



CURRENT
Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terkini
<https://current.ejournal.unri.ac.id>



NEUROACCOUNTING DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN KEUANGAN: BUKTI EMPIRIS PADA UMKM KULINER DI JAWA TIMUR

NEUROACCOUNTING AND FINANCIAL DECISION MAKING: EMPIRICAL EVIDENCE IN CULINARY MSMEs IN EAST JAVA

Ratih Dewi Titisari Haryana^{1*}, Gusti Dian Prayogi²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, STIE YAPAN Surabaya

*Email: ratih@stieyapan.ac.id

Keywords

*Neuroaccounting,
 Financial Decision,
 MSMEs (Times New
 Roman,*

Article informations

*Received:
 2025-09-17
 Accepted:
 2025-10-11
 Available Online:
 2025-11-21*

Abstract

This study explores the application of neuroaccounting in understanding financial decision-making among culinary MSMEs in East Java. Neuroaccounting offers comprehensive insights by examining how cognitive literacy, emotional intelligence, and financial literacy influence decision-making, with business experience tested as a moderating factor. Using a quantitative design, cluster random sampling was applied to select six regencies with high MSME growth. A total of 407 culinary MSMEs participated, and data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) and Moderated Regression Analysis (MRA). The results show that cognitive literacy, emotional intelligence, and financial literacy significantly affect financial decision-making, while business experience strengthens these relationships. These findings indicate that neuroaccounting can enhance MSMEs' ability to make better financial decisions by integrating cognitive, emotional, and financial competencies with practical experience. Theoretically, this study extends neuroaccounting by positioning literacy and emotional intelligence as core drivers of MSME decision-making, moderated by business experience. Practically, it offers guidance for policymakers, educators, and practitioners to develop targeted training and experience-based programs that improve financial capabilities and ensure business sustainability.

PENDAHULUAN

UMKM, atau usaha mikro, kecil, dan menengah, sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa terdapat lebih dari 64,2 juta UMKM di Indonesia pada tahun 2023, yang menyumbang lebih dari 97% lapangan kerja nasional dan sekitar 61% PDB (BPS Indonesia, 2023). Industri kuliner mendominasi sektor UMKM lainnya, terutama di Jawa Timur. Sebuah studi dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2022 menyatakan bahwa industri kuliner mempekerjakan lebih dari 30% UMKM di Jawa Timur, dengan konsentrasi tertinggi terdapat di Surabaya, Malang, dan Sidoarjo.

Meskipun kontribusinya signifikan, UMKM kuliner masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan keuangan. Kurangnya pengetahuan tentang akuntansi dan



manajemen keuangan yang sistematis menyebabkan banyak pelaku usaha mengandalkan intuisi dalam pengambilan keputusan finansial (Borozan et al., 2022). Kesalahan perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) sering menyebabkan penetapan harga jual yang tidak tepat, yang berdampak pada margin keuntungan dan daya saing (Agustin et al., 2025). Pengelolaan arus kas yang lemah membuat UMKM rentan terhadap fluktuasi harga bahan baku, perubahan permintaan pasar, serta biaya operasional yang tidak terkendali (Febrianti & Prayogi, 2024).

Secara global, *neuroaccounting* dan *neurofinance* telah menjadi bidang kajian yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. (Nazaripour & Zakizadeh, 2023) menekankan bahwa pendekatan *neuroaccounting* mampu menjelaskan bias kognitif dalam pengambilan keputusan investasi lintas usia. *Neuroaccounting* menggabungkan ilmu akuntansi dengan ilmu saraf dan psikologi untuk menganalisis bagaimana pelaku usaha memproses informasi keuangan dan membuat keputusan bisnis (Kahneman, 2015). (Bruckmaier et al., 2021) menguraikan bagaimana faktor emosional dan aktivitas otak berhubungan dengan keputusan keuangan di pasar modal. (Loewenstein et al., 2008) menunjukkan bahwa keputusan keuangan sangat dipengaruhi oleh stres, emosi, dan bias seperti *overconfidence* dan *loss aversion*. Pelaku UMKM yang terlalu optimis terhadap pendapatan masa depan sering kali mengambil keputusan investasi tanpa mempertimbangkan risiko dengan matang.

Peran dalam memroses neurologis dalam preferensi konsumen daring telah diidentifikasi oleh (Zhang et al., 2023), sementara (Bruckmaier et al., 2021) menyoroti implikasi *neuroaccounting* terhadap transparansi laporan keuangan korporasi multinasional. Penerapan teknologi berbasis *neuroaccounting*, seperti aplikasi keuangan dengan fitur analisis perilaku, membantu pelaku UMKM meningkatkan kesadaran finansial dan mengurangi kesalahan pengambilan keputusan (Yau et al., 2021). Aplikasi keuangan berbasis *neuroaccounting* mampu memberikan insight tentang perilaku keuangan pengguna secara real time (Anatan & Nur, 2023). Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa *neuroaccounting* efektif dalam menganalisis bias, emosi, dan kognisi dalam keputusan keuangan, tetapi fokusnya masih banyak pada konteks korporasi, pasar modal, dan perilaku konsumen.

Di Indonesia, kajian literasi keuangan dan faktor psikologis dalam UMKM juga sudah mulai dilakukan (Kurniasari et al., 2023). Namun, sebagian besar masih menggunakan pendekatan *behavioral finance* konvensional tanpa mengintegrasikan dimensi neurologis seperti aspek kognitif dan emosional dalam pengambilan keputusan keuangan. Beberapa studi lokal seperti (Charisma et al., 2025; Putri et al., 2023) menegaskan bahwa pelaku UMKM kuliner masih cenderung menggunakan pendekatan non-sistematis dalam pengelolaan keuangan, khususnya pada penetapan harga dan arus kas. Pendekatan *neuroaccounting* hadir sebagai solusi interdisipliner yang menggabungkan akuntansi, psikologi, dan ilmu saraf untuk memahami bagaimana aspek kognitif dan emosional mampu memengaruhi pengambilan keputusan keuangan.

Berdasarkan literatur di atas, terdapat beberapa celah penelitian yang perlu diisi. Pertama, riset *neuroaccounting* sejauh ini masih terpusat pada level korporasi besar atau konsumen global, sementara penerapannya pada UMKM, khususnya sektor kuliner belum mendapat perhatian yang memadai. Kedua, penelitian terdahulu di Indonesia cenderung berhenti pada aspek literasi keuangan atau perilaku keuangan konvensional, tanpa menyinggung dimensi neurologis dan kognitif yang dianalisis melalui pendekatan *neuroaccounting*. Ketiga, belum ada studi yang secara eksplisit menguji peran pengalaman usaha sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara literasi keuangan, emosi dan kualitas keputusan keuangan pada UMKM kuliner.

Untuk mengisi kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh faktor kognitif, emosional dan literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan keuangan pelaku UMKM kuliner di Jawa Timur, sekaligus menguji peran pengalaman usaha sebagai variabel moderasi. Kontribusi utama penelitian ini adalah memperluas cakupan

neuroaccounting ke sektor UMKM kuliner, yang selama ini luput dari perhatian akademis. Dari sisi teoretis, penelitian ini memperkaya pengembangan akuntansi berbasis perilaku dengan mengintegrasikan perspektif psikologi, kognitif, dan neurologis. Dari sisi praktis, hasil penelitian diharapkan dapat membantu pelaku UMKM kuliner mengelola keuangan secara lebih rasional, terukur, dan berkelanjutan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Neuroaccounting merupakan cabang ilmu yang mengintegrasikan neurologi, psikologi, dan akuntansi untuk memahami bagaimana otak manusia memproses informasi keuangan dan mengambil keputusan bisnis (Serra, 2021). Pendekatan ini menekankan peran emosi, intuisi, dan rasionalitas dalam pengambilan keputusan, termasuk dalam pengelolaan arus kas, investasi, serta penetapan strategi harga (Rahayuningsih, 2017). Dalam konteks UMKM kuliner, keputusan keuangan tidak sepenuhnya didasarkan pada analisis objektif, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti keengganan terhadap risiko (*risk aversion*), kepercayaan diri berlebihan (*overconfidence*), dan bias emosional dalam pengambilan keputusan (*emotional bias*) (Ceravolo et al., 2019). *Prospect Theory* yang dikemukakan (Kahneman, 2015), menyatakan bahwa individu cenderung lebih sensitif terhadap kerugian dibandingkan keuntungan dalam jumlah yang sama, sehingga kerap mengambil keputusan yang tidak sepenuhnya rasional secara ekonomi.

Penerapan pendekatan *neuroaccounting* berpotensi memberikan kontribusi nyata dalam perbaikan pengelolaan keuangan UMKM, khususnya di sektor kuliner. Adopsi pendekatan ini dapat meningkatkan kesadaran kognitif terhadap pentingnya pengelolaan keuangan, mengurangi pengaruh bias emosional dalam pengambilan keputusan bisnis, dan mendorong pelaku usaha untuk menggunakan data keuangan sebagai dasar penyusunan strategi. Berdasarkan kajian teoritis tersebut, kerangka konseptual penelitian ini melibatkan variabel-variabel sebagai berikut: Aspek kognitif (X_1) yang mencakup kemampuan analisis dan pemrosesan informasi, aspek emosional (X_2) yang meliputi faktor seperti kecemasan dan bias emosional, serta literasi keuangan (X_3) yang mengacu pada pemahaman pelaku UMKM mengenai pengelolaan keuangan. Variabel pengalaman (Z) berperan sebagai variabel moderasi yang diduga mampu mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dengan pengambilan keputusan keuangan (Y), yaitu keputusan-keputusan terkait pengelolaan keuangan UMKM kuliner.

Aspek Kognitif berpengaruh Positif terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan

Aspek kognitif berkaitan dengan kemampuan individu untuk memproses informasi secara rasional, sistematis, dan analitis dalam pengambilan keputusan keuangan (Bruckmaier et al., 2021). Dalam konteks neuroaccounting, kemampuan kognitif yang baik memungkinkan pelaku usaha memahami data keuangan secara mendalam, menafsirkan laporan keuangan, serta mengambil keputusan berdasarkan analisis yang objektif (Tank & Farrell, 2022). Namun, literatur terbaru menekankan pentingnya membedakan antara aspek kognitif rasional dan bias kognitif negatif. Aspek kognitif rasional mencakup keterampilan berpikir analitis, pemrosesan data keuangan, dan perencanaan yang sistematis, sedangkan bias kognitif seperti *overconfidence*, *present bias*, *anchoring*, dan *confirmation bias* merupakan distorsi dalam pemrosesan informasi yang dapat menyebabkan keputusan tidak rasional, seperti menetapkan harga jual tanpa memperhitungkan biaya produksi secara menyeluruh atau mengabaikan risiko usaha (Ahmad et al., 2025). Penelitian terkini menunjukkan bukti empiris yang konsisten mengenai hal ini. (Noch & Rumasukun, 2024) menemukan bahwa *overconfidence* dan *optimism* memengaruhi keputusan risiko pada wirausahawan dan membuktikan bahwa *overconfidence* manajerial berdampak negatif pada pengelolaan modal kerja usaha kecil. (Bharath, 2023) menegaskan bahwa bias seperti *anchoring* dan *confirmation bias* mengganggu proses



penganggaran, sedangkan (Yau et al., 2021) menyarankan penggunaan teknologi berbasis *neuroaccounting* untuk membantu UKM mengurangi bias dalam pengambilan keputusan. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan kognitif yang kuat berkontribusi positif terhadap kualitas keputusan keuangan karena memungkinkan pelaku usaha menganalisis data keuangan dengan lebih akurat, mengenali dan mengendalikan bias, merencanakan skenario keuangan secara matang, serta memanfaatkan teknologi keuangan untuk memperoleh umpan balik berbasis data (Anatan & Nur, 2023). Oleh karena itu, pelaku UMKM kuliner yang memiliki aspek kognitif tinggi cenderung membuat keputusan keuangan yang lebih tepat, terukur, dan berorientasi pada keberlanjutan usaha. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis berikut dapat dikembangkan,

H₁: Aspek kognitif berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan keuangan pada UMKM sektor kuliner di Jawa Timur.

Aspek Emosional berpengaruh Signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan

Berdasarkan Teori Prospect (Kahneman, 2015), faktor emosional memengaruhi keputusan keuangan melalui tiga mekanisme utama. Pertama, *loss aversion* mendorong pelaku usaha untuk menghindari risiko kerugian, misalnya enggan menaikkan harga meskipun biaya produksi meningkat karena takut kehilangan pelanggan. Kedua, *risk seeking* muncul ketika pelaku UMKM mengalami kerugian besar dan terdorong mengambil risiko tinggi, seperti meminjam modal dalam jumlah berlebihan tanpa perhitungan matang untuk menutup kerugian sebelumnya. Ketiga, *framing effect* menyebabkan keputusan keuangan dipengaruhi oleh cara informasi disajikan, misalnya promosi harga bahan baku yang dikemas sebagai “diskon” mendorong pembelian stok berlebih meskipun permintaan tidak pasti. Penelitian empiris mendukung pengaruh ketiga mekanisme ini terhadap keputusan keuangan UMKM kuliner (Charisma et al., 2025; Lamba et al., 2023). Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis berikut dapat dikembangkan,

H₂: Aspek emosional berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan keuangan pada UMKM sektor kuliner di Jawa Timur.

Literasi Keuangan berpengaruh Positif terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami dan menerapkan informasi keuangan dalam pengelolaan bisnis (Santiara & Sinarwati, 2023). Dalam teori perilaku seperti *Theory of Planned Behavior*, literasi keuangan dapat dikaitkan dengan *perceived behavioral control*, yakni seberapa besar individu merasa mampu mengendalikan kondisi-keuangan usaha mereka melalui pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki. Semakin tinggi literasi keuangan, semakin besar keyakinan pelaku UMKM bahwa mereka mampu membuat keputusan keuangan yang tepat dan efektif (Haryana, 2024). Studi di Indonesia menunjukkan bahwa literasi keuangan yang tidak memadai menyebabkan lebih dari 72% UMKM mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan (Kodu et al., 2023; Widadi & Yuttama, 2024) menemukan bahwa rendahnya literasi keuangan berkontribusi terhadap buruknya pencatatan dan perencanaan keuangan.

Literatur internasional juga mendukung hubungan positif antara literasi keuangan dan kualitas keputusan keuangan. Misalnya, (Lusardi & Mitchell, 2014) meneliti pemilik usaha kecil di Eropa dan menemukan bahwa literasi keuangan tinggi berhubungan dengan keputusan investasi dan pengelolaan utang yang lebih sehat. Dalam konteks UMKM kuliner di Jawa Timur, literasi keuangan yang memadai akan mendorong pelaku usaha untuk membuat perencanaan keuangan (*budgeting*), pencatatan transaksi yang sistematis, serta penggunaan data keuangan untuk menetapkan harga, mengelola biaya operasional, mengantisipasi risiko keuangan, dan mengatur alokasi sumber daya. Semua ini meningkatkan efektivitas dan efisiensi usaha, sehingga keputusan keuangan yang diambil menjadi lebih tepat dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis berikut dikembangkan,

H₃: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan keuangan pada UMKM sektor kuliner di Jawa Timur.

Pengalaman Bisnis berpengaruh Positif terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan

Pengalaman bisnis merujuk pada pengetahuan, keahlian, dan wawasan yang diperoleh seseorang melalui keterlibatan langsung dan berkepanjangan dalam operasional usaha (Munzir, 2023). Teori *Experiential Learning* yang dikembangkan Kolb (1984) dalam (Jawahery & Bavandi, 2025) menyatakan bahwa pembelajaran praktis dari siklus pengalaman mengalami, mencermati, merenungkan, dan menguji yang memungkinkan individu untuk mengadaptasi cara berpikir dan tindakan mereka, termasuk dalam pengambilan keputusan keuangan. Melalui pengalaman usaha, pelaku UMKM belajar dari kegagalan maupun keberhasilan sebelumnya sehingga kemampuan analisis situasi, prediksi ketidakpastian, dan mitigasi risiko menjadi lebih baik. Literatur internasional mendukung hal ini; misalnya, sebuah studi oleh (Lan et al., 2021) pada usaha kecil di Vietnam menemukan bahwa pengalaman berbisnis yang lebih lama berkorelasi positif dengan penggunaan laporan keuangan dan perencanaan anggaran yang lebih formal. Dalam konteks UMKM kuliner di Jawa Timur, pengalaman bisnis yang lebih panjang dan lebih mendalam dapat membantu pelaku usaha mengenali pola musiman dalam permintaan bahan baku, memahami dampak fluktuasi harga pasar, serta mengevaluasi konsekuensi keputusan harga dan investasi berdasarkan pengalaman masa lalu (Munzir, 2023). Semua ini memungkinkan keputusan keuangan yang lebih matang, berbasis pengalaman empiris, dan lebih adaptif terhadap kondisi nyata usaha. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis berikut dikembangkan,

H₄: Pengalaman bisnis berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan keuangan pada UMKM sektor kuliner di Jawa Timur.

Peran Pengalaman Bisnis sebagai Variabel Moderasi

Penelitian ini memperluas *Behavioral Finance* dan *Prospect Theory* dengan memasukkan perspektif *neuroaccounting* dan pengalaman usaha sebagai moderasi pada konteks UMKM kuliner. Secara teoritis, *Behavioral Finance* menekankan bahwa pengambilan keputusan keuangan tidak semata-mata rasional, melainkan dipengaruhi oleh faktor kognitif (pengetahuan, persepsi risiko, bias heuristik), faktor emosional (stres, kepercayaan diri, regulasi emosi) serta literasi keuangan individu. Namun, dalam praktiknya, keputusan keuangan pelaku UMKM sering kali terbentuk dari interaksi kompleks antara kapasitas kognitif, dinamika emosi, dan pemahaman literasi keuangan (Anatan & Nur, 2023).

Di sisi lain, pengalaman bisnis memiliki potensi untuk memperkuat atau melemahkan hubungan tersebut. Pelaku UMKM yang lebih berpengalaman cenderung mengandalkan *experiential learning*, mengembangkan intuisi keuangan, serta lebih adaptif terhadap risiko. Hal ini sesuai dengan kerangka *bounded rationality*, di mana keterbatasan rasionalitas dapat dikompensasi dengan *heuristic-based decision making* yang terbentuk melalui pengalaman panjang (Chalissery et al., 2023). Dengan demikian, pengalaman usaha berperan sebagai mekanisme moderasi yang dapat memperkuat hubungan antara aspek kognitif, emosional, dan literasi keuangan terhadap kualitas pengambilan keputusan keuangan.

Pengalaman Bisnis Memoderasi Hubungan Aspek Kognitif terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan.

Dalam konteks *neuroaccounting* dan *behavioral finance*, pengalaman bisnis berfungsi sebagai faktor yang memperkuat pemrosesan kognitif dan pengaplikasian pengetahuan dalam pengambilan keputusan keuangan. Berdasarkan penelitian sebelumnya, pengalaman yang lebih banyak memungkinkan pelaku UMKM untuk lebih cepat mengenali pola-pola keuangan yang terjadi dalam operasional bisnis mereka dan menerapkan analisis kognitif secara efektif dalam



proses pengambilan keputusan (Rahayuningsih, 2017). *Neuroaccounting* mengkaji bagaimana otak memproses informasi keuangan dan emosi dalam pengambilan keputusan. Pengalaman bisnis yang lebih luas memungkinkan pelaku UMKM untuk lebih cermat dalam menganalisis data keuangan dan lebih rasional dalam menghadapi ketidakpastian yang sering terjadi dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, pengalaman dalam menjalankan usaha diharapkan dapat memoderasi pengaruh aspek kognitif terhadap pengambilan keputusan keuangan, memperkuat hubungan positif antara keduanya. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis berikut dapat dikembangkan,

H₅: Pengalaman bisnis memperkuat pengaruh aspek kognitif terhadap pengambilan keputusan keuangan.

Pengalaman Bisnis Memoderasi Hubungan Aspek Emosional terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan

Pengalaman bisnis juga berperan dalam mengelola dampak emosional pada pengambilan keputusan keuangan. Penelitian (Noch & Rumasukun, 2024) menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang memiliki pengalaman bisnis yang lebih banyak cenderung lebih mampu mengendalikan emosi mereka dalam menghadapi situasi keuangan yang penuh tekanan. Kemampuan untuk mengatur emosi ini memungkinkan mereka untuk mengambil keputusan yang lebih rasional, terukur, dan berdasarkan analisis yang lebih objektif. Sebaliknya, pelaku UMKM dengan pengalaman terbatas sering kali lebih rentan terhadap pengaruh emosional, yang dapat mengaburkan penilaian mereka dan mempengaruhi keputusan yang diambil. Dalam konteks ini, pengalaman bisnis diperkirakan dapat memoderasi pengaruh faktor emosional terhadap keputusan keuangan, dengan cara mengurangi dampak negatif dari bias emosional dan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk membuat keputusan yang lebih rasional dan terinformasi. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis berikut dapat dikembangkan,

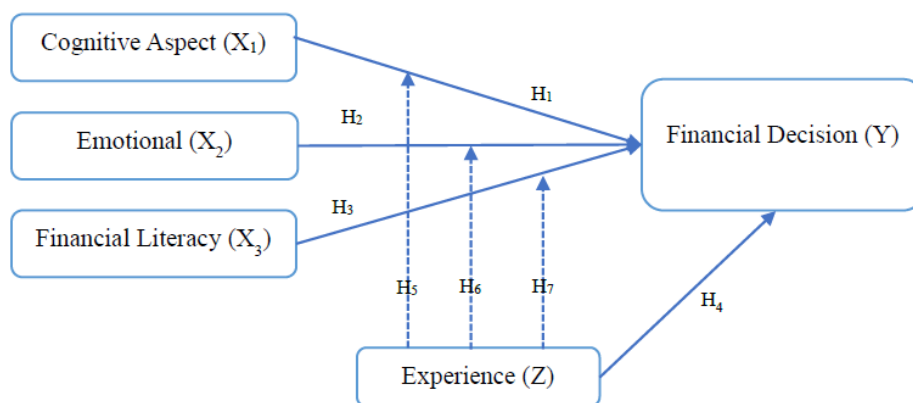
H₆: Pengalaman bisnis memperkuat pengaruh aspek emosional terhadap pengambilan keputusan keuangan.

Pengalaman Bisnis Memoderasi Hubungan Literasi Keuangan terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan

Dalam konteks pengambilan keputusan keuangan UMKM, literasi keuangan menyediakan kerangka teoritis dan pengetahuan, sedangkan pengalaman bisnis memungkinkan penerapan pengetahuan tersebut dalam situasi nyata, pembelajaran dari kegagalan, keberhasilan, dan adaptasi terhadap kondisi usaha yang berubah. Beberapa studi empiris mendukung bahwa pengalaman usaha atau manajerial memperkuat dampak positif literasi keuangan terhadap praktik keuangan dan kinerja usaha. Misalnya, penelitian *Influence of Financial Literacy, Managerial Experience on Financial Management Performance of SMEs in Surabaya* (Heryanto & Leng, 2022) menemukan bahwa literasi keuangan dan pengalaman manajerial secara bersama-sama memiliki efek signifikan terhadap kinerja pengelolaan keuangan usaha kecil atau micro. Berdasarkan penjelasan teoritis dan bukti empiris tersebut, pengalaman bisnis diyakini dapat memperkuat hubungan antara literasi keuangan dan pengambilan keputusan keuangan, dimana pelaku usaha yang berpengalaman lebih mampu menerjemahkan literasi menjadi tindakan konkret yang efektif. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis berikut dapat dikembangkan:

H₇: Pengalaman bisnis memperkuat pengaruh antara literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan keuangan.

Berdasarkan penyampaian dari pengajuan hipotesis tersebut maka dapat digambarkan kerangka konseptual dalam penelitian ini:



Gambar 1.
Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode survei dengan populasi seluruh pelaku UMKM di sektor kuliner di Jawa Timur. Meskipun populasi yang ditargetkan adalah seluruh pelaku UMKM di sektor kuliner di Jawa Timur, desain *purposive cluster sampling* yang diterapkan hanya memilih enam kabupaten/kota berdasarkan kontribusinya terhadap nilai tambah bruto UMKM di Jawa Timur (Dinas Koperasi & UKM Jawa Timur, 2024). Hal ini berpotensi membatasi cakupan representasi dari seluruh UMKM kuliner yang ada di provinsi tersebut.

Kriteria responden ditetapkan peneliti dengan merumuskan *sampling criteria* secara jelas dan sistematis agar sesuai dengan tujuan penelitian dan relevan pada pendekatan *purposive sampling* (Memon et al., 2025). Kriteria responden yang dipilih adalah (1) pelaku UMKM kuliner, laki-laki maupun perempuan, (2) berusia produktif antara 20-50 tahun, dan (3) memiliki pengalaman usaha minimal dua tahun. Batasan usia mengacu pada konsep *productive age* dari *International Labour Organization* (ILO, 2022), yang menyatakan bahwa individu pada rentang usia ini umumnya berada pada puncak kemampuan kognitif, fisik, serta pengambilan keputusan. Hal ini diperkuat oleh studi *Entrepreneurial Tendency Across The Adult Lifespan* (Zelekha & Kavé, 2022), yang menemukan bahwa pelaku usaha di usia produktif cenderung memiliki kapasitas adaptasi lebih tinggi terhadap risiko bisnis, perubahan teknologi, dan dinamika pasar. Sementara itu, pengalaman usaha minimal dua tahun mengacu pada temuan *Impact of Entrepreneurs' Prior Experience on Their New Ventures' Early-Stage Performance: The Mediation Effect of Entrepreneurial Mindset Level* (Chen et al., 2024), yang menjelaskan bahwa periode dua hingga tiga tahun merupakan fase krusial bagi pelaku usaha untuk membangun *learning curve* dalam manajemen keuangan, memahami perilaku konsumen, serta merumuskan strategi pertumbuhan yang berkelanjutan. Dengan kriteria ini, responden yang dipilih diharapkan memiliki kompetensi dan pengalaman yang memadai untuk memberikan data yang relevan dengan pengujian model penelitian.

Informasi yang digunakan berasal dari data primer yang dikirimkan kepada responden melalui survei. Skala Likert dengan lima kemungkinan jawaban dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju digunakan untuk membuat survei ini (Sugiyono & Lestari, 2021). Rumus Slovin berikut diterapkan dalam penelitian ini untuk menghitung ukuran sampel yang representatif dari populasi yang besar:

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

dimana:

n = jumlah sampel yang diperlukan

N = ukuran populasi



e = margin of error (tingkat toleransi kesalahan), 5% atau 0,05

Tabel 1.

Ringkas Data UMKM Jawa Timur dan Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah (Unit)	Sumber
Total UMKM di Jawa Timur (2024)	1.153.576	UKM Indonesia
UMKM Sektor Kuliner di Jawa Timur	791.600	BPS: Statistik Penyediaan Makanan dan Minuman 2024
Sampel Penelitian (margin error 5%)	400	Perhitungan menggunakan rumus Slovin

Berdasarkan perhitungan rumus Slovin, jumlah minimal sampel penelitian adalah 400 responden. Untuk mengantisipasi adanya kuesioner yang tidak lengkap atau tidak dapat digunakan, total kuesioner yang disebarkan ditetapkan sebanyak 420. Distribusi sebaran kuesioner dapat dilihat pada Tabel 2 (berdasarkan pada urutan kontribusinya terhadap nilai tambah bruto UMKM di Jawa Timur). Desain ini diharapkan dapat meminimalkan *selection bias* dan memastikan bahwa data yang dikumpulkan mencerminkan kondisi riil UMKM kuliner di Jawa Timur.

Tabel 2.

Sebaran Kuisisioner

Daerah	Jumlah Kuisisioner
Surabaya	120
Pasuruan	80
Sidoarjo	70
Malang	60
Gresik	50
Jember	40
Total	420

Pengumpulan data diawali dengan interview singkat kepada pelaku UMKM sektor kuliner yang terpilih dengan menggunakan pendekatan atau simulasi psikologi dan kemudian diberikan angket dengan menggunakan dua metode yaitu metode pertama dilakukan secara langsung dengan menggunakan lembaran kuesioner dan metode kedua memanfaatkan teknologi dengan penggunaan barcode yang tersambung langsung pada link google form kepada pelaku UMKM di keenam wilayah tersebut. Pelaku UMKM tersebut diminta untuk memberikan respon terhadap item pertanyaan yang telah diberikan pada kuesioner tersebut. Kuesioner yang digunakan merupakan instrumen utama di dalam pengumpulan data yang dapat mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan unsur pokok yang dijadikan sebagai indikator untuk menguji hipotesis. Pada penelitian ini, variabel dibedakan menjadi variabel independen (bebas) yang memengaruhi, variabel dependen (terikat) yang dipengaruhi, serta variabel moderasi, dimana variabel moderasi tersebut diprediksi mampu memperkuat maupun memperlemah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berikut adalah penjelasan definisi operasional pada variabel yang ditetapkan pada penelitian ini:

Tabel 3.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Indikator Umum	Contoh Butir Kuesioner
Variabel Independen X ₁ : Cognitive Aspect (Aspek Kognitif)	Diukur melalui indikator beban kerja berlebihan, kesulitan dalam memproses	“Saya sering merasa beban kerja saya terlalu berlebihan”

Variabel	Indikator Umum	Contoh Butir Kuesioner
	informasi, tingkat stres dalam pengambilan keputusan, dan tekanan waktu dalam menjalankan tugas (Howard, 2012). Diukur dengan kemampuan mengontrol emosi negatif, pengelolaan stres dalam situasi tekanan, pengaruh emosi dalam pengambilan keputusan, serta strategi coping dalam menghadapi tantangan (Rahayuningsih, 2017).	“Saya mengalami kesulitan dalam memproses informasi saat mengambil keputusan” “Saya mampu mengontrol emosi negatif saat menghadapi situasi sulit dalam bisnis” “Emosi saya sangat mempengaruhi keputusan keuangan yang saya buat”
	<i>X₃: Financial Literacy</i> (Literasi Keuangan) Literasi keuangan diukur berdasarkan sikap keuangan, pengetahuan keuangan, dan perilaku keuangan (Lusardi & Mitchell, 2014).	“Saya memiliki sikap positif dan disiplin dalam mengelola keuangan usaha” “Saya memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk dan konsep keuangan”
Variabel Moderasi	<i>M: Business Experience</i> (Pengalaman Usaha) Diukur berdasarkan lama beroperasi, frekuensi pengambilan keputusan keuangan, penggunaan informasi akuntansi, dan pengalaman dalam menghadapi ketidakpastian keuangan (Gunawan & Suandana, 2024)	“Saya telah mengelola usaha ini lebih dari 2 tahun” “Saya sering menjadi pengambil keputusan utama dalam hal keuangan usaha saya”
Variabel Dependen	<i>Y: Financial Decision</i> (Pengambilan Keputusan Keuangan) Diukur dengan indikator rasionalitas dalam keputusan investasi, perencanaan keuangan jangka panjang, evaluasi risiko dalam pengelolaan keuangan dan penggunaan informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan bisnis (Nazaripour & Zakizadeh, 2023)	“Saya membuat keputusan investasi dengan pertimbangan yang rasional dan matang” “Saya selalu melakukan perencanaan keuangan jangka panjang untuk usaha saya”

Perangkat lunak SmartPLS versi 4.1 digunakan untuk membantu menganalisis data dari *Structural Equation Model* (SEM) guna mengajukan hipotesis. PLS-SEM dipilih karena beberapa alasan penting. Pertama, model yang digunakan dalam penelitian ini cukup kompleks, dengan adanya variabel moderasi yang memerlukan pendekatan yang dapat menangani hubungan antar variabel yang lebih dinamis. Kedua, PLS-SEM lebih cocok digunakan ketika data memiliki distribusi non-normal, yang sering ditemui dalam penelitian sosial dan ekonomi. Terakhir, PLS-SEM lebih efektif untuk prediksi dan dapat menghasilkan estimasi yang lebih stabil dibandingkan dengan CB-SEM (*Covariance-Based SEM*), yang memerlukan asumsi distribusi normal dan model yang lebih sederhana. Oleh karena itu, PLS-SEM dipilih untuk memastikan ketepatan estimasi dan kemampuan prediksi yang lebih baik dalam konteks



penelitian ini.

Model internal digunakan untuk menyelidiki hubungan antar variabel setelah model eksternal digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas instrumen. Melalui uji signifikansi menggunakan pendekatan *bootstrapping*, dampak variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel moderasi terhadap hubungan antar variabel dinilai. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat menguraikan hubungan kompleks antar variabel serta menguji hipotesis yang diajukan secara statistik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dari sebaran kuesioner berjumlah 420 sampel, namun pada akhirnya hanya memperoleh 407 sampel yang dapat digunakan sebagai data di dalam penelitian ini sedangkan sisanya yaitu 13 sampel tidak dapat dijadikan sampel karena beberapa alasan yaitu kuesioner pengisian lengkap oleh responden, kuesioner tidak kembali dan kriteria responden yang tidak memenuhi syarat. Berikut adalah temuan dari deskripsi data 407 responden yang memberikan data penelitian, yang dianalisis dengan SPSS versi 25. Berikut adalah tampilan tabel profil responden:

Tabel 3.

Hasil Pengujian Deskriptif

	<i>Categories</i>	<i>Frequency</i>	<i>Valid Percent (%)</i>
<i>Sex</i>	Female	275	67.6
	Male	132	32.4
<i>Age</i>	20 – 30 years	137	33.7
	31 – 40 years	152	37.3
	41 – 50 years	118	29.0
<i>Marital Status</i>	Not married yet	189	46.6
	Married	218	53.6
<i>Location</i>	Surabaya	118	29.0
	Pasuruan	79	19.4
	Sidoarjo	68	16.7
	Malang	57	14.0
	Gresik	48	11.8
	Jember	37	9.1

Data yang ditampilkan pada Tabel 3 menggambarkan karakteristik responden penelitian berdasarkan empat kategori yaitu jenis kelamin, usia, status pernikahan, dan lokasi usaha. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan (67,6%), sedangkan laki-laki berjumlah 32,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sampel penelitian lebih banyak diisi oleh perempuan, dimana dapat dijelaskan bahwa rata-rata pelaku UMKM didominasi oleh perempuan. Berdasarkan kategori usia, distribusi usia responden cukup merata, dengan kelompok usia 31–40 tahun sebagai yang terbanyak (37,3%), diikuti usia 20–30 tahun (33,7%) dan 41–50 tahun (29,0%). Rentang usia ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia produktif, yang umumnya aktif dalam dunia kerja dan pengambilan keputusan ekonomi. Sedangkan berdasarkan status pernikahan, sebagian besar responden sudah menikah (53,6%), sementara sisanya belum menikah (46,6%). Komposisi ini dapat memberikan gambaran bahwa kebanyakan wanita / ibu rumah tangga memilih untuk membuka usahanya setelah menikah. Hal ini dikarenakan pada era digital saat ini begitu banyak kesempatan terbuka bagi wanita untuk bisa bekerja hanya dari rumah saja.

Secara umum, data demografi ini sangat penting guna memahami siapa saja responden dalam penelitian, memastikan sampel yang diambil cukup representatif, serta memungkinkan analisis lebih mendalam berdasarkan kelompok tertentu. Dengan mengetahui karakteristik demografi, peneliti dapat mengidentifikasi apakah terdapat pola atau perbedaan tanggapan berdasarkan faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin maupun status pernikahan. Selain itu hal

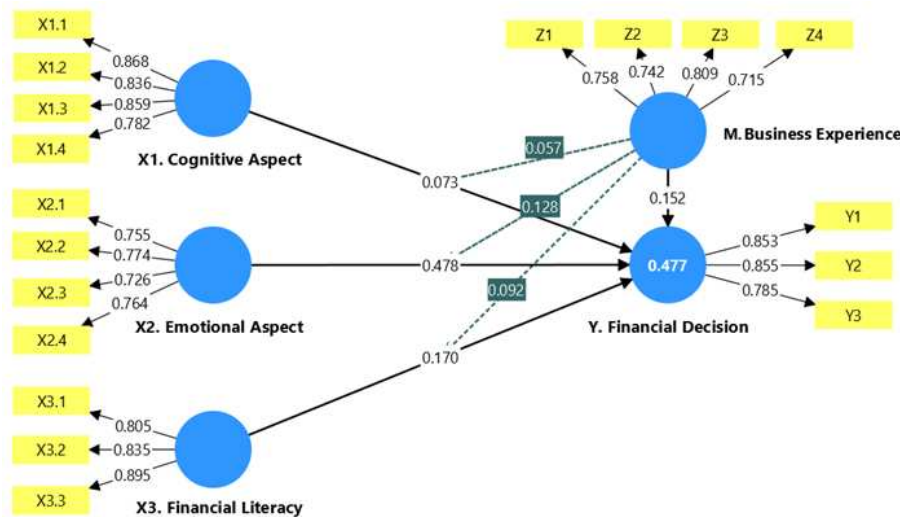
ini juga dapat memberikan wawasan lebih lanjut terkait fenomena yang diteliti.

Moderated Regression Analysis

Pengujian regresi moderasi SmartPLS menggunakan dua metode: algoritma PLS-SEM dan bootstrapping. Algoritma PLS-SEM menghasilkan informasi tentang reliabilitas konstruk (convergent), validitas diskriminan, R Square, dan F Square, serta SRMR (model fit) (Juliandi, 2018). Namun, metode bootstrapping, yang merupakan teknik non-parametrik, bertujuan untuk memecahkan masalah, terutama yang berkaitan dengan data yang tidak biasa. Dalam perhitungan *bootstrapping* analisis regresi moderasi akan menghasilkan *Path Coefficient Direct Effect* (pengaruh langsung). Berikut adalah hasil pengujian data menggunakan software SmartPLS versi 4.1.

PLS – SEM Algorithm

Dengan menggunakan metode PLS-SEM Algorithm maka akan menghasilkan model penelitian yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.
PLS-SEM Algorithm Model

Analisis awal menggunakan algoritma PLS-SEM dilakukan untuk memperoleh estimasi nilai outer loading, path coefficient, dan R-square sebelum dilakukan uji signifikansi melalui *bootstrapping*. Tahap ini penting untuk memberikan gambaran awal mengenai kekuatan hubungan antarvariabel laten serta kontribusi indikator dalam menjelaskan konstruk yang diukur. Hasil uji awal ini menjadi dasar untuk menilai kelayakan model, dengan terpenuhinya uji kesesuaian model maka dapat dilakukan pengujian signifikansi lebih lanjut.

Pengujian Outer Model – Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas berfungsi dalam memastikan bahwa indikator yang terbentuk pada setiap variabel laten benar-benar mampu merefleksikan konsep yang diukur. Pada tahap ini, uji validitas konvergen dan diskriminan dilakukan melalui nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted* (AVE), sehingga dapat dipastikan bahwa instrumen penelitian memiliki kesesuaian dan keakuratan dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Selain itu, untuk melihat konsistensi indikator maka dilakukan pengujian reliabilitas dengan melihat kriteria nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* (Juliandi, 2018). Berikut adalah hasil pengujian validitas dan reliabilitas dari hasil olah data dengan SmartPLS 4.1



Tabel 4.
Uji Validitas dan Reliabilitas

	Indicator	Loading Factor	AVE	HTMT	Cronbach's Alpha	CR
X1. Cognitive Aspect	Item 1	0.868	0.700	0.391	0.860	0.903
	Item 2	0.836				
	Item 3	0.859				
	Item 4	0.782				
X2. Emotional Aspect	Item 5	0.755	0.570	0.751	0.759	0.842
	Item 6	0.774				
	Item 7	0.726				
X3. Financial Literacy	Item 8	0.764	0.716	0.491	0.801	0.883
	Item 9	0.805				
	Item 10	0.835				
M. Business Experience	Item 11	0.895	0.573	0.536	0.753	0.843
	Item 12	0.758				
	Item 13	0.742				
	Item 14	0.809				
Y. Financial Decision	Item 15	0.715	0.692	0.751	0.777	0.872
	Item 16	0.853				
	Item 17	0.855				
	Item 18	0.785				

Sumber: Olah data dengan software SMARTPLS 4.1

Hasil pengujian *convergent validity* pada riset ini diperlihatkan pada tabel 4 dimana diperoleh nilai *outer loading*, dimana seluruh item indikator dalam penelitian ini memiliki nilai di atas 0.70 dan nilai AVE (*Average Variance Extracted*) memperoleh nilai di atas 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian validitas konvergen telah terpenuhi. Sedangkan pada hasil pengujian *discriminant validity*, diperlihatkan pada nilai HTMT dimana seluruh nilai berada di bawah ambang batas 0,90. Hal ini menegaskan bahwa model penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan (Hair et al., 2021), sehingga setiap konstruk dapat dibedakan dengan jelas dari konstruk lain dalam model. Dengan demikian, kedua pengujian validitas pada riset ini telah memenuhi kriteria.

Hasil pengujian reliabilitas pada riset ini diperlihatkan pada tabel 4 diatas, dimana hasil yang diperoleh menyatakan bahwa nilai dari *cronbach's alpha* telah memenuhi kriteria persyaratan reliabilitas yaitu nilai *cronbach's alpha* pada setiap indikator yang dinilai memperoleh nilai lebih dari 0.70. Hal serupa juga diperlihatkan pada perolehan nilai *composite reliability* dimana tiap indikator yang dinilai memperoleh nilai diatas 0.70 (Hair et al., 2021). Berdasarkan hasil yang diperoleh maka jelas bahwa semua kriteria persyaratan data reliable telah terpenuhi sehingga variabel-variabel dalam riset ini dinyatakan reliabel.

Secara keseluruhan, validitas dan reliabilitas yang telah dipenuhi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa model penelitian ini dapat diandalkan dan mampu memberikan hasil yang akurat. Hal ini memberikan nilai praktis yang tinggi bagi UMKM, karena alat ukur yang valid dan reliabel memungkinkan para pelaku UMKM untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan konsisten mengenai kemampuan pengelolaan keuangan mereka. Dengan dasar yang kuat, UMKM dapat merancang intervensi yang lebih efektif untuk meningkatkan literasi keuangan, mengendalikan bias kognitif dan mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional dan efektif.

Pengujian Inner Model

Riset ini melakukan pengujian inner model dimana meliputi uji R Square, uji F-Square (*effect size*) dan Model Fit dimana hal ini dilakukan guna mengevaluasi hubungan kausalitas

antar variabel laten dalam sebuah model penelitian, khususnya untuk mengetahui seberapa baik model tersebut dalam menjelaskan dan memprediksi variabel endogen yang diteliti.

R Square

Uji R-kuadrat digunakan untuk menilai sejauh mana faktor endogen memengaruhi faktor eksogen. Jika angka R-kuadrat lebih besar, model studi atau prediksi dikatakan baik. Berdasarkan kriteria evaluasi R-kuadrat, suatu model dianggap kuat atau baik jika nilainya lebih besar dari 0,67, sedang jika lebih besar dari 0,33, dan lemah jika kurang dari 0,19 terhadap variabel dependen dalam model struktural (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan softwar SmartPLS 4.1 diperoleh hasil bahwa nilai R² dalam riset ini sebesar 0.577, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari *cognitive aspect, emotional, financial literacy* terhadap *financial decision* dengan variabel *business experience* sebagai pemoderasi memiliki pengaruh sebesar 57,7%, yang mana dapat disimpulkan bahwa model dalam riset ini adalah sedang/moderat. Sisanya sebesar 42,3% diprediksi berpengaruh pada variabel-variabel lain yang tidak disebutkan dalam riset ini.

Model Fit

Uji *Model Fit* bertujuan untuk mengukur kualitas model secara keseluruhan, mengidentifikasi potensi *misspecification* serta mengevaluasi apakah model struktural yang dihipotesiskan sesuai dengan data empiris, sehingga dapat memastikan keandalan, validitas dan kelayakan model penelitian sebelum hasilnya ditafsirkan lebih lanjut (Hair et al., 2021). Berikut adalah hasil pengujian Model Fit yang diperoleh pada riset ini:

Tabel 5.

Model Fit

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0.085	0.085
d_ULS	1.234	1.230
d_G	0.468	0.466
Chi-square	1091.423	1086.523
NFI	0.679	0.681

Sumber: Olah data dengan software SMARTPLS 4.1

Hasil uji model fit pada tabel 5 menunjukkan nilai SRMR sebesar 0.085 masih berada di bawah ambang batas 0.10, sehingga dapat dikatakan model cukup layak meskipun mendekati batas maksimal. Nilai d_ULS (1.230) dan d_G (0.466) mengindikasikan kecocokan model, namun interpretasi lebih kuat membutuhkan perbandingan dari *bootstrapping*. Sementara itu, nilai NFI sebesar 0.681 menunjukkan bahwa model belum mencapai fit yang ideal, meskipun masih dapat diterima pada konteks penelitian eksploratori. Selanjutnya, hasil pengujian Q² melalui prosedur *blindfolding* memperlihatkan bahwa seluruh konstruk dependen memiliki nilai Q² positif, yang mengindikasikan adanya relevansi prediktif. Secara khusus, variabel pengambilan keputusan keuangan memiliki nilai Q² pada kategori sedang ($0.15 \leq Q^2 < 0.35$), sehingga model dapat dinyatakan cukup baik dalam memprediksi variabel dependen.

F Square (effect size)

Pengujian F Square digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel dan ukuran efek. Menurut (Juliandi, 2018) penilaian nilai f-kuadrat termasuk dalam tiga kategori: Dampak sedang ditunjukkan dengan nilai F-kuadrat 0,15, pengaruh kuat ditunjukkan dengan nilai F-kuadrat 0,35, dan pengaruh lemah ditunjukkan dengan nilai F-kuadrat 0,02. Temuan analisis F-kuadrat ditampilkan dalam tabel berikut:



Tabel 6.
F Square

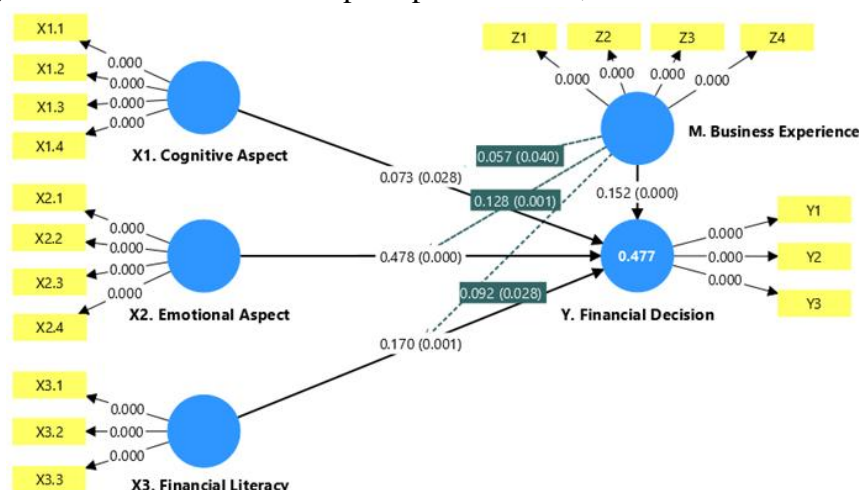
	f-square
X1. Cognitive Aspect -> Y. Financial Decision	0.007
X2. Emotional Aspect -> Y. Financial Decision	0.376
X3. Financial Literacy -> Y. Financial Decision	0.043
Z. Business Experience -> Y. Financial Decision	0.036
Z. Business Experience x X1. Cognitive Aspect -> Y. Financial Decision	0.014
Z. Business Experience x X2. Emotional Aspect -> Y. Financial Decision	0.352
Z. Business Experience x X3. Financial Literacy -> Y. Financial Decision	0.029

Sumber: Olah data dengan software SMARTPLS 4.1

Hasil uji *effect size* (f^2) pada tabel 6 menunjukkan bahwa variabel faktor emosional (X2) memiliki pengaruh terbesar terhadap pengambilan keputusan keuangan, dengan nilai $f^2 = 0,376$ yang dikategorikan sebagai efek besar. Selanjutnya, interaksi pengalaman usaha dengan faktor emosional ($Z \times X2$) juga memberikan pengaruh yang kuat terhadap pengambilan keputusan keuangan dengan nilai f^2 sebesar 0,352 (efek sedang menuju besar). Sementara itu, literasi keuangan (X3), pengalaman usaha (Z), serta interaksi pengalaman usaha dengan literasi keuangan ($Z \times X3$) memiliki efek kecil, masing-masing dengan nilai f^2 sebesar 0,043; 0,036; dan 0,029. Adapun aspek kognitif (X1) serta interaksi pengalaman usaha dengan aspek kognitif ($Z \times X1$) menunjukkan nilai f^2 di bawah 0,02, sehingga dikategorikan tidak memberikan efek berarti terhadap pengambilan keputusan keuangan.

PLS BOOTSTRAPPING

Model *bootstrapping* yang dihasilkan melalui analisis SEM-PLS pada penelitian ini memberikan gambaran mengenai signifikansi hubungan antarvariabel laten yang diuji. Melalui metode *bootstrapping*, diperoleh nilai t-statistik dan p-value yang menjadi dasar dalam menilai apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Hasil ini selanjutnya menjadi acuan untuk menginterpretasikan pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel, serta menilai peran variabel moderasi yang terlibat (Juliandi, 2018). Berikut adalah hasil *bootstrapping* dalam analisis PLS-SEM pada penelitian ini,



Gambar 3.
Bootstrapping Model PLS-SEM

Pengujian Hipotesis

Hasil uji bootstrapping PLS-SEM ditampilkan pada Gambar 3 dan dapat digunakan untuk menjawab hipotesis yang telah disebutkan. Statistik-T dan Nilai-P diperiksa untuk menguji

hipotesis dalam penelitian ini. Ketika nilai Statistik-T lebih tinggi dari 1,96 atau Nilai-P kurang dari 0,05 (ambang batas signifikansi 5%), suatu hipotesis dianggap diterima atau ditolak. Baik hubungan yang melibatkan faktor moderasi maupun asosiasi langsung diselidiki dalam penelitian ini. Variabel moderasi dapat memengaruhi kekuatan maupun arah hubungan antar variabel independen maupun dependen, sehingga hubungan tersebut dapat berubah tergantung nilai variabel moderator yang diperoleh. Berikut hasil pengujian hipotesisnya:

Tabel 7.

Bootstrapping Test Results

	Hypothesis Test	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Direct Effect	X1. Cognitive Aspect -> Y. Financial Decision	0.073	0.073	0.038	1.982	0.028
	X2. Emotional Aspect -> Y. Financial Decision	0.478	0.481	0.045	10.543	0.000
	X3. Financial Literacy -> Y. Financial Decision	0.170	0.170	0.056	3.036	0.001
Moderation Effect	Z. Business Experience -> Y. Financial Decision	0.152	0.154	0.046	3.324	0.000
	Z. Business Experience x X1. Cognitive Aspect -> Y. Financial Decision	0.057	0.056	0.033	1.968	0.040
	Z. Business Experience x X2. Emotional Aspect -> Y. Financial Decision	0.128	0.125	0.042	3.087	0.001
	Z. Business Experience x X3. Financial Literacy -> Y. Financial Decision	0.092	0.091	0.048	1.985	0.028

Pembahasan

Pengaruh Aspek Kognitif Terhadap Keputusan Keuangan

Hasil uji menunjukkan pengaruh signifikan aspek kognitif terhadap keputusan keuangan ($\beta = 0,073$; $p = 0,028$), meskipun dengan efek yang relatif kecil. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Howard, 2012) yang menekankan bahwa beban kerja kognitif, stres, dan keterbatasan waktu dapat memengaruhi kualitas pengambilan keputusan. Artinya, kapasitas kognitif tetap berperan dalam proses keputusan, terutama ketika individu harus memproses informasi yang kompleks. Namun, nilai koefisien yang rendah menegaskan bahwa kemampuan kognitif bukanlah determinan utama dalam konteks UMKM kuliner yang lebih dipengaruhi oleh pengalaman praktis, jaringan sosial, dan intuisi daripada analisis kognitif yang sistematis.



Hal ini berbeda dengan studi di sektor finansial atau perusahaan besar yang melaporkan kontribusi kognitif lebih besar. (Bruckmaier et al., 2021) menemukan bahwa kemampuan kognitif tinggi berhubungan kuat dengan pengambilan keputusan investasi dan manajemen risiko di perusahaan besar, yang membutuhkan analisis data finansial lebih rumit. Hasil ini juga konsisten dengan temuan (Rizza, 2020) yang menyatakan bahwa pada usaha kecil, faktor non-kognitif seperti pengalaman, intuisi, dan norma sosial seringkali lebih dominan dalam keputusan bisnis. Sebaliknya, pada studi (Ahmad et al., 2025) terhadap manajer investasi, aspek kognitif justru menjadi prediktor utama kualitas keputusan karena konteks kerjanya menuntut akurasi data dan analisis kuantitatif yang tinggi.

Pengaruh Aspek Emosional Terhadap Keputusan Keuangan

Faktor emosional memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan keuangan ($\beta = 0,478$; $p < 0,001$). Hasil ini memperkuat penelitian (Bharath, 2023; Lamba et al., 2023) yang menegaskan bahwa emosi memiliki peran penting dalam keputusan, baik dalam hal kecemasan maupun optimisme. Emosi negatif seperti kecemasan dapat menghambat pengambilan keputusan yang logis, sementara emosi positif bisa mendorong perilaku investasi yang lebih agresif. Hal ini konsisten dengan temuan pada riset ini yang menunjukkan pengaruh besar emosi dalam pengambilan keputusan, terutama dalam konteks UMKM kuliner yang sangat bergantung pada keputusan finansial yang sering kali dipengaruhi oleh emosi pribadi.

Studi (Rahayuningsih, 2017) menunjukkan bahwa dalam konteks usaha kecil, emosi dan stres memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap pengambilan keputusan finansial, yang sejalan dengan temuan pada riset ini bahwa faktor emosional memiliki pengaruh terbesar dalam keputusan keuangan. Namun, penelitian (Rahayuningsih, 2017) lebih banyak menekankan pengaruh pada stres kerja, sedangkan penelitian ini lebih menyoroti *emotional intelligence* sebagai faktor dominan dalam konteks UMKM kuliner, serta memperkenalkan perspektif baru dalam *neuroaccounting*.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Keuangan

Literasi keuangan terbukti signifikan terhadap keputusan keuangan ($\beta = 0,170$; $p = 0,001$) namun memiliki pengaruh lebih rendah dibanding faktor emosional. Sejalan dengan temuan (Lusardi & Mitchell, 2014) yang menegaskan bahwa pengetahuan dan sikap finansial penting, tetapi tidak cukup jika pelaku UMKM tidak mampu mengendalikan emosi dan tekanan. Studi (Heryanto & Leng, 2022) menjelaskan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi berkaitan dengan pengambilan keputusan keuangan yang lebih logis dan sukses. Literasi keuangan merupakan keseluruhan pandangan, kemampuan, dan informasi seseorang yang memengaruhi pengambilan keputusan.

Penelitian (Richard et al., 2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi menghasilkan keputusan keuangan yang lebih rasional dan sukses, khususnya dalam konteks bisnis dan investasi. Meskipun emosi dapat berperan dalam keputusan, pengetahuan keuangan yang lebih baik cenderung mengurangi pengaruh emosi dalam pengambilan keputusan finansial. Ini bertentangan dengan hasil riset dimana lebih menekankan bahwa emosi lebih berperan daripada literasi keuangan.

Pengaruh Pengalaman Usaha Terhadap Keputusan Keuangan

Pengalaman usaha berpengaruh signifikan ($\beta = 0,152$; $p < 0,001$), menunjukkan bahwa lama beroperasi dan frekuensi pengambilan keputusan meningkatkan kualitas keputusan finansial. Studi (Strough et al., 2020) menjelaskan bahwa pengalaman dan penurunan kemampuan kognitif terkait usia dapat mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan. Hal ini membuktikan bahwa semakin banyak pengalaman keuangan yang dimiliki seseorang, semakin baik pula kemampuannya dalam mengambil keputusan investasi dan manajemen keuangan. Hasil ini konsisten dengan (Gunawan & Suandana, 2024) yang secara teoretis,

temuan ini menekankan bahwa *experiential learning* memperkuat *bounded rationality* dalam kerangka *behavioral finance*.

Namun, studi yang dikemukakan (Nisya et al., 2023) menunjukkan bahwa pengalaman usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan informasi akuntansi. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pelaku UMKM memiliki pengalaman usaha, hal tersebut tidak menjamin peningkatan dalam penggunaan informasi akuntansi yang efektif. Maka dari sisi kebijakan, pemerintah daerah dapat memfasilitasi program *mentorship* yang menghubungkan UMKM baru dengan pelaku senior untuk mempercepat transfer pengalaman.

Pengalaman Bisnis Memoderasi Hubungan Aspek Kognitif Terhadap Keputusan Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek kognitif berpengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan dengan nilai koefisien $\beta = 0,057$ dan $p = 0,040$. Meskipun koefisien tersebut relatif kecil dan lemah, hasil ini tetap menunjukkan bahwa faktor kognitif termasuk cara berpikir, persepsi risiko dan bias psikologis memiliki dampak yang nyata terhadap pengambilan keputusan finansial. Penemuan ini konsisten dengan (Chalissery et al., 2023) yang mengonfirmasi bahwa pengalaman bisnis dapat memperlemah pengaruh beberapa bias kognitif seperti *anchoring* dan *availability* terhadap keputusan investasi, yang mengarah pada pengambilan keputusan yang lebih rasional. Selain itu, (Heryanto & Leng, 2022) juga mengonfirmasi bahwa individu dengan pengalaman keuangan yang lebih banyak, baik secara teoritis maupun praktis, mampu menilai informasi finansial dengan lebih tepat dan mengurangi pengaruh bias.

Individu dengan pengalaman tinggi sering kali terjebak dalam *overconfidence* bias, yang pada gilirannya dapat memperburuk keputusan keuangan (Noch & Rumasukun, 2024). Hal ini berbanding terbalik dengan temuan yang menunjukkan bahwa pengalaman tinggi memperkuat kecenderungan untuk mengambil risiko yang lebih besar atau membuat kesalahan persepsi dalam menilai pasar. (Gunawan & Suandana, 2024) juga menemukan bahwa pengalaman bisnis justru memperkuat keputusan finansial yang berbasis pada intuisi, yang sering kali lebih rentan terhadap pengaruh bias seperti *confirmation* bias.

Pengalaman Bisnis Memoderasi Hubungan Aspek Emosional Terhadap Keputusan Keuangan

Pengalaman bisnis terbukti memperkuat hubungan aspek emosional terhadap keputusan keuangan, yang mana ditunjukkan pada hasil analisis dengan nilai koefisien $\beta = 0,128$ dan $p = 0,001$. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman bisnis memoderasi secara positif pengaruh aspek emosional terhadap keputusan keuangan, yang berarti bahwa pengalaman dapat mengurangi dampak keputusan berbasis emosi. Hasil ini sejalan dengan temuan (Kahneman, 2015) yang menunjukkan pengaruh besar emosi dalam pengambilan keputusan keuangan dan (Celliers & Pretorius, 2024) yang menyatakan bahwa pengalaman dapat mengendalikan pengaruh emosional dalam keputusan investasi.

Namun, temuan ini bertentangan dengan literatur yang menyatakan bahwa pengalaman tidak selalu mengurangi pengaruh emosional negatif. (Noch & Rumasukun, 2024) mengingatkan bahwa dalam beberapa konteks, terutama yang melibatkan optimisme atau kecemasan berlebihan, pengalaman bisnis dapat memperkuat dampak emosi, seperti keserakahan atau *overconfidence*, yang berpotensi meningkatkan risiko pengambilan keputusan. Pola ini mengindikasikan bahwa *experiential learning* dapat membantu pelaku UMKM dalam menerjemahkan kecerdasan emosional dan pengetahuan finansial ke dalam praktik pengambilan keputusan yang lebih baik.



Pengalaman Bisnis Memoderasi Hubungan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Keuangan

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengalaman usaha memperkuat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan keuangan dengan nilai koefisien $\beta = 0,092$; $p = 0,028$. Penelitian ini menemukan bahwa pengalaman bisnis berfungsi sebagai faktor moderasi yang memperkuat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan keuangan. Dalam konteks UMKM, pelaku usaha dengan pengalaman bisnis yang lebih banyak cenderung dapat lebih mengaplikasikan pengetahuan literasi keuangan mereka dalam pengambilan keputusan yang rasional dan efektif. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya oleh (Lusardi & Mitchell, 2014) yang menunjukkan bahwa pengalaman bisnis membantu dalam penerapan praktis pengetahuan keuangan. Literasi keuangan memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan finansial yang rasional, termasuk di kalangan pelaku UMKM. Mereka yang lebih melek finansial cenderung lebih baik dalam mengelola sumber daya dan mengambil keputusan yang menguntungkan. Hal ini relevan dengan UMKM yang seringkali harus mengambil keputusan keuangan kritis dengan keterbatasan sumber daya dan modal.

Namun, perlu diingat bahwa meskipun pengalaman bisnis dapat memperkuat pengaruh literasi keuangan, dalam beberapa situasi risiko berlebih tetap dapat terjadi, terutama ketika keputusan keuangan melibatkan produk atau investasi yang lebih kompleks, seperti yang disoroti oleh (Shah et al., 2025). Pelaku UMKM yang berpengalaman lebih mampu memanfaatkan literasi keuangan dalam mengelola risiko finansial, membuat keputusan investasi yang lebih terinformasi, dan mengoptimalkan pengelolaan kas untuk keberlanjutan usaha mereka. Pelaku UMKM kuliner lebih mampu membaca situasi pasar dan menyaring informasi finansial yang lebih relevan untuk bisnis mereka, yang dapat mengarah pada pengambilan keputusan yang lebih efisien dan menguntungkan (Santiara & Sinarwati, 2023).

Penerapan *neuroaccounting* yang diukur dengan penggunaan atribut aspek kognitif dan emosional menunjukkan bahwa individu dengan kemampuan kognitif yang lebih tinggi cenderung mengambil keputusan finansial yang lebih rasional dan efektif, serta mampu mengurangi pengaruh bias dan heuristik dalam proses pengambilan keputusan. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor emosional merupakan prediktor paling dominan dalam pengambilan keputusan keuangan UMKM kuliner, diikuti oleh literasi keuangan dan pengalaman usaha, sementara aspek kognitif hanya berpengaruh lemah. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM sering kali mengambil keputusan keuangan dengan dasar regulasi emosi dan intuisi praktis, bukan semata analisis kognitif yang kompleks. Pengalaman usaha juga terbukti memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan keuangan sekaligus berperan sebagai moderator penting. Pengalaman memperkuat hubungan antara faktor emosional dan literasi keuangan dengan keputusan keuangan, meskipun hanya memberikan dukungan terbatas pada aspek kognitif. Pola ini menegaskan peran *experiential learning* sebagai kondisi batas (*boundary condition*) yang memungkinkan pengetahuan keuangan dan kecerdasan emosional lebih efektif diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis yang signifikan dengan memperluas literatur *neuroaccounting*. Temuan ini menunjukkan bahwa usaha mikro (UMKM) memiliki sensitivitas kognitif yang lebih rendah dibandingkan dengan korporasi besar, yang berarti bahwa pengaruh faktor kognitif dalam pengambilan keputusan keuangan pada UMKM lebih terbatas. Sebagai tambahan, penelitian ini mengintegrasikan literasi keuangan ke dalam kerangka *neuroaccounting*, yang biasanya hanya menyoroti faktor kognitif dan emosional, sehingga memperkaya pemahaman kita tentang bagaimana faktor-faktor psikologis mempengaruhi keputusan keuangan. Lebih jauh lagi, temuan ini juga menegaskan peran pengalaman usaha sebagai *boundary condition* yang memoderasi pengaruh literasi keuangan dan emosi, dengan dampak yang lebih besar pada emosi daripada aspek kognitif. Hal ini menekankan pentingnya integrasi faktor psikologis (emosi), literasi keuangan, dan pengalaman

praktis dalam menjelaskan perilaku pengambilan keputusan keuangan pada skala usaha kecil, khususnya dalam konteks UMKM kuliner.

Penelitian ini memperluas *behavioral finance* dan *prospect theory* dengan menggabungkan konsep *neuroaccounting* untuk menjelaskan perilaku pengambilan keputusan keuangan di UMKM kuliner. *Behavioral finance* dan *prospect theory* berfokus pada faktor psikologis seperti emosi dan bias kognitif yang mempengaruhi keputusan investasi, yang sering kali menyimpang dari prediksi model keuangan rasional. Dengan mengintegrasikan *neuroaccounting*, yang mengaitkan aspek neurobiologis dan psikologis dalam pengambilan keputusan, penelitian ini mengungkapkan bahwa pelaku UMKM kuliner cenderung lebih terpengaruh oleh emosi dan literasi keuangan dibandingkan dengan aspek kognitif dalam konteks keputusan finansial. Hal ini mengarah pada pemahaman yang lebih holistik mengenai motivasi di balik keputusan keuangan, yang sebelumnya tidak sepenuhnya dijelaskan oleh teori-teori keuangan tradisional. Konsep *neuroaccounting* dan moderasi pengalaman usaha ini menambah kedalaman dalam teori *behavioral finance*, khususnya dalam memahami perilaku keuangan pelaku UMKM yang menghadapi tantangan praktis di dunia usaha kecil.

Kontribusi praktis berdasarkan temuan ini menegaskan bahwa intervensi bagi UMKM sebaiknya tidak hanya berupa pelatihan literasi keuangan, tetapi juga mencakup tiga lapisan penting: (1) penguatan kapasitas emosional, misalnya pelatihan manajemen stres atau kelompok dukungan sebaya, (2) pelatihan literasi keuangan berbasis praktik, seperti simulasi arus kas dan evaluasi risiko sederhana, serta (3) mentoring berbasis pengalaman yang menghubungkan pelaku UMKM pemula dengan wirausaha berpengalaman. Bagi pembuat kebijakan, implikasinya adalah pentingnya merancang program yang lebih kontekstual, seperti aplikasi pembukuan digital untuk mengurangi beban kognitif, business clinic khusus sektor kuliner, dan skema pendampingan usaha terpadu guna memperkuat daya tahan dan keberlanjutan UMKM kuliner di Indonesia.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa *neuroaccounting* yang diukur melalui aspek kognitif, emosional dan literasi keuangan secara signifikan mampu memengaruhi pengambilan keputusan keuangan pelaku UMKM khususnya sektor kuliner di Jawa Timur, dengan pengalaman bisnis berperan tidak hanya langsung tetapi juga memoderasi hubungan tersebut. Pelaku usaha yang memiliki kemampuan analisis, pengendalian emosi, dan pemahaman literasi keuangan yang baik cenderung mengambil keputusan keuangan lebih rasional dan efektif, sementara pengalaman bisnis yang tinggi memperkuat kemampuan mereka dalam menerapkan pengetahuan dan mengelola bias emosional. Kontribusi unik penelitian ini adalah mengintegrasikan pendekatan *neuroaccounting* dengan variabel moderasi pengalaman usaha dalam konteks UMKM kuliner di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa melalui pendekatan ini maka dapat meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan dengan membantu wirausahawan mengenali dan mengendalikan bias kognitif dan psikologis dalam pengambilan keputusan.

Implikasi praktis dari temuan ini mencakup beberapa langkah konkret yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha dan pihak terkait. Pertama, pengembangan modul pelatihan literasi keuangan berbasis simulasi *neurofinance* dapat membantu meningkatkan pemahaman wirausahawan dalam mengelola keuangan secara rasional. Kedua, penerapan aplikasi keuangan digital yang dirancang khusus untuk UMKM kuliner akan memudahkan pengelolaan transaksi dan pembukuan secara efisien. Ketiga, kebijakan pemerintah daerah yang mendorong pelatihan *neuroaccounting* untuk UMKM kuliner akan memperkuat kemampuan pengusaha dalam mengambil keputusan finansial yang lebih cerdas dan efektif.

Keterbatasan penelitian mencakup sampel yang hanya dari UMKM kuliner di Jawa Timur, penggunaan kuesioner *self-report* yang berpotensi bias subjektif serta penerapan *neuroaccounting* yang masih bersifat konseptual tanpa pengukuran *neuroscience* langsung.



Penelitian selanjutnya disarankan memperluas sektor dan wilayah, mengombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif, menambahkan variabel eksternal dan lingkungan bisnis, serta mengembangkan instrumen pengukuran yang lebih objektif menggunakan teknologi *neuroscience* langsung.

Referensi

- Agustin, E., Marcello, D., Wijaya, I., Hung, J. J., Aritonang, A. C., & Fransiski, J. (2025). Meningkatkan Akurasi Penetapan Biaya Produksi: Studi Kasus Perbandingan Job Costing dan ABC pada UMKM Pempek Iena. *Physical Sciences, Life Science and Engineering*, 2(3), 10.
- Ahmad, U., Van Keulen, M., Briassouli, A., & Saad, M. (2025). Cognitive biases, Robo advisor and investment decision psychology: An investor's perspective from New York stock exchange. *Acta Psychologica*, 256, 105048. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105048>
- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. In *Economies* (Vol. 11, Issue 6). <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Bharath, S. (2023). *Influence of Human Emotions on Financial Decision-Making*. 11(3). <https://doi.org/10.25215/1103.245>
- Borozan, M., Loreta, C., & Riccardo, P. (2022). Eye-tracking for the study of financial decision-making: A systematic review of the literature. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 35, 100702.
- Bruckmaier, G., Krauss, S., Binder, K., Hilbert, S., & Brunner, M. (2021). Tversky and Kahneman's cognitive illusions: who can solve them, and why? *Frontiers in Psychology*, 12, 584689.
- Celliers, L. P., & Pretorius, H. W. (2024). Factors that Impact Emotionally Driven Systemic Risk Client Behaviour on South African Mobile Banking Systems. In *Contributions to Finance and Accounting* (pp. 365–376). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-75960-4_35
- Ceravolo, M. G., Cerroni, R., Farina, V., Fattobene, L., Leonelli, L., Mercuri, N. B., & Raggetti, G. (2019). Attention allocation to financial information: The role of color and impulsivity personality trait. *Frontiers in Neuroscience*, 13, 818.
- Chalissery, N., Tabash, M. I., Nishad, T. M., Aburezeq, I. M., & Daniel, L. N. (2023). Does the Investor's Trading Experience Reduce Susceptibility to Heuristic-Driven Biases? The Moderating Role of Personality Traits. In *Journal of Risk and Financial Management* (Vol. 16, Issue 7). <https://doi.org/10.3390/jrfm16070325>
- Charisma, D., Hermanto, B., Purnomo, M., & Herawati, T. (2025). Building Business Resilience Through Strategic Entrepreneurship: Evidence from Culinary Micro-Enterprises in Bandung During the COVID-19 Pandemic. In *Sustainability* (Vol. 17, Issue 6). <https://doi.org/10.3390/su17062578>
- Chen, S., Zhong, L., Wang, X., & Chen, B. (2024). Impact of entrepreneurs' prior experience on their new ventures' early-stage performance: the mediation effect of entrepreneurial mindset level. *Frontiers in Organizational Psychology*, 2, 1435134.
- Febrianti, A. A. S., & Prayogi, G. D. (2024). Pengaruh Persepsi Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm), Kualitas Sdm, Ukuran Usaha, Terhadap Tingkat Pemahaman Ukm Di Surabaya Dalam Implementasi Standar Akuntansi Untuk Entitas, Mikro, Kecil, Dan Menengah (SAK EMKM). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 717–733.
- Gunawan, K., & Suandana, N. (2024). Analisis Pengaruh Pengalaman Usaha, Digital Marketing Dan Akses Permodalan Terhadap Kinerja Ukm (Studi pada UKM di Kabupaten

- Buleleng Bali). *Widya Amerta*, 11(1), 129–151.
- Hair, J. F., Astrachan, C. B., Moisescu, O. I., Radomir, L., Sarstedt, M., Vaithilingam, S., & Ringle, C. M. (2021). Executing and interpreting applications of PLS-SEM: Updates for family business researchers. *Journal of Family Business Strategy*, 12(3), 100392.
- Haryana, R. D. T. (2024). Perspektif Theory of Planned Behavior dan Financial Literacy pada Intensitas Penggunaan E-Wallet di Kalangan Generasi Millenials. *Jurnal E-Bis*, 8(2), 699–710.
- Heryanto, O. A., & Leng, P. (2022). Influence of Financial Literacy, Managerial Experience on Financial Management Performance of Smes in Surabaya. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 2(2), 83–91. <https://doi.org/10.9744/ijfis.2.2.83-91>
- Howard, J. A. (2012). Behavioral finance: contributions of cognitive psychology and neuroscience to decision making. *Journal of Organizational Psychology*, 12(2), 52–70.
- Javahery, P., & Bavandi, Z. (2025). Kolb's experiential learning theory in action: fostering empathy and practical skills in language teacher education. *Reflective Practice*, 1–15.
- Juliandi, A. (2018). Structural Equation Model Partial Least Square (Sem-Pls) Dengan SmartPLS. *Modul Pelatihan*, 1(4), 1–6.
- Kahneman, D. (2015). Kahneman's Thinking Fast and Slow: From Bestseller to Textbook: Thinking, Fast and Slow. *RAE Revista de Administracao de Empresas*.
- Kodu, S., Moonti, U., Santoso, I. R., & Hafi, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM Di Foodcourthalal Sabilurrasyad Universitas Negeri Gorontalo. *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 9(1), 437–448.
- Kurniasari, F., Lestari, E. D., & Tannady, H. (2023). Pursuing Long-Term Business Performance: Investigating the Effects of Financial and Technological Factors on Digital Adoption to Leverage SME Performance and Business Sustainability—Evidence from Indonesian SMEs in the Traditional Market. In *Sustainability* (Vol. 15, Issue 16). <https://doi.org/10.3390/su151612668>
- Lamba, S. V., Jagadeesh, M., & Deshpande, A. (2023). Emotional intelligence as the core of intelligence: A perspective based on the Bhagavad Gita. *Pastoral Psychology*, 72(1), 65–83.
- Lan, N. N., Anh, V. T. K., & Phuong, N. T. T. (2021). Factors influencing the application of fair value of Vietnamese enterprises: an extension study of the theory of planned behaviour. In *Afro-Asian J. of Finance and Accounting* (Vol. 11, Issue 2, p. 237). Inderscience Publishers. <https://doi.org/10.1504/aaifa.2021.113556>
- Loewenstein, G., Rick, S., & Cohen, J. D. (2008). Neuroeconomics. *Annu. Rev. Psychol.*, 59(1), 647–672.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *American Economic Journal: Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Memon, M. A., Thurasamy, R., Ting, H., & Cheah, J.-H. (2025). Purposive sampling: A review and guidelines for quantitative research. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 9(1), 1–23.
- Munzir. (2023). Tingkat Pengalaman Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Dan Sosialisasi SAK EMKM Terhadap Pemahaman SAK EMKM (Studi UMKM Pada Kabupaten Sorong). *Konferensi Ilmiah Akuntansi*, 1–11.
- Nazaripour, M., & Zakizadeh, B. (2023). The Role of Neuroaccounting in Financial and Budget Decisions-Making. *Neuropsychology*, 9(33), 63–80.
- Nisya, A., Firdaus, R., Naz'aina, N., & Yunita, N. A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pengalaman Usaha dan Motivasi Kerja Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Akuntansi Malikussaleh (JAM)*, 2(4), 511–522.



- Noch, M. Y., & Rumasukun, M. R. (2024). Understanding Human Behavior in Finance: A Qualitative Study on Cognitive Biases and Decision-making in Investment Practices. *Golden Ratio of Finance Management*, 4(1 SE-Articles), 24–34. <https://doi.org/10.52970/grfm.v4i1.462>
- Putri, G., Santoso, H. A., & Purwanto, P. (2023). Kontribusi percepatan inklusi dan literasi keuangan bagi kinerja UMKM kuliner di Kota Surakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 6(1), 10–17.
- Rahayuningsih, D. A. (2017). Neuro accounting: how to make an ethical decision making through rational, emotional or spiritual values. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 13(1), 1–6.
- Richard, Y. F., Longgy, D. H. A., & Epin, M. N. W. (2024). Peran literasi keuangan dan teknologi keuangan melalui inklusi keuangan untuk keberlanjutan umkm. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 15(1), 1–20.
- Rizza, C. (2020). Cognitive pathways in small businesses decision-making processes. *Corporate Ownership and Control*, 17, 350–359. <https://doi.org/10.22495/cocv17i1siart15>
- Santiara, I. M., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Umkm Di Kecamatan Tejakula. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(2), 349. <https://doi.org/10.25273/capital.v6i2.14514>
- Serra, D. (2021). Decision-making: from neuroscience to neuroeconomics—an overview. *Theory and Decision*, 91(1), 1–80.
- Shah, P. B., Argade, N. U., & Pawar, M. V. (2025). Enhancing Financial Literacy: Optimising Investment Behaviour and Patterns. In *Journal of Commerce and Accounting Research* (Vol. 14, Issue 3, pp. 21–30). Publishing India Group. <https://doi.org/10.21863/jcar/2025.14.3.003>
- Strough, J., Wilson, J., & Bruine de Bruin, W. (2020). *Aging and Financial Decision Making* (pp. 167–186). https://doi.org/10.1007/978-3-030-45500-2_8
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alfabeta Bandung, CV.
- Tank, A. K., & Farrell, A. M. (2022). Is Neuroaccounting Taking a Place on the Stage? A Review of the Influence of Neuroscience on Accounting Research. *European Accounting Review*, 31(1), 173–207. <https://doi.org/10.1080/09638180.2020.1866634>
- Widadi, B., & Yuttama, F. R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan pada Kinerja UMKM di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Mirai Management*, 9(2), 201–212.
- Yau, Y., Hinault, T., Taylor, M., Cisek, P., Fellows, L. K., & Dagher, A. (2021). Evidence and urgency related EEG signals during dynamic decision-making in humans. *Journal of Neuroscience*, 41(26), 5711–5722.
- Zelekha, Y., & Kavé, G. (2022). Entrepreneurial tendency across the adult lifespan. *PLoS One*, 17(2), e0262856.
- Zhang, K., Nor, N. M., & Selamat, A. I. (2023). A comparative scientometric analysis of investor sentiment and trading behaviour research. In *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting* (Vol. 17, Issue 2, pp. 529–552). International Academic Hub. <https://doi.org/10.33094/ijaefa.v17i2.1232>