



Analisis Literasi Keuangan dan Hambatan Adopsi Digitalisasi pada UMKM Sektor Kuliner: Studi Kasus Warung Makan Selera Asal

Ayu Mulya Saputri¹, Edwi Fanesia Maharani², Dijan Rahajuni³, Oki Anggraeni⁴

¹⁻⁴Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

Korespondensi penulis: ayum81197@gmail.com

Abstract. Financial literacy and digital transformation have emerged as two critical pillars in driving the growth and sustainability of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), especially within the culinary sector. The rapid expansion of digital technology presents substantial opportunities for business owners to broaden their market reach, streamline operational processes, and facilitate more accessible transactions. Nevertheless, the rate of digital adoption among MSMEs continues to lag behind expectations. This study seeks to examine the extent to which financial literacy influences the barriers encountered by MSMEs in adopting digital technology, drawing on case study of Warung Makan Selera Asal in Purwokerto. A descriptive qualitative approach was employed, with data gathered through in-depth interviews, direct field observation, and documentation, further indicate that while the business owner demonstrates a foundational understanding of financial management, the practical application of this knowledge remains constrained, as evidenced by reliance on manual bookkeeping and the absence of a clear boundary between personal and business finances. Furthermore, digital adoption has yet to reach an optimal level, hindered by factors including insufficient human resource capacity, skepticism toward the reliability of digital systems, and the perceived burden of costs associated with digital platforms. These findings suggest that financial literacy contributes to shaping MSMEs' readiness for digital adoption, yet does not function as the sole determinant. According, a well-rounded strategy encompassing capacity building initiatives and sustained external support is essential to accelerate digital adoption and strengthen overall MSMEs performance.

Keywords: Financial Literacy; Digitalization Adoption; Culinary MSMEs; Eateries; Digitalization Barriers

Abstrak. Literasi keuangan dan transformasi digital telah berkembang menjadi dua elemen krusial dalam menopang pertumbuhan dan keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya di sektor kuliner. Pesatnya perkembangan teknologi digital membuka peluang yang signifikan bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, mengoptimalkan proses operasional, serta memudahkan akses transaksi secara lebih efisien. Meskipun demikian, tingkat adopsi digital di kalangan UMKM secara umum masih belum mencapai tingkat yang diharapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana literasi keuangan memengaruhi hambatan yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital, dengan mengambil studi kasus pada Warung Makan Selera Asal di Purwokerto. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi lapangan secara langsung, dan dokumentasi, yang diperkuat oleh telaah terhadap literatur akademik yang relevan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa meskipun pemilik usaha memiliki pemahaman dasar terkait pengelolaan keuangan, penerapannya dalam praktik masih terbatas, yang tercermin dari ketergantungan pada pencatatan manual serta belum terwujudnya pemisahan yang jelas antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Di samping itu, adopsi digitalisasi belum berjalan secara optimal akibat sejumlah faktor penghambat, meliputi keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, keraguan terhadap tingginya biaya yang ditimbulkan oleh platform digital. Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan berperan dalam membentuk kesiapan UMKM untuk mengadopsi teknologi digital, namun tidak berfungsi sebagai satu-satunya faktor penentu. Oleh sebab itu, diperlukan strategi yang menyeluruh yang mencakup penguatan kapasitas pelaku usaha serta dukungan eksternal yang berkelanjutan, guna mengakselerasi adopsi digital dan meningkatkan kinerja UMKM secara keseluruhan.

Kata kunci: Literasi Keuangan; Adopsi Digitalisasi; UMKM Kuliner; Warung Makan; Hambatan Digitalisasi

1. LATAR BELAKANG

Sektor UMKM kuliner memiliki peluang yang besar untuk berkembang melalui pemanfaatan teknologi digital, terutama dengan meningkatnya penggunaan internet di Indonesia yang telah mencapai 78,19% (APJII, 2023). Perkembangan teknologi tersebut seharusnya dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan promosi, serta mempermudah proses transaksi. Namun, pada kenyataannya tingkat adopsi digital pada UMKM kuliner masih tergolong rendah. Data Badan Pusat Statistik (2024) menunjukkan bahwa hanya sekitar 32% UMKM kuliner yang telah memanfaatkan platform digital dalam kegiatan usahanya. Kondisi tersebut juga terlihat di wilayah Purwokerto. Berdasarkan data Radar Banyumas, dari sekitar 27.000 UMKM kuliner yang ada, hanya sekitar 5.400 UMKM yang telah terintegrasi dengan platform digital (Prabowo, 2024). Data tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan antara potensi perkembangan digitalisasi dengan penerapannya di kalangan pelaku UMKM kuliner.

Rendahnya tingkat adopsi digital tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih menghadapi berbagai hambatan dalam memanfaatkan teknologi digital. Salah satu faktor yang diduga memengaruhi kondisi tersebut adalah rendahnya literasi keuangan yang dimiliki oleh pemilik usaha. Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara tepat (OECD, 2020). Akan tetapi, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih tergolong rendah. Hal ini terlihat dari indeks literasi keuangan nasional yang hanya mencapai 49,68% (OJK, 2022). Rendahnya literasi keuangan tersebut berdampak ada pengelolaan usaha yang masih sederhana, seperti pencatatan keuangan secara manual, serta belum adanya pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Kondisi tersebut kemudian dapat menghambat pelaku usaha dalam memanfaatkan sistem keuangan berbasis digital.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan dengan pengelolaan dan perkembangan usaha. Penelitian Sulistiyo et al. (2022) menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM. Selain itu, Rani dan Desiyanti (2024) menyatakan bahwa keberhasilan usaha kuliner dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola keuangan. Di sisi lain, Setiawan et al. (2023) mengungkapkan bahwa dalam proses digitalisasi, pelaku UMKM masih menghadapi ketimpangan dalam kemitraan dengan platform layanan pesan antar,

seperti GoFood. Hambatan tersebut juga diperkuat oleh penelitian Hidayat (2023) yang menyatakan bahwa potongan komisi dan sistem algoritma platform menjadi kendala bagi pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital.

Meskipun penelitian mengenai literasi keuangan dan digitalisasi UMKM telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih membahas kedua aspek tersebut secara terpisah. Selain itu, penelitian yang mengkaji hubungan pada konteks daerah sekitar masih terbatas. Oleh sebab itu, penelitian ini menawarkan aspek kebaruan karena berfokus pada keterkaitan antara literasi keuangan dan hambatan adopsi digitalisasi pada UMKM kuliner, khususnya pada penggunaan platform pesan antar di tingkat lokal.

Berdasarkan uraian permasalahan dan hasil kajian penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara literasi keuangan dengan hambatan adopsi digitalisasi pada UMKM sektor kuliner. Pendekatan kualitatif dan metode studi kasus digunakan agar penelitian ini dapat menggambarkan lebih mendalam terkait berbagai tantangan yang dihadapi pelaku UMKM tradisional dalam melakukan transformasi menuju usaha berbasis teknologi.

2. KAJIAN TEORITIS

UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat strategis dalam struktur perekonomian Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia mencatat bahwa UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan mampu menyerap sekitar 97% angkatan kerja di berbagai sektor (Rahmad Hidayat, 2022). Hal ini membuktikan bahwa UMKM tidak sekedar menjadi motor penggerak angka pertumbuhan ekonomi, melainkan juga instrumen penting dalam menekan angka pengangguran. Setyowati dkk. (2023) menegaskan bahwa UMKM merupakan fondasi utama perekonomian nasional berkat kapasitasnya dalam membuka lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh. Di antara berbagai sektor UMKM, sektor kuliner saji menjadi salah satu yang paling diminati dan menunjukkan pertumbuhan signifikan, mengingat tingginya permintaan masyarakat terhadap kebutuhan konsumsi pangan sehari-hari (Rani & Desiyanti, 2024). Selain itu, pengembangan UMKM turut berkontribusi dalam mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan

meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat (Harahap & Iskandar, 2024). Dalam kerangka pembangunan nasional, pemerintah secara aktif mendorong keterlibatan masyarakat sebagai pelaku usaha dengan menjadikan UMKM sebagai salah satu pilar utama perekonomian. Dengan demikian, eksistensi UMKM menjadi elemen krusial dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (Desa, 2024).

Literasi Keuangan

Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam membaca, menganalisis, mengelola, serta mengomunikasikan kondisi keuangan yang berdampak pada kesejahteraannya (Lusardi, 2009). Kemampuan ini mencakup pengetahuan, kapabilitas, dan keyakinan yang membentuk pola pikir serta perilaku individu dalam mengelola aspek finansialnya, dengan tujuan utama meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan demi tercapainya kesejahteraan (OJK, 2016). Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022 mengungkapkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 49,68%, dengan pelaku UMKM yang berada di bawah rata-rata nasional tersebut (OJK, 2022). Secara lebih luas, literasi keuangan dipahami sebagai kapasitas individu dalam memahami dan mengelola keuangan secara tepat guna mendukung kualitas pengambilan keputusan. Lusardi dan Mitchell (2014) mengemukakan bahwa literasi keuangan mencakup pengetahuan sekaligus kemampuan dalam mengolah informasi keuangan demi mencapai kesejahteraan ekonomi. Dalam konteks UMKM, penguasaan literasi menjadi kunci bagi efektivitas pengelolaan usaha. Huston (2010) memperluas konsep ini dengan menyatakan bahwa literasi keuangan tidak terbatas pada aspek pengetahuan semata, melainkan mencakup kemampuan praktis dalam mengimplementasikan pengetahuan tersebut ke dalam pengambilan keputusan finansial.

Digitalisasi UMKM

Digitalisasi UMKM dapat dipahami sebagai transformasi dalam penerapan teknologi digital untuk mengintegrasikan berbagai aspek operasional bisnis secara menyeluruh, mencakup sistem pemasaran, pengelolaan inventaris, hingga pencatatan keuangan berbasis aplikasi digital. Transformasi ini diarahkan untuk meningkatkan efisiensi operasional, mendorong transparansi, serta memperkuat daya saing usaha dalam ekosistem digital yang terus berkembang. Dalam perspektif tata keola usaha, digitalisasi memberikan kemungkinan bagi pemilik UMKM untuk mengadopsi sistem manajemen

yang lebih terstruktur dan berbasis data, yang selaras dengan prinsip manajemen keuangan yang efektif (Setyawati dkk, 2018). Penerapan teknologi digital juga menjadi faktor penentu dalam peningkatan kinerja bisnis, sebab data digital yang dihasilkan memungkinkan pengambilan keputusan manajerial yang lebih presisi dan responsif (Puspaningrum, 2020). Disisi lain, digitalisasi berkontribusi dalam memperluas akses inklusi keuangan, karena integrasi sistem digital memudahkan UMKM untuk terhubung dengan layanan keuangan formal maupun ekosistem bisnis yang lebih profesional (Heryanto et al., 2021). Atas dasar itu, digitalisasi kini telah menjadi kebutuhan strategis yang tidak dapat diabaikan oleh para pelaku UMKM dalam upaya mempertahankan keberlangsungan dan mendorong pertumbuhan usaha, seiring dengan pergeseran perilaku konsumsi masyarakat ke arah transaksi digital.

Hambatan Adopsi Digitalisasi

Penelitian oleh Harahap dkk. (2025) ddalam penelitiannya mengidentifikasi bahwa hambatan teknologi merupakan kendala konkret yang kerap dijumpai pelaku UMKM dalam proses adopsi digitalisasi. Sejalan dengan hal tersebut, Pratamsyah (2024) mengemukakan bahwa rendahnya literasi digital dan keterbatasan kemahiran teknologi di kalangan pelaku UMKM merupakan salah satu hambatan paling signifikan dalam transformasi digital.

Khairil & Ginta (2012) menambahkan bahwa minimnya kesadaran akan pentingnya digitalisasi turut memperkuat hambatan yang ada, mengingat sebagian pelaku UMKM masih memersepsikan teknologi sebagai sesuatu yang kompleks, berbiaya tinggi, atau tidak relevan dengan skala usahanya. Persepsi ini berimplikasi pada rendahnya tingkat adopsi teknologi, padahal platform digital seperti GrabFood sesungguhnya berpotensi membuka akses pasar yang lebih luas sekaligus meningkatkan efisiensi operasional. Hidayat (2023) memperkuat temuan ini dengan menyatakan bahwa beban potongan komisi dan kompleksitas sistem algoritma platform menjadi faktor penghambat tersendiri dalam proses adopsi teknologi digital. Tantangan lain yang juga kerap dihadapi adalah keterbatasan waktu dan tenaga dalam mempelajari teknologi baru ditengah padatnya rutinitas operasional sehari-hari. Sebagian pelaku UMKM pun mengalami rasa kurang percaya diri maupun kekhawatiran dalam mengoperasikan platform digital, yang berpotensi menimbulkan kesalahan. Kondisi ini semakin

diperparah oleh minimnya dukungan teknis dan akses terhadap pelatihan yang memadai untuk membantu pelaku usaha dalam memahami dan menguasai teknologi yang ada.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengkaji hubungan antara literasi keuangan dan hambatan adopsi digitalisasi pada UMKM sektor kuliner, dengan objek penelitian berupa Warung Makan Selera Asal di Purwokerto. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman secara mendalam mengenai fenomena yang terjadi berdasarkan pengalaman dan persepsi subjek penelitian dalam kondisi yang alamiah. Menurut Lexy J. Moleong (2018), penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara holistik melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks alamiah. Selain itu, Sugiyono (2022) menyatakan bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dengan penelitian sebagai instrumen utama dan hasil penelitian lebih menekankan pada pemaknaan dibandingkan generalisasi.

Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan subjek penelitian berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik Warung Makan Selera Asal karena memiliki peran utama dalam pengelolaan operasional dan keuangan usaha. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi secara langsung terhadap aktivitas usaha. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi terkait tingkat literasi keuangan, pengelolaan keuangan usaha, serta hambatan yang dihadapi dalam penerapan digitalisasi. Sementara itu, observasi dilakukan untuk memastikan bahwa data yang disampaikan oleh informan sesuai dengan keadaan sebenarnya di lapangan.

Data sekunder diperoleh melalui studi literatur berupa jurnal ilmiah, buku, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian, serta dokumen pendukung usaha seperti catatan pembukuan dan arsip transaksi yang tersedia. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model analisis intraktif dari Miles dan Huberman (1994) yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara berkelanjutan agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam

mengenai hubungan antara literasi keuangan dan hambatan adopsi digitalisasi pada UMKM sektor kuliner.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di Warung Makan Selera Asal yang berlokasi di Purwokerto pada periode semester pertama tahun 2026. Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung terhadap aktivitas operasional usaha, serta dokumengasi terkait pencatatan keuangan. Informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik usaha yang berperan langsung dalam pengambilan keputusan keuangan dan operasional.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh temuan bahwa pelaku usaha telah memiliki pemahaman dasar mengenai literasi keuangan, namun penerapan dalam praktik masih belum optimal. Selain itu, adopsi digitalisasi pada usaha masih terbatas dan dipengaruhi oleh berbagai hambatan, baik dari aspek internal maupun eksternal.

A. Analisis Praktik Pengelolaan Keuangan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pengelolaan keuangan pada Warung Makan Selera Asal masih dilakukan secara sederhana. Pencatatan keuangan dilakukan secara manual menggunakan buku catatan yang mencakup pemasukan, pengeluaran, penjualan harian, serta penggunaan modal. Besarnya modal yang digunakan setiap hari bersifat fluktuatif karena menyesuaikan harga bahan pokok. Selain itu, belum terdapat pemisahan yang jelas antara keuangan usaha dan keuangan pribadi. Dalam kondisi tertentu, dana usaha digunakan untuk kebutuhan pribadi, sehingga menyulitkan dalam mengidentifikasi kondisi keuangan usaha secara akurat. Meskipun demikian, pelaku usaha tetap melakukan evaluasi keuangan secara berkala, yaitu setiap minggu, untuk mengetahui kondisi usaha.

Untuk memperjelas kondisi tersebut, praktik pengelolaan keuangan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Praktik Pengelolaan Keuangan Usaha

Aspek	Temuan Lapangan
Sistem pencatatan	Manual (buku catatan)
Komponen pencatatan	Pemasukan, pengeluaran, penjualan, modal
Pemisahan keuangan	Belum dilakukan
Evaluasi keuangan	Mingguan
Penggunaan digital	Terbatas (Excel pada kondisi tertentu)

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan tabel 1, terlihat bahwa pengelolaan keuangan belum dilakukan secara terstruktur. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rani dan Desiyanti (2024) yang menyatakan bahwa banyak UMKM masih belum memisahkan keuangan usaha dan pribadi, sehingga pengelolaan keuangan menjadi kurang optimal. Namun, dalam penelitian ini ditemukan bahwa pelaku usaha telah melakukan evaluasi keuangan secara berkala, yang menunjukkan adanya kesadaran dasar dalam pengelolaan keuangan. Hal ini menjadi pembeda dibandingkan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa sebagian UMKM belum melakukan evaluasi secara rutin. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun sistem masih sederhana, terdapat potensi untuk pengembangan pengelolaan keuangan yang lebih baik.

B. Analisis Literasi Keuangan Pelaku Usaha

Literasi keuangan dalam penelitian ini tidak hanya dilihat dari tingkat pengetahuan, tetapi juga dari bagaimana pengetahuan tersebut diterapkan dalam kegiatan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik usaha memiliki pemahaman dasar mengenai pengelolaan keuangan karena memiliki latar belakang pendidikan di bidang ekonomi.

Pemahaman tersebut tercermin dalam praktik pencatatan keuangan dan evaluasi usaha secara berkala. Namun demikian, penerapan literasi keuangan masih belum optimal, yang ditunjukkan dengan masih digunakannya pencatatan manual serta belum adanya pemisahan keuangan usaha dan pribadi. Penggunaan teknologi seperti *Microsoft Excel* hanya dilakukan dalam kondisi tertentu, misalnya untuk pencatatan pesanan dari instansi.

Temuan ini mendukung pendapat Huston (2010) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan, tetapi juga kemampuan dalam mengimplementasikan pengelolaan keuangan secara efektif. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan adanya kesesuaian dengan penelitian sebelumnya, sekaligus menegaskan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan praktik di lapangan. Hal ini, mengindikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan perlu difokuskan pada aspek penerapan, sehingga pelaku usaha mampu mengelola keuangan secara lebih profesional.

C. Pemanfaatan Digitalisasi dan Kesiapan Operasional

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan digitalisasi pada Warung Makan Selera Asal masih berada pada tahap awal. Pelaku usaha telah menggunakan QRIS sebagai

metode pembayaran non-tunai serta memanfaatkan WhatsApp sebagai media komunikasi dan promosi sederhana.

Namun, usaha belum memanfaatkan platform digital seperti layanan pesan antar maupun media sosial secara aktif. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan kapasitas operasional, khususnya dalam menjaga kualitas dan ketersediaan menu makanan yang harus selalu dalam kondisi segar. Pelaku usaha juga mengkhawatirkan ketidakmampuan dalam memenuhi lonjakan permintaan apabila bergabung dengan platform digital. Selain itu, pengalaman kurang baik dalam penggunaan sistem pembayaran digital, seperti adanya transaksi yang tidak masuk ke rekening, turut memengaruhi tingkat kepercayaan terhadap teknologi digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa adopsi digitalisasi tidak hanya dipengaruhi oleh ketersediaan teknologi, tetapi juga oleh kesiapan operasional dan tingkat kepercayaan pelaku usaha.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Puspaningrum (2020) yang menyatakan bahwa digitalisasi dapat meningkatkan jangkauan pasar UMKM. Namun, penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan, dimana kesiapan internal usaha menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan implementasi digitalisasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa digitalisasi tidak dapat diterapkan secara optimal tanpa didukung oleh kesiapan operasional yang memadai.

D. Hambatan Adopsi Digitalisasi pada UMKM Kuliner

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat berbagai hambatan dalam adopsi digitalisasi yang dialami oleh pelaku usaha. Hambatan tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hambatan Adopsi Digitalisasi

Kategori Hambatan	Penjelasan
Finansial	Potongan komisi platform (20-30%) dianggap tinggi
SDM	Karyawan kurang menguasai teknologi
Teknis & Kepercayaan	Pernah mengalami kendala transaksi digital
Pajak	Kekhawatiran harga menjadi lebih mahal
Dukungan eksternal	Minim pelatihan dan sosialisasi

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2, hambatan utama dalam adopsi digitalisasi meliputi aspek biaya, keterbatasan sumber daya manusia, serta rendahnya tingkat kepercayaan terhadap sistem digital. Biaya komisi yang relatif tinggi menjadi pertimbangan utama dalam penggunaan platform digital. Selain itu, keterbatasan kemampuan karyawan dalam mengoperasikan teknologi juga menjadi kendala dalam proses digitalisasi. Temuan ini

sejalan dengan penelitian Hidayat (2023) yang menyatakan bahwa biaya menjadi hambatan utama dalam adopsi digitalisasi UMKM. Namun demikian, penelitian ini menemukan adanya faktor tambahan berupa pengalaman negatif terhadap sistem digital yang memengaruhi kepercayaan pelaku usaha. Hal ini menunjukkan adanya perluasan dari penelitian sebelumnya, dimana faktor psikologis seperti kepercayaan juga memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan adopsi teknologi.

Temuan penelitian secara keseluruhan memperlihatkan adanya pengaruh literasi keuangan dan kesiapan digital dalam mendukung perkembangan UMKM sektor kuliner. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman keuangan yang baik memiliki potensi untuk mengadopsi teknologi, namun keterbatasan dalam penerapan serta berbagai hambatan eksternal dapat memperlambat proses tersebut. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, serta peningkatan kepercayaan terhadap sistem digital agar UMKM dapat lebih optimal dalam mengelola keuangan dan memanfaatkan teknologi dalam kegiatan usahanya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan yang dimiliki pelaku UMKM pada Warung Makan Selera Asal secara konseptual sudah cukup memadai, namun belum sepenuhnya diimplementasikan secara optimal dalam praktik pengelolaan keuangan usaha. Hal ini tercermin dari masih digunakannya pencatatan manual serta belum adanya pemisahan yang jelas antara keuangan pribadi dan usaha. Kondisi tersebut berimplikasi pada kurang akuratnya pengukuran kinerja keuangan usaha. Disisi lain, adopsi digitalisasi masih terbatas dan cenderung bersifat parsial, terutama hanya pada aspek pembayaran non-tunai. Rendahnya tingkat adopsi ini dipengaruhi oleh berbagai hambatan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, kekhawatiran terhadap risiko sistem digital, serta beban biaya dan pajak dari platform digital. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki keterkaitan dengan kesiapan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi digital, meskipun tidak menjadi satu-satunya faktor penentu.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup yang hanya berfokus pada satu objek usaha dengan pendekatan studi kasus, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak objek UMKM dengan karakteristik yang beragam agar

memperoleh gambaran yang komprehensif. Selain itu, pelaku UMKM disarankan untuk mulai menerapkan pencatatan keuangan yang lebih sistematis serta melakukan pemisahan keuangan usaha dan pribadi guna meningkatkan akuntabilitas usaha. Dukungan dari pihak eksternal, seperti pemerintah maupun penyedia platform digital, juga diperlukan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, serta penyederhanaan sistem agar dapat meningkatkan kepercayaan dan kesiapan UMKM dalam mengadopsi digitalisasi secara lebih optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam proses penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada pemilik Warung Makan Selera Asal selaku narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang berperan besar dalam mendukung pelaksanaan pengumpulan data penelitian.

Penulis juga turut mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan masukan, saran, serta kritik yang konstruktif, sehingga artikel ini dapat disusun dengan lebih baik. Akhir kata, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, khususnya bagi pengembangan UMKM sektor kuliner.

DAFTAR REFERENSI

- Aribawa, D., Atma, U., & Yogyakarta, J. (2016). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA DAN*. 20(1), 1–13.
- B Ultavia, A., Jannati, P., Malahati, F., Qathrunnada, & Shaleh. (2023). *KUALITATIF : MEMAHAMI KARAKTERISTIK PENELITIAN SEBAGAI METODOLOGI*. 11(2), 341–348.
- Fibriani, W., Umami, A., Rahajuni, D., & Anggraeni, O. (2025). *Peran Ekonomi Digital Dalam Perekonomian Lokal : Studi Kasus KUB Gula Kelapa Semut Organik Di Banyumas*. 5, 341–349. <https://doi.org/10.51903/jupea.v5i2.4262>
- Irdawati, Dewantara, B., Nurcahaya, C., & Ernayani, R. (2025). *PENINGKATAN LITERASI KEUANGAN DIGITAL BAGI UMKM*. 6(3), 4791–4795.
- Maulidia, S., Utami, M. T., & Handayani, S. (2025). *Peran GoFood dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Sektor Kuliner di Era Ekonomi Digital*. 02(03), 1538–1551.
- Nur Wahidiyah, M. W. R., Asna, & Mustikowati, R. I. (2025). *DIGITAL PAYMENT TERHADAP KINERJA KEUANGAN UMKM JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 9(3), 538–556.
- Rahmawati, D., Destiana, & Yandes, J. (2025). *The Impact of Financial Literacy and Digital Transformation on MSME Performance in Bandung City*. 8(1), 66–77. <https://doi.org/10.54268/baskara.v8i1.28752>

- Sochimim. (2025). *The Role of Financial Technology as a Catalyst for Financial Literacy Intentions and Financial Inclusion in Micro , Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Central Java Access to Success Access to Success*. 26(205), 107–114. <https://doi.org/10.47750/QAS/26.205.11>
- Swandani. (2025). *Digital Financial Literacy, Financial Technology Payments, and MSMEs Financial Performance : Analysis Structural Equation Modeling – PLS*. 5(2), 265–280.
- Yulian, T. N., & Mudiharso, W. (2026). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di Indonesia : Systematic Literature Review*. 4(3), 21075–21085.