

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### *2.1.1 Resource Based View (RBV)*

Teori Berbasis Sumber Daya atau *Resource-Based View* (RBV) merupakan sebuah paradigma dalam manajemen strategis yang digagas oleh Jay Barney (1991) untuk menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif yang berkelanjutan serta kinerja keuangan superior suatu entitas bisnis ditentukan oleh kekuatan modal sumber daya internal yang dikendalikannya. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan tidak dapat hanya mengandalkan peluang lingkungan luar, melainkan harus mengeksploitasi aset internal yang memenuhi kriteria VRIN, yaitu bernilai (*valuable*), langka (*rare*), sulit ditiru (*inimitable*), dan tidak dapat digantikan (*non-substitutable*). Hubungan kausalitas dalam kerangka berpikir Barney (1991) menegaskan bahwa kombinasi yang sinergis antara aset berwujud (*tangible assets*) dan aset tak berwujud (*intangible assets*) akan menciptakan kapabilitas organisasi yang unik untuk menghasilkan efisiensi biaya dan memenangkan persaingan pasar.

Penerapan teori RBV dalam penelitian ini sangat krusial sebagai dasar justifikasi untuk membedah bagaimana pelaku UMK kuliner di Kota Pekanbaru mengelola potensi internal mereka di tengah padatnya persaingan pasar lokal. Melalui kacamata RBV, variabel modal usaha diposisikan sebagai sumber daya fisik yang berwujud (*tangible*), sedangkan literasi keuangan diposisikan sebagai sumber daya manusia yang tak berwujud (*intangible*). Sinergi antara kecukupan modal kerja harian dengan kecerdasan pemilik dalam mengelola pembukuan akan membentuk sebuah kapabilitas internal yang tangguh. Tata kelola sumber daya internal yang mengacu pada prinsip RBV ini menjadi faktor penentu utama bagi usaha untuk menekan inefisiensi produksi, menahan guncangan harga bahan baku, dan mengamankan margin keuntungan bersih agar tetap stabil.

Aisyah et al. (2022) mengonfirmasi argumen mengenai kekuatan internal organisasi tersebut melalui temuan-temuan riset manajemen keuangan kontemporer yang dilakukan belakangan ini. Studi mereka secara konsisten memvalidasi bahwa kinerja finansial dan daya tahan industri berskala mikro sangat ditentukan oleh

bagaimana aset internal dikonsolidasikan oleh pemiliknya. Di sisi lain, Ramadhan dan Saputra (2023) dalam penelitian terbarunya di sektor informal juga menegaskan kembali prinsip kausalitas RBV ini, di mana integrasi antara kapasitas modal finansial dan kecakapan literasi keuangan pemilik terbukti menjadi prasyarat mutlak untuk mendorong capaian Laba UMK secara konsisten.

### 2.1.2 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Teori Penerimaan Teknologi atau *Technology Acceptance Model (TAM)* pertama kali dikembangkan oleh Davis (1989) sebagai sebuah model perilaku yang dirancang untuk memprediksi dan menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi suatu inovasi teknologi informasi baru. Secara konseptual, teori ini menjelaskan bahwa penerimaan nyata terhadap teknologi ditentukan oleh niat perilaku untuk menggunakan (*behavioral intention to use*), yang dibentuk oleh sikap personal individu tersebut. Di dalam struktur kausalitasnya, Davis (1989) menegaskan bahwa sikap ini dikendalikan oleh dua determinan kognitif internal utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Hubungan antarkonstruksi ini menyatakan bahwa ketika suatu sistem dirasakan mudah dan tidak rumit untuk dioperasikan, maka hal tersebut akan menstimulasi persepsi bahwa teknologi tersebut sangat berguna dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas kinerja.

Dalam konteks penelitian ini, TAM digunakan sebagai landasan teoretis utama untuk menjustifikasi hubungan antara penerapan teknologi informasi berbasis digital dengan kinerja operasional usaha. Justifikasi pemakaian teori ini didasarkan pada argumen bahwa keputusan para pelaku UMK sektor kuliner di Kota Pekanbaru untuk mengadopsi niaga elektronik (*e-commerce*) sangat bergantung pada proses evaluasi mental terhadap sistem tersebut. Jika platform digital dirasakan memberikan kemudahan operasional dan kegunaan nyata dalam memperluas jangkauan pasar, maka pelaku usaha akan mengadopsinya secara penuh. Penerimaan teknologi yang optimal ini bertindak sebagai pemicu awal terciptanya efisiensi waktu dan biaya pemasaran, yang secara langsung berkontribusi pada pengamanan margin keuntungan usaha.

Pusfitaningrum et al. (2022) dalam riset empiris terdahulu telah membuktikan keandalan model TAM ini dalam memprediksi perilaku adopsi teknologi pada

sektor usaha mikro. Melalui kajian kontemporer tersebut, ditemukan bahwa kesiapan kognitif pemilik usaha terhadap teknologi berbanding lurus dengan tingkat keberhasilan implementasi digitalisasi bisnis di lapangan. Sejalan dengan hal tersebut, Setyawan dan Indrawati (2023) juga menegaskan dalam studi terbarunya bahwa ketika platform digital berhasil diadopsi tanpa kendala teknis, maka efektivitas sistem akan menjadi penggerak utama bagi optimalisasi volume penjualan yang bermuara pada peningkatan akumulasi laba bersih usaha.

### *2.1.3 Usaha Mikro dan Kecil (UMK)*

#### *2.1.3.1 Definisi Usaha Mikro dan Kecil (UMK)*

Secara umum, Usaha Mikro dan Kecil (UMK) merupakan unit usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan. Pengalihan fokus kajian dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dalam penelitian ini didasarkan pada pentingnya melihat homogenitas karakteristik operasional usaha pada skala yang lebih spesifik. Menurut Sudaryanto dan Wijayanti (2021), entitas Usaha Mikro dan Kecil (UMK) ditandai oleh struktur organisasi yang bersifat informal, di mana pemilik usaha bertindak langsung sebagai manajer utama (*owner-manager*) tanpa adanya pemisahan fungsional yang rigid, sehingga proses pengambilan keputusan operasional maupun finansial sangat bergantung pada kapabilitas personal pemilik.

Dalam perspektif global, batasan operasional ini sejalan dengan definisi dari World Bank (2020) mengenai *Micro and Small Enterprises* (MSEs), yang mengelompokkan skala usaha ini sebagai unit ekonomi produktif dengan keterbatasan kapasitas tenaga kerja dan rentan terhadap asimetri informasi, yang membedakannya secara fundamental dari karakteristik usaha skala menengah maupun besar. Dalam konteks yuridis di Indonesia, acuan kriteria formal UMK telah diperbarui melalui Undang-Undang No. 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang, yang diturunkan secara teknis dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berdasarkan

regulasi tersebut, pengelompokan UMK diukur secara kuantitatif berdasarkan kriteria Modal Usaha atau Hasil Penjualan Tahunan (Omzet).

#### 2.1.3.2 Kriteria Klasifikasi UMKM

Agar pengukuran dalam penelitian kuantitatif ini memiliki batasan yang objektif, pengelompokan skala usaha tidak didasarkan pada asumsi subjektif, melainkan mengacu pada indikator keuangan dan operasional yang sah secara yuridis. Penentuan batas-batas nominal modal, hasil penjualan (omzet) tahunan, serta karakteristik operasional dari masing-masing skala usaha tersebut dijabarkan secara rinci pada Tabel 2.1 berikut:

Table 2.1 Kriteria Klasifikasi UMKM Berdasarkan PP No. 7 Tahun 2021

| No | Skala Usaha    | Kriteria Modal Usaha                             | Kriteria Hasil Penjualan (Omzet) Tahunan          | Karakteristik Operasional di Lapangan                                                                                                                                                                                                |
|----|----------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Usaha Mikro    | Maksimal Rp1 Miliar                              | Maksimal Rp2 Miliar                               | Manajemen masih bersifat tradisional/kekeluargaan, belum ada pemisahan keuangan pribadi dan bisnis yang rapi, serta perputaran kas sangat bergantung pada modal harian (contoh: warung tenda, pedagang kaki lima, kedai kopi kecil). |
| 2  | Usaha Kecil    | Lebih dari Rp1 Miliar sampai maksimal Rp5 Miliar | Lebih dari Rp2 Miliar sampai maksimal Rp15 Miliar | Manajemen operasional mulai teratur, memiliki tenaga kerja tetap dari luar lingkungan keluarga, dan sudah mulai mengadopsi teknologi digital atau <i>e-commerce</i> dalam pemasaran produknya.                                       |
| 3  | Usaha Menengah | Lebih dari Rp5 Miliar                            | Lebih dari Rp15 Miliar sampai                     | Strukturnya sudah mendekati korporasi,                                                                                                                                                                                               |

|  |  |                                      |                         |                                                                                                                                                   |
|--|--|--------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | sampai<br>maksimal<br>Rp10<br>Miliar | maksimal Rp50<br>Miliar | memiliki legalitas hukum yang formal, menerapkan sistem pembukuan keuangan yang baku (diaudit), serta memiliki pembagian divisi kerja yang jelas. |
|--|--|--------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Berdasarkan klasifikasi yang disajikan pada Tabel 2.1 di atas, ruang lingkup kajian dalam penelitian ini secara konseptual dibatasi hanya pada sektor Usaha Mikro dan Kecil (UMK), yang merepresentasikan kategori nomor 1 dan nomor 2. Sementara itu, karakteristik Usaha Menengah pada kategori nomor 3 tidak dimasukkan ke dalam kerangka teori penelitian ini. Pembatasan ruang lingkup ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Usaha Menengah memiliki struktur tata kelola dan kapasitas finansial yang sudah mendekati korporasi besar. Dengan demikian, penyelarasan teori dalam penelitian ini difokuskan khusus pada homogenitas karakteristik UMK agar kesimpulan teoritis yang dihasilkan nantinya lebih akurat dan relevan.

#### 2.1.4 Laba UMK

##### 2.1.4.1 Pengertian Laba UMK

Laba UMK merupakan indikator finansial paling mendasar yang mencerminkan hasil akhir dari seluruh aktivitas operasional, efisiensi pengelolaan modal kerja, dan keputusan penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha mikro dalam satu periode tertentu. Secara konseptual, keuntungan usaha ini diartikan sebagai sisa pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan produk setelah dikurangi dengan seluruh total biaya produksi dan biaya operasional harian (Alifyandi Firdhaus, 2022). Dalam konteks bisnis informal, perolehan laba bukan sekadar angka matematis di atas kertas pembukuan, melainkan sebuah instrumen ukur yang sah untuk menilai seberapa efektif pemilik usaha dalam memutar modal yang dimilikinya menjadi nilai tambah ekonomi.

Meilisa (2023) dalam kajian keuangan pada sektor bisnis lokal mengemukakan bahwa pencapaian laba atau keuntungan yang stabil merupakan

fondasi utama untuk mengukur tingkat kesehatan finansial sebuah usaha mandiri. Bagi sektor usaha mikro berskala lokal, profitabilitas ini menjadi tanda bahwa bisnis tersebut berjalan secara produktif dan memiliki daya saing yang kuat di pasar. Sejalan dengan hal tersebut, Ariyani (2024) juga menegaskan dari hasil pengamatan di lapangan bahwa akumulasi keuntungan bersih ini menjadi pembeda utama antara pelaku usaha yang mampu mempertahankan bisnisnya dalam jangka panjang dengan usaha yang rentan gulung tikar akibat guncangan modal harian.

#### *2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Laba UMK*

Alifyandi Firdhaus (2022) menjelaskan bahwa pencapaian perolehan keuntungan yang optimal pada sektor usaha kuliner tidak terjadi karena faktor kebetulan, melainkan dipengaruhi secara aktif oleh variabel kapabilitas internal maupun adopsi sistem eksternal. Berdasarkan pemetaan empiris pada sektor formal dan informal tersebut, faktor-faktor utama yang mendominasi pembentukan atau naik-turunnya Laba UMK meliputi:

- 1) Kecukupan Modal Usaha

Ketersediaan dana segar yang memadai secara langsung memengaruhi kemampuan pelaku usaha dalam membeli bahan baku dalam jumlah besar (sehingga mendapat harga lebih murah) serta menjaga perputaran stok harian agar aktivitas penjualan tidak mandek.

- 2) Kecakapan Literasi Keuangan

Tingkat pemahaman pemilik terhadap pemisahan uang pribadi dan uang warung memegang peranan krusial. Tanpa adanya kecakapan ini, kebocoran kas akibat uang usaha yang terpakai untuk keperluan dapur rumah tangga akan menggerus perolehan laba bersih secara signifikan.

- 3) Penerimaan Teknologi Informasi

Penggunaan platform digital seperti e-commerce bertindak sebagai alat untuk memperluas jangkauan konsumen secara instan dan memotong biaya promosi konvensional, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan volume penjualan harian.

#### *2.1.4.3 Manfaat dan Pengukuran Laba UMK*

Saragih (2023) menguraikan bahwa bagi para pelaku UMK kuliner di Kota Pekanbaru, perolehan laba memegang serangkaian fungsi yang sangat vital demi menjamin keberlangsungannya di pasar padat. Keberadaan sisa hasil usaha yang sehat berfungsi sebagai sumber pendanaan internal yang paling aman untuk membiayai pengembangan outlet, menambah variasi menu baru, atau menambah peralatan produksi tanpa harus terjebak utang pihak ketiga yang berbunga tinggi. Selain itu, profit yang stabil bertindak sebagai bantalan darurat (*financial buffer*) yang melindungi pelaku usaha dari risiko fluktuasi tajam harga bahan baku musiman di pasar lokal.

Untuk mengukur variabel Laba UMK ini secara kuantitatif melalui kuesioner penelitian, Dian dan Agustina (2023) menurunkan indikator-indikator operasional yang disesuaikan dengan kondisi riil usaha mikro sebagai berikut:

1) *Pertumbuhan Volume Penjualan*

Adanya peningkatan jumlah porsi atau unit kuliner yang terjual dari waktu ke waktu.

2) *Peningkatan Margin Keuntungan*

Kemampuan usaha dalam menghasilkan sisa uang belanja yang semakin menebal setelah dikurangi modal bahan baku harian.

3) *Kapasitas Pembiayaan Mandiri*

Kemampuan perputaran uang hasil penjualan harian untuk langsung membiayai kembali pembelian stok bahan baku esok hari tanpa kekurangan kas.

4) *Kepuasan Pendapatan Bersih*

Persepsi subjektif dari pemilik UMK bahwa keuntungan yang didapatkan sudah ideal dan cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sekaligus menyisihkan modal cadangan.

#### *2.1.5 Modal Usaha*

##### *2.1.5.1 Pengertian dan Jenis Modal Usaha*

Modal usaha pada hakikatnya merupakan instrumen finansial paling mendasar yang bertindak sebagai penggerak utama seluruh roda operasional,

pendanaan persediaan, dan pemanfaatan peluang pasar bagi setiap entitas bisnis. Secara konseptual, modal usaha didefinisikan sebagai akumulasi nilai uang atau aset berwujud yang ditanamkan ke dalam perusahaan guna membiayai pengadaan faktor-faktor produksi serta biaya komersial harian demi menghasilkan keuntungan di masa depan (Alifyandi Firdhaus, 2022). Dalam ekosistem usaha mikro, modal tidak boleh dipandang sebagai dana pasif yang mengendap di rekening, melainkan sebuah bentuk kapitalisasi sumber daya internal yang tingkat kecukupannya menentukan hidup-matinya bisnis, serta menentukan seberapa fleksibel usaha tersebut dalam beradaptasi dengan ketatnya persaingan pasar.

Setiawan dan Indrawati (2023) dalam risetnya mengemukakan bahwa untuk memastikan fungsionalitasnya berjalan optimal, modal usaha pada sektor informal khususnya pelaku UMK kuliner di Kota Pekanbaru diklasifikasikan secara tegas ke dalam dua jenis utama :

- 1) Modal Investasi (Modal Tetap), yaitu alokasi dana di awal yang ditujukan untuk pengadaan aset-aset jangka panjang yang tidak habis dalam satu kali proses produksi, masak seperti biaya sewa tempat/lapak, pembuatan gerobak, serta pembelian alat-alat utama.
- 2) Modal Kerja (Modal Lancar), yaitu dana segar yang bersifat sangat dinamis dan wajib tersedia setiap hari untuk membiayai pengeluaran operasional jangka pendek yang habis dalam satu siklus usaha. Bagi pedagang kuliner, modal kerja ini wujudnya adalah uang tunai yang dibawa setiap subuh untuk belanja bahan baku segar (seperti ayam, cabai, dan bumbu) ke pasar harian di Kota Pekanbaru, yang kemudian harus segera berputar kembali menjadi kas pada malam harinya melalui hasil penjualan ritel.

#### *2.1.5.2 Sumber-Sumber Modal Usaha*

Dalam operasional bisnis skala mikro, pemenuhan modal tidak dapat disamakan dengan korporasi besar, melainkan sangat bergantung pada fleksibilitas dua sumber pendanaan utama sebagai berikut:

- 1) Modal Internal (*Internal Financing*)

Meilisa (2023) menjelaskan bahwa sumber modal ini berasal sepenuhnya dari dalam diri pemilik usaha atau hasil perputaran operasional internal bisnis itu

sendiri. Bagi pelaku UMK kuliner di Kota Pekanbaru, modal internal dioptimalkan melalui dua instrumen nyata:

a. Tabungan Pribadi

Dana simpanan milik sendiri yang digunakan sebagai modal awal untuk merintis usaha agar terhindar dari beban utang sejak dini.

b. Strategi *Bootstrapping* (Laba Ditahan)

Teknik manajerial di mana pemilik menahan atau menyisihkan seluruh sisa keuntungan penjualan harian untuk diputar kembali menjadi modal operasional esok hari, bukan dihabiskan untuk konsumsi pribadi.

2) Modal Eksternal (*External Financing*)

Saragih (2023) mengemukakan bahwa akibat adanya keterbatasan administratif dan ketiadaan agunan formal untuk menembus kredit perbankan, pelaku usaha makanan skala kecil umumnya beralih memanfaatkan sumber eksternal informal yang berbasis pada kepercayaan lokal (*social capital*), seperti:

a. Sistem Pembayaran Tempo (Konsinyasi)

Bentuk modal kerja nyata di mana pedagang kuliner diperbolehkan mengambil bahan baku (seperti ayam, daging, atau cabai) di pasar induk Pekanbaru pada waktu subuh, dan baru melunasinya setelah dagangan laku di malam hari.

b. Pinjaman Keluarga dan Kemitraan Lokal

Suntikan dana segar dari kerabat dekat atau mitra lokal yang bersifat fleksibel, tanpa bunga tinggi, dan menggunakan sistem bagi hasil yang adaptif terhadap fluktuasi omzet harian.

#### 2.1.5.3 Manfaat Modal Usaha

Ariyani (2024) menguraikan bahwa bagi para pelaku UMK kuliner di Kota Pekanbaru, kecukupan modal usaha memegang serangkaian manfaat taktis yang sangat vital untuk mengamankan margin keuntungan. Modal kerja yang memadai memberikan kapasitas bagi pemilik usaha untuk mencapai skala ekonomi (*economies of scale*) melalui pembelian bahan baku dalam volume besar langsung dari agen grosir, sehingga mendapatkan potongan harga yang mampu menekan Harga Pokok Penjualan (HPP). Ketersediaan dana cadangan yang tangguh juga

bertindak sebagai perisai finansial (*financial buffer*) yang melindungi pelaku usaha dari risiko fluktuasi tajam harga bahan pangan musiman di pasar lokal Pekanbaru, sehingga harga jual ke konsumen tetap stabil dan volume penjualan harian tidak menurun.

Untuk mengukur berbagai manfaat dan kecukupan variabel modal usaha ini secara kuantitatif melalui instrumen kuesioner penelitian, Dian dan Agustina (2023) menurunkan indikator-indikator operasional yang relevan dengan karakteristik usaha mikro sebagai berikut:

1) Kecukupan Modal Awal

Ketersediaan dana yang memadai di masa awal untuk pengadaan aset tetap produktif seperti sewa lokasi dan alat masak utama.

2) Ketersediaan Modal Kerja Harian

Ketersediaan uang tunai yang selalu siap pakai setiap pagi untuk mengamankan pembelian stok bahan baku segar tanpa mengandalkan utang harian.

3) Kemampuan Tambahan Dana Cepat

Kapasitas atau aksesibilitas pemilik usaha untuk mendapatkan suntikan modal darurat secara cepat apabila mendapatkan pesanan dalam volume besar.

#### 2.1.6 Penggunaan E-Commerce

##### 2.1.6.1 Pengertian E-Commerce

Secara konseptual, *electronic commerce* atau e-commerce merupakan bentuk modernisasi perdagangan yang mengubah paradigma transaksi konvensional menjadi berbasis digital. Sanjaya dan Tarigan (2024) merumuskan bahwa e-commerce adalah suatu proses pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet. Di dalam ekosistem UMK, teknologi ini bukan sekadar alat komunikasi alternatif, melainkan sebuah infrastruktur strategis yang memotong rantai distribusi, meminimalkan batasan geografis pasar, serta memungkinkan pelaku usaha mikro berinteraksi secara langsung dan *real-time* dengan konsumen tanpa sekat jarak. Literasi Keuangan.

##### 2.1.6.2 Jenis-Jenis E-Commerce

Berdasarkan karakteristik operasional dan mekanisme transaksi yang diterapkan pada platform digital, *e-commerce* diklasifikasikan ke dalam beberapa

model bisnis yang spesifik. Menurut Wulandari dan Saputra (2025), pengelompokan jenis *e-commerce* berdasarkan sifat dan sistem transaksinya terdiri atas:

1) *Classified* (Daftar Iklan Baris)

Model ini merupakan bentuk manifestasi *e-commerce* yang paling sederhana, di mana penyedia platform hanya berfungsi sebagai media digital untuk mempertemukan pihak produsen (penjual) dan konsumen (pembeli). Perusahaan *e-commerce* dalam kategori ini sekadar memberikan ruang virtual bagi penjual untuk memamerkan dan mengiklankan barang dagangannya secara mandiri. Mekanisme transaksi, negosiasi harga, hingga proses pembayaran dan pengiriman barang sepenuhnya dilakukan secara langsung oleh penjual dan pembeli di luar pengawasan platform (*cash on delivery* atau transfer langsung), berdasarkan kesepakatan bersama yang telah disetujui.

2) *Marketplace C2C (Customer to Customer)*

Model bisnis ini menempatkan perusahaan *e-commerce* sebagai fasilitator yang menyediakan ekosistem pasar virtual sekaligus memediasi aktivitas promosi serta transaksi antar-individu. Karakteristik utama dari *Marketplace C2C* adalah adanya integrasi sistem pembayaran yang aman melalui penyediaan layanan *Escrow* (rekening pihak ketiga atau rekening bersama). Fungsi dari akun *escrow* ini bertindak sebagai jembatan penjamin transaksi, di mana dana dari pembeli akan ditampung terlebih dahulu oleh platform dan baru akan diteruskan ke rekening penjual setelah pembeli melakukan konfirmasi atas penerimaan barang secara valid, sehingga keamanan transaksi dari risiko penipuan dapat dimitigasi.

3) *Shopping Mall*

*Shopping Mall* merupakan bentuk pengembangan dari model *marketplace*, namun memiliki segmentasi yang lebih eksklusif karena platform ini dikhususkan bagi entitas bisnis atau *brand* berskala besar yang telah memiliki reputasi dan legalitas hukum yang kuat di pasar lokal maupun internasional. Untuk dapat mengintegrasikan usahanya ke dalam layanan *shopping mall* digital, pelaku usaha harus melalui proses verifikasi dan validasi dokumen penjaminan mutu yang sangat ketat. Dari perspektif pendapatan, pengelola

platform *e-commerce* umumnya memberlakukan sistem penarikan komisi (*fee*) persentase dari setiap volume penjualan yang berhasil dibukukan oleh mitra *brand* tersebut.

#### 2.1.6.3 Manfaat E-Commerce

Penerapan teknologi *e-commerce* memberikan keunggulan kompetitif yang masif bagi keberlanjutan usaha mikro. Wulandari dan Saputra (2025) menguraikan beberapa manfaat strategis dari pengadopsian *e-commerce* terhadap optimalisasi kinerja UMK, antara lain:

1. Perluasan Jangkauan Pasar (*Market Extension*): Membuka akses bagi pelaku usaha kuliner lokal di Pekanbaru untuk menjangkau konsumen di luar wilayah operasional fisik mereka tanpa perlu membuka cabang baru.
2. Efisiensi Biaya Operasional: Menekan biaya pemasaran, sewa tempat, dan cetak brosur fisik, karena katalog produk serta media promosi sepenuhnya beralih ke aset digital yang minim biaya pemeliharaan.
3. Peningkatan Fleksibilitas Transaksi: Layanan toko digital yang dapat diakses selama 24 jam penuh memberikan kenyamanan bagi konsumen untuk melakukan pemesanan kapan saja, yang pada akhirnya mendorong volume penjualan harian.

#### 2.1.6.4 Indikator E-Commerce

Untuk mengukur sejauh mana tingkat penerapan dan efektivitas adopsi teknologi digital pada variabel *e-commerce*, penelitian ini mengadopsi dimensi indikator mutakhir yang dirumuskan oleh Wildani dan Suwandi (2022). Kelima indikator operasional tersebut disesuaikan dengan realitas pelaku usaha mikro sebagai berikut:

1. Kemudahan Aksesibilitas (*Accessibility*)

Indikator ini mengukur fleksibilitas operasional platform *e-commerce* yang dapat diakses tanpa batasan ruang dan waktu. Bagi pelaku UMK kuliner di Pekanbaru, indikator ini mencerminkan kemampuan toko digital untuk menerima pesanan konsumen selama 24 jam penuh dari lokasi mana pun.

2. Fleksibilitas Promosi dan Efisiensi Biaya (*Cost Efficiency*)

Indikator ini menilai kontribusi teknologi dalam menekan biaya pemasaran operasional. Melalui fitur katalog digital pada platform *e-commerce*, pemilik usaha dapat memotong biaya cetak selebaran fisik dan beralih ke media promosi digital yang jauh lebih murah namun memiliki daya jangkauan yang lebih luas.

3. Keluasan Jangkauan Pasar (*Market Exposure*)

Indikator ini merefleksikan kemampuan sistem dalam mendobrak batasan geografis pasar konvensional. Penggunaan *e-commerce* memungkinkan produk makanan atau minuman yang dijual oleh pelaku usaha mikro dikenal dan diakses oleh basis konsumen baru di luar radius operasional outlet fisik mereka.

4. Keamanan Sistem Transaksi (*Transaction Security*)

Indikator ini mengukur tingkat keandalan sistem proteksi finansial pada platform digital. Aspek ini dinilai dari ketersediaan pilihan metode pembayaran yang sah dan variatif (seperti integrasi *e-wallet* atau QRIS) serta adanya jaminan keamanan dana transaksi melalui mekanisme rekening bersama (*escrow*).

5. Kecepatan Proses Layanan (*Service Speed*)

Indikator ini mengukur efisiensi waktu dalam siklus pelayanan pesanan, mulai dari pemrosesan menu, konfirmasi pembayaran otomatis, koordinasi penjemputan oleh kurir digital, hingga penyelesaian masalah operasional seperti manajemen pengembalian produk (*retur*) yang dapat diselesaikan secara instan dan praktis.

2.1.7 Literasi Keuangan

2.1.7.1 Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan sebuah kapabilitas kognitif yang mencakup kombinasi atas kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang mutlak diperlukan oleh seorang individu dalam rangka mengambil keputusan finansial yang tepat demi mencapai kesejahteraan ekonomi. Secara konseptual, bagi sebuah entitas bisnis, literasi keuangan diartikan sebagai tingkat kecakapan pemilik usaha dalam memahami instrumen serta risiko keuangan sehingga mampu

mengelola sumber daya modal yang terbatas secara efektif dan efisien (Choerudin *et al.*, 2023). Seseorang yang memiliki literasi finansial yang memadai akan mampu menyusun perencanaan kas yang matang, meminimalkan potensi kerugian operasional, serta tangguh dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya meskipun berada dalam situasi tekanan ekonomi yang sulit.

Guna mempertegas batasan konseptual tersebut dalam regulasi nasional, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merumuskan bahwa literasi keuangan adalah sebuah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) konsumen serta masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan jauh lebih baik. Berdasarkan cetak biru strategi nasional yang dirilis oleh otoritas, urgensi edukasi ini ditekankan bukan untuk mempersulit individu dalam membelanjakan uangnya, melainkan agar masyarakat termasuk para pelaku sektor informal memiliki kemampuan untuk menilai risiko finansial, memahami hak dan kewajiban atas produk keuangan, serta mampu mengambil keputusan keuangan yang bijaksana (*well-informed financial decisions*) demi mencapai kestabilan finansial jangka panjang.

Dalam kajian tata kelola keuangan mikro, Budiastini *et al.* (2022) juga menjelaskan bahwa tingkat pemahaman finansial yang selaras dengan standarisasi OJK bertindak sebagai pilar utama yang membedakan kinerja pertumbuhan antar UMK. Bagi para pelaku usaha di sektor informal berskala lokal, tingkat pengetahuan keuangan yang tinggi berkorelasi langsung terhadap kemampuan mereka dalam menetapkan orientasi pengembangan usaha jangka panjang. Sebaliknya, keterbatasan literasi finansial sering kali memicu terjadinya kesalahan pengelolaan kas (*mismanagement*) yang fatal, di mana pemilik usaha gagal mendeteksi kebocoran modal harian karena tidak mampu memisahkan antara pendapatan bersih usaha dengan dana konsumsi rumah tangga.

#### 2.1.7.2 Tingkat Literasi Keuangan

Berdasarkan kerangka strategis yang disusun dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan masyarakat, termasuk para pelaku sektor usaha mikro dan kecil, diklasifikasikan ke dalam 4 kategori kemampuan sebagai berikut:

1) *Well Literate*

Kategori ini diperuntukkan bagi individu atau pelaku usaha yang telah memiliki pengetahuan (*knowledge*) dan keyakinan (*confidence*) yang mendalam mengenai lembaga jasa keuangan beserta produk-produknya. Pada tahap ini, pelaku UMK memiliki keterampilan (*skill*) nyata dalam memanfaatkan, menganalisis risiko, memahami hak dan kewajiban, serta menghitung nilai manfaat finansial dari produk keuangan tersebut secara optimal demi pertumbuhan usahanya.

2) *Sufficient Literate*

Kategori ini mengelompokkan para pelaku usaha yang baru sebatas memiliki pengetahuan dan keyakinan dasar mengenai lembaga jasa keuangan serta fitur produknya (seperti memahami fungsi tabungan, kredit, atau transfer digital). Namun, kelompok ini belum memiliki keterampilan operasional yang matang dalam mengelola, mengevaluasi risiko secara mendalam, atau memanfaatkan produk keuangan tersebut secara strategis untuk meminimalkan biaya produksi usaha.

3) *Less Literate*

Kategori ini merupakan klasifikasi bagi pelaku usaha yang memiliki tingkat pemahaman finansial sangat minimal. Mereka sebatas mengetahui keberadaan lembaga jasa keuangan (seperti tahu adanya bank atau pegadaian), namun belum memahami fitur, manfaat, risiko, biaya bunga, serta hak dan kewajiban yang melekat pada produk dan layanan jasa keuangan tersebut.

4) *Not Literate*

Kategori ini mencakup individu atau pelaku usaha yang tidak memiliki pengetahuan, keyakinan, maupun keterampilan operasional terkait lembaga jasa keuangan. Pelaku usaha dalam kelompok ini belum memiliki akses terhadap keuangan formal dan memiliki kerentanan yang tinggi terhadap risiko finansial akibat ketidakmampuan dalam mengidentifikasi legalitas produk jasa keuangan di pasar.

### 2.1.7.3 Manfaat Literasi Keuangan

Choerudin *et al.* (2023) menguraikan bahwa tingkat literasi keuangan yang matang memberikan serangkaian manfaat taktis, protektif, dan ekspansif yang sangat signifikan bagi keberlangsungan usaha. Dalam konteks operasional sektor informal seperti bisnis kuliner, manfaat nyata dari penerapan literasi keuangan tersebut dijabarkan ke dalam beberapa poin strategis sebagai berikut:

1) Efisiensi Pengelolaan Anggaran dan Arus Kas

Literasi keuangan memungkinkan pemilik usaha untuk mengelola keuangan secara efisien, mulai dari mengatur anggaran harian hingga perencanaan jangka panjang. Kemampuan ini meminimalkan risiko "kebocoran kas" akibat tercampurnya dana operasional warung dengan dana konsumsi pribadi, sehingga perputaran modal kerja tetap terjaga secara sehat.

2) Akurasi Pengambilan Keputusan dan Strategi Bisnis

Pemahaman yang mendalam tentang konsep keuangan membuat pelaku usaha lebih bijaksana dan taktis dalam mengambil keputusan. Hal ini sangat bermanfaat ketika menghadapi fluktuasi harga bahan baku di pasar, di mana pemilik usaha dapat dengan cepat menentukan strategi penyesuaian harga atau efisiensi biaya tanpa harus mengorbankan margin laba bersih usaha.

3) Optimalisasi Pendapatan dan Mitigasi Risiko

Kecakapan finansial membantu pelaku usaha dalam memaksimalkan potensi pendapatan sekaligus menghindari risiko kerugian yang tidak perlu. Pemilik usaha tidak akan mudah tergiur oleh tawaran suntikan modal instan yang tidak rasional dari lembaga informal, sehingga aset bisnis tetap aman dari beban finansial yang mencekik.

4) Proteksi dari Berbagai Jenis Penipuan Keuangan

Literasi keuangan yang memadai bertindak sebagai pondasi pertahanan utama yang melindungi para pelaku usaha mikro dari berbagai modus penipuan keuangan yang marak menyasar sektor informal, seperti investasi bodong, skema ponzi, hingga jeratan pinjaman online ilegal.

5) Aksesibilitas terhadap Lembaga Keuangan Formal

Peningkatan literasi keuangan mendorong pelaku usaha untuk lebih percaya diri dalam menanamkan atau mengelola modalnya melalui lembaga finansial

resmi. Rekam jejak keuangan yang lebih rapi dan rasional ini mempermudah mereka dalam mengakses produk atau jasa perbankan formal guna keperluan ekspansi dan pengembangan bisnis.

#### 2.1.7.4 Indikator Literasi Keuangan

Menurut Choerudin *et al.* (2023), pengukuran tingkat literasi keuangan seseorang tidak dapat dinilai hanya dari satu sisi saja, melainkan harus mengintegrasikan tiga dimensi utama yang saling berkaitan. Indikator-indikator operasional yang digunakan untuk mengukur variabel literasi keuangan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1) Pengetahuan Keuangan (*Financial Knowledge*)

Indikator ini merefleksikan tingkat pemahaman teoretis dan penguasaan konsep-konsep dasar keuangan yang dimiliki oleh pelaku usaha. Dalam operasional UMK kuliner, aspek ini diukur melalui:

- a. Pemahaman pemilik usaha dalam menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) secara akurat.
- b. Pengetahuan mengenai fungsi dan manfaat instrumen keuangan dasar (seperti tabungan dan kredit perbankan).
- c. Pemahaman terhadap risiko keuangan, termasuk kalkulasi beban bunga pinjaman.

##### 2) Perilaku Keuangan (*Financial Behavior*)

Indikator ini berfokus pada tindakan nyata dan kedisiplinan pemilik usaha dalam mengaplikasikan pengetahuannya ke dalam aktivitas operasional harian. Aspek perilaku ini diukur melalui:

- a. Kedisiplinan dalam melakukan pencatatan atau pembukuan sederhana atas arus kas masuk dan keluar setiap hari.
- b. Komitmen dan konsistensi untuk memisahkan secara fisik antara uang operasional bisnis dengan uang konsumsi rumah tangga/pribadi.
- c. Kebijakan dalam membayar kewajiban atau utang dagang tepat waktu agar perputaran modal tidak terganggu.

### 3) Sikap Keuangan (*Financial Attitude*)

Indikator ini menilai pola pikir, prinsip, dan orientasi pemilik usaha dalam memandang masa depan keuangan bisnisnya. Sikap keuangan yang sehat dicerminkan melalui:

- a. Kemampuan menahan diri dari pengeluaran konsumtif pribadi yang menggunakan uang hasil penjualan.
- b. Pola pikir visioner untuk memprioritaskan penyisihan sebagian laba usaha ke dalam pos dana cadangan atau tabungan darurat (*financial buffer*).
- c. Orientasi jangka panjang dalam mengalokasikan keuntungan untuk investasi kembali sebagai modal pengembangan usaha (seperti menambah peralatan atau membuka cabang).

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah tabel 2.1 yg mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Laba UMK, yang digunakan sebagai literatur dalam penelitian ini

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti & Tahun        | Judul Penelitian                                                                                                   | Variabel & Metode                                                                                                                       | Hasil Penelitian (Kesimpulan)                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Wahyundaru, S.D. (2024) | Linking the Role of E-Commerce and Financial Literacy on MSME's Sustainability Performance During the Digital Era. | Independen :<br>E-Commerce, Financial Literacy<br><br>Dependen :<br>Kinerja Keberlanjutan UMKM<br><br>Metode :<br>Kuantitatif (SEM-PLS) | E-Commerce dan Financial Literacy secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keberlanjutan UMKM.<br><br>E-Commerce dan Financial Literacy secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keberlanjutan UMKM. |

|   |                                |                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2 | Magdalena & Andhaniwati (2024) | Pengaruh Penggunaan E-Commerce, QRIS, dan Pinjaman Modal terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM (Studi Kasus UMKM Sentra Wisata Kuliner Kota Surabaya) | <p>Independen : E-Commerce, QRIS, Pinjaman Modal</p> <p>Dependen : Pendapatan UMKM</p> <p>Metode : Kuantitatif (Regresi Linier Berganda)</p>            | E-Commerce, QRIS, dan Pinjaman Modal secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. E-Commerce, QRIS, dan Pinjaman Modal secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM.   |
| 3 | Nurbayani dan Yuliati (2024)   | Pengaruh E-Commerce, Literasi Keuangan Dan Permodalan Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Mataram                                                          | <p>Independen : Literasi Keuangan, Modal Usaha, dan E-Commerce</p> <p>Dependen : Kinerja UMKM</p> <p>Metode : Kuantitatif (Regresi Linier Berganda)</p> | <p>E-Commerce, literasi keuangan, dan permodalan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.</p> <p>E-Commerce, literasi keuangan, dan permodalan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.</p> |
| 4 | Putri & Hastuti (2021)         | Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology terhadap Laba UMKM di Kota Surabaya                                                              | <p>Independen : Literasi Keuangan, Financial Technology</p> <p>Dependen : Laba UMKM</p> <p>Metode :</p>                                                 | <p>Literasi keuangan dan financial technology secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap laba UMKM.</p> <p>Literasi keuangan dan financial</p>                                                                                                     |

|   |                                     |                                                                                                           |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                     |                                                                                                           | Kuantitatif<br>(Regresi Linier Berganda)                                                                                                                                     | technology secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap laba UMKM di Kota Surabaya.                                                                                                                                          |
| 5 | Ridhiyawati, Avia, & Gunardi (2022) | Pengaruh Modal Usaha dan E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM di Kota Bandung                              | Independen :<br>Modal Usaha,<br>E-Commerce<br>Dependen :<br>Pendapatan UMKM<br><br>Metode :<br>Kuantitatif<br>(Regresi Linier Berganda)                                      | Modal usaha dan e-commerce secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.<br><br>Modal usaha dan e-commerce secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Bandung. |
| 6 | Astuti et al. (2025)                | Mediasi Financial Technology pada Pengaruh Literasi Keuangan dan Layanan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM | Independen :<br>Literasi Keuangan,<br>Layanan E-Commerce,<br>Financial Technology<br>(Mediasi)<br><br>Dependen :<br>Kinerja UMKM<br><br>Metode :<br>Kuantitatif<br>(SEM-PLS) | Literasi keuangan dan layanan e-commerce secara parsial berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.<br><br>Financial technology secara signifikan mampu memediasi pengaruh literasi keuangan dan layanan e-commerce terhadap kinerja UMKM.         |
| 7 | Dhea & Suhendi (2025)               | Analisis Pengaruh E-Commerce dan Modal Usaha sebagai Sarana                                               | Independen :<br>E-Commerce,<br>Modal Usaha<br><br>Dependen :                                                                                                                 | E-Commerce dan modal usaha secara parsial berpengaruh positif dan                                                                                                                                                                                 |

|  |  |                                                       |                                                                                   |                                                                                                                                                                                                          |
|--|--|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  | Peningkatan Pendapatan Keuangan UMKM di Kota Semarang | Pendapatan Keuangan UMKM<br><br>Metode :<br>Kuantitatif (Regresi Linier Berganda) | signifikan sebagai sarana peningkatan pendapatan keuangan UMKM.<br><br>E-Commerce dan modal usaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan keuangan UMKM di Kota Semarang. |
|--|--|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Berdasarkan pemetaan matriks penelitian terdahulu yang disajikan di atas, literatur dari Magdalena dan Andhaniwati (2024), Ridhiyawati et al. (2022), serta Dhea dan Suhendi (2025) secara konsisten membuktikan bahwa ketersediaan modal usaha dan integrasi ekosistem *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap performa bisnis UMKM. Melalui dukungan studi tersebut, terlihat bahwa digitalisasi menjadi pilar utama dalam mendorong perluasan pasar. Namun, mayoritas riset terdahulu masih bias pada penggunaan variabel pendapatan kotor (omzet) semata dan berasumsi bahwa tingginya transaksi digital otomatis linear dengan kesejahteraan finansial pelaku usaha.

Padahal, pada realitas sektor kuliner saat ini, tingginya omzet sering kali bersifat semu akibat adanya beban operasional tambahan berupa potongan komisi *merchant* dari platform *e-commerce* pesan-antar makanan yang berkisar antara 20% hingga 30%. Di sisi lain, riset yang sudah menguji variabel laba bersih secara spesifik, seperti Putri dan Hastuti (2021), justru mengabaikan faktor klasik yang sangat krusial yaitu modal usaha. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi *research gap* tersebut dengan mengintegrasikan variabel modal usaha, *e-commerce*, dan literasi keuangan ke dalam satu model utuh yang difokuskan secara mutlak untuk menguji perolehan laba bersih riil pada UMK kuliner di Kota Pekanbaru.

## 2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang kebenarannya harus dibuktikan secara empiris melalui

pengujian statistik. Berdasarkan landasan teoretis, telaah penelitian terdahulu, dan perumusan masalah, maka hipotesis dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

### *2.3.1 Pengaruh Modal Usaha terhadap Laba*

Kecukupan modal yang dimiliki oleh pelaku UMK kuliner secara logis akan memperkuat kapasitas produksi dan kelancaran operasional harian. Dengan dukungan dana yang ideal, pelaku usaha dapat melakukan efisiensi biaya melalui pembelian bahan baku skala besar untuk mendapatkan potongan harga. Penurunan biaya per unit ini otomatis akan memperlebar margin keuntungan dan menaikkan perolehan laba bersih bisnis. Argumen ini sejalan dengan teori struktur modal yang menyatakan bahwa ketersediaan modal kerja yang memadai memiliki korelasi kuat terhadap ketahanan operasional pelaku usaha. Hal tersebut didukung oleh penelitian dari Rahayu dan Susilowati (2021) yang menunjukkan bahwa modal berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1: Modal Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sektor kuliner di Kota Pekanbaru.**

### *2.3.2 Pengaruh Penggunaan E-Commerce terhadap Laba*

Transformasi digital melalui platform *e-commerce* dan aplikasi pesan-antar makanan bertindak sebagai perluasan saluran distribusi utama yang meruntuhkan batasan jarak fisik toko. Pemanfaatan teknologi ini secara efektif mampu meningkatkan eksposur produk secara eksponensial, menarik basis konsumen baru, dan melipatgandakan volume penjualan harian yang berujung pada peningkatan profit. Secara teoretis, logika ini didasari oleh *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa adopsi teknologi yang tepat guna memberikan dampak akselerasi nyata bagi kinerja finansial usaha kecil. Kenyataan ini juga dibuktikan oleh penelitian terdahulu dari Prasetyo dan Amalia (2022) yang menemukan bahwa integrasi ekosistem digital memberikan dampak positif yang signifikan terhadap profitabilitas finansial bersih. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H2: Penggunaan E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sektor kuliner di Kota Pekanbaru.**

### 2.3.3 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Laba

Kecerdasan finansial pemilik usaha memegang peran krusial dalam pengambilan keputusan manajemen yang presisi, seperti kedisiplinan memisahkan kas pribadi dengan kas bisnis serta penganggaran biaya secara efisien. Di tengah skema potongan komisi platform digital yang besar, pelaku usaha yang memahami keuangan akan mampu mengalkulasi harga jual dengan tepat untuk mengamankan margin bersih dari risiko kerugian akibat omzet semu. Pola pikir ini sejalan dengan *Resource-Based View* (RBV) yang menekankan bahwa pengetahuan keuangan internal adalah aset strategis untuk mempertahankan stabilitas bisnis jangka panjang. Penjelasan ini diperkuat oleh penelitian dari Sari dan Rahayu (2023) yang menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi berbanding lurus dengan kemampuan pelaku usaha mikro dalam mengoptimalkan laba bersih. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H3: Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sektor kuliner di Kota Pekanbaru.**

### 2.3.4 Pengaruh Simultan (Modal Usaha, Penggunaan E-Commerce, dan Literasi Keuangan) terhadap Laba

Pencapaian laba operasional yang maksimal pada sektor kuliner tidak dapat diraih secara optimal jika hanya mengandalkan satu aspek finansial secara parsial. Suntikan modal usaha yang kuat memerlukan saluran digital seperti *e-commerce* untuk mempercepat perputaran barang di pasar, sementara kedua instrumen tersebut wajib dikontrol oleh literasi keuangan sebagai navigasi manajerial agar aliran omzet tidak bocor untuk pengeluaran non-produktif. Argumen keterkaitan ini sejalan dengan kajian global dari Lusardi dan Mitchell (2023) yang menegaskan bahwa keberlanjutan ekonomi dan laba usaha kecil ditentukan oleh kombinasi mutlak antara akses likuiditas, modernisasi pasar, dan kapasitas literasi finansial pemiliknya. Berdasarkan uraian akumulatif tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H4: Modal Usaha, Penggunaan E-Commerce, dan Literasi Keuangan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Laba Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sektor kuliner di Kota Pekanbaru.**

## **2.4 Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran merupakan konseptualisasi teoretis yang menjelaskan alur logis hubungan antar variabel yang diteliti, sekaligus menjadi dasar dalam merumuskan hipotesis. Dalam penelitian ini, fokus utama diarahkan pada pencapaian Laba (Y) Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sektor kuliner di Kota Pekanbaru, yang diduga dipengaruhi oleh tiga faktor krusial: Modal Usaha (X1), Penggunaan E-Commerce (X2), dan Literasi Keuangan (X3).

Secara teoretis, keterkaitan antar variabel tersebut dapat dijelaskan melalui alur berpikir sebagai berikut:

### **1) Hubungan Modal Usaha (X1) terhadap Laba (Y)**

Modal usaha bertindak sebagai fondasi materiil bagi perputaran operasional bisnis kuliner. Berdasarkan pendekatan Scale of Economies, kepemilikan modal yang memadai memberikan keleluasaan bagi pelaku UMK untuk melakukan efisiensi biaya produksi (misalnya pembelian bahan baku skala besar dengan harga murah). Efisiensi ini secara otomatis memperlebar margin keuntungan per porsi makanan/minuman, yang pada akhirnya mendongkrak total laba bersih usaha.

### **2) Hubungan Penggunaan E-Commerce (X2) terhadap Laba (Y)**

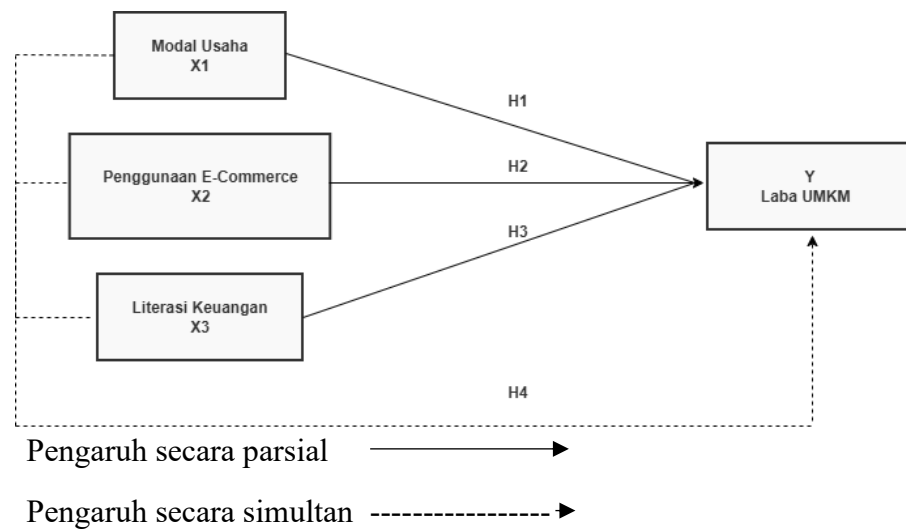
Adopsi e-commerce atau platform pengiriman makanan digital berperan sebagai akselerator pasar. Di era ekonomi digital Kota Pekanbaru, platform ini meruntuhkan batasan geografis toko fisik. Dengan jangkauan pasar yang lebih luas, volume transaksi harian UMK kuliner dapat meningkat secara eksponensial. Peningkatan volume penjualan inilah yang memicu pertumbuhan akumulasi laba usaha.

### **3) Hubungan Literasi Keuangan (X3) terhadap Laba (Y)**

Literasi keuangan bertindak sebagai sistem navigasi internal dan kontrol manajerial pemilik usaha. Ketika UMK dihadapkan pada potongan komisi platform digital yang besar (mencapai 20%–30%) dan pengelolaan modal KUR, kecakapan finansial sangat menentukan. Pelaku usaha yang melek finansial mampu mengalkulasi HPP secara presisi dan memisahkan uang pribadi, sehingga pendapatan operasional tidak bocor dan target laba bersih dapat direalisasikan dengan aman.

#### 4) Hubungan Simultan (X1, X2, X3) terhadap Laba (Y)

Secara menyeluruh, laba UMK kuliner yang berkelanjutan tidak dapat ditopang oleh satu variabel saja. Modal usaha (X1) membutuhkan saluran digital berupa e-commerce (X2) agar perputaran produk berjalan cepat. Selanjutnya, perpaduan modal dan teknologi tersebut wajib dikontrol oleh literasi keuangan (X3) agar investasi yang ditanamkan menghasilkan keuntungan yang optimal, bukan justru menjadi beban utang atau kerugian operasional. Berikut adalah Gambar 2.1 yang merupakan kerangka pemikiran teoritis :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran