

**ANALISIS PREFERENSI UMKM TERHADAP MINAT  
PENGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*  
(Survei pada UMKM di Kabupaten Bojonegoro)**

**ARTIKEL ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Akuntansi



Oleh:

**FEBYLIA NISA'ATUS SALAMAH**  
**2018310102**

**UNIVERSITAS HAYAM WURUK PERBANAS**  
**SURABAYA**  
**2022**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

N a m a : Febylia Nisa'atus Salamah  
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 12 Februari 2001  
N.I.M : 2018310102  
Program Studi : Akuntansi  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan  
J u d u l : Analisis Preferensi UMKM Terhadap Minat  
Penggunaan *Financial Technology* (Survei pada  
UMKM di Kabupaten Bojonegoro)

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : .....

**(Dr. Diyah Pujiyati, S.E., M.Si)**  
**NIDN 0724127402**

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi  
Tanggal : .....

**(Dr. Nurul Hasanah Uswati Dewi, SE., M.Si., CTA)**  
**NIDN : 0716067802**

**ANALISIS PREFERENSI UMKM TERHADAP MINAT  
PENGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*  
(Survei pada UMKM di Kabupaten Bojonegoro)**

**Febylia Nisa'atus Salamah  
2018310102**

Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya  
**Email:** [2018310102@students.perbanas.ac.id](mailto:2018310102@students.perbanas.ac.id)

**ABSTRACT**

*Current technological developments and advances greatly help the community and MSMEs in financial transactions. Financial technology (fintech), for example, with this financial technology is very helpful in increasing access and decentralization of the financial system, where technological advances are used to enable economic growth, both from individual communities and MSMEs. The role of micro, small and medium enterprises or MSMEs is an important factor in growing the level of a country's economy. Because MSMEs are able to utilize national resources, including the use of labor in accordance with the interests of the people and achieve maximum economic growth. This means that MSMEs can help maintain economic stability. Therefore, the use of financial technology services in the MSME sector must be implemented properly in order to provide effective collaboration. Financial technology has several digital transaction products and services that greatly facilitate MSME actors in transacting. Where, products and services from financial technology have flexibility and efficiency in transactions and can increase sales results for MSME actors. To be able to implement financial technology services, MSME actors must have reasons and stages that become the basis of influence in efforts to improve the practice of using financial technology. Therefore, this study aims to determine whether the preferences of SMEs affect the interest in using financial technology. The method in this study uses descriptive qualitative methods by distributing questionnaires and interviews directly to MSME actors in the Bojonegoro Regency area. The results of this study indicate that MSME preferences such as awareness, knowledge, liking, preference, and conviction can increase and affect the interest in using financial technology for MSME actors in Bojonegoro Regency.*

**Keywords:** *Financial Technology, MSME Preferences, MSMEs Business Actors*

**PENDAHULUAN**

Kondisi kehidupan di masa pandemi Covid-19 telah membawa dampak buruk bagi seluruh aktivitas sehari-hari. Tidak hanya disektor kesehatan, namun dampak buruk ini juga terjadi pada sektor perekonomian. Pandemi Covid-19

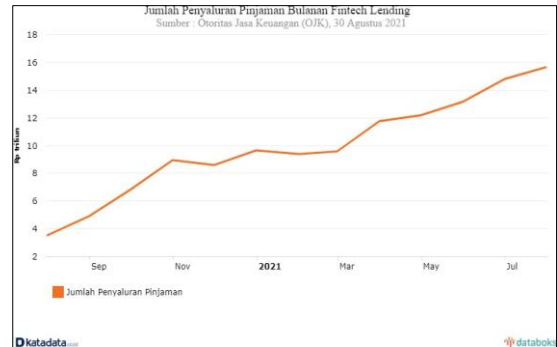
juga menjadi tantangan tersendiri bagi seluruh lapisan masyarakat, banyak unit usaha yang harus berhenti beroperasi dan bahkan harus memberhentikan sebagian tenaga kerjanya. Hal ini yang memicu adanya pengaruh ketidakstabilan

pendapatan ekonomi, baik dari sisi badan pemerintahan maupun swasta. Oleh karena itu, pemerintah berusaha keras untuk mencari solusi terhadap penurunan perekonomian nasional di masa pandemi Covid-19.

Inklusi keuangan merupakan salah satu bentuk cara pemerintah untuk mendongkrak penurunan dan ketidakstabilan ekonomi di Indonesia. Dengan adanya inklusi keuangan, maka hal ini menjadi salah satu kunci pembangunan terhadap keterbukaan akses keuangan bagi masyarakat di era pandemi covid-19 maupun di era digitalisasi seperti saat ini. Inklusi keuangan bukanlah sebuah strategi yang terisolasi, karena keterlibatan akan keuangan inklusif tidak hanya terkait dengan tugas Bank Indonesia sebagai bank sentral, namun juga para regulator, kementerian dan lembaga lainnya dalam upaya pemberian pelayanan keuangan kepada masyarakat luas. Dengan adanya strategi nasional dalam keuangan inklusif diharapkan kolaborasi antar lembaga pemerintah dan pemangku kepentingan dapat terlaksana secara baik dan terstruktur (Bank Indonesia, 2017a).

Penurunan akan kondisi perekonomian sangat membutuhkan perhatian dan penanganan yang tepat. Adanya *financial echnology* (fintech) juga sangat menunjang serta mendukung kinerja strategi keuangan inklusif. Hal ini ditunjukkan dengan beberapa perannya, yaitu meningkatkan akses dan desentralisasi sistem keuangan, dimana kemajuan teknologi yang digunakan memungkinkan inklusi keuangan, baik dari komunitas individu maupun UMKM. Serta meningkatkan transparansi, akuntabilitas dan kolaborasi lintas sektor, dimana teknologi dapat menjadi penyedia transparansi, penelusuran, pertanggungjawaban, dan pembagian informasi yang lebih besar kepada pemerintah, masyarakat dan swasta untuk saling bekerja sama. Selain kedua

peran diatas, Fintech memiliki biaya yang lebih rendah melalui peningkatan efisiensi, kecepatan dan otomatisasi. Karakter dari Fintech inilah yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat terakses dengan layanan keuangan formal (Pratiwi, 2018).



**Gambar 1**  
**Jumlah Penyaluran Pinjaman**  
**Bulanan Fintech Lending**

Gambar 1 menunjukkan data statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terkait penyaluran pinjaman bulanan *fintech lending* mencapai Rp 15,66 triliun pada Juli 2021. Nilai tersebut naik 6% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar Rp 14,79 triliun. Secara tren, penyaluran pinjaman fintech lending terus meningkat selama setahun terakhir. Hal ini menunjukkan, keinginan masyarakat untuk melakukan pinjaman melalui Fintech masih menjadi pilihan meskipun berada di kondisi era pademi.

Fenomena keberadaan industri fintech ini terus mengalami peningkatan di Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan, dimana perkembangan terbaru dari industri fintech pada awal tahun 2021 adalah mencapai 149 perusahaan (Otoritas Jasa Keuangan, 2021a). Selain itu, keberadaan fintech saat ini juga semakin relevan sebagai sarana untuk mendalami pasar keuangan, khususnya kelompok masyarakat yang belum terlayani lembaga keuangan formal sehingga fintech berperan sebagai pemerataan ekonomi khususnya UMKM.

*Financial technology* juga diatur pada Pasal 1 No. 1 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial menyatakan bahwa *Financial Technology* merupakan penggunaan teknologi dalam sistem pada bidang keuangan yang menghasilkan produk-produk layanan, teknologi atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada kondisi stabilitas moneter, stabilitas pada sistem keuangan, dan efisiensi, kelancaran, keamanan serta kehandalan sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2017c). Adapun bentuk dasar dari *Financial Technology* antara lain adalah Pembayaran (*Digital Wallets, P2P Payments*), investasi (*Equity Crowdfunding, Peer to Peer Lending*), pembiayaan (*Crowdfunding, Microloans, Credit Facilities*), asuransi (*Risk Management*) dan lintas proses (*Big Data Analysis, Predictive Modeling*), serta Infrastruktur Keamanan (Fauzan, 2019).

Teori *the Hierarchy of Effects Model* dikembangkan oleh Robert J Lavidge dan Gary A Steiner pada tahun 1961, yang menjelaskan tentang proses pembelian (penggunaan layanan) seorang konsumen. Teori ini menerapkan aspek kognitif, aspek afektif dan aspek konatif (perilaku) yang didalamnya terdapat tahapan yang berurutan mengenai hal-hal yang mempengaruhi tindakan dari seorang individu untuk memutuskan pembelian atau penggunaan suatu layanan. Adapun tahapan-tahapan tersebut adalah *awareness* (kesadaran), *knowledge* (pengetahuan), *liking* (kesukaan), *preference* (kelebhukasaan/memilih), *conviction* (keyakinan) dan *purchase* (membeli/minat) (Belch & Belch, 2010).

Dengan demikian, tahapan seorang dalam menentukan minat dalam diri adalah berawal dari pengetahuan yang dimiliki, kesukaan, serta keyakinannya terhadap layanan tersebut. Tahapan-tahapan tersebut bisa disebut dengan

dalam istilah preferensi. Dimana preferensi merupakan sebuah pilihan (kesukaan) yang ditentukan oleh seorang individu. Oleh karena itu, preferensi UMKM terhadap minat penggunaan *Financial Technology* diharapkan dapat mendorong kualitas UMKM dalam bertransaksi keuangan di era digital serta dapat meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM tentang berbagai macam kecanggihan teknologi keuangan.

Semakin berkembangnya Layanan Keuangan Digital (LKD) menjadi salah satu solusi bagi kendala pada saat melakukan transaksi keuangan. Salah satu LKD yang populer saat ini adalah *financial technology*, dimana *fintech* menjadi salah satu instrumen pembayaran dalam menunjang penerapan implementasi LKD. Transaksi pembayaran dengan layanan *fintech* diharapkan dapat mengurangi hambatan, khususnya pada UMKM dalam mengakses layanan keuangan sehingga bisnisnya semakin berkembang. Dengan *fintech* pelaku UMKM dapat menambah modal usaha karena mampu mengeliminasi hambatan sumber permodalan secara konvensional dari bank. Adanya *fintech* dapat memberi manfaat bagi UMKM, diantaranya adalah mempermudah melakukan transaksi, pengembalian uang dapat dilakukan secara utuh, dan mengurangi antrean (GOukm.id, 2016). Selain itu, penggunaan *fintech* dapat mengakomodasi ketidakcukupan ketersediaan uang tunai yang dibawa oleh konsumen. Misalnya dapat menggunakan layanan *fintech* yang trend pada saat ini, yaitu penggunaan *Mobile Banking*, *Digital Wallet* (OVO, GoPay, Dana, dan lain-lain)

Beberapa penelitian mengenai *Fintech* dalam berbagai topik menghadirkan GAP reserach yang juga menjadi landasan pada penelitian saat ini. Penelitian yang dilakukan oleh Rizal et al., (2018) menjelaskan bahwa *Peer to peer lending* merupakan jenis *fintech*

yang paling banyak diminati. Tercatat tiga perusahaan startup yang memiliki pangsa pasar cukup tinggi yaitu Amarta, Modalku dan Investree, hal ini dikarenakan besarnya permintaan pembiayaan usaha bagi masyarakat yang belum layak didanai oleh perbankan. Penelitian lain dengan topik yang berbeda yaitu dilakukan oleh Basuki et al., (2018) yang mengungkapkan bahwa fintech memberikan ancaman serta peluang pada industri perbankan, yang kemudian membuat layanan perbankan menjadi lebih baik. Selanjutnya Fauzan (2019) dan Saripudin et al., (2021) juga memilih topik fintech terhadap UMKM. Dimana penelitian tersebut menganalisis mengenai peran Fintech terhadap UMKM yang tidak memperoleh fasilitas pinjaman dari layanan perbankan. Selain itu, penelitian tentang penggunaan fintech terhadap UMKM juga dilakukan oleh Susilowati & Wahyuningdyah (2020). Penelitian tersebut menganalisis preferensi UMKM terhadap penggunaan *financial technology* di Kota Semarang. Dimana, penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pelaku UMKM memiliki kesadaran, pengetahuan, kesukaan, preferensi, keyakinan dan minat berperilaku untuk menggunakan fintech menunjukkan hasil yang tinggi

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian terkait Preferensi UMKM yang menjadi pengaruh dalam upaya peningkatan praktik *financial technology*. Jika preferensi tersebut semakin tinggi maka secara tidak langsung memudahkan UMKM dalam mengimplementasikan transaksi keuangan secara cepat dan praktis. Untuk itu peneliti mengangkat judul penelitian sebagai berikut “***Analisis Preferensi UMKM Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Survei pada UMKM di Kabupaten Bojonegoro)***”.

## RERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### ***Theory Hierarchy of Effects Model***

Salah satu teori untuk mendalami sikap individu tentang perkembangan teknologi informasi terhadap produk-produk atau layanan teknologi informasi yang dapat menimbulkan minat penggunaan layanan tersebut adalah teori Hierarchy of Effects Model. Teori ini tidak melandaskan pemikirannya pada batasan-batasan biologis saja, namun lebih berfokus pada psikologis dan lingkungan. Menurut Belch & Belch (2010), teori *Hierarchy of Effects Model* yang dikembangkan oleh Robert J Lavidge dan Gary A Steiner tahun 1961, menjelaskan tentang proses pembelian (penggunaan layanan) seorang konsumen. Teori ini menerapkan aspek kognitif, aspek afektif dan aspek konatif (perilaku) yang didalamnya terdapat tahapan yang berurutan mengenai hal-hal yang mempengaruhi tindakan dari seorang individu untuk memutuskan pembelian atau penggunaan suatu layanan. Dalam teori ini mengungkapkan aspek tersebut dalam tahapan-tahapan sebagai berikut:

- a) Aspek Kognitif  
*Awareness* (kesadaran) serta *knowledge* (pengetahuan) seorang individu terhadap suatu produk atau layanan.
- b) Aspek Afektif  
Mencakup tentang *liking* (kesukaan), *preference* (kelebhiksaan/memilih), serta *conviction* (keyakinan) seorang individu terhadap suatu produk atau layanan.
- c) Aspek Konatif  
Mencakup tentang *purchase* (membeli/minat) individu terhadap suatu produk atau layanan.

### **Financial Technology**

Menurut surat edaran Bank Indonesia No.18/22/DKSP tentang Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital (LKD) menjelaskan bahwa kegiatan layanan keuangan digital adalah penggunaan teknologi berbasis mobile ataupun berbasis web dalam kegiatan layanan sistem pembayaran dan keuangan yang dilakukan dengan kerja sama dengan pihak ketiga dalam rangka keuangan inklusif (Bank Indonesia, 2016). Inklusi keuangan adalah sebuah upaya untuk mengurangi segala hambatan yang bersifat harga maupun non harga terhadap akses masyarakat dalam memanfaatkan layanan jasa keuangan.

Industri *financial technology* (*fintech*) merupakan salah satu inovasi layanan jasa keuangan yang mulai populer di era digital sekarang ini. Selain itu, teknologi dengan konsep digitalisasi pembayaran menjadi salah satu sektor dalam industri *Fintech* yang paling berkembang di Indonesia. Dalam hal ini sektor *Fintech* paling diharapkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong dan meningkatkan jumlah masyarakat yang memiliki akses untuk dapat menggunakan layanan keuangan (Muzdalifa et al., 2018). Menurut Bank Indonesia (2017b) klasifikasi *Fintech* yang ada di Indonesia adalah sebagai berikut :

- **Payment Settlement and Clearing**  
Menurut Kennedy & Amaerita (2018), *payment system* adalah layanan elektronik yang menggantikan uang kartal dan uang giral sebagai alat pembayaran seperti e-wallet, kartu e-money, bitcoin, dan bentuk aplikasi *Fintech* lain
- **Crowdfunding dan Peer to Peer Lending (P2P lending)**  
Menurut Rosalina et al., (2015), *crowdfunding* adalah suatu bentuk penggalangan dana untuk berbagai jenis usaha baik ide produk, bisnis,

atau kegiatan yang dananya dari sumbangan masyarakat luas dan sering memiliki suatu imbalan berupa barang atau jasa

- **Market Aggregator**  
Menurut Fujii et al., (2005), *market aggregator* atau *e-aggregator* adalah layanan yang mengumpulkan dan menganalisa informasi keuangan dengan transparan dari berbagai sumber.
- **Risk and Investment Management**  
Menurut Sironi (2016) *risk and investment management* dikenal dengan istilah Robo-Advisor yaitu layanan yang memberi saran atau mengelola kekayaan pribadi dan menggantikan pengelolaan kekayaan tradisional.

### **Preferensi UMKM**

Pilihan seorang individu terhadap sesuatu, terhadap suatu produk disebut dengan preferensi atau selera. Pengetahuan mengenai preferensi yang dimiliki seorang konsumen sangat penting bagi perusahaan karena preferensi pada akhirnya mempengaruhi pilihan. Preferensi berasal dari Bahasa Inggris *preference*, yang berarti “*a greater liking for one alternative over another or others*” (kesukaan terhadap sebuah hal dibandingkan dengan hal yang lain). Menurut Font-i-Furnols & Guerrero (2014), terciptanya preferensi ini berawal dari persepsi konsumen terhadap suatu produk ataupun suatu hal, preferensi akan menentukan bagaimana seseorang berperilaku.

Dalam hal pembentukan preferensi, ada beberapa tahapan yang harus dilalui. Teori *the Hierarchy of Effects Model* yang dikembangkan oleh Robert J Lavidge dan Gary A Steiner pada tahun 1961 menjelaskan mengenai tahapan-tahapan tersebut:

- a. **Awareness**: merupakan tahapan bahwa individu telah menyadari adanya suatu produk baik itu berupa barang atau jasa

- b. **Knowledge:** merupakan tahapan bahwa individu sudah mengenal atau mengetahui dan mengerti tentang produk (barang atau jasa)
- c. **Liking:** merupakan tahapan bahwa individu mulai menyukai produk tersebut yang berupa barang atau jasa yang ditawarkan
- d. **Preference:** merupakan tahapan bahwa individu mulai lebih memilih produk tersebut dibandingkan produk-produk lainnya
- e. **Conviction:** merupakan tahapan bahwa individu konsumen mempunyai keinginan dan memutuskan untuk melakukan hal yang diyakini
- f. **Purchase:** merupakan tahapan bahwa individu tersebut loyal atau berminat terhadap sebuah pilihan, sehingga tidak ragu lagi untuk melakukan sebuah pilihan tersebut

Menurut PP No.7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Usaha Kecil, Mikro dan Menengah definisi dan kriteria sebagai berikut:

- Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang yaitu memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
- Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan

yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yaitu memiliki modal usaha lebih dari Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah)

- Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Menengah sebagaimana diatur dalam undang-undang yaitu memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Serta memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah). (Peraturan Pemerintah RI, 2021)



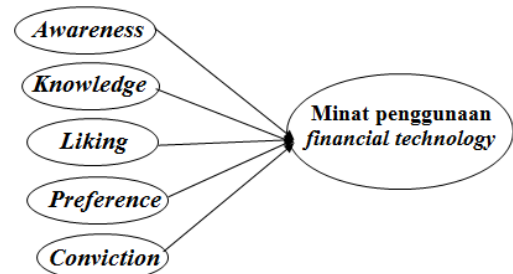
## Hubungan Preferensi UMKM terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology*

*Financial Technology* merupakan bentuk pemanfaatan teknologi informasi yang kemudian dikembangkan serta diterapkan pada bidang keuangan. Perkembangan fintech telah menyita perhatian masyarakat secara global, karena pengaruhnya terhadap cara bertransaksi serta cara berbisnis secara yang sangat fleksibel. Hal ini menjadi alasan bahwa kehadiran fintech berpengaruh terhadap perekonomian secara menyeluruh seiring dengan berlakunya era industry 4.0. Berbagai manfaat dari adanya *Financial Technology* mampu menggantikan peran lembaga keuangan formal seperti bank. Dalam hal sistem pembayaran, fintech berperan dalam menyediakan pasar bagi pelaku usaha, menjadi alat bantu untuk pembayaran, membantu pelaksanaan investasi yang lebih efisien serta membantu pihak-pihak yang membutuhkan layanan untuk menabung, meminjam dana dan penyertaan modal. Adanya preferensi UMKM terhadap penggunaan *financial technology* merupakan hal terpenting dalam proses implementasi penggunaan layanan tersebut. Dengan keyakinan yang dimiliki oleh para pelaku UMKM maka akan memicu adanya perilaku dan kebiasaan dalam melakukan transaksi khususnya menggunakan kecanggihan teknologi keuangan.

Peran atau manfaat dari *financial technology* bukan hanya sebatas solusi pembiayaan dan layanan transaksi keuangan saja. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Subiyanto (2015), yang menjelaskan bahwa kehadiran fintech bagi UMKM memberikan keterbukaan atas layanan pembayaran digital, diantaranya adalah memberikan layanan pinjaman modal dengan prosedur dan persyaratan lebih sederhana, menyediakan pembayaran digital yang praktis, dan beberapa aplikasi

memberikan layanan keuangan. Pernyataan ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Winarto (2020), yang juga menyatakan bahwa peran *financial technology* yang sangat memberi akses layanan keuangan digital kepada pelaku UMKM secara sederhana dan fleksibel.

Preferensi UMKM terhadap minat penggunaan *financial technology* dapat dibagi menjadi beberapa tahapan. Pada dasarnya, untuk menentukan sebuah pilihan terhadap penggunaan suatu layanan, pelaku UMKM harus memiliki niat serta pemahaman tentang suatu hal yang akan menjadi sebuah keputusan. Oleh karena itu pada penelitian saat ini, peneliti ingin mengetahui seberapa besar preferensi UMKM dapat mempengaruhi minat penggunaan *financial technology*. Serta apakah dengan adanya minat pelaku UMKM pada implementasi *financial technology* dapat menjangkau keberhasilan dan perkembangan bisnis yang signifikan.



**Gambar 2**  
**Kerangka Pemikiran**

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Analisis yang bersifat kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Penelitian ini menggunakan data primer yang

diperoleh dengan metode pengumpulan data berupa wawancara dan kuisioner kepada individu.

### Variabel Penelitian

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yakni dependen dan independen. Variabel dependen ialah minat penggunaan *financial technology* sedangkan untuk variabel independen yakni variabel *awareness* (kesadaran), *knowledge* (pengetahuan), *liking* (kesukaan), *preference* dan *conviction* (keyakinan).

### Definisi Operasional

#### Minat Penggunaan *Financial Technology* (Y)

Minat merupakan suatu kondisi dimana pelaku UMKM bersedia untuk ingin mencoba, mengimplementasikan dan tetap aktif dalam menggunakan fintech dalam menjalankan bisnis. Adapun indikator variabel minat penggunaan *financial technology* meliputi:

- Memutuskan menggunakan fintech
- Memilih tetap aktif menggunakan fintech
- Merekomendasikan keunggulan fintech kepada orang lain

Sedangkan pengukuran variabel minat penggunaan *financial technology* dalam penelitian ini menggunakan skala likert dari skala 1-5: (1) Sangat tidak setuju (STS), (2) Tidak setuju (TS), (3) Kurang setuju (KS), (4) Setuju (S) dan (5) Sangat setuju (SS)

#### *Awareness/kesadaran* (X<sub>1</sub>)

Kesadaran merupakan tahap dimana pelaku UMKM telah mendengar tentang fintech atau menyadari adanya keberadaan fintech. Adapun indikator variabel kesadaran meliputi:

- Pernah mendengar istilah “fintech”
- Pernah mendengar istilah *M-Banking*, *I-Banking* dan *E-Banking*
- Pernah mendengar istilah *Digital Wallet* (OVO, Gopay, ShopeePay,

Dana, Sakuku, LinkAja)

- Pernah mendengar istilah *PayLetter* (Ovo paylater, Gopay Later, Shopee paylater, Akulaku paylater, Kredivo paylater)

Sedangkan pengukuran variabel kesadaran dalam penelitian ini menggunakan skala likert dari skala 1-5: (1) Sangat tidak setuju (STS), (2) Tidak setuju (TS), (3) Kurang setuju (KS), (4) Setuju (S) dan (5) Sangat setuju (SS)

#### *Knowledge/pengetahuan* (X<sub>2</sub>)

Pengetahuan adalah tahap dimana pelaku UMKM merasa mengetahui dan memahami istilah-istilah fintech yang berupa produk ataupun layanan. Adapun indikator variabel pengetahuan meliputi:

- Memahami istilah “fintech”
- Memahami istilah *M-Banking*, *I-Banking* dan *E-Banking*
- Memahami istilah *digital wallet* (OVO, Gopay, ShopeePay, Dana, Sakuku, LinkAja)
- Memahami istilah *PayLetter* (Ovo paylater, Gopay Later, Shopee paylater, Akulaku paylater, Kredivo paylater)

Sedangkan pengukuran variabel pengetahuan dalam penelitian ini menggunakan skala likert dari skala 1-5: (1) Sangat tidak setuju (STS), (2) Tidak setuju (TS), (3) Kurang setuju (KS), (4) Setuju (S) dan (5) Sangat setuju (SS)

#### *Liking/kesukaan* (X<sub>3</sub>)

Kesukaan merupakan tahap dimana pelaku UMKM menunjukkan reaksi atau perasaan positif secara sadar terhadap penggunaan fintech sebagai metode pembayaran dalam menjalankan bisnisnya. Adapun indikator variabel *liking* (kesukaan) meliputi:

- Merasa senang saat bertransaksi menggunakan fintech
- Merasa senang saat pelanggan menggunakan produk atau layanan fintech
- Merasa ingin lebih mengetahui metode atau layanan dari fintech

Sedangkan pengukuran variabel pengetahuan dalam penelitian ini menggunakan skala likert dari skala 1-5: (1) Sangat tidak setuju (STS), (2) Tidak setuju (TS), (3) Kurang setuju (KS), (4) Setuju (S) dan (5) Sangat setuju (SS)

#### **Preference/memilih (X<sub>4</sub>)**

Preferensi merupakan tahap dimana seseorang lebih menyukai sesuatu atau seseorang daripada hal atau orang lain. Dalam konteks ini, pelaku UMKM sebagai pihak yang diharapkan menggunakan fintech untuk berbisnis dihadapkan pada lebih dari satu pilihan metode pembayaran, dan pada akhirnya memilih untuk menggunakan produk atau layanan fintech sebagai metode pembayaran. Adapun indikator variabel *preference* meliputi:

- Memiliki keinginan untuk bertransaksi menggunakan fintech
- Memiliki dorongan untuk terus menggunakan fintech karena layanan ini memberikan fleksibilitas dalam bertransaksi keuangan
- Memiliki alasan bahwa keuntungan saat bertransaksi fintech lebih banyak didapatkan daripada bertransaksi secara tunai (misalnya adanya diskon membuat pembeli lebih senang bertransaksi dengan produk atau layanan fintech)

Sedangkan pengukuran variabel *preference* dalam penelitian ini menggunakan skala likert dari skala 1-5: (1) Sangat tidak setuju (STS), (2) Tidak setuju (TS), (3) Kurang setuju (KS), (4) Setuju (S) dan (5) Sangat setuju (SS)

#### **Conviction/keyakinan (X<sub>5</sub>)**

Keyakinan adalah merupakan tahap dimana pelaku UMKM meyakini adanya keunggulan-keunggulan atau manfaat fintech sebagai media transaksi bisnisnya, sehingga menciptakan keinginan untuk menggunakannya. Adapun indikator variabel keyakinan meliputi:

- Penerapan penggunaan fintech

menjadikan bisnis lebih lancar

- Penerapan transaksi menggunakan fintech lebih aman dan fleksibel
- Penerapan penggunaan fintech menjadikan bisnis lebih berkembang

Sedangkan pengukuran variabel keyakinan dalam penelitian ini menggunakan skala likert dari skala 1-5: (1) Sangat tidak setuju (STS), (2) Tidak setuju (TS), (3) Kurang setuju (KS), (4) Setuju (S) dan (5) Sangat setuju (SS)

#### **Teknik Penentuan Informan**

Penentuan responden dalam penelitian ini adalah mengacu pada karakteristik demografi. Dimana karakteristik demografi tersebut meliputi indikator usia, bidang usaha dan tingkat pendidikan. Sedangkan karakteristik atau kriteria UMKM yang dipilih pada penelitian saat ini adalah seluruh pemilik UMKM yang ada di Kabupaten Bojonegoro, baik yang menggunakan layanan *financial technology* ataupun yang tidak menggunakan layanan *financial technology* dalam melakukan transaksi serta memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

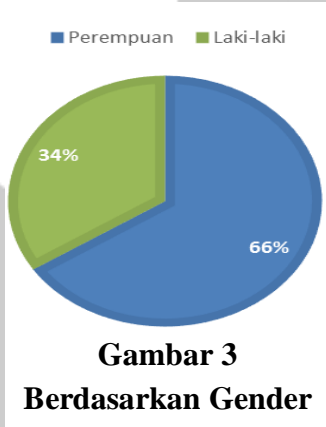
Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yakni diperoleh dari kuisioner yang dibagikan melalui *google form* kepada seluruh pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro serta melakukan wawancara langsung kepada beberapa pemilik UMKM tersebut.

#### **Alat Analisis**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif frekuensi dan deskriptif statistik. Adapun teknik analisis deskriptif frekuensi digunakan untuk mendeskripsikan hasil kuisioner

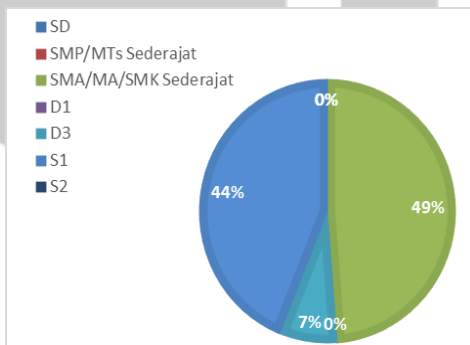
masing-masing variabel. Sedangkan teknik analisis deskriptif statistik yang menggunakan analisis *crosstabulation* untuk mendeskripsikan hasil kuesioner antar variabel dengan karakteristik responden.

**ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**



**Gambar 3 Berdasarkan Gender**

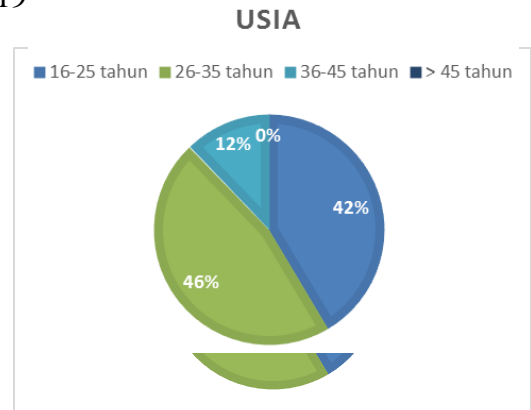
Berdasarkan gambar 3 dapat dilihat bahwa dari total kuisisioner yang dapat diolah yaitu sebanyak 41 responden. Proporsi responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 34 persen atau sebanyak 14 responden, sedangkan proporsi responden yang berjenis kelamin perempuan sebesar 66 persen atau sebanyak 27 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa proporsi responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibanding dengan proporsi responden berjenis kelamin laki-laki.



**Gambar 4 Berdasarkan Pendidikan**

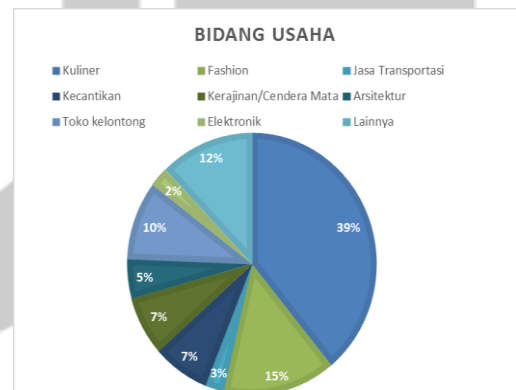
Berdasarkan gambar 4 diketahui bahwa dari total kuesioner yang dapat

diolah yaitu sebanyak 41 responden sebagian besar adalah kelompok responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA yaitu sebanyak 20 responden atau 49 persen. Sedangkan, kelompok responden yang memiliki pendidikan terakhir D3 yaitu sebanyak 7 persen atau 2 responden. Selanjutnya, kelompok responden yang memiliki pendidikan terakhir S1 yaitu sebanyak 19 responden



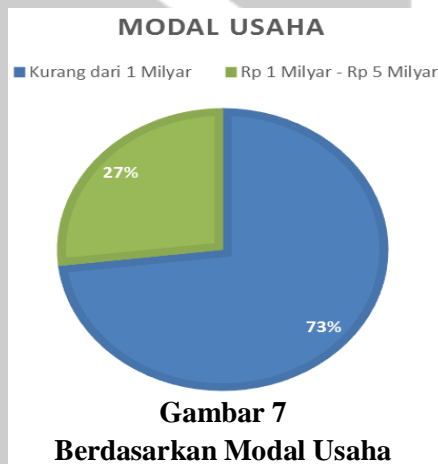
**Gambar 5 Berdasarkan Usia**

Berdasarkan gambar 5 diketahui bahwa dari total kuisisioner yang dapat diolah yaitu sebanyak 41 responden. Dimana proporsi jumlah responden yang berusia 16-25 tahun yaitu sebesar empat puluh enam persen atau sebanyak 17 responden. Sedangkan proporsi jumlah responden yang berusia 26-35 tahun yaitu sebesar empat puluh dua persen atau sebanyak 19 responden. Selanjutnya, untuk usia 36-45 tahun sebesar dua belas persen atau sebanyak 5 responden.



**Gambar 6 Berdasarkan Bidang Usaha**

Berdasarkan gambar 6 diketahui bahwa dari total kuisisioner yang dapat diolah yaitu sebanyak 41 responden. Proporsi responden yang memiliki proporsi terbesar adalah bidang usaha kuliner, yaitu sebesar tiga puluh sembilan persen atau 16 responden. Sedangkan, responden pada bidang usaha fashion sebesar lima belas persen atau 6 responden. Selanjutnya, responden yang memilih bidang usaha lainnya adalah dua belas persen atau sebanyak 5 responden dengan masing masing bidang usahanya yaitu pengolahan bijih plastik, jasa perawatan hewan, export renewable energy, apotek, serta percetakan & sablon.



**Gambar 7**  
Berdasarkan Modal Usaha

Berdasarkan gambar 7 dilihat bahwa dari total kuisisioner yang dapat diolah yaitu sebanyak 41 responden. Proporsi responden dengan modal usaha kurang dari 1 milyar adalah sebesar 73 persen atau sebanyak 31 responden, sedangkan proporsi responden dengan modal usaha 1 milyar sampai dengan 5 milyar adalah sebesar 27 persen atau sebanyak 10 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa proporsi responden dengan modal usaha kurang dari 1 milyar lebih banyak dibandingkan proporsi responden dengan modal usaha 1 milyar sampai dengan 5 milyar.

#### Analisis Deskriptif Crosstabulation

Analisis deskriptif crosstabulation ini digunakan untuk mendeskripsikan

hasil kuesioner antar variabel dengan karakteristik responden. Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan komparasi antar karakteristik responden yang meliputi gender dan pendidikan, usia, bidang usaha dan modal usaha dengan masing-masing variabel, diantaranya *awareness*, *knowledge*, *liking*, *preference*, *conviction* dan minat penggunaan *financial technology*

**Tabel 1**  
Rentang Variabel Penelitian

Nilai Rata-rata	Kategori
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 - 2,60	Tidak Setuju
2,61 - 3,40	Kurang Setuju
3,41 - 4,20	Setuju
4,21 - 5,00	Sangat Setuju

## PEMBAHASAN

### Hasil Pengujian Variabel *Awareness*

Variabel *awareness* berdasarkan hasil tanggapan dari 41 responden dengan hasil skor rata-rata tanggapan responden sebesar 4.77. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perilaku responden dinilai sangat setuju tentang kesadarannya mengenai istilah dan layanan dari *financial technology*. Responden sangat setuju bahwa mereka menyadari adanya istilah *financial technology* maupaun produk layanannya.

Berdasarkan hasil analisis *crostaab* antara gender dan variabel *awareness* pada masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden laki-laki sangat setuju dan merasa dirinya telah mendengar adanya istilah *financial technology* atau “fintech. Sedangkan mayoritas responden perempuan sangat setuju dan merasa dirinya telah mendengar adanya istilah *M-Banking*, *I-Banking* dan *E-Banking*. Lalu untuk indikator pernah mendengar adanya istilah *Digital Wallet* mayoritas responden perempuan juga menjawab sangat setuju. Serta yang terakhir, mayoritas responden perempuan sangat

setuju dan merasa dirinya telah mendengar adanya istilah *PayLater*.

Berdasarkan hasil analisis *crostaab* antara pendidikan dan variabel *awareness* pada masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan tingkat pendidikan SMA/MA/SMK Sederajat sangat setuju dan merasa dirinya telah mendengar adanya istilah *financial technology* atau “fintech”. Sedangkan mayoritas responden dengan tingkat pendidikan S1 dan D3 sangat setuju dan merasa dirinya telah mendengar dan menyadari adanya istilah *M-Banking*, *I-Banking* dan *E-Banking*. Dan terakhir, untuk indikator pernah mendengar adanya istilah *Digital Wallet* dan indikator pernah mendengar ataupun mengetahui adanya istilah *Paylater*, mayoritas responden dengan tingkat pendidikan S1, D3 dan SMA/MA/SMK Sederajat rata-rata sudah mengenal dan menyadari adanya istilah *Digital Wallet* dengan presentase jawaban yang hampir sama.

#### **Hasil Pengujian Variabel Knowledge**

Variabel *knowledge* berdasarkan hasil tanggapan dari 41 responden dengan hasil skor rata-rata tanggapan responden sebesar 4.67 hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perilaku responden dinilai sangat setuju tentang pengetahuan dan pemahamannya mengenai istilah dan layanan dari *financial technology*.

Berdasarkan hasil analisis *crostaab* antara gender dan variabel *knowledge* pada masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden laki-laki sangat setuju dan merasa dirinya telah memahami adanya istilah *financial technology* atau “fintech”. Selanjutnya, mayoritas responden laki-laki juga sangat setuju dan merasa dirinya telah memahami adanya istilah *M-Banking*, *I-Banking* dan *E-Banking*. Sedangkan untuk indikator memahami istilah *Digital Wallet* mayoritas responden perempuan menjawab sangat setuju. Serta yang terakhir, mayoritas responden

perempuan sangat setuju dan merasa dirinya telah memahami adanya istilah *PayLater*

Berdasarkan hasil analisis *crostaab* antara pendidikan dan variabel *knowledge* pada masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan tingkat pendidikan S1 sangat setuju dan merasa dirinya telah memahami adanya istilah *financial technology* atau “Fintech”. Sedangkan mayoritas responden dengan tingkat pendidikan D3 sangat setuju dan memahami istilah *M-Banking*, *I-Banking* dan *E-Banking*. Serta yang terakhir, untuk indikator memahami adanya istilah *Digital Wallet* dan indikator memahami adanya istilah *Paylater* dapat disimpulkan mayoritas responden dengan tingkat pendidikan S1, D3 dan SMA/MA/SMK Sederajat rata-rata sudah mengenalnya.

#### **Hasil Pengujian Variabel Liking**

Variabel *liking* berdasarkan hasil tanggapan dari 41 responden dengan hasil skor rata-rata tanggapan responden sebesar 4.32 hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perilaku responden dinilai sangat setuju tentang kesukaannya bertransaksi menggunakan produk \ dari *financial technology*.

Proporsi terbesar kesukaan responden tentang produk atau layanan *financial technology* adalah pada indikator merasa senang saat pelanggan menggunakan produk atau layanan fintech dengan rata-rata jawaban responden sebesar 4.20 hal ini juga dapat dibuktikan dengan hasil wawancara, dimana narasumber lebih merasa senang jika para pelanggannya melakukan pembayaran menggunakan layanan digital wallet seperti OVO, Gopay, Shopeepay, ataupun Dana. Berdasarkan hasil wawancara, menurut narasumber NFL, penggunaan layanan *financial technology* seperti penggunaan OVO, Gopay, Shopeepay, ataupun Dana sangat mempengaruhi tingkat penjualan.

Berdasarkan hasil analisis *crostaab* antara gender dan variabel *liking* pada masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden perempuan sangat setuju dan lebih senang saat transaksi menggunakan *financial technology*. Sedangkan untuk indikator lebih senang saat pelanggannya transaksi menggunakan *financial technology*, mayoritas responden laki-laki menjawab sangat setuju. Serta yang terakhir, mayoritas responden perempuan sangat setuju dan lebih ingin mengetahui metode atau layanan dari fintech.

Berdasarkan hasil analisis *crostaab* antara pendidikan dan variabel *liking* pada masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan tingkat pendidikan S1 dan SMA/MA/SMK Sederajat memiliki rata-rata presentase yang menunjukkan bahwa mereka merasa senang saat bertransaksi menggunakan fintech, merasa senang saat pelanggannya bertransaksi menggunakan fintech dan merasa ingin lebih mengetahui metode/layanan dari fintech

### **Hasil Pengujian Variabel Preference**

Variabel *preference* berdasarkan hasil tanggapan dari 41 responden dengan hasil skor rata-rata tanggapan responden sebesar 4.34 hal tersebut menunjukan bahwa rata-rata perilaku responden dinilai sangat setuju tentang pemilihan pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro dalam bertransaksi menggunakan produk dan layanan dari *financial technology*.

Proporsi terbesar preferensi responden tentang produk atau layanan *financial technology* adalah pada indikator memiliki alasan bahwa keuntungan saat bertransaksi fintech lebih banyak didapatkan daripada bertransaksi secara tunai dengan rata-rata jawaban responden sebesar 4.46. Hal ini juga dapat dibuktikan dengan hasil wawancara, dimana narasumber memaparkan bahwa penggunaan fintech saat bertransaksi membuat keuntungan dan tingkat penjualan semakin tinggi.

Berdasarkan hasil analisis *crostaab* antara gender dan variabel *preference* pada masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden perempuan sangat setuju dan lebih memiliki keinginan untuk transaksi menggunakan *financial technology*. Selanjutnya, untuk indikator lebih memiliki dorongan untuk terus menggunakan fintech, mayoritas responden perempuan menjawab sangat setuju karena mereka meyakini bahwa layanan ini memberikan fleksibilitas dalam bertransaksi keuangan. Serta yang terakhir, mayoritas responden perempuan juga sangat setuju dan lebih meyakini bahwa keuntungan saat bertransaksi fintech lebih banyak didapatkan daripada bertransaksi secara tunai.

Berdasarkan hasil analisis *crostaab* antara pendidikan dan variabel *preference* pada masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan tingkat pendidikan S1 memiliki rata-rata presentase yang menunjukkan bahwa mereka memiliki keinginan untuk bertransaksi menggunakan fintech, memiliki dorongan untuk terus menggunakan fintech dan memiliki alasan bahwa keuntungan saat bertransaksi fintech lebih banyak didapatkan daripada bertransaksi secara tunai.

### **Hasil Pengujian Variabel Conviction**

Variabel *conviction* berdasarkan hasil tanggapan dari 41 responden dengan hasil skor rata-rata tanggapan responden sebesar 4.37 hal ini menunjukan bahwa rata-rata perilaku responden dinilai sangat setuju dengan keyakinannya mengenai penerapan penggunaan fintech menjadikan bisnis lebih lancar, lebih aman, lebih fleksibel serta miliki keyakinan bahwa penerapan penggunaan fintech menjadikan bisnis lebih berkembang.

Berdasarkan hasil analisis *crostaab* antara gender dan variabel *conviction* pada masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden

perempuan sangat setuju dan lebih meyakini bahwa penggunaan fintech menjadikan bisnis lebih lancar. Selanjutnya, mayoritas responden perempuan juga sangat setuju dan merasa bahwa penggunaan transaksi menggunakan fintech lebih aman dan fleksibel. Serta yang terakhir, mayoritas responden laki-laki sangat setuju dan lebih meyakini bahwa penggunaan fintech menjadikan bisnis lebih berkembang.

Berdasarkan hasil analisis *crostaab* antara pendidikan dan variabel *conviction* pada masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan tingkat pendidikan SMA/MA/SMK Sederajat memiliki rata-rata presentase yang menunjukkan bahwa mereka meyakini bahwa penggunaan fintech menjadikan bisnis lebih lancar dan meyakini bahwa penggunaan fintech menjadikan bisnis lebih berkembang. Sedangkan mayoritas responden yang meyakini bahwa bertransaksi menggunakan fintech lebih aman dan fleksibel adalah responden dengan tingkat pendidikan sarjana (S1).

### **Hasil Pengujian Variabel *Financial Technology***

Variabel *Financial Technology* berdasarkan hasil tanggapan dari 41 responden dengan hasil skor rata-rata tanggapan responden sebesar 4.32 hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata perilaku responden dinilai sangat setuju dengan minat penggunaan *financial technology* saat bertransaksi.

Proporsi terbesar minat penggunaan *financial technology* adalah pada indikator memutuskan untuk menggunakan fintech dengan rata-rata jawaban responden sebesar 4.41. Hal ini juga dapat dibuktikan dengan hasil wawancara, dimana narasumber berminat dan memutuskan untuk selalu menggunakan layanan *financial technology* saat bertransaksi.

Berdasarkan hasil analisis *crostaab* antara gender dan variabel Minat

Penggunaan *financial technology* pada masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden perempuan sangat setuju dan memutuskan untuk menggunakan fintech. Sedangkan, untuk indikator memilih untuk tetap aktif menggunakan fintech, mayoritas responden laki-laki menjawab setuju. Serta yang terakhir, mayoritas responden laki-laki juga sangat setuju serta akan merekomendasikan keunggulan produk dan layanan *financial technology* kepada orang lain.

Berdasarkan hasil analisis *crostaab* antara pendidikan dan variabel Minat Penggunaan *financial technology* pada masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan tingkat pendidikan D3 dan SMA/MA/SMK Sederajat berminat untuk menggunakan produk dan layanan *financial technology*. Selanjutnya, mayoritas responden dengan tingkat pendidikan SMA/MA/SMK Sederajat berminat untuk tetap aktif menggunakan produk dan layanan *financial technology* dan berminat untuk merekomendasikan produk dan layanan *financial technology* kepada orang lain

### **KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **Aspek Kognitif:**

1. Secara garis besar kesadaran pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro terhadap keberadaan produk dan layanan *financial technology* menunjukkan hasil yang tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa bahwa kesadaran pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro sering mendengar beberapa istilah yang terkait dengan *financial technology* beserta beberapa produk dan layanannya, seperti *M-Banking*, *E-Banking*, *I-Banking*, *Digital Wallet*



dan *Paylater*. Namun proporsi tertinggi kesadaran pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro justru bukan mengenai *financial technology*, melainkan kesadarannya mengenai istilah *Digital Wallet* seperti OVO, Gopay, Shopeepay, Dana, Sakuku, LinkAja, dan lain-lain.

2. Sejalan dengan pengetahuan dan pemahaman keberadaan *financial technology* melalui beberapa istilah produk dan layanannya, pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro juga mengetahui dan memahami adanya *financial technology*. Secara garis besar, pengetahuan dan pemahaman mengenai istilah *financial technology* masih berada pada rata-rata terendah daripada istilah-istilah produk dan layanannya. Rata-rata tertinggi untuk pengetahuan dan pemahaman tentang *financial technology* adalah pemahaman tentang istilah M-Banking, E-Banking, dan I-Banking serta istilah Digital Wallet.

#### **Aspek Afektif:**

1. Kesukaan (*liking*) pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro terhadap penggunaan produk dan layanan *financial technology* menunjukkan hasil yang tinggi. Hal ini dapat diketahui dengan adanya rata-rata jawaban responden yang merasa senang saat pelanggan maupun dirinya sendiri bertransaksi menggunakan *financial technology*, serta ingin lebih mengetahui metode, mencari informasi serta membicarakan hal-hal terkait produk atau layanan dari *financial technology*.
2. Preferensi pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro terhadap penggunaan produk dan layanan *financial technology* menunjukkan hasil yang tinggi. Keuntungan dan fleksibilitas penggunaan produk

dan layanan *financial technology* menjadi alasan bahwa secara garis besar pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro memiliki keinginan dan dorongan untuk bertransaksi menggunakan produk dan layanan *financial technology*.

3. Keyakinan pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro terhadap penggunaan produk dan layanan *financial technology* menunjukkan hasil yang tinggi. Hal ini dapat diketahui dengan adanya rata-rata jawaban responden yang meyakini bahwa penerapan penggunaan *financial technology* menjadikan bisnis lebih lancar dan berkembang serta penggunaannya yang lebih aman dan fleksibel.

#### **Aspek Perilaku**

1. Secara garis besar, minat penggunaan *financial technology* pada pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro menunjukkan hasil yang tinggi. Hal ini dapat diketahui dengan hasil proporsi terbesar jawaban responden dalam memutuskan penggunaan *financial technology* dalam bertransaksi. Pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro juga memutuskan untuk tetap aktif menggunakan produk dan layanan *financial technology* dan bersedia merekomendasikannya kepada orang lain.

#### **Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dan diharapkan dapat disempurnakan pada penelitian selanjutnya. Beberapa keterbatasan yang mungkin dapat memengaruhi hasil penelitian, antara lain:

1. Penelitian hanya bisa menjangkau 41 responden dari sekian banyak pelaku UMKM di Kabupaten Bojonegoro.
2. Penelitian saat ini melakukan pengambilan data secara acak,

dengan tidak membagi jumlah setiap wilayah kecamatan atau desa, sehingga data dan informan masih belum menyeluruh disetiap kecamatan.

### Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan yaitu kepada:

1. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas wilayah penyebaran kuisisioner maupun pencarian informan dengan cara melakukan penyebaran melalui media sosial, forum diskusi, ataupun melakukan survei langsung ke setiap desa ataupun kecamatan yang ada di Kabupaten Bojonegoro.
2. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan pembagian jumlah sampel disetiap desa ataupun kecamatan di Kabupaten Bojonegoro. Sehingga akan lebih memiliki perbandingan antara kecamatan yang ada di daerah perkotaan dengan yang ada di daerah pedesaan.
3. Disarankan bagi perusahaan atau penyedia produk dan layanan *financial technology* untuk memperluas kerjasama dengan merchant-merchant, meningkatkan akses dan menambah layanan *financial technology* pada transaksi keuangan lainnya selain untuk jual beli, memberikan tutorial dan wawasan tentang penggunaan *financial technology* kepada masyarakat. Hal tersebut akan sangat bermanfaat terutama bagi UMKM dalam pengembangan bisnis pada era yang serba digital dan modern seperti saat ini. Oleh karena itu, perusahaan atau penyedia produk dan layanan *financial technology* perlu untuk mempertimbangkan hal-hal

tersebut dalam mengembangkan bisnisnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. (2016). the Fintech Book: the Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 31(3), 345.  
<https://doi.org/10.22146/jieb.23554>
- Asosiasi Fintech Indonesia. (2021). *Hand Book Fintech Untuk UMKM*. 1–65.
- Bank Indonesia. (2016). *Surat edaran No.18/22/DKSP “Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital.”*
- Bank Indonesia. (2017a). *Kajian Stabilitas Keuangan: Mitigasi Risiko Sistemik Melalui Penguatan Koordinasi Antar Institusi di Tengah Konsolidasi Perekonomian Domestik. Kajian Stabilitas Keuangan*, 28.
- Bank Indonesia. (2017b). *Klasifikasi Fintech Menurut Bank Indonesia. Warta Ekonomi*.  
<https://www.wartaekonomi.co.id/read313590/apa-itu-fintech>
- Basuki, H, F., & Hartina. (2018). Analisis SWOT Financial Technology Pada Dunia Perbankan di Kota Ambon (Survei Pada Bank di Kota Ambon). *Jurnal Manis*, 2(1), 60–74.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2010). *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective* (10th ed.). New York : McGraw Hill.
- Douglas W. Arner, Janos Barberis, R. P. B. (2008). The Evolution of FinTech: A New Post-Crisis Paradigm? *Grou*, 23529(2), 1–45.
- Fauzan N I, A. (2019). Peran Financial Technology dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif pada UMKM.

- Jurnal : Peran Financial Technology Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Jurnal BJB University*, 5, 14.
- Fisabilillah, L. W. P., & Hanifa, N. (2021). Analisis pengaruh fintech lending terhadap perekonomian Indonesia. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship, and Innovation*, 1(3), 154–159. <https://doi.org/10.31960/ijoei.v1i3.866>
- Font-i-Furnols, M., & Guerrero, L. (2014). Consumer preference, behavior and perception about meat and meat products: An overview. *Meat Science*, 98(3), 361–371. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2014.06.025>
- Fujii, H., Okano, T., Madnick, S. E., & Siegel, M. (2005). E-Aggregation: The Present and Future of Online Financial Services in Asia-Pacific. *SSRN Electronic Journal*, September. <https://doi.org/10.2139/ssrn.376864>
- Hackley, C. (2005). Advertising and Promotion : Communicating Brands. *SAGE Publications*, 1–24. <https://doi.org/10.4135/9781446278789.n1>
- Ilman, A. H., Noviskandariani, G., & Nurjihadi, M. (2019). Peran Teknologi Finansial Bagi Perekonomian Negara Berkembang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 28–36. <https://doi.org/10.37673/jebi.v4i1.260>
- Kennedy., Alvani Amaerita Harefa, P. S. J. (2018). Financial Technology, Regulasi dan Adaptasi Perbankan di Indonesia. *Fundamental Management Journal*, ISSN: 2540-9220 (Online), 3 No 1.
- Kuncoro, M., & Hardani, W. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (4th ed.). Jakarta : Erlangga.
- Leong, K. (2018). FinTech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way? *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(2), 74–78. <https://doi.org/10.18178/ijimt.2018.9.2.791>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021b). Statistik Fintech Lending Periode Agustus 2021. *Ojk.Go.Id, 2021*, 10–12. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/ikn/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-juni-2021.aspx>
- Peraturan Pemerintah RI. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah* (Issue 086507).
- Pratiwi, D. R. (2018). Pentingnya Perkembangan Financial Technology dalam Mendorong Keuangan Inklusif Sudah Tepatkah Penurunan Tarif Pajak Persen. *Badan Keahlian DPR RI*, 3, 1–16.
- Puspawangi, D. (2020). *Pengaruh Financial Tecnology ( Fintech ) Terhadap Profitabilitas dan Efisiensi Operasi pada Perbankan Badan ( Studi Komparasi Bank Mandiri , BRI , BTN dan BNI Periode 2012-2019 ) The Effect Of Financial Tecnology ( Fintech ) On Profitability and Efficienc.* 7(2), 5771–5779.
- Risna Kartika. (2020). Analisis Peer To Peer Lending Di Indonesia. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 75–86. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i2.902>
- Rizal, Muhamad, Maulina, Erna, Nenden, K. (2018). *Fintech as One Of The*

- Financing Solutions for SMEs.*  
3(2), 896–903.
- Rosalina, Handoyo, A., & Wibowo, A. (2015). *Aplikasi Crowdfunding Sebagai Perantara Penggalangan Dana Berbasis Website dan Facebook Application.*
- Santoso, S., & Tjiptono, F. (2001). *Riset Pemasaran: konsep dan aplikasi dengan SPSS.* PT Elex Media Komputindo.
- Saripudin, S., Nadya, P. S., & Iqbal, M. (2021). Upaya Fintech Syariah Mendorong Akselerasi Pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 41. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1449>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung : CV Alfabeta.
- Wardani, A. P. Y. K., & Darmawan, N. A. S. (2020). Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 170. <https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25947>
- Zetzsche, D. A., Buckley, R. P., Arner, D. W., & Barberis, J. N. (2017). From FinTech to TechFin: The Regulatory Challenges of Data-Driven Finance. In *SSRN Electronic Journal* (Issue 6). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2959925>