

FINANCIAL TECHNOLOGY PADA PELAKU UMKM: STUDI TENTANG PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN SERTA KEPERCAYAAN TERHADAP PENGGUNAAN STARTUP OVO

Muhamad Rifa'i¹, Dyah Agustin Widhi Yanti², Ratna Handayati³

¹Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang

²Universitas Hang Tuah Surabaya

³Universitas Islam Lamongan

Abstrak

Financial technology adalah layanan yang sangat diminati oleh masyarakat saat ini. OVO adalah startup teknologi finansial berupa dompet elektronik. Kehadiran OVO sebagai layanan financial technology telah menarik perhatian dan minat masyarakat luas karena kemudahan fungsi transaksinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh manfaat, kemudahan dan kepercayaan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap minat dalam menggunakan teknologi keuangan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan metode estimasi sampling, sehingga besar sampel sebanyak 96 responden ditentukan dengan menggunakan rumus Lemeshow. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kenyamanan dan kebutuhan bisnis berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *financial technology*, yang merupakan layanan yang sangat diminati oleh masyarakat saat ini.

Kata Kunci:

Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan, minat penggunaan, financial technology

Abstract

Financial technology is a service that is in great demand in today's society. OVO is a financial technology startup which provides electronic wallet service. The presence of OVO as a financial technology service has attracted the attention and interest of the community because of the ease of its transaction function. This study aimed to determine the effect of benefits, convenience, and confidence of micro, small, and medium enterprises on interest in using financial technology. This research was conducted using a quantitative approach. The research sample was determined using the sampling estimation method, and the sample size of 96 respondents was determined using the Lemeshow formula. Data collection techniques were conducted through questionnaires. The collected data were then analyzed using multiple linear regression techniques. The results showed that perceived benefits, perceived comfort, and business needs significantly affected interest in using financial technology.

Keywords:

Perception of Benefits, Perception of Ease, Trust, Interest in Use, Financial Technology, OVO, MSME

Pendahuluan

Kehadiran teknologi baru yang muncul akan berdampak baik dan buruk, sehingga perlu dilakukan studi yang berbeda untuk membuat model yang dapat mengukur dan menganalisis berbagai faktor yang dapat mempengaruhi adopsi teknologi ini. Salah satu model yang dapat digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Davis mempresentasikan model ini pada tahun 1986 (Jogiyanto, 2007). Dalam model ini, variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan diasumsikan menjadi dasar yang dapat mempengaruhi perilaku pengguna dan penerimaan teknologi.

Memasuki era globalisasi saat ini, pada sejumlah bidang banyak mengalami perkembangan yang cukup pesat yang salah satunya adalah teknologi digital yang merupakan suatu alat yang tidak secara manual menggunakan tenaga manusia tetapi menggunakan sistem otomatis dengan sistem operasi yang terkomputerisasi atau sebuah format yang dapat dilakukan dengan teknologi komputer. Kemajuan teknologi digital yang berkembang pesat dengan dukungan berkat perangkat dan diperbaharui dan teknologi internet. Indonesia merupakan negara dengan pengguna internet yang terbanyak nomor enam di dunia (Ar-Robi & Wibawa, 2019). Menurut (Nizar, 2017) menjelaskan kemajuan bidang digital telah berjalan lebih cepat melebihi perkembangan sektor lain. Tidak dapat dipungkiri bahwa gelombang revolusi teknologi digital saat ini akan terus berkembang. Kemajuan inovatif dalam teknologi digital telah mengubah tatanan dunia melalui berbagai interaksi sosial dan hubungan pribadi. Gelombang teknologi digital telah merambah kehidupan hampir semua orang saat ini.

Menurut (Nugroho & Rachmaniyah, 2019) teknologi modern tidak hanya berkembang pesat di bidang pendidikan, sosial dan politik, tetapi juga di bidang ekonomi terjadi pertumbuhan yang pesat, hal ini menunjukkan hadirnya teknologi di bidang keuangan. sektor atau yang disebut fintech atau *financial technology*, yang merujuk terhadap inovasi teknologi bidang keuangan semisal perbankan, aktivitas pinjaman, kegiatan transaksi serta lainnya. Kecepatan dalam melakukan akses

terhadap informasi dan pertukaran terhadap sebuah data merupakan perihwal yang dapat sangat membantu dalam sebuah proses transaksi serta transparansi pada sektor ekonomi khususnya pada bidang keuangan. Dalam sektor keuangan dengan penerapan penerapan *financial technology* sangat membantu adanya gaya hidup masyarakat dalam melakukan proses kegiatan transaksi dan terjadi pertukaran informasi menjadi lebih praktis. Kehadiran *financial technology* merupakan perpaduan antara layanan keuangan dan teknologi informasi yang dapat mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih modern. Konsumen yang sebelumnya membawa uang tunai dan membayar langsung kini dapat menyelesaikan transaksi secara virtual, bertransaksi melalui aplikasi dalam hitungan detik. Kehadiran *financial technology* membuat transaksi menjadi lebih cepat dan hemat, namun tetap efektif. Kondisi ini muncul akibat perubahan gaya hidup masyarakat, dimana saat ini teknologi informasi banyak digunakan untuk mendukung kebutuhan mendesak. Melalui *financial technology*, persoalan yang terjadi pada transaksi seperti tidak banyak waktu pencarian kebutuhan barang apada tempat perbelanjaan, akses ke perbankan atau ATM untuk transfer, ketidaksukkan melakukan kunjungan pada tempat yang dikarenakan adanya pelayanan yang kurang menyenangkan maka dapat diminimalkan. Keberadaan *financial technology* hadir guna mendukung jasa layanan keuangan. Perkembangan *financial technology* dalam layanan keuangan mengakibatkan banyak inovasi aplikasi yang bermunculan seperti alat pembayaran (proses transaksi), alat pinjaman dan lain-lain yang mulai populer di era digital saat ini.

Merujuk penelitian (Rifa'i *et al.*, 2020) Salah satu kegunaan teknologi internet adalah konsumen dapat memanfaatkannya untuk memudahkan belanja online. Melalui toko online konsumen dapat merasakan kemudahan dengan memanfaatkan adanya teknologi bidang informasi untuk menemukan produk yang dibutuhkan serta diinginkan dengan cara yang lebih praktis. Kehadiran fintech sebagai salah satu jenis layanan teknologi di bidang keuangan dapat memberikan manfaat dan kemudahan kepada masyarakat dalam bertransaksi, termasuk usaha mikro, kecil, dan

menengah atau biasa disebut UKM. Kehadiran fintech sebagai salah satu jenis layanan teknologi di bidang keuangan dapat memberikan manfaat dan kemudahan kepada masyarakat dalam bertransaksi, termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah atau biasa disebut UKM.

Usaha mikro adalah badan ekonomi yang dimiliki oleh perorangan dan/atau perseorangan dengan kriteria komersial yang ditetapkan dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. Omset tahunan tertinggi adalah 300 juta. Total aset bisnis hingga 50 juta yang tidak termasuk tanah dan bangunan pengelolaan keuangan usaha mikro masih tercampur dengan keuangan pribadi pemilik usaha. Usaha kecil adalah usaha mandiri pada sektor ekonomi produktif, yang dikelola oleh individu atau perusahaan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari, dan bagian dari, perusahaan yang dimiliki atau dikendalikan. UKM dalam kategori usaha kecil memiliki kekayaan bersih Rp 50-500 juta dan omzet tahunan Rp 300-2,5 miliar. Pengelolaan keuangan usaha kecil lebih profesional dibandingkan usaha mikro.

UKM dalam kategori usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh orang perseorangan dan/atau perusahaan yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang usaha yang dimiliki, ditunjuk, atau bagian langsung atau tidak langsung dari usaha kecil. . atau perusahaan besar yang kekayaannya merupakan hasil dari pendapatan penjualan menurut undang-undang atau tahunan. UKM dalam kategori usaha menengah ini berbadan hukum dan pengelolaan keuangannya dilakukan terpisah dari keuangan pribadi pemiliknya.

Saat ini, 99,99% perusahaan Indonesia adalah UKM mikro yang merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia (Luckandi, 2018). Baru-baru ini, pangsa UKM telah berkembang sangat pesat. Berbagai bentuk UKM telah tumbuh di semua daerah dan terus berkembang. Tak terkecuali di kota Malang, khususnya di Lowokwaru sebagai salah satu kecamatan. Dengan pesatnya pertumbuhan dan perkembangan teknologi, fintech saat ini menawarkan keuntungan dan kemudahan bagi

UKM dalam menjalankan bisnisnya, salah satunya adalah OVO. Kajian yang dilakukan (Romadhon dan Fitri, 2020) menjelaskan bahwa di era industri 4.0 saat ini, peran *fintech* menjadi sangat dominan dan dapat diselaraskan dengan keberadaan UKM yang diharapkan mampu memperkuat perekonomian perusahaan dalam wilayah perkotaan.

OVO adalah startup teknologi finansial berupa dompet elektronik. Startup OVO didirikan oleh salah satu unit bisnis Lipo Group pada tahun 2017. OVO menawarkan kepada penggunanya jenis layanan transaksi digital berupa aplikasi keuangan pintar. Kehadiran OVO sebagai layanan financial technology telah menarik perhatian dan minat masyarakat luas karena kemudahan fungsi transaksinya. Selain keuntungan dan kemudahan, kehadiran OVO juga menawarkan berbagai keuntungan kepada penggunanya, serta diskon dan penawaran, kondisi ini dapat mempengaruhi minat pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut. Bukan hanya OVO akhir-akhir ini, ada startup *fintech* lain yang bermunculan, antara lain gopay, fund, just link dan shoppepay. Saat ini banyak bermunculan startup di bidang *fintech*, hal ini dapat menimbulkan persaingan, masyarakat tidak hanya tertarik dengan fintech OVO saja, tetapi juga startup fintech lainnya seperti gopay, shoppepay dan startup *fintech* lainnya yang terus berkembang. Kelebihan Fintech OVO jika dibandingkan dengan aplikasi dompet digital lain adalah karena memiliki kelebihan yaitu *cashback*, diskon, transaksi cepat dan aman, memiliki layanan OVO point, serta dapat mengumpulkan point (Widiyanti, 2020) sehingga sangat digemari oleh para pengguna dan merupakan salah satu aplikasi E-Wallet terpopuler di Indonesia (Devita, 2019).

Metode

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif melalui pendekatan asosiatif. merupakan suatu teknik penelitian yang mencoba mencari hubungan atau hubungan sebab akibat antara variabel bebas dengan variabel terikat. dalam satu penelitian (Sugiyono, 2014). Kegiatan penelitian telah dilakukan di kecamatan Lowokwaru, Kota Malang dengan para

responden adalah pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang menggunakan *financial technology* OVO. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, yaitu menggunakan metode judgmental sampling dalam pengambilan sampel yang diambil oleh peneliti dari anggota populasi yang dipilih berdasarkan pertimbangan dan intuisi peneliti (Sabila, 2021). Dalam kegiatan penelitian yang telah dilakukan yang menjadi kriteria yang dijadikan sampel adalah para pelaku usaha yang menggunakan *fintech OVO*, dikarenakan tidak diketahui dengan pasti secara keseluruhan jumlah pelaku usaha di Kecamatan Lowokwaru yang menggunakan OVO, maka pada penelitian ini sampel ditentukan dengan menggunakan model *Lemeshow*, sehingga jumlah responden pada penelitian ini yang dijadikan sampel adalah 96 responden. Variabel dalam penelitian ini adalah Persepsi manfaat (X1), Persepsi kemudahan (X2), Kepercayaan (X3), dan Minat penggunaan *fintech* (Y).

Data yang digunakan dan dianalisis dalam penelitian ini adalah data sumber yang diperoleh dari tanggapan responden melalui instrumen penelitian yang diberikan, data primer ini merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan mengajukan pertanyaan tertulis kepada responden. Responden memberikan jawaban atas tuduhan yang diajukan. Skala penilaian yang digunakan dalam kuesioner adalah skor berdasarkan skala Likert. Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder berupa data penelitian yang diperoleh dari sumber lain yaitu informasi dari referensi jurnal, buku, dan website.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan metode statistik menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi perangkat lunak SPSS. Analisis data ini dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang pengaruh variabel independen. (X) dengan variabel dependen (Y). , maka dalam penelitian ini persamaan regresinya adalah:

$$Y = \alpha \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini meliputi informasi umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, industri dan lama usaha, yang hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Umur Responden

No	Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
1	20 - 30	18	19,0
2	31 - 40	52	54,0
3	> 40	26	27,0
Total		96	100

Sumber: data primer, 2022

Berdasarkan informasi tersebut dapat diketahui bahwa responden sebagian besar berusia 31-40 tahun yaitu tidak kurang dari 52 orang, yaitu 54,0%

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
1	Pria	65	68,0
2	Wanita	31	32,0
Total		96	100

Sumber: data primer, 2022

Berdasarkan informasi yang diperoleh, dapat dikatakan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah laki-laki, yaitu. 65 orang, yaitu 68,0%

Tabel 3. Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
1	SMP	15	16,0
2	SMA	58	60,0
3	Perguruan tinggi	23	24,0
Total		96	100

Sumber: data primer, 2022

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat diketahui bahwa responden lebih dominan memiliki pendidikan SMA yaitu sebanyak 58 orang atau 60,0%.

Tabel 4. Kegiatan Usaha Responden

No	Jenis Usaha	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
1	Jasa	37	39,0
2	Dagang	59	61,0
Total		96	100

Sumber: data primer, 2022

Berdasarkan data yang diperoleh maka dapat diketahui bahwa responden lebih dominan memiliki jenis usaha dagang yaitu sebanyak 59 orang atau 61,0%.

Tabel 5. Lama Usaha Responden

No	Lama usaha	Jumlah (orang)	Prosentase (%)
1	1-5 tahun	15	16,0
2	6-10 tahun	20	21,0
3	>10 tahun	61	63,0
Jumlah		96	100

Sumber: data primer, 2022

Berdasarkan informasi dari bahan penelitian yang diperoleh dalam karya ini dapat dinyatakan bahwa lama perusahaan yang dominan adalah > 10 tahun yaitu 61 orang, yaitu 63,0%.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh manfaat yang dirasakan, kemudahan yang dirasakan, dan kepercayaan pengusaha dalam penggunaan teknologi pembiayaan OVO di Kelurahan Lowokwaru Kota Malang.

Tabel 6. Hasil uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B Unstandardize d Coefficients	Keterangan
Constant	13,718	Positif
(X ₁)	0,543	Positif
(X ₂)	0,525	Positif
(X ₃)	0,662	Positif

Sumber: data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 6 dapat dibangun model persamaan regresi berganda dalam penelitian ini untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu persepsi kegunaan (X₁), persepsi kemudahan penggunaan (X₂) dan kepercayaan. variabel (X₃) permodalan *Financial Technology* OVO (Y) Pelaku UMKM di Kecamatan Lowokwaru Kabupaten Malang menggunakan persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 13,718 + 0,543X_1 + 0,525X_2 + 0,662X_3 + e$$

Berdasarkan analisis menggunakan persamaan regresi dapat dijelaskan bahwa untuk variabel minat penggunaan financial technology OVO memiliki nilai konstanta sebesar 13,718 yaitu. jika nilai variabel X₁, X₂ dan X₃ meningkat sebesar 1,730. , maka pengaruh total menjadi 15,448, sehingga pengaruh nilai regresi pada masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Y = Variabel minat penggunaan teknologi finansial OVO menjadi variabel dependen dalam penelitian ini yang nilainya diprediksi oleh variabel persepsi manfaat (X₁), variabel persepsi kemudahan penggunaan (X₂) dan variabel reliabilitas (X₃).

X₁ = koefisien analisis regresi (X₁) sebesar 0,543 menunjukkan variabel persepsi manfaat (X₁) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel minat penggunaan *financial technology* OVO (Y), hal ini berarti variabel persepsi manfaat mendukung peningkatan minat penggunaan *financial technology* OVO.

X₂ = koefisien analisis regresi (X₂) sebesar 0,525 menunjukkan variabel persepsi kemudahan (X₂) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel minat penggunaan *financial technology* OVO (Y), hal ini berarti variabel persepsi kemudahan mendukung peningkatan minat penggunaan *financial technology* OVO.

X₃ = koefisien analisis regresi (X₃) sebesar 0,662 menunjukkan variabel kepercayaan (X₃) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel minat penggunaan *financial technology* OVO (Y), hal ini berarti variabel kepercayaan mendukung peningkatan minat penggunaan *financial technology* OVO.

Berdasarkan uji regresi linier berganda diketahui bahwa kepercayaan berpengaruh dominan terhadap penggunaan *financial technology* OVO di kawasan Lowokwaru Kota Malang dengan koefisien regresi sebesar 0,662. Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai r-

squared sebesar 0,679 yang berarti bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan mendorong minat pengusaha dalam menggunakan *financial technology* OVO di kawasan Lowokwaru Malang. 67,9%, sisanya 0,321 atau 32,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar konteks penelitian yang dilakukan atau tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, analisis yang disajikan dapat membuktikan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengusaha di kecamatan lowokwaru kota Malang untuk menggunakan teknologi pembiayaan OVO. error free t-value 4,344, nilai signifikansi 0,000 dan nilai koefisien regresi 0,543 sehingga H1 diterima dalam penelitian ini. Artinya, dapat menunjukkan bahwa semakin baik dukungan untuk manfaat yang dirasakan tumbuh minat pelaku usaha penggunaan *financial technology* OVO. Persepsi manfaat yang mempengaruhi minat penggunaan *financial technology* OVO seperti mempermudah pekerjaan, meningkatkan produktivitas, meningkatkan efektivitas, lebih terampil, mendapatkan keuntungan, mampu meningkatkan omset, aman dalam transaksi, tidak dikenai biaya potongan, melancarkan proses transaksi, mendapatkan diskon saat promosi. Hasil studi ini juga sesuai dengan studi (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021) dapat membuktikan bahwa adanya persepsi pada manfaat mampu memberikan pengaruh positif sekaligus signifikan pada minat pelaku usaha untuk menggunakan OVO, artinya persepsi adanya manfaat mampu meningkatkan minat terhadap penggunaan aplikasi *financial technology* OVO.

Hasil penelitian yang dianalisis dan dipaparkan menunjukkan bahwa pandangan peluang menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat wirausaha menggunakan teknologi finansial OVO di Kecamatan Lowokwaru Kabupaten Malang dengan nilai t sebesar 3,671, nilai signifikan sebesar 0,002, dan koefisien regresi sebesar 0,525 untuk menerima. H2 dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi kemudahan yang dimiliki para pelaku usaha maka akan meningkatkan minat terhadap penggunaan *financial technology* OVO. Persepsi kemudahan yang mempengaruhi minat

penggunaan *financial technology* OVO seperti kemudahan dalam mempelajari aplikasi, kemudahan dalam menggunakan, kemudahan dalam proses transaksi, kemudahan layanan transfer, praktis, fleksibilitas, kemudahan mengakses dan mendapatkan laporan keuangan secara *real time*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Safitri & Diana, 2020) membuktikan bahwa persepsi terhadap kemudahan pada penggunaan yaitu mudah untuk dipergunakan, mudah dipelajari, serta mudah berinteraksi mampu meningkatkan minat pengguna pada penggunaan *fintech* OVO.

Hasil penelitian yang telah dianalisis dan disajikan dapat membuktikan variabel kepercayaan dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat pelaku usaha dalam menggunakan *financial technology* OVO di wilayah Kecamatan Lowokwaru Malang dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,426 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 serta koefisien nilai regresi sebesar 0,662, sehingga H₃ dalam studi ini dapat diterima. Hal ini dapat diartikan semakin baik dukungan dari variabel kepercayaan akan dapat meningkatkan minat penggunaan *financial technology* OVO. Kepercayaan yang mempengaruhi minat penggunaan *financial technology* OVO seperti aplikasi sangat menjaga kerahasiaan data dan keamanan pengguna, pelayanan cepat, apabila gagal transaksi perusahaan bertanggung jawab, bersifat terbuka atas transaksi keuangan dan kualitas pelayanan aplikasi baik. Hasil dari studi ini sesuai dengan hasil penelitian (Noviyanti, Akhnes & Erawati, 2021) menjelaskan bahwa kepercayaan dapat berpengaruh positif pada minat penggunaan *financial technology* OVO.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat membuktikan bahwa secara bersamaan, persepsi keuntungan, kenyamanan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengusaha untuk menggunakan *financial technology* OVO di kawasan Lowokwaru Malang dengan nilai F hitung 5,857 dan nilai signifikan (0,000) atau pengaruhnya sebesar 67,9%, maka H4 diterima dalam penelitian ini. Ini berarti manfaat yang dirasakan, kenyamanan yang dirasakan, dan kepercayaan mendukung minat untuk menggunakan teknologi keuangan OVO. Ketertarikan menggunakan *financial*

technology OVO, seperti sering menggunakan OVO, penggunaan OVO dalam jangka panjang, mencari informasi terbaru dari OVO, kesinambungan layanan dan pengenalan layanan kepada pihak lain. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Pratama dan Suputra, 2019) yang menemukan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan dapat mendukung minat menggunakan fintech

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat pengusaha menggunakan teknologi pembiayaan OVO di kawasan Lowokwaru Malang. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan secara signifikan dapat mempengaruhi minat pengusaha dalam menggunakan teknologi pembiayaan OVO di kawasan Lowokwaru Malang. Selain itu, hasil penelitian dapat menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat pengusaha dalam menggunakan financial technology OVO. Sementara itu, hasil kajian juga dapat menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kenyamanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat pengusaha untuk menggunakan teknologi pembiayaan OVO. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan variabel yang paling mempengaruhi minat pengusaha dalam menggunakan financial

Daftar Referensi

- Ar-Robi, M. R., & Wibawa, B. M. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan dan Performa pada Merchant OVO di Surabaya. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 8(1). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v8i1.41646>
- Devita, V. D. (2019). Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia? Retrieved January 23, 2020,

from <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>

- Ginting, M. (2019). *Pengaruh Persepsi Masyarakat dan Efisiensi Dalam Bertransaksi Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money*.
- Luckandi, D. (2018). Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM Di Indonesia: Pendekatan Adaptive Structuration Theory. In *JIKO - STMIK AKAKOM YOGYAKARTA* (Vol. 3, Issue 2). <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/9681>
- Nasir, F. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal Investasi*, 7(1), 36–43.
- Nizar, M. A. (2017). *Teknologi Keuangan (Fintech) : Konsep dan Implementasinya di Indonesia* ¶ (pp. 1–15). MPRA.
- Noviyanti, Akhnes & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65–74.
- Nugroho, A. Y., & Rachmaniyah, F. (2019). Fenomena Perkembangan Crowdfunding Di Indonesia. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadir*, 4(1), 34–46. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.254>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 927–953. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Rifa'i, M., Alabror, D., & Agustim, W. (2022). Perceptions Of Easy Of Use, Benefits, And Risks Of Their Effect On Interest In Shopee Paylater Using The Shopee Marketplace As A Mediation Variable. *Jurnal Ekonomi*, 11(01), 400–411.
- Rifa'i, M., Yati, W., & Susanti, R. A. D. (2020). Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan*

Akuntansi, 8(1), 61–72.
<https://doi.org/10.33366/ref.v8i1.1812>

Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo. *Journal IMAGE*, 10(1), 53–62.

Romadhon, F., & Fitri, A. (2020). Analisis Peluang dan Tantangan Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya optimalisasi Potensi UMKM (Studi Kasus UMKM di Gresik). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(1), 30–44.
<https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/645>

Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699.
<https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>

Sabila, A. A. (2021). *Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Literasi Keuangan Pada Pelaku UMKM Di Kecamatan Medan Denai*.

Safitri, D. D., & Diana, N. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Penggunaan Dompot Elektronik (OVO) Dalam Transaksi Keuangan. *E-Jra*, 09(05), 92–107.
<http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/8291>

Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008#:~:text=UU%20No.%2020%20Tahun%202008,dan%20Menengah%20%5BJDIH%20BPK%20RI%5D>

Widiyanti, W. (2020). Pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter-Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54-68.