

# Membangun Perilaku Menabung UMKM melalui Sosialisasi Keuangan, Digitalisasi Keuangan, dan Pengelolaan Keuangan: Model Mediasi

C. Tri Widiastuti, Efriyani Sumastuti

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas  
Persatuan Guru Republik Indonesia Semarang

ctriwidiastuti@upgris.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.15294/mk.v2i.649>

QRCCN 62-6861-8781-815

## ABSTRAK

UMKM kuliner di Kota Semarang merupakan salah satu sektor unggulan yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan ekonomi kreatif berbasis pariwisata. Meskipun menunjukkan potensi pertumbuhan yang tinggi, UMKM kuliner masih menghadapi tantangan dalam aspek keberlanjutan usaha, terutama terkait rendahnya kualitas pengelolaan keuangan dan lemahnya perilaku menabung sebagai fondasi ketahanan finansial. Sejalan dengan fokus riset sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi keuangan dan inklusi keuangan digital terhadap perilaku menabung pelaku UMKM kuliner di Kota Semarang, dengan pengelolaan keuangan sebagai variabel mediasi utama.

Penelitian ini menawarkan kebaruan teoritis dan empiris melalui integrasi *Theory of Planned Behavior*, *Financial Socialization Theory*, dan *Digital Finance Theory* dalam satu kerangka konseptual yang kontekstual terhadap UMKM kuliner. Sosialisasi keuangan diposisikan sebagai mekanisme pembentuk sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang memengaruhi niat menabung sebagaimana dijelaskan dalam TPB. Inklusi keuangan digital dipandang sebagai faktor yang memperkuat *perceived behavioral control* melalui peningkatan akses, efisiensi transaksi, serta transparansi keuangan. Selanjutnya, pengelolaan keuangan

dikonstruksikan sebagai jalur mediasi yang mentransformasikan peningkatan pengetahuan dan akses keuangan menjadi perilaku menabung aktual, sebuah mekanisme yang masih terbatas dalam kajian empiris UMKM sektor kuliner.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei terhadap pelaku UMKM kuliner di Kota Semarang dan analisis *SmartPLS* untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian diharapkan memberikan bukti empiris baru mengenai peran strategis pengelolaan keuangan sebagai mediator kunci dalam memperkuat dampak sosialisasi keuangan dan inklusi keuangan digital terhadap perilaku menabung. Temuan ini diharapkan berkontribusi pada pengembangan model perilaku keuangan UMKM berbasis sektor dan wilayah, sekaligus menjadi dasar perumusan kebijakan penguatan kapasitas keuangan UMKM kuliner di Kota Semarang.

**Kata Kunci:** UMKM kuliner, Kota Semarang, *Theory of Planned Behavior*, *Financial Socialization Theory*, *Digital Finance Theory*, pengelolaan keuangan, perilaku menabung, inklusi keuangan digital.

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, serta memperkuat ketahanan ekonomi nasional. Hingga tahun 2023, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, menjadikannya tulang punggung perekonomian rakyat Indonesia (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023; BPS, 2023; Nurprabowo, A., & Meilani, M., 2023). Meskipun kontribusi kuantitatif UMKM sangat besar, peningkatan kualitas pengelolaan usaha, khususnya dalam aspek pengelolaan

keuangan dan keberlanjutan finansial, masih menjadi tantangan utama. Kesenjangan antara skala ekonomi UMKM dan kapasitas pengelolaan keuangan berpotensi menghambat ketahanan usaha dalam jangka panjang, terutama di tengah ketidakpastian ekonomi dan dinamika pasar yang semakin kompleks (OECD/EBRD, 2023; World Bank, 2025).

Seiring percepatan transformasi digital, tingkat inklusi keuangan *digital* di kalangan pelaku UMKM terus meningkat melalui pemanfaatan *QRIS*, *mobile banking*, *e-wallet*, dan *platform fintech*. Digitalisasi keuangan memberikan peluang untuk meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas akses ke layanan keuangan formal, serta mendorong transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan usaha (Rishi Raithatha & Gianluca Storch, 2025; World Bank, 2025). Namun, dalam praktiknya, adopsi teknologi keuangan digital belum secara konsisten diikuti dengan peningkatan kualitas manajemen keuangan dan kebiasaan menabung. Banyak pelaku UMKM memanfaatkan layanan keuangan digital sebatas untuk kebutuhan transaksi, tanpa mengintegrasikannya dalam perencanaan keuangan, pengendalian arus kas dan pembentukan dana cadangan usaha. Fenomena ini mencerminkan adanya kesenjangan antara akses keuangan digital dan kapabilitas finansial, sehingga inklusi keuangan digital perlu dipahami sebagai proses perilaku, bukan sekadar indikator ketersediaan teknologi (Becha, H. et al, 2025; Boachie, C. & Adu-Darko, E., 2024).

Dalam operasional sehari-hari, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan keuangan, termasuk keterbatasan sistem pencatatan transaksi, ketiadaan perencanaan anggaran yang terstruktur, serta praktik pencampuran keuangan usaha dan keuangan pribadi. Keterbatasan ini menghambat kemampuan pelaku usaha dalam mengevaluasi kinerja keuangan, merancang strategi investasi, serta membentuk dana cadangan yang memadai untuk menghadapi risiko ekonomi. Selain itu, tekanan kebutuhan likuiditas harian dan keterbatasan modal kerja mendorong pelaku UMKM untuk lebih memprioritaskan keuntungan jangka pendek dibandingkan keberlanjutan jangka panjang, sehingga meningkatkan kerentanan terhadap fluktuasi permintaan, kenaikan biaya produksi dan guncangan

makroekonomi (Samiun, et al 2024; Okeke et al, 2024). Dalam konteks ini, perilaku menabung usaha menjadi faktor kunci dalam memperkuat stabilitas finansial dan ketahanan UMKM.

Fenomena keterbatasan pengelolaan keuangan tersebut semakin relevan dalam konteks Kota Semarang, yang merupakan salah satu pusat pertumbuhan UMKM di Jawa Tengah, khususnya pada sektor kuliner yang berkembang pesat seiring meningkatnya aktivitas pariwisata dan ekonomi kreatif. UMKM kuliner di Semarang memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, penguatan ekonomi lokal, serta pembentukan identitas kuliner daerah (Bappeda Semarang, 2023). Namun, pertumbuhan sektor ini belum sepenuhnya diimbangi dengan peningkatan kapasitas pengelolaan keuangan usaha. Banyak pelaku UMKM kuliner masih menghadapi tantangan dalam pencatatan transaksi, perencanaan keuangan, pembentukan kebiasaan menabung, serta pemanfaatan layanan keuangan digital secara optimal untuk mendukung stabilitas dan ekspansi usaha. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi ekonomi sektor kuliner dan kesiapan manajerial keuangan pelaku UMKM, yang berpotensi menghambat keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji peran literasi keuangan, inklusi keuangan dan pendidikan keuangan dalam membentuk perilaku keuangan individu maupun usaha kecil (Al Shami et al, 2024). Namun, sebagian besar studi masih memodelkan hubungan variabel tersebut secara langsung dan linier dengan kinerja keuangan, tanpa menggali mekanisme internal yang menghubungkan pengetahuan, norma, dan nilai keuangan dengan praktik keuangan nyata (Xiao, Jing Jian, 2014; Klapper, L., & Lusardi, A., 2020). Selain itu, penelitian mengenai sosialisasi keuangan masih lebih banyak berfokus pada konteks keluarga dan individu, sementara kajian yang secara khusus meneliti peran sosialisasi keuangan dalam membentuk perilaku menabung pelaku UMKM, terutama di negara berkembang, masih relatif terbatas (Gudmunson, C. G., & Danes, S. M. 2011).

Lebih lanjut, sebagian penelitian masih memosisikan pengelolaan keuangan sebagai faktor independen, tanpa menempatkannya sebagai mekanisme mediasi yang

menjelaskan bagaimana proses sosialisasi keuangan dan inklusi keuangan digital diterjemahkan menjadi perilaku menabung yang berkelanjutan. Studi yang mengintegrasikan sosialisasi keuangan, inklusi keuangan digital, dan pengelolaan keuangan dalam satu kerangka konseptual terpadu, khususnya dalam konteks UMKM kuliner di tingkat lokal, masih sangat terbatas (Ozili, 2018; Morgan, Peter J. & Long, Trinh Quang, 2020).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, keunikan utama terletak pada pengembangan model konseptual terpadu yang menjelaskan bagaimana perilaku menabung UMKM terbentuk melalui interaksi antara sosialisasi keuangan, inklusi keuangan digital dan pengelolaan keuangan, dengan menempatkan pengelolaan keuangan sebagai variabel mediasi utama. Bab ini tidak hanya memperkaya literatur dengan memandang pengelolaan keuangan sebagai mekanisme internal yang mentransformasikan pembelajaran keuangan menjadi praktik keuangan nyata, tetapi juga mengembangkan konsep inklusi keuangan digital sebagai pendorong perilaku disiplin keuangan yang memperkuat keberlanjutan usaha kecil dan menengah.

Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dan teoritis dalam memahami praktik pengelolaan keuangan UMKM di lingkungan perkotaan negara berkembang. Dengan mengintegrasikan *Theory of Planned Behavior*, *Financial Socialization Theory*, dan *Digital Finance Theory*, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar ilmiah dalam perumusan kebijakan literasi keuangan, penguatan inklusi keuangan digital, serta pengembangan strategi pembinaan UMKM yang lebih efektif, adaptif dan berkelanjutan (Ajzen, 2020; Lusardi & Olivia, 2014).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan Perilaku Keuangan**

*Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diajukan oleh Ajzen (2020) menjelaskan bahwa tindakan seseorang didasari oleh niat untuk melakukan tindakan tersebut. Niat dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap tindakan itu

sendiri, norma subjektif dan persepsi tentang kemampuan seseorang untuk melakukan tindakan tersebut. Teori ini menjelaskan bahwa semakin seseorang memiliki sikap positif terhadap suatu tindakan, semakin kuat tekanan dari sekeliling yang membuat orang tersebut ingin melakukan tindakan tersebut, serta semakin percaya diri seseorang mampu melakukan tindakan tersebut, maka semakin besar kemungkinan tindakan itu akan dilakukan secara nyata.

Dalam hal perilaku keuangan, TPB sering digunakan untuk menjelaskan cara individu dan pelaku usaha memutuskan untuk menabung, berinvestasi, mengelola hutang, merencanakan keuangan, serta mengendalikan pengeluaran (Kingsley et al, 2024; Xiao, Jing Jian, et al. 2016). Niat seseorang untuk menabung menunjukkan seberapa besar pelaku UMKM menganggap kegiatan menabung sebagai hal yang berguna, penting dan memberi manfaat untuk keberlanjutan usahanya. Norma subjektif menunjukkan bagaimana lingkungan sosial, seperti: keluarga, teman kerja, komunitas bisnis dan lembaga keuangan, bisa membantu atau menghalangi seseorang untuk terbiasa menabung. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku menunjukkan keyakinan bahwa para pelaku UMKM mampu menyisihkan uang, mengelola aliran uang, serta memanfaatkan alat tabungan resmi atau digital.

Lebih lanjut, TPB memberikan kerangka konsep yang tepat untuk memahami cara faktor sosial, teknologi dan cara pengelolaan bisnis mempengaruhi kebiasaan menabung para UMKM (Lutara et al, 2022). Sosialisasi keuangan membantu membentuk cara berpikir dan norma seseorang terhadap keuangan melalui proses belajar dari lingkungan sekitar, menerima nilai-nilai keuangan, serta membentuk harapan tentang perilaku keuangan (Goyal, K et al. 2023). Para pelaku UMKM yang telah mendapat pengajaran keuangan dari keluarga, komunitas usaha, pelatihan usaha kecil menengah, dan media cenderung memiliki sikap yang lebih baik terhadap kebiasaan menabung serta mempunyai tanggung jawab yang besar dalam mengelola keuangannya.

Selanjutnya, inklusi keuangan digital membantu meningkatkan rasa percaya diri seseorang dalam mengelola keuangan, karena memiliki akses ke layanan keuangan

berbasis teknologi seperti *mobile banking*, *e-wallet*, *QRIS*, dan *fintech* membuat transaksi lebih mudah, fleksibel dan efisien, serta memudahkan penyimpanan dana usaha (Ozili, 2018). Kemudahan menggunakan teknologi keuangan membuat para pelaku UMKM lebih percaya untuk mengatur dan membagi uang secara teratur untuk tabungan, sehingga meningkatkan kemungkinan pelaku UMKM membiasakan diri menabung secara berkelanjutan (Tay et al, 2022).

Sementara itu, pengelolaan keuangan berperan sebagai cara untuk mewujudkan tujuan menjadi tindakan nyata, sehingga bisa dianggap sebagai jalur untuk mewujudkan perilaku (*behavioral enactment mechanism*) dalam kerangka teori perilaku (TPB). Praktik seperti membuat anggaran, mencatat setiap transaksi, memisahkan uang usaha dan pribadi, serta mengelola alur uang memungkinkan pengusaha untuk mewujudkan tujuan menabung dalam bentuk keputusan keuangan yang jelas dan bisa diukur (Hidayat, G. & Hermawan, A. (2025). Oleh karena itu, pengelolaan keuangan bukan hanya faktor utama yang memengaruhi kebiasaan menabung, tetapi juga berperan sebagai perantara yang menjelaskan bagaimana sikap, norma sosial, dan kontrol terhadap perilaku berubah menjadi kebiasaan menabung yang tetap dilakukan.

Dalam konteks usaha UMKM kuliner di Kota Semarang, penerapan TPB semakin penting karena usaha ini biasanya memiliki aliran uang harian yang berubah-ubah, tingkat keformalan keuangan yang tidak terlalu tinggi, serta tekanan kebutuhan dana tunai dalam waktu singkat. Melalui pendekatan TPB, penelitian ini menunjukkan bahwa kebiasaan menabung UMKM tidak hanya tergantung pada kemampuan finansial saja, tapi juga dipengaruhi oleh pembentukan pola pikir keuangan melalui proses sosialisasi, peningkatan pengendalian perilaku melalui penggunaan keuangan digital, serta kemampuan dalam mengelola keuangan yang efektif untuk mengubah keinginan menjadi tindakan nyata.

TPB memberikan dasar teori yang lengkap dan menyatu untuk menjelaskan bagaimana kerja sama antara sosialisasi keuangan, inklusi keuangan digital dan pengelolaan keuangan secara bersamaan memengaruhi sikap menabung UMKM. Pendekatan ini memperkaya literatur tentang perilaku keuangan dengan memberikan model yang tidak hanya

menjelaskan mengapa para pengusaha ingin menabung, tetapi juga bagaimana keinginan tersebut diterapkan dalam kebiasaan keuangan sehari-hari.

## **2. Sosialisasi Keuangan**

### **Definisi dan Konsep Dasar Sosialisasi Keuangan**

Sosialisasi keuangan adalah proses belajar seumur hidup di mana seseorang mendapatkan pengetahuan, nilai, sikap, norma dan keterampilan dalam mengurus uang melalui cara berinteraksi dengan lingkungan sosial sekitarnya. Proses ini menunjukkan bahwa pola perilaku keuangan tidak muncul sekaligus, melainkan terbentuk perlahan melalui berbagai pengalaman, pengamatan dan penyerapan nilai-nilai yang didapat dari keluarga, sekolah, komunitas, media, serta kehidupan ekonomi sehari-hari (Gunawan, A., & Chairani, 2019). Oleh karena itu, sosialisasi keuangan menjadi dasar penting dalam membentuk perilaku keuangan yang bertanggung jawab, seperti: kebiasaan menabung dan perencanaan keuangan.

Secara teori, konsep sosialisasi keuangan didasarkan pada Teori Pembelajaran Sosial yang dirumuskan oleh Bandura tahun 1977, menjelaskan bahwa seseorang mempelajari perilaku melalui pengamatan dan meniru tindakan orang lain yang dianggap penting. Dalam hal keuangan, seseorang biasanya mengikuti kebiasaan mengelola uang dengan mencontoh cara orang yang dipercaya, seperti: orang tua, mentor bisnis, atau teman kerja yang lebih berpengalaman. Pembelajaran berdasarkan pengalaman sosial ini memberikan pemahaman bahwa cara seseorang berperilaku dalam keuangan dipengaruhi oleh interaksi dengan diri sendiri dan lingkungan sosial.

Teori Sosialisasi Keuangan mengembangkan konsep tersebut dengan menekankan peran berbagai agen sosialisasi dalam membentuk kemampuan keuangan seseorang. Agen utama dalam menyebarkan informasi tentang keuangan adalah keluarga, sekolah, kelompok masyarakat, media dan lembaga keuangan (Kirty et al. 2023). Keluarga biasanya menjadi pengaruh pertama dan terbesar dalam membentuk nilai-nilai terkait uang, menabung dan cara menghabiskan uang.

Pendidikan formal membantu memberikan dasar tentang literasi keuangan, sedangkan komunitas dan lingkungan bisnis memberikan norma dan cara-cara keuangan yang sesuai dengan dunia usaha. Perkembangan teknologi digital membuat peran media semakin luas sebagai agen baru yang mempercepat penyebaran informasi dan membentuk kebiasaan keuangan seseorang (Ozili, 2018).

### **Mekanisme Sosialisasi Keuangan dalam Pembentukan Perilaku**

Mekanisme sosialisasi keuangan mencakup memahami nilai-nilai keuangan, membentuk sikap dan aturan dalam berkeuangan, serta meningkatkan kepercayaan diri dalam mengambil keputusan keuangan. Pelaku UMKM yang terbiasa mengelola keuangan dengan baik biasanya memiliki nilai seperti: disiplin dalam menabung, hati-hati saat meminjam uang, dan fokus pada perencanaan keuangan jangka panjang (Zhang, C & Li, Y. (2025). Selain itu, interaksi sosial membentuk norma subjektif, yaitu cara seseorang memandang apa yang dianggap sebagai perilaku keuangan yang sopan dan diterima dalam lingkungan sosial tertentu.

Dalam kerangka teori *Theory of Planned Behavior* (TPB), sosialisasi keuangan berpengaruh terhadap sikap seseorang terhadap perilaku keuangan, norma subjektif, serta persepsi kontrol perilaku, yang bersama-sama mempengaruhi keinginan dan tindakan seseorang dalam mengelola keuangan (Ajzen, 2020). Sosialisasi keuangan membantu seseorang memiliki pandangan positif terhadap menabung, merasa ada tekanan sosial untuk mengurus uang dengan tanggung jawab, dan juga membuat orang tersebut lebih percaya diri dalam mengelola keuangannya. Oleh karena itu, sosialisasi keuangan menjadi faktor penting yang menghubungkan antara nilai sosial dan praktik keuangan yang nyata.

Sosialisasi keuangan berhubungan erat dengan berbagai tindakan keuangan seperti menabung, merencanakan keuangan, mengelola hutang dan mengatur pengeluaran (Boto-García, D, Bucciol, A., & Manfrè, M. 2022). Seseorang yang belajar mengenai keuangan sejak kecil atau secara terus-menerus biasanya lebih rajin dalam menabung, memiliki

pemahaman keuangan yang lebih baik, dan lebih mampu membuat keputusan mengenai uang secara tepat. Ini menunjukkan bahwa sosialisasi keuangan tidak hanya membantu meningkatkan pengetahuan, tetapi juga berdampak pada cara berpikir dan kebiasaan dalam mengelola keuangan secara berkelanjutan.

Dalam kaitannya dengan usaha kecil, menengah, dan mikro, sosialisasi keuangan semakin penting dan memiliki peran yang strategis. Para pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan dan cara mengelola uang dari berbagai tempat, seperti: pengalaman orang tua dalam berbisnis, pelatihan tentang wirausaha, bantuan dari pihak yang mengawasi usaha, hubungan dengan bank atau lembaga keuangan, serta keterlibatan dalam kelompok bisnis. Sosialisasi keuangan membantu para pelaku usaha memahami betapa pentingnya mencatat uang, membuat anggaran, memisahkan uang usaha dan uang pribadi, serta menyisihkan dana untuk kebutuhan usaha di masa depan. Namun, di berbagai negara berkembang, termasuk Indonesia, pelaku UMKM masih mengalami hambatan dalam mendapatkan informasi keuangan yang terorganisir, sehingga banyak praktik keuangan dilakukan secara tidak resmi dan kurang tercatat dengan baik (Surya et al. 2021).

### **Sosialisasi Keuangan pada UMKM Sektor Kuliner**

Bagi pelaku UMKM khususnya sektor kuliner, kegiatan sosialisasi keuangan semakin penting karena jenis usaha ini memiliki aliran uang harian yang banyak, permintaan yang berubah-ubah tergantung musim, serta kebutuhan modal yang cukup besar. Proses sosialisasi keuangan diharapkan bisa membantu membentuk cara berpikir jangka panjang dalam mengelola keuangan usaha, mendorong kebiasaan disiplin untuk menyisihkan keuntungan sebagai tabungan, serta meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menghadapi risiko yang mungkin terjadi di bidang ekonomi. Dengan demikian, sosialisasi keuangan bisa dianggap sebagai hal penting dalam membentuk kebiasaan menabung yang terus-menerus pada usaha kecil menengah.

Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, penelitian ini menganggap sosialisasi keuangan sebagai faktor utama yang memengaruhi perilaku menabung UMKM, baik secara langsung maupun melalui cara mengelola keuangan sebagai jalur perantara. Sosialisasi keuangan diharapkan membentuk sikap, norma dan keyakinan diri seseorang dalam mengelola keuangan, sehingga kemudian diubah menjadi cara pengelolaan uang yang lebih baik. Hal ini akhirnya mendorong munculnya kebiasaan menabung dan berinvestasi yang lebih konsisten dan berkelanjutan.

### **3. Inklusi Keuangan Digital dalam Perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB)**

Inklusi keuangan digital berarti memperluas kemampuan masyarakat untuk mengakses dan menggunakan layanan keuangan resmi dengan bantuan teknologi digital, seperti: *mobile banking*, *e-wallet*, *QRIS*, *platform* pembayaran digital, pinjaman antar pribadi, serta aplikasi *fintech* untuk menyimpan dan mencatat uang (Tay, L.; Tai, H.; Tan, G., 2022). Inklusi keuangan digital berbeda dari inklusi keuangan biasa yang hanya melihat apakah seseorang memiliki rekening bank. Inklusi keuangan digital lebih menekankan pada kemudahan untuk mengakses layanan keuangan, biaya yang terjangkau, transaksi yang cepat, layanan yang fleksibel, serta penggunaan teknologi dalam berbagai aktivitas keuangan sehari-hari. Transformasi ini bisa membantu mengurangi hambatan akibat jarak, biaya untuk bertransaksi, dan ketidaksetaraan informasi yang selama ini menghalangi usaha kecil ikut serta dalam sistem keuangan resmi (Xiao, J. et al. 2024).

Di negara berkembang seperti Indonesia, pertumbuhan *fintech* dan layanan keuangan digital terbukti sangat penting dalam meningkatkan akses layanan keuangan bagi masyarakat yang belum terjangkau oleh sistem perbankan. Studi terbaru menunjukkan bahwa penggunaan layanan keuangan digital secara signifikan meningkatkan akses ke tabungan digital, pinjaman mikro, pembayaran tanpa uang fisik, serta mempermudah pengelolaan keuangan bagi orang pribadi dan usaha kecil menengah. Teknologi digital membantu usaha kecil dan menengah mengelola pembayaran secara langsung,

membuat uang berputar lebih cepat, meningkatkan kejelasan dalam pengelolaan keuangan, serta membantu membangun catatan keuangan yang lebih baik di mata bank-bank resmi (Beck, T et al, 2015; Khando et al. 2023).

### **Inklusi keuangan digital dari sisi *Theory of Planned Behavior* (TPB)**

Inklusi keuangan digital dari sisi *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diajukan oleh Ajzen (2020) mengungkapkan bahwa tindakan seseorang didorong oleh niat untuk bertindak. Inklusi keuangan digital membantu membentuk sikap yang positif terhadap pengelolaan uang secara *modern*. Kemudahan menggunakan *mobile banking*, *e-wallet* dan aplikasi pencatatan uang membuat orang merasa manfaat, efisiensi dan nilai tambah dari layanan keuangan digital semakin besar. Para pelaku usaha kecil menengah yang merasakan manfaat nyata dari teknologi keuangan cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap kebiasaan menabung dan mengelola dana usaha secara digital (Yeo, K., H., K, 2024). Dalam dunia usaha yang semakin mengarah ke digital, penggunaan metode pembayaran digital dan teknologi keuangan sering dianggap sebagai tanda profesional, *modern* dan terpercaya dalam menjalankan bisnis. Dorongan dari pelanggan, mitra bisnis, komunitas UMKM, serta kebijakan pemerintah mendorong para pelaku usaha untuk menggunakan layanan keuangan digital sebagai bagian dari cara berbisnis yang sudah dianggap biasa dan diharapkan oleh masyarakat.

Salah satu komponen penting yang menghubungkan inklusi keuangan digital dengan perilaku keuangan seseorang adalah *perceived behavioral control* (PBC), yaitu keyakinan seseorang terhadap kemampuannya mengelola uang dengan baik. Fitur seperti pemantauan saldo secara langsung, riwayat transaksi digital, tabungan otomatis, pemisahan rekening usaha dan pribadi, serta integrasi aplikasi pembukuan membantu pengusaha merasa lebih terkontrol terhadap aliran uang dan perencanaan keuangan mereka. Semakin tinggi tingkat inklusi keuangan *digital*, semakin kuat keyakinan pelaku UMKM bahwa pelaku UMKM mampu mengendalikan

transaksi, tabungan dan keputusan keuangan mereka, sehingga meningkatkan kemungkinan bahwa niat untuk menabung benar-benar dilakukan dalam tindakan nyata (Imelda T. Angeles., 2022).

Bagi usaha mikro kecil menengah, terutama di sektor kuliner, penggunaan keuangan digital memiliki dampak yang lebih luas daripada sekadar memudahkan proses pembayaran. Akses ke pembayaran *digital*, pinjaman *fintech*, aplikasi pembukuan *online*, dan integrasi pasar memudahkan pelaku usaha meningkatkan efisiensi kerja, mengurangi penggunaan uang tunai, memperluas pasar yang bisa dijangkau, serta memperbaiki pengelolaan uang masuk dan keluar serta perencanaan keuangan. Dalam jangka panjang, inklusi keuangan *digital* mampu memperkuat kemampuan UMKM dalam mengelola uang tunai, merencanakan pengeluaran investasi, serta menciptakan tabungan usaha yang lebih stabil dan berkelanjutan. Dalam kaitannya dengan menabung, inklusi keuangan *digital* berperan sebagai pendorong perilaku, yaitu faktor yang memudahkan proses mengubah niat menjadi tindakan nyata. Fitur *digital* seperti tabungan otomatis, laporan keuangan secara langsung, pencatatan transaksi secara *digital*, serta akses pembiayaan melalui aplikasi membantu pelaku usaha mengubah niat menabung menjadi kebiasaan keuangan yang lebih rapi, teratur dan berkelanjutan.

Dalam penelitian ini, inklusi keuangan digital digunakan sebagai variabel yang tidak hanya membantu memperluas akses ke layanan keuangan, tetapi juga memperkuat proses psikologis dalam TPB melalui pembentukan sikap, norma dan pengendalian perilaku. Variabel ini juga dianggap berinteraksi dengan proses sosialisasi keuangan dalam membentuk kesiapan berpikir dan kemampuan keuangan pelaku UMKM, serta diwujudkan dalam bentuk nyata melalui pengelolaan keuangan sebagai variabel yang memediasi, yang pada akhirnya memengaruhi cara pelaku usaha menabung. Dengan menggabungkan TPB ke dalam sistem inklusi keuangan digital, penelitian ini memberikan penjelasan yang lebih luas tentang bagaimana teknologi keuangan memperluas akses dan memengaruhi cara piker serta tindakan bisnis kecil dan menengah dalam mengambil keputusan keuangan.

#### **4. Pengelolaan Keuangan dalam Perspektif UMKM**

Pengelolaan keuangan adalah serangkaian proses seperti: merencanakan, mengatur, mengendalikan dan mengevaluasi sumber daya uang agar bisnis tetap stabil dan bisa berjalan terus menerus. Dalam kaitannya dengan usaha kecil menengah, mengelola keuangan meliputi: cara mencatat setiap transaksi, membuat anggaran, mengatur aliran uang masuk dan keluar, mengontrol pengeluaran, mengurus hutang, serta merencanakan tabungan dan investasi untuk bisnis. Pengelolaan keuangan yang baik membantu pengusaha menggunakan modal secara efisien, memastikan dana selalu tersedia saat dibutuhkan, meningkatkan keuntungan, serta mengurangi risiko terkait keuangan (Shah, P et al. 2023).

Pengelolaan keuangan juga diartikan sebagai cara kerja yang mengubah rencana keuangan menjadi tindakan nyata. Banyak orang atau pengusaha memiliki niat untuk menabung, tetapi tidak berhasil melakukannya karena kurangnya sistem pengaturan keuangan yang memadai, seperti pembuatan anggaran, pemisahan dana untuk usaha dan pribadi, atau adanya mekanisme tabungan secara otomatis. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan berfungsi sebagai jembatan antara pemahaman tentang keuangan dan kebiasaan menabung yang tetap dilakukan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa cara mengelola uang yang baik sangat penting dalam meningkatkan tabungan perusahaan, menjaga keuangan tetap stabil, serta membuat usaha kecil menengah lebih kuat menghadapi perubahan ekonomi. Praktik seperti membuat anggaran berdasarkan pendapatan, memantau pengeluaran secara berkala, dan menyisihkan dana cadangan telah terbukti membantu usaha dalam meningkatkan tabungan dan mengurangi ketergantungan pada pinjaman dari luar.

Pengelolaan keuangan UMKM mencakup beberapa aspek utama. Pertama, perencanaan keuangan, yang melibatkan membuat anggaran usaha, merencanakan penghasilan dan pengeluaran, serta menentukan target keuntungan dan tabungan usaha. Perencanaan yang tepat membantu para pengusaha mempersiapkan diri menghadapi perubahan pendapatan, mengatur kebutuhan uang operasional, serta menentukan kebutuhan pengeluaran secara bijak. Kedua, pencatatan dan pelaporan keuangan, yang berperan sebagai

dasar dalam mengambil keputusan, mengevaluasi kerja usaha, serta memperoleh akses ke pembiayaan resmi. Ketiga, pengelolaan arus kas, yang mencakup pengaturan penerimaan dan pengeluaran agar usaha tetap memiliki dana yang cukup dan bisa memenuhi kewajiban dalam jangka pendek. Keempat, mengelola biaya dan hutang dengan baik, agar tetap efisien dan menghindari tekanan uang yang terlalu besar. Kelima, perencanaan tabungan dan investasi usaha berperan penting dalam memperkuat ketahanan finansial jangka panjang, seperti yang dijelaskan oleh (Atrill & McLaney, 2019).

### **Pengelolaan Keuangan sebagai Determinan Perilaku Menabung UMKM**

Pengelolaan keuangan UMKM semakin terintegrasi dengan teknologi keuangan. Penggunaan aplikasi pembukuan *digital*, *mobile banking*, dan *platform* pembayaran elektronik memungkinkan pencatatan transaksi secara otomatis, pemantauan arus kas secara *real-time*, serta analisis kinerja usaha yang lebih akurat. Integrasi teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi administratif, tetapi juga memperkuat disiplin finansial dan transparansi keuangan, yang pada akhirnya mendukung perilaku menabung dan perencanaan keuangan yang lebih baik (Demirgüç-Kunt, A. 2022). Pengelolaan keuangan juga memiliki hubungan yang erat dengan perilaku menabung. Pelaku UMKM yang menerapkan pencatatan keuangan secara teratur, menyusun anggaran, dan memantau arus kas secara sistematis cenderung memiliki kapasitas yang lebih baik untuk menyisihkan dana sebagai tabungan usaha. Sebaliknya, lemahnya pengelolaan keuangan sering menyebabkan ketidakjelasan posisi keuangan, penggunaan dana yang tidak terkontrol, serta rendahnya komitmen terhadap praktik menabung.

### **Pengelolaan Keuangan dalam Perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB)**

Dalam kerangka teori *Theory of Planned Behavior* (TPB), pengelolaan keuangan bisa dilihat sebagai tindakan yang dijalani karena adanya niat. Niat ini dibentuk oleh sikap seseorang, norma yang dirasakan oleh orang tersebut, serta

persepsi tentang kemampuan untuk mengendalikan tindakan tersebut (Azjen, 2022). Pengelolaan uang bukan hanya tugas teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh proses psikologis dan sosial yang memengaruhi cara para pengusaha UMKM dalam merencanakan, mengendalikan dan mengevaluasi keuangan bisnisnya.

Dilihat dari sikap terhadap cara berperilaku, calon pengusaha yang percaya bahwa mengelola keuangan memberi manfaat nyata, seperti: meningkatkan keuntungan, menjaga usaha tetap stabil, dan memudahkan pengajuan dana, biasanya lebih termotivasi untuk menerapkan cara mengelola uang secara disiplin. Sikap positif terhadap pencatatan keuangan, perencanaan anggaran dan pemisahan dana usaha adalah faktor penting dalam mendorong pengadopsian cara pengelolaan keuangan yang terstruktur dan sistematis. Sedangkan dari sisi norma subjektif (*subjective norms*), praktik pengelolaan keuangan juga dipengaruhi oleh ekspektasi sosial dari lingkungan sekitar, termasuk keluarga, mitra usaha, komunitas UMKM, lembaga keuangan dan regulator. Tekanan sosial dan standar profesional yang berkembang dalam ekosistem bisnis dapat mendorong pelaku usaha untuk menerapkan tata kelola keuangan yang lebih formal dan akuntabel.

Sejalan dengan *Theory of Planned Behavior*, pengelolaan keuangan dipahami sebagai perilaku yang didahului oleh niat (*behavioral intention*), yang terbentuk dari kombinasi sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan *perceived behavioral control* atau persepsi individu terhadap kemampuannya dalam mengendalikan tindakan tersebut. Dalam konteks ini, pengelolaan keuangan tidak hanya merupakan aktivitas teknis, tetapi juga hasil dari proses psikologis dan sosial yang memengaruhi cara pelaku UMKM merencanakan, mengendalikan dan mengevaluasi keuangan usaha mereka.

### **Pengelolaan Keuangan sebagai Variabel Mediasi dalam Model TPB**

Dalam model penelitian ini, pengelolaan keuangan berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan dampak dari sosialisasi keuangan dan inklusi keuangan digital

terhadap perilaku menabung UMKM. Sosialisasi keuangan membantu membentuk cara berpikir, aturan dan nilai dalam mengelola uang, sedangkan inklusi keuangan digital membuat proses akses dan pengelolaan uang lebih mudah serta memberi rasa kontrol yang lebih baik. Namun, pengaruh kedua faktor itu tidak langsung memengaruhi sikap menabung, melainkan melalui cara mengelola uang yang benar-benar dilakukan.

Artinya, meskipun pengusaha UMKM sudah paham tentang keuangan dan bisa menggunakan layanan digital keuangan, kebiasaan menabung baru bisa berjalan dengan baik jika mereka membuat sistem manajemen keuangan yang rapi, seperti: membuat anggaran, mencatat pengeluaran secara rutin, memisahkan uang usaha dan pribadi, serta menabung dengan disiplin. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan menjadi cara utama yang menjelaskan bagaimana faktor psikososial dan teknologi keuangan berdampak pada perilaku finansial yang baik.

Integrasi pengelolaan keuangan dalam kerangka TPB memberikan kontribusi teoritis dengan memperluas pemahaman mengenai cara niat keuangan diwujudkan dalam praktik nyata melalui mekanisme manajerial dan operasional. Secara nyata, pendekatan ini membantu penelitian dalam menjelaskan proses yang lebih lengkap tentang bagaimana UMKM membentuk kebiasaan menabung, terutama dalam konteks perkembangan keuangan digital dan perubahan dinamika usaha mikro dan kecil di Indonesia.

## **5. Konsep Dasar Perilaku Menabung**

Perilaku menabung adalah tindakan seseorang atau pelaku usaha yang menyisihkan sebagian dari penghasilan atau laba yang dimiliki, dengan tujuan untuk disimpan dan dipakai di masa depan. Tabungan ini bisa digunakan untuk berbagai keperluan seperti: membeli barang, melakukan investasi, melindungi diri dari risiko, atau bahkan memperluas usaha. Menabung bukan hanya tentang keputusan finansial, tetapi juga menunjukkan sikap seseorang, cara mengatur waktu, disiplin dalam mengelola uang, serta pandangan jangka panjang terhadap penggunaan sumber daya keuangan. Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), kebiasaan

menabung memiliki makna yang lebih penting karena berperan sebagai cadangan uang yang bisa dipakai kapan saja, modal untuk memperluas bisnis, pelindung terhadap perubahan ekonomi, serta cara untuk mengurangi ketergantungan pada pinjaman dari luar. Oleh karena itu, menabung adalah bagian penting dari strategi kelangsungan usaha mikro dan kecil.

### **Perilaku menabung dari sudut pandang ekonomi dan perilaku keuangan.**

Dari sudut pandang ekonomi klasik, cara seseorang menabung dipengaruhi oleh penghasilan mereka, tingkat bunga yang diberikan, serta keinginan untuk mengatur uang antar waktu, seperti yang dijelaskan dalam Hipotesis Siklus Hidup dan Hipotesis Pendapatan Tetap. Namun, pendekatan ini biasanya menganggap bahwa seseorang berpikir secara logis dan mampu membuat keputusan keuangan yang terbaik. Sebaliknya, pendekatan keuangan perilaku menekankan bahwa keputusan untuk menabung juga dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti: kebiasaan, norma sosial, batasan dalam berpikir, serta berbagai bias perilaku seperti bias kesenangan sekarang, akuntansi mental, dan kesulitan mengendalikan diri. Dalam kegiatan usaha UMKM, faktor perilaku para pengusaha biasanya lebih berpengaruh dibandingkan hanya pertimbangan ekonomi saja, terutama untuk usaha yang sering menghadapi tekanan kebutuhan uang tunai setiap hari.

Di negara-negara yang sedang berkembang, termasuk Indonesia, para pengusaha UMKM menghadapi kesulitan dalam membiasakan diri menabung. Beberapa tantangan yang dihadapi antara lain pendapatan yang tidak stabil, modal kerja yang terbatas, akses yang sulit terhadap produk tabungan resmi, serta penggunaan uang tunai yang masih sangat dominan (Demirgüç-Kunt et al., 2022). Penelitian menunjukkan bahwa banyak usaha kecil dan menengah lebih memilih menggunakan laba untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari daripada menyisihkan dana untuk persiapan jangka panjang. Akibatnya, kemampuan UMKM dalam menghadapi gejolak ekonomi terlihat cukup lemah, terutama

saat menghadapi krisis seperti pandemi COVID-19.

### **Determinan Perilaku Menabung Pelaku UMKM**

Perilaku menabung para pelaku UMKM dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal.

#### **a. Faktor Internal**

Faktor internal mencakup tingkat pemahaman keuangan, cara memandang tabungan, penekanan pada jangka waktu yang lebih lama, rasa percaya diri dalam mengurus uang, serta pengalaman sebelumnya dalam menghadapi risiko keuangan. Pelaku usaha yang paham soal uang biasanya lebih mampu menabung untuk bisnis dan mengatur keuntungan dengan rapi.

#### **b. Faktor Sosial dan Institusional**

Faktor sosial mencakup proses sosialisasi keuangan, norma dalam komunitas bisnis, bantuan dari keluarga, serta tekanan sosial yang datang dari lingkungan usaha. Sementara itu, faktor institusional meliputi akses ke layanan keuangan resmi, adanya produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan usaha mikro, kecil, dan menengah, serta kebijakan pemerintah yang mendorong partisipasi dalam sistem keuangan.

#### **c. Faktor Teknologi dan Digitalisasi**

Perkembangan layanan keuangan digital memengaruhi cara orang menabung dengan menawarkan alat tabungan yang lebih mudah dijangkau, fitur otomatis yang memudahkan, serta transparansi dalam transaksi yang lebih baik. Teknologi digital membantu pengusaha UMKM mengawasi uang mereka, mengatur tabungan secara teratur, dan menyertakan menabung ke dalam cara mengelola keuangan bisnis.

### **Perilaku Menabung dalam Perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB)**

*Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa tindakan seseorang ditentukan oleh niat untuk melakukan tindakan tersebut, yang dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu sikap terhadap tindakan, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks perilaku menabung UMKM:

#### **a. Sikap terhadap Menabung**

Pelaku usaha yang percaya bahwa menabung bermanfaat, seperti membuat bisnis lebih tangguh, mengurangi resiko keuangan, dan membantu berkembangnya usaha, biasanya memiliki keinginan untuk menabung yang lebih besar. Sikap baik terhadap tabungan menjadi faktor penting dalam membentuk keinginan untuk menabung secara aktif.

b. Norma Subjektif

Norma subjektif menunjukkan bagaimana pengusaha melihat harapan masyarakat tentang pentingnya melakukan tabungan. Dukungan dari keluarga, mitra bisnis, komunitas UMKM, serta lembaga keuangan bisa membantu memperkuat keinginan untuk menabung, sehingga menjadi bagian dari bisnis yang bertanggung jawab dan profesional.

c. *Perceived Behavioral Control* (PBC)

PBC mengacu pada cara seseorang memandang kemampuannya untuk mengatur kebiasaan menabung, seperti mampu menyisihkan uang, mengelola uang masuk dan keluar, serta mengakses berbagai sarana menabung. Pelaku UMKM yang merasa memiliki kontrol penuh atas keuangan usaha mereka biasanya lebih mampu mengubah keinginan menabung menjadi tindakan nyata.

## **Peran Pengelolaan Keuangan sebagai Mekanisme Pembentuk Perilaku Menabung**

Perilaku menabung di kalangan Usaha Mikro Kecil Menengah tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan saja, tetapi juga tergantung pada adanya sistem pengelolaan uang yang terorganisir. Praktik seperti: mencatat transaksi harian, membuat anggaran, memisahkan uang usaha dan pribadi, serta menyiapkan dana cadangan menjadi hal penting yang membantu usaha dalam mencapai tabungan secara teratur. Pengelolaan keuangan bekerja sebagai cara beroperasi yang mengubah tujuan menabung menjadi langkah konkret. Tanpa cara mengelola uang yang tepat, tujuan menyimpan uang sering kali tidak tercapai karena tekanan kebutuhan sehari-hari yang mendesak dan kurangnya pengendalian terhadap keuangan. Dalam kerangka penelitian ini, perilaku menabung dianggap sebagai hal utama yang diukur, karena

mencerminkan sejauh mana usaha UMKM memiliki ketertiban keuangan dan kemampuan untuk terus berjalan. Perilaku menabung dianggap dipengaruhi oleh proses sosialisasi keuangan, kemudahan memiliki akun keuangan digital, serta cara mengelola uang yang berperan sebagai faktor penyambung. Pendekatan ini memberi kontribusi teoritis dengan menjelaskan bahwa menabung tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pendapatan atau akses keuangan saja, tetapi juga hasil dari proses sosial, psikologis dan manajerial yang saling berkaitan dalam membentuk perilaku keuangan UMKM.

## **METODE**

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei terhadap pelaku UMKM kuliner di Kota Semarang dan analisis *SmartPLS* untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel. Penelitian ini melibatkan 280 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner yang beroperasi di Kota Semarang, Indonesia. Responden dipilih menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria utama berupa kepemilikan usaha kuliner yang aktif beroperasi dan memiliki keterlibatan langsung dalam pengelolaan keuangan dan operasional usaha. Secara umum, mayoritas responden tergolong dalam usaha mikro dan kecil, yang dicirikan oleh skala operasional terbatas, jumlah tenaga kerja relatif kecil, serta omzet tahunan yang moderat. Hal ini mencerminkan struktur dominan UMKM dalam ekosistem ekonomi lokal Kota Semarang, khususnya pada subsektor kuliner yang memiliki peran strategis dalam penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi daerah.

## **PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Responden UMKM Kuliner di Kota Semarang**

Berdasarkan lama usaha, responden menunjukkan distribusi yang bervariasi, mencakup usaha rintisan, berkembang, hingga mapan, yang mengindikasikan perbedaan tingkat pengalaman bisnis dan stabilitas operasional. Dari sisi pendidikan pemilik usaha, responden memiliki latar belakang pendidikan yang heterogen, mulai dari pendidikan menengah

hingga pendidikan tinggi, yang berpotensi memengaruhi tingkat literasi keuangan, kapasitas pengambilan keputusan, dan kemampuan inovasi.

Dalam aspek ketenagakerjaan, sebagian besar usaha mempekerjakan 1–5 tenaga kerja, mencerminkan karakteristik usaha padat karya dengan struktur organisasi sederhana. Terkait adopsi *digital*, sebagian responden telah memanfaatkan media sosial, *platform* pesan-antar daring, serta sistem pembayaran non-tunai, meskipun tingkat pemanfaatannya masih bervariasi, menandakan adanya kesenjangan dalam proses transformasi digital UMKM. Dari perspektif pengelolaan keuangan dan akses pembiayaan, mayoritas responden mengandalkan modal internal dan pembiayaan informal, sementara sebagian lainnya telah mengakses pembiayaan formal seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan layanan perbankan. Variasi ini mencerminkan perbedaan tingkat inklusi keuangan dan kapasitas manajerial di kalangan pelaku UMKM kuliner. Secara keseluruhan, profil responden menggambarkan karakteristik UMKM kuliner di Kota Semarang yang dinamis, dengan tantangan utama pada aspek skalabilitas usaha, literasi keuangan, dan digitalisasi, sekaligus menunjukkan potensi signifikan untuk peningkatan kinerja melalui intervensi kebijakan dan inovasi teknologi.

### **Pengaruh Sosialisasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan pada UMKM Kuliner di Kota Semarang**

Sosialisasi keuangan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pelaku UMKM, khususnya pada sektor kuliner di Kota Semarang. Sosialisasi keuangan digital merujuk pada proses pembelajaran, penyebaran informasi, dan internalisasi pengetahuan keuangan melalui media dan *platform digital*, seperti: aplikasi *mobile banking*, *fintech*, media sosial edukatif, webinar literasi keuangan, *marketplace*, serta komunitas bisnis berbasis daring. Melalui paparan konten edukasi *digital*, tutorial pengelolaan keuangan, serta interaksi dalam ekosistem *digital* keuangan, pelaku UMKM memperoleh pemahaman yang lebih baik terkait pencatatan keuangan, pengendalian arus kas, perencanaan anggaran dan pemisahan keuangan usaha dengan keuangan

pribadi. Proses sosialisasi ini memperkuat kemampuan pelaku usaha dalam membuat keputusan keuangan yang lebih rasional, terstruktur dan berbasis data, sehingga meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan secara keseluruhan (Gudmunson, C. G., 2011).

Secara teoritis, temuan ini dapat dijelaskan melalui *Financial Socialization Theory*, *Social Learning Theory*, serta kerangka *digital financial capability*, yang menekankan bahwa perilaku dan kompetensi keuangan terbentuk melalui pembelajaran sosial yang dimediasi oleh teknologi digital. Sosialisasi keuangan digital memperluas akses pelaku UMKM terhadap informasi keuangan yang relevan, meningkatkan efisiensi proses belajar, serta mempercepat adopsi praktik pengelolaan keuangan yang lebih modern dan sistematis. Selain itu, digitalisasi sosialisasi keuangan memungkinkan terjadinya *continuous learning*, di mana pelaku usaha dapat secara berkelanjutan memperbarui pengetahuan tentang manajemen keuangan, perencanaan pajak, pengelolaan hutang, serta optimalisasi penggunaan produk keuangan *digital* (Xiao, J., 2024).

Dalam konteks UMKM kuliner di Kota Semarang, peran sosialisasi keuangan digital menjadi semakin strategis mengingat karakteristik sektor ini yang memiliki volume transaksi tinggi, perputaran kas cepat, fluktuasi permintaan harian, serta ketergantungan pada *platform digital* seperti layanan pesan-antar, *e-wallet*, dan *QRIS*. Sosialisasi keuangan melalui kanal *digital* seperti pelatihan daring UMKM, konten edukasi dari OJK dan *mobile banking*, komunitas wirausaha kuliner di media sosial, serta aplikasi pembukuan *digital* membantu pelaku usaha dalam menyusun pencatatan keuangan yang lebih rapi, mengelola biaya produksi secara efisien, serta merencanakan alokasi dana untuk modal kerja, tabungan usaha, dan investasi peralatan. Dengan pengelolaan keuangan yang lebih baik, UMKM kuliner di Semarang dapat meningkatkan profitabilitas, menjaga likuiditas, serta memperkuat daya tahan usaha terhadap risiko kenaikan harga bahan baku dan ketidakpastian pasar (Beck et al., 2015; Demirgüç-Kunt et al., 2018).

Penelitian ini menawarkan kontribusi dengan memposisikan sosialisasi keuangan *digital* sebagai determinan

utama peningkatan kualitas pengelolaan keuangan UMKM, bukan hanya sebagai pelengkap literasi keuangan atau adopsi teknologi finansial sebagaimana banyak dikaji dalam studi sebelumnya. *Novelty* konseptual terletak pada integrasi dimensi sosial dan *digital* dalam pembentukan kompetensi manajerial keuangan UMKM, sehingga memperluas perspektif dari pendekatan individual menuju *digital-social financial capability framework*. Selain itu, fokus empiris pada UMKM kuliner di Kota Semarang memberikan *novelty* kontekstual, mengingat sektor ini memiliki dinamika keuangan harian yang kompleks, tingkat adopsi *digital* yang tinggi, serta peran strategis dalam ekonomi kreatif daerah, namun masih relatif terbatas dalam kajian empiris terkait sosialisasi keuangan *digital*. Studi ini menegaskan bahwa pengelolaan keuangan yang efektif pada UMKM tidak hanya bergantung pada literasi finansial individu, tetapi juga pada kualitas proses sosialisasi keuangan *digital* dalam ekosistem usaha.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa penguatan sosialisasi keuangan *digital* merupakan strategi kunci dalam meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan UMKM kuliner di Kota Semarang. Oleh karena itu, implikasi praktis mencakup perlunya optimalisasi *platform digital* sebagai sarana edukasi keuangan UMKM, penguatan kolaborasi antara pemerintah daerah, OJK, *mobile banking* dan komunitas wirausaha kuliner, serta pengembangan modul pelatihan pengelolaan keuangan berbasis *digital*, guna meningkatkan efisiensi operasional, keberlanjutan usaha, dan daya saing UMKM di tingkat lokal dan nasional.

### **Pengaruh Inklusi Keuangan Digital terhadap Pengelolaan Keuangan pada UMKM Kuliner di Kota Semarang**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inklusi keuangan *digital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas pengelolaan keuangan pada pelaku UMKM kuliner di Kota Semarang. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat akses dan pemanfaatan layanan keuangan digital seperti: *mobile banking*, *e-wallet*, *QRIS*, *platform fintech*, serta aplikasi pembukuan *digital*, maka semakin baik kemampuan pelaku usaha dalam melakukan perencanaan keuangan,

pencatatan transaksi, pengendalian arus kas, pemisahan keuangan usaha dan pribadi, serta pengambilan keputusan finansial yang lebih akurat dan berbasis data. Inklusi keuangan digital berkontribusi dalam meningkatkan efisiensi operasional, transparansi keuangan, serta ketepatan monitoring kinerja usaha melalui sistem pencatatan dan transaksi yang terdigitalisasi (Demirgüç-Kunt et al., 2018; Ozili, 2018).

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan konsep *Digital Financial Inclusion* (DFI) yang menekankan bahwa teknologi *digital* mampu mengurangi hambatan struktural dalam sistem keuangan, termasuk keterbatasan akses, tingginya biaya transaksi dan asimetri informasi (Allen et al., 2021). Dalam perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), adopsi teknologi keuangan *digital* dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan, yang selanjutnya mendorong perubahan perilaku pengelolaan keuangan menjadi lebih sistematis, disiplin dan terstruktur (Venkatesh et al., 2016). Pemanfaatan layanan digital memungkinkan pelaku usaha untuk memantau transaksi secara *real time*, mengotomatisasi pembayaran, mengelola tabungan dan pembiayaan, serta menyusun laporan keuangan yang lebih akurat dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis (Gomber et al., 2018; Klapper et al., 2019).

Dalam konteks UMKM kuliner di Kota Semarang, peran inklusi keuangan *digital* menjadi semakin relevan mengingat karakteristik sektor ini yang ditandai oleh volume transaksi harian yang tinggi, arus kas yang fluktuatif, margin keuntungan yang relatif tipis, serta volatilitas harga bahan baku. Digitalisasi pembayaran dan pencatatan keuangan membantu pelaku usaha kuliner dalam mengelola pendapatan harian secara lebih tertib, mengendalikan biaya operasional, memantau profitabilitas produk, serta merencanakan kebutuhan modal kerja secara lebih presisi. Selain itu, penggunaan *platform* pembayaran *digital* dan *marketplace* kuliner memperkuat jejak keuangan yang dapat meningkatkan kredibilitas usaha di mata lembaga keuangan formal, sehingga memperluas peluang akses pembiayaan produktif untuk ekspansi usaha dan inovasi

produk (Beck et al., 2015). Lebih lanjut, inklusi keuangan *digital* juga berkontribusi terhadap penguatan resiliensi keuangan UMKM kuliner, terutama dalam menghadapi ketidakpastian permintaan, tekanan persaingan, serta risiko eksternal seperti: perubahan harga bahan baku dan dinamika ekonomi regional. Dengan adanya akses ke layanan keuangan *digital*, pelaku UMKM kuliner dapat mengelola dana cadangan usaha, mengoptimalkan perputaran kas, mempercepat siklus penerimaan pembayaran, serta meningkatkan efisiensi transaksi, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha dan stabilitas keuangan jangka panjang (Ozili, 2018; Allen et al., 2021).

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dengan memposisikan inklusi keuangan *digital* sebagai determinan langsung kualitas pengelolaan keuangan usaha, bukan sekadar sebagai sarana perluasan akses layanan keuangan atau faktor pendukung kinerja UMKM sebagaimana dominan dalam literatur sebelumnya. Studi ini juga menghadirkan *novelty* kontekstual dengan berfokus pada UMKM kuliner di Kota Semarang, sebuah subsektor ekonomi kreatif yang memiliki dinamika transaksi tinggi dan karakteristik keuangan yang unik, namun masih relatif terbatas dalam kajian empiris. Selain itu, penelitian ini mengembangkan pengukuran inklusi keuangan *digital* yang lebih komprehensif, mencakup dimensi akses, intensitas penggunaan, integrasi teknologi dalam pembukuan, serta pemanfaatan layanan digital dalam pengambilan keputusan keuangan, sehingga memperkaya literatur tentang inklusi keuangan digital dan manajemen keuangan pada UMKM di negara berkembang.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa inklusi keuangan digital bukan hanya instrumen untuk memperluas akses keuangan, tetapi juga merupakan mekanisme transformasional yang meningkatkan kualitas tata kelola keuangan UMKM, khususnya pada sektor kuliner yang kompetitif dan berbasis transaksi harian seperti di Kota Semarang. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pemerintah daerah, OJK, Bank Indonesia, perbankan, dan penyedia *fintech* untuk memperkuat program literasi keuangan *digital*, adopsi sistem pembayaran non-tunai, serta pengembangan aplikasi

pembukuan digital yang ramah UMKM, guna meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan, ketahanan usaha dan daya saing UMKM kuliner di tingkat lokal dan nasional.

### **Pengaruh Pengelolaan Keuangan terhadap Perilaku Menabung pada UMKM Kuliner di Kota Semarang**

Pengelolaan keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung pelaku UMKM, khususnya pada sektor kuliner di Kota Semarang. Pengelolaan keuangan mencakup praktik perencanaan anggaran, pencatatan keuangan, pengendalian arus kas, pengelolaan utang, serta pemisahan keuangan usaha dan pribadi. Pelaku UMKM yang menerapkan pengelolaan keuangan secara sistematis cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai kondisi keuangan usaha, sehingga mampu mengalokasikan sebagian pendapatan secara konsisten untuk tabungan usaha. Praktik pencatatan keuangan yang rapi dan perencanaan keuangan yang terstruktur membantu pelaku usaha mengidentifikasi surplus kas, menetapkan target tabungan, serta mengurangi pemborosan, yang pada akhirnya memperkuat kebiasaan menabung secara berkelanjutan (Xiao, et al. 2014; Lusardi & Mitchell, 2014).

Secara teoritis, hubungan ini dapat dijelaskan melalui *Financial Management Theory* dan konsep *financial capability*, yang menekankan bahwa kemampuan individu atau pelaku usaha dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif akan membentuk perilaku keuangan yang lebih disiplin dan berorientasi pada tujuan jangka panjang. Pengelolaan keuangan yang baik meningkatkan kontrol diri dalam pengeluaran, memperkuat perencanaan masa depan, serta mengurangi tekanan likuiditas, sehingga mendorong pelaku usaha untuk membangun dana cadangan dan tabungan usaha sebagai strategi menjaga stabilitas finansial dan kesinambungan bisnis.

Dalam konteks UMKM kuliner di Kota Semarang, pengaruh pengelolaan keuangan terhadap perilaku menabung menjadi semakin relevan mengingat karakteristik sektor kuliner yang memiliki arus kas harian tinggi, fluktuasi permintaan, margin keuntungan relatif tipis, serta biaya

operasional yang dinamis, seperti harga bahan baku dan biaya tenaga kerja. Pengelolaan keuangan yang efektif memungkinkan pelaku UMKM kuliner untuk mengendalikan biaya produksi, merencanakan pembelian bahan baku secara efisien, serta menyisihkan sebagian laba harian sebagai tabungan usaha. Tabungan tersebut dapat dimanfaatkan sebagai dana cadangan untuk menghadapi musim sepi, kenaikan harga bahan pangan, serta kebutuhan investasi dalam peralatan, renovasi tempat usaha dan inovasi menu. Dengan demikian, pengelolaan keuangan tidak hanya membentuk perilaku menabung secara personal, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme strategis untuk meningkatkan ketahanan finansial dan keberlanjutan UMKM kuliner di Semarang (Beck et al., 2015; OECD, 2020).

Penelitian ini menawarkan kontribusi dengan memposisikan pengelolaan keuangan sebagai determinan operasional langsung terhadap perilaku menabung UMKM, bukan hanya sebagai konsekuensi literasi keuangan sebagaimana banyak dikaji dalam penelitian sebelumnya. *Novelty* konseptual juga terletak pada pengintegrasian praktik manajemen keuangan usaha dengan pembentukan kebiasaan menabung sebagai strategi keberlanjutan bisnis, sehingga memperluas kajian perilaku menabung dari perspektif rumah tangga menuju konteks perilaku menabung UMKM. Selain itu, fokus empiris pada UMKM kuliner di Kota Semarang menghadirkan *novelty* kontekstual, mengingat sektor ini memiliki intensitas transaksi tinggi dan risiko operasional yang besar, namun masih relatif terbatas dalam kajian empiris terkait hubungan antara pengelolaan keuangan dan perilaku menabung usaha. Studi ini menegaskan bahwa tabungan usaha bukan hanya refleksi preferensi individu, tetapi juga hasil dari kualitas sistem pengelolaan keuangan yang diterapkan dalam bisnis UMKM.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa penguatan kapasitas pengelolaan keuangan merupakan strategi kunci dalam mendorong perilaku menabung yang sehat dan berkelanjutan pada UMKM kuliner di Kota Semarang. Oleh karena itu, implikasi praktis dari penelitian ini mencakup perlunya pelatihan manajemen keuangan UMKM berbasis sektor kuliner, pendampingan pembukuan usaha,

pemanfaatan aplikasi keuangan digital untuk pencatatan dan perencanaan kas, serta integrasi program edukasi keuangan dalam ekosistem UMKM Semarang, guna meningkatkan stabilitas keuangan, kapasitas investasi, dan daya saing usaha di tingkat lokal dan nasional.

### **Pengaruh Sosialisasi Keuangan terhadap Perilaku Menabung pada UMKM Kuliner di Kota Semarang**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung pada pelaku UMKM kuliner di Kota Semarang. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin intens dan berkualitas proses sosialisasi keuangan baik yang diperoleh melalui keluarga, komunitas usaha, lembaga keuangan, program pelatihan pemerintah, maupun media *digital*, semakin tinggi kecenderungan pelaku UMKM untuk membangun kebiasaan menabung secara terencana, disiplin dan berkelanjutan. Sosialisasi keuangan berperan sebagai mekanisme pembelajaran yang menanamkan norma, sikap, dan keterampilan keuangan yang mendorong orientasi jangka panjang dalam pengelolaan dana usaha.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan konsep sosialisasi keuangan, yang menekankan bahwa perilaku keuangan individu terbentuk melalui proses pembelajaran sosial, observasi, serta internalisasi nilai dan norma keuangan sepanjang siklus kehidupan. Literatur terdahulu menunjukkan bahwa sosialisasi keuangan berperan penting dalam membentuk sikap keuangan yang positif dan mendorong perilaku menabung, baik pada kelompok usia muda maupun kelompok produktif. Selain itu, berbagai studi empiris juga menemukan bahwa sosialisasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung, termasuk dalam konteks masyarakat perkotaan dan pengguna layanan keuangan digital, yang semakin menegaskan relevansi mekanisme sosial dalam pembentukan perilaku keuangan adaptif.

Dalam konteks UMKM, sosialisasi keuangan berfungsi sebagai sarana pembelajaran yang memperkuat disiplin keuangan, kesadaran perencanaan jangka panjang, pemisahan

keuangan usaha dan pribadi, serta pengelolaan arus kas yang lebih terstruktur. Pelaku UMKM yang memperoleh paparan edukasi keuangan melalui pelatihan, pendampingan usaha, komunitas wirausaha, dan program inklusi keuangan cenderung memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih baik, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan dan mendorong perilaku menabung yang lebih konsisten dan berorientasi pada keberlanjutan usaha. Khusus pada UMKM kuliner di Kota Semarang, pengaruh sosialisasi keuangan menjadi semakin krusial mengingat karakteristik sektor ini yang ditandai oleh arus kas harian yang fluktuatif, margin keuntungan yang relatif tipis, volatilitas harga bahan baku, serta tingkat risiko operasional yang tinggi. Sosialisasi keuangan membantu pelaku usaha dalam menyadari pentingnya pembentukan dana cadangan usaha untuk menghadapi ketidakpastian permintaan dan kenaikan biaya produksi, mendorong akumulasi tabungan usaha sebagai sumber pembiayaan internal untuk ekspansi, pembelian peralatan dan inovasi produk, serta mengurangi ketergantungan terhadap hutang jangka pendek dari sumber pembiayaan informal dengan biaya tinggi. Dengan demikian, perilaku menabung tidak hanya berfungsi sebagai kebiasaan finansial individual, tetapi juga sebagai strategi bisnis untuk meningkatkan ketahanan dan stabilitas usaha.

Temuan ini juga konsisten dengan bukti empiris bahwa peningkatan literasi dan pembelajaran keuangan berkontribusi pada perilaku keuangan yang lebih sehat, bijaksana, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha. Sosialisasi keuangan terbukti tidak hanya membentuk pola menabung secara personal, tetapi juga memperkuat ketahanan finansial, kapasitas investasi internal, dan keberlanjutan bisnis UMKM, khususnya dalam sektor kuliner yang kompetitif dan dinamis. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dengan memfokuskan analisis pada UMKM kuliner sebagai unit utama, bukan pada rumah tangga atau generasi muda sebagaimana dominan dalam literatur sebelumnya, sehingga memperluas kajian perilaku menabung dalam ranah keuangan UMKM. Penelitian ini juga menawarkan pendekatan kontekstual berbasis wilayah Kota Semarang, yang memiliki karakteristik ekosistem ekonomi kreatif dan pertumbuhan UMKM kuliner

yang pesat, sehingga menghasilkan temuan yang relevan bagi perumusan kebijakan lokal. Selain itu, studi ini memposisikan sosialisasi keuangan sebagai determinan langsung perilaku menabung usaha, bukan sekadar faktor pendukung literasi keuangan, sehingga memperkaya model konseptual dalam studi keuangan UMKM dan membuka ruang bagi pengembangan kerangka teoritis yang lebih komprehensif.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat argumen bahwa sosialisasi keuangan merupakan mekanisme kunci dalam pembentukan perilaku keuangan adaptif, khususnya pada pelaku usaha mikro dan kecil yang menghadapi keterbatasan sumber daya dan ketidakpastian pasar. Secara praktis, temuan ini memberikan dasar empiris bagi pemerintah daerah, OJK, perbankan dan lembaga pendamping UMKM di Kota Semarang untuk memperluas program edukasi dan sosialisasi keuangan berbasis sektor kuliner, memperkuat pelatihan pengelolaan arus kas dan perencanaan tabungan usaha, serta mengembangkan kampanye budaya menabung sebagai strategi untuk meningkatkan ketahanan finansial, ekspansi usaha dan keberlanjutan UMKM.

### **Pengaruh Inklusi Keuangan Digital terhadap Perilaku Menabung pada UMKM Kuliner di Kota Semarang**

Inklusi keuangan digital terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung pelaku UMKM, termasuk sektor kuliner di Kota Semarang. Inklusi keuangan digital merujuk pada kemudahan akses, penggunaan dan pemanfaatan layanan keuangan berbasis teknologi seperti: *mobile banking*, *e-wallet*, *QRIS*, *fintech*, dan aplikasi pencatatan keuangan *digital*. Akses yang lebih luas terhadap layanan keuangan digital memungkinkan pelaku UMKM untuk melakukan transaksi secara non-tunai, memantau arus kas setiap waktu, serta menyimpan dana dalam instrumen formal yang lebih aman dan terstruktur. Fitur *digital* seperti notifikasi transaksi, laporan keuangan otomatis dan kemudahan transfer dana berkontribusi dalam membentuk disiplin finansial dan mendorong kebiasaan menyisihkan pendapatan usaha sebagai tabungan, baik untuk dana darurat, investasi usaha, maupun ekspansi bisnis (Demirgüç-Kunt et al., 2018; Ozili, 2018).

Secara teoritis, hubungan ini dapat dijelaskan melalui *Financial Inclusion Theory dan Technology Acceptance Model (TAM)*, yang menegaskan bahwa adopsi teknologi keuangan meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan, menurunkan biaya transaksi, serta memperkuat akses terhadap produk simpanan formal. Digitalisasi layanan keuangan membantu pelaku UMKM memisahkan keuangan pribadi dan usaha, meningkatkan transparansi keuangan, serta mengurangi risiko penggunaan dana untuk konsumsi non-produktif, sehingga memperkuat perilaku menabung yang lebih terencana dan berorientasi jangka panjang (Venkatesh et al., 2012; Suri & Jack, 2016). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat inklusi keuangan digital, semakin besar kecenderungan pelaku usaha untuk membangun kebiasaan menabung secara sistematis dan berkelanjutan.

Dalam konteks UMKM kuliner di Kota Semarang, peran inklusi keuangan digital menjadi semakin strategis mengingat karakteristik sektor ini yang memiliki volume transaksi harian tinggi, arus kas cepat, margin keuntungan relatif tipis, serta ketergantungan pada pembayaran *digital* melalui *platform delivery online* dan *e-wallet*. Adopsi pembayaran digital dan layanan *fintech* tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan rekam jejak keuangan yang lebih tertata, sehingga memudahkan pelaku usaha dalam merencanakan alokasi dana untuk tabungan usaha. Selain itu, akses terhadap perbankan *digital* dan *fintech* memungkinkan pelaku UMKM kuliner untuk menabung secara fleksibel, menyisihkan sebagian pendapatan secara otomatis, serta membangun dana cadangan guna menghadapi fluktuasi permintaan, kenaikan harga bahan baku dan risiko operasional lainnya. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis seperti Semarang sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi kreatif dan kuliner di Jawa Tengah inklusi keuangan digital berperan sebagai enabler struktural yang memperkuat stabilitas keuangan dan keberlanjutan UMKM (Beck et al., 2015; Gomber et al., 2018).

Penelitian ini memberikan kontribusi dengan memposisikan inklusi keuangan digital sebagai determinan langsung perilaku menabung usaha, bukan hanya sebagai alat transaksi atau sarana pendukung literasi keuangan

sebagaimana banyak dikaji dalam penelitian sebelumnya. *Novelty* konseptual juga terletak pada pengintegrasian dimensi teknologi finansial dengan pembentukan perilaku menabung UMKM, sehingga memperluas kajian perilaku keuangan dari perspektif konvensional menuju perilaku menabung. Selain itu, fokus empiris pada UMKM kuliner di Kota Semarang menghadirkan *novelty* kontekstual, mengingat sektor ini memiliki intensitas penggunaan pembayaran digital yang tinggi namun masih terbatas dalam kajian empiris terkait dampaknya terhadap perilaku menabung. Studi ini menegaskan bahwa inklusi keuangan digital tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga membentuk budaya menabung yang lebih disiplin, adaptif, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa penguatan inklusi keuangan digital merupakan strategi kunci dalam mendorong perilaku menabung yang sehat dan berkelanjutan pada UMKM kuliner di Kota Semarang. Oleh karena itu, implikasi praktis dari penelitian ini mencakup perlunya perluasan adopsi pembayaran digital dan fintech, integrasi UMKM kuliner dalam ekosistem perbankan digital, serta penguatan edukasi pemanfaatan layanan keuangan digital untuk perencanaan dan tabungan usaha, guna meningkatkan resiliensi finansial, kapasitas investasi dan daya saing UMKM di tingkat lokal dan nasional.

### **Peran Mediasi Pengelolaan Keuangan dalam Pengaruh Sosialisasi Keuangan terhadap Perilaku Menabung pada UMKM Kuliner di Kota Semarang**

Pengelolaan keuangan terbukti mampu memediasi pengaruh sosialisasi keuangan terhadap perilaku menabung pada pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner di Kota Semarang. Sosialisasi keuangan yang diperoleh melalui keluarga, komunitas usaha, pelatihan pemerintah, lembaga keuangan, serta media digital berperan dalam membentuk pemahaman, sikap, dan norma keuangan yang positif. Namun, pengaruh sosialisasi tersebut tidak secara langsung sepenuhnya terwujud dalam perilaku menabung, melainkan diperkuat melalui praktik pengelolaan keuangan yang efektif,

seperti pencatatan keuangan yang sistematis, perencanaan anggaran, pengendalian arus kas, pemisahan keuangan usaha dan pribadi, serta pengalokasian dana secara terencana. Dengan kata lain, sosialisasi keuangan meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan, yang pada gilirannya mendorong terbentuknya perilaku menabung yang lebih disiplin, konsisten, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha (Gudmunson & Danes, 2011; Xiao, J, 2024).

Secara teoritis, mekanisme mediasi ini dapat dijelaskan melalui *Financial Socialization Theory* dan konsep *financial capability*, yang menegaskan bahwa pembelajaran sosial mengenai keuangan akan meningkatkan kompetensi pengelolaan keuangan sebelum akhirnya terwujud dalam perilaku finansial yang nyata. Sosialisasi keuangan membentuk kerangka kognitif dan sikap positif terhadap perencanaan keuangan, sementara pengelolaan keuangan berfungsi sebagai saluran operasional yang mengonversi pengetahuan dan norma tersebut menjadi tindakan nyata berupa kebiasaan menabung. Dengan demikian, perilaku menabung tidak hanya merupakan hasil dari eksposur edukasi keuangan, tetapi juga refleksi dari kemampuan pelaku usaha dalam menerjemahkan pembelajaran tersebut ke dalam praktik manajerial keuangan sehari-hari.

Dalam konteks UMKM kuliner di Kota Semarang, peran mediasi pengelolaan keuangan menjadi semakin penting mengingat karakteristik sektor kuliner yang memiliki arus kas harian tinggi, fluktuasi permintaan, margin keuntungan relatif tipis, serta risiko operasional yang signifikan, seperti: kenaikan harga bahan baku dan persaingan usaha yang ketat. Sosialisasi keuangan melalui pelatihan UMKM, komunitas wirausaha kuliner, dan program inklusi keuangan daerah mendorong pelaku usaha untuk memahami pentingnya disiplin keuangan. Namun, hanya pelaku usaha yang mampu mengimplementasikan praktik pengelolaan keuangan yang baik seperti menyusun anggaran harian, mencatat transaksi digital, dan menetapkan target tabungan usaha yang secara konsisten dapat menyisihkan laba sebagai tabungan. Dalam hal ini, pengelolaan keuangan berperan sebagai mekanisme kunci yang menghubungkan pembelajaran keuangan dengan pembentukan tabungan usaha, sekaligus meningkatkan

ketahanan finansial dan keberlanjutan UMKM kuliner di Semarang (Beck et al., 2015; OECD, 2020).

Penelitian ini memberikan kontribusi dengan mengembangkan model mediasi yang menempatkan pengelolaan keuangan sebagai mekanisme utama dalam mentransformasikan sosialisasi keuangan menjadi perilaku menabung UMKM, bukan hanya sebagai variabel kontrol atau faktor pendamping sebagaimana dalam banyak studi sebelumnya. *Novelty* konseptual terletak pada pengintegrasian dimensi sosial (sosialisasi keuangan) dan dimensi operasional (pengelolaan keuangan) dalam menjelaskan perilaku menabung berbasis kewirausahaan, sehingga memperluas literatur *saving behavior* dari perspektif rumah tangga menuju model perilaku menabung UMKM. Selain itu, fokus empiris pada UMKM kuliner di Kota Semarang menghadirkan *novelty* kontekstual yang signifikan, mengingat sektor ini memiliki dinamika keuangan harian yang kompleks dan tingkat kebutuhan likuiditas tinggi, namun masih relatif terbatas dalam kajian empiris terkait peran mediasi pengelolaan keuangan dalam membentuk perilaku menabung.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa penguatan sosialisasi keuangan perlu diiringi dengan peningkatan kapasitas pengelolaan keuangan agar dapat secara efektif mendorong perilaku menabung pada UMKM kuliner di Kota Semarang. Oleh karena itu, implikasi praktis dari penelitian ini mencakup perlunya integrasi program edukasi keuangan dengan pelatihan manajemen keuangan usaha, pendampingan pembukuan UMKM, pemanfaatan aplikasi keuangan digital untuk pencatatan dan perencanaan kas, serta penguatan ekosistem pembelajaran keuangan berbasis komunitas kuliner, guna meningkatkan akumulasi tabungan usaha, ketahanan finansial, dan keberlanjutan UMKM di tingkat lokal dan nasional.

### **Peran Mediasi Pengelolaan Keuangan dalam Pengaruh Inklusi Keuangan Digital terhadap Perilaku Menabung pada UMKM Kuliner di Kota Semarang**

Pengelolaan keuangan terbukti mampu memediasi pengaruh inklusi keuangan digital terhadap perilaku

menabung pada pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner di Kota Semarang. Inklusi keuangan digital yang tercermin dalam akses dan penggunaan *mobile banking*, *e-wallet*, *QRIS*, *fintech*, serta aplikasi pencatatan keuangan memperluas kesempatan pelaku usaha untuk melakukan transaksi non-tunai, menyimpan dana secara formal, serta memantau arus kas secara real-time. Namun, dampak positif inklusi keuangan digital terhadap perilaku menabung tidak terjadi secara otomatis, melainkan bekerja secara efektif melalui peningkatan kualitas pengelolaan keuangan, seperti: perencanaan anggaran, pencatatan transaksi yang sistematis, pengendalian arus kas dan pemisahan keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Dengan kata lain, layanan keuangan digital meningkatkan kapasitas manajerial keuangan UMKM, yang selanjutnya mendorong kemampuan pelaku usaha untuk menyisihkan pendapatan secara konsisten sebagai tabungan usaha (Demirgüç-Kunt et al., 2018; Ozili, 2018; Xiao, J, 2024).

Secara teoritis, mekanisme mediasi ini dapat dijelaskan melalui integrasi *Financial Inclusion Theory*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, dan konsep *financial capability*, yang menegaskan bahwa adopsi teknologi keuangan meningkatkan efisiensi dan transparansi pengelolaan keuangan sebelum akhirnya terwujud dalam perubahan perilaku finansial. Inklusi keuangan digital menyediakan infrastruktur dan alat keuangan, sementara pengelolaan keuangan berperan sebagai saluran operasional yang mengonversi akses teknologi tersebut menjadi praktik nyata berupa perencanaan keuangan yang lebih baik dan pembentukan tabungan usaha. Dengan demikian, perilaku menabung bukan hanya hasil dari akses teknologi finansial, tetapi juga refleksi dari kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi tersebut secara strategis untuk mengelola keuangan usaha (Venkatesh et al., 2012; Suri & Jack, 2016).

Dalam konteks UMKM kuliner di Kota Semarang, peran mediasi pengelolaan keuangan menjadi semakin krusial mengingat karakteristik sektor kuliner yang memiliki volume transaksi harian tinggi, perputaran kas cepat, fluktuasi permintaan musiman, serta tekanan biaya bahan baku dan operasional. Pemanfaatan pembayaran digital dan aplikasi keuangan memungkinkan pelaku UMKM kuliner untuk

memperoleh data transaksi yang lebih akurat, sehingga mempermudah penyusunan laporan keuangan, perencanaan anggaran, serta pengalokasian dana untuk tabungan usaha. Namun, hanya pelaku usaha yang mampu mengelola data keuangan tersebut secara efektif, misalnya melalui pencatatan rutin, evaluasi arus kas dan penetapan target tabungan yang dapat secara konsisten membangun dana cadangan usaha untuk menghadapi risiko penurunan penjualan, kenaikan harga bahan pangan, serta kebutuhan investasi dalam inovasi produk. Dalam hal ini, pengelolaan keuangan berfungsi sebagai mekanisme kunci yang menjembatani manfaat inklusi keuangan digital dengan pembentukan perilaku menabung yang berkelanjutan, sekaligus meningkatkan ketahanan finansial UMKM kuliner di Semarang (Beck et al., 2015; OECD, 2020).

Penelitian ini memberikan kontribusi dengan mengembangkan model mediasi yang menempatkan pengelolaan keuangan sebagai mekanisme utama dalam mentransformasikan inklusi keuangan digital menjadi perilaku menabung UMKM, bukan sekadar menguji pengaruh langsung teknologi finansial terhadap saving behavior sebagaimana dominan dalam studi sebelumnya. *Novelty* konseptual terletak pada pengintegrasian dimensi teknologi (*digital financial inclusion*) dan dimensi manajerial (*financial management practices*) dalam menjelaskan perilaku menabung berbasis kewirausahaan, sehingga memperluas literatur dari pendekatan adopsi fintech menuju model perilaku menabung UMKM. Selain itu, fokus empiris pada UMKM kuliner di Kota Semarang menghadirkan *novelty* kontekstual yang signifikan, mengingat sektor ini memiliki intensitas transaksi digital yang tinggi dan dinamika keuangan harian yang kompleks, namun masih relatif terbatas dalam kajian empiris mengenai peran mediasi pengelolaan keuangan dalam membentuk perilaku menabung usaha. Studi ini menegaskan bahwa inklusi keuangan digital hanya akan berdampak optimal terhadap perilaku menabung apabila diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang efektif dan terstruktur.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa penguatan inklusi keuangan digital perlu disertai dengan peningkatan kapasitas pengelolaan keuangan agar mampu

secara efektif mendorong perilaku menabung pada UMKM kuliner di Kota Semarang. Oleh karena itu, implikasi praktis mencakup perlunya integrasi layanan *fintech* dengan pelatihan manajemen keuangan UMKM, pendampingan pembukuan berbasis *digital*, pemanfaatan aplikasi pencatatan keuangan, serta penguatan ekosistem keuangan digital di komunitas usaha kuliner, guna meningkatkan akumulasi tabungan usaha, resiliensi finansial dan keberlanjutan UMKM di tingkat lokal dan nasional.

## **PENUTUP**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku menabung pelaku UMKM kuliner di Kota Semarang dipengaruhi secara signifikan oleh sosialisasi keuangan dan inklusi keuangan digital, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pengelolaan keuangan sebagai variabel mediasi utama. Sosialisasi keuangan terbukti berperan dalam membentuk sikap, norma dan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya perencanaan dan disiplin keuangan, sementara inklusi keuangan digital memperluas akses terhadap layanan keuangan *modern* yang meningkatkan efisiensi transaksi, transparansi arus kas, serta kemudahan pengelolaan dana. Namun, dampak kedua faktor tersebut terhadap perilaku menabung menjadi lebih kuat dan efektif ketika pelaku UMKM mampu menerjemahkan pengetahuan dan akses keuangan tersebut ke dalam praktik pengelolaan keuangan yang sistematis, seperti: pencatatan keuangan yang rapi, perencanaan anggaran, pengendalian arus kas dan pemisahan keuangan usaha dengan keuangan pribadi.

Temuan ini menegaskan bahwa pengelolaan keuangan berperan sebagai mekanisme kunci yang menjembatani sosialisasi dan inklusi keuangan digital dengan pembentukan perilaku menabung usaha. Dalam konteks UMKM kuliner di Semarang yang memiliki karakteristik perputaran kas harian tinggi, fluktuasi permintaan, margin keuntungan relatif tipis dan risiko operasional yang dinamis kemampuan mengelola keuangan secara efektif menjadi faktor krusial dalam membangun dana cadangan, menjaga likuiditas, serta mendukung keberlanjutan dan ekspansi usaha. Dengan demikian, tabungan usaha tidak hanya merefleksikan

preferensi individu, tetapi juga mencerminkan kualitas sistem pengelolaan keuangan yang diterapkan dalam operasional bisnis.

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi dengan mengembangkan model integratif yang menempatkan pengelolaan keuangan sebagai mediator strategis dalam hubungan antara sosialisasi keuangan, inklusi keuangan digital dan perilaku menabung, sehingga memperluas literatur tentang perilaku keuangan dari pendekatan rumah tangga ke konteks *entrepreneurial financial behavior*. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan dasar empiris bagi pemerintah daerah, OJK, perbankan, *fintech*, serta lembaga pendamping UMKM untuk merancang program edukasi dan sosialisasi keuangan berbasis digital yang terintegrasi dengan pelatihan pengelolaan keuangan usaha, guna memperkuat budaya menabung, meningkatkan ketahanan finansial dan mendorong keberlanjutan UMKM kuliner di Kota Semarang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-shami, S., A.; Damayanti, R.; Adil, H.; Farhi, F.; & Al Mamum, A. (2024). Financial and digital financial literacy through social media use towards financial inclusion among batik small enterprises in Indonesia. *Heliyon*. 10. e34902. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e34902>
- Ajzen, I. (2020) 'The theory of planned behavior: Frequently asked questions', *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2 (4), pp. 314–324. doi: 10.1002/HBE2.195/FORMAT/PDF.
- Allen, J. et al. (2021). *Festival & Special Event Management Essentials*. [https://books.google.co.id/books?id=fbIxEAAAQBAJ&pg=PR1&hl=id&source=gsbs\\_selected\\_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=fbIxEAAAQBAJ&pg=PR1&hl=id&source=gsbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false)
- Atrill, P., & McLaney, E. (2019). *Accounting and finance for non-specialists*. Harlow, England: Pearson Education.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *STATISTIK INDONESIA 2023*. In Badan Pusat Statistik (Vol. 1101001). <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.htm>
- Bappeda Kota Semarang. (2022). *UMKM Kota Semarang Tahun 2022*. Semarang: Bappeda Kota Semarang <http://eprints.stiebankbpdjateng.ac.id/2907/1/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>.

- Becha, H., Kalai, M., Houidi, S., & Helali, K. (2025). Digital financial inclusion, environmental sustainability, and regional economic growth in China: insights from a panel threshold model, *Journal of Economic Structures*. 14 (4). 2-40. <https://doi.org/10.1186/s40008-025-00347-4>
- Beck, T., Senbet, L., & Simbanegavi, W. (2015). Financial Inclusion and Innovation in Africa: An Overview. *Journal of African Economies*. 24 (1). i3-i11. <https://doi.org/10.1093/jae/eju031>
- Boachie, C. & Adu-Darko, E. (2024). The effect of financial inclusion on economic growth: the role of human capital development. *Cogent Social Sciences*, 10:1, 2346118, DOI: 10.1080/23311886.2024.2346118
- Boto-García, D, Buccioli, A., & Manfrè, M. (2022). The role of financial socialization and self-control on saving habits. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*. 100.101903. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2022.101903>
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Ansar, S. (2022). The Global Findex Database 2021. In *The Global Findex Database 2021*. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1897-4>
- Gomber, P., Kauffman, R. J., Parker, C., & Weber, B. W. (2018). On the Fintech Revolution: Interpreting the Forces of Innovation, Disruption, and Transformation in Financial Services. *Journal of Management Information Systems*, 35 (1), 220-265. <https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1440766>
- Goyal, K., Kumar, S., Hoffmann, A. (2023). The direct and indirect effects of financial socialization and psychological characteristics on young professionals' personal financial management behavior. *International Journal of Bank Marketing*. 41 (7). 1550-1584. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2022-0419>
- Gudmunson, C. G., & Danes, S. M. (2011). Family Financial Socialization: Theory and Critical Review. *Journal of Family and Economic Issues*, 32 (4), 644-667. <https://doi.org/10.1007/s10834-011-9275-y>
- Gunawan, A., & Chairani. (2019). Effect of Financial Literacy and Lifestyle of Finance Student Behavior. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 1 (1), 76-86. <https://jurnal.umsu.ac.id:444/index.php/ijbe/article/view/3885/3424>
- Hidayat, G. & Hermawan, A. (2025). Behavioral Factors Affecting Personal Financial Management and Savings Habits: A Case Study of Gen Z. *Jurnal Riset dan Bisnis Manajemen*. 18 (2). 240-

- 249.DOI: <https://doi.org/10.23969/jrbm.v18i2.22278>
- Imelda T. Angeles. (2022). The Moderating Effect of Digital and Financial Literacy on the Digital Financial Services and Financial Behavior of MSMEs. 20.505-515 <https://refpress.org/ref-vol20-a57/>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). Statistik UMKM Indonesia 2023. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Khando, Islam, M. S, & Gao, S. (2023). The Emerging Technologies of Digital Payments and Associated Challenges: A Systematic Literature Review. *Future Internet*.15 (1), 21; <https://doi.org/10.3390/fi15010021>
- Kingsley Hung Khai Yeo & Weng Marc Lim & Kwang-Jing Yii (2024). "Financial planning behaviour: a systematic literature review and new theory development," *Journal of Financial Services Marketing*, Palgrave Macmillan, 29 (3), 979-1001. DOI: 10.1057/s41264-023-00249-1
- Kirti, G; Satish, K; Arvid, H. (2023). The direct and indirect effects of financial socialization and psychological characteristics on young professionals' personal financial management behavior. *The International Journal of Bank Marketing*. 41 (7).1550 – 1584. DOI: 10.1108/IJBM-09-2022-0419
- Klapper, L., & Lusardi, A. (2020). Financial literacy and financial resilience: Evidence from around the world. *Financial Management*, 49 (3), 589-614. <https://doi.org/10.1111/fima.12283>
- Lusardi, A. (2012). Numeracy, financial literacy, and financial decision-making (No.17821). National Bureau of Economic Research, 2.
- Lusardi, A. (2012). Numeracy, financial literacy, and financial decision-making No. 17821. National Bureau of economic research, 8.
- Lusardi, Annamaria, and Olivia S. Mitchell. (2014). "The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence." *Journal of Economic Literature* 52 (1): 5-44. DOI: 10.1257/jel.52.1.5
- Luthra, S., Kumar, A., Sharma, M., Garza-Reyes, J., A., & Kumar, V. (2022). An analysis of operational behavioural factors and circular economy practices in SMEs: An emerging economy perspective. *Journal of Business Research*. 141. 321-336. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.12.014>
- Morgan, Peter J. & Long, Trinh Quang, 2020. "Financial literacy, financial inclusion, and savings behavior in Laos," *Journal of Asian Economics*, Elsevier. 68 (C). DOI:

- 10.1016/j.asieco.2020.101197
- Nurprabowo, A., & Meilani, M. (2023). Kajian Sektor Formal Investasi Umkm Memperkuat Pilar Ketahanan Ekonomi Nasional. Kajian Strategis Seri Ekonomi Hijau. <https://bkpm.go.id/storage/file/pdf/1693369989.pdf>
- OECD. (2023). OECD Principles of Corporate Governance. Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Okeke, N., I.; Bakare, O., A.; & Achumie, G., O. (2024). Forecasting financial stability in SMEs: A comprehensive analysis of strategic budgeting and revenue management. *Open Access Research Journal of Multidisciplinary Studies*. 8 (1). 139-149. DOI: 10.53022/oarjms.2024.8.1.0055
- Ozili, P. K. (2018). Impact of Digital Finance on Financial Inclusion and Stability. University of Essex. <https://mpr.aub.uni-muenchen.de/84771/MPRA Paper No. 84771>
- Raithatha, R. & Storch, G. (2025). The State of the Industry Report on Mobile Money 2025. GSMA
- Samion, Aspiati, A., Sudarmanto, E., Gilaa, T., Majid, J., Purwanto. (2024). The Effect of Financial Planning, Sustainable Investment, and Risk Management on Business Sustainability in the SME Sector. *Sciences du Nord Economics and Business*. 1 (2) 100-108. DOI: <https://doi.org/10.58812/2f7qkk43>
- Shah, P., Dhir, A., Joshi, R., & Tripathy, N. (2023). Opportunities and challenges in food entrepreneurship: In-depth qualitative investigation of millet entrepreneurs. *Journal of Business Research*. 155, 113372. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113372>
- Suri, T., & Jack, W. (2016). The Long-Run Poverty and Gender Impacts of Mobile Money. *Science*, 354, 1288-1292. <https://doi.org/10.1126/science.aah5309>
- Surya, B., Menne, F., Sabhan, H., Suriani, S., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic Growth, Increasing Productivity of SMEs, and Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 7 (1). 20. 1-37. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010020>
- Tay, L.; Tai, H.; Tan, G. (2022). Digital financial inclusion: A gateway to sustainable development. *Heliyon*. 8 (6), e09766.1-10. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09766>
- Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2016). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17 (5), 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>
- Xiao, Jing Jian, Cheng Chen, and Fuzhong Chen. (2014). Consumer Financial Capability and Financial Satisfaction. *Social*

- Indicators Research. 118. 415–432.  
<https://doi.org/10.1007/s11205-013-0414-8>
- Xiao, J., Xu, Z., Xiao, A., Wang, X., Skare, M. (2024). Overcoming barriers and seizing opportunities in the innovative adoption of next-generation digital technologies. *Journal of Innovation & Knowledge*. 9 (4). 100622. 1-18.  
<https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100622>
- Yeo, K. H. K.; Lim, W. M., Yii, K. (2024). Financial planning behaviour: a systematic literature review and new theory development. *Journal of Financial Services Marketing*, 29:979–1001.  
<https://doi.org/10.1057/s41264-023-00249-1>
- World Bank. 2025. *Indonesia Economic Prospects (IEP) December 2025: Digital Foundations for Growth*. Jakarta: World Bank.
- Zhang, C & Li, Y. (2025). Digital inclusive finance harvest: Cultivating creditworthiness for small agricultural businesses. *Pacific-Basin Finance Journal*. 91.102731. 1-18.  
<https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2025.102731>