

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Penerapan *Fintech & E-Commerce* bagi pelaku UMKM.” Teknologi semakin mengalami peningkatan dan memberikan banyak manfaat bagi penggunanya, khususnya para pelaku usaha yang masih kesulitan mengembangkan usahanya. Teknologi keuangan hadir sebagai solusi bagi para pelaku usaha untuk memajukan usahanya. Aplikasi *fintech & e-commerce* di dunia telah banyak digunakan oleh pelaku UMKM. Aplikasi *fintech & e-commerce* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah *Gofood, Grabfood, Gopay, OVO, Shopeepay, Shopeefood, Dana, dan m-banking*. Beberapa survei menyebutkan peningkatan penggunaan aplikasi *fintech & e-commerce* meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. UMKM di Indonesia merupakan salah satu jumlah UMKM dengan pengguna instalasi aplikasi *fintech* terbesar nomor 3 di Asia Pasifik. Pengguna terbesar dimiliki para pelaku UMKM di wilayah Jawa Barat dan Jawa Tengah. Salah satu wilayah di Jawa Tengah yang memiliki tingkat pelaku UMKM tertinggi adalah wilayah Kabupaten Kebumen. Namun, tingginya tingkat pelaku UMKM tidak diimbangi dengan tingginya tingkat penggunaan *fintech & e-commerce*, padahal adanya *fintech & e-commerce* seperti *Grab & Gojek* dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan bisnisnya. Terbukti bahwa Kabupaten Kebumen termasuk ke dalam Kabupaten termiskin di Jawa Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *risk, self-efficacy, subjective norm, perceived ease of use, perceived usefulness* terhadap *intention to use fintech & e-commerce* bagi pelaku UMKM di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan lokasi penelitian berada di Kabupaten Kebumen. Populasi pada penelitian ini adalah pelaku UMKM yang menggunakan aplikasi *Gojek* dan *Grab*. Sampel penelitian ini sebanyak 70 usaha. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada pelaku UMKM. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik yaitu uji heteroskedastisitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji F, uji t, koefisien determinasi. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *risk* tidak memiliki pengaruh negatif terhadap *intention to use* bagi pelaku UMKM di Kabupaten Kebumen; (2) *self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use* bagi pelaku UMKM di Kabupaten Kebumen; (3) *subjective norm* tidak memiliki pengaruh positif terhadap *intention to use* bagi pelaku UMKM di Kabupaten Kebumen; (4) *perceived ease of use* tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap *intention to use* bagi pelaku UMKM di Kabupaten Kebumen; (5) *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang positif terhadap *intention to use* bagi pelaku UMKM di Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian menunjukkan tingkat keyakinan diri dan persepsi kebermanfaatannya memiliki pengaruh positif terhadap minat pelaku UMKM menggunakan aplikasi *fintech & e-commerce*.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah: (1) semakin tinggi atau rendah tingkat risiko yang ada dalam penggunaan aplikasi *Gopay & OVO* serta *Gofood & Grabfood* oleh pelaku UMKM tidak mempengaruhi minat penerapan aplikasi *fintech & e-commerce* bagi pelaku UMKM di Kabupaten Kebumen; (2) semakin tinggi *self-efficacy* atau keyakinan diri pelaku UMKM untuk menggunakan aplikasi *fintech & e-commerce* maka semakin tinggi minat penerapan aplikasi *fintech & e-commerce* bagi pelaku UMKM; (3) semakin tinggi atau rendah *subjective norm* atau pengaruh dari orang lain untuk menggunakan *fintech & e-commerce* bagi pelaku UMKM tidak berpengaruh terhadap minat penerapan *fintech & e-commerce* bagi pelaku UMKM; (4) semakin tinggi atau rendah tingkat kemudahan yang dirasakan dari penggunaan *fintech & e-commerce* tidak berpengaruh terhadap minat penerapan aplikasi tersebut bagi pelaku UMKM; (5) semakin tinggi tingkat manfaat yang didapatkan dari penggunaan aplikasi *fintech & e-commerce* maka semakin tinggi minat penerapan aplikasi tersebut bagi pelaku UMKM.

Hasil penelitian ini secara teoritis dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan bagi pelaku UMKM lebih banyak mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penerapan *fintech & e-commerce* bagi pelaku UMKM seperti *risk*, *self-efficacy*, *subjective norm*, *perceived ease of use*, dan *perceived usefulness*. Manfaat bagi pelaku UMKM menggunakan aplikasi *fintech & e-commerce* dapat memberikan manfaat untuk mengembangkan usahanya dengan memperhatikan risiko, kemampuan diri, pengaruh dari orang lain, persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan aplikasi keuangan. Bagi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Kebumen dapat memberikan ide bantuan dengan menyelenggarakan pelatihan atau seminar kepada pelaku UMKM tentang pentingnya penggunaan teknologi keuangan.

Kata Kunci: *Risk, Self-efficacy, Subjective Norm, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Intention to Use*

SUMMARY

This research is titled "Analysis of Factors Influencing the Interest in Implementing Fintech & E-Commerce for MSMEs." Technology is experiencing continuous advancements and providing numerous benefits to its users, especially business owners who struggle to develop their ventures. Financial technology emerges as a solution for business owners to advance their enterprises. Fintech and e-commerce applications have been widely used by MSMEs globally. In Indonesia, popular fintech and e-commerce applications include Gofood, Grabfood, Gopay, OVO, Shopeepay, Shopeefood, Dana, and m-banking. Several surveys have reported a significant increase in the usage of fintech and e-commerce applications year after year. Indonesia's MSMEs represent the third-largest group of fintech app users in the Asia-Pacific region. The largest number of users among MSMEs is found in the West Java and Central Java regions. One specific area in Central Java with a high number of MSMEs is Kebumen Regency. However, the high number of MSMEs in Kebumen Regency is not matched by a correspondingly high level of fintech and e-commerce usage, despite the presence of fintech and e-commerce platforms like Grab and Gojek, which can help entrepreneurs grow their businesses. Kebumen Regency is considered one of the poorest regions in Central Java. The purpose of this research is to investigate the influence of risk, self-efficacy, subjective norm, perceived ease of use, and perceived usefulness on the intention to use fintech and e-commerce among MSMEs in Kebumen Regency. This study adopts a quantitative approach and is conducted in Kebumen Regency. The population consists of MSMEs using Gojek and Grab applications, with a sample size of 70 businesses. Data collection is done through the distribution of questionnaires directly to MSME owners. The research employs validity and reliability tests, descriptive statistical analysis, classical assumption tests including heteroscedasticity, normality, multicollinearity, F-test, t-test, and coefficient of determination. The data analysis technique used is multiple linear regression.

The results of this research indicate that: (1) risk does not have a negative influence on intention to use; (2) self-efficacy has a positive influence on intention to use; (3) subjective norm does not have a positive influence on intention to use; (4) perceived ease of use does not have a positive influence on intention to use; (5) perceived usefulness has a positive influence on intention to use. The result of this research show that self-efficacy and perceived usefulness have a significant positive effect on a intention of MSMEs in using fintech and e-commerce applications.

The conclusions drawn from this research are: (1) the level of risk associated with using Gopay & OVO as well as Gofood & Grabfood applications does not affect the interest in implementing fintech and e-commerce among MSMEs in Kebumen Regency; (2) higher self-efficacy or self-confidence of MSME owners in using fintech and e-commerce applications leads to a higher interest in

implementing fintech and e-commerce among MSMEs; (3) the subjective norm, whether high or low, or the influence of others in using fintech and e-commerce, does not affect the interest in implementing fintech and e-commerce among MSMEs; (4) the perceived ease of use, whether high or low, does not affect the interest in implementing fintech and e-commerce among MSMEs; (5) the level of perceived usefulness derived from using fintech and e-commerce applications positively influences the interest in implementing such applications among MSMEs.

The theoretical implications of this research provide MSME owners with a better understanding of the factors that influence their interest in implementing fintech and e-commerce, including risk, self-efficacy, subjective norm, perceived ease of use, and perceived usefulness. The benefits of MSMEs utilizing fintech and e-commerce applications include business development while considering risk, self-capacity, influence from others, perceived ease, and usefulness of financial applications. For the Department of Cooperatives and MSMEs in Kebumen Regency, this research can provide insights for providing assistance, such as organizing training or seminars to educate MSME owners on the importance of adopting financial technology.

Keywords: *Risk, Self-efficacy, Subjective Norm, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Intention to Use.*

