

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat UMKM untuk Bertransaksi Menggunakan Fintech/Financial Technology Sebagai Layanan Pembayaran Digital : Studi pada UMKM Kabupaten Nganjuk

Acha Bella Fidayanti¹, Erna Puspita², Andy Kurniawan³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri

acabellaa115@gmail.com¹, ernapuspita@unpkediri.ac.id², andykurniawan@unpkediri.ac.id³

ABSTRACT

This research is motivated by technological developments which are accelerating rapidly and penetrating various sectors of life. Technological progress has had many positive impacts, one of which is on the economic sector. Starting from limitations in making payments, an innovation was created that made things easier and faster. The aim of this research is to analyze whether perceived usefulness, perceived convenience and perceived risk partially and simultaneously UMKM influence interest in making transactions using Fintech/Financial Technology as a digital payment service. This research uses a quantitative approach with the causality method. In this research, the population of UMKM taken was operating in the culinary sector who were registered with the Nganjuk Regency Cooperatives and Micro Enterprises Service, totaling 544 UMKM. The sampling technique used a purposive sampling technique using the Slovin formula and the number of samples used in the research was 85 respondents obtained by distributing questionnaires/google forms. The tests carried out in this research used SPSS version 25 with multiple linear regression analysis methods. The conclusion of this research shows that perceived usefulness, perceived convenience and perceived risk partially and simultaneously have a significant influence on UMKM interest in using fintech as a digital payment service.

Keywords : Perception of Usefulness, Perception of Convenience, Perception of Risk, Transaction Interest, Financial Technology

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat dan merambah ke berbagai sektor kehidupan. Kemajuan teknologi membawa banyak dampak positif, salah satunya terhadap sektor perekonomian. Berawal dari keterbatasan dalam melakukan pembayaran, terciptalah sebuah inovasi yang membuat segalanya menjadi lebih mudah dan cepat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko secara parsial dan simultan mempengaruhi minat bertransaksi UMKM menggunakan Fintech/Financial Technology sebagai layanan pembayaran digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausalitas. Dalam penelitian ini populasi UMKM yang diambil adalah pelaku usaha di bidang kuliner yang terdaftar di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Nganjuk yang berjumlah 544 UMKM. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan rumus slovin dan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 85 responden yang diperoleh dengan menyebarluaskan kuesioner/google form. Pengujian yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 dengan metode analisis regresi linier berganda. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko secara parsial dan simultan mempunyai

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

pengaruh yang signifikan terhadap minat UMKM menggunakan fintech sebagai layanan pembayaran digital.

Kata kunci : Persepsi Kegunaan, Persepsi Kenyamanan, Persepsi Resiko, Minat Bertransaksi, Teknologi Finansial.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi telah merambah ke berbagai sektor kehidupan. Kemajuan teknologi membawa banyak dampak positif, salah satunya terhadap sektor perekonomian. Berawal dari keterbatasan dalam melakukan pembayaran, terciptalah sebuah inovasi yang membuat segalanya menjadi lebih mudah dan cepat. Teknologi baru ternyata memberikan pengaruh terhadap sistem pembayaran yang dilakukan masyarakat. Saat ini masyarakat sudah sangat familiar dengan penggunaan pembayaran non tunai atau digital payment dalam berbagai aktivitas transaksi pembayaran. Salah satu instrumennya *non-tunai* disebut uang elektronik/*uang elektronik*.

(Brahanta, 2021) Perbandingan jumlah uang kartal yang beredar di masyarakat lebih besar dibandingkan dengan jumlah uang elektronik, hal ini menjelaskan bahwa uang kartal masih mendominasi dan menjadi andalan masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran. Meskipun mata uang masih mendominasi sebagai alat pembayaran di masyarakat, peningkatan jumlah uang elektronik harus terus disosialisasikan guna menciptakan inovasi sistem pembayaran di era ini. *modern* Ini.

Ditemukan fakta dimana pemahaman masyarakat terhadap uang elektronik (*uang elektronik*) masih minim dan perlu ditingkatkan lebih lanjut, banyak orang yang mengira membayar dengan membayar *uang tunai*/tunai masih terbilang sangat mudah dibandingkan harus membayar secara digital/*non-tunai*. Ini adalah contoh risiko yang ada pada proses digitalisasi saat ini. Dan diharapkan penerbit aplikasi teknologi dapat mempermudah operasional dan menambahkan banyak fitur layanan internal *telepon pintar* Karena fintech perlu membangun persepsi yang baik terhadap masyarakat.

Menurut data (Kementerian Koperasi dan UKM), dari sekitar 65 juta UMKM, baru 17,2 juta atau 26,5% UMKM yang sudah memasuki ranah digital. Penerapan digitalisasi pada UMKM juga belum merata. Pelaku UMKM yang memanfaatkan *Fintech/Teknologi Keuangan* Masih minimnya di kota-kota kecil, apalagi di daerah terpencil, banyak UMKM yang belum melek digital.

Berdasarkan (Prajanto dan Pratiwi, 2019) Ada yang berbasis aplikasi *on line* serta transaksi keuangan yang tidak memerlukan kontak langsung antara penjual dan pembeli, mengakibatkan industri keuangan harus bertransformasi menjadi bisnis keuangan berbasis teknologi keuangan atau yang disebut dengan *fintech/teknologi keuangan*. (Widjanarko et al., 2023) *Fintech* memberikan inovasi layanan keuangan seperti pembiayaan dan penggalangan

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

dana, sehingga layanan keuangan transaksi yang sebelumnya dilakukan secara tunai kini tergantikan dengan transaksi berbasis digital.

(Nurcahya & Dewi in Purwantini and Amalia 2021) *Fintech* merupakan terobosan baru pemanfaatan teknologi di bidang keuangan, yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses layanan keuangan, antara lain transfer dana, pembayaran, kredit, pengelolaan aset, dan transaksi keuangan lainnya. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) membuat *fintech* di era digital saat ini untuk menjadi media pendukung inovasi bisnis dengan tujuan memperluas komoditas penjualan, serta solusi penyelesaian permasalahan akses permodalan, penyusunan laporan keuangan, pemasaran produk dan transaksi jual beli, serta literasi keuangan lainnya.

Lihat laporannya *Survei Anggota Tahunan* dari Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) pada tahun 2023, terdapat 336 perusahaan *fintech/teknologi keuangan* terdaftar di asosiasi. Jumlah tersebut terus meningkat sejak tahun 2016. Menurut OJK, hingga 9 Oktober 2023, terdapat 101 perusahaan *pinjaman peer-to-peer fintech* atau *pinjaman fintech* siapa yang berlisensi. OJK mengimbau masyarakat untuk selalu menggunakan jasa penyelenggara *pinjaman fintech* yang telah mendapat izin dari OJK.

(Widjanarko et al., 2022) Penggunaan *teknologi keuangan (fintech)* sebagai alat pembayaran telah menjadi perhatian utama dalam bidang penerimaan teknologi. Analisis dari *fintech* sebagai layanan pembayaran digital menjadi fokus penting dalam menggali lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap penggunaan teknologi ini. Beberapa contoh dari *teknologi keuangan* sebagai layanan pembayaran digital, antara lain: *ShopeePay*, *GoPay*, *Ini*, *hari Dana Sejumput*. (Santoso & Zusroni, 2020) Faktor yang mempengaruhi *teknologi keuangan* meliputi persepsi masyarakat berupa persepsi manfaat penggunaan dan persepsi kemudahan penggunaan serta persepsi risiko penggunaan *fintech* itu.

(Anwar et al., 2019) Persepsi kegunaan merupakan tahapan dimana individu yakin bahwa penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat dan meningkatkan kinerjanya. Banyak konsumen yang menggunakannya *fintech/teknologi keuangan* dalam transaksi pembayaran, hal ini berarti masyarakat meyakini bahwa teknologi pembayaran digital bermanfaat dan mempunyai manfaat. (Adhi Nugroho, 2020) Manfaat yang diberikan oleh layanan digital *fintech* diantaranya membantu para pelaku UMKM dalam melakukan proses transaksi non tunai, membuat aktivitas transaksi menjadi lebih efisien dan dapat meningkatkan kinerja bisnis UMKM saat ini.

(Ningsih et al., 2021) Manfaat lain yang diberikan *fintech* Artinya, dapat mempengaruhi persepsi konsumen sehingga meningkatkan penggunanya. Jika suatu produk mempunyai manfaat untuk kebutuhan sehari-hari, maka besar kemungkinan produk tersebut akan banyak digunakan oleh konsumen. Semakin besar manfaat yang diperoleh pengguna ketika menggunakan suatu teknologi, maka akan semakin besar pula minat pengguna dalam menggunakan teknologi tersebut. Hal ini juga berlaku sebaliknya, jika semakin kecil manfaat

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

yang diperoleh dari penggunaan suatu sistem teknologi informasi, maka hal ini akan mengakibatkan semakin rendahnya minat pengguna terhadap sistem teknologi tersebut.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hasdani dkk, 2021), yang menjelaskan bahwa persepsi kegunaan akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan fitur *fintech* dengan uang elektronik karena manfaat yang ditawarkan uang elektronik dapat mempengaruhi persepsi masyarakat sehingga dapat meningkatkan penggunanya. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (A. Ningsih, H., M. Sasmita, E., & Sari, B., 2021) yang menjelaskan bahwa persepsi kegunaan suatu teknologi tidak akan mempengaruhi keputusan individu karena manfaat/kegunaan yang diberikan minimal atau kecil.

(Soesanto et al., 2023) Perceived ease of use merupakan keyakinan individu terhadap betapa mudahnya menggunakan suatu teknologi tanpa harus mengeluarkan banyak usaha. Setiap teknologi yang diciptakan bertujuan untuk memudahkan aktivitas manusia, teknologi baru yang muncul memudahkan manusia, sehingga manusia semakin tertarik untuk menggunakan teknologi baru. Adanya berbagai layanan aplikasi dompet digital membuat para pedagang menyediakan berbagai layanan QR lengkap mungkin. Banyak kejadian ketika pembeli melakukan pembayaran tunai, penjual kesulitan memberikan kembalinya. Kejadian ini mengakibatkan pembeli mengalami masalah pada layanan pelanggan. Namun dengan menggunakan *fintech/teknologi keuangan* sebagai layanan pembayaran digital akan memudahkan UMKM dalam memberikan layanan dalam melakukan transaksi pembayaran.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mathieson dalam (Ersaningtyas, A.P. & Susanti, E.D. 2019), bahwa persepsi kemudahan mempengaruhi minat UMKM dalam menggunakan suatu teknologi. *Fintech* Karena Kebanyakan orang percaya bahwa ketika mereka menggunakan sistem teknologi maka akan lebih mudah dan membuat pekerjaan mereka lebih mudah dan cepat. Jika seseorang yakin bahwa suatu teknologi mudah digunakan maka orang tersebut akan menggunakanannya. Namun menurut (Davis dalam Hutami dkk, 2021) bahwa persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat individu dalam menggunakan suatu teknologi, karena wajar jika individu akan merasa tidak yakin dalam menggunakan suatu teknologi, salah satunya adalah kesulitan dalam pengoperasian dan kurangnya kemudahan yang diberikan kepadanya ketika menggunakan teknologi. *Fintech*.

Persepsi risiko digunakan sebagai alasan, meskipun pembayaran melalui dompet digital memberikan berbagai manfaat dan kemudahan dalam melakukan proses transaksi pembayaran, namun *pedagang* Masih banyak yang belum menggunakanannya karena satu alasan karena tidak memahami tingkat keamanan dan privasi. *Pedagang* masih merasa nyaman menggunakan uang tunai dan enggan beralih ke pembayaran non tunai, karena merasa cemas jika terjadi kegagalan dalam proses pembayaran.

Faktor risiko juga akan memunculkan sikap pelanggan, baik sikap positif maupun negatif serta meningkatkan tingkat kepercayaan pelanggan. Kepercayaan pelanggan dalam hal

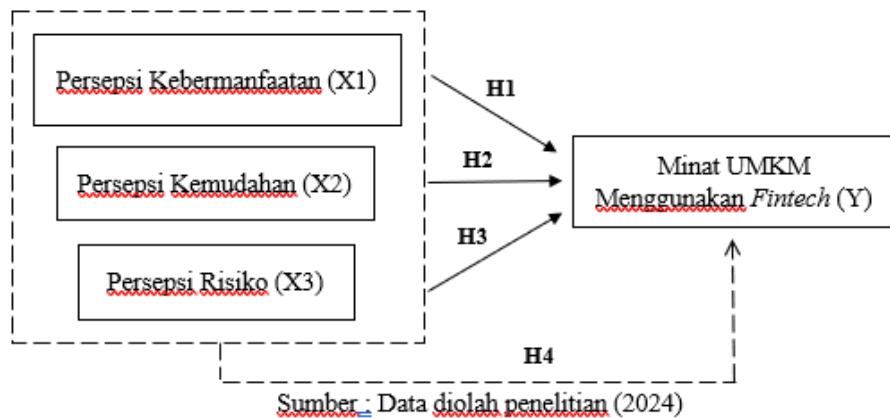
Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

ini pelaku UMKM dalam menggunakannya *fintech* Anda juga perlu memperhatikan faktor risikonya. (Edwin Zusrony, 2023) Semakin tinggi tingkat risiko yang diperoleh individu maka semakin rendah tingkat kepercayaannya, sebaliknya semakin rendah risiko yang diperoleh individu maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan terhadap minat UMKM untuk bertransaksi menggunakan *fintech/teknologi keuangan*.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (A'la, Cut Nurul., 2021) telah menjelaskan bahwa persepsi risiko sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen dalam menggunakan. Semakin kecil persepsi risiko yang diterima seseorang ketika menggunakan suatu teknologi, maka semakin besar pula tingkat kepercayaannya. Namun (Featherman, M. dan Pavlou dalam Edwin et al., 2023), menjelaskan bahwa persepsi risiko tidak mempengaruhi penggunaan suatu produk/teknologi. Karena jika penggunaan teknologi tinggi maka akan menimbulkan ketidakpastian dan akibat yang tidak diinginkan dari penggunaan produk atau jasa juga akan semakin tinggi/besar.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut maka peneliti akan membuat penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kenyamanan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat UMKM Bertransaksi Menggunakan *Fintech/Teknologi Keuangan* Sebagai Layanan Pembayaran Digital (Studi pada UMKM di Kabupaten Nganjuk)”.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Pada Gambar 1 di atas terdapat kerangka konseptual yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, dan persepsi risiko berpengaruh secara parsial UMKM tertarik menggunakan *fintech*. Selain itu, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko juga berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap minat penggunaan UMKM *fintech*. Maka dari sini dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Diduga persepsi kegunaan berpengaruh secara parsial terhadap minat UMKM bertransaksi dengan menggunakan *Fintech/Teknologi Keuangan* sebagai layanan pembayaran digital.

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

H2 : Diduga persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap minat UMKM bertransaksi menggunakan *Fintech/Teknologi Keuangan* sebagai layanan pembayaran digital.

H3 : Diduga persepsi risiko berpengaruh secara parsial terhadap minat UMKM bertransaksi menggunakan *Fintech/Teknologi Keuangan* sebagai layanan pembayaran digital.

H4 : Diduga Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko secara simultan berpengaruh terhadap minat UMKM untuk bertransaksi menggunakan *Fintech/Teknologi Keuangan* sebagai layanan pembayaran digital.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yaitu menggunakan data primer yang kemudian digunakan melalui kuesioner (*kuesioner*) sebagai wadah pengumpulan data. (Sugiyono, 2018b) “penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan pada populasi tertentu atau pada sampel data dengan menggunakan alat penelitian kuantitatif atau statistik”.

Teknik Penelitian

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik penelitian asosiatif. Berdasarkan (Sugiyono, 2018) “Penelitian asosiatif merupakan rumusan masalah penelitian yang menanyakan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih.”

Maka hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan sebab akibat. Hubungan sebab akibat adalah hubungan yang bersifat sebab dan akibat. Dalam penelitian ini terdapat variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (yang dipengaruhi).

Tempat dan waktu penelitian

Lokasi penelitian yang akan digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah UMKM bidang kuliner di wilayah Kabupaten Nganjuk yang sudah menggunakan *fintech/teknologi keuangan* sebagai layanan pembayaran digital.

Waktu yang digunakan dalam penelitian ini kurang lebih 5 (lima) bulan, dimulai pada bulan Maret sampai dengan bulan Juni 2024.

Populasi dan Sampel

(Sugiyono, 2018b) “populasi adalah suatu generalisasi yang terjadi untuk kemudian menarik kesimpulan tentang objek atau topik yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari”.

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM bidang kuliner yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan Usaha Mikro wilayah Kabupaten Nganjuk pada tahun 2023 yang berjumlah 544 orang.

(Sugiyono, 2018b) "Sampel adalah anggota populasi dan merupakan ciri-ciri anggota populasi". (Sugiyono, 2018) "wajib sampling *perwakilan* atau mungkin mewakili sebagian dari populasi."

Untuk menghitung sampel peneliti menggunakan rumus Slovin dan diperoleh $n = 85$. Berdasarkan hal tersebut maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 85 orang.

(Sugiyono, 2018) Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *pengambilan sampel non-probabilitas*, yaitu dengan *Pengambilan sampel secara purposif*, tujuan teknik ini adalah pengambilan sampel tanpa memberikan kesempatan kepada seluruh anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sampel yang digunakan adalah mengambil sampel berdasarkan kriteria tertentu.

Pengembangan Instrumen

Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat regresi linier berganda yang nantinya akan diolah dengan menggunakan perhitungan program komputer yaitu software SPSS (*Paket Statistik dan Ilmu Sosial*) versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

(Ghozali, 2018), "uji validitas berfungsi untuk menguji valid atau tidaknya kuesioner." Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila daftar pertanyaan tersebut dapat menjelaskan sesuatu yang ingin diukur. (Ghozali, 2018), "uji validitas dapat dinilai dengan membandingkan r hitung dan r tabel". Jika nilai korelasinya lebih kecil dari r tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid, begitu pula sebaliknya jika r hitung lebih besar dari r tabel maka pertanyaan tersebut valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No Item	Variable	Corrected Item Total Correlation	Table	Informati n
1	Perceived Usefulness (X1)	0,689	0,213	VALID
		0,674	0,213	VALID
		0,332	0,213	VALID

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

		0,626	0,213	VALID
--	--	-------	-------	-------

2	Perception of Convenience (X2)	0,571	0,213	VALID	
		0,478	0,213	VALID	
		0,535	0,213	VALID	
		0,412	0,213	VALID	
		0,395	0,213	VALID	

3	Risk Perception (X3)	0,633	0,213	VALID
		0,711	0,213	VALID
		0,571	0,213	VALID
		0,669	0,213	VALID
		0,469	0,213	VALID
		0,629	0,213	VALID
		0,769	0,213	VALID

4	MSME Interest in Using Fintech (AND)	0,809	0,213	VALID
		0,769	0,213	VALID
		0,707	0,213	VALID
		0,713	0,213	VALID

Sumber : Keluaran SPSS 25, penelitian mengolah data (2024)

Berdasarkan hasil pengujian di atas terlihat bahwa korelasi setiap item pernyataan dengan total skor setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan r hitung > 0,213 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid..

a. Tes kepercayaan

(Ghozali, 2018), “uji reliabilitas digunakan untuk menguji suatu kuesioner atau indikator suatu variabel”. Kuesioner dapat berarti reliabel atau dapat diandalkan, apabila seseorang menjawab pertanyaan secara konsisten. Reliabilitas dapat diukur dengan mengulang pertanyaan yang mirip atau serupa pada nomor pertanyaan berikutnya. (Ghozali, 2018), “suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel (layak) apabila $\alpha_{cronbach} > 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika $\alpha_{cronbach}'s\alpha < 0,60$ ”.

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Alpha	Coefficient	Information
Perceived Usefulness (X1)	0,76 7	0,60	Reliable
Perception of Ease (X2)	0,71 6	0,60	Reliable
Risk Perception (X3)	0,86 1	0,60	Reliable
MSME Interest in Using Fintech (AND)	0,88 5	0,60	Reliable

Sumber: Data diolah melalui penelitian (2024)

Berdasarkan hasil pengujian diatas, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh koefisien Alpha variabel cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh konsep pengukuran setiap variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga dalam kedepannya item-item pada masing-masing Konsep variabel ini cocok digunakan sebagai alat ukur.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data variabel dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dalam tes ini analisis digunakan *satu sampel Kolmogorov-Smirnov*.

Menurut (Ghozali, 2018) residual variabel dikatakan normal apabila nilai signifikansinya $> 0,05$. Begitu pula sebaliknya jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka residual variabel dapat dikatakan tidak normal. Berikut hasil uji normalitas:

Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,70642418
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,046
	Negative	-,080
Test Statistic		,080

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber : Keluaran SPSS 25

Berdasarkan tabel 3 diatas diketahui hasil perhitungannya *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa nilai uji signifikansi yang diperoleh sebesar 0,200. Dapat disimpulkan nilai Asymp.Sig (2-tailed) menunjukkan hasil $0,200 > 0,05$. Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa residu berdistribusi normal dan model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

(Ghozali, 2018), "Uji multikolinearitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk memastikan apakah dalam suatu model regresi terdapat kolinearitas atau korelasi antar variabel independen." Pada penelitian ini uji multikolinearitas diukur dengan indikator VIF. Menurut (Ghozali, 2018), jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya jika nilai $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

Ketika nilainya *toleransi* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Sebaliknya jika nilainya *toleransi* $< 0,10$ maka terjadi multikolinearitas antar variabel independen. Berikut hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Perceived Usefulness	,996	1,004
Perception of Convenience	,598	1,673
Risk Perception	,596	1,678

a. Dependent Variable: MSME Interest in Using Fintech

Sumber : Keluaran SPSS versi 25

Jadi mengacu pada pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model regresi.

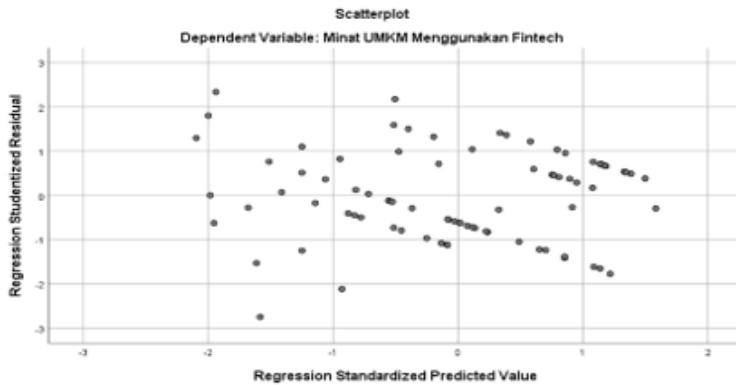
Uji Heteroskedastisitas

(Ghozali, 2018), "Uji heteroskedastisitas adalah suatu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketimpangan antara residu pengamatan

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

yang satu dengan pengamatan yang lain. Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat grafik plot."



Sumber : Output SPSS versi 25

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan keluaran *plot sebar* pada gambar 2 diatas diketahui bahwa:

- Titik datanya tersebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0 (nol).
- Poin dikumpulkan hanya di atas atau di bawah.
- Sebaran titik data tidak membentuk pola bergelombang yang melebar lalu menyempit dan melebar lagi.
- Distribusi titik data tidak terpola.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah yang mengindikasikan heteroskedastisitas pada model yang diuji, sehingga asumsi tersebut terpenuhi dan dapat dilakukan uji regresi linier berganda.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4,755	1,478	
	Persepsi Kebermanfaatan	,758	,091	,675
	Persepsi Kemudahan	,449	,092	,472
	Persepsi Risiko	,473	,054	,692

a. Dependent Variabel: Minat UMKM Menggunakan Fintech

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

Sumber : Keluaran SPSS 25

Berdasarkan data pada tabel 5 diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:
 $kamu = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \text{ dan}$
 $kamu = 4,006 + 0,245_1 + 0,237X_2 + 0,239X_3 + \text{ dan}$

Berdasarkan tabel 5 dan model regresi linier berganda di atas, maka hasil regresi berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Persamaan regresi linier berganda di atas diketahui mempunyai konstanta sebesar 4755 dengan tanda positif sehingga besaran konstanta tersebut menunjukkan bahwa jika variabel bebas (persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko) diasumsikan konstan, maka variabel terikatnya adalah Minat Pemanfaatan UMKM *Fintech* berjumlah 4.755.
- 2) Koefisien variabel persepsi kegunaan = 0,758 artinya setiap peningkatan persepsi kegunaan sebesar 1 maka akan menyebabkan peningkatan minat UMKM untuk menggunakan *Fintech* sebesar 0,758 (dengan asumsi variabel persepsi kenyamanan dan persepsi risiko adalah konstan).
- 3) Koefisien variabel persepsi kemudahan = 0,449 artinya setiap peningkatan persepsi kemudahan sebesar 1 maka akan menyebabkan peningkatan minat UMKM dalam menggunakan *Fintech* sebesar 0,449 (dengan asumsi variabel persepsi manfaat dan persepsi risiko adalah konstan).
- 4) Koefisien variabel persepsi risiko = 0,473 artinya setiap peningkatan modal investasi sebesar 1 maka akan menyebabkan peningkatan minat UMKM untuk menggunakan *Fintech* sebesar 0,473 (dengan asumsi variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan bernilai konstan).
- 5) Error (ε) merupakan acuan terhadap variabel lain yang mempunyai pengaruh namun tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

Uji Koefisien determinan (R^2)

Tentukan koefisien (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel *bergantung*. Berikut hasil uji koefisien determinan :

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien determinan (R^2)

Model Summary ^b				
Mod el	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,670 ^a	,449	,428	1,738
a. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness, Perceived Ease, and Perceived Risk				

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

b. Dependent Variable: Interest in Using MSMEs
Fintech

Sumber : Keluaran SPSS 25

Berdasarkan tabel keluaran SPSS "Ringkasan Model" di atas diketahui koefisien determinasi atau nilai R Persegi adalah 0,449. nilai R Persegi Angka 0,449 ini diperoleh dari mengkuadratkan nilai koefisien korelasi atau "R" yaitu $0,670 \times 0,670 = 0,449$. Sementara itu nilai Disesuaikan R Persegi sebesar 0,428 atau sama dengan 428% yang berarti variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi risiko mampu menjelaskan variabel Minat Menggunakan UMKM Fintech sebesar 42,8%. Sedangkan sisanya $100\% - 42,8\% = 57,2\%$ Minat UMKM Menggunakan Fintech dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel *mandiri* sebagian ke variabel *bergantung*. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Rumus mencari t tabel adalah:

$$T \text{ tabel} = df-3-1$$

$$T \text{ tabel} = 85-3-1 = 81$$

$$T \text{ tabel} = (0,05; 81)$$

Jadi nilai t tabel yang diperoleh = 1,663. Berikut hasil pengujian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Say.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.75 5	1.478		3.21 7	,002
Perceived Usefulness	.758	,091	,675	8.34 1	,000
Perception of Convenience	,449	,092	,472	4.88 2	,000

a. Dependent Variabel: Minat Menggunakan Fintech

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

Risk Perception	,473	,054	,692	8.73 9	,000
-----------------	------	------	------	-----------	------

Sumber : Keluaran SPSS 25

a. Kegunaan yang Dirasakan (X1)

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah pengetahuan investasi (X1) berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakannya *Fintech* (Y) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,758. Dalam pengetahuan investasi diperoleh nilai $t_{menghitung} 8,341 > t_{meja} 1,663$. Selain itu terlihat nilai signifikansi (Sig) variabel persepsi kegunaan sebesar 0,000. Karena nilai Sig. 0,000 < probabilitas 0,05 sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel persepsi kegunaan (X1) terhadap variabel Minat UMKM dalam Menggunakan *Fintech* (DAN).

Hal ini menjelaskan persepsi kegunaan (*dirasakan kegunaannya*) mempunyai pengaruh terhadap minat perilaku (*niat perilaku*) seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Menurut (Prabandari, 2020), "Pengguna teknologi akan menunjukkan minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi jika merasa sistem teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan." Jadi dapat dipahami bahwa kegunaan adalah sesuatu yang dapat memberikan manfaat tertentu yang dapat dirasakan, sehingga persepsi akan kegunaan mempunyai hubungan yang erat dengan minat untuk menggunakannya. *teknologi keuangan*.

b. Persepsi Kemudahan (X2)

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan (X2) berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakannya *Fintech* (Y) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,449. Untuk variabel persepsi kenyamanan diperoleh nilai $t_{menghitung} 4,882 > t_{meja} 1,663$. Selain itu terlihat nilai signifikansi (Sig) variabel persepsi kenyamanan sebesar 0,000. Karena nilai Sig. 0,000 < probabilitas 0,05 sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan variabel persepsi kenyamanan (X2) terhadap variabel Minat Pakai UMKM *Fintech* (DAN).

Hal ini dapat dijelaskan bahwa persepsi kemudahan mempunyai hubungan yang erat dengan minat seseorang dan sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan teknologi akan membebaskan dirinya dari usaha, mudah dipelajari, dan merupakan sistem yang mudah digunakan.

c. Persepsi Risiko (X3)

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah persepsi risiko (X3) berpengaruh terhadap minat UMKM dalam menggunakannya *Fintech* (Y) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,473. Pada variabel persepsi risiko diperoleh nilai $t_{menghitung} 8,739 > t_{meja} 1,663$. Selain itu terlihat nilai signifikansi (Sig) variabel persepsi risiko sebesar 0,000. Karena nilai Sig. 0,000 < probabilitas 0,05 sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

signifikan antara variabel persepsi risiko (X3) terhadap variabel Minat Menggunakan UMKM *Fintech* (DAN).

Hal ini menjelaskan bahwa seseorang akan memiliki persepsi risiko yang tinggi jika menggunakan teknologi *fintech* digunakan dirasa memberikan kerugian dan risiko. Namun pada kenyataannya digunakan *fintech*. Saat ini tidak lepas dari aktivitas masyarakat dalam melakukan transaksi, sehingga masyarakat terus memanfaatkannya *fintech* padahal beresiko karena manfaat yang diterima dan efisiensi waktu yang diberikan.

Uji f

Dalam uji F akan diuji pengaruh keempat variabel tersebut *mandiri* bersama-sama pada variabel *bergantung*. Uji F atau biasa disebut *Analisis Varians* (ANOVA). Jika nilai signifikansi $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika nilai signifikansi $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Cara menghitung f tabel adalah dengan melihat penyebut df (N_2) dan penghitung df (N_1) itu adalah :

$$Df(N_1) = k-1$$

$$Df(N_1) = 4-1$$

$$N_1 = 3$$

$$Df(N_2) = nk$$

$$Df(N_2) = 85-4$$

$$Df(N_2) = 81$$

Dengan $N_1 = 3$ dan $N_2 = 81$ maka F tabelnya adalah 2,717. Berikut hasil uji F:

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Say.
1	Regression	270,783	3	90,261	42,95	,000 ^b
	Residual	170,205	81	2,101		
	Total	440,988	84			

a. Dependent Variable: Interest in Using MSMEs *Fintech*
b. Predictors: (Constant), Perceived Usefulness, Perceived Ease, and Perceived Risk,

Sumber : Keluaran SPSS 25

Berdasarkan tabel 8 hasil uji simultan (uji f) di atas diketahui nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Untuk $F_{menghitung} = 42,955 >$ nilai $F_{meja} = 2,717$ ($df=81$) hal ini membuktikan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap minat UMKM menggunakan *Fintech*.

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449

DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang peneliti lakukan pada pembahasan topik terkait persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan (X2), persepsi risiko (X3) pada Minat UMKM Memanfaatkan Fintech sebagai transaksi pembayaran digital (Y), kajian UMKM di Kabupaten Nganjuk. Jadi dapat disimpulkan dari 85 responden sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan Fintech sebagai transaksi pembayaran digital. Semakin besar pula keuntungan yang akan Anda terima dari penggunaannya *fintech* kemudian minat menggunakan teknologi *fintech* juga akan semakin tinggi.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan Fintech sebagai transaksi pembayaran digital. Ada persepsi kemudahan penggunaan *fintech/teknologi keuangan* akan membuat orang tertarik untuk menggunakannya, karena penggunaannya tidak sulit dan mudah dimengerti.
3. Persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan Fintech sebagai transaksi pembayaran digital. Hal ini menjelaskan bahwa seseorang akan memiliki persepsi risiko yang tinggi jika menggunakan teknologi *fintech* digunakan dirasa memberikan kerugian dan risiko.
4. Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi risiko secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan Fintech sebagai transaksi pembayaran digital. Dapat diartikan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko berhubungan dengan minat UMKM dalam menggunakan Fintech sebagai transaksi pembayaran digital.

Saran

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menggali lebih jauh faktor-faktor lain yang mungkin juga mempengaruhi minat UMKM dalam menggunakan Fintech sebagai transaksi pembayaran digital. Seperti variabel faktor kepercayaan, efektivitas dan faktor sosial. Selain itu, pertimbangkan untuk menggunakan metode penelitian yang lebih mendalam seperti wawancara atau studi kasus untuk memperoleh pemahaman yang lebih detail dan spesifik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat UMKM menggunakan Fintech untuk transaksi pembayaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

Adhi Nugroho, M., & Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, P. (2019). *PENGGUNAAN ONLINE BANKING PADA MAHASISWA S1 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA*.

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

- A'la, Cut Nurul. (2021). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology (fintech). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.
- Anwar, Mokhamad. (2019). Basics of Corporate Financial Management. Edition 1, Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Asja, H.J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Pendapatan Terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 2(4), 309-325.
- A. Ningsih, H., M. Sasmita, E., & Sari, B. (2021). Pengaruh Perceived Benefits, Perceived Ease of Use, dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik (QRIS) di Kalangan Pelajar. /1067/857/
- Brahanta, Gama Putra. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kenyamanan, dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali Shopeepay di Surabaya. Universitas Pembangunan Nasional (Veteran). Surabaya.
- Davis. (2018). *Persepsi Kenyamanan*. 30(2018), 30–30.
- Ersaningtyas, AP, & Susanti, E.D. (2019). Analisis pengaruh persepsi kenyamanan, persepsi risiko dan kualitas informasi terhadap minat menggunakan akun di Shopee. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 10(2).
- Ghozali. (2018). *Analisis Multivariat Menggunakan Program IBM SPSS 19* (9th ed.). Diponegoro University.
- Hasdani, Nasir, M., & Burhanuddin. (2021). Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(3), 187–196.
- Indriasari, I., Khoiriyah, I., & Kusumawati, D.A. (2020). Analisis Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) di Jawa Tengah. Stabilitas: *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 48–57. <https://doi.org/10.26877/sta.v3i2.7783>
- Khoiriyah, Ismi. "Dian Apradika Kusumawati dan Ika Indriasari, Analisis Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (FINTECH)". *Jurnal Manajemen & Bisnis*. Jil. 3, tidak. 2. 2020. Diakses 6 Februari 2021, <http://journal.upgris.ac.id/index.php/stability/article/view/7783>.
- Purwantini, A.H., & Amalia, R.D. (2021). Investigasi Niat Penggunaan Teknologi Finansial Pembayaran Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jember University Accounting Journal*, 19(1), 35. <Https://Doi.Org/10.19184/Jauj.V19i1.24715>
- Prajanto, A., & Pratiwi, RD (2019). Revolusi Industri 4.0: Perkembangan Desain Transaksi dan Sistem Akuntansi Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(1), 86–96.

Economic Reviews Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 2252 – 2269 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v3i3.359

- Santoso, B., & Zusroni, E. (2020). Analisis Persepsi Pengguna Terhadap Aplikasi Pembayaran Berbasis Fintech Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Informasi dan Komunikasi*, 11(1), 49–54.
- Soesanto, E., Saputra, F., Puspitasari, D., & Danaya, BP (2023). Penentuan Sistem Manajemen Keamanan: Analisis Objek Vital, Keamanan File dan Keamanan Siber di Cyber Publisher Foundation. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 2(1), 23–29.
- Sugiyono. (2018b). Metode penelitian kuantitatif. Di dalam *Bandung: Alfabela, 2018* (Kt. 1). Abjad.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistik untuk Penelitian*.
- Widjanarko, W., Pramukty, R., & Yulianah, H. (2022). Strategic Financial Management in Micro, Small and Medium Enterprises (Msme). *Jurnal Ekonomi*, 11(1), 255–260. ejournal.seaninstitute.or.id
- Zusrony, Edwin dkk. (2023). “Analisis Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Ketertarikan Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Indonesia Standard (QRIS) di Kalangan Pelaku UMKM.” *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS* 16(1): 200–206.