

**PERANAN STRATEGI PERNIAGAAN  
SEBAGAI MEDIATOR ANTARA LITERASI  
KEWANGAN, PEMASARAN DIGITAL, DAN  
KUALITI PERKHIDMATAN TERHADAP  
PRESTASI PERUSAHAAN KECIL DAN  
SEDERHANA DI LAMPUNG**

**MOH FAKHRUROZI**

**ASIA e UNIVERSITY  
2025**

PERANAN STRATEGI PERNIAGAAN SEBAGAI MEDIATOR ANTARA  
LITERASI KEWANGAN, PEMASARAN DIGITAL, DAN KUALITI  
PERKHIDMATAN TERHADAP PRESTASI PERUSAHAAN KECIL DAN  
SEDERHANA DI LAMPUNG

MOH FAKHRUROZI

Tesis yang dikemukakan kepada Asia e University sebagai Memenuhi  
Keperluan  
Ijazah Doktor Falsafah

August 2025

## ABSTRACT

This study examines the influence of financial literacy, digital marketing, and service quality on the performance of coffee SMEs in Lampung Province, with business strategy as a mediating variable. A quantitative approach was employed, involving data collection from 243 coffee SME owners, which were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The research model integrates the Resource-Based View (RBV) and Balanced Scorecard (BSC) theoretical frameworks to capture the holistic relationship between internal capabilities and SME performance. The findings reveal that six of the seven proposed hypotheses are supported. Financial literacy does not have a direct effect on performance but exerts a significant indirect effect through business strategy. In contrast, digital marketing and service quality demonstrate both direct and indirect significant effects on performance. Business strategy serves as a full mediator, highlighting the critical role of strategic planning in transforming internal capabilities into performance outcomes. The novelty of this study lies in its integrated conceptual model, which positions business strategy as a mediator—a relationship that has been rarely examined in the SME literature, particularly in the context of Indonesia’s local coffee industry. The model demonstrates strong predictive power, as indicated by a high R-square value. Theoretically, this study contributes to the RBV and BSC literature by incorporating internal capabilities within a strategic framework. Practically, the findings offer valuable insights for empowering SMEs through financial literacy development, digital marketing adoption, and service quality enhancement, thereby fostering sustainable competitive advantage in the digital era.

**Keywords:** SME performance, financial literacy, digital marketing, service quality, business strategy

## ABSTRAK

Kajian ini menyelidik pengaruh literasi kewangan, pemasaran digital dan kualiti perkhidmatan terhadap prestasi PKS kopi di Wilayah Lampung, dengan strategi perniagaan dijadikan sebagai pemboleh ubah pengantara. Pendekatan kuantitatif telah digunakan dengan mengumpul data daripada 243 pemilik PKS kopi yang kemudiannya dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Model penyelidikan adalah berdasarkan penyepaduan rangka kerja teori Pandangan Berasaskan Sumber (RBV) dan Kad Skor Seimbang (BSC) untuk menyiasat hubungan holistik antara keupayaan dalaman dan prestasi PKS. Dapatan kajian menunjukkan bahawa enam daripada tujuh hipotesis yang dicadangkan terbukti sah dan penting. Literasi kewangan tidak mempunyai kesan langsung ke atas prestasi, tetapi ia mempunyai pengaruh tidak langsung yang ketara melalui strategi perniagaan. Sebaliknya, pemasaran digital dan kualiti perkhidmatan telah terbukti mempunyai pengaruh langsung dan tidak langsung yang ketara terhadap prestasi. Strategi perniagaan memainkan peranan sebagai pengantaraan penuh, yang menekankan kepentingan perancangan strategik dalam mengubah keupayaan dalaman kepada hasil prestasi. Kebaharuan penyelidikan ini terletak pada model konseptual bersepadu yang meletakkan strategi perniagaan sebagai pengantaraan, di mana hubungan ini masih jarang diterokai dalam kesusasteraan PKS, terutamanya dalam konteks industri kopi tempatan Indonesia. Model ini mempunyai kuasa ramalan yang kuat, yang dibuktikan oleh nilai R-kuasa duanya yang tinggi. Secara teorinya, kajian ini memperkayakan kesusasteraan RBV dan BSC dengan menyepadukan keupayaan dalaman ke dalam rangka kerja strategik. Secara praktikal, penemuan ini menyediakan panduan untuk pemerksaan PKS melalui latihan literasi kewangan, strategi pemasaran digital dan peningkatan kualiti perkhidmatan, untuk membina kelebihan daya saing yang mampan dalam era digital.

**Kata kunci:** Prestasi PKS, literasi kewangan, pemasaran digital, kualiti perkhidmatan, strategi perniagaan

## HALAMAN PENGESAHAN

This is to certify that this thesis conforms to acceptable standards of scholarly presentation and is fully adequate, in quality and scope, for the fulfilment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy.

The student has been supervised by: **Professor Dr Juhary Ali & Professor Dr Tulus Suryanto**

The thesis has been examined and endorsed by:

**Associate Professor Dr Mohd Farid Shamsudin,**  
Universiti Kuala Lumpur  
Examiner 1

**Professor Dr Abdul Kadir bin Othman,**  
Universiti Teknologi Mara  
Examiner 2

This thesis was submitted to Asia e University and is accepted as fulfilment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy.



**Professor Dr Zulkarnain Kedah**

Asia e University

Chairperson, Examination Committee

(28 August 2025)

## **PENGAKUAN**

Saya akui bahawa karya yang dikemukakan bagi memenuhi keperluan Ijazah Doktor Falsafah ini adalah hasil kerja saya sendiri dan semua kandungan daripada mana-mana individu atau sumber telah dirujuk secara wajar. Saya akui bahawa karya ini belum pernah dikemukakan, sama ada secara keseluruhan atau sebahagian, untuk sebarang ijazah di universiti ini atau universiti lain. Saya memahami bahawa sebarang pelanggaran terhadap perakuan ini adalah dianggap sebagai salah laku akademik yang boleh mengakibatkan penggantungan atau penarikan semula penganugerahan ijazah terhadap saya.

**Nama: Moh Fakhrurozi**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Moh Fakhrurozi', written over a light blue horizontal line.

**Tandatangan Pelajar:**

**Tarikh:** 28 August 2025



## **PENGHARGAAN**

Segala puji dan syukur saya ucapkan kepada hadirat Allah SWT atas rahmat, bimbingan dan inayah-Nya di mana penulisan disertasi ini dapat disiapkan dengan baik. Disertasi ini tidak akan direalisasikan tanpa bantuan, sokongan dan bimbingan pelbagai pihak. Dengan seikhlas hati, saya menyatakan rasa hormat dan terima kasih yang tidak terhingga.

Saya ingin merakamkan ucapan terima kasih kepada Penyelia Utama, Profesor Dr Juhary Ali dan Penyelia Bersama, Profesor Dr Tulus Suryanto, atas kesabaran, ketabahan dan hala tuju akademik yang sangat bermakna dalam penyediaan dan penambahbaikan penyelidikan ini.

Saya juga merakamkan penghargaan kepada pemeriksa, pengurus Program Kedoktoran dan seluruh komuniti akademik Asia e University yang telah menyumbang kepada kemudahan mendapatkan maklumat dan pembelajaran sepanjang tempoh pengajian.

Saya juga ingin merakamkan setinggi-tinggi terima kasih kepada semua responden dari PKS kopi di Wilayah Lampung atas masa dan kesediaan mereka untuk terlibat dalam proses pengumpulan data penyelidikan ini. Tidak lupa untuk saya mengucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta saya yang telah menjadi sumber kekuatan, galakan dan doa sepanjang perjalanan pengajian ini.

Semoga segala bantuan, bimbingan dan sokongan yang telah diberikan akan mendapat balasan yang terbaik daripada Allah SWT. Disertasi ini saya bentangkan sebagai satu bentuk kesyukuran dan dedikasi kepada semua pihak yang telah menemani saya dalam perjalanan akademik ini.

## KANDUNGAN

<b>ABSTRACT</b>	<b>ii</b>	
<b>ABSTRAK</b>	<b>iii</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>iv</b>	
<b>PENGAKUAN</b>	<b>v</b>	
<b>PENGHARGAAN</b>	<b>vii</b>	
<b>KANDUNGAN</b>	<b>viii</b>	
<b>SENARAI JADUAL</b>	<b>xi</b>	
<b>SENARAI RAJAH</b>	<b>xiii</b>	
<b>SENARAI SINGKATAN</b>	<b>xiv</b>	
<b>BAB 1</b>	<b>Pengenalan</b>	<b>1</b>
1.0	Latar Belakang Kajian	1
1.1	Kenyataan Masalah	25
1.2	Objektif Penyelidikan	26
1.3	Soalan Penyelidikan	27
1.4	Rangka Kerja Konseptual	28
1.5	Kepentingan Penyelidikan	32
1.6	Definisi Operasi	36
<b>BAB 2</b>	<b>KAJIAN LITERATUR</b>	<b>42</b>
2.0	Pengenalan	42
2.1	Rangka kerja teori	43
2.1.1	Teori Pandangan Berasaskan Sumber (RBV)	43
2.1.2	Teori Strategi Kompetitif	46
2.1.3	Teori Kualiti Perkhidmatan (SERVQUAL)	48
2.1.4	Kad Skor Seimbang (BSC)	51
2.2	Sintesis Teori: RBV, Strategi Porter, Servqual dan Kad Skor Seimbang	61
2.3	Kajian Penyelidikan	69
2.3.1	Prestasi PKS	69
2.3.2	Literasi Kewangan	77
2.3.3	Pemasaran Digital	89
2.3.4	Kualiti Perkhidmatan	95
2.3.5	Strategi Perniagaan	103
2.3.6	Analisis Jurang Penyelidikan dan Penyelidikan Terdahulu	111
2.4	Hipotesis Penyelidikan	115
2.5	Ringkasan Bab	119
<b>BAB 3</b>	<b>METODOLOGI</b>	<b>123</b>
3.0	Pengenalan	123
3.1	Reka Bentuk Penyelidikan	124
3.2	Kaedah Penyelidikan	127
3.2.1	Pendekatan Penyelidikan	127
3.2.2	Populasi Penyelidikan	128
3.2.3	Teknik Persampelan	129
3.2.4	Saiz Sampel	129

3.2.5	Pengagihan Responden	130
3.2.6	Justifikasi Pilihan SEM-PLS	130
3.3	Kaedah Pengumpulan Data	133
3.3.1	Soal Selidik Dalam Talian	134
3.3.2	Pemerhatian Lapangan Terhad	134
3.4	Instrumen	135
3.4.1	Jenis dan Bentuk Instrumen	137
3.4.2	Penyusunan Penunjuk	138
3.4.3	Penerangan Dimensi dan Ukuran Berubah-ubah	139
3.5	Teknik Analisis Data	153
3.5.1	Ujian Model Luar	154
3.5.2	Ujian Model Dalam	156
3.5.3	Ujian Kesan Pengantaraan	157
3.5.4	Model Kebaikan Kesesuaian (GoF)	158
3.6	Etika Penyelidikan	159
3.7	Ringkasan Bab	160
<b>BAB 4</b>	<b>KEPUTUSAN</b>	<b>164</b>
4.0	Pengenalan	164
4.0.1	Profil Responden	166
4.0.2	Jantina	166
4.0.3	Umur	167
4.0.4	Tempoh Perniagaan	168
4.0.5	Lokasi Perniagaan	168
4.0.6	Tahap Pendidikan	169
4.0.7	Perolehan Sebulan	170
4.0.8	Bilangan Pekerja	171
4.0.9	Jenis Perniagaan Kopi	172
4.1	Kebolehpercayaan Pengukuran	176
4.2	Analisis Deskriptif	180
4.2.1	Pemboleh Ubah Literasi Kewangan	180
4.2.2	Pemboleh Ubah Pemasaran Digital	181
4.2.3	Pemboleh Ubah Kualiti Perkhidmatan	182
4.2.4	Pemboleh Ubah Strategi Perniagaan	183
4.2.5	Pemboleh Ubah Prestasi PKS	185
4.3	Analisis Inferens	191
4.4	Penilaian Model Pengukuran (Model Luar)	193
4.4.1	Ujian Kesahan	193
4.4.2	Kesahan Diskriminasi	203
4.4.3	Kebolehpercayaan	211
4.5	Penilaian Model Pengukuran (Model Dalaman)	216
4.6	Hubungan antara Teori, Pemboleh Ubah, Penemuan dan Hipotesis	254
4.6.1	Literasi Kewangan	254
4.6.2	Pemasaran Digital	259
4.6.3	Kualiti Perkhidmatan	264
4.6.4	Strategi Perniagaan	268
4.6.5	Sintesis Hipotesis Pengantaraan	273
4.6.6	Hubungan Teori, Pemboleh Ubah dan Dapatan Kajian	276
4.7	Ringkasan Bab	279

<b>BAB 5</b>	<b>PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN</b>	<b>282</b>
5.0	Pengenalan	282
5.1	Had Penyelidikan	284
5.2	Implikasi Penyelidikan	286
5.3	Sumbangan Penyelidikan	289
	5.3.1 Sumbangan Teori	290
	5.3.2 Sumbangan Praktikal	290
	5.3.3 Sumbangan kepada Metodologi	291
5.4	Cadangan untuk penyelidikan masa depan	292
	<b>RUJUKAN</b>	<b>295</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	<b>318</b>
	Lampiran A: Perhitungan SMART-PLS	318
	Lampiran B : Pengantar Penelitian	322
	Lampiran C: Gambar	334

## **SENARAI JADUAL**

Jadual 1.1	Penemuan Bibliometrik Utama, Trend Baharu dan Implikasi Penyelidikan	24
Jadual 1.2	Definisi Operasi Pemboleh Ubah Penyelidikan	40
Jadual 2.1	Perbandingan Rujukan Utama dan Terkini (2020–2025)	56
Jadual 2.2	Analisis Kekuatan, Kelemahan dan Kerjasama Teori	59
Jadual 2.3	Analisis Integratif RBV, SERVQUAL, Strategi Porter dan Kad Skor Seimbang	67
Jadual 2.4	Penyelidikan Terdahulu Mengenai Prestasi PKS	73
Jadual 2.5	Penyelidikan Terdahulu Mengenai Literasi Kewangan	83
Jadual 2.6	Penyelidikan Terdahulu Mengenai Pemasaran Digital	92
Jadual 2.7	Penyelidikan Terdahulu Mengenai Kualiti Perkhidmatan	99
Jadual 2.8	Penyelidikan Terdahulu Mengenai Strategi Perniagaan	106
Jadual 2.9	Perbandingan Penyelidikan Terdahulu dan Penyelidikan Ini	113
Jadual 3.1	Skala Likert	137
Jadual 3.2	Klasifikasi Skala Likert	137
Jadual 3.3	Pengagihan Item Soal Selidik	142
Jadual 3.4	Ringkasan Pemboleh ubah Penyelidikan, Dimensi dan Penunjuk	148
Jadual 3.5	Kriteria Penilaian Model Luar (SEM-PLS)	155
Jadual 3.6	Kriteria Penilaian Model Dalam (SEM-PLS)	157
Jadual 4.1	Ciri-ciri Responden	173
Jadual 4.2	Pemboleh Ubah Literasi Kewangan (X1)	181
Jadual 4.3	Pemboleh Ubah Pemasaran Digital (X2)	182
Jadual 4.4	Pemboleh Ubah Kualiti Perkhidmatan (X3)	183
Jadual 4.5	Pemboleh Ubah Strategi Perniagaan (Z)	185

Jadual 4.6	Pemboleh Ubah Prestasi PKS (Y)	186
Jadual 4.7	Purata Skor Responden untuk Setiap Pemboleh Ubah	187
Jadual 4.8	Nilai Faktor Pemuatan untuk Konstruk Literasi Kewangan (X1)	193
Jadual 4.9	Nilai Faktor Pemuatan Konstruk Pemasaran Digital (X2)	195
Jadual 4.10	Nilai Konstruk Kualiti Perkhidmatan (X3)	196
Jadual 4.11	Nilai Strategi Perniagaan Konstruk Faktor Pemuatan (Z3)	199
Jadual 4.12	Nilai Faktor Pemuatan Konstruk Prestasi PKS (Y)	200
Jadual 4.13	Purata Nilai AVE yang Diekstrak bagi Setiap Konstruk	202
Jadual 4.14	Nilai Kesahan Diskriminan	203
Jadual 4.15	Dapatan Kriteria Fornell-Larcker	207
Jadual 4.16	Nisbah Heterotrait-Monotrait (HTMT)	209
Jadual 4.17	Nilai Kebolehpercayaan Komposit (CR)	212
Jadual 4.18	Kebolehpercayaan Komposit ( $\rho_c$ )	212
Jadual 4.19	Keputusan Analisis Alpha Cronbach	214
Jadual 4.20	Laluan Pekali (Pengaruh Langsung)	216
Jadual 4.21	Laluan Pekali (Pengaruh Tidak Langsung atau Pengantara)	227
Jadual 4.22	Rumusan Hipotesis Mengikut Pekali Laluan	237
Jadual 4.23	Nilai R-kuasa dua Pemboleh Ubah Bersandar	239
Jadual 4.24	Saiz Kesan Nilai ( $f^2$ )	241
Jadual 4.25	Ringkasan MV PLS Predict	247
Jadual 4.26	Nilai $Q^2$ untuk Penunjuk Strategi Perniagaan (Z)	248
Jadual 4.27	Model Kesesuaian	251

## **SENARAI RAJAH**

Rajah 1.1	Visualisasi Rangkaian	20
Rajah 1.2	Visualisasi Tindakan	21
Rajah 1.3	Visualisasi Ketumpatan	21
Rajah 1.4	Rangka Kerja Konseptual Penyelidikan	31
Rajah 4.1	Graf Responden Mengikut Jantina	167
Rajah 4.2	Graf Responden Mengikut Umur	167
Rajah 4.3	Graf Responden Berdasarkan Tempoh Perniagaan	168
Rajah 4.4	Graf Responden mengikut Wilayah Perniagaan	169
Rajah 4.5	Graf Responden Mengikut Tahap Pendidikan	170
Rajah 4.6	Graf Responden Berdasarkan Keuntungan Bulanan Perniagaan	171
Rajah 4.7	Graf Responden Mengikut Bilangan Pekerja	171
Rajah 4.8	Graf Responden Berdasarkan Jenis Perniagaan Kopi	172

## SENARAI SINGKATAN

AeU	Asia e University
BPS	Badan Pusat Statistik
CA	Competitive Advantage
KDNK	Keluaran Dalam Negara Kasar
PKS	Perusahaan Kecil dan Sederhana
PMKS	Perusahaan Mikro, Kecil dan Sederhana
RBV	Resource-Based View
SDGs	Sustainable Development Goals
UKM	Usaha Kecil dan Menengah

# **BAB 1**

## **PENGENALAN**

### **1.0 Latar Belakang Kajian**

Perusahaan Mikro, Kecil dan Sederhana (PMKS) atau Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) ialah sektor strategik yang menyokong ekonomi negara, dengan sumbangan kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) sebanyak  $\pm 61.9\%$  dan penyerapan buruh sekitar 97% daripada jumlah tenaga kerja di Indonesia (Kementerian Koperasi dan PKS, 2023; BPS, 2023). Walau bagaimanapun, sumbangan besar ini tidak sejajar dengan produktiviti yang optimum, kerana kebanyakan PKS masih terlibat dalam sektor tradisional dan tidak formal (BPS, 2023).

Selain peranan ekonomi mereka, PKS juga penting dalam ekuiti pendapatan, pembasmian kemiskinan dan pembangunan keusahawanan di pelbagai wilayah (Das et al., 2020; Salimova & Sagadeeva, 2023). PKS memainkan peranan dalam mewujudkan inovasi dan mengukuhkan daya saing produk tempatan dalam pasaran global. Ini bermaksud mereka memerlukan sokongan dasar awam dan kerjasama komuniti (Lin & Chen, 2022; Widyawati et al., 2022).

Wilayah Lampung direkodkan mempunyai 492,986 PKS pada tahun 2023, dengan komposisi 490,521 unit perniagaan mikro, 2,202 perniagaan kecil dan hanya 263 perusahaan bersaiz sederhana (Dinas Koperasi & UMKM Provinsi Lampung, 2023). Bilangan ini menunjukkan lebih daripada 99% usahawan perniagaan berada dalam kategori mikro, yang sinonim dengan aspek yang terhad bagi modal, akses pasaran, literasi kewangan dan kapasiti pengurusan. Keadaan ini mewujudkan keperluan mendesak untuk mengukuhkan sistem pengurusan perniagaan dan strategi pendigitalan sebagai sokongan kepada kemampuan.

Kementerian Koperasi dan PKS melaporkan bahawa pada tahun 2023, PKS menyumbang sekitar 61.9% daripada KDNK negara dan menyerap 97% daripada tenaga kerja Indonesia (Kementerian Koperasi-PKS, 2023). Walau bagaimanapun, sumbangan besar ini tidak sejajar dengan produktiviti yang optimum, kerana kebanyakan PKS masih terlibat dalam sektor tradisional dan tidak formal (BPS, 2023).

Dalam konteks Lampung, pendigitalan PKS menjadi semakin penting memandangkan tingkah laku pengguna telah mengalami perubahan. Data daripada Kementerian Komunikasi dan Teknologi Maklumat (Kominfo, 2023) menunjukkan pengguna internet Indonesia telah mencapai 215 juta orang (78% daripada populasi), dengan penembusan e-dagang yang terus meningkat. Ini membuka peluang besar kepada PKS Lampung untuk menggunakan platform digital (pasaran, media sosial, teknologi kewangan) untuk mengembangkan pasaran, meningkatkan kecekapan dan mengukuhkan daya saing.

Walaupun bagaimanapun, tinjauan Bank Indonesia (2022) menyatakan bahawa hanya kira-kira 20% PKS di Indonesia telah menggunakan teknologi digital secara optimum, manakala selebihnya masih terhad kepada penggunaan media sosial secara ringkas untuk tujuan promosi. Jurang ini juga dilihat di Lampung, di mana majoriti PKS kopi hanya menggunakan media sosial untuk promosi tetapi belum menyepadukan pendigitalan ke dalam sistem pengurusan kewangan, pengedaran dan perkhidmatan pelanggan (Anggraini et al., 2022).

Justeru, data kuantitatif bilangan PKS di Lampung mengesahkan keperluan mendesak penyelidikan ini. Literasi kewangan, pemasaran digital dan kualiti perkhidmatan bukan sahaja pemboleh ubah penyelidikan, tetapi juga faktor strategik yang boleh membantu mengubah PKS menjadi perniagaan yang lebih profesional,

adaptif dan berdaya saing di peringkat global. Wilayah Lampung merupakan salah satu pusat utama kopi robusta Indonesia dengan sumbangan sekitar 30% daripada pengeluaran negara (Badan Pusat Statistik, 2023; Burhanuddin et al., 2019). Pada tahun 2023, keluasan ladang pekebun kecil dengan pokok kopi mencecah 152,512 hektar dengan pengeluaran sebanyak 105,807 tan. Angka ini merupakan penurunan daripada tahun sebelumnya disebabkan oleh faktor cuaca dan produktiviti tanah. Pada tahun 2024, keluasan ladang pekebun kecil dengan pokok kopi mencecah 152,378 hektar dengan pengeluaran sebanyak 141,918 tan, yang di mana ini adalah peningkatan daripada tahun sebelumnya disebabkan oleh faktor yang sama. Sementara itu, kawasan ladang komuniti dengan kilang kopi di Lampung yang terbesar adalah di daerah Lampung Barat dengan keluasan 54,096 hektar dengan pengeluaran 62,980 tan daripada 52,326 tan pada tahun sebelumnya. Ini diikuti Daerah Tanggamus dengan keluasan 41,388 hektar dan pengeluaran 35,622 tan berbanding 29,522 tan pada tahun sebelumnya. Lampung Utara pula mempunyai keluasan 22,977 dengan pengeluaran 18,338 tan berbanding tahun sebelumnya dengan 9,338 tan dan daerah Way Kanan dengan keluasan 21,641 hektar dengan pengeluaran 18,623 tan. Ini adalah peningkatan dari tahun sebelumnya sebanyak 8,723 tan. Ladang kopi yang selebihnya tersebar di pelbagai daerah dan bandar lain.

Eksport kopi, teh dan rempah ratus Lampung pada tahun 2023 ialah 174,716.90 tan dengan nilai *Free on Board* (FOB) USD447,236.43 dan pada tahun 2024 ialah 213,521.82 dengan nilai FOB USD1,003,993.79 (BPS Provinsi Lampung, 2025). Walau bagaimanapun, data eksport kopi secara khusus tidak tersedia. Namun begitu, kualiti kopi Lampung yang diiktiraf di peringkat antarabangsa menjadikannya komoditi terkemuka, serta peluang untuk meningkatkan daya saing global (Izzah, 2023).

Memperkukuh infrastruktur, latihan buat para petani dan inovasi pemprosesan kopi merupakan langkah strategik untuk meningkatkan kualiti dan kemampanan ekonomi masyarakat (Soolany & Aji, 2022; Dewi & Ananda, 2022). PKS kopi juga mempunyai nilai sosio-budaya, kerana mereka menyokong petani tempatan sambil mewujudkan ekosistem pelancongan berasaskan kopi (Candraningrum, 2019). Inovasi dalam persembahan dan penjenamaan boleh mengukuhkan identiti budaya tempatan di samping menarik pasaran global (Ribek & Rihayana, 2019; Juwita et al., 2018). Dengan pendekatan bersepadu, PKS kopi Lampung berpotensi untuk menjadi model pembangunan perniagaan serantau (Rahardjo et al., 2019).

Walau bagaimanapun, potensi besar ini terhalang oleh cabaran struktur. Literasi kewangan usahawan PKS masih rendah, sekali gus menghalang pengurusan aliran tunai, akses kepada pembiayaan dan pembangunan strategi perniagaan yang mampan (Lusardi & Mitchell, 2014; Karani et al., 2021; Herdan et al., 2020). Ristati et al. (2022) mendapati kebanyakan PKS kopi tidak mempunyai rekod kewangan yang efektif, manakala Fitriani et al. (2021) menunjukkan pengurusan modal kerja yang lemah memberi kesan kepada ketidakseimbangan tunai. Ramai usahawan PKS juga masih bergantung kepada pembiayaan tidak formal (Hirawati et al., 2021), tanpa pemisahan yang jelas antara kewangan peribadi dan perniagaan (Amelia et al., 2019). Keadaan ini mewujudkan kerentanan kepada kejutan ekonomi.

Hirawati et al. (2021) menekankan bahawa literasi kewangan yang rendah menjadikan PKS kopi bergantung kepada pembiayaan tidak formal seperti berhutang dengan orang tengah atau pinjaman peribadi tanpa pengiraan faedah dan tempoh yang jelas, sekali gus mewujudkan risiko kitaran hutang yang mengancam kemampanan perniagaan. Kajian di Tanggamus dan Lampung Barat menunjukkan bahawa lebih daripada 65% PKS tidak memisahkan kewangan peribadi dan perniagaan, yang mana

ini meningkatkan risiko untuk bankrap semasa krisis seperti pandemik COVID-19 atau turun naik harga kopi (Amelia et al., 2019).

Literasi kewangan telah terbukti mempunyai kaitan positif dengan prestasi perniagaan. Pemilik perniagaan yang mempunyai literasi kewangan tinggi dapat menyediakan rancangan perniagaan, menganalisis kebolehlaksanaan pelaburan dan membentangkan laporan kewangan yang telus, sekali gus meningkatkan kredibiliti di hadapan pelabur dan institusi kewangan (Fatoki, 2014). Rekod kewangan yang baik juga menyokong penilaian strategi operasi dan kecekapan kos (Hapsoro & Iswara, 2019). Walau bagaimanapun, tinjauan Bank Indonesia (2021) menunjukkan hanya 19% PKS memenuhi keperluan pentadbiran untuk mengakses Kredit Perniagaan Rakyat (KUR). Salah satu sebab ialah ketidakupayaan kebanyakan PKS untuk menyediakan penyata kewangan yang mudah.

Pelbagai program untuk meningkatkan literasi kewangan telah dilancarkan, baik melalui latihan dan juga bimbingan. Walau bagaimanapun, batasan dari segi kerjasama dan bahan yang kurang kontekstual menjadikan keberkesanannya tidak optimum (Amelia et al., 2019). Pendekatan yang boleh digunakan dan sesuai dengan kitaran perniagaan kopi, seperti analisis titik pulang modal dan pengurusan tunai bermusim, dianggap lebih sesuai. Pendigitalan simpan kira mudah melalui aplikasi seperti BukuWarung dan Mekari juga telah terbukti membantu usahawan perniagaan yang mempunyai literasi kewangan dan teknologi yang terhad (Darmansyah et al., 2021).

Tambahan pula, literasi kewangan bukan sahaja penting bagi pemilik PKS, tetapi ia juga perlu melibatkan ahli keluarga dan kakitangan yang terlibat dalam aktiviti perniagaan. Pendekatan ini, yang dikenali sebagai literasi kewangan isi rumah,

berfungsi untuk mengekalkan kestabilan kewangan dengan lebih komprehensif. Dalam rangka kerja Pandangan Berasaskan Sumber (Barney, 1991), literasi kewangan dilihat sebagai sumber tidak ketara yang menyokong kelebihan daya saing. Pemilik perniagaan yang literasi tinggi lebih mampu menyesuaikan perniagaan dalam merumuskan strategi, termasuk membuat keputusan jangka panjang yang berkaitan dengan penembusan pasaran atau pembezaan produk, yang memerlukan pemahaman tentang unjuran kos dan margin keuntungan.

Di samping itu, literasi kewangan menyumbang kepada pencapaian Matlamat Pembangunan Mampan (SDG), terutamanya matlamat 8 (Pekerjaan Sesuai dan Pertumbuhan Ekonomi) dan matlamat 9 (Industri, Inovasi dan Infrastruktur). Kapasiti kewangan yang baik menggalakkan kemampanan perniagaan, meningkatkan kebajikan masyarakat kampung dan memacu inovasi produk. Kajian oleh Potrich et al. (2016) membuktikan bahawa usahawan perniagaan yang mempunyai literasi kewangan yang tinggi cenderung untuk mempelbagaikan produk, melabur dalam sumber manusia dan menggunakan teknologi digital untuk pengembangan. Oleh itu, literasi kewangan boleh diletakkan sebagai asas utama PKS kopi Lampung untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan global.

Dalam era transformasi digital, literasi digital merupakan faktor penting untuk kemampanan PKS, termasuk subsektor kopi. Pemasaran digital bukan lagi pilihan, tetapi keperluan strategik untuk meningkatkan daya saing (Kurnianingrum & Hindarwati, 2023; Ahmad et al., 2019). Pemasaran digital termasuk penggunaan media sosial, e-dagang, *Search Engine Optimisation* (SEO) atau Optimasi Enjin Carian dan pemasaran emel untuk mengembangkan pasaran, membina jenama dan mewujudkan interaksi masa nyata dengan pelanggan (Janet, 2023; Rangaswamy et al., 2020).

Walaupun berpotensi besar, kebanyakan PKS kopi di Lampung masih bergantung kepada promosi tradisional seperti sepanduk atau rangkaian tempatan. Penggunaan digital yang rendah boleh dilihat daripada laman web yang tidak profesional, kekurangan ciri pesanan dalam talian dan kekurangan kandungan yang menarik (Anggraini et al., 2022; Jayanagara, 2022). Halangan ini bukan sahaja disebabkan oleh kemahiran yang terhad, tetapi juga keraguan tentang keberkesanan strategi digital (Harahap, 2023; Mujianto, 2022).

Latihan praktikal ialah penyelesaian utama. Ini termasuk perancangan kandungan, penjenamaan visual, latihan asas SEO dan penggunaan analisis data digital (Schaefer & Hetman, 2019; Herawati et al., 2023). Usahawan PKS kopi perlu digalakkan secara langsung untuk mengamalkan strategi yang berkaitan, contohnya mencipta kandungan pendidikan tentang biji kopi, meneliti proses pemanggangan atau menggunakan cerita petani tempatan untuk membina naratif jenama. Literasi digital bukan sekadar penguasaan teknologi, tetapi pemahaman strategik dalam membina hubungan pelanggan melalui penceritaan dan interaksi dalam talian (Setkute & Dibb, 2022).

Keberkesanan program latihan meningkat apabila ia dilakukan secara beransur-ansur, bermula dari pengenalan dan pengetahuan asas tentang amalan menggunakan platform popular (Instagram dan WhatsApp Business), kepada penyediaan strategi mengikut kapasiti perniagaan. Penilaian prestasi kandungan melalui metrik digital juga penting untuk pelarasan strategi (Lin & Chen, 2021). Kajian Maulidizen et al. (2022) mengesahkan bahawa latihan berstruktur bukan sahaja meningkatkan kemahiran promosi, tetapi juga memahami tingkah laku pengguna digital.

Transformasi digital tidak boleh dilakukan secara bersendirian. Sinergi antara usahawan perniagaan, kerajaan, ahli akademik dan sektor swasta diperlukan melalui fasilitasi latihan, sokongan insentif dan bimbingan daripada syarikat teknologi (Kurniawan, 2023; Martia et al., 2023). Inisiatif komuniti seperti kluster digital juga boleh mengukuhkan kerjasama dan rangkaian pasaran (Smith et al., 2022; Weber et al., 2021).

Peningkatan literasi digital telah terbukti memacu inovasi, menjadikan perniagaan responsif kepada pelanggan dan meningkatkan kecekapan rantai bekalan (Triana et al., 2023). Dengan strategi digital yang baik, PKS kopi bukan sahaja menjual produk, tetapi juga membina komuniti jenama dan mencipta pengalaman pelanggan yang unik. Ciri-ciri seperti penjualan langsung, kandungan video pendek atau kerjasama dengan pengengaruh tempatan boleh mengukuhkan kesetiaan pengguna sambil membuka peluang untuk akses kepada pembiayaan. Ini kerana aktiviti digital merupakan salah satu penunjuk kesihatan perniagaan untuk institusi kewangan moden (Begum et al., 2020).

Kualiti perkhidmatan merupakan tonggak utama dalam pembangunan perniagaan berasaskan perkhidmatan, termasuk kedai kopi dan PKS kopi kisar. Apabila gaya hidup bandar meningkat, jangkakan pengguna untuk pengalaman perkhidmatan juga semakin tinggi (Dhisasmito & Kumar, 2020; Ramadhani & Roostika, 2022). Model SERVQUAL (Parasuraman et al., 1985) menekankan lima dimensi—kebolehpercayaan, responsif, jaminan, empati dan bukti fizikal—yang kekal relevan dalam perkhidmatan moden, samada dalam talian atau luar talian (Shi & Shang, 2020).

Di kedai kopi, pelanggan bukan sahaja membeli minuman, tetapi juga berinteraksi dengan pengalaman sosial dan emosi. Dimensi empati dan responsif adalah faktor penting dalam membina kepuasan. Sementara itu, dalam PKS serbuk kopi, kualiti perkhidmatan dicerminkan dalam maklumat produk yang jelas, kelajuan penghantaran, tindak balas terhadap aduan dan pembungkusan yang menarik. Dimensi jaminan dan sesuatu yang ketara pula menentukan profesionalisme (Kusuma & Indarti, 2020; Imanuel & Wirawan, 2022).

Penyelidikan menunjukkan bahawa kualiti perkhidmatan berkait rapat dengan kesetiaan pelanggan, yang bukan sahaja ditunjukkan melalui pembelian semula, tetapi juga cadangan positif dan toleransi kepada peningkatan harga (Opoku et al., 2022). Dalam konteks digital, perkhidmatan pelanggan melalui pasaran atau media sosial menuntut respons yang pantas, penerangan produk yang tepat dan komunikasi yang mesra. Kecuaian dalam aspek ini boleh mengurangkan keyakinan pengguna (Ediyanto & Soeliha, 2022).

Untuk kekal konsisten, PKS perlu membangunkan prosedur operasi standard (SOP) mudah yang merangkumi sambutan, pembungkusan, pengendalian aduan dan susulan selepas jualan dilakukan. SOP yang jelas membantu mengekalkan kualiti, walaupun terdapat perubahan dalam kakitangan atau peningkatan dalam bilangan pesanan. Di samping itu, latihan dan bimbingan memainkan peranan penting dalam membina budaya perkhidmatan yang kukuh dan berorientasikan pelanggan (Kusumaradya & Purwadi, 2021).

Meningkatkan kualiti perkhidmatan tidak boleh dianggap sebagai sesuatu yang mencabar sahaja. Ianya harus dilihat sebagai pelaburan strategik. Setiap pelanggan yang berpuas hati adalah duta jenama bagi perniagaan tersebut. Promosi jenama dan