

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh (Ajzen, 1991), menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat berperilaku (*behavioral intention*), yang terbentuk dari tiga faktor utama yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

Dalam konteks inklusi keuangan UMKM, teori ini relevan karena keputusan pelaku usaha untuk menggunakan layanan keuangan formal maupun digital sangat dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap manfaat keuangan, dorongan sosial dari lingkungan bisnis, serta persepsi kemudahan dalam mengakses layanan keuangan tersebut.

Penelitian oleh (Chuang et al., 2023) dan (N. Sari & Rahayu, 2024) menunjukkan bahwa TPB efektif menjelaskan perilaku adopsi layanan finansial digital karena mencakup faktor psikologis, sosial, dan kontrol pribadi yang memengaruhi keputusan pelaku usaha. Dengan demikian, penerapan TPB dalam penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa niat pelaku UMKM untuk berpartisipasi

dalam sistem keuangan formal dipengaruhi oleh literasi keuangan, kepercayaan sosial, serta persepsi kemudahan penggunaan produk keuangan digital.

2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) dikembangkan oleh (Davis, 1989) sebagai kerangka teoritis untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi. Model ini berasumsi bahwa dua konstruk utama *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) menentukan sikap pengguna terhadap teknologi dan pada akhirnya memengaruhi niat serta perilaku aktual dalam menggunakannya.

Dalam konteks penelitian ini, TAM sangat relevan untuk menjelaskan perilaku pelaku UMKM kuliner dalam memanfaatkan produk keuangan digital seperti mobile banking, e-wallet, atau QRIS. Semakin tinggi persepsi kemudahan dan kemanfaatan dari sistem digital, semakin besar kemungkinan pelaku usaha akan mengadopsinya secara aktif.

Hasil penelitian Davis & Venkatesh (2000) dan Purwati et al, (2025) menegaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi merupakan faktor kunci yang mendorong inklusi keuangan digital. Dengan demikian, penerapan TAM membantu menjelaskan bagaimana tingkat literasi digital dan keuangan pelaku UMKM dapat memengaruhi niat serta perilaku mereka dalam menggunakan layanan keuangan digital.

2.1.3 Inklusi Keuangan

2.1.3.1 Pengertian Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan (*financial inclusion*) merupakan kondisi di mana seluruh lapisan masyarakat memiliki akses terhadap layanan keuangan formal yang bermanfaat dan berkelanjutan. (World Bank, 2023) mendefinisikannya sebagai kemampuan individu dan usaha untuk mengakses dan menggunakan produk keuangan secara efektif guna memenuhi kebutuhan ekonomi.

Menurut Sarma (2012), inklusi keuangan mencakup tiga dimensi: akses, penggunaan, dan kualitas layanan keuangan. (OJK, 2024) menambahkan bahwa inklusi keuangan bertujuan menciptakan sistem keuangan yang inklusif melalui peningkatan akses masyarakat terhadap tabungan, kredit, asuransi, dan layanan pembayaran digital.

Dalam konteks UMKM, inklusi keuangan berperan penting untuk meningkatkan keberlanjutan usaha, memperluas peluang pembiayaan, dan mengurangi ketergantungan terhadap sumber dana informal. Pelaku UMKM yang memiliki akses ke sistem keuangan formal cenderung lebih stabil secara finansial dan lebih mampu berinovasi dalam bisnisnya.

2.1.3.2 Indikator Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan menggambarkan sejauh mana individu atau pelaku UMKM memiliki akses, kemampuan, dan kesempatan untuk menggunakan layanan keuangan formal secara efektif. Menurut Sarma (2012) dan Demircuc-Kunt et al. (2022), tingkat inklusi keuangan dapat dilihat dari dimensi akses, penggunaan, dan kualitas layanan

keuangan. Dalam konteks UMKM kuliner, inklusi keuangan menjadi penting karena berpengaruh langsung terhadap stabilitas dan pertumbuhan usaha.

Indikator Inklusi Keuangan:

1. Akses Keuangan (Access): Kemudahan pelaku UMKM dalam memperoleh layanan keuangan formal seperti kredit usaha rakyat (KUR), tabungan, dan asuransi (Sarma, 2012)
2. Penggunaan Layanan Keuangan (Usage): Tingkat pemanfaatan produk keuangan formal dalam kegiatan usaha, misalnya penggunaan rekening bank, e-wallet, atau fasilitas pembiayaan (Demirgüç-Kunt et al., 2022).
3. Kualitas Layanan Keuangan (Quality): Persepsi pelaku UMKM terhadap kualitas, kecepatan, dan kenyamanan layanan keuangan yang diterima, termasuk kesesuaian produk dengan kebutuhan usaha (OJK, 2024).

2.1.3.3 Bentuk dan Karakteristik Inklusi Keuangan

Menurut Demirguc-Kunt et al. (2022), bentuk inklusi keuangan dapat berupa akses terhadap produk tabungan, pembiayaan mikro, asuransi, dan layanan pembayaran digital. Karakteristik sistem keuangan yang inklusif adalah terbukanya kesempatan bagi kelompok rentan seperti pelaku UMKM dan perempuan untuk memperoleh layanan keuangan formal.

Di Indonesia, program *Gerakan Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (GNLIK)* oleh OJK menjadi wujud nyata upaya memperluas akses keuangan formal. Bagi UMKM kuliner, karakteristik inklusi keuangan terlihat dari kemampuan

menggunakan berbagai produk finansial digital secara efisien dalam mendukung keberlanjutan usaha.

2.1.3.4 Faktor Yang Mempengaruhi Inklusi Keuangan

Menurut Demircuc-Kunt et al. (2022), faktor yang memengaruhi tingkat inklusi keuangan meliputi literasi keuangan, pendapatan, lokasi geografis, dan infrastruktur keuangan. Sementara Klapper dan Singer (2022) menambahkan bahwa kemajuan teknologi digital serta kebijakan pemerintah juga berperan besar dalam memperluas jangkauan layanan keuangan formal.

Dalam konteks UMKM, tingkat literasi keuangan, penggunaan teknologi digital, dan modal sosial menjadi faktor penentu utama. Pelaku usaha yang memiliki pengetahuan finansial baik dan jaringan sosial luas lebih mudah memperoleh akses terhadap kredit, asuransi, serta produk keuangan lainnya.

2.1.4 Literasi Keuangan

2.1.4.1 Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami, menilai, dan menggunakan informasi keuangan untuk pengambilan keputusan ekonomi yang efektif. Menurut Lusardi & Mitchell (2014) literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman individu terhadap konsep keuangan seperti bunga, inflasi, risiko, dan diversifikasi yang memengaruhi kemampuan dalam mengambil keputusan finansial. Definisi ini menekankan bahwa literasi keuangan bukan sekadar pengetahuan, tetapi juga mencakup keterampilan dalam mengelola keuangan secara bijak.

Sementara itu, (Remund, 2010) mendefinisikan literasi keuangan sebagai ukuran kemampuan individu untuk memahami konsep dasar keuangan dan mengelola sumber daya ekonomi secara efektif sepanjang hidupnya. Ia menegaskan bahwa literasi keuangan melibatkan aspek pengetahuan, kemampuan manajerial, serta sikap dan perilaku dalam mengelola risiko finansial. Dalam konteks bisnis, literasi keuangan sangat penting karena menentukan bagaimana pelaku usaha merencanakan, mengelola, serta mengembangkan modal kerja secara berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh Octavera & Rahadi (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan individu, di mana semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka semakin baik pula pengelolaan keuangan yang dimiliki. Artinya, literasi keuangan tidak hanya mencerminkan kemampuan kognitif, tetapi juga dimensi afektif dan psikomotorik dalam pengambilan keputusan ekonomi yang rasional.

2.1.4.2 Indikator Literasi Keuangan

Literasi keuangan menunjukkan tingkat pengetahuan, sikap, dan perilaku individu dalam mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk mencapai kesejahteraan ekonomi. Menurut Lusardi & Mitchell (2014) dan OECD (2015), literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman konseptual, tetapi juga kemampuan praktis dan sikap terhadap risiko dalam pengambilan keputusan finansial.

Indikator Literasi Keuangan:

1. Pengetahuan Dasar Keuangan (Financial Knowledge) – Pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep dasar keuangan seperti bunga, inflasi, dan diversifikasi risiko (Lusardi & Mitchell, 2014).
2. Perilaku Keuangan (Financial Behavior) – Tindakan nyata pelaku usaha dalam mengatur keuangan, menabung, membayar tagihan tepat waktu, dan menghindari utang konsumtif (OECD, 2015).
3. Sikap keuangan (Financial Attitude) – kondisi mental, pendapat, dan penilaian seseorang terhadap uang serta cara mengelolanya dalam kehidupan sehari-hari. Ini mencakup evaluasi mental (positif/negatif), pola pikir, dan tingkat kepedulian terhadap pengelolaan keuangan, seperti menabung dan perencanaan masa depan (OECD, 2015).

2.1.4.3 Bentuk dan Karakteristik Literasi Keuangan

Menurut (Huston, 2010), literasi keuangan terbagi dalam dua bentuk utama: literasi keuangan dasar (*basic financial literacy*) dan literasi keuangan lanjutan (*advanced financial literacy*). Literasi dasar berfokus pada pemahaman konsep keuangan umum, sementara literasi lanjutan mencakup kemampuan analisis terhadap instrumen keuangan kompleks seperti investasi dan asuransi.

Karakteristik individu yang memiliki literasi keuangan tinggi antara lain mampu menyusun anggaran, mengelola tabungan, mengendalikan pengeluaran, serta memiliki orientasi jangka panjang dalam keputusan keuangan. Selain itu, mereka memiliki kepercayaan diri dalam menggunakan layanan keuangan formal dan digital.

Dalam konteks pelaku UMKM kuliner, literasi keuangan menjadi ciri pelaku usaha yang adaptif terhadap perubahan pasar, mampu melakukan pencatatan keuangan, serta memahami manfaat diversifikasi sumber pembiayaan. Literasi keuangan yang baik mencerminkan kapasitas kewirausahaan yang matang dan daya tahan usaha terhadap risiko keuangan.

2.1.4.4 Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Menurut (Grohmann, 2017), tingkat literasi keuangan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti tingkat pendidikan, pengalaman finansial, usia, pendapatan, serta akses terhadap informasi keuangan. Individu dengan tingkat pendidikan dan pengalaman bisnis yang tinggi cenderung memiliki literasi keuangan yang lebih baik.

Faktor sosial juga berpengaruh signifikan. Xu dan Zia (2012) menunjukkan bahwa lingkungan sosial dan budaya dapat membentuk perilaku finansial seseorang. Sementara Klapper et al. (2022) menegaskan bahwa dukungan pemerintah dan lembaga keuangan melalui program literasi keuangan nasional berperan penting dalam meningkatkan kemampuan masyarakat mengelola keuangan.

Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan memerlukan pendekatan multidimensi, melibatkan pendidikan formal, pelatihan kewirausahaan, serta dukungan kebijakan publik yang inklusif.

2.1.5 Digital Financial Product Usage

2.1.5.1 Pengertian Digital Financial Product Usage

Produk keuangan digital merupakan layanan keuangan yang disediakan melalui teknologi digital untuk mempermudah transaksi, penyimpanan, dan pengelolaan dana. Bank Indonesia (2023) mendefinisikan produk keuangan digital sebagai sistem yang memungkinkan individu atau pelaku usaha melakukan transaksi keuangan melalui platform elektronik, termasuk *mobile banking*, *internet banking*, *e-wallet*, dan QRIS.

Menurut Rogers (2003) dalam teori *Diffusion of Innovation*, adopsi layanan digital sangat bergantung pada persepsi kemudahan dan manfaat pengguna. Dalam konteks UMKM, digitalisasi keuangan mempermudah proses pembayaran, memperluas akses pembiayaan, dan meningkatkan transparansi usaha. Tandilino et al. (2025) menemukan bahwa penggunaan produk keuangan digital berpengaruh positif terhadap efisiensi dan inklusi keuangan UMKM.

Selain itu, Lestari et al. (2025) menegaskan bahwa pemanfaatan layanan digital tidak hanya meningkatkan efektivitas transaksi, tetapi juga mendorong pelaku usaha kecil untuk masuk ke sistem keuangan formal. Produk keuangan digital, oleh karena itu, merupakan instrumen penting dalam memperkuat ekosistem keuangan yang inklusif dan efisien.

2.1.5.2 Indikator Digital Financial Product Usage

Pemanfaatan produk keuangan digital mencerminkan sejauh mana pelaku UMKM menggunakan teknologi digital dalam aktivitas finansialnya. Berdasarkan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1989) dan

diperkuat oleh penelitian Chuang et al. (2023), penggunaan produk digital dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, frekuensi penggunaan, serta rasa aman dalam bertransaksi.

Indikator Penggunaan Produk Keuangan Digital:

1. Frekuensi Penggunaan Produk Digital (Usage Frequency) – Seberapa sering pelaku usaha menggunakan layanan keuangan digital seperti *mobile banking*, *e-wallet*, atau QRIS untuk transaksi bisnis (Chuang et al., 2023).
2. Kemudahan Penggunaan (Ease of Use) – Tingkat kemudahan yang dirasakan pelaku usaha dalam mengakses dan mengoperasikan layanan keuangan digital (Davis, 1989).
3. Keamanan Transaksi (Transaction Security) – Persepsi pelaku UMKM terhadap keamanan sistem digital dalam menjaga data pribadi dan mencegah risiko penipuan (Venkatesh & Bala, 2008).

2.1.5.3 Bentuk dan Karakteristik Produk Keuangan Digital

Menurut Bank Indonesia (2023), bentuk produk keuangan digital dapat diklasifikasikan menjadi tiga: layanan pembayaran digital (seperti QRIS dan *e-wallet*), layanan pembiayaan digital (seperti *peer-to-peer lending*), dan layanan perbankan elektronik (seperti *mobile banking* dan *internet banking*).

Karakteristik utama produk keuangan digital meliputi kecepatan, efisiensi, dan aksesibilitas tinggi. Produk ini dapat digunakan kapan saja dan di mana saja tanpa batasan geografis. Selain itu, sistem digital memungkinkan pelaku UMKM melakukan pencatatan keuangan secara otomatis sehingga memudahkan perencanaan usaha.

Bagi pelaku UMKM kuliner, produk keuangan digital bukan hanya sarana pembayaran, tetapi juga strategi bisnis modern untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

2.1.5.4 Faktor yang Mempengaruhi Digital Financial Product Usage

Menurut Davis & Venkatesh (2000), faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan teknologi digital antara lain persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan terhadap sistem, serta dukungan lingkungan sosial. Bank Indonesia (2023) menambahkan bahwa tingkat literasi digital, infrastruktur jaringan, serta regulasi pemerintah juga menentukan kecepatan adopsi produk digital.

Bagi pelaku UMKM, faktor motivasi ekonomi, kepercayaan pelanggan, dan ketersediaan perangkat teknologi menjadi penentu utama tingkat pemanfaatan sistem keuangan digital. Oleh karena itu, dukungan edukasi dan fasilitas teknologi menjadi kunci keberhasilan digitalisasi UMKM.

2.1.6 Social Capital

2.1.6.1 Pengertian Social Capital

Modal sosial merupakan konsep yang menggambarkan hubungan sosial, norma, dan kepercayaan yang memfasilitasi kerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Coleman (1988) mendefinisikan modal sosial sebagai sumber daya yang lahir dari struktur hubungan sosial yang dapat meningkatkan produktivitas individu dan organisasi.

Putnam (1993) menekankan bahwa modal sosial terdiri atas jaringan (network), norma (norms), dan kepercayaan (trust) yang memungkinkan terjadinya koordinasi dan kolaborasi di masyarakat. Modal sosial memperkuat rasa saling percaya dan solidaritas dalam komunitas bisnis. Fukuyama (2001) menambahkan bahwa modal sosial merupakan prasyarat bagi stabilitas ekonomi dan pembangunan sosial karena mendorong efisiensi interaksi antar individu.

Dalam konteks UMKM, modal sosial sangat penting untuk memperluas jaringan usaha, memperoleh informasi, dan membangun reputasi bisnis yang baik. Pelaku usaha yang memiliki jaringan sosial luas dan tingkat kepercayaan tinggi cenderung lebih mudah mengakses modal dan peluang bisnis baru.

2.1.6.2 Indikator Social Capital

Modal sosial merupakan aset non-finansial yang terbentuk melalui hubungan sosial, norma, dan kepercayaan dalam suatu komunitas. Menurut Putnam (1993) dan Coleman (1990), modal sosial memainkan peran penting dalam memperkuat kerja sama ekonomi dan membangun rasa saling percaya antar pelaku usaha. Dalam konteks UMKM, tingginya modal sosial dapat mempermudah pertukaran informasi, dukungan bisnis, serta akses terhadap pembiayaan.

Indikator Modal Sosial:

1. Kepercayaan (Trust) – Keyakinan antar pelaku UMKM terhadap integritas dan kejujuran rekan bisnis dalam menjalankan kegiatan usaha (Putnam, 1993).

2. Norma Sosial (Social Norms) – Nilai, kebiasaan, dan aturan tidak tertulis yang menjadi pedoman perilaku dalam komunitas bisnis (Coleman, 1990).
3. Jaringan Sosial (Social Networks) – Hubungan antar pelaku UMKM yang memungkinkan pertukaran informasi dan kerja sama ekonomi (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

2.1.6.3 Bentuk dan Karakteristik Social Capital

Menurut Woolcock dan Narayan (2000), modal sosial terbagi menjadi tiga bentuk: *bonding social capital* (ikatan antar anggota dalam kelompok homogen), *bridging social capital* (hubungan antar kelompok heterogen), dan *linking social capital* (hubungan dengan pihak berkuasa seperti lembaga keuangan atau pemerintah).

Karakteristik modal sosial yang kuat ditandai dengan komunikasi terbuka, rasa saling percaya, dan adanya nilai-nilai kolektif. Dalam konteks UMKM kuliner di Kota Padang, modal sosial tercermin dalam kerja sama antar pelaku usaha, dukungan komunitas kuliner, dan kepercayaan terhadap mitra bisnis. Modal sosial ini menjadi fondasi bagi tumbuhnya ekosistem ekonomi kreatif berbasis kebersamaan.

2.1.6.4 Faktor yang Mempengaruhi Social Capital

Faktor-faktor yang memengaruhi modal sosial meliputi budaya lokal, tingkat kepercayaan sosial, dan struktur komunitas (Putnam, 1993). Selain itu, menurut Coleman (1988), pendidikan dan pengalaman organisasi juga dapat memperkuat jaringan sosial karena meningkatkan partisipasi individu dalam kegiatan kolektif.

Bagi UMKM, peran lembaga sosial, asosiasi bisnis, dan dukungan pemerintah turut memperkuat modal sosial melalui kolaborasi dan pertukaran informasi. Modal sosial yang tinggi akan mempercepat penyebaran inovasi dan memperkuat daya saing usaha kecil di tingkat lokal maupun nasional.

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan dijadikan sebagai bahan acuan dalam penelitian ini. Untuk lebih jelasnya berikut rekapitulasi penelitian terdahulu dalam penelitian ini, sebagai berikut.

Tabel 2.1

Rekapitulasi Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian	Sumber
1	Budi Wahyono, Yuliani & Kemas M. Husni Thamrin (2025)	Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Digital Financial Product, dan Penggunaan Internet terhadap Inklusi Keuangan pada Pelaku UMKM di Kota Palembang	X ₁ : Literasi Keuangan, X ₂ : Penggunaan Produk Keuangan Digital, X ₃ : Penggunaan Internet, Y: Inklusi Keuangan	Literasi keuangan dan penggunaan produk keuangan digital berpengaruh positif signifikan terhadap inklusi keuangan, sedangkan penggunaan internet tidak berpengaruh signifikan.	Jurnal Media Wahana Ekonomika (2025) 22(3) 673-686)
2	Diah Tiffani Annisa, A. Mukti Soma & Palti M. Sitorus (2024)	<i>The Influence of Financial Literacy, Digital Literacy, and Social capital on Digital Bank Financial Inclusion through Ease of Use as an Intervening Variable</i>	X ₁ : Literasi Keuangan, X ₂ : Literasi Digital, X ₃ : Modal Sosial, Y: Inklusi Keuangan (Ease of Use sebagai variabel mediasi)	Literasi keuangan, literasi digital, dan modal sosial berpengaruh positif signifikan terhadap inklusi keuangan digital dengan <i>ease of use</i> sebagai variabel mediasi.	<i>International Journal of Social Science and Human Research</i> (2024) 07(11) 8205-8217
3	Benediktus Rolando (2024)	Pengaruh Fintech terhadap Inklusi Keuangan: Tinjauan Sistematis	X ₁ : Financial Technology, X ₂ : Literasi Keuangan, Y: Inklusi Keuangan	Fintech meningkatkan inklusi keuangan melalui peningkatan akses digital dan literasi keuangan; namun tantangan muncul pada aspek keamanan dan literasi digital.	<i>Jurnal Akuntansi dan Bisnis (Akuntansi)</i> (2024) 4(2) 50-63
4	Faidatul Ainiah & Indah Yuliana (2022)	Pengaruh Penggunaan Fintech dan Literasi Keuangan terhadap Inklusi Keuangan	X ₁ : Literasi Keuangan, X ₂ : Penggunaan Fintech, Y: Inklusi Keuangan	Literasi keuangan dan penggunaan fintech berpengaruh positif signifikan terhadap inklusi keuangan mahasiswa di lingkungan pendidikan tinggi.	<i>Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah</i> (2022) 7(3) 1005-101...
5	Gede Bayu Adhitya & I N. Suarmanayasa (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Modal Sosial terhadap Inklusi Keuangan pada Buruh Angkut Barang di Pasar Banyuasri	X ₁ : Literasi Keuangan, X ₂ : Modal Sosial, Y: Inklusi Keuangan	Literasi keuangan dan modal sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap inklusi keuangan masyarakat pekerja informal.	<i>Jurnal Manajemen dan Bisnis</i> (2021) 8(2) 273-281
6	Rahma Eka Putri, Goso, Rahmad Solling Hamid & Imran Ukkas (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan Pengusaha Muda	X ₁ : Literasi Keuangan, X ₂ : Financial Technology, X ₃ : Inklusi Keuangan, Y: Kinerja Keuangan	Literasi keuangan dan fintech berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan, namun inklusi keuangan tidak berpengaruh signifikan.	. Owner : <i>Riset Dan Jurnal Akuntansi</i> , 6(2), 1664–1676.
7	Adinda Novita Sari & Achmad Kautsar (2020)	Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, dan Demografi terhadap Inklusi Keuangan pada Masyarakat di Kota Surabaya	X ₁ : Literasi Keuangan, X ₂ : Financial Technology, X ₃ : Demografi, Y: Inklusi Keuangan	Literasi keuangan, usia, dan pendidikan berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan, sedangkan gender dan pendapatan tidak signifikan.	<i>Jurnal Ilmu Manajemen</i> , 8(4), 1233–1246.

8	I Nyoman Patra Kusuma (2020)	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Inklusi Keuangan melalui Financial Technology pada UMKM di Bandar Lampung	X ₁ : Literasi Keuangan, X ₂ : Financial Technology, Y: Inklusi Keuangan	Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan, dengan financial technology sebagai variabel mediasi.	<i>Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan</i> (2019) 4(5) 247-252
9	Nur Melinda Lestari (2019)	Pengaruh Tingkat Literasi Mahasiswa Perbankan Syariah terhadap Inklusi Keuangan Produk Perbankan Syariah dalam Transaksi E-Commerce	X: Literasi Keuangan, Y: Inklusi Keuangan	Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap inklusi keuangan produk perbankan syariah dalam transaksi e-commerce.	<i>Jurnal Ekonomi Islam</i> (2019) 10(2) 208-226
10	Yan Shen, Wenxiu Hu & C. James Hueng (2018)	<i>The Effects of Financial Literacy, Digital Financial Product Usage, and Internet Usage on Financial Inclusion in China</i>	X ₁ : Literasi Keuangan, X ₂ : Penggunaan Produk Keuangan Digital, X ₃ : Penggunaan Internet, Y: Inklusi Keuangan	Literasi keuangan dan penggunaan produk keuangan digital berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan; internet usage berperan tidak langsung melalui produk digital.	<i>MATEC Web of Conferences</i> (2018) 228
11	Kayla Az Zahra Abd. Latief, Herlina Rasjid, Srie Isnawaty Pakaya (2025)	<i>Dampak Modal Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Inklusi Keuangan BUMDes</i>	X ₁ : Modal Sosial, X ₂ : Literasi Keuangan Y: Inklusi Keuangan	Modal sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap inklusi keuangan BUMDes. Semakin kuat jaringan sosial, kepercayaan, dan norma bersama, semakin tinggi tingkat akses dan penggunaan layanan keuangan oleh pengelola BUMDes.	<i>Jurnal Gemilang STIE Pariwisata Internasional</i>
12	Setiawan, Salim & Khusniyah (2021)	<i>The Mediating Role of Social capital in the Relationship Between Financial Literacy and Financial Inclusion</i>	X: Modal Sosial Y: Inklusi Keuangan (Modal sosial sebagai mediator)	Modal sosial berpengaruh signifikan terhadap inklusi keuangan dan mampu memediasi hubungan antara literasi keuangan dan inklusi keuangan.	<i>Journal of Applied Management (JAM)</i> (2021) 19(4) 782-790

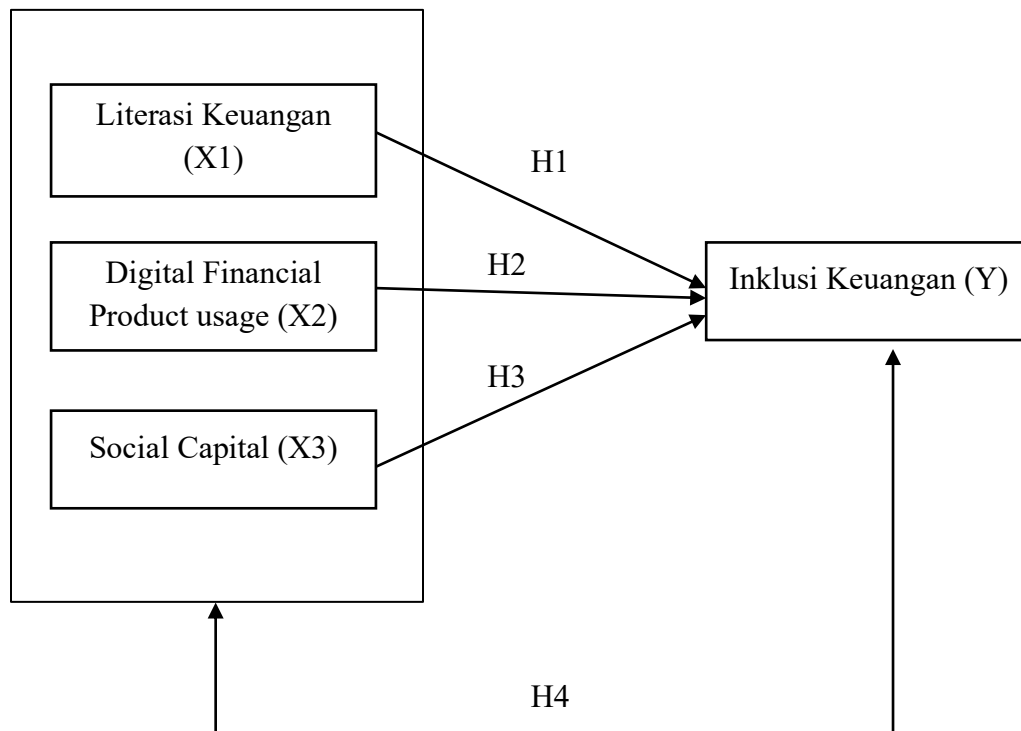
Berdasarkan hasil telaah dari sepuluh penelitian terdahulu, secara umum ditemukan bahwa literasi keuangan, penggunaan produk keuangan digital, dan dalam beberapa studi juga modal sosial, merupakan faktor yang berperan penting dalam meningkatkan inklusi keuangan. Literasi keuangan terbukti menjadi landasan bagi individu atau pelaku usaha dalam memahami dan mengelola layanan keuangan formal, sehingga mampu mengambil keputusan finansial secara bijak. Sementara itu, penggunaan produk keuangan digital seperti *mobile banking*, *e-wallet*, dan sistem pembayaran QRIS dinilai dapat memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan. Beberapa penelitian juga mulai menunjukkan bahwa faktor sosial seperti kepercayaan, norma, dan jaringan sosial (*social capital*) memiliki kontribusi terhadap peningkatan partisipasi keuangan melalui penguatan hubungan antara pelaku usaha dan lembaga keuangan formal (Annisa et al., 2024), (Pradana & Suarmanayasa, 2021).

Namun demikian, hasil penelitian terdahulu juga memperlihatkan adanya variasi temuan antar konteks dan kelompok responden. Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh (Putri et al., 2022) dan (A. N. Sari & Kautsar, 2020), menunjukkan bahwa variabel keuangan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap kinerja atau partisipasi finansial. Hal ini menandakan bahwa tingkat efektivitas literasi keuangan, adopsi teknologi, dan modal sosial sangat bergantung pada karakteristik sosial ekonomi, tingkat pendidikan, dan kesiapan digital masyarakat. Di sisi lain, penelitian-penelitian yang melibatkan dimensi sosial menemukan bahwa kepercayaan dan jaringan antar pelaku usaha mampu memperkuat akses terhadap sumber daya keuangan, terutama pada sektor informal dan komunitas usaha mikro.

Dari keseluruhan hasil telaah tersebut, dapat disimpulkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) di mana masih terbatas studi yang meneliti secara simultan pengaruh literasi keuangan, penggunaan produk keuangan digital, dan modal sosial terhadap inklusi keuangan pelaku UMKM, khususnya di sektor kuliner perkotaan seperti Kota Padang. Sektor kuliner memiliki dinamika transaksi yang cepat, padat interaksi sosial, dan tingkat adaptasi digital yang terus berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan pemahaman empiris yang lebih komprehensif mengenai bagaimana ketiga variabel tersebut saling berinteraksi dalam meningkatkan inklusi keuangan pelaku UMKM kuliner.

2.3 Kerangka Pikir

Kerangka pikir penelitian merupakan dasar konseptual yang menjelaskan hubungan logis antara variabel-variabel yang diteliti, baik secara teoritis maupun empiris. Berdasarkan telaah pustaka dan hasil penelitian terdahulu, dapat dijelaskan bahwa literasi keuangan (X_1), penggunaan produk keuangan digital (X_2), dan modal sosial (X_3) memiliki peran penting dalam memengaruhi tingkat inklusi keuangan (Y), terutama pada pelaku UMKM sektor kuliner yang menjadi subjek penelitian ini. Secara konseptual, hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1

Kerangka Pikir

2.4 Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini didasarkan pada berbagai teori dan temuan empiris yang menjelaskan hubungan antar variabel utama, yaitu literasi keuangan, penggunaan produk keuangan digital, dan modal sosial terhadap inklusi keuangan. Menurut Sekaran & Bougie (2019), pengembangan hipotesis dilakukan untuk menjelaskan arah hubungan antarvariabel yang telah dirumuskan secara konseptual berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu. Dengan demikian, setiap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dibangun atas dasar hubungan logis antara teori dan bukti empiris yang relevan.

2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Inklusi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk memahami, mengelola, dan mengambil keputusan terkait keuangan secara efektif. Menurut Lusardi dan Mitchell (2020), literasi keuangan mencakup tiga aspek utama, yaitu pengetahuan keuangan dasar, perencanaan keuangan, dan kemampuan pengambilan keputusan ekonomi. Dalam konteks UMKM, tingkat literasi keuangan yang tinggi membantu pelaku usaha mengelola arus kas, membuat perencanaan investasi, serta memahami risiko dan manfaat dari produk keuangan formal. Hal ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), di mana perilaku keuangan seseorang dipengaruhi oleh niat dan keyakinan mereka terhadap hasil keputusan finansial yang diambil.

Selain itu, penelitian empiris menunjukkan hubungan yang konsisten antara literasi keuangan dan peningkatan inklusi keuangan. Firdaus dan Rejeki (2025) menemukan bahwa pelaku UMKM dengan literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki akses lebih besar terhadap layanan keuangan formal, seperti tabungan, kredit usaha, dan asuransi. Temuan ini diperkuat oleh Rahmani dan Abdillah (2025) yang menyatakan bahwa pengetahuan keuangan yang baik mendorong perilaku keuangan yang lebih teratur, sehingga pelaku usaha lebih siap dalam memenuhi persyaratan administratif untuk memperoleh pembiayaan formal.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian tersebut, dapat dipahami bahwa peningkatan literasi keuangan tidak hanya berdampak pada kemampuan pengelolaan keuangan, tetapi juga pada kesiapan pelaku usaha untuk berpartisipasi dalam sistem

keuangan formal. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: Diduga Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan pelaku UMKM kuliner di Kota Padang.

2.4.2 Pengaruh Digital Financial Produk Usage Terhadap Inklusi Keuangan

Kemajuan teknologi keuangan telah mengubah cara pelaku usaha berinteraksi dengan sistem keuangan formal. Menurut Davis (1989) dalam *Technology Acceptance Model (TAM)*, perilaku adopsi teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama: persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Jika pelaku UMKM merasa bahwa produk keuangan digital seperti *mobile banking*, *e-wallet*, atau *QRIS* mudah digunakan dan bermanfaat, maka mereka akan cenderung mengadopsinya dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Hal ini berdampak langsung pada meningkatnya akses terhadap layanan keuangan formal, yang pada akhirnya memperkuat inklusi keuangan.

Beberapa penelitian mendukung argumen ini. Tandilino et al. (2025) menunjukkan bahwa penggunaan produk keuangan digital berpengaruh positif terhadap peningkatan efisiensi operasional UMKM, memperluas pasar, dan meningkatkan transparansi keuangan. Selain itu, Chuang et al. (2023) menemukan bahwa digitalisasi keuangan dapat mengurangi kesenjangan akses antara pelaku usaha di kota besar dan daerah, karena teknologi memungkinkan transaksi keuangan dilakukan tanpa harus berinteraksi langsung dengan lembaga keuangan formal. Dengan

demikian, penggunaan produk keuangan digital berperan sebagai jembatan antara pelaku usaha dan sistem keuangan formal.

Dalam konteks UMKM kuliner di Kota Padang, pemanfaatan produk keuangan digital memiliki potensi besar untuk mendorong inklusi keuangan karena sektor ini memiliki frekuensi transaksi tinggi dan memerlukan sistem pembayaran yang cepat serta efisien. Ketika pelaku usaha merasa nyaman dan percaya terhadap layanan keuangan digital, mereka cenderung lebih aktif menggunakan produk perbankan formal lainnya seperti tabungan, pinjaman modal, atau investasi mikro. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis kedua dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Diduga *Digital Financial Product Usage* berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan pelaku UMKM kuliner di Kota Padang.

2.4.3 Pengaruh *Social capital* Terhadap Inklusi Keuangan

Menurut Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), perilaku seseorang dalam mengambil keputusan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam konteks ini, modal sosial berperan penting sebagai bentuk norma sosial dan dukungan komunitas (*subjective norms*) yang memengaruhi niat serta perilaku pelaku UMKM untuk berpartisipasi dalam sistem keuangan formal. Ketika pelaku usaha dikelilingi oleh lingkungan sosial yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap lembaga keuangan dan aktif menggunakan produk finansial, mereka cenderung meniru perilaku tersebut

Dukungan sosial dan kepercayaan antaranggota jaringan usaha juga membentuk persepsi positif terhadap penggunaan layanan keuangan formal. Putnam (1993) menyatakan bahwa modal sosial memperkuat rasa saling percaya antarindividu dalam komunitas, sehingga mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan ekonomi. Hal ini selaras dengan temuan Woolcock dan Narayan (2000) yang menjelaskan bahwa jaringan sosial memfasilitasi pertukaran informasi, mengurangi risiko, serta memperkuat akses terhadap lembaga keuangan. Dalam konteks TPB, dukungan sosial ini menciptakan norma dan tekanan sosial positif yang mendorong individu untuk berperilaku sesuai dengan ekspektasi lingkungan, yaitu menjadi bagian dari sistem keuangan formal.

Penelitian empiris juga memperkuat hubungan ini. Purwidiyanti dan Tubastuvi (2024) menemukan bahwa kepercayaan sosial dan partisipasi dalam jaringan bisnis berpengaruh signifikan terhadap perilaku finansial inklusif. Wulandari dan Rachmawati (2023) juga menunjukkan bahwa ketika pelaku usaha merasa mendapat dukungan sosial yang kuat dari komunitasnya, mereka lebih berani untuk mencoba layanan keuangan digital atau mengajukan pembiayaan ke lembaga formal. Dengan demikian, modal sosial yang tinggi dalam komunitas UMKM dapat membentuk norma sosial yang mendorong perilaku inklusi keuangan. Berdasarkan teori dan temuan empiris tersebut, hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut:

H3: Diduga Modal Sosial berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan pelaku UMKM kuliner di Kota Padang.

2.4.4 Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Financial Product Usage dan Modal sosial secara Simultan Terhadap Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan merupakan hasil interaksi dari berbagai faktor ekonomi, sosial, dan teknologi yang saling memengaruhi. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), perilaku seseorang dalam mengadopsi layanan keuangan formal tidak hanya ditentukan oleh niat individu, tetapi juga oleh faktor sosial dan kendali perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Di sisi lain, Technology Acceptance Model (Davis, 1989) menegaskan bahwa penerimaan teknologi keuangan bergantung pada persepsi kemudahan dan kegunaannya. Kedua teori ini menjadi dasar bahwa literasi keuangan (faktor kognitif), penggunaan produk digital (faktor teknologi), dan modal sosial (faktor sosial) secara bersama-sama dapat memperkuat inklusi keuangan.

Penelitian oleh Rahmani dan Abdillah (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan, digitalisasi layanan keuangan, dan modal sosial memiliki pengaruh positif secara simultan terhadap inklusi keuangan UMKM. Ketika pelaku usaha memiliki pengetahuan finansial yang baik, didukung kemampuan memanfaatkan teknologi, serta memiliki jaringan sosial yang kuat, maka mereka lebih mudah terintegrasi dengan sistem keuangan formal. Lestari et al. (2025) juga menemukan bahwa kombinasi ketiga variabel ini berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan finansial dan keberlanjutan usaha kecil.

Berdasarkan temuan empiris dan teori pendukung tersebut, dapat disimpulkan bahwa inklusi keuangan tidak dapat dijelaskan hanya oleh satu faktor tunggal, tetapi oleh gabungan dari faktor-faktor yang saling berinteraksi. Literasi keuangan meningkatkan pengetahuan dan kepercayaan diri dalam mengelola dana, produk keuangan digital mempermudah akses transaksi, sementara modal sosial memperluas kepercayaan dan jejaring dukungan di lingkungan usaha. Oleh karena itu, hipotesis keempat dirumuskan sebagai berikut:

H4: Literasi keuangan, penggunaan produk keuangan digital, dan modal sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inklusi keuangan pelaku UMKM kuliner di Kota Padang

