

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN EFEKTIVITAS  
TERHADAP MINAT PEMBAYARAN MENGGUNAKAN  
*FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)*  
(Studi Kasus Pada UMKM Di Desa Tuntungan)**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**RAIS DHANI AL IRSYAD  
198320099**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)10/5/24

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN EFEKTIVITAS  
TERHADAP MINAT PEMBAYARAN MENGGUNAKAN  
*FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)*  
(Studi Kasus Pada UMKM Di Desa Tuntungan)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Medan Area

**OLEH :**

**RAIS DHANI AL IRSYAD  
198320099**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 10/5/24

Access From (repository.uma.ac.id)10/5/24

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Efektivitas Terhadap Minat Pembayaran Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* Pada UMKM Di Desa Tuntungan

Nama : RAIS DHANI AL IRSYAD

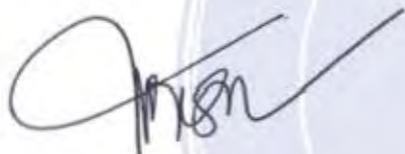
NPM : 198320099

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing



(Dr. Nur Aisyah, SE, MM)  
Pembimbing



(Yuni Syahputri, SE, M.Si)  
Pembimbing

Mengetahui



(Ahmad Rafki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)  
Dekan



(Dr. Indawati Lestari, SE, M.Si)  
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus: 04-April-2024

## HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 04-April-2024



RAIS DHANI AL IRSYAD

198320099

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : RAIS DHANI AL IRSYAD  
NPM : 198320099  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Efektivitas Terhadap Minat Pembayaran Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* Pada UMKM Di Desa Tuntungan**". Dengan Hak Bebas Royalti NonRoyalti Eksklusif, Universitas Medan Area berhak mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada Tanggal : 04-April-2024  
Yang Menyatakan



**RAIS DHANI AL IRSYAD**  
198320099

## RIWAYAT HIDUP



Nama	RAIS DHANI AL IRSYAD
NPM	198320099
Tempat, Tanggal Lahir	Tanjung Morawa, 10 Januari 2001
Nama Orang Tua :	
Ayah	Ramadhani MR
Ibu	Yuliari Dewi
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Negeri 1 Pancurbatu
SMA	SMA Negeri 1 Pancurbatu
Riwayat Studi di UMA	-
Pengalaman Pekerjaan	-
No HP/ WA	+62 852-6229-7528
Email	<a href="mailto:rais1727@gmail.com">rais1727@gmail.com</a>

## ABSTRACT

*This research aims to determine "The Influence of Perceptions of Convenience and Effectiveness on Interest in Payments Using Financial Technology (Fintech) in UMKM in Tuntungan Village". Where the perception of ease is a feeling of confidence in an information system where if we involve the information system then it will be easier for us in our activities and speed up in completion, effectiveness is reflected in the more usefulness that users get in using technology, the effectiveness of its use can be achieved, and payment interest is a feeling of interest in a technological system so that it influences a person's behavior in interacting with the object of interest. This research adopts a type of causal associative quantitative research. The population in this study was 242 UMKM in Tuntungan Village with a total sample of 76 respondents using a purposive sampling technique. Based on the results of partial testing (t test), it was found that partially perceived ease had a positive and significant effect on interest in payment and partially effectiveness had a positive and significant effect on interest in payment. Based on the results of simultaneous testing (F test), it was found that simultaneously perceived ease and effectiveness had a positive and significant effect on payment interest. In the Determination Coefficient Test (R<sup>2</sup>), it can be seen that the Adjusted R Square value obtained is 0.186 (18,6%), so there is 81,4% which is apparently influenced by other factors and cannot be explained in this research.*

*Keywords: Perception of Convenience, Effectiveness, Interest in Payment, Financial Technology (Fintech), UMKM*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Efektivitas Terhadap Minat Pembayaran Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* Pada UMKM Di Desa Tuntungan”. Yang mana persepsi kemudahan merupakan perasaan yakin terhadap suatu sistem informasi yang mana jika kita melibatkan sistem informasi tersebut maka kita akan dimudahkan dalam kegiatan dan dipercepat dalam penyelesaian, efektivitas dicerminkan pada semakin banyak kegunaan yang didapatkan oleh pengguna dalam menggunakan teknologi maka efektivitas penggunaannya pun dapat tercapai, dan minat pembayaran merupakan rasa ketertarikan terhadap suatu sistem teknologi sehingga mempengaruhi perilaku seseorang tersebut untuk melakukan interaksi terhadap objek yang diminatinya. Penelitian ini mengadopsi jenis penelitian kuantitatif asosiatif kausal. Adapun populasi dalam penelitian ini merupakan para pelaku UMKM Desa Tuntungan sebanyak 242 UMKM dengan total sampel yang digunakan sebanyak 76 responden dengan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) ditemukan bahwa secara parsial persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran dan secara parsial efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (uji F) ditemukan bahwa secara serentak persepsi kemudahan dan efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran. Pada Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) terlihat bahwa nilai Adjusted R Square yang diperoleh yaitu sebesar 0,186 (18,6%), sehingga terdapat 81,4% yang ternyata dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya dan tidak dapat dipaparkan pada penelitian ini

Kata Kunci : Persepsi Kemudahan, Efektivitas, Minat Pembayaran, *Financial Technology (Fintech)*, UMKM

## KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Efektivitas Terhadap Minat Pembayaran Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* Pada UMKM Di Desa Tuntungan”**. Adapun penyusunan skripsi ini, penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan guna untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari betul akan keterbatasan waktu, pengetahuan dan biaya, sehingga tanpa bantuan dan bimbingan semua pihak, keberhasilan tidak akan tercapai. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan segala kesungguhan hati, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan berupa doa dan materi, sepanjang masa penelitian dan penyelesaian skripsi ini.

Selanjutnya penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MM,. PhD selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

3. Ibu Indawati Lestari, SE, M.Si selaku Ketua Prodi Program Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Dr. Nur Aisyah, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dalam penyusunan serta memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah, SE, M.Sc selaku Sekretaris Dosen yang telah meluangkan waktu serta memberikan saran ketika bertukar pikiran dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Yuni Syahputri, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan dan nasehat kepada penulis selama menuntut ilmu di Universitas Medan Area
8. Seluruh Pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area
9. Kepada Kepala Desa Tuntungan I beserta jajarannya yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian dan mendapatkan data yang diperlukan dalam penyelesaian skripsi ini, kecekatan pelayanan kalian sangat membantu serta mempermudah mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

10. Kepada orang tua tercinta yaitu Ayah Ramadhani MR dan Ibu Yuliari Dewi yang senantiasa memberikan kasih sayang serta memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis selama proses penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak keterbatasan kemampuan yang dimiliki, dan penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kepada pembaca dapat kiranya memberikan kritik dan saran yang dapat membangun untuk semua pihak. Dengan demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Medan, 04-April-2024  
Penulis,



Rais Dhani Al Irsyad



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	13
2.2 <i>Financial Technology (Fintech)</i> .....	13
2.2.1 Pengertian <i>Financial Technology (Fintech)</i> .....	13
2.2.2 Jenis-Jenis <i>Fintech</i> .....	14
2.2.3 Manfaat <i>Fintech</i> .....	17
2.3 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) .....	18
2.3.1 Pengertian UMKM.....	18
2.3.2 Kriteria UMKM .....	18
2.3.3 Potensi UMKM .....	19
2.3.4 Permasalahan Umum UMKM .....	20
2.4 Minat Pembayaran Menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> .....	21
2.4.1 Pengertian Minat Pembayaran .....	21
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembayaran .....	22
2.4.3 Indikator Minat Pembayaran.....	25
2.5 Persepsi.....	26
2.5.1 Pengertian Persepsi .....	26
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi .....	27
2.5.3 Proses Terjadinya Persepsi.....	30
2.6 Persepsi Kemudahan ( <i>Perceived Ease Of Use</i> ).....	31
2.6.1 Pengertian Persepsi Kemudahan .....	31
2.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan..	32
2.6.3 Indikator Persepsi Kemudahan .....	33
2.7 Efektivitas ( <i>Effectiveness</i> ) .....	35
2.7.1 Pengertian Efektivitas .....	35
2.7.2 Indikator Efektivitas.....	36

2.8	Penelitian Terdahulu.....	38
2.9	Kerangka Konseptual .....	39
2.10	Hipotesis .....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>41</b>
3.1	Desain Penelitian .....	41
3.2	Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	41
3.2.1	Lokasi Penelitian.....	41
3.2.2	Waktu Penelitian .....	42
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	42
3.4	Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1	Populasi.....	43
3.4.2	Sampel.....	44
3.5	Sumber Data Penelitian .....	44
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	45
3.7	Metode Analisis Data .....	46
3.7.1	Uji Instrumen .....	46
3.7.1.1	Uji Validitas.....	46
3.7.1.2	Uji Reliabilitas .....	48
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.7.2.1	Uji Normalitas.....	49
3.7.2.2	Uji Multikolinearitas.....	49
3.7.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	50
3.7.3	Uji Regresi Linier Berganda .....	51
3.7.4	Uji Hipotesis .....	51
3.7.4.1	Uji Parsial (Uji T) .....	51
3.7.4.2	Uji Simultan (Uji F).....	52
3.7.5	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>54</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	54
4.1.1	Deskripsi Data Penelitian.....	54
4.1.2	Identifikasi Identitas Responden.....	54
4.1.3	Distribusi Jawaban Responden .....	56
4.1.4	Teknik Analisis Data.....	65
4.1.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.1.4.2	Uji Regresi Linier Berganda .....	70
4.1.4.3	Uji Hipotesis .....	71
4.1.4.4	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	74
4.2	Pembahasan .....	75
4.2.1	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pembayaran Menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> .....	75
4.2.2	Pengaruh Efektivitas Terhadap Minat Pembayaran Menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> .....	77

4.2.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Efektivitas Terhadap Minat Pembayaran Menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>89</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah UMKM Kota Medan 2021 .....	3
Tabel 1.2	Data Jumlah UMKM Desa Tuntungan Yang Menggunakan <i>Fintech</i> dan Tidak Menggunakan <i>Fintech</i> .....	10
Tabel 2.1	Kriteria UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) .....	19
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 3.1	Rencana Waktu Penelitian .....	42
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian.....	43
Tabel 3.3	Skor Jawaban Kuesioner .....	46
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Aplikasi <i>Fintech</i> Yang Dipergunakan .....	55
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Persepsi Kemudahan (X <sub>1</sub> ) .....	56
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Efektivitas (X <sub>2</sub> ).....	59
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Minat Pembayaran (Y).....	62
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov smirnov .....	66
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.9	Hasil Uji Glejser .....	69
Tabel 4.10	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4.11	Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	72
Tabel 4.12	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	73
Tabel 4.13	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tenaga Kerja Nasional .....	2
Gambar 1.2 Jumlah Umkm Di Indonesia Masuk Ekosistem Digital Pada Tahun 2020 .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	39
Gambar 4.1 Hasil Uji Histogram .....	67
Gambar 4.2 Hasil Uji Probability Plot .....	68



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	95
Lampiran 3 Output Hasil Pengolahan Data SPSS.....	103
Lampiran 4 Surat Riset/Survei Oleh Universitas Medan Area .....	109
Lampiran 5 Surat Keterangan Selesai Penelitian Oleh Desa Tuntungan.....	110



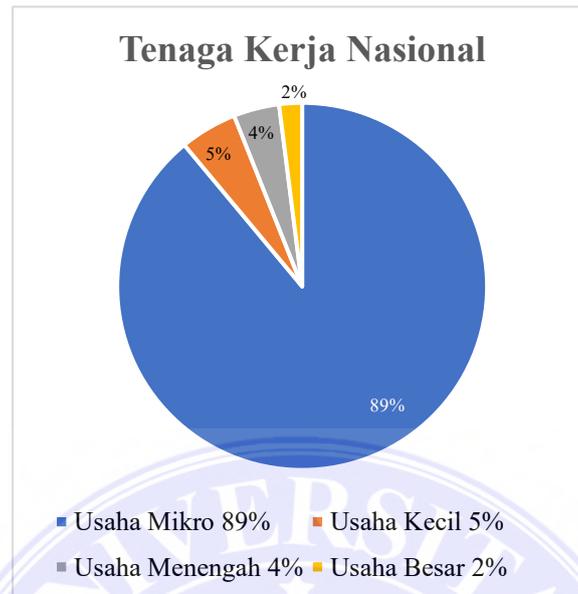
## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan perekonomian saat ini, perdagangan merupakan salah satu hal yang harus dilakukan oleh setiap Negara untuk memajukan perekonomian Negara itu sendiri, baik perdagangan secara mikro maupun makro. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting bagi laju perkembangan perekonomian yang mana sebagai salah satu cara untuk percepatan pembangunan daerah. Merujuk pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 mengenai UMKM. Pasal 1 dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan, sektor yang mengambil peran cukup besar dalam menyediakan lapangan pekerjaan sehingga dapat menyerap pengangguran. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) setelah adanya krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada tahun 1998, sedangkan UMKM tidak mengalami penurunan mala semakin mengalami peningkatan hingga saat ini (Dewi, 2018).

Suhariyanto, Kepala Badan Pusat Statistik menjelaskan sumber pertumbuhan ekonomi tertinggi yaitu lapangan usaha industri kemudian disusul oleh pedangan besar serta eceran. Belum kokohnya fundamental perekonomian Indonesia mendorong pemerintahan untuk membangun struktur ekonomi dengan mempertimbangkan adanya UMKM. Sektor tersebut memberikan peningkatan lapangan kerja. Artinya peran pedagangan besar maupun kecil mendukung dalam peningkatan lajunya pertumbuhan ekonomi (Sedyastuti, 2018).



**Gambar 1.1 Tenaga Kerja Nasional**  
Sumber : UKM Dan Koperasi Indonesia 2020

Menurut kementerian Koperasi dan UKM RI pada tahun 2020 dilihat dari jumlah unitnya, UMKM mempunyai pangsa pasar sekitar 99,99% (62,9 juta unit) dari jumlah keseluruhan pelaku usaha di Indonesia, sedangkan usaha besar hanya memberikan kontribusi sebanyak 0,01% atau sekitar 5.400 unit. Di lihat pada gambar 1.1 menjelaskan bahwa usaha mikro mampu menyerap tenaga kerja sekitar 107,2 juta atau (89,2%), pada usaha kecil berjumlah 5,7 juta atau (4,74%), dan usaha menengah berjumlah 3,73 juta atau (3,11%), sementara pada usaha besar menyerap sekitar 3,58 juta jiwa yang artinya secara keseluruhan UMKM hanya mampu menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, dibandingkan pada usaha besar hanya mampu menyerap sekitar 3% tenaga kerja dari total keseluruhan. Dapat dilihat bahwa peran UMKM sangatlah penting dalam perkembangan ekonomi di Indonesia. Sedangkan UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai hambatan dalam memaksimalkan potensi mereka.

Data terbaru databoks jumlah UMKM di Indonesia sepanjang 2022 bahwa UMKM berkembang sangat pesat di sejumlah daerah, terlihat dari data yang dilaporkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) total tembus 8,71 juta unit usaha. Sektor yang mendominasi pertama adalah Pulau Jawa tercatat, Jawa Barat sejumlah 1,49 juta unit usaha selain kepulauan jawa jumlahnya sedikit salah satunya yaitu urutan ke empat belas merupakan Sumatra Utara dengan 596 ribu unit.

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah UMKM Kota Medan 2021**

Kategori	Jumlah
Mikro	27660.0
Kecil	103.0
Menengah	-
Keseluruhan	27763.0

Sumber : Data Pemkomedan Jumlah Umkm Kota Medan

Dilihat dari data Tabel 1.1 jumlah UMKM kota medan hanya sedikit dibandingkan UMKM diwilayah lainnya pada tahun 2021 dijelaskan kategori mikro berjumlah 27660.0, kecil 103 dan Menengah 0. Nilai yang cenderung sedikit ini maka permasalahan yang harus ditanamkan kepada masyarakat medan perlu suatu dorongan dalam membangun sebuah UMKM.

Pembayaran dengan menggunakan *Fintech* yang praktis diharapkan mampu mengurangi hambatan-hambatan 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. Beberapa manfaat penerapan *Fintech* bagi UMKM antara lain mempermudah melakukan transaksi, pengembalian uang dapat dilakukan secara utuh, dan mengurangi antrean. Selain itu, penggunaan

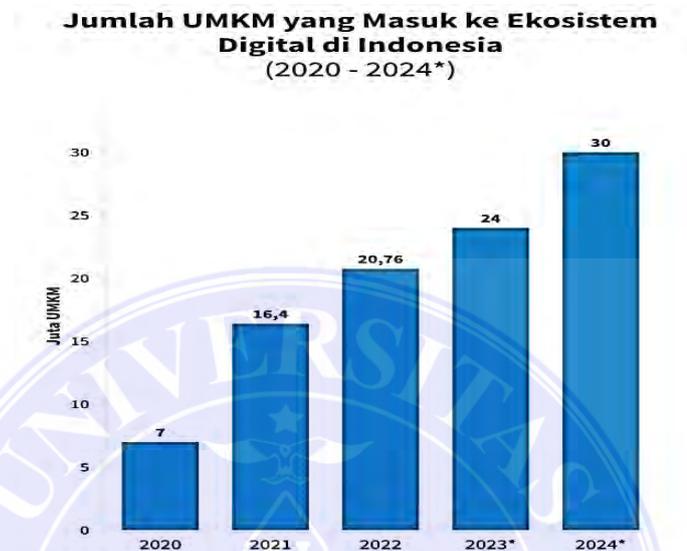
*Fintech* dapat mengakomodasi ketidak cukupan ketersediaan uang tunai yang dibawa oleh konsumen.

Menurut Sudaryanto (2011), Salah satu permasalahan terbesar yang dihadapi UMKM Indonesia adalah kurangnya akses dan kesadaran tentang manfaat penggunaan proses digitalisasi usaha. Dalam membangun persepsi para pelaku UMKM dengan menekankan tingginya persaingan pemasaran harus mampu menghadapi tantangan para pesaing UMKM lain dan adanya pandemi Covid-19 saat ini.

Penelitian yang dilakukan Santika, et al. (2022), menjelaskan pada tahun 2019 Indonesia mengalami penurunan laju perekonomian yang disebabkan wabah Covid-19, wabah tersebut mengakibatkan efek terhadap UMKM pergeseran interaksi antar manusia dengan mengurangi intensitas pertemuan fisik. Semakin berkembangnya UMKM mengharuskan pelaku UMKM untuk siap menghadapi persaingan dengan UMKM lain. Hal ini agar pelaku UMKM menciptakan usaha baru dan berbeda. Meskipun UMKM mempunyai peran yang potensial namun dalam kenyataannya masih banyak masalah yang dihadapi dalam perkembangannya. Terutama melakukan inovasi baru untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, dengan cara para pelaku UMKM harus mengembangkan platform melalui pengembangan ekosistem digital UMKM.

Ekosistem digital ini merupakan suatu perkumpulan teknologi informasi saling berkaitan dan terintegrasi antara satu dengan yang lain, sehingga dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak UMKM. Di era digitalisasi seperti saat ini perkembangan teknologi yang maju akan sangat mendukung UMKM dalam

membantu transaksi di masa pandemi COVID-19 sampai sekarang. Saat ini UMKM dalam menerapkan ekosistem digital semakin tahun mengalami peningkatan.



**Gambar 1.2 Jumlah Umkm Di Indonesia Masuk Ekosistem Digital Pada Tahun 2020**

Sumber: Kementerian Koperasi Dan UKM

Demikian, dari gambar 1.2 menjelaskan bahwa kementerian koperasi dan UKM mencatat jumlah UMKM yang telah masuk ekosistem tersebut mencapai 20,76 juta unit pada tahun 2022 dan diprediksi akan ada kenaikan pada tahun 2024. Jumlah tersebut sudah meningkat 26,6% dibandingkan pada tahun lalu sebanyak 16,4 juta UMKM. Berarti sudah ada 32,44% dari 64 juta unit UMKM yang telah masuk ekosistem digital. Teknologi saat ini semakin maju terutama dibidang teknologi keuangan. Hal ini mendorong perkembangan bisnis berbasis teknologi digital, salah satunya yaitu *Financial Technology (Fintech)*.

Menurut penelitian Rohila & Yusuf M., (2020), ada dua lembaga yang mengatur *Fintech* yaitu Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Melalui Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan

Pemrosesan Transaksi Pembayaran, PBI No. 19/12/PADG/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial, PADG No. 19/14/PADG/2017 tentang Ruang Uji Coba Terbatas (*Regulatory Sandbox*). Teknologi finansial mengatur secara jelas tata cara dan proses uji coba dalam *Regulatory Sandbox* dan peraturan Anggota Dewan Gubernur no. 19/15/PADG/2017 tentang Tata Cara Pendaftaran, Penyampaian Informasi, dan Pemantauan Penyelenggara Teknologi Finansial.

Rosalina, Handjoyo & Wibowo., (2015), Menerangkan bahwa munculnya sebuah Financial teknologi (*Fintech*) karena adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang didominasi oleh teknologi informasi tuntutan gaya hidup serba cepat membuat aktivitas sehari-hari menjadi lebih mudah. Adanya *Fintech* ini membantu dalam segi banyak hal terutama transaksi penjualan atau pembayaran. *Fintech* merupakan bentuk gabungan antara jasa dan layanan keuangan yang berbasis perangkat lunak dalam memberikan suatu jasa melalui program komputer maupun teknologi lainnya.

Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH) menerangkan bahwa, di Indonesia industri *Fintech* mempunyai beberapa jenis yang didominasi oleh sektor *Payment* sebesar 42,22%, *lending* 17,78%, *Aggregator* 12,59%, *Crowdfunding* 8.15% dan *Personal Or Financial Planning* sebesar 8,15%. tetapi kebanyakan masyarakat umumnya hanya mengenal dan menggunakan produk layanan pembayaran digital seperti OVO, Go Pay, Grab Pay dan lain-lain yang mereka anggap lebih mudah untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari tanpa mereka menyadari semua itu adalah bagian dari sebuah *Fintech*.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2015) Tentang Sistem Informasi Manajemen Barang Daerah dengan Metode *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan salah satu teori yang digunakan untuk menganalisa dan menjelaskan penerimaan individu terhadap suatu teknologi. Metode TAM ini merupakan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai alat ukur untuk menganalisis penerimaan individu terhadap penggunaan suatu teknologi. Dari hasil penelitian tersebut menjelaskan model TAM mampu memprediksi penerimaan penggunaan aplikasi bahwa yang berpengaruh terhadap Kondisi Nyata Pengguna adalah Desain Antar Muka dan Perilaku Pengguna.

Menurut penelitian Tri Inda (2018), menjelaskan bahwa dimana sikap masyarakat terhadap penggunaan *Fintech* memberikan dukungan kepada kemajuan inovasi teknologi, sehingga persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu perspektif yang mana setiap individu dapat dipahami dan kebebasan dalam diskusi dengan teknologi maka tidak akan mengeluarkan usaha yang lebih atau dengan kata lain bahwa menggunakan teknologi tidak mempersulit pekerjaannya. Namun, Persepsi manfaat dalam *Fintech* itu sendiri dianggap sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaan yang dilakukan, dengan kemungkinan risiko yang nantinya akan mereka dapatkan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Tri Inda Fadhila Rahma (2018), membahas tentang persepsi masyarakat Kota Medan terhadap penggunaan *Financial Technology (Fintech)* sebagai variabel bahwa adanya masyarakat yang belum memanfaatkan layanan *Fintech*. Alasan belum menggunakan layanan

tersebut dikarenakan kurangnya pemahaman dan ketiadaan pengalaman terhadap penggunaan manfaat *Fintech*, meskipun dalam aplikasi tersebut telah dilengkapi tatacara penggunaannya. Hal ini merupakan salah satu menjadi alasan dari beberapa masyarakat Kota Medan yang belum menggunakan produk *Fintech*, karena dianggap bertransaksi menggunakan *Fintech* lebih sulit daripada bertransaksi secara langsung. Kebanyakan smartphone masyarakat Kota Medan digunakan untuk mengakses sosial media, game, dan aplikasi hiburan lainnya, seharusnya penggunaan teknologi perlu dibiasakan sehingga ketika ada inovasi baru kita sebagai pengguna sudah terbiasa dengan kehidupan digital dan tidak mengalami kesulitan terhadap pengoperasiannya. Dapat dilihat dari penelitian tersebut dengan Teknik pengumpulan data menggunakan metode *indepth interview* dengan teknik analisa deskriptif kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data fokus kepada persepsi masyarakat Kota Medan terhadap penggunaan *Financial Technology (Fintech)* pun menyatakan bahwa minat masyarakat untuk menggunakan *Fintech* sudah terbukti dari hasil wawancara 9 dari 10 responden sudah berminat menggunakannya. Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat seberapa efektivitas pembayaran menggunakan finansial teknologi (*Fintech*).

Arti dari Efektivitas di dalam Kamus besar Bahasa Indonesia berasal dari kata efektif yang berarti sesuatu yang memiliki pengaruh atau akibat yang ditimbulkan, dan merupakan keberhasilan dari suatu usaha atau tindakan. Dalam penjelasan ini efektivitas yang dimaksud yaitu hasil yang didapat dari penggunaan teknologi sesuai dengan tujuan pengguna. Berdasarkan wawancara peneliti pada beberapa masyarakat Kota Medan yang menggunakan produk *Fintech* tidak begitu terbantu

dari penggunaan aplikasi dari produk *Fintech*, karena masih banyak transaksi yang harus menggunakan dengan cara manual atau transaksi langsung menggunakan uang tunai. Sehingga pengguna aplikasi produk *Fintech* harus menyediakan uang tunai disamping mengisi saldo untuk bertransaksi menggunakan aplikasi produk *Fintech*.

Penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti A. & Erawati T. (2021), menjelaskan tentang pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan dan efektivitas terhadap minat menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Kabupaten Bantul terdapat pengaruh positif pada persepsi kemudahan (X1) dan efektivitas (X3) terhadap minat penggunaan, sedangkan kepercayaan (X2) negative terhadap minat penggunaan *Fintech*. Sedangkan penelitian pada Maulidiya N. (2022), tentang pengaruh persepsi kemudahan, dan efektivitas terhadap minat masyarakat menggunakan platform *crowdfunding* berbasis QR code berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan pada variabel risiko terdapat pengaruh negatif dan signifikan. Pada penelitian Immawati S, A. (2019), membahas tentang minat masyarakat bertransaksi menggunakan *Financial Technology (Fintech)* di kota Tangerang adanya pengaruh kemanfaatan(X1), kemudahan (X2), faktor sosial(X3), dan jaminan keamanan (X4) mempunyai pengaruh signifikan secara reliabilitas terhadap minat bertransaksi kecuali, variabel efektivitas berpengaruh tidak signifikan.

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah UMKM Desa Tuntungan Yang Menggunakan *Fintech* dan Tidak Menggunakan *Fintech***

No	Jenis UMKM	Jumlah	Menggunakan <i>Fintech</i>	Tidak Menggunakan <i>Fintech</i>
1	Kuliner	108	32	76
2	Fashion	17	5	12
3	Toko Kelontong	36	12	24
4	Agrobisnis	12	2	10
5	Otomotif	27	7	20
6	Properti	42	18	24
Total		242	76	166

Sumber: Hasil Prasurvey (2023)

Dapat dilihat dari data Tabel 1.2 jumlah UMKM Desa Tuntungan masih banyak yang tidak menggunakan *Fintech* dalam bertransaksi ataupun dalam melakukan pembayaran. Ini mungkin dikarenakan masih banyak orang yang menganggap penggunaan *Fintech* itu tidak efektif ataupun sulit digunakan.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian terkait pentingnya membangun persepsi kegunaan sebuah teknologi dengan mampu mempertahankan suatu efektivitas penggunaan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di desa Tuntungan agar tidak tergeser oleh pesaing dan mengikuti perkembangan di era digitalisasi saat ini. Maka berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan fenomena-fenomena yang terjadi, penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Efektivitas Terhadap Minat Pembayaran Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* Pada UMKM Di Desa Tuntungan”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, adapun fenomena yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini yaitu dimana umkm desa tuntungan

masih banyak yang tidak menggunakan *Fintech* dalam bertransaksi ataupun dalam melakukan pembayaran. Ini mungkin dikarenakan masih banyak orang yang menganggap penggunaan *Fintech* itu tidak efektif ataupun sulit digunakan.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dengan pembahasan yang dipaparkan di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah :

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat pembayaran menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Desa Tuntungan?
2. Apakah Efektivitas berpengaruh terhadap minat pembayaran menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Desa Tuntungan?
3. Apakah persepsi kemudahan dan Efektivitas secara simultan berpengaruh terhadap minat pembayaran menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Desa Tuntungan?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan yang dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji serta mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat pembayaran menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Desa Tuntungan.

2. Untuk menguji serta mengetahui pengaruh Efektivitas terhadap minat pembayaran menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Desa Tuntungan.
3. Untuk menguji serta mengetahui pengaruh secara simultan persepsi kemudahan dan Efektivitas terhadap minat pembayaran menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Desa Tuntungan.

### 1.5 Manfaat Penelitian

#### 1. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya dapat dibandingkan dengan hasil penelitian selanjutnya.

#### 2. Bagi Penulis

- a. Bagi Penulis, penelitian ini bermanfaat untuk mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.
- b. Bagi Pengembang *Fintech*, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam membuat sistem layanan pembayaran berbasis teknologi sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan mahasiswa.

#### 3. Bagi UMKM

Hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan regulasi mengenai *Fintech* jenis pembayaran (*Payment*) pada pihak UMKM agar bisa meningkatkan pengetahuan dan manfaat *Fintech* sejalan dengan perkembangan teknologi saat ini.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Teori Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) sangat berpengaruh dan umum digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Teori ini pertama kali dikenalkan oleh Davis pada tahun 1986. Teori ini dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action* atau TRA oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980 (Jogiyanto, 2007:111).

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang dapat menjelaskan penerimaan atau penggunaan teknologi. TAM yang diterapkan dari TRA yang digunakan untuk mempelajari faktor-faktor penentu penerimaan sistem informasi (IS) memiliki dua faktor utama yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Berkat TAM, perilaku pengguna dalam penggunaan teknologi dapat lebih dipahami (Hartanti, 2021). Dalam perkembangannya, TAM dimodifikasi untuk memprediksi perilaku adopsi teknologi karena terdapat banyak faktor tambahan yang dapat mempengaruhi adopsi teknologi dalam konteks tertentu (Flavian et al., 2020).

#### 2.2 *Financial Technology (Fintech)*

##### 2.2.1 Pengertian *Financial Technology (Fintech)*

Menurut Pribadiono (2016:126-138) *Financial Technology (Fintech)* merupakan perpaduan antara teknologi dan fitur keuangan atau dapat juga diartikan inovasi pada sektor finansial dengan sentuhan teknologi moderen.

Sedangkan menurut surat edaran Bank Indonesia No.18/22/DKSP tentang penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital (LKD) teknologi finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran.

Konsep *Fintech* tersebut mengadaptasi perkembangan teknologi yang dipadukan dengan finansial dimana teknologi dapat berupa otomatisasi dengan mesin atau penggunaan media internet untuk mempermudah layanan keuangan dalam bentuk teknologi yang berdampak pada stabilitas keuangan dan kelancaran sistem pembayaran (Chung, 2018:79).

### 2.2.2 Jenis-Jenis *Fintech*

Dilihat dari jenis penyelenggaranya jenis *Fintech* dibagi dua kategori yakni *Fintech* 2.0 dan 3.0. *Fintech* 2.0 adalah layanan keuangan digital yang dioperasikan Lembaga keuangan perbankan, sedangkan *Fintech* 3.0 menunjuk kepada startup teknologi yang memiliki produk dan jasa inovasi keuangan. Setiap penyelenggara *Fintech* memiliki perbedaan jenis jasa layanan teknologi finansial.

Berikut 5 jenis *Fintech* yang sedang berkembang yang meliputi (OJK, 2018):

#### 1. *Crowdfunding*

*Crowdfunding* adalah produk *Fintech* sebagai platform mempertemukan pihak yang memerlukan dana dan pihak donatur dengan jaminan transaksi secara aman dan mudah. *Crowdfunding* atau penggalangan dana merupakan salah satu jenis *Fintech* yang sedang populer di berbagai negara, termasuk

Indonesia. Melalui jenis *Fintech* ini, masyarakat dapat menggalang dana atau berdonasi untuk suatu inisiatif atau program sosial yang mereka pedulikan. *Crowdfunding* tak hanya dimanfaatkan dalam pengumpulan donasi saja, namun juga diterapkan dalam mengembangkan usaha untuk menemukan investor dan pelaku bisnis.

## 2. *Microfinancing*

*Microfinancing* adalah salah satu layanan *Fintech* yang menyediakan layanan keuangan bagi masyarakat kelas menengah ke bawah untuk membantu kehidupan dan keuangan mereka sehari-hari. Masyarakat kelas menengah ke bawah kebanyakan masih kesulitan untuk mengakses ke bank, sehingga *Fintech* jenis ini hadir untuk mempermudah masyarakat mengakses institusi keuangan.

*Microfinancing* berusaha menjembatani permasalahan tersebut dengan menyalurkan secara langsung modal usaha dari pemberi pinjaman kepada calon peminjam. Sistem bisnis dirancang agar return bernilai kompetitif bagi pemberi pinjaman, namun tetap attainable bagi peminjamnya. Salah satu startup yang bergerak dalam bidang *microfinancing* ini adalah Amartha yang menghubungkan pengusaha mikro di pedesaan dengan pemodal secara online.

## 3. *Digital Payment Sistem*

Jenis *Fintech* ini bergerak di bidang penyediaan layanan berupa pembayaran semua tagihan seperti pulsa & pascabayar, kartu kredit, atau token listrik PLN. Dengan jenis *Fintech* ini, kamu nggak usah beli pulsa ke

konter handphone lagi untuk membeli pulsa, atau ke kantor PLN untuk beli atau bayar token listrik.

#### 4. *E-Aggregator*

Berbeda dengan jenis *Fintech* lainnya di Indonesia yang sebelumnya, e-aggregator justru lebih kepada sebuah platform yang bisa digunakan masyarakat untuk mencari informasi, maupun mengambil keputusan mengenai produk finansial yang akan dipilih. *Fintech* ini biasanya memiliki portal resmi, di mana terdapat sederet informasi yang berhubungan dengan produk keuangan.

#### 5. *Peer-To-Peer Lending*

Jenis pertama *Fintech* adalah *peer-to-peer lending*, jasa keuangan yang menyediakan peminjaman dana untuk modal usaha atau memenuhi kebutuhan. Adanya contoh *Fintech* ini membantu para pelaku usaha untuk memperoleh modal dengan cepat secara online.

Jenis *Fintech* yang satu ini pastinya sudah tak asing. *Peer-to-peer Lending* ini menyediakan layanan pendanaan dan penerimaan pendanaan di satu platform yang sama. Sederhananya, *Peer-to-peer Lending* adalah sebuah layanan pendanaan yang mempertemukan antara investor dan yang membutuhkan dana. Layanan berbasis P2P *lending* ini bisa dibilang cukup banyak diminati. Sebab, bukan hanya yang mendapat pembiayaan atau pendanaan saja, tapi juga investor atau funder yang mendapatkan keuntungannya. Investor biasanya akan mendapatkan imbal hasil dari pendanaan yang telah diberikan.

### 2.2.3 Manfaat *Fintech*

Menurut Bank Indonesia, Perkembangan *Fintech* yang sangat pesat di Indonesia dapat membawa banyak manfaat, manfaat tersebut dapat bagi peminjam, investor maupun perbankan di Indonesia (Hamdan et al., 2020) :

1. Bagi peminjam, manfaat yang dirasakan seperti mendorong inklusi keuangan, memberikan alternatif pinjaman bagi debitur yang belum layak kredit, prosesnya mudah dan cepat, dan persaingan yang ditimbulkan mendorong penurunan suku bunga pinjaman.
2. Bagi investor *Fintech*, manfaat yang dapat dirasakan seperti alternatif investasi dengan return yang lebih tinggi dengan risiko default yang tersebar di banyak investor dengan nominal masing-masing cukup rendah dan investor dapat memilih peminjam yang didanai sesuai preferensinya.
3. Bagi perbankan, kerjasama dengan *Fintech* dapat mengurangi biaya seperti penggunaan non-traditional credit scoring untuk filtering awal aplikasi kredit, menambah Dana Pihak Ketiga (DPK), menambah channel penyaluran kredit dan merupakan alternatif investasi bagi perbankan.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016), manfaat *Fintech* di Indonesia, yaitu (Firdaus et al., 2021) :

1. Mendorong distribusi pembiayaan Nasional yang masih belum merata di 17.000 pulau.
2. Mendorong kemampuan ekspor UMKM yang saat ini masih rendah.
3. Meningkatkan Inklusi keuangan nasional.
4. Mendorong pemerataan tingkat kesejahteraan penduduk.

5. Membantu pemenuhan kebutuhan pembiayaan dalam negeri yang masih sangat besar.

## **2.3 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)**

### **2.3.1 Pengertian UMKM**

Pada UU RI No 20 tahun 2008 mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah mendefinisikan UMKM. Usaha mikro yaitu suatu usaha yang sifatnya produktif yang dikuasai oleh seseorang dan/atau badan usaha yang sudah sesuai dengan syarat-syarat usaha mikro.

Usaha Kecil (UK) yaitu suatu usaha ekonomi yang sifatnya produktif yang dijalankan oleh seseorang dan/atau badan usaha yang mana bukan masuk dalam anak perusahaan maupun cabang suatu perusahaan yang telah didirikan seseorang, dikuasai maupun jadi bagian langsung ataupun tidak langsung dari usaha menengah maupun usaha besar, sudah sesuai dengan syarat dan karakteristik usaha kecil.

Sedangkan Usaha Menengah (UM) yaitu suatu usaha atau kegiatan ekonomi yang sifatnya produktif yang mana berdiri dengan sendirinya serta dikerjakan oleh seseorang dan/atau badan usaha yang tidak termasuk sebagai anak perusahaan atau bukan cabang dari perusahaan yang dikuasai, atau menjadi bagian secara langsung atau tidak langsung dari usaha kecil maupun besar (Undang-Undang Republik Indonesia, 2008).

### **2.3.2 Kriteria UMKM**

Karakteristik suatu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) ialah suatu sifat, fakta ataupun ciri-ciri yang mendasar pada setiap aktifitas bisnis atau

perilaku pengusaha tersebut. Adapun kriteria atau ciri-ciri UMKM menurut UU yaitu sebagaimana Tabel dibawah :

**Tabel 2.1**  
**Kriteria UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)**

Ukuran Usaha	Kriteria	Ciri-Ciri
Usaha Mikro	Dengan jumlah aset maksimalnya yaitu Rp.50 juta dengan jumlah omset penjualan maksimalnya sebesar Rp. 300 juta.	Tempat usaha yang tidak selalu menetap, skill sumber daya manusianya pada umumnya masih sangat rendah dan umumnya belum menerapkan catatan keuangan yang baik.
Usaha Kecil	Jumlah aset sekitar Rp. 50 juta s/d Rp. 500 juta dengan jumlah omset penjualannya mulai Rp.300 juta s/d Rp. 2.5 miliar.	Jumlah modal masih sangat terbatas, masih menggunakan sistem pembukuan yang masih sangat sederhana dan minim atau manual serta manajerial yang mengelola usaha atau bisnis masih sangat sedikit atau minim.
Usaha Menengah	Yaitu jumlah aset yang >Rp. 500 juta s/d 10 Miliarm serta jumlah omset sebesar Rp. omzet Rp. 2.5 miliar s/d Rp. 5 miliar.	Usaha menengah pada umumnya telah memiliki atau memenuhi segala jenis atau bentuk persyaratan mengenai legalitas, telah menerapkan berbagai peraturan dalam pengelolaan dan telah terdapat organisasi perburuhan seperti tenaga kerja, serta pada umumnya sudah memiliki tenaga kerja atau SDM yang terlatih.

Sumber : Semarangkota (2023)

### 2.3.3 Potensi UMKM

Menurut Harahap (2018) UMKM merupakan usaha yang bisa dikerjakan atau dilakukan oleh hampir semua orang sehingga mampu menyediakan lapangan usaha atau kesempatan dalam bekerja dan berusaha bagi setiap orang atau masyarakat, adapun beberapa potensi UMKM diantaranya ialah :

1. Usaha mikro jumlahnya sangat banyak.
2. Berpotensi dalam penyerap tenaga kerja dan penyediaan lapangan kerja.
3. Tahan krisis dan memberikan sumbangan bagi pertumbuhan ekonomi

Dengan peningkatan pendapatan akan mendorong peningkatan konsumsi nasional sehingga akan mendorong produksi yang lebih banyak serta pendapatan nasional akan mengalami peningkatan. Yang pada akhirnya akan mempercepat proses pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

### **2.3.4 Permasalahan Umum UMKM**

Tanjung (2017:104) memaparkan bahwa dalam UMKM selain mengalami permasalahan pada produksi dan pemasaran juga mengalami permasalahan dalam keuangan. Berikut ini beberapa persoalan yang paling umum terjadi pada UMKM terkait dengan keuangan, yaitu :

1. Modal kerja yang minim sehingga mengalami kendala dalam aktivitas usaha, misalnya pada peningkatan volume produksi serta biaya pemasarannya.
2. Minimnya literasi keuangan dan penguasaan teknologi yang rendah sehingga mengalami kendala dalam mengakses produk-produk keuangan.
3. Pengetahuan akan cara-cara untuk mengakses produk dan layanan keuangan yang sangat minim, pada umumnya pihak perbankan tidak bersedia memberi atau menambah jumlah pinjaman yang disebabkan oleh tidak adanya asset yang dapat dijadikan sebagai jaminan oleh pelaku UMKM terutama KUR yang disalurkan oleh perbankan.

UMKM pada umumnya belum menerapkan sistem catatan akan laporan keuangan sehingga sering terjadi keuangan usaha tidak diperhitungkan dengan baik. Ketika sedang mengalami keuntungan, keuntungan tersebut sering dihabiskan dengan cepat untuk keperluan konsumsi, atau bahkan keuntungan atau pendapatan

yang didapat dianggap hanya sebagai keuntungan saja, mereka sering lupa bahwa keuntungan tersebut terdapat modal. Apabila keadaan ini terus dilakukan maka tidak akan menutup kemungkinan bahwa akan terjadi penurunan volume kegiatan usahanya ataupun mungkin bisa berakibat pada tutupnya usaha.

## **2.4 Minat Pembayaran Menggunakan *Financial Technology* (*Fintech*)**

### **2.4.1 Pengertian Minat Pembayaran**

Menurut Ahmadi, minat penggunaan adalah ketertarikan pengguna dalam menggunakan suatu sistem, sehingga menjadi suatu kecenderungan perilaku ingin aman dan terus menggunakan sistem tersebut. Selain itu, Crow Abror mengemukakan bahwa minat penggunaan adalah suatu sikap perilaku yang berkaitan dengan keinginan dan minat guna mendorong minat pengguna dalam menggunakan suatu teknologi tertentu (Desvronita, 2021).

Minat dapat didefinisikan sebagai suatu keinginan individu yang terlibat dalam suatu perilaku tertentu, sehingga umumnya tanpa adanya minat seseorang terhadap sesuatu maka seseorang tersebut tidak akan berbuat apapun (Khoiriyah et al., 2020). Hal tersebut sejalan dengan yang dikemukakan oleh Rahman (2022), yang mana minat merupakan kecenderungan seseorang dalam hal perasaan senang atau tidak senang terhadap perasaan tertarik pada suatu obyek tertentu. Minat dapat dipahami sebagai kepentingan seseorang yang dijadikan dasar pertimbangan sebelum mengambil tindakan atau mengambil keputusan. Hal tersebut menunjukkan bahwa minat seseorang terhadap suatu hal tidak datang secara spontan melainkan timbul dari keinginan dan kebutuhan yang perlu dipenuhi.

Oleh karena itu, minat merupakan aspek psikologis seseorang yang menimbulkan perasaan ketertarikan terhadap sesuatu hal yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi tindakan orang tersebut. Umumnya, minat memiliki keterkaitan dengan insentif dalam diri individu, yang pada akhirnya menimbulkan keinginan untuk ikut serta dalam suatu hal yang menarik minatnya. Dan diidentikkan bahwa seseorang yang tertarik pada suatu objek akan cenderung merasa senang ketika berinteraksi dengan objek tersebut, sehingga cenderung akan lebih memperhatikan objek tersebut (Yanti, 2018).

Berdasarkan definisi minat yang dikemukakan oleh beberapa ahli tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa minat pembayaran merupakan rasa ketertarikan terhadap suatu sistem teknologi sehingga mempengaruhi perilaku seseorang tersebut untuk melakukan interaksi terhadap objek yang diminatinya.

#### **2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembayaran**

Ajay & Goodstein dalam Fajariah (2018) mengatakan bahwa jika kita ingin mempengaruhi seseorang, cara terbaik adalah dengan mengetahui apa yang dipikirkannya, sehingga tidak hanya memperoleh informasi tentang orang tersebut tetapi juga bagaimana mengolah informasi tersebut dan bagaimana menanganinya untuk menggunakannya.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat, diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Faktor kebudayaan
  - a. Kebudayaan merupakan faktor paling mendasar yang menentukan keinginan dan perilaku seseorang. Jika perilaku makhluk yang lebih

rendah sebagian besar didorong oleh naluri, maka sebagian besar perilaku manusia dipelajari.

- b. Subkultur, yaitu subkultur yang lebih kecil yang mengidentifikasi dan sosialisasinya bersifat unik terhadap perilaku anggotanya. Ada empat jenis subkultur, yaitu kelompok nasional, kelompok agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.
- c. Kelas sosial, yaitu kelompok-kelompok dalam masyarakat yang setiap kelompoknya cenderung mempunyai kesamaan nilai, minat, dan perilaku (Lidyawatie, 2018:32).

## 2. Faktor sosial

- a. Kelompok referensi, yaitu kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok ini sering juga disebut dengan kelompok keanggotaan, artinya kelompok yang dapat mempunyai pengaruh langsung terhadap seseorang. Anggota kelompok ini seringkali merupakan anggota kelompok dasar seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja, yang berinteraksi secara langsung dan terus menerus dalam situasi informal.
- b. Keluarga yaitu anggota keluarga yang dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Dalam organisasi pembelian konsumen, keluarga dibagi menjadi dua bagian. Nama keluarga pertama disebut nama keluarga terarah. Keluarga jenis ini mencakup orang tua dan saudara kandung, yang dapat membimbing agama, politik, dan ekonomi serta ambisi pribadi, harga diri, dan cinta. Kedua,

keluarga terdiri dari pasangan dan sejumlah anak. Keluarga jenis ini sering disebut dengan keluarga reproduktif.

- c. Peran dan status, yaitu kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat dijelaskan menurut peran dan statusnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan rasa hormat masyarakat secara umum, termasuk kelompok referensi, keluarga, peran dan status.

### 3. Faktor pribadi

- a. Peluang, yaitu keuntungan mempunyai arti dari segi pangkat atau nama nominal, jadi peluang dapat merujuk pada nama orang, tempat atau segala sesuatu dan segala sesuatu mempunyai keuntungan.
- b. Pekerjaan, terutama bila terdapat kelompok kerja, maka perusahaan dapat memproduksi produk sesuai dengan kebutuhan kelompok kerja tertentu.
- c. Status ekonomi yaitu status ekonomi seseorang dilihat dari tingkat pendapatan yang dapat mempengaruhi pilihan produk. Seringkali, pemilihan produk didasarkan pada situasi ekonomi seseorang, seperti tingkat pendapatan, tabungan, utang, dan sikap terhadap pengeluaran atau tabungan.
- d. Gaya Hidup, yang dapat dipahami sebagai cara hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan pandangan yang terbentuk melalui kelas sosial dan pekerjaan. Namun kelas sosial yang sama dan pekerjaan yang sama tidak menjamin munculnya gaya hidup serupa.

Melihat ini sebagai peluang pemasaran, banyak pemasar menyalurkan merek dengan gaya hidup mereka.

- e. Kepribadian dan persepsi diri yaitu kepribadian merupakan ciri psikologis yang membedakan setiap orang sedangkan persepsi diri lebih pada citra diri. Setiap orang memiliki beragam ciri kepribadian yang dapat memengaruhi belanja mereka. Kepribadian sering kali digambarkan dengan ciri-ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, kemampuan bersosialisasi, mempertahankan diri, dan kemampuan beradaptasi (Kotler & Keller, 2018:4).

### 2.4.3 Indikator Minat Pembayaran

Adapun indikator minat pembayaran menggunakan *Fintech* yang dikemukakan oleh Davis dalam Badaruddin & Risma (2021) yaitu terdiri dari :

1. Adanya perasaan puas setelah melakukan pembayaran menggunakan *Fintech*
2. Cenderung merekomendasikan untuk melakukan pembayaran menggunakan *Fintech*
3. Ingin terus menggunakan *Fintech* sebagai sarana pembayaran
4. Akan terus menggunakan *Fintech* di waktu yang akan datang

Selain itu, Walgito dalam Asri et al. (2020) mengemukakan bahwa terdapat 3 (tiga) indikator dari minat pembayaran menggunakan *Fintech* yang meliputi :

1. Ketertarikan pada objek yang diminati

Tertarik pada audiens yang diminati, yaitu calon konsumen atau konsumen yang selalu memiliki minat tinggi dan fokus terhadap *Fintech*.

## 2. Merasa senang

Perasaan senang yaitu calon pelanggan atau konsumen yang tertarik menggunakan *Fintech* tampak merasakan kesenangan dalam menggunakan *Fintech* dalam bertransaksi.

## 3. Cenderung menggunakan

kecenderungan penggunaan bergantung pada apakah pelanggan atau calon konsumen ingin menggunakan *Fintech* dalam transaksi sehari-hari mereka. Konsumen yang sangat peduli dengan penggunaannya akan menganggap diri mereka sering menggunakan *Fintech*.

## 2.5 Persepsi

### 2.5.1 Pengertian Persepsi

Menurut Sopiah & Sangadji (2018:42), Persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, mengolah, dan menginterpretasikan informasi. Informasi yang sama bisa dipersepsikan berbeda oleh individu yang berbeda. Persepsi individu tentang informasi tergantung pada pengetahuan pengalaman, Pendidikan, minat, perhatian, dan sebagainya. Sedangkan Walgito (2010:99) juga memberikan penjelasan bahwa persepsi sebagai suatu proses yang didahului oleh proses penginderaan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Proses tersebut tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan terjadinya pembentukan suatu proses persepsi.

Schiffman & Kanuk (2008:137) menjelaskan, persepsi merupakan proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli ke

dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. Proses ini dapat dijelaskan sebagai “bagaimana kita melihat dunia sekelilingkit”. Faktor fungsional yaitu faktor yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk faktor-faktor personal, sedangkan faktor struktural merupakan sifat stimuli fisik dan efek saraf yang ditimbulkannya (Jalaluddin, 2005:55-62).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi ini merupakan proses yang kompleks. Sehingga seringkali terjadi sebuah proses indentifikasi pada sesuatu hal menggunakan indera yang dimiliki masing-masing individu memilih untuk mengartikan secara spontan perasaan dan pikiran dari indera yang diterima dengan berbagai cara, dapat dikatakan telah terjadi persepsi setelah data atau rangsangan tersebut berhasil ditafsirkan. Sejalan dengan hal tersebut, maka persepsi seseorang ditentukan oleh dua faktor utama yaitu pengalaman masa lalu dan faktor pribadi.

### **2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi**

Menurut Thoah (2003:149-156), faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah sebagai berikut:

1. Faktor internal, antara lain:
  - a. Proses belajar (*learning*), merupakan semua faktor-faktor dari dalam individu yang membentuk perhatian kepada sesuatu obyek sehingga menimbulkan adanya persepsi yang didasarkan dari kekomplekan kejiwaan. Kekomplekan kejiwaan ini selaras dengan proses pemahaman atau prosesn belajar (*learning*) dan motivasi yang dimiliki oleh masing–masing orang.

- b. Motivasi, selain proses belajar, faktor dari dalam diri individu juga dipengaruhi oleh motivasi dan kepribadian. Walaupun motivasi dan kepribadian pada dasarnya tidak bisa dipisahkan dari proses belajar, keduanya juga mempunyai dampak yang amat penting. Dalam hal ini sesuatu yang menarik perhatian seringnya akan lebih menimbulkan motivasi.
  - c. Kepribadian, dalam membentuk persepsi unsur kepribadian amat erat hubungannya dengan proses belajar dan motivasi, yang mempunyai akibat tentang apa yang diperhatikan dalam menghadapi suatu situasi. Kepribadian, nilai –nilai, dan juga termasuk umur dapat memberikan dampak terhadap cara seseorang melakukan persepsi pada lingkungan di sekitarnya.
2. Faktor eksternal, antara lain:
- a. Intensitas, prinsip intensitas dari suatu perhatian dapat dinyatakan bahwa semakin besar intensitas stimulus dari luar, tentunya semakin besar pula perhatian yang di amati itu dapat dipahami.
  - b. Ukuran, faktor ini sangat dekat dengan prinsip intensitas. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besar ukuran sesuatu obyek, maka semakin mudah untuk bisa diketahui atau dipahami. Bentuk ukuran ini akan mempengaruhi persepsi seseorang, dan dengan melihat bentuk ukuran sesuatu obyek orang akan mudah tertarik perhatiannya, yang pada gilirannya dapat membentuk persepsinya.

- c. Keberlawanan atau kontras, prinsip keberlawanan ini menyatakan bahwa stimulus luar yang penampilannya berlawanan dengan latar belakangnya atau sekelilingnya atau yang sama sekali di luar dugaan orang banyak, akan menarik banyak perhatian. Dengan kata lain bahwa persepsi seseorang dibentuk dan dipengaruhi oleh faktor di luar diri individu yang menunjukkan adanya keberlawanan obyek dengan latar belakang atau sekelilingnya.
- d. Pengulangan (*repetition*), dalam prinsip ini dikemukakan bahwa stimulus dari luar yang diulang akan memberikan perhatian yang lebih besar dibandingkan dengan yang sekali dilihat. Pengulangan itu akan menambah kepekaan kita atau kewaspadaan terhadap stimulus. Pengulangan merupakan daya tarik dari luar tentang suatu obyek yang bisa mempengaruhi persepsi seseorang.
- e. Gerakan (*moving*), prinsip Gerakan menyatakan bahwa orang akan memberikan banyak perhatian terhadap obyek yang bergerak dalam jangkauan pandangannya dibandingkan dari obyek yang diam. Dari gerakan suatu obyek yang menarik perhatian seseorang, akan timbul suatu persepsi.
- f. Baru dan familier, prinsip ini menyatakan bahwa baik situasi eksternal yang baru maupun yang sudah dikenal dapat digunakan sebagai penarik perhatian. Obyek atau peristiwa baru dalam tatanan yang sudah dikenal, atau obyek atau peristiwa yang sudah dikenal dalam tatanan yang baru (berbeda) akan menarik perhatian pengamat.

Menurut Siagian (2016:101-105) menyebutkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu:

1. Seseorang yang bersangkutan, dalam hal ini orang yang berpengaruh adalah karakteristik individual meliputi dimana sikap, kepentingan, minat, pengalaman dan harapan.
2. Sasaran persepsi, yang menjadi sasaran persepsi dapat berupa orang, benda, peristiwa di mana sifat sasaran dari persepsi dapat mempengaruhi persepsi orang yang melihatnya. Hal lain yang ikut mempengaruhi persepsi seseorang adalah gerakan, suara, ukuran, Tindakan dari sasaran persepsi.
3. Faktor situasi, dalam hal ini tinjauan terhadap persepsi harus secara kontekstual artinya perlu dalam situasi yang mana persepsi itu timbul.

### **2.5.3 Proses Terjadinya Persepsi**

Setiap individu mengenali suatu objek dari luar dan ditangkap melalui inderanya. Bagaimana individu menyadari, mengerti apa yang diindera ini merupakan suatu proses terjadinya persepsi. Proses terjadinya persepsi menurut Thoha (2003:145) menyatakan bahwa proses terbentuknya persepsi seseorang didasari pada beberapa tahapan :

1. Stimulus dan rangsang terjadinya persepsi diawali ketika seseorang dihadapkan pada suatu stimulus atau rangsangan yang hadir dari lingkungannya.

2. Dalam proses registrasi, suatu gejala yang nampak adalah mekanisme fisik yang berupa penginderaan dan saraf seseorang berpengaruh melalui alat indera yang dimilikinya.
3. Interpretasi merupakan suatu aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting yaitu proses memberikan arti kepada stimulus yang diterimanya. Proses interpretasi bergantung pada cara pendalamannya, motivasi dan kepribadian seseorang.
4. Umpan Balik (*feedback*) setelah melalui proses interpretasi informasi yang sudah diterima dipersepsikan oleh seseorang dalam bentuk umpan balik terhadap stimulus.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi adalah suatu proses aktif timbulnya kesadaran dengan segera terhadap suatu objek yang merupakan faktor internal serta eksternal individu meliputi keberadaan objek, kejadian, dan oranglain melalui pemberian nilai terhadap objek tersebut.

## **2.6 Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*)**

### **2.6.1 Pengertian Persepsi Kemudahan**

Abdillah & Jogiyanto (2019:934) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) ialah sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan suatu teknologi dapat digunakan secara jelas dan tanpa banyak usaha, namun harus mudah digunakan dan digunakan. Hal tersebut didukung oleh definisi persepsi kemudahan menurut Davis dalam Febriyani (2018) yang mana persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang merasa suatu teknologi mudah untuk

dipahami. Dengan kata lain, ketika menggunakan sistem yang memerlukan sedikit usaha, persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan sistem meningkat.

Demikian pula dengan yang dikemukakan oleh Widjana dalam Deliyana et al. (2022) yang mana persepsi kemudahan yaitu adanya keyakinan bahwa seseorang tidak akan terganggu ketika menggunakan sistem komputer dan tanpa banyak usaha ketika menggunakannya. Dan persepsi kemudahan merupakan proses pengambilan keputusan yang melibatkan keyakinan (beliefs). Seseorang akan merasa bahwa sistem informasi dapat digunakan dengan baik. Konsep usability ini merupakan pengambilan keputusan melalui kepercayaan yang artinya informasi tersebut dapat digunakan dengan mudah, namun jika seseorang percaya akan keberadaan sistem informasi tersebut maka sangat sulit untuk digunakan sehingga orang tersebut tidak dapat menggunakannya (Abrilia & Tri, 2020).

Berdasarkan definisi persepsi kemudahan yang dikemukakan oleh beberapa ahli tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan merupakan perasaan yakin terhadap suatu sistem informasi yang mana jika kita melibatkan sistem informasi tersebut maka kita akan dimudahkan dalam kegiatan dan dipercepat dalam penyelesaian.

### **2.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kemudahan**

Istiarni & Hadiprajitno dalam Aini et al. (2021) mengemukakan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan dalam menggunakan teknologi yaitu sebagai berikut :

1. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, pada contoh pengalaman pengguna yang menggunakan teknologi serupa.

2. Faktor kedua adalah reputasi teknologi yang diperoleh pengguna. Reputasi yang baik yang diketahui pengguna akan mendorong mereka mempercayai kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
3. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme dukungan yang handal akan membantu pengguna merasa nyaman dan yakin akan tersedianya mekanisme dukungan yang handal apabila mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi sehingga mendorong kesadaran pengguna secara lebih aktif.

### 2.6.3 Indikator Persepsi Kemudahan

Davis dalam Mardiana et al. (2022) memaparkan bahwa terdapat 4 (empat) indikator persepsi kemudahan penggunaan *Fintech* yang meliputi :

1. Sistem *Fintech* sangat mudah dipelajari (*ease to learn*)  
Keadaan dimana para pelaku ekonomi percaya bahwa penggunaan suatu sistem baru dapat dengan mudah dipelajari.
2. Sistem *Fintech* dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (*clear and understandable*)  
Situasi di mana pelaku ekonomi menganggap sistem baru mudah untuk dipahami.
3. Keterampilan pengguna bertambah dengan menggunakan sistem *Fintech* tersebut (*become skillful*)

Situasi dimana pelaku usaha yakin bahwa dengan menggunakan sistem baru maka mereka akan menjadi individu yang kompeten dalam pemanfaatan teknologi.

4. Sistem *Fintech* sangat mudah dioperasikan (*ease to use*)

Keadaan dimana pelaku ekonomi menganggap penggunaan sistem baru mudah digunakan.

Terdapat beberapa indikator persepsi kemudahan yang dikemukakan oleh Adnan (2014) yang diantaranya yaitu :

1. *Ease* (kemudahan memperoleh)

Membantu konsumen dengan mudah menemukan penjual serta barang dan jasa yang mereka butuhkan. Kemudahan pembelian menurut adalah kenyamanan yang dirasakan konsumen karena dapat terhindar dari gangguan fisik maupun mental yang mungkin terjadi pada saat proses pembelian.

2. *Convenience* (kenyamanan)

Kenyamanan mengacu pada aktivitas pembelian yang dapat mengurangi waktu dan tenaga konsumen dalam proses pembelian. Kenyamanan berbelanja merupakan kenyamanan yang dirasakan konsumen ketika dapat berbelanja kapan saja dari lokasi yang berbeda tanpa harus pergi ke toko.

3. *Availability* (ketersediaan)

Mencakup ketersediaan berbagai macam produk dan informasi produk untuk dipertimbangkan konsumen saat berbelanja. Ketersediaan juga mencakup pemasangan sebagai pembelian dalam waktu 24 jam.

## 2.7 Efektivitas (*Effectiveness*)

### 2.7.1 Pengertian Efektivitas

Efektivitas dalam Kamus besar Bahasa Indonesia berasal dari kata efektif yang berarti sesuatu yang memiliki pengaruh, efek atau akibat yang ditimbulkan, dan merupakan keberhasilan dari suatu usaha atau tindakan (Alwi, 2002). Dalam hal ini yang dimaksud efektivitas yaitu hasil yang didapat dari penggunaan suatu teknologi yang sesuai dengan tujuan penggunaannya.

Selain itu, menurut Mardiasmo (2017:134) efektivitas adalah ukuran keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Jika suatu organisasi mencapai tujuannya, maka organisasi tersebut akan berfungsi secara efektif. Indikator keefektivitasan akan menggambarkan sejauh mana konsekuensi dan dampak (*outcome*) keluaran program terhadap pencapaian tujuan program. Semakin besar kontribusi hasil yang dicapai terhadap pencapaian tujuan atau sasaran yang telah ditentukan, maka semakin efisien pula proses kerja unit organisasi tersebut.

Berikut adalah beberapa pengertian efektivitas menurut para ahli, antara lain sebagai berikut:

1. Menurut Gibson, Efektivitas adalah pencapaian tujuan dan sasaran yang telah disepakati untuk mencapai tujuan usaha bersama, tingkat tujuan dan sasaran itu menunjukkan tingkat efektivitas. Tercapainya tujuan dan sasaran itu akan ditentukan tingkat pengorbanan yang telah dikeluarkan (Pasolong, 2014).

2. Menurut Sondang P. Siagian, Efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankannya. Efektivitas merupakan keberhasilan dari tercapai atau tidaknya sasaran yang telah ditentukan. Jika hasilnya semakin mendekati sasaran berarti semakin tinggi efektivitasnya (Faradiba et al., 2021).
3. Menurut Abdulrahmat, Efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah pekerjaan tepat pada waktunya (Gradianto, 2022).

Berdasarkan pengertian tersebut mengindikasikan bahwa persepsi kegunaan sangat berkaitan dengan efektivitas, semakin banyak kegunaan yang didapatkan oleh pengguna dalam menggunakan teknologi maka efektivitas penggunaannya pun dapat tercapai.

### 2.7.2 Indikator Efektivitas

Menurut Marisa (2020) terdapat beberapa indikator pada efektivitas yang meliputi :

1. Penggunaan sistem dapat meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*)
2. Penggunaan sistem dapat meningkatkan produktivitas individu (*increases productivity*)

3. Penggunaan sistem dapat meningkatkan efektivitas kinerja individu (*enhances effectiveness*)
4. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the sistem is useful*).

Selain itu, Sutrisno dalam Putri & Fanida (2017) memaparkan 5 (lima) indikator efektivitas program yang diantaranya yaitu :

1. Pemahaman program

Merealisasikan sebuah program agar dapat berjalan dengan lancar membutuhkan pemahaman terhadap program tersebut.

2. Tepat sasaran

Sasaran yang ditargetkan harus memiliki kesesuaian terhadap aturan yang telah ditetapkan agar program yang dilaksanakan dapat berjalan dengan efektif

3. Tepat waktu

Pengupayaan program akan efektif apabila dapat memenuhi syarat ketetapan waktu yang ditengatkan.

4. Tercapainya tujuan

Semakin memberikan manfaat program tersebut maka akan semakin efektif penggunaan program tersebut.

5. Perubahan nyata

Apabila program yang digunakan mampu memberikan perubahan nyata seperti manfaat yang diberikan cukup baik maka dapat dikatakan bahwa program tersebut efektif.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Noviyanti & Erawati (2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul)	Regresi linier berganda, Uji t, Uji F, Koefisien determinasi	Hasil penelitian menjelaskan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> sebesar 29,2%. Pengaruh kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> sebesar 11,8% dan efektivitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> sebesar 58,7%.
2	A'la (2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> (Studi Pada Masyarakat Kota Medan)	Regresi linier berganda, Uji t, Uji F, Koefisien determinasi	Hasil penelitian menjelaskan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>Fintech</i> , efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>Fintech</i> , dan risiko tidak berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>Fintech</i> .
3	Susanto et al. (2021)	Pengaruh Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Pada <i>Fintech</i>	Regresi linier berganda, Uji t, Uji F, Koefisien determinasi	Hasil penelitian menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan, efektivitas mempunyai berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>Fintech</i> , risiko mempunyai berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>Fintech</i> , dan secara simultan persepsi kemudahan, efektivitas, dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>Fintech</i> (pembayaran digital) pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan
4	Putri (2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Financial Technology (Fintech)</i> Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI Pengguna Layanan Dana)	Regresi linier berganda, Uji t, Uji F, Koefisien determinasi	Hasil penelitian menjelaskan bahwa secara parsial persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan risiko secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat bertransaksi. Dan secara simultan persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi

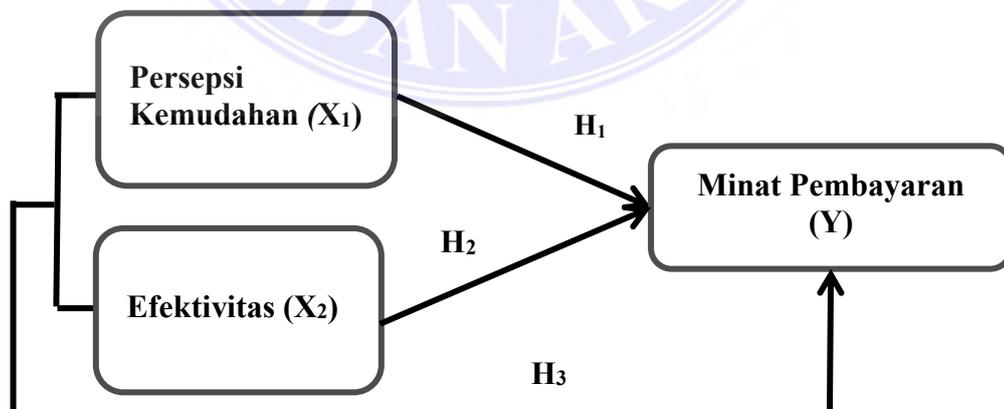
Lanjutan Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
5	Maulidya (2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Efektivitas terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Platform Crowdfunding Berbasis QR Code	Regresi linier berganda, Uji t, Uji F, Koefisien determinasi	Hasil penelitian menjelaskan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat, risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat, dan efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat

Sumber : Diolah Dari Beberapa Penelitian Terdahulu.

## 2.9 Kerangka Konseptual

Dengan adanya kerangka berfikir tersebut maka akan mempermudah penulis untuk dapat mengetahui bahwa Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Efektivitas Terhadap Pembayaran Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada para pelaku UMKM. Tentunya masing-masing variabel mempunyai pengaruh bervariasi pada penelitian terdahulu. Dengan demikian, kerangka konseptual pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

## 2.10 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan permasalahan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan jawaban sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori (Sugiyono, 2017:64).

Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H1: Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Desa Tuntungan.
- H2: Efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Desa Tuntungan.
- H3: Persepsi kemudahan dan efektivitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Desa Tuntungan.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian dapat dipahami sebagai suatu rencana kerja terstruktur yang melihat hubungan antar variabel secara komprehensif sehingga hasil penelitian dapat memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian (Umar dalam Salmaa, 2022). Adapun metode yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif asosiatif kausal.

Sugiyono (2018:13) mendeskripsikan bahwa kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan positivisme (data konkrit) yang mana data penelitian berupa angka-angka akan diukur secara statistik sebagai alat uji perhitungan, terkait dengan masalah yang dipelajari untuk kemudian menyimpulkan hasil yang didapatkan. Dan pendekatan asosiatif kausal didefinisikan sebagai rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel ataupun lebih, yang mana hubungan kausal ini sendiri bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2019:65).

Dengan demikian, penelitian asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang terdiri dari persepsi kemudahan ( $X_1$ ) dan efektivitas ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat yaitu minat pembayaran ( $Y$ ) menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Desa Tuntungan.

#### 3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

##### 3.2.1 Lokasi Penelitian

Tempat penelitian adalah tempat peneliti menemukan fenomena-fenomena tertentu di sana dan dijadikan sebagai latar penelitian. Moleong (2018:127)

menjelaskan bahwa pemilihan lokasi penelitian berpedoman pada teori empiris yang kemudian dikonstruksikan sebagai data sementara.

Adapun tempat yang menjadikan lokasi penelitian ini yaitu Desa Tuntungan yang beralamatkan di Jl. Kotalimbaru, Desa Tuntungan, Kec. Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, 20353.

### 3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian mencakup hari, bulan, tahun dilakukannya kegiatan penelitian Sujarweni (2021:73). Dengan demikian, berikut ini rincian waktu penelitian yang dipaparkan pada Tabel berikut :

**Tabel 3.1**  
**Rencana Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	2022	2023											2024	
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Apr	
1.	Pengajuan Judul														
2.	Penyusunan Proposal														
3.	Bimbingan Proposal														
4.	Seminar Proposal														
5.	Pengumpulan Data														
6.	Seminar Hasil														
7.	Sidang Meja Hijau														

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

Operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep/variabel agar diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep/variabel. Identifikasi variabel dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Persepsi kemudahan ( $X_1$ )	Abdillah & Jogiyanto (2019:934) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan ( <i>perceived ease of use</i> ) ialah sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan suatu teknologi dapat digunakan secara jelas dan tanpa banyak usaha, namun harus mudah digunakan dan digunakan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem <i>Fintech</i> sangat mudah dipelajari (<i>ease to learn</i>)</li> <li>2. Sistem <i>Fintech</i> dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (<i>clear and understandable</i>)</li> <li>3. Keterampilan pengguna bertambah dengan menggunakan sistem <i>Fintech</i> tersebut (<i>become skillful</i>)</li> <li>4. Sistem <i>Fintech</i> sangat mudah dioperasikan (<i>ease to use</i>)</li> </ol> Sumber : Davis dalam Mardiana et al. (2022)	Interval
2	Efektivitas ( $X_2$ )	Menurut Mardiasmo (2017:134) efektivitas adalah ukuran keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Jika suatu organisasi mencapai tujuannya, maka organisasi tersebut akan berfungsi secara efektif.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemahaman program</li> <li>2. Tepat sasaran</li> <li>3. Tepat waktu</li> <li>4. Tercapainya tujuan</li> <li>5. Perubahan nyata</li> </ol> Sumber : Sutrisno dalam Putri & Fanida (2017)	Interval
3	Minat Pembayaran Menggunakan <i>Fintech</i> ( $Y$ )	Menurut Ahmadi, minat penggunaan adalah ketertarikan pengguna dalam menggunakan suatu sistem, sehingga menjadi suatu kecenderungan perilaku ingin aman dan terus menggunakan sistem tersebut (Desvronita, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya perasaan puas setelah melakukan pembayaran menggunakan <i>Fintech</i></li> <li>2. Cenderung merekomendasikan untuk melakukan pembayaran menggunakan <i>Fintech</i></li> <li>3. Ingin terus menggunakan <i>Fintech</i> sebagai sarana pembayaran</li> <li>4. Akan terus menggunakan <i>Fintech</i> di waktu yang akan datang</li> </ol> Sumber : Davis dalam Badaruddin & Risma (2021)	Interval

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Sugiyono (2014:38) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalis yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik

kesimpulannya. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM Desa Tuntungan sebanyak 242 UMKM.

### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari Anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi, hal ini seperti dikarenakan adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu. Sampel diambil oleh peneliti karena jumlah karakteristik yang ada pada populasi sangat banyak. Menurut pertimbangan peneliti, sampel harus diambil karena tidak mungkin meneliti populasi yang karakteristiknya sangat banyak (Siyoto & Sodik, 2015:64).

Berdasarkan pertimbangan waktu yang sempit, dana yang terbatas, dan tenaga yang tidak memadai, penelitian terhadap sebuah populasi itu cukup diambil sampelnya saja. Oleh karena itu, dalam mengambil sampel penelitian dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) yaitu dengan menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Dengan demikian, berdasarkan pertimbangan terhadap kriteria penelitian, peneliti menetapkan jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 76 responden berdasarkan jumlah data UMKM Desa Tuntungan yang menggunakan *Fintech*.

### 3.5 Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer adalah data yang diperoleh dengan mengadakan penelitian langsung pada objek penelitian, dengan cara observasi, wawancara dan kuisisioner.
2. Data Sekunder yaitu data yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data atau dapat disebut juga data pendukung guna melengkapi data primer, yang diperoleh dari literatur-literatur, atau karya ilmiah lainnya.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data untuk menjawab pertanyaan tertentu, menguji hipotesis, dan mengevaluasi hasil (Latifatunnisa, 2022). Pada penelitian ini dalam pengumpulan datanya menggunakan kuesioner yaitu dengan cara menyebarkan angket secara langsung yang didalamnya terdapat seperangkat pernyataan tertulis untuk mengumpulkan informasi secara langsung dari responden terkait.

Dalam penyusunan kuesioner dibantu dengan adanya skala pengukuran yang disebut dengan skala likert. Yang mana Sugiyono (2018:152) mengemukakan bahwa skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi dari seseorang atau sekelompok orang terkait fenomena sosial di suatu lokasi penelitian. Melalui skala likert inilah, variabel penelitian akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel.

Berikut ini adalah 5 tingkatan skala yang menjadi opsi pilihan responden dalam memilih jawaban yang dianggap sesuai yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Skor Jawaban Kuesioner**

Skala Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2019:146)

### 3.7 Metode Analisis Data

#### 3.7.1 Uji Instrumen

##### 3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu instrumen yaitu seberapa jauh instrumen benar-benar mengukur apa (objek) yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasi setiap skor jawaban masing-masing responden dengan total skor masing-masing variabel dan nilai korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikansi 0,05 (5%) dan 0,01 (1%). Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat nilai pearson corelation, jika nilai rhitung > rtabel maka dikatakan valid.

Sehingga pada penelitian ini, peneliti melakukan penyebaran kepada 30 responden di luar sampel penelitian untuk menguji kevalidan item pernyataan yang akan dipergunakan sebagai instrumen penelitian. Sehingga berdasarkan Tabel r pedoman statistic nilai  $r_{tabel}$  pada penelitian ini yaitu sebesar 0,361 ( $df = n-k$  yaitu  $df = 30-2=28$ ).

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Butir Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Persepsi Kemudahan ( $X_1$ )	X1.1	0,883	0,361	Valid
	X1.2	0,845		Valid
	X1.3	0,934		Valid
	X1.4	0,954		Valid
	X1.5	0,920		Valid
	X1.6	0,926		Valid
	X1.7	0,955		Valid
	X1.8	0,612		Valid
Efektivitas ( $X_2$ )	X2.1	0,716	0,361	Valid
	X2.2	0,671		Valid
	X2.3	0,818		Valid
	X2.4	0,827		Valid
	X2.5	0,780		Valid
	X2.6	0,769		Valid
	X2.7	0,689		Valid
	X2.8	0,690		Valid
	X2.9	0,583		Valid
	X2.10	0,551		Valid
Minat Pembayaran ( $Y$ )	Y.1	0,552	0,361	Valid
	Y.2	0,694		Valid
	Y.3	0,663		Valid
	Y.4	0,552		Valid
	Y.5	0,775		Valid
	Y.6	0,728		Valid
	Y.7	0,772		Valid
	Y.8	0,541		Valid

Sumber : Data Diolah SPSS (2023)

Berdasarkan pengujian validitas yang dipaparkan Tabel 3.4 di atas, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel persepsi kemudahan ( $X_1$ ), efektivitas ( $X_2$ ), dan minat pembayaran ( $Y$ ) memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361). Oleh karena itu, disimpulkan bahwa seluruh item

pernyataan dinyatakan valid dan layak dipergunakan sebagai instrumen pada penelitian ini.

### 3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang artinya kepercayaan, konsistensi dan sebagainya. Uji reliabilitas adalah ketetapan atau keajegan alat tersebut dalam mengukur apa yang diukurnya. Artinya, kapan pun alat ukur tersebut digunakan akan memberikan hasil ukur yang sama. Reliabilitas juga merupakan uji kekonsistenan instrumen untuk mengukur data. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus koefisien reliabilitas (KR-21).

Namun hal ini, tingkat kepercayaan yang dilihat yaitu pada butir kuisioner sehingga uji reliabilitas ini diolah dengan menggunakan SPSS yaitu dengan melihat nilai Cronbach's Alpha yang merupakan sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu. Pada penelitian ini, instrumen dikatakan reliabel apabila semua variabel memiliki nilai koefisien Cronbach's Alpha lebih dari 0,65. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, reliabilitas 0,7 dapat diterima dan reliabilitas 0,8 dikatakan baik.

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai <i>Alpha</i>	Keterangan
Persepsi Kemudahan ( $X_1$ )	0,957	0,81 s/d 1.00	Reliabel
Efektivitas ( $X_2$ )	0,889	0,81 s/d 1.00	Reliabel
Minat Pembayaran (Y)	0,805	0,61 s/d 0.80	Reliabel

Sumber : Data Diolah SPSS (2023)

Berdasarkan pengujian reliabilitas yang dipaparkan Tabel 3.5 di atas, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (X1), efektivitas (X2), dan minat pembayaran (Y) dinyatakan “Reliabel”. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan nilai Cronbach’s Alpha  $> 0,6$ . Oleh karena itu, disimpulkan bahwa tiap-tiap pernyataan pada kuisisioner reliabel dan layak untuk dipergunakan sebagai instrumen pada penelitian ini.

### 3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Uji ini dilakukan untuk mengetahui bahwa data yang diolah adalah sah (tidak terdapat penyimpangan) serta distribusi normal, maka data tersebut akan diuji melalui uji asumsi klasik, yaitu :

#### 3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak normal, sehingga pemilihan statistik dapat dilakukan dengan tepat. Untuk uji statistik parametrik mutlak mensyaratkan data harus terdistribusi secara normal, sedangkan untuk uji statistik non parametrik yang mengabaikan uji normalitas. Penelitian ini akan menggunakan uji *One Sample Klomogrov-Simirnov* dengan taraf signifikan 0,05. Data yang normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

#### 3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas (independen). Uji multikolinearitas dapat dilakukan apabila

terdapat lebih dari satu variabel independen dalam model regresi. Cara yang paling umum digunakan oleh para peneliti dalam melakukan pendeteksian ada atau tidaknya problem multikolinearitas pada model regresi adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10.

### 3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji model regresi sehingga terjadi kesamaan variansi residual dari pengamatan yang lainnya. Apabila variansi residual dari pengamatan satu dengan pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Namun, jika variansi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain berubah maka disebut heteroskedastisitas.

Pengukuran uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser dengan bantuan SPSS. Dasar pengambilannya uji Glejser menurut Ghozali adalah apabila nilai thitung lebih kecil dari ttabel dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi Heteroskedastisitas, apabila nilai t hitung lebih besar dari ttabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka tersjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas juga bisa dilihat melalui grafik Plot, apabila semua titik-titik tersebar secara bergelombang diatas nilai 0 atau dibawahnya maka terjadi heteroskedastisitas dan apabila titik-titik menyebar merata dibawah nilai 0 dan diatas nilai 0 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.7.3 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk meramalkan bagaimana arah dan seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018:95).

Adapun rumus pada analisis regresi linier berganda yaitu (Sugiyono, 2019:192) :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

#### Keterangan :

**Y** = Variabel dependen yaitu minat pembayaran

**$\alpha$**  = Konstanta

**$\beta_1 X_1$**  = Koefisien regresi pada variabel pertama yaitu persepsi kemudahan

**$\beta_2 X_2$**  = Koefisien regresi pada variabel kedua yaitu efektivitas

**$\varepsilon$**  = Nilai residu

### 3.7.4 Uji Hipotesis

#### 3.7.4.1 Uji Parsial (Uji T)

Pengujian secara parsial (uji t) dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau justru tidak menunjukkan adanya pengaruh pada variabel independent terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2018:206).

Pada penelitian ini menggunakan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

Adapun kriteria penilaian pada uji parsial (uji t) yaitu sebagai berikut :

1. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
2. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

### 3.7.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian simultan (uji F) dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dua variabel independen secara bersamaan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2018:208). Pada penelitian ini menggunakan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

Adapun kriteria penilaian pada uji parsial (uji t) yaitu sebagai berikut :

1. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
2. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

### 3.7.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi (*R-squared*) merupakan pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan besarnya tingkat variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas.

Selain itu uji koefisien determinasi juga dapat digunakan untuk mengukur kualitas garis regresi pada penelitian, dengan ketentuan jika nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam suatu estimasi mendekati satu (1), dengan demikian disimpulkan bahwa variabel terikat dapat dijelaskan dengan baik oleh variabel

bebas. Dan sebaliknya, jika koefisien determinasi (*R-Square*) jauh dari satu (1) atau justru mendekati nol (0), maka variabel bebas akan kurang dapat menjelaskan variabel terikat dengan baik (Widarjono, 2019:17-18).



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Secara parsial persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Desa Tuntungan.
2. Secara parsial efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Desa Tuntungan.
3. Secara simultan persepsi kemudahan dan efektivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembayaran menggunakan *Financial Technology (Fintech)* pada UMKM di Desa Tuntungan.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan dan diperjelas melalui kesimpulan, peneliti mengemukakan beberapa saran yang dianggap perlu untuk dipaparkan yaitu sebagai berikut :

1. Disarankan kepada pihak pengelola *Fintech* tertentu untuk melakukan perbaikan dan penginovasian terhadap program *Fintech* agar senantiasa lebih bersahabat dengan kondisi jaringan yang kerap kali tidak stabil untuk mencapai persepsi kemudahan yang disuarakan oleh pihak perusahaan serta mengedepankan keinginan dan kebutuhan pengguna.

2. Disarankan kepada pihak pengelola *Fintech* tertentu untuk terus mengedepankan kepentingan konsumen di atas apapun terlebih terhadap kebijakan program dengan ketentuan tertentu yang dianggap merugikan pengguna sehingga semoga kedepan harinya adanya kegiatan perbaikan terhadap hal tersebut.
3. Disarankan kepada pihak pengelola *Fintech* tertentu untuk terus meningkatkan fungsi pakainya agar senantiasa memberikan kualitas pakai yang lebih baik.
4. Disarankan kepada pelaku bisnis UMKM untuk terus mengupayakan penggunaan *Fintech* dalam penyelesaian transaksi pembayaran demi menaikkan daya saing antar pembisnis dan mengedepankan kepraktisan penggunaan.
5. Disarankan kepada peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan terhadap financial *Technologi (Fintech)* untuk meneliti terkait kemungkinan variabel lain yang mampu menjadi alternatif dalam mempengaruhi dan berkontribusi dalam meningkatkan minat pembayaran menggunakan financial *Technologi (Fintech)* ini, karena berdasarkan hasil koefisien determinasi ditemukan adanya 81,4% faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- A'la, C. N. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Pada Masyarakat Kota Medan)*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2019). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.
- Abrilia, N. D., & Tri, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(3), 1006–1012.
- Adnan, H. (2014). An Analysis of the Faktors Affecting Online Purchasing Behavior of Pakistani Consumers. *International Journal of Marketing Studies*, 6(5), 133–148. <https://doi.org/10.5539/ijms.v6n5p133>
- Aini, I., Windari, & Lubis, R. W. (2021). Analisis Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Mobile Banking. *E-Journal Stai*, 1, 1–14.
- Alwi, H. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Asri, R., Sati, S., & Ramaditya, M. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card). *Stei*, 1–20. [http://repository.stei.ac.id/1990/1/Ratna Asri Saras Sati 21177500443\\_ArtikelIndonesia.pdf](http://repository.stei.ac.id/1990/1/Ratna%20Asri%20Sati%2021177500443_ArtikelIndonesia.pdf)
- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak). *Telanaipura Jambi*, 1(1), 36122.
- Chung, P. S. A. F. U. M. (2018). *Studi Kasus Sistem Informasi Manajemen*. Universitas Ma Chung.
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA. *Journal of Economic and Business Research*, 2(2), 1–16. <http://repository.teknokrat.ac.id/id/eprint/3581%0Ahttp://repository.teknokrat.ac.id/3581/3/b217411267.pdf>
- Desvronita. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan Technology Acceptance Model.

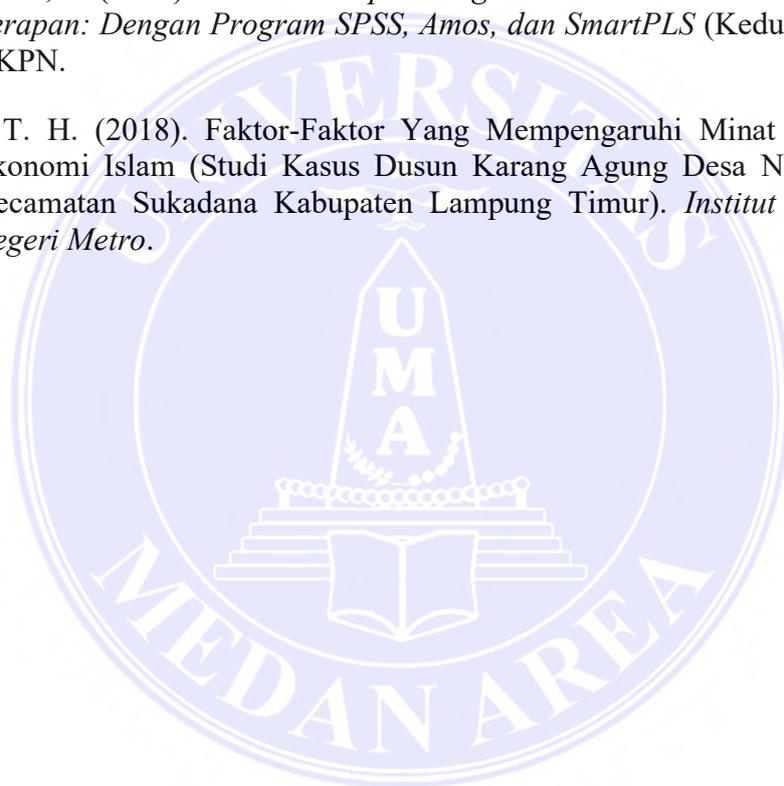
*Jurnal AKMENIKA*, 18(2).

- Fajariah, F. (2018). Analisis Pengaruh Hedonic Value, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kredibilitas Terhadap Kualitas Layanan Dan Dampaknya Pada Minat Beli Ulang Dengan Mediasi Customer Value Studi Kasus Pada Oriflame Produk Lipstik Di Kota Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XIII(1), 74–96.
- Faradiba, S., Muchsin, S., & Hayat. (2021). Efektifitas Kinerja Pelayanan Sensus Penduduk Berbasis Online Di Badan Pusat Statistik Kota Malang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1).
- Febriyani, D. A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa Ust Yogyakarta Pengguna Zalora. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Firdaus, M. I., Sup, D. F. A., Fahmi, A. S. R., Retnowati, M. S., & Aziz, M. A. (2021). Implementasi Akad Murabahah Terhadap Platform Peer to Peer Lending. *Muamalatuna*, 13(1), 1. <https://doi.org/10.37035/mua.v13i1.4582>
- Flavian, C., Guinaliu, M., & Lu, Y. (2020). Mobile payments adoption – introducing mindfulness to better understand consumer behavior. *International Journal of Bank Marketing*, 38(7), 1575–1599. <https://doi.org/10.1108/IJBM-01-2020-0039>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25 (Edisi Semb). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gradianto, R. A. (2022). *Pengertian Efektif Menurut Para Ahli, Pahami Perbedaannya dengan Efisien*. <https://www.bola.com/ragam/read/5087767/pengertian-efektif-menurut-para-ahli-pahami-perbedaannya-dengan-efisien>
- Hamdan, U., Bakri, S. A., Syathiri, A., & Tripermata, L. (2020). Penyuluhan tentang Financial Technology di Desa Kerinjing, Kecamatan Tanjung Raja, Kabupaten Ogan Ilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.29259/jscs.v1i1.4>
- Harahap, I. (2018). *Ekonomi Pembangunan Pendekatan Transdisipliner*. Perdana Publish.
- Hartanti, L. P. S. (2021). Pendekatan Technology Acceptance Model Dalam Analisis Penerimaan Teknologi (Studi Kasus Pada Pengguna Mobile Payment). *Buletin Profesi Insinyur*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.20527/bpi.v4i1.91>
- Jalaluddin, R. (2005). *Psikologi Komunikasi* (Revisi). PT. Remaja Rosdakarya.

- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan (Revisi)*. Andi Offset.
- Khoiriyah, I., Kusumawati, D. A., & Indriasari, I. (2020). Analisis Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* Di Jawa Tengah. *Stability: Journal of Management and Business*, 3(2), 48–57. <https://doi.org/10.26877/sta.v3i2.7783>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12 J)*. PT Indeks.
- Latifatunnisa, H. (2022). *Metode Pengumpulan Data: Jenis dan Langkah-langkah*. <https://revou.co/panduan-teknis/metode-pengumpulan-data#:~:text=Penutup, Metode pengumpulan data adalah cara yang dilakukan untuk mengumpulkan dan, metode pengumpulan data yang berbeda.>
- Lidyawatie. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa (Ketiga)*. Alfabeta.
- Mardiana, N. Y., Utomo, N. A., & Amaliah, Y. R. (2022). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Teknologi Internet Terhadap Efektifitas Perusahaan di JABODETABEK. *Ekonomika*, 6, 1–10.
- Mardiasmo. (2017). *Perpajakan (Revisi)*. Andi.
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152. <http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1448%0Ahttp://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/download/1448/1241>
- Maulidya, N. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Efektivitas terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Platform Crowdfunding Berbasis QR Code. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(2), 325–354. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.146>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi)*. PT. Rosdakarya.
- Noviyanti, A., & 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*, 3(2), 6.
- OJK. (2018). *Yuk Mengenal Fintech! Keuangan Digital Yang Tengah Naik Daun*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10468>
- Pasolong, H. (2014). *Teori Administrasi Publik*. Alfabeta.
- Pribadiono, A. (2016). Transportasi Online VS Transportasi Tradisional Non-Online Persaingan Tidak Sehat Aspek Pemanfaatan Aplikasi Oleh

- Penyelenggara Online. *Lex Jurnalica*, 13(2), 126–138.  
<https://www.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/2019/09/146691-ID-transportasi-online-vs-transportasi-trad.pdf>
- Putri, G. A., & Fanida, H. (2017). Efektivitas Electronic Toll (E-Toll) Oleh PT . Jasa Marga Surabaya (Studi Pada Gerbang Tol Otomatis Surabaya-Gempol). *Jurnal Universitas Negeri Surabaya*, 5(2), 1–6.  
<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/18865>
- Putri, I. C. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI Pengguna Layanan Dana)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Rahman, A. F. S. K. (2022). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi (Studi Pada Mahasiswa Uin Raden Mas Said Surakarta)*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Salmaa. (2022). *Alat Ukur Penelitian: Pengertian, Jenis-Jenis dan Penjelasan Lengkapnya*. Deepublish. <https://penerbitdeepublish.com/alat-ukur-penelitian/>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen (Customer B)*. PT. Indeks.
- Semarangkota. (2023). *Pengertian UMKM Menurut Undang-Undang, Kriteria, dan Ciri-Ciri UMKM*. <https://sukorejo.semarangkota.go.id/umkm>
- Siagian, S. P. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT. Bumi Aksara.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sopiah, & Sangadji, E. M. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik (Edisi D. P)*. Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabet.
- Sujarweni, V. W. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi : Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Susanto, H., Wathan, H., & Fadhilah, D. (2021). Pengaruh Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Pada *Fintech*. *Jurnal Konferensi Nasional Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, April, 257–262.

- Tanjung, M. A. (2017). *Koperasi dan UMKM Sebagai Fondasi Perekonomian Indonesia*. Penerbit Erlangga.
- Thoha, M. (2003). *Perilaku organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada.
- Undang-Undang Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1*.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Andi.
- Widarjono, A. (2019). *Statistik Terapan dengan Excel & SPSS Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program SPSS, Amos, dan SmartPLS (Kedua)*. UPP STIM YKPN.
- Yanti, T. H. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Dusun Karang Agung Desa Negara Nabung Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur). *Institut Agama Islam Negeri Metro*.





## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

### **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN EFEKTIVITAS TERHADAP MINAT PEMBAYARAN MENGGUNAKAN *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)* PADA UMKM DI DESA TUNTUNGAN**

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir/disertasi saya pada Program Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, saya mohon kesediaannya meluangkan waktu untuk menyelesaikannya, dengan mengisi angket ini sesuai petunjuk yang diberikan. Dengan ini besar harapan saya, Bapak/ Ibu, Saudara/I dapat mengisi kuesioner ini dengan memberikan jawaban yang obyektif.

Demikian permohonan saya sampaikan. Atas kesediaan dan bantuan Bapak/ Ibu, Saudara/i untuk meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

#### I. DATA RESPONDEN

##### No. Responden

a. Nama Lengkap :

b. Usia :

17–27 Tahun

28–38 Tahun

39—50 Tahun

> 50 Tahun

c. Jenis Kelamin :

Laki-Laki

Perempuan

d. Aplikasi *Fintech* Yang Dipergunakan :

## II. PETUNJUK PENGGUNAAN

- a. Pilihlah alternatif jawaban untuk pernyataan yang menurut anda benar dan sesuai.
- b. Mohon berilah tanda ceklis pada salah satu pilihan jawaban yang dianggap paling sesuai dengan anda. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu pilihan jawaban.

Alternatif Jawaban				
SS	S	KS	TS	STS
√				

### Alternatif Jawaban

Item Instrumen	Skor
SS = Sangat Setuju	5
S= Setuju	4
KS = Kurang Setuju	3
TS = Tidak Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

## III. DAFTAR PERNYATAAN

### VARIABEL BEBAS PERSEPSI KEMUDAHAN ( $X_1$ )

No	Pernyataan	SKOR				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Sistem <i>Fintech</i> sangat mudah dipelajari (<i>ease to learn</i>)</b>						
1	Saya dimudahkan dalam menggunakan <i>Fintech</i> karena mudah untuk dipelajari					
2	Saat pertama kali mencoba pembayaran menggunakan <i>Fintech</i> saya dengan mudah memahaminya					

No	Pernyataan	SKOR				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Sistem <i>Fintech</i> dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (<i>clear and understandable</i>)</b>						
3	Penggunaan <i>Fintech</i> dalam bisnis saya mampu mempercepat transaksi Pembayaran					
4	Melalui <i>Fintech</i> saya dalam melihat mutase transaksi secara akurat					
<b>Keterampilan pengguna bertambah dengan menggunakan sistem <i>Fintech</i> tersebut (<i>become skillful</i>)</b>						
5	Saya menjadi lebih menguasai sistem pembayaran elektronik setelah terbiasa menggunakan <i>Fintech</i>					
6	Pelanggan saya merasa memiliki pengalaman dan kemampuan baru dalam menggunakan <i>Fintech</i> setelah saya menerapkan sistem pembayaran secara online					
<b>Sistem <i>Fintech</i> sangat mudah dioperasikan (<i>ease to use</i>)</b>						
7	Saya merasa dimudahkan dalam mengoperasikan <i>Fintech</i>					
8	Semenjak menggunakan <i>Fintech</i> , transaksi pembayaran menjadi lebih cepat dan praktis					

### VARIABEL BEBAS EFEKTIVITAS (X<sub>2</sub>)

No	Pernyataan	SKOR				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Pemahaman program</b>						
1	Sebelum memutuskan menerapkan sistem pembayaran menggunakan <i>Fintech</i> saya sudah lebih dahulu memahami cara kerjanya					
2	Setelah memahami cara menggunakan <i>Fintech</i> , kinerja keuangan saya menjadi lebih teratur					
<b>Tepat sasaran</b>						
3	Saya merasa <i>Fintech</i> yang saya gunakan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
4	Saya menggunakan <i>Fintech</i> tersebut karena memiliki kebijakan yang saya butuhkan					

No	Pernyataan	SKOR				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Tepat waktu</b>						
5	<i>Fintech</i> mampu menyelesaikan transaksi secara cepat					
6	Dengan <i>Fintech</i> , pembayaran terselesaikan secara realtime					
<b>Tercapainya tujuan</b>						
7	Setelah menggunakan <i>Fintech</i> , saya mampu memajemen keuangan saya					
8	Saya mampu meningkatkan kinerja usaha saya setelah menerapkan sistem bayar menggunakan <i>Fintech</i>					
<b>Perubahan nyata</b>						
9	Manfaat yang diberikan <i>Fintech</i> sangat nyata					
10	Saya mendapatkan perubahan yang signifikan terhadap bisnis saya setelah menggunakan <i>Fintech</i>					

### VARIABEL BEBAS MINAT PEMBAYARAN (Y)

No	Pernyataan	SKOR				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Adanya perasaan puas setelah melakukan pembayaran menggunakan <i>Fintech</i></b>						
1	Saya merasa puas setelah menerapkan <i>Fintech</i> sebagai sistem pembayaran utama di usaha saya					
2	Pelanggan saya dipuaskan dengan adanya kehadiran <i>Fintech</i> dalam menangani transaksi mereka					
<b>Cenderung merekomendasikan untuk melakukan pembayaran menggunakan <i>Fintech</i></b>						
3	Saya terus merekomendasikan pelanggan saya untuk melakukan pembayaran menggunakan <i>Fintech</i> karena lebih praktis					
4	Saya merekomendasikan kepada sesama pelaku usaha UMKM untuk menggunakan <i>Fintech</i>					
<b>Ingin terus menggunakan <i>Fintech</i> sebagai sarana pembayaran</b>						
5	Saya telah menetapkan bahwa akan terus menggunakan <i>Fintech</i> tersebut sebagai alternatif utama pembayaran di usaha saya					

No	Pernyataan	SKOR				
		SS	S	KS	TS	STS
6	Memiliki <i>Fintech</i> sebagai alternatif utama pembayaran merupakan pilihan yang tepat dan bijak					
<b>Akan terus menggunakan <i>Fintech</i> di waktu yang akan datang</b>						
7	Saya akan terus menggunakan <i>Fintech</i> untuk mendapatkan manfaatnya secara berkala					
8	Saya tidak akan beralih kepada alternatif pembayaran yang lain selain menggunakan <i>Fintech</i>					



## Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

NO	Persepsi Kemudahan (X1)								TOTAL X1	Efektivitas (X2)										TOTAL X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	5	5	4	5	4	4	5	5	37	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	47
2	4	5	4	4	4	5	4	4	34	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
4	4	4	4	4	5	5	5	4	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	4	5	4	5	5	5	4	5	37	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
7	4	5	5	4	5	4	5	4	36	5	5	5	2	4	3	5	5	5	2	41
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	47
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	1	4	4	5	5	44
10	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	5	3	5	2	5	5	4	3	40
11	4	5	5	5	5	5	4	4	37	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
12	5	5	5	5	4	5	3	4	36	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	44
13	5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	47
14	4	4	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	47
15	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47
16	5	4	4	3	5	5	4	3	33	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	41
17	5	4	4	3	5	5	4	3	33	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	45
18	4	4	4	5	4	5	4	3	33	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	45
19	5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	4	4	5	4	4	5	3	5	4	43
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	45

NO	Persepsi Kemudahan (X1)								TOTAL X1	Efektivitas (X2)										TOTAL X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	46
22	4	4	4	4	4	5	5	5	35	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	47
23	5	5	4	5	4	5	4	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
24	5	5	3	5	5	5	5	5	38	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
25	5	5	3	5	5	5	5	5	38	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	45
26	5	5	5	5	5	5	5	3	38	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	45
27	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	34
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
29	4	4	3	5	5	5	5	5	36	1	1	1	2	1	1	5	5	1	3	21
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	1	1	1	2	1	1	5	5	1	3	21
31	5	5	5	4	5	5	5	4	38	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	45
32	4	5	5	5	5	5	5	5	39	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	46
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	2	5	5	4	5	5	5	45
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	5	5	5	5	5	5	5	3	38	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
37	5	4	5	5	5	5	5	3	37	4	4	3	4	4	3	5	5	4	3	39
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40	2	2	2	2	2	1	5	5	2	2	25
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
40	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4	3	5	5	5	5	5	5	4	3	44
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49

NO	Persepsi Kemudahan (X1)								TOTAL X1	Efektivitas (X2)										TOTAL X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
43	3	4	5	4	4	4	2	2	28	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
45	4	4	4	4	4	3	4	5	32	4	4	4	3	4	3	5	5	4	3	39
46	5	5	4	4	5	5	4	4	36	4	3	3	3	4	4	5	5	4	5	40
47	4	4	5	5	4	4	4	5	35	4	4	3	3	4	4	5	5	4	3	39
48	4	4	5	5	4	4	4	5	35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	4	4	5	5	4	4	4	5	35	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	42
50	4	4	5	5	4	4	4	5	35	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	41
51	4	5	4	4	3	3	5	2	30	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	39
52	5	5	5	5	5	5	4	5	39	4	4	5	1	5	5	5	5	5	5	44
53	5	5	4	5	5	5	5	4	38	4	4	5	1	5	5	5	5	5	5	44
54	5	4	4	5	5	5	4	4	36	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	46
55	5	5	4	5	5	5	4	3	36	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	47
57	5	5	4	5	5	4	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
58	5	5	2	4	3	5	2	4	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	5	4	4	4	5	5	3	3	40
60	5	5	5	5	1	5	5	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	4	5	3	5	2	4	3	3	29	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	3	5	4	5	5	5	5	45
63	5	4	4	4	4	5	5	4	35	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48

NO	Persepsi Kemudahan (X1)								TOTAL X1	Efektivitas (X2)										TOTAL X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
65	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	4	5	5	3	5	5	5	45
66	5	4	5	4	5	5	5	4	37	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
67	4	4	4	4	4	4	3	3	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	4	4	5	4	4	5	4	4	34	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	44
69	4	4	5	4	4	5	4	4	34	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	44
70	4	4	5	4	4	5	4	4	34	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	5	3	5	4	4	4	40
73	3	4	5	4	4	4	2	2	28	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	4	4	4	4	4	3	4	5	32	3	1	4	4	5	4	5	5	5	5	41
76	5	5	4	4	5	5	4	4	36	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	46

NO	Minat Pembayaran Menggunakan <i>Fintech</i> (Y)								TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
1	4	5	5	4	5	5	4	5	37
2	4	4	4	4	5	4	4	4	33
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	5	4	4	5	3	3	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	4	5	5	4	4	4	4	35

NO	Minat Pembayaran Menggunakan <i>Fintech</i> (Y)								TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
7	5	5	4	4	5	4	5	4	36
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	4	4	4	4	5	5	5	4	35
10	4	4	5	4	5	3	4	4	33
11	5	5	5	4	5	5	5	3	37
12	4	3	3	1	3	5	4	4	27
13	4	4	5	5	5	5	4	4	36
14	5	5	5	5	5	5	5	4	39
15	4	4	5	4	5	5	5	5	37
16	5	5	5	3	5	3	5	5	36
17	5	5	5	3	5	3	5	5	36
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	5	5	5	4	5	5	5	5	39
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	4	5	5	4	5	4	5	5	37
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	5	5	5	5	5	5	4	39
27	4	3	4	3	5	5	4	3	31
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32

NO	Minat Pembayaran Menggunakan <i>Fintech</i> (Y)								TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
29	5	4	4	3	3	3	3	3	28
30	5	5	5	1	1	1	5	5	28
31	5	5	5	4	5	3	5	5	37
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	5	5	5	4	5	5	4	5	38
37	5	5	5	2	4	3	5	2	31
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	5	5	5	5	5	1	5	5	36
40	4	4	5	3	5	2	4	3	30
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	4	5	4	4	4	4	5	5	35
43	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	5	5	4	5	4	5	5	5	38
46	4	4	4	4	4	4	4	3	31
47	5	4	4	5	4	4	5	4	35
48	5	4	4	5	4	4	5	4	35
49	5	4	4	5	4	4	5	4	35
50	5	4	4	5	4	4	5	4	35

NO	Minat Pembayaran Menggunakan <i>Fintech</i> (Y)								TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
51	4	4	5	4	5	5	5	4	36
52	5	5	5	4	5	5	4	4	37
53	5	5	5	5	5	5	5	3	38
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	5	4	5	3	5	4	5	4	35
56	4	4	4	4	4	5	4	5	34
57	5	5	1	5	5	5	5	5	36
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	4	5	4	5	4	5	5	5	37
61	4	5	4	5	4	4	4	4	34
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	5	5	4	4	4	4	5	5	36
64	5	5	5	5	5	3	5	5	38
65	4	5	5	5	5	5	5	5	39
66	5	4	4	4	5	2	4	3	31
67	5	5	4	5	5	5	5	5	39
68	5	5	1	2	4	4	4	4	29
69	4	4	4	4	5	5	5	5	36
70	5	5	3	4	5	5	5	5	37
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	4	4	5	4	4	5	3	3	32

NO	Minat Pembayaran Menggunakan <i>Fintech</i> (Y)								TOTAL Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	4	5	5	4	4	4	4	35
75	5	5	4	4	5	4	5	4	36
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Lampiran 3 Output Hasil Pengolahan Data SPSS

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Validitas Persepsi Kemudahan (X1)

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Persepsi Kemudahan
X1.1	Pearson Correlation	1	.793**	.746**	.821**	.758**	.739**	.884**	.467**	.883**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.793**	1	.721**	.759**	.678**	.808**	.879**	.283	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.130	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.746**	.721**	1	.928**	.882**	.857**	.866**	.567**	.934**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.821**	.759**	.928**	1	.905**	.863**	.923**	.514**	.954**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.758**	.678**	.882**	.905**	1	.906**	.831**	.517**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.739**	.808**	.857**	.863**	.906**	1	.850**	.488**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.884**	.879**	.866**	.923**	.831**	.850**	1	.477**	.955**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.467**	.283	.567**	.514**	.517**	.488**	.477**	1	.612**
	Sig. (2-tailed)	.009	.130	.001	.004	.003	.006	.008		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Persepsi Kemudahan	Pearson Correlation	.883**	.845**	.934**	.954**	.920**	.926**	.955**	.612**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Validitas Efektivitas (X2)

		Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Efektivitas
X2.1	Pearson Correlation	1	.413*	.391*	.494**	.586**	.371*	.573**	.480**	.522**	.246	.716**
	Sig. (2-tailed)		.023	.033	.006	.001	.044	.001	.007	.003	.190	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.413*	1	.333	.541**	.406*	.380*	.363*	.757**	.582**	.309	.671**
	Sig. (2-tailed)	.023		.072	.002	.026	.039	.049	.000	.001	.097	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.391*	.333	1	.731**	.731**	.813**	.466**	.296	.327	.463**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.033	.072		.000	.000	.000	.009	.112	.077	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.494**	.541**	.731**	1	.769**	.555**	.589**	.467**	.465**	.219	.827**
	Sig. (2-tailed)	.006	.002	.000		.000	.001	.001	.009	.010	.244	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.586**	.406*	.731**	.769**	1	.462*	.368*	.327	.465**	.351	.780**
	Sig. (2-tailed)	.001	.026	.000	.000		.010	.045	.078	.010	.057	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.371*	.380*	.813**	.555**	.462*	1	.531**	.449*	.124	.527**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.044	.039	.000	.001	.010		.003	.013	.513	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.573**	.363*	.466**	.589**	.368*	.531**	1	.438*	.178	.294	.689**
	Sig. (2-tailed)	.001	.049	.009	.001	.045	.003		.015	.347	.115	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.480**	.757**	.296	.467**	.327	.449*	.438*	1	.641**	.373*	.690**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.112	.009	.078	.013	.015		.000	.042	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.522**	.582**	.327	.465**	.465**	.124	.178	.641**	1	.177	.583**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.077	.010	.010	.513	.347	.000		.350	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.246	.309	.463**	.219	.351	.527**	.294	.373*	.177	1	.551**
	Sig. (2-tailed)	.190	.097	.010	.244	.057	.003	.115	.042	.350		.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Efektivitas	Pearson Correlation	.716**	.671**	.818**	.827**	.780**	.769**	.689**	.690**	.583**	.551**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Validitas Minat Pembayaran (Y)

**Correlations**

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Minat Pembayaran
Y.1	Pearson Correlation	1	.398*	.500**	.219	.306	.136	.314	.183	.552**
	Sig. (2-tailed)		.029	.005	.244	.100	.473	.091	.333	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.398*	1	.465**	.098	.454*	.587**	.220	-.033	.694**
	Sig. (2-tailed)	.029		.010	.606	.012	.001	.242	.863	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.500**	.465**	1	.227	.452*	.222	.504**	.149	.663**
	Sig. (2-tailed)	.005	.010		.227	.012	.238	.004	.432	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.219	.098	.227	1	.407*	.273	.505**	.549**	.552**
	Sig. (2-tailed)	.244	.606	.227		.026	.145	.004	.002	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.306	.454*	.452*	.407*	1	.555**	.577**	.386*	.775**
	Sig. (2-tailed)	.100	.012	.012	.026		.001	.001	.035	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.136	.587**	.222	.273	.555**	1	.466**	.298	.728**
	Sig. (2-tailed)	.473	.001	.238	.145	.001		.010	.110	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.314	.220	.504**	.505**	.577**	.466**	1	.781**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.091	.242	.004	.004	.001	.010		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	.183	-.033	.149	.549**	.386*	.298	.781**	1	.541**
	Sig. (2-tailed)	.333	.863	.432	.002	.035	.110	.000		.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Minat Pembayaran	Pearson Correlation	.552**	.694**	.663**	.552**	.775**	.728**	.772**	.541**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Reliabilitas Persepsi Kemudahan (X)

Case Processing Summary				Item-Total Statistics				
Cases		N	%	Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Cases	Valid	30	100.0	X1.1	30.53	43.499	.846	.951
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0	X1.2	30.50	43.017	.791	.955
	Total	30	100.0	X1.3	30.20	42.441	.911	.947
				X1.4	30.10	42.576	.938	.945
				X1.5	30.27	42.685	.893	.948
				X1.6	30.43	42.875	.902	.947
				X1.7	30.30	42.562	.940	.945
				X1.8	30.57	47.633	.510	.971

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.957	8

### Reliabilitas Efektivitas (X2)

Case Processing Summary				Reliability Statistics				Item-Total Statistics			
Cases		N	%	Cronbach's Alpha	N of Items	Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
Cases	Valid	30	100.0	.889	10	X2.1	41.77	12.875	.617	.880	
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0			X2.2	41.60	14.041	.600	.880	
	Total	30	100.0			X2.3	41.80	11.821	.736	.871	
						X2.4	41.63	12.999	.776	.868	
						X2.5	41.63	13.206	.717	.872	
						X2.6	41.80	12.579	.684	.874	
						X2.7	41.77	13.495	.603	.879	
						X2.8	41.57	14.047	.625	.879	
						X2.9	41.50	14.603	.510	.886	
						X2.10	41.63	14.447	.460	.888	

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliabilitas Minat Pembayaran (Y)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

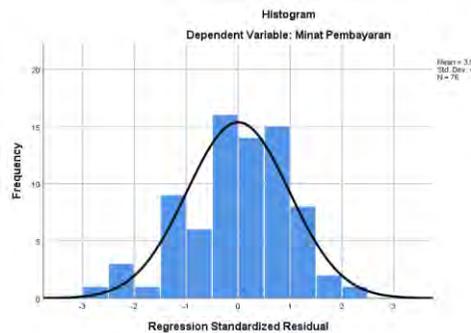
#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	8

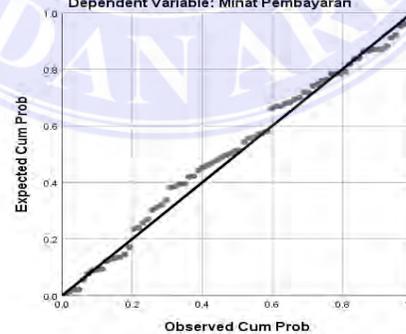
#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	30.27	11.720	.434	.795
Y.2	30.93	9.444	.499	.799
Y.3	30.40	10.800	.538	.781
Y.4	30.27	11.720	.434	.795
Y.5	30.53	10.533	.693	.761
Y.6	30.90	9.610	.575	.777
Y.7	30.60	10.386	.683	.760
Y.8	30.40	11.903	.432	.796

### Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual  
Dependent Variable: Minat Pembayaran



### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.12980666
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.049
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

## Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.322	4.905		3.123	.003		
	Persepsi Kemudahan	.308	.106	.303	2.908	.005	.997	1.003
	Efektivitas	.219	.064	.357	3.421	.001	.997	1.003

a. Dependent Variable: Minat Pembayaran

## Uji Heterokedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.735	2.971		2.267	.026
	Persepsi Kemudahan	-.050	.064	-.090	-.782	.437
	Efektivitas	-.056	.039	-.166	-1.437	.155

a. Dependent Variable: RES2

## Uji Regresi Linier Berganda & Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.322	4.905		3.123	.003
	Persepsi Kemudahan	.308	.106	.303	2.908	.005
	Efektivitas	.219	.064	.357	3.421	.001

a. Dependent Variable: Minat Pembayaran

## Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	192.744	2	96.372	9.576	.000 <sup>b</sup>
	Residual	734.677	73	10.064		
	Total	927.421	75			

a. Dependent Variable: Minat Pembayaran

b. Predictors: (Constant), Efektivitas, Persepsi Kemudahan

## Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.456 <sup>a</sup>	.208	.186	3.172

a. Predictors: (Constant), Efektivitas, Persepsi Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat Pembayaran

## Lampiran 4 Surat Riset/Survei Oleh Universitas Medan Area



## UNIVERSITAS MEDAN AREA

### FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998  
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331  
Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

---

Nomor : 660/FEB/A/02.2/B/ VII /2023 26 Juli 2023  
Lamp :  
Perihal : Izin Research

Kepada Yth,  
**Kantor Kepala Desa Tuntungan**

Dengan hormat,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

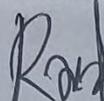
**N a m a : RAIS DHANI AL IRSYAD**  
**NPM : 198320099**  
**Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Efektivitas Terhadap Pembayaran Menggunakan *Financial Technology* ( Fintech ) Studi Kasus UMKM Desa Tuntungan**  
**Program Studi : Manajemen**

Untuk mengeluarkan surat izin research dari Fakultas yang sedang Bapak / Ibu Pimpin. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi/ Perusahaan Bapak /Ibu pimpin.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang Inovasi,  
Kemahasiswaan Dan Alumni

  
**Rana Fathinah Ananda , SE. M.Si**

**Tembusan :**

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertiinggal

