JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN UNIVERSITAS JAMBI
Vol. 10 No. 01 Januari - Maret: 115-125
e-ISSN 2460-6235
p-ISSN 2715-5722
https://online-journal.unja.ac.id/jaku

Strategies for Jambi Culinary MSMEs to Survive in the Digital Era: The Influence of Financial Literacy and E-Commerce

Strategi UMKM Kuliner Jambi Bertahan di Era Digital: Pengaruh Literasi Keuangan dan E-Commerce

Oleh:

Heriyani[1)], Scheilla Aprilia Murnidayanti[2)], Dios Nugraha Putra[3)], Primadi Prasetio[4)], Dahlia[5)]

[1)]Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, Jambi, Indonesia
Email : heriyani@unja.ac.id [1*)], scheilla.aprilia@unja.ac.id[2)], diosnugraha@unja.ac.id[3)], primadi.prasetio@unja.ac.id[4)], dahlia81@unja.ac.id [5)]

RIWAYAT ARTIKEL:

Artikel Masuk: 22 Juni 2025

Artikel Diterima: 23 Juli 2025

ABSTRACT

This study aims to determine the extent to which financial literacy and e-commerce utilization influence the sustainability of culinary MSMEs in Jambi City. The research question addressed is whether financial literacy and e-commerce individually and jointly have a significant impact on business sustainability. A quantitative approach was employed through survey methods involving 100 culinary MSME respondents. Data were analyzed using multiple linear regression, preceded by validity, reliability, and classical assumption tests to ensure data quality. The results indicate that financial literacy and E-Commerce has a positive and significant effect on MSME sustainability. These findings highlight the crucial role of improving financial literacy and adopting digital technology in supporting the growth and resilience of MSMEs in the era of digital transformation. The impact of this research is expected to provide a basis for the formulation of MSME development strategies by local governments and related institutions, as well as to encourage business actors to become more adaptive to technological changes and effective financial management.

Keywords: *financial literacy, e-commerce, sustainability, culinary MSMEs, digital transformation*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana literasi keuangan dan pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM kuliner di Kota Jambi. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah apakah literasi keuangan dan *e-commerce* secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pelaku UMKM kuliner. Data dianalisis menggunakan uji regresi linear berganda, dimulai dengan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik untuk memastikan kualitas data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM kuliner. Temuan ini memperkuat pentingnya peningkatan literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung pertumbuhan dan daya tahan UMKM di era transformasi digital. Dampak penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar perumusan strategi pengembangan UMKM oleh pemerintah daerah dan instansi terkait, serta mendorong pelaku usaha untuk lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan pengelolaan keuangan yang efektif.

Kata kunci: literasi keuangan, *e-commerce*, keberlanjutan, UMKM kuliner, transformasi digital

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat vital dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM menyumbang sebagian besar Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 99% pelaku usaha di Indonesia merupakan UMKM. Di tengah tantangan perekonomian yang fluktuatif, UMKM terbukti memiliki daya tahan yang kuat dan adaptif terhadap berbagai situasi, termasuk krisis ekonomi dan pandemi global. Namun demikian, keberlanjutan usaha *(business sustainability)* UMKM masih menjadi tantangan tersendiri, terutama pada sektor makanan dan minuman (kuliner), yang merupakan subsektor dengan pertumbuhan pesat namun rentan terhadap dinamika pasar (Winarno & Wibowo, 2021).

Di Kota Jambi, UMKM kuliner berkembang dengan pesat dan menjadi salah satu penopang ekonomi lokal. Keberadaan UMKM kuliner tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga memperkaya ragam budaya dan identitas kuliner daerah. Meski demikian, banyak pelaku UMKM kuliner yang menghadapi kendala dalam mempertahankan kelangsungan usahanya. Permasalahan yang sering muncul meliputi keterbatasan dalam pengelolaan keuangan, kurangnya pemahaman terhadap strategi pemasaran modern, serta kesulitan dalam memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu, penting untuk menelusuri faktor-faktor yang dapat meningkatkan daya tahan dan keberlanjutan usaha UMKM kuliner di era digital ini.

Table 1. Jumlah UMKM Kota Jambi Tahun 2019-2022

No.	Tahun	Jumlah UMKM
1	2019	11.143
2	2020	10.763
3	2021	47.813
4	2022	50.747

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi, 2023

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi (2023), jumlah UMKM di Provinsi Jambi mengalami fluktuasi signifikan selama periode 2019 hingga 2022. Pada tahun 2019 tercatat sebanyak 11.143 UMKM, sedikit menurun menjadi 10.763 pada tahun 2020 yang kemungkinan dipengaruhi oleh dampak pandemi COVID-19. Namun, pada tahun 2021 dan 2022 terjadi lonjakan drastis, dengan jumlah UMKM meningkat menjadi 47.813 dan 50.747 unit. Peningkatan tajam ini menunjukkan tingginya semangat kewirausahaan masyarakat, namun juga mengindikasikan kebutuhan akan pembinaan, literasi keuangan, dan pemanfaatan teknologi digital agar usaha-usaha tersebut dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan dan ketidakpastian ekonomi.

Salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan UMKM adalah literasi keuangan. Literasi keuangan mencakup pemahaman individu terhadap konsep dasar keuangan seperti pengelolaan kas, pembukuan, perencanaan keuangan, pinjaman, investasi, dan manajemen risiko (Chen & Volpe, 1998). Pelaku UMKM yang memiliki literasi keuangan yang baik akan lebih mampu mengelola arus kas, menentukan harga jual yang tepat, mengendalikan biaya produksi, serta membuat keputusan investasi yang cermat. Studi oleh Lusardi dan Mitchell (2014) menegaskan bahwa literasi keuangan memiliki dampak signifikan terhadap kualitas pengambilan keputusan ekonomi, terutama di kalangan pelaku usaha kecil.

Selain literasi keuangan, adopsi teknologi digital seperti *e-commerce* juga berperan besar dalam memperkuat keberlanjutan usaha. *E-commerce* atau perdagangan elektronik memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengurangi ketergantungan pada toko fisik. Menurut Laudon dan Traver (2016), *e-commerce* memungkinkan pertukaran barang dan informasi secara digital, yang sangat mendukung efisiensi dan ekspansi pasar. Pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan *e-commerce* akan memiliki daya saing yang lebih tinggi serta dapat merespon permintaan pasar secara lebih fleksibel. Dalam konteks UMKM kuliner, *e-commerce* memungkinkan pelaku usaha menjual produk makanan melalui platform seperti *GoFood, GrabFood, ShopeeFood*, serta promosi melalui *Instagram* dan *WhatsApp Business* (Rizkia et al., 2022).

Namun demikian, literasi digital dan kesiapan teknologi di kalangan pelaku UMKM masih menjadi tantangan. Banyak pelaku UMKM kuliner yang belum memahami sepenuhnya bagaimana mengoperasikan akun penjual di *marketplace*, melakukan pemasaran digital, atau

mengelola transaksi secara daring. Penelitian oleh Rahayu & Day (2017) menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman terhadap teknologi menjadi salah satu penghambat utama dalam transformasi digital UMKM di Indonesia. Oleh karena itu, sinergi antara peningkatan literasi keuangan dan adopsi *e-commerce* menjadi penting untuk membangun UMKM yang tangguh dan berkelanjutan.

Keberlanjutan usaha *(business sustainability)* tidak hanya merujuk pada keberlangsungan operasional jangka pendek, tetapi juga mencakup aspek pertumbuhan usaha, kontribusi sosial, dan tanggung jawab lingkungan. UMKM yang berkelanjutan akan mampu bertahan dalam tekanan persaingan, memenuhi harapan konsumen, dan beradaptasi dengan perubahan eksternal (Elkington, 1997). Dalam penelitian ini, keberlanjutan usaha dilihat dari perspektif pelaku UMKM kuliner, termasuk kemampuan bertahan, meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan menciptakan nilai tambah secara konsisten.

Penelitian ini menjadi relevan mengingat masih minimnya kajian empiris yang menghubungkan antara literasi keuangan dan pemanfaatan *e-commerce* terhadap keberlanjutan UMKM, khususnya di sektor kuliner dan di wilayah Kota Jambi. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak membahas literasi keuangan terhadap kinerja keuangan (Nababan & Sadalia, 2013) atau adopsi teknologi terhadap efisiensi operasional (Putra & Arief, 2021), namun belum secara komprehensif mengkaji hubungan kedua variabel tersebut terhadap business sustainability secara bersamaan. Penelitian ini menawarkan kebaruan karena menyatukan dua aspek penting, yaitu literasi keuangan dan pemanfaatan *e-commerce*, sebagai faktor simultan yang memengaruhi keberlanjutan UMKM kuliner di wilayah yang belum banyak dikaji, yakni Kota Jambi. Kajian ini memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pemberdayaan UMKM berbasis literasi dan digitalisasi, sebagai respons terhadap tantangan era ekonomi digital.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1 Teori Literasi Keuangan

Literasi keuangan (*financial literacy*) adalah kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan berbagai konsep keuangan dalam kehidupan sehari-hari serta dalam pengambilan keputusan bisnis. Menurut Chen dan Volpe (1998), literasi keuangan mencakup pemahaman tentang pengelolaan utang, tabungan, investasi, dan manajemen risiko. Dalam konteks UMKM, literasi keuangan penting untuk mengelola keuangan usaha secara efisien, mulai dari pencatatan, perencanaan keuangan, hingga penggunaan kredit atau modal kerja.

Teori perilaku keuangan *(behavioral finance theory)* juga menjelaskan bahwa keputusan keuangan pelaku usaha sering kali dipengaruhi oleh persepsi, sikap, dan pengalaman pribadi. Oleh karena itu, pelaku UMKM yang memiliki literasi keuangan yang baik akan mampu mengambil keputusan usaha yang lebih rasional dan berkelanjutan. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan positif terhadap kinerja keuangan dan pertumbuhan usaha mikro (Lusardi & Mitchell, 2014).

Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan yang berkaitan dengan keuangan secara bijaksana. Chen dan Volpe (1998) menyatakan bahwa literasi keuangan meliputi empat komponen utama, yaitu: pengetahuan dasar keuangan, pengelolaan utang, investasi dan tabungan, serta manajemen risiko. Dalam konteks UMKM, literasi keuangan membantu pelaku usaha dalam mengatur arus kas, membuat perencanaan usaha, menghitung harga pokok penjualan, dan mengelola modal usaha.

2.2 Teori *E-Commerce*

E-commerce adalah transaksi jual beli barang atau jasa melalui jaringan internet. Menurut Laudon dan Traver (2016), *e-commerce* memfasilitasi pertukaran informasi, produk, dan layanan secara digital, yang menjadikan transaksi lebih cepat, efisien, dan menjangkau pasar yang lebih luas. UMKM yang memanfaatkan *e-commerce* memiliki peluang untuk meningkatkan volume penjualan, efisiensi biaya operasional, serta memperluas jaringan pemasaran.

Adopsi *e-commerce* dalam UMKM dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menyatakan bahwa penerimaan teknologi ditentukan oleh persepsi kemudahan penggunaan *(perceived ease of use)* dan persepsi manfaat *(perceived usefulness).* Jika pelaku UMKM merasa *e-commerce* mudah dioperasikan dan bermanfaat

dalam meningkatkan usaha, maka mereka cenderung mengadopsinya sebagai bagian dari strategi bisnis.

2.3 Teori Keberlanjutan Usaha *(Business Sustainability)*

Business sustainability mengacu pada kemampuan suatu usaha untuk bertahan dan tumbuh dalam jangka panjang dengan tetap mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. *Teori triple bottom line* (Elkington, 1997) menekankan bahwa keberlanjutan harus mencakup tiga dimensi: *profit* (keuntungan ekonomi), *people* (tanggung jawab sosial), dan *planet* (kesadaran lingkungan).

Bagi UMKM kuliner, keberlanjutan tidak hanya berarti kelangsungan usaha dari sisi finansial, tetapi juga kemampuan dalam mempertahankan pelanggan, memperbaiki kualitas produk, dan menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi serta regulasi pemerintah. Dengan meningkatnya persaingan dan perubahan perilaku konsumen, keberlanjutan usaha hanya dapat dicapai jika pelaku usaha memiliki kecakapan dalam mengelola keuangan dan mampu

2.4 Hubungan Antara Literasi Keuangan, *E-Commerce*, dan Keberlanjutan Usaha (*Business Sustainability)*

Beberapa studi empiris telah menunjukkan hubungan positif antara literasi keuangan dan keberlanjutan usaha (Rizkia et al., 2022), serta antara pemanfaatan *e-commerce* dan pertumbuhan UMKM (Hutomo, 2020). Literasi keuangan membantu pelaku UMKM dalam mengelola modal, melakukan evaluasi kinerja usaha, dan merancang strategi pengembangan usaha. Sementara itu, *e-commerce* memperluas jangkauan pasar, menekan biaya pemasaran, dan meningkatkan daya saing produk di pasar digital.

Dengan demikian, kedua faktor ini saling melengkapi dan memiliki peran yang strategis dalam menciptakan UMKM yang tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara empiris bagaimana interaksi antara literasi keuangan dan *e-commerce* memengaruhi keberlanjutan UMKM, khususnya di sektor kuliner di Kota Jambi yang memiliki potensi besar namun masih menghadapi tantangan struktural dan teknis. Maka dari penjelasan diatas dapat dihasilkan hipotesis sebagai berikut :

Hipotesis 1 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM.

Hipotesis 2 : *E-commerce* berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM .

Hipotesis 3 : Literasi keuangan dan *E-Commerce* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM kuliner.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel independen (literasi keuangan dan *e-commerce*) terhadap variabel dependen (keberlanjutan UMKM kuliner). Pendekatan ini digunakan karena penelitian ingin menguji hubungan antar variabel yang telah dirumuskan dalam hipotesis.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM kuliner yang aktif di Kota Jambi. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut:

- UMKM kuliner yang telah beroperasi minimal 2 tahun,
- Pelaku usaha memiliki akses terhadap internet dan alat digital,
- Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap.

Jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 pelaku UMKM, yang dianggap cukup untuk dianalisis menggunakan regresi linier berganda pada aplikasi SPSS.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert 1–5, di mana:

- Skor 1 = Sangat tidak setuju,
- Skor 2 = Tidak setuju,
- Skor 3 = Netral
- Skor 4= Setuju
- Skor 5 = Sangat setuju.

Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian dan telah melalui uji validitas.

3.4 Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Tabel 2. Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Sumber
Literasi Keuangan (X1)	1. Pengetahuan dasar keuangan 2. Pengeloaan kas 3. Penggunaan kredit/usaha 4. Perencanaan dan investasi	Chen & Volpe (1998), Lusardi & Mitchell (2014)
E-Commerce (X2)	1. Kemudahan penggunaan platform 2. Pemanfaatan media sosial/marketplace 3. Efisiensi waktu dan biaya 4. Jangkauan pelanggan	Davis (1989), Laudon & Traver (2016)
Keberlanjutan Usaha (X3)	**1.** Stabilitas usaha **2.** Peningkatan penjualan **3.** Adaptasi terhadap pasar **4.** Daya saing usaha	Elkington (1997), Rahayu (2013)

3.5 Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan SPSS versi 28 dengan tahapan sebagai berikut:

3.5.1 Analisis Deskriptif

Untuk menggambarkan profil responden dan distribusi skor setiap variabel, digunakan:

- Nilai rata-rata (mean),
- Simpangan baku,
- Minimum dan maksimum,
- Distribusi frekuensi.

3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

- Uji validitas menggunakan korelasi Pearson antara skor item dengan total skor.
- Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha (nilai ≥ 0.70 dianggap reliabel).

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

- Normalitas: Menggunakan Kolmogorov–Smirnov.
- Multikolinearitas: Melalui nilai VIF (<10) dan Tolerance (>0.1).
- Homoskedastisitas: Dengan melihat pola pada scatterplot residual.

3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y=\beta0+\beta1X1+\beta2X2+\varepsilon$$

Di mana:

- Y = Keberlanjutan Usaha
- X_1 = Literasi Keuangan
- X_2 = *E-Commerce*
- e = Error
- β_o = Konstanta
- β_1, β_2 = Koefisien regresi

3.5.4 Uji F dan Uji t

- Uji t digunakan untuk menguji hipotesis ke-1 dan ke-2 (pengaruh parsial)
- Uji F digunakan untuk menguji hipotesis ke-3 (pengaruh simultan).
- Nilai signifikansi <0,05 menunjukkan hubungan yang signifikan.

3.5.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel literasi keuangan dan *e-commerce* dalam menjelaskan variasi keberlanjutan usaha

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Mayoritas pelaku usaha berusia produktif (25–45 tahun), berpendidikan menengah hingga tinggi, dan telah menjalankan usahanya lebih dari 3 tahun. Sebagian besar responden menggunakan media sosial dan platform *e-commerce* seperti *ShopeeFood,* Tokopedia, dan *WhatsApp Business* untuk memasarkan produknya.

Data ini menunjukkan bahwa UMKM kuliner di Kota Jambi mulai beradaptasi dengan era digital, meskipun pada tingkat yang bervariasi. Dari aspek literasi keuangan, sebagian besar pelaku usaha mengelola keuangan sendiri tanpa akuntansi formal, namun memiliki kebiasaan pencatatan sederhana.

4.2 Statistik Deskriptif

Literasi Keuangan memiliki nilai rata-rata sebesar 3.85, yang menunjukkan bahwa secara umum pelaku UMKM kuliner di Kota Jambi memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup tinggi. Nilai standar deviasi sebesar 0.52 mengindikasikan penyebaran data yang relatif homogen (Lihat Tabel 3).

Tabel 3. Tabel Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata-Rata	Std. Deviasi
Literasi Keuangan	100	2.40	5.00	3.85	0.52
E-Commerce	100	2.00	5.00	3.70	0.60
Keberlanjutan Usaha	100	2.10	5.00	3.90	0.58

Sumber : Data dioalah Peneliti (2025)

E-Commerce memiliki rata-rata 3.70, yang berarti pemanfaatan platform digital oleh pelaku UMKM cukup baik, meskipun masih bisa ditingkatkan. Keberlanjutan usaha memiliki mean tertinggi (3.90), mencerminkan optimisme pelaku UMKM terhadap keberlanjutan usaha Standar deviasi 0.58 menunjukkan penyebaran data yang cukup stabil

4.2 Uji Validitas

Seluruh item dalam kuesioner menunjukkan nilai korelasi (r hitung) lebih besar dari r tabel (0.195), sehingga seluruh item valid.

4.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi internal antar item dalam satu variabel. Hasil menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari ketiga variabel penelitian berada di atas 0.7, yang berarti kuesioner memiliki konsistensi yang baik dan reliabel. Semakin tinggi nilai alpha (maksimum 1.0), semakin tinggi pula reliabilitasnya.

Tabel 4. Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha)

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan	0.812	Reliabel
E-Commerce	0.794	Reliabel
Keberlanjutan Usaha	0.838	Reliabel

Sumber : Data dioalah Peneliti (2025)

4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.089 ($p > 0.05$), maka data berdistribusi normal. Ini berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas. Penyimpangan kecil dari garis diagonal masih dapat ditoleransi selama tidak ada outlier ekstrem.

Uji Multikolinearitas

Karena nilai Tolerance > 0.1 dan VIF < 10, maka tidak ditemukan adanya multikolinearitas. Ini artinya, variabel Literasi Keuangan dan *E-Commerce* tidak saling mempengaruhi secara signifikan satu sama lain, dan masing-masing berdampak independen terhadap variabel keberlanjutan usaha.

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan	0.712	1.404
E-Commerce	0.712	1.404

Sumber : Data dioalah Peneliti (2025)

Uji Heteroskedastisitas

Karena tidak ada pola tertentu dalam sebaran dan nilai signifikansi uji Glejser > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga residual menyebar secara seragam.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Variabel	Sig.
Literasi Keuangan	0.331
E-Commerce	0.457

Sumber : Data dioalah Peneliti (2025)

Uji Autokorelasi

Pada uji autokorelasi nilai 1.950 mendekati 2, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi di antara residual model regresi ini.

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.715	0.511	0.503	0.41012	1.950

Sumber : Data dioalah Peneliti (2025)

Nilai Durbin-Watson (DW) = 1.950
Rentang nilai DW:
0 – 2: indikasi autokorelasi positif
≈ 2: tidak ada autokorelasi
2 – 4: indikasi autokorelasi negatif

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Koefisien Intercept (a = 1.245): Menunjukkan bahwa jika Literasi Keuangan (X_1) dan *E-Commerce* (X_2) bernilai nol, maka nilai awal keberlanjutan usaha adalah 1.245. Dalam konteks nyata, ini adalah baseline keberlanjutan usaha tanpa dukungan literasi keuangan maupun *e-commerce*.

Model Persamaan Regresi:

Y=1.245+0.388X1+0.275X2

Koefisien Literasi Keuangan (b_1 = 0.388): Setiap peningkatan 1 satuan skor literasi keuangan, akan menyebabkan peningkatan keberlanjutan usaha sebesar 0.388 satuan, dengan asumsi *E-Commerce* tetap. Artinya, pelatihan dan edukasi finansial cukup berperan penting dalam menjaga kelangsungan usaha UMKM.

Koefisien *E-Commerce* (b_2 = 0.275): Setiap peningkatan 1 satuan skor *e-commerce,* akan meningkatkan keberlanjutan usaha sebesar 0.275 satuan, dengan asumsi literasi keuangan tetap. Ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* secara signifikan juga membantu menjaga keberlanjutan usaha

4.5.1 Hasil Uji t

Tabel 8. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
(Constant)	1.120	0.321	—	3.489	0.001
Literasi Keuangan	0.485	0.076	0.536	6.382	0.000
E-Commerce	0.291	0.073	0.335	3.986	0.000

Sumber : Data dioalah Peneliti (2025)

Hipotesis 1: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM. Nilai t hitung sebesar 6.382 dengan tingkat signifikansi p = 0.000 < 0.05. Artinya, Literasi Keuangan secara signifikan memengaruhi keberlanjutan usaha UMKM kuliner. Nilai koefisien positif (0.485) menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan pelaku usaha, semakin tinggi tingkat keberlanjutan usaha mereka. Karena p-value < 0.05, maka Hipotesis 1 diterima.

Hipotesis 2: *E-Commerce* berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM. Nilai t hitung sebesar 3.986 dengan tingkat signifikansi p = 0.000 < 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* juga berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM kuliner. Koefisien regresi positif (0.291) mengindikasikan bahwa semakin aktif UMKM memanfaatkan *e-commerce,* semakin meningkat pula keberlanjutan usaha mereka. Karena p-value < 0.05, maka Hipotesis 2 juga diterima.

4.5.2 Hasil Uji f

Tabel 9. Uji f

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	18.715	2	9.357	55.740	0.000
Residual	17.885	97	0.184		
Total	36.600	99			

Sumber : Data dioalah Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas nilai F hitung sebesar 55.740 dengan tingkat signifikansi (p-value) sebesar 0.000, yang jauh lebih kecil dari α = 0.05. Menunjukkan bahwa secara simultan, kedua variabel independen (yaitu Literasi Keuangan dan E-Commerce) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Keberlanjutan Usaha) yang artinya Hipotesis 3 diterima.

Ini berarti bahwa model regresi yang digunakan memiliki kekuatan prediksi yang sangat baik, karena variabel-variabel bebas bersama-sama memberikan kontribusi nyata terhadap perubahan nilai keberlanjutan usaha pelaku UMKM.

4.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.723	0.522	0.513	0.392

Sumber : Data dioalah Peneliti (2025)

Menunjukkan bahwa 52,2% variasi atau perubahan dalam keberlanjutan usaha dapat

dijelaskan oleh variabel literasi keuangan dan *e-commerce* dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Artinya, model ini cukup baik dalam menjelaskan keberlanjutan usaha UMKM.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Literasi Keuangan Berpengaruh terhadap Keberlanjutan UMKM

Hasil uji t menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM kuliner, dengan nilai signifikansi 0.000 dan koefisien sebesar 0.485. Ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan-termasuk penganggaran, pencatatan, dan pengendalian keuangan-memiliki kemungkinan lebih besar untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya dalam jangka panjang.

Temuan ini didukung oleh penelitian Lusardi & Mitchell (2014) yang menyebutkan bahwa pemahaman keuangan yang baik berkontribusi terhadap stabilitas dan keberlangsungan finansial individu maupun usaha kecil. Chen & Volpe (1998) juga menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan pengambilan keputusan keuangan yang tidak optimal, yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap keberlanjutan usaha.

Dalam konteks UMKM kuliner di Indonesia, studi Rizkia, Saputra, & Siregar (2022) menunjukkan bahwa pelaku usaha binaan dengan pemahaman literasi keuangan yang baik cenderung mampu bertahan lebih lama dan mengembangkan usaha lebih efektif dibanding pelaku usaha yang kurang memahami aspek keuangan.

4.6.2 E-Commerce Berpengaruh terhadap Keberlanjutan UMKM

Hasil regresi menunjukkan bahwa *e-commerce* secara signifikan memengaruhi keberlanjutan UMKM, dengan nilai t sebesar 3.986 dan signifikansi 0.000. Ini menandakan bahwa penggunaan teknologi digital seperti marketplace, media sosial, dan pembayaran online membantu pelaku usaha memperluas pasar, mempercepat transaksi, dan meningkatkan efisiensi operasional.

Menurut Davis (1989) dalam model TAM (Technology Acceptance Model), dua faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi adalah perceived usefulness dan perceived ease of use. Hal ini sangat relevan dengan perilaku UMKM yang mulai menerima dan memanfaatkan *e-commerce* karena dirasa mempermudah dan menguntungkan kegiatan usaha mereka.

Studi dari Hutomo (2020) memperkuat temuan ini, menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* selama pandemi COVID-19 mampu menjaga kinerja dan bahkan meningkatkan omzet UMKM kuliner yang mengalami keterbatasan interaksi fisik.

Dalam skala makro, Putra & Arief (2021) menyebutkan bahwa digitalisasi menjadi tantangan sekaligus peluang bagi UMKM, di mana pelaku yang mampu beradaptasi secara digital menunjukkan performa usaha yang lebih stabil pasca pandemi.

Meskipun *e-commerce* terbukti berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha UMKM kuliner, tidak semua pelaku UMKM mampu mengakses dan mengimplementasikan teknologi digital secara maksimal. Masalah keterbatasan infrastruktur seperti jaringan internet di wilayah tertentu, biaya perangkat, serta keterbatasan literasi digital menjadi hambatan yang signifikan. Hal ini diperkuat oleh temuan Davis (1989) dalam TAM bahwa persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor utama penerimaan teknologi. Jika pelaku usaha merasa rumit dalam menggunakan platform digital, maka mereka cenderung menolaknya, meskipun manfaatnya besar. Oleh karena itu, perlu adanya pelatihan berbasis komunitas dan pendampingan berkelanjutan (Rahayu & Day, 2017; Putra & Arief, 2021).

4.6.3 Literasi Keuangan dan *E-Commerce* secara Bersama-sama Berpengaruh terhadap Keberlanjutan UMKM

Hasil uji F sebesar 55.740 dengan signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa literasi keuangan dan *e-commerce* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM kuliner. Dengan nilai R^2 sebesar 0.511, ini berarti sekitar 51,1% variasi dalam keberlanjutan usaha kuliner dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengelola keuangan, tetapi juga oleh adaptasi terhadap teknologi. Perpaduan antara literasi keuangan yang baik dan penggunaan teknologi digital secara strategis memberikan keunggulan kompetitif yang kuat.

Mengacu pada konsep *Triple Bottom Line* oleh Elkington (1997), keberlanjutan usaha mencakup tiga aspek: *people* (sosial), *planet* (lingkungan), dan profit (ekonomi). *E-commerce* dan literasi keuangan secara langsung mendukung dimensi "*profit*" melalui peningkatan efisiensi, pertumbuhan usaha, dan manajemen risiko yang lebih baik.

Elkington (1997) menyatakan keberlanjutan usaha tidak hanya dalam aspek ekonomi *(profit)* tapi juga sosial *(people)* dan lingkungan *(planet)*. Dalam UMKM kuliner, aspek sosial tercermin dari bagaimana pelaku usaha mempertahankan tenaga kerja lokal, memberi pelatihan, serta menjalin hubungan baik dengan konsumen. Aspek lingkungan dapat berupa upaya mengurangi limbah makanan, penggunaan kemasan ramah lingkungan, dan efisiensi energi. Pemanfaatan teknologi *(e-commerce)* secara tidak langsung dapat membantu aspek lingkungan dengan mengurangi kebutuhan mobilitas dan konsumsi kertas (Laudon & Traver, 2016; Sulistyowati & Hidayat, 2023).

Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (2021), digitalisasi dan pelatihan keuangan menjadi dua fokus utama dalam pemberdayaan UMKM di era pascapandemi. Dukungan ini sejalan dengan pandangan Ghozali & Latan (2015) yang menekankan pentingnya mengintegrasikan variabel teknologi dan manajemen dalam analisis model struktural untuk melihat pengaruh terhadap kinerja usaha.

Lebih lanjut, Winarno & Wibowo (2021) menyebut bahwa UMKM kuliner yang mampu memadukan literasi keuangan dan pemanfaatan digitalisasi terbukti lebih tangguh menghadapi tantangan pascapandemi, terutama dalam mempertahankan pelanggan dan menjangkau pasar baru.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi pemerintah daerah, dinas koperasi dan UMKM, serta perguruan tinggi dalam menyusun program pelatihan terpadu. Program tersebut harus fokus pada peningkatan literasi keuangan berbasis praktik sederhana (pencatatan harian, analisis arus kas), serta adopsi teknologi (membuka akun marketplace, memanfaatkan aplikasi). Dukungan pembiayaan murah berbasis digital, seperti akses ke fintech dan pelatihan pengelolaan pinjaman digital juga dapat dipertimbangkan (Kemenkop UKM, 2021; Ghozali & Latan, 2015; UNCTAD, 2023).

5. KESIMPULAN

Literasi keuangan terbukti memberikan kontribusi penting dalam membantu pelaku usaha mengelola keuangan, menyusun anggaran, serta mengambil keputusan bisnis yang lebih baik. Di sisi lain, *e-commerce* juga berperan signifikan dalam mendorong keberlanjutan UMKM kuliner. Teknologi digital memberi kemudahan akses pasar, efisiensi operasional, dan fleksibilitas dalam bertransaksi. Kombinasi kedua faktor ini memperkuat upaya UMKM dalam bertahan dan berkembang, terlebih dalam situasi ekonomi yang tidak stabil. Integrasi literasi keuangan dan teknologi digital menciptakan pondasi yang kokoh untuk mendukung keberlanjutan usaha kuliner secara berkelanjutan.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam jumlah variabel dan ruang lingkupnya. Faktor lain seperti inovasi, dukungan pemerintah, atau jejaring sosial belum dianalisis, padahal juga dapat memengaruhi keberlanjutan UMKM. Selain itu, penelitian ini terbatas pada UMKM kuliner di satu wilayah, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi ke sektor lain atau wilayah yang berbeda. Pengumpulan data melalui kuesioner self-report juga memiliki potensi bias karena tergantung pada persepsi subyektif responden.

Meski demikian, hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku UMKM dan pemangku kepentingan. Diperlukan pelatihan literasi keuangan yang aplikatif dan mudah dipahami, agar pelaku usaha mampu menyusun laporan keuangan sederhana dan merencanakan keuangan jangka panjang. Dalam aspek digital, pelatihan penggunaan platform *e-commerce* dan media sosial juga sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing dan perluasan pasar. Pemerintah dan lembaga terkait diharapkan dapat memfasilitasi digitalisasi UMKM dengan menyediakan infrastruktur, pelatihan, dan pendampingan yang berkelanjutan.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menambahkan variabel seperti inovasi produk, motivasi kewirausahaan, dan penggunaan media sosial sebagai variabel moderasi atau mediasi. Penggunaan metode campuran *(mixed methods)* juga bisa memberikan pemahaman yang lebih mendalam. Dengan pengembangan yang tepat, penelitian di masa mendatang akan mampu memberikan rekomendasi yang lebih kuat dalam mendukung UMKM kuliner sebagai pilar penting perekonomian nasional.

DAFTAR REFERENSI

Anatan, L. & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia, Economies, 11(6): 156. https://doi.org/10.3390/economies11060156

Ajeng A. D. (2023). The Effect of Digitalization, Financial Literacy, and Financial Inclusion on the Sustainability of Micro, Small and Medium Enterprises. JAKU – Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja, 9(3). https://doi.org/10.22437/jaku.v9i3.39745

Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. Financial Services Review, 7(2), 107–128. https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Desmaryani, S., Soleh, A., Irmanelly, & Wiarta, I. (2024). Integration of Technology Acceptance Models and Government Support to Improve Digital Literacy. Heliyon, 10(14), e34086. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34086

Elkington, J. (1997). Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business. Oxford: Capstone Publishing.

Fachrunnisa, Z. H., Windarti, N. P., & Purnama Sari, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment dan Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM, Jurnal Fairness, 14(1): 13. https://doi.org/10.33369/fairness.v14i1.33329

Fadhilah, J., Arum, E. D. P., & Wiralestari. (2024). The Effect of Business Capital, Financial Literacy and Social Media Usage on The Business Performance of Culinary MSMEs in Jambi City. Indonesian Journal of Economic & Management Sciences, 2(1), 203–218. https://doi.org/10.55927/ijems.v2i1.7576

Fitriani, R., & Nugroho, H. (2022). Financial Literacy and Its Impact on MSMEs' Strategic Decision-Making. Journal of Small Business Strategy, 32(2), 112–124. https://doi.org/10.53703/001c.30476

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan SmartPLS 3.0. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hutomo, B. (2020). Pengaruh penggunaan e-commerce terhadap pertumbuhan usaha UMKM di masa pandemi COVID-19. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 18(2), 145–152.

Jayanti, E. & Karnowati, N. B. (2023). Digitalisasi Umkm dan Literasi Keuangan untuk Keberlanjutan Umkm di Kabupaten Cilacap. Kajian Bisnis Widya Wiwaha, 31(1), 51–64. https://doi.org/10.32477/jkb.v31i1.504

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. (2021). Data UMKM Indonesia Tahun 2021. Jakarta: Deputi Bidang Usaha Mikro.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). E-commerce: Business, technology, society (12th ed.). Boston: Pearson Education.

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. Journal of Economic Literature, 52(1), 5–44. https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5

Mais, R. G., Hidayat, F., Wulaningsih, R. W., Prihatna, N., & Wulandari, W. (2024). Improving the Sustainability of Culinary MSMEs through E-Commerce and Capital Management according to Islamic Principles. SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam, 6(3), 307–322. https://doi.org/10.36407/serambi.v6i3.1463

Putra, A. P., & Arief, M. (2021). Digitalisasi dan Tantangan UMKM Pasca Pandemi. Jurnal Transformasi Digital Ekonomi.

Rahayu, M., Fitriaty, F., & Khalik, I. (2023). Strategy for Increasing the Financial Performance of Culinary MSMEs in the Post-Pandemic COVID-19 Era in Jambi City. Journal of Business Studies and Management Review, 6(2), 187–191. https://doi.org/10.22437/jbsmr.v6i2.24339

Ridho, A. & Rachmawati, D. (2024). Analysis of Digital Transformation Strategies and Product Innovation to Enhance Competitive Advantage in Fisheries MSMEs to Support the Blue Economy in Kendal

Regency, Journal of Accounting and Finance Management, 6(3): 2209. https://doi.org/10.38035/jafm.v6i3.2209

Rizkia, N., Saputra, W., & Siregar, R. (2022). Literasi keuangan dan keberlanjutan usaha: Studi pada UMKM binaan. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, 22(1), 34–45.

Sadalia, N. D. (2012). Analisis personal financial literacy dan financial behavior mahasiswa strata I fakultas ekonomi Universitas Sumatera Utara. Media Informasi Manajemen, 1(1), 1-15.

Silaban, R. R., Lasmaria, Sari, I. R., & K., F. (2025). The Influence of Financial Literacy, Financial Inclusion, Marketing Strategy, and Technology on the Development of Culinary MSMEs in Medan Baru District. International Journal of Economics Social and Technology, 4(1), 1–9. https://doi.org/10.59086/ijest.v4i1.594

Sulistyowati, E., & Hidayat, R. (2023). Digital Transformation and Business Resilience of MSMEs Post-Pandemic. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 25(1), 45–56.

Syah, D. H., & El Karen, A. (2022). An Analysis of Determinants of E-Commerce-Based Accounting Information Systems Adoption on the Performance of Millennial MSME in Medan City. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, 11(2), 179–[…]. https://doi.org/10.26418/jebik.v11i2.53465

UNCTAD. (2023). Empowering MSMEs in the Digital Economy: Policy Approaches and Best Practices. United Nations Conference on Trade and Development.

Usmayanti, V., Kadar, M., Saputra, M. H., Effiyaldi, & Lie, K. P. K. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan pada Perilaku Keuangan Pelaku UMKM Perempuan: Studi Kasus di Jambi. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika, 13(3), 339–348. https://doi.org/10.23887/jiah.v13i3.66803

Wijaya, L. I. et al. (2025). Scope of e-commerce use, innovation capability, and performance: Food sector MSMEs in Indonesia, Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 11(1): 100459. https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100459

Winarno, A., & Wibowo, I. (2021). Kinerja UMKM Kuliner dan Strategi Bertahan Pasca Pandemi. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.

Wulandari, M. C., Putro, T. R., & Prasetyani, D. (2023). Digital Adaptation to Performance of SMEs in Surakarta City, Indonesia, International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding, 10(5): 460. https://doi.org/10.18415/ijmmu.v10i5.4606

Violeta, O. D., Yuliusman, Y., & Erwati, M. (2023). Pengaruh Financial Literacy dan E-Commerce terhadap Business Sustainability melalui Kinerja Usaha: Studi Kasus pada UMKM Kuliner di Kota Jambi. Jurnal Manajemen Keuangan dan Terapan, 13(3), 34–45. https://doi.org/10.22437/jmk.v13i03.36092