari, L. (2019). Analisis Penentuan Harga Jual Dengan Menggunakan Metode Cost Plus Pricing Pada Umkm Kacang Sembunyi Pak Mulyatno. *Jurnal Akuntansi Biaya*, 1–7.
- Muh. Fuad Alamsyah, Nurhayati Oliy , Eka Zahra Solikahan, A. R. D. (2024). Pengaruh Inklusi Keuangan, Literasi Keuangan Dan Kualitas Manajemen Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Pada UMKM Warkop. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 673–684. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/6941>
- Nasution, A. W., & Nasution, A. W. (2019). Analisis Faktor Kesadaran Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Keuangan Dan Perbankan Syariah. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 40. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i1.4258>
- Ningtyas, M. N. (2019). Literasi Keuangan pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 20–27. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.111>
- Nopiyani, P. E., & Indiani, P. R. (2023). Pengaruh Sikap Keuangan, Perilaku Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Pada Pemdes Ambengan. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 6(3), 411–418.
- Noviasari, E., & Alamsyah, R. (2020). Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(1), 17–26. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i1.287>
- Octavina, L. A. . & R. M. R. (2021). (2021). Digitalisasi UMKM Literasi Keuangan dan. *Journal of Business and Banking*, 11, 73–92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>
- P.R.R, A., & Triyanto, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Inovasi Produk, Dan Harga Terhadap Kinerja Keuangan. *Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 92–105.
- Purwidiyanti, W., & Tubastuvi, N. (2019). The Effect of Financial Literacy and Financial Experience on SME Financial Behavior in Indonesia. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1), 40–45. <https://doi.org/10.15294/jdm.v10i1.16937>
- Sahril, M., Riofita, H., Islam, U., Sultan, N., & Kasim, S. (2024). ANALISIS STRATEGI PENENTUAN HARGA JASA TENAGA PENDIDIK. 8(11), 247–252.
- Septiani, R. N., & Wuryani. (2021). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI SIDOARJO. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 8, 2020 : 3214-3236, 27(2), 635–637.
- Setiani, D., Pratiwi, Y. I., & Komara, A. (2024). Financial Behavior Mediates Financial Literacy And Inclusion On The Performance Of Cirebon City MSMEs. *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences (IJHESS) E-ISSN*, 4(1), 2808–1765. <https://ijhess.com/index.php/ijhess/>
- Setiawan, B., & Saputra, T. S. (2021). Literasi Keuangan Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan

Menengah (Umkm) Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 4(2), 70–75. <https://doi.org/10.36982/jam.v4i2.1258>

Winarto, W. W. A. (2020). Pengaruh Knowledge Management Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm Dengan Kompetensi Sebagai Variabel Moderasi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 3(2), 141–157. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v3i2.5052>

Yunus, M. H., Mahfudnurnajamuddin, Semmaila, B., & Dewi, R. (2022). Pengaruh Risiko Bisnis, Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan dan Keberlangsungan Usaha pada Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Palopo. *Journal of Management Science (JMS)*, 3(2), 168–199.

Zafirah, A. F., & Putri, R. L. (2022). ANALISIS PENENTUAN HARGA JUAL JASA MAKE UP DAN HAIRDO MENGGUNAKAN MODEL COST PLUS PRICING (Studi Kasus Pada Salon Ima Skincare dan Make Up Desa Kenongo Kecamatan Wlingi Kabupaten Blitar). *Jca (Jurnal Cendekia Akuntansi)*, 2(2), 57. <https://doi.org/10.32503/akuntansi.v2i2.2282>