



## **Pengaruh Financial Technology Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

**Senda Yunita Leatemia<sup>\*</sup>, Theresia Febiengry Sitanala, Adonia Anita Batkunde, Paskanova Christi Gainau**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi, Universitas Pattimura, Ambon

Jl. Ir. M. Putuhena, Poka, Kec. Tlk. Ambon, Kota Ambon, Maluku

Email: <sup>1,\*</sup>senda\_leatemia@yahoo.com, <sup>2</sup>theresiasitanala1011@gmail.com, <sup>3</sup>mejiagayofa02@gmail.com,

<sup>4</sup>hestygainau@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: senda\_leatemia@yahoo.com

Submitted: **05/07/2023**; Accepted: **31/08/2023**; Published: **31/08/2023**

**Abstrak**—Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan bidang yang berkontribusi signifikan bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Oleh karena itu, sangat penting untuk memperhatikan pertumbuhan dan perkembangan usaha-usaha ini. Pertumbuhan dan perkembangan usaha dapat disederhanakan dengan konsep kinerja usaha. Era digital saat ini, kinerja suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh cara-cara konvensional (tradisional). Pelaku usaha dituntut untuk melibatkan diri dalam perkembangan teknologi dan informasi agar usahanya tetap hidup (going concern). Di sisi lain, banyak pelaku usaha yang telah nyaman dengan praktik konvensional sehingga enggan beralih pada praktek modern. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh financial technology yang diwakili oleh variabel cashless payment dan market aggregator terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi penelitian adalah seluruh UMKM di Kota Ambon serta teknik sampling berupa purposive sampling. Teknik ini berhasil mendapatkan 100 UMKM pengguna QRIS yang tersebar di wilayah Kota Ambon. Pengambilan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar langsung kepada para pelaku usaha di lokasi usaha masing-masing. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan hasil bahwa cashless payment tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, sedangkan market aggregator berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Ambon.

**Kata Kunci:** Digitalisasi Akuntansi; Financial Technology; Cashless Payment; Market Aggregator

**Abstract**—Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are a sector that contributes significantly to Indonesia's economic growth. Therefore, it is very important to pay attention to the growth and development of these businesses. Business growth and development can be simplified by the concept of business performance. In the current digital era, the performance of a business is not only determined by conventional (traditional) methods. Business actors are required to involve themselves in the development of technology and information so that their business remains alive (going concern). On the other hand, many business actors are comfortable with conventional practices, so they are reluctant to move to modern practices. This study aims to examine the effect of financial technology represented by cashless payment and market aggregator on the performance of MSMEs. This research employs quantitative method. Population was all SMEs in Ambon City and the sampling technique was purposive sampling. This technique succeeded in getting 100 QRIS MSME users spread across the Ambon City area. The data was collected through questionnaires which were distributed directly to business actors at their business location. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis with the result that cashless payments have no significant effect on business performance, while market aggregators have a significant effect on the performance of MSMEs in Ambon City.

**Keywords:** Accounting Digitization; Teknologi Finansial; Pembayaran Non Tunai; Agregator Pasar

### **1. PENDAHULUAN**

Kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah terhadap produk domestik bruto mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Signifikannya kontribusi ini seharusnya menjadi perhatian khusus agar UMKM semakin diberdayakan dan dikembangkan sehingga perekonomian semakin maju dan pengangguran semakin berkurang. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah yakni mencanangkan penerapan financial technology (Fintech). Penerapan Fintech dapat meningkatkan kinerja UMKM (Rahardjo, Budi; Khairul, 2019).

Peraturan Bank Indonesia No. 19/12/PBI/2017 menegaskan bahwa Fintech adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan untuk menciptakan produk dan layanan, model bisnis dengan teknologi baru ini dapat mempengaruhi stabilitas moneter, sistem keuangan yang efisien dan fleksibel dengan sudut pandang keamanan dan keandalan pembayaran. UMKM dapat menggunakan layanan Fintech ini untuk mengembangkan usahanya sehingga lebih berkembang dan maju. Menurut Fintechindonesia.id, tercatat sebanyak 335 perusahaan Fintech. Hal ini berarti bahwa UMKM memiliki banyak pilihan layanan keuangan untuk dimanfaatkan. Kemauan untuk belajar dan menyesuaikan diri dengan perubahan yang dapat mendorong UMKM untuk mengalami pertumbuhan. Contoh perusahaan Fintech adalah Kredivo, Modalku, OVO, Go Pay, Dana, dan Spenmo. UMKM yang terbiasa dengan layanan ini akan memiliki ketahanan usaha yang lebih tinggi karena penjualan meningkat.

Salah satu metode yang melekat pada layanan Fintech adalah QRIS. QRIS adalah Quick Response Code Indonesian Standard atau Kode QR Standar Indonesia adalah standar kode QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia yang bertujuan untuk mengintegrasikan seluruh metode pembayaran nontunai di Indonesia. QRIS menyatukan berbagai macam QR dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan QR Code. QRIS dapat digunakan untuk semua smartphone dengan pemindai kode QR. Melalui QRIS, seluruh aplikasi pembayaran dari penyelenggara manapun baik bank dan nonbank yang digunakan



masyarakat, dapat digunakan di seluruh toko, pedagang, warung, parkir, tiket wisata, donasi (merchant) berlogo QRIS, meskipun penyedia QRIS di merchant berbeda dengan penyedia aplikasi yang digunakan masyarakat.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengkaji niat pelaku UMKM dalam menerapkan QRIS sebagai sistem pembayarannya (Mahyuni & Setiawan, 2021; Pangestu & Pasaribu, 2022; Sudiatmika & Martini, 2022). Hasil penelitian menemukan bahwa faktor kemanfaatan, kemudahan, kepercayaan, dan pemahaman terhadap QRIS yang mendorong pelaku usaha untuk menggunakan QRIS. Semakin QRIS bermanfaat, mudah digunakan, mampu menjaga privasi pengguna, dan mudah dipahami maka pelaku usaha dengan mudah akan mengadopsinya. Hasil penelitian ini mendorong peneliti untuk melakukan kajian lanjutan yang berfokus pada kinerja UMKM setelah mengadopsi QRIS. Keberadaan QRIS yang digunakan UMKM merupakan bentuk dari keterlibatan pelaku usaha dalam ranah Fintech. Dua variabel spesifik yang mewakili Fintech adalah cashless payment dan market aggregator. Cashless payment berarti pelaku usaha menerima layanan pembayaran secara non-tunai, sedangkan market aggregator berarti pelaku usaha memanfaatkan berbagai platform digital untuk mengakses layanan keuangan dan investasi yang dapat meningkatkan kinerja usahanya.

Keberadaan QRIS membuka peluang bagi para pelaku usaha dan masyarakat untuk menerapkan sistem pembayaran non tunai (cashless payment). Hal ini dapat meningkatkan efektivitas kerja UMKM karena dana dari transaksi melalui QRIS langsung ditransfer ke rekening pelaku usaha (Sudiatmika & Martini, 2022). Selain efektif, pemanfaatan QRIS juga memperoleh kemudahan, kenyamanan dan keamanan (Imron, 2021; Ningsih, 2022) karena pelanggan tidak perlu membawa uang secara fisik saat membeli produk. Selain itu, metode ini juga dapat meningkatkan kesehatan karena proses pembayaran dilakukan menggunakan uang elektronik. Era digital membuat orang memiliki kecenderungan untuk bertransaksi secara elektronik sehingga UMKM yang menggunakan layanan QRIS dipastikan mengalami peningkatan penjualan dan laba (Setiobudi & Wiradinata (2018), sehingga pada akhirnya UMKM dapat mengalami peningkatan kinerja (Lestari, Purnamasari, & Setiawan, 2020).

Kemajuan UMKM juga ditentukan oleh kapasitas mengakses dana/modal dari lembaga keuangan. Market aggregator adalah layanan yang mampu membantu UMKM dalam mengambil keputusan sebelum membeli produk atau layanan tertentu melalui platform market aggregator. Aggregator ini akan menyediakan informasi terkait perbandingan biaya atau harga produk/jasa dari berbagai sisi atau secara menyeluruh. UMKM dapat memanfaatkan market aggregator untuk mendapatkan layanan pinjaman yang sesuai dengan kapasitas UMKM.

Fakta di Kota Ambon menunjukkan bahwa para pelaku usaha sudah mulai mengadopsi Fintech di dalam usahanya. Baik dari sisi metode pembayaran maupun akses modal usaha. Dari sisi metode pembayaran, banyak pelaku usaha telah memanfaatkan platform seperti QRIS, OVO, Go Pay, Dana untuk penyelesaian transaksi. Hal ini dilihat dari jumlah pengguna QRIS sampai periode Mei 2023 sebanyak 58.000 usaha. Jumlah ini meningkat dari tahun 2022 yakni sebanyak 30.000 usaha. Dari sisi akses modal, pelaku usaha juga sudah mengakses modal dari Fintech. Hal ini dilihat dari Data Statistik OJK, jumlah penerima pinjaman tahun 2021 sebanyak 1.163 dan tahun 2022 meningkat menjadi 1.456. Selain itu, berdasarkan Laporan East Ventures Digital Competitiveness dalam tiga tahun terakhir Provinsi Maluku mengalami peningkatan peringkat dalam penggunaan platform digital. Tahun 2021 Maluku berada pada peringkat ke-24, tahun 2022 menurun pada peringkat ke-27, dan tahun 2023 pada urutan ke-18. Peringkat ini menunjukkan trend peningkatan yang berarti bahwa masyarakat di Maluku sedang ada di dalam tahap mengadopsi platform digital. Survei Kementerian Komunikasi dan Informatika terhadap 20 kota di Indonesia juga menetapkan hasil bahwa Kota Ambon ditetapkan sebagai kota terbaik ketiga dalam tingkat penggunaan digital (Siwalima News, 2021). Melihat masuknya digitalisasi dalam usaha-usaha di Maluku, secara khusus di Kota Ambon maka penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak Fintech yang diwakili oleh variabel cashless payment dan market aggregator.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survey yakni penyebaran kuesioner kepada 100 pelaku UMKM di Kota Ambon. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria seperti: a) pelaku usaha merupakan pengguna QRIS; b) usia usaha di atas 6 bulan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Variabel yang diteliti cashless payment ( $X_1$ ), market aggregator ( $X_2$ ), kinerja UMKM ( $Y$ ).

### 2.2 Definisi Operasional

Tabel 1 menggambarkan nama variabel, definisi dan indikator yang diturunkan dari definisi tersebut. Indikator-indikator ini yang akan menjadi ukuran terhadap variabel yang diteliti.

**Tabel 1.** Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Cashless Payment	Salah satu jenis Fintech yang mendukung kelancaran sistem pembayaran dengan memanfaatkan alat pembayaran dalam bentuk elektronik (Bank Indonesia, 2020)	1. Meningkatkan efektivitas



No	Variabel	Definisi	Indikator
			2. Mempermudah pekerjaan (efisien) 3. Mudah dioperasikan Pemerintahan dalam menggunakan teknologi 4. Menghasilkan pelayanan/service yang baik
2.	Market Aggregator	Media yang mengumpulkan dan mengoleksi data finansial dari berbagai penyedia data untuk disajikan kepada pengguna untuk mendapatkan banyak informasi pasar, membandingkan dan memilih harga dan fitur produk keuangan terbaik, dan meningkatkan efektifitas dan efisiensi bagi pengguna. (Bank Indonesia, 2016).	1. Mendapatkan banyak informasi pasar. 2. Membandingkan dan memilih harga dan fitur produk. 3. Meningkatkan efektifitas dan efisiensi bagi pengguna.
3.	Kinerja Usaha (KUM)	Hasil kerja yang telah dicapai melalui rangkaian kegiatan yang mengkombinasikan modal, hardskill, dan softskill dalam usaha (Gainau., 2020)	1. Peningkatan penjualan 2. Peningkatan modal 3. Penambahan pegawai 4. Pertumbuhan pangsa pasar 5. Peningkatan profit (laba bersih)

### 2.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data diawali dengan menguji kualitas data penelitian yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Semua indikator terbukti valid dan reliable maka pengujian selanjutnya yakni menguji asumsi klasik, antara lain uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas. Semua variabel memenuhi asumsi sehingga dapat dilanjutkan pada uji regresi linear berganda dan uji koefisien determinasi. Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan alat statistic SPSS.

### 2.4 Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

#### 2.4.1 Pengaruh Cashless Payment Terhadap Kinerja UMKM

Cashless payment adalah metode pembayaran dengan menggunakan uang elektronik. Usaha yang telah mengadopsi sistem ini diduga memiliki tingkat kesadaran IT yang tinggi. Teknologi informasi dapat mendorong kemajuan usaha, salah satunya melalui keberadaan sistem cashless payment. Jenis Fintech yang tergabung dalam cashless payment, settlement and clearing adalah payment gateway, e-wallet, dan e-money. Jenis ini dapat mendorong masyarakat untuk bertransaksi non-tunai karena kemudahan yang ditawarkannya. Dengan adanya cashless payment, korupsi atau pungutan liar dapat dicegah serta konsumen merasakan kepuasan (Bastian, 2020). Selain itu, cashless payment juga menyediakan banyak promo saat menggunakan aplikasi pembayaran digital. Dengan adanya gerakan masyarakat non-tunai dan Fintech, masyarakat dapat membawa bisnisnya keluar daerah tanpa banyak biaya. Hal ini membuat masyarakat lebih tertarik untuk membeli barang pada UMKM dan pada akhirnya penjualan dan laba usaha meningkat. Salah satu sarana cashless payment yang saat ini cenderung digunakan adalah QRIS. Pelaku usaha dapat menyediakan sarana pembayaran ini di setiap lokasi usahanya dan pelanggan yang berkunjung untuk membeli barang atau jasanya dapat menyelesaikan transaksi melalui proses scan barcode QRIS. Saat ini, telah adalah beberapa bank yang menyediakan fitur QRIS aplikasi mobile banking-nya sehingga pelangga yang menggunakan mobile banking tersebut dapat dengan mudah melakukan scan barcode QRIS pada media yang disediakan oleh pelaku usaha. Proses ini berlangsung dengan mudah sehingga pelanggan tidak perlu membuang waktu untuk antri pada ATM atau membawa uang tunai yang memiliki tingkat resiko tinggi. Dalam jangka panjang, masyarakat akan menjadi terbiasa dengan sistem pembayaran yang memudahkan seperti ini dan secara perlahan pelanggan akan melakukan pembelian berulang sehingga mendorong terjadinya peningkatan penjualan, modal usaha, penambahan karyawan, dan laba usaha.

Octavina & Rita (2021), Lu (2022), Subekti & Pahlevi (2022), Kustina & Aji (2023) merupakan peneliti sebelumnya yang telah menemukan bahwa penggunaan transaksi non-tunai (e-payment gateway atau cashless payment) mampu meningkatkan kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha yang melek teknologi informasi akan mencapai peningkatan penjualan dan laba usaha karena pelanggan yang semakin tertarik dengan keberadaan sistem pembayaran non tunai. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

**H<sub>1</sub> : Cashless Payment berpengaruh positif terhadap Inklusi Keuangan UMKM**

#### 2.4.2 Pengaruh Market Aggregator Terhadap Kinerja UMKM



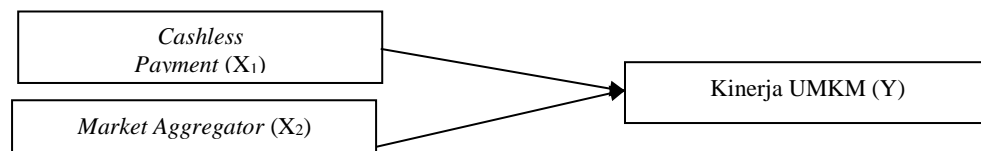
Pelaku usaha juga tentu membutuhkan dukungan modal dari lembaga keuangan untuk membantu perputaran arus kasnya sehingga usahanya tetap berjalan. Pelaku usaha yang melek IT akan mampu mengoperasikan aplikasi untuk mengakses layanan kredit dan peminjaman uang dengan mudah sehingga pelaku usaha tersebut memperoleh dukungan dana bagi usahanya. Usaha yang mendapat dukungan dana tentu akan terus berjalan. Salah satu jenis Fintech yang berfungsi untuk tujuan peminjaman uang adalah market aggregator. Market Aggregator merupakan Fintech yang berisi informasi layanan keuangan untuk membantu konsumen memilih Fintech yang tepat.

UMKM dapat dengan mudah mencari informasi untuk layanan keuangan yang dibutuhkan untuk mengembangkan usahanya. Selain itu juga membantu UMKM dalam melakukan perbandingan harga untuk menentukan harga pasar dan mendapatkan pendapatan yang maksimal. Market Aggregator juga dapat menjawab permasalahan permodalan pada UMKM karena Market Aggregator dapat memilih Fintech yang tepat sesuai kebutuhan permodalan yang dibutuhkan oleh UMKM.

Keputusan untuk mengakses pinjaman merupakan salah satu keputusan bisnis yang sering dilakukan oleh pelaku usaha. Era digital telah menyediakan berbagai platform online untuk mengakses pinjaman, salah satunya melalui peer to peer lending. Peer to peer lending merupakan salah satu layanan permodalan yang ditujukan bagi para peminjam dana baik yang berbentuk badan usaha maupun masyarakat umum. Sebelum meminjam, pelaku usaha dapat mengakses informasi terkait besaran pinjaman, bunga, dan biaya administrasi yang dikenakan. Proses akses informasi ini dapat dilakukan melalui website atau aplikasi yang disebut market aggregator.

Menurut penelitian Ardiansyah (2019) bahwa Market Aggregator mampu membantu pelaku usaha UMKM untuk menentukan perbandingan biaya/harga antara biaya keuangan yang dapat digunakan. Hal ini dapat membuat pelaku usaha menentukan layanan keuangan terbaik untuk mengembangkan usahanya, mulai dari asuransi, investasi, dan KUR. Liliana, Hidayat, Atiyatna, Kahpi, & Saleh (2021) juga menunjukkan bahwa melalui market aggregator sebagian besar pelaku usaha telah cerdas dalam memilih layanan financial technology yang akan dimanfaatkan dalam membantu usaha yang sedang mereka kembangkan, sehingga dapat meminimalisir kesalahan dan kerugian dalam pemanfaatan layanan financial technology. Berdasarkan uraian dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>2</sub> : Market Aggregator berpengaruh positif terhadap Inklusi Keuangan UMKM**



**Gambar 1.** Model Penelitian

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Demografi Responden Penelitian

Data demografi responden menunjukkan bahwa responden terdiri dari 49 laki-laki dan 51 perempuan. Berdasarkan bidang usaha, sebagian besar responden menekuni usaha kuliner (73%). Latar belakang pendidikan cenderung SMA, dan sebagian besar pelaku usaha sudah menekuni usahanya tersebut 2 – 5 tahun.

**Tabel 2.** Data Demografi Responden

Demografi Responden		Jumlah	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	49	49%
	Perempuan	51	51%
Bidang Usaha	Kuliner	73	73%
	Jasa	12	12%
	Industri	6	6%
	Fashion	5	5%
	Lainnya	4	4%
	SD	1	1%
	SMP	2	2%
Pendidikan Terakhir	SMA	44	44%
	Diploma	4	4%
	Strata 1	40	40%
	Strata 2	8	8%
	Strata 3	1	1%
Lama usaha	< 2 tahun	19	19%
	2-5 tahun	51	51%
	>10 tahun	30	30%
Omzet per bulan	< 5 juta	47	47%



Demografi Responden	Jumlah	%
5-10 juta	30	30%
>10 juta	23	23%

Tabel di 2 menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah wanita yaitu sebanyak 51 orang atau sebesar 51% dan sisanya 49% adalah wanita. Mayoritas pelaku usaha bergerak di bidang usaha kuliner yakni sebesar 73%, kemudian disusul oleh pelaku usaha di bidang usaha jasa yakni sebesar 12%. Mayoritas pelaku usaha menuntaskan pendidikannya pada jenjang SMA yakni sebesar 44%, kemudian disusul oleh pelaku usaha dengan pendidikan terakhir sarjana. Pelaku usaha telah menjalani bisnisnya dalam range 2 tahun sampai dengan 5 tahun yakni sebanyak 51%, kemudian disusul oleh pelaku usaha yang telah senior yakni yang telah menjalankan usaha lebih dari 10 tahun yakni sebesar 30%. Mayoritas pelaku usaha pengguna QRIS memiliki omzet per bulan di bawah Rp 5.000.000,-, yakni sebanyak 47 pelaku usaha (47%), kemudian disusul oleh pelaku usaha dengan omzet Rp 5.000.000,- sampai dengan Rp 10.000.000,- yakni sebesar 30%.

### 3.2 Statistik Deskriptif

Untuk mengetahui gambaran mengenai statistik deskriptif variabel secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3:

**Tabel 3.** Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	Descriptive Statistics				
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kinerja UMKM (Y)	100	10	25	17.14	3.846
Cashless Payment (X <sub>1</sub> )	100	12	20	20.68	3.162
Market Aggregator (X <sub>2</sub> )	100	12	30	21.98	3.701

Dari Tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa variabel kinerja UMKM (Y) dengan sampel (N) sebanyak 100 orang memiliki nilai minimum sebesar 10, nilai maksimum sebesar 25, rata-rata sebesar 17,14 dan deviasinya sebesar 3,846. Selanjutnya variabel cashless payment (X<sub>1</sub>) memiliki nilai minimum sebesar 12, nilai maksimum sebesar 20, rata-rata sebesar 20,68 dan deviasinya sebesar 3,162. Variabel market aggregator (X<sub>2</sub>) memiliki nilai minimum sebesar 12, nilai maksimum sebesar 30, rata-rata sebesar 21,98 dan deviasinya sebesar 3,701. Semua variabel memiliki nilai standar deviasi di bawah nilai rata-rata sehingga dapat dikatakan bahwa sebaran data penelitian adalah baik.

### 3.3 Uji Validitas

Untuk menguji valid atau tidaknya kuesioner, penulis melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Apabila nilai pearson correlation untuk tiap indikator  $\geq 0.1966$  pada taraf signifikan 5% maka indikator tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan hasil pengolahan data maka dapat diketahui hasil uji validitas untuk variabel-variabel penelitian yang disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.** Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Signifikan	Kesimpulan
Kinerja UMKM (Y)	Y <sub>1.1</sub>	0.849	0.000	Valid
	Y <sub>1.2</sub>	0.898	0.000	Valid
	Y <sub>1.3</sub>	0.846	0.000	Valid
	Y <sub>1.4</sub>	0.754	0.000	Valid
	Y <sub>1.5</sub>	0.878	0.000	Valid
Cashless Payment (X <sub>1</sub> )	X <sub>1.1</sub>	0.934	0.000	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0.888	0.000	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0.868	0.000	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0.804	0.000	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0.817	0.000	Valid
Market Aggregator (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub>	0.769	0.000	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0.838	0.000	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0.790	0.000	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0.767	0.000	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0.777	0.000	Valid

Dari Tabel 4 juga dapat dilihat bahwa semua indikator adalah valid dimana nilai pearson correlation yang diperoleh  $> 0.1966$  pada taraf signifikan 5% (0.05) sehingga indikator dapat dimasukkan dalam pengolahan data

### 3.4 Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument penelitian diuji menggunakan rumus koefisien cronbach's alpha. Jika nilai koefisien alpha lebih besar dari 0.60 maka disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut handal atau reliabel. Hasil uji reliabilitas variabel-variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 5 di bawah ini:



**Tabel 5.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kinerja UMKM (Y)	0.883	Reliabel
Cashless Payment (X <sub>1</sub> )	0.914	Reliabel
Market Aggregator (X <sub>2</sub> )	0.883	Reliabel

Dari Tabel 5 menunjukkan bahwa alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah reliabel dimana nilai Cronbach Alpha untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0.60 sehingga dapat dipakai untuk pengolahan data selanjutnya.

### 3.5 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Secara multivarians pengujian normalitas data dilakukan terhadap nilai residualnya. Data yang berdistribusi normal ditunjukkan dengan nilai signifikansi di atas 0.05.

**Tabel 6.** Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Asymp. Sig	Kesimpulan
Kolmogorov-Smirnov Test	0.528	Terdistribusi Normal

Dari Tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $0.528 > 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal atau data memenuhi asumsi normalitas.

### 3.6 Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya variance inflation factor (VIF). Nilai cut-off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance  $< 0.10$ , atau sama dengan nilai VIF  $> 10$ . Hasil uji Multikolinearitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

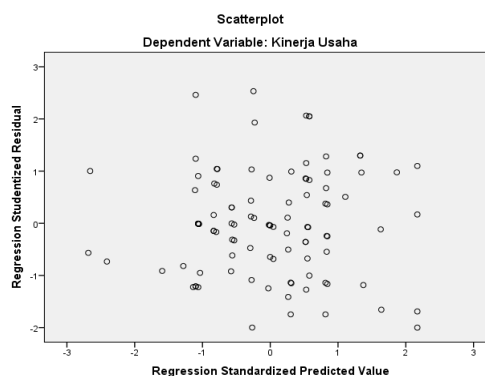
**Tabel 7.** Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Cashless Payment (X <sub>1</sub> )	.674	1.483
Market Aggregator (X <sub>2</sub> )	.674	1.483

Dari Tabel 7 maka dapat dilihat hasil perhitungan nilai Tolerance dan VIF menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,10 dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) lebih dari 10 sehingga dapat disimpulkan tidak ada korelasi antar variabel independen atau tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen yang berarti bahwa data penelitian ini memenuhi asumsi klasik multikolinearitas.

### 3.7 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat grafik scatterplot. Dari grafik scatterplot jika titik-titik menyebar secara (random) baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas pada data penelitian (Ghozali, 2013). Berikut disajikan hasil uji heteroskedastisitas data penelitian.



**Gambar 2.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik scatterplot pada Gambar 2 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak (random) baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hasil ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas pada data penelitian atau data memenuhi asumsi heteroskedastisitas.



### 3.8 Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel bebas/independen terhadap variabel terikatnya/dependen. Pada penelitian ini koefisien determinasi dilihat melalui nilai Adjust R Square yang disajikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 8.** Koefisien Determinasi (Adjust R Square)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.517 <sup>a</sup>	.267	.252	3.325

Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,252 yang memiliki arti bahwa pengaruh variabel cashless payment ( $X_1$ ) dan market aggregator ( $X_2$ ) terhadap kinerja UMKM ( $Y$ ) adalah sebesar 25,2%. Sisanya 74,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

### 3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dan signifikannya lebih kecil dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau dengan kata lain hipotesis diterima, begitupun sebaliknya. Hasil uji  $t$  dapat ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 9.** Uji Parsial (Uji T)

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.152	2.386		2.159	.033
1 Cashless Payment ( $X_1$ )	.018	.129	.015	.143	.887
Market Aggregator ( $X_3$ )	.257	.110	.508	4.801	.000

Dari tabel 9 dapat dilihat bahwa model regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 5.152 + 0.018X_1 + 0.257X_2 + e \tag{1}$$

### 3.10 Pembahasan

#### 3.10.1 Pengaruh Cashless Payment Terhadap Kinerja UMKM

Hasil penelitian membuktikan bahwa cashless payment tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai signifikan  $0.887 > 0.05$ . Hasil uji ini mengindikasikan bahwa pembayaran non-tunai (cashless payment) yang diterapkan oleh pelaku usaha pengguna QRIS tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha yang dijalankan. Hal ini dapat terjadi karena belum banyaknya pelanggan yang melakukan pembayaran non-tunai. Pelanggan atau konsumen masih cenderung menggunakan pembayaran secara manual yakni membayar sejumlah uang tunai untuk menyelesaikan transaksi yang terjadi. Temuan ini sesuai dengan Paripurna & Ajija (2019) dan Handayani & Badjuri (2022) bahwa sistem pembayaran non tunai tidak berpengaruh terhadap pendapatan dan perkembangan UMKM.

Penerapan cashless payment di Kota Ambon belum banyak karena Kota Ambon baru saja diarahkan untuk menjadi salah satu Kota Digital yakni pada tahun 2021. Saat ini masyarakat Kota Ambon masih dalam tahapan penyesuaian dan pergeseran menuju penerapan cashless payment secara utuh. Pelanggan atau konsumen yang melakukan pembelian barang atau jasa masih belum terbiasa (familiar) untuk melakukan pembayaran secara tunai. Pelaku usaha juga masih dalam tahapan mendalami tata cara penggunaan QRIS sehingga dampak dari penggunaan QRIS terhadap tingkat penjualan dan laba usaha belum secara langsung dirasakan.

Adapun beberapa pelaku usaha yang mengakui bahwa penerapan QRIS seperti bersifat paksaan dari pihak bank karena petugas dari Bank yang mendatangi lokasi usaha hanya memungut biaya administrasi sebesar Rp 20.000 dan mendata pelaku usaha sebagai pengguna QRIS namun petugas tersebut tidak memberikan buku rekening QRIS kepada pelaku usaha sehingga pelaku usaha mengalami kebingungan ketika melayani pelanggan yang hendak membayar dengan metode QRIS. Kebingungan ini didasarkan karena pelaku usaha belum memegang buku rekening QRIS yang seharusnya diberikan oleh petugas dari Bank. Hal ini merupakan salah satu fenomena yang terjadi di Kota Ambon di beberapa pelaku usaha sehingga tidak mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan QRIS. Jika memanfaatkan QRIS pun pelaku usaha masih mengalami kebingungan. Hal inilah yang menyebabkan sehingga hasil pengujian hipotesis tidak terdukung dimana penerapan cashless payment melalui QRIS tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha yang diwakili oleh indikator seperti peningkatan penjualan, peningkatan modal, penambahan pegawai, pertumbuhan pangsa pasar, peningkatan profit (laba bersih).



Pelaku usaha yang telah memanfaatkan QRIS cenderung dikunjungi oleh masyarakat yang membayar secara non-tunai sehingga tidak mendorong peningkatan penjualan secara signifikan. Penjualan yang tidak meningkat menyebabkan pelaku usaha tidak mendapatkan tambahan modal sehingga enggan menambah pegawai baru dalam usahanya. Dalam jangka panjang, pangsa pasar usaha tetap tidak meningkat dan profit usaha pun terdampak. Pemanfaatan QRIS di Kota Ambon belum terlalu menjadi urgensi bagi masyarakat karena mobilitas masyarakat di Kota Ambon masih cenderung konvensional termasuk dalam bertransaksi. Hal ini diperkuat dengan hasil yang dilaporkan dalam Laporan East Ventures Digital Competitiveness Tahun 2022 bahwa Maluku menduduki peringkat ke-27 dari 38 provinsi dalam hal pemanfaatan digitalisasi. Laporan ini juga menegaskan bahwa cara pemerintah untuk mendorong pemerataan digitalisasi di Indonesia tidak dapat diseragamkan. Khusus untuk daerah seperti Maluku, khususnya Kota Ambon, langkah yang tepat adalah mendorong hilirisasi sumber daya alam terlebih dahulu karena tidak semua 514 kota/kabupaten harus digital. Sarana dan prasarana pendukung seperti jaringan internet, masyarakat pengguna gadget, dan faktor lainnya masih menjadi kendala utama. Meskipun demikian, literasi digital tetap merupakan hal penting bagi masyarakat di Maluku, khususnya di Kota Ambon. Salah satu caranya adalah melalui program pemanfaatan QRIS oleh para pelaku usaha.

Tingginya jumlah pengguna QRIS di Maluku tidak menjadi jaminan bahwa kinerja usaha dapat meningkat karena munculnya fenomena seperti pelaku usaha belum paham, pelaku usaha masih nyaman dengan sistem konvensional, dan masyarakat yang tidak memiliki aplikasi/sarana pendukung pemanfaatan QRIS. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan digital di Indonesia, khususnya pada pilar infrastruktur. Wilayah dengan daya saing tinggi tetap didominasi oleh provinsi-provinsi di Pulau Jawa dan beberapa provinsi dengan tingkat ekonomi lebih tinggi. Sebagai contoh, dari tahun 2020 sampai 2022, skor East Ventures Digital Competitiveness provinsi di Jawa dan Bali-Nusa Tenggara ada tingkat menengah-atas. Maluku dan Papua berada pada skor di bawah. Oleh karena itu, jaminan infrastruktur harus lebih diperkuat untuk mendukung digitalisasi bagi masyarakat di Kota Ambon.

Indeks literasi digital Kota Ambon berada pada skala 3.00 hingga 4.06 yang mengindikasikan bahwa masyarakat Kota Ambon cenderung aktif dalam menggunakan platform digital maupun media sosial. Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun indeks literasi digitalnya tinggi namun sistem pembayaran transaksi melalui aplikasi digital (cashless payment) belum digunakan secara merata oleh masyarakat konsumen. Hal ini berdampak pada frekuensi berbelanja yang tidak begitu meningkat sehingga tingkat penjualan serta laba usaha masih tetap konstan seperti sebelum menggunakan QRIS. Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Sari & Rinofah (2019) dan Lestari et al., (2020) dan Octavina & Rita (2021) yang menemukan bahwa financial technology yang di dalamnya terdapat cashless payment berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

### **3.10.2 Pengaruh Market Aggregator Terhadap Kinerja UMKM**

Hasil penelitian membuktikan bahwa market aggregator berpengaruh signifikan terhadap kinerja individu dengan nilai signifikan  $0.00 < 0.05$ . Pemanfaatan layanan market aggregator oleh pelaku usaha ternyata mempengaruhi kinerja usahanya. Market aggregator merupakan suatu wadah online bagi pelaku usaha dalam mengakses informasi mengenai layanan-layanan keuangan yang dapat membantu keberlangsungan usaha. Hal ini terbukti signifikan karena platform dari market aggregator menyediakan informasi yang lebih luas sehingga pelaku usaha menemukan banyak manfaat darinya. Manfaat tersebut dapat berupa ditemukannya akses untuk memperoleh pinjaman modal. Pinjaman ini kemudian dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk mengelola usahanya dengan lebih maksimal sehingga mendorong peningkatan penjualan dan laba usaha.

Salah satu platform Market Aggregator yang digunakan pelaku usaha adalah finansialku.com. Platform ini memberikan akses bagi pelaku usaha untuk mendapatkan layanan konsultasi keuangan berupa menyusun perencanaan keuangan, asuransi, pajak, hingga investasi. Penggunaan platform ini terbukti mendorong pelaku usaha untuk memaksimalkan pengelolaan usaha sehingga penjualan dan laba usaha meningkat. Hasil ini sejalan dengan temuan Ardiansyah (2019) bahwa market aggregator mampu membantu pelaku usaha UMKM untuk menentukan perbandingan biaya atau harga dari layanan atau produk keuangan yang tersedia. Keputusan yang tepat mampu menjaga pelaku usaha untuk tetap berada pada posisi menguntungkan. Melalui market aggregator pelaku usaha mampu mengambil keputusan yang tepat demi perkembangan usahanya. Hal ini mengkonfirmasi temuan Liliana, Hidayat, Atiyatna, Kahpi, & Saleh (2021). Market aggregator juga menyediakan layanan konsultasi keuangan (financial consulting) sehingga dapat dikatakan bahwa market aggregator juga turut menjalankan fungsi literasi dan edukasi. Berbagai informasi, petunjuk, dan konsultasi yang tersedia di dalam platform ini mengajarkan pelaku usaha untuk lebih memahami produk dan layanan tersedia. Hal ini sejalan dengan temuan Aribawa (2016) bahwa kiterasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM.

Sejak tahun 2021 Kota Ambon telah ditetapkan sebagai salah satu Kota Digital di Indonesia karena memiliki sebagian besar masyarakat yang aktif menggunakan platform digital untuk mengakses pinjaman. Pelaku usaha di Kota Ambon pun sudah mulai mengadopsi penggunaan platform digital untuk mendukung proses pembayaran transaksinya. Ini merupakan tahap permulaan bagi pelaku usaha sehingga dibutuhkan proses pembelajaran dan pencarian informasi demi mendukung penguasaan penggunaan platform digital seperti market aggregator ini. Melalui market aggregator pelaku usaha menemukan informasi yang memudahkan dalam memilih alternatif produk keuangan dan mengakses dana demi pengembangan usaha. Kehadiran market aggregator secara langsung mendorong pelaku usaha untuk aktif meningkatkan skill dan kapasitasnya demi mendapatkan informasi penting bagi usaha.



Data Statistik Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa Maluku termasuk dalam provinsi dengan penerima pinjaman peer to peer lending terbesar di Indonesia dengan jumlah peminjam sebanyak 17.110 pada Desember 2021 dan meningkat menjadi 20.484 pada Desember tahun 2022. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Maluku, khususnya Kota Ambon telah terbiasa melakukan akses pinjaman melalui platform peer to peer lending. Hasil uji membuktikan bahwa pinjaman tersebut berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Sebelum pelaku usaha mengambil keputusan untuk meminjam pada platform tertentu, pelaku usaha tentu telah memanfaatkan market aggregator untuk mengakses informasi sebanyak-banyaknya terkait besaran bunga dan biaya lain yang harus ditanggung. Pelaku usaha perlu mengetahui besaran bunga dan biaya lainnya agar pada periode pengembalian pinjaman, pelaku usaha dapat melunasi pinjaman dengan wajar tanpa kesulitan sehingga dapat mendukung perusahaan fintech peer to peer lending untuk terus melangsungkan operasionalnya sebagai penyedia dana bagi masyarakat pelaku usaha maupun masyarakat umum yang membutuhkan suntikan dana.

#### 4. KESIMPULAN

Keberadaan Financial technology turut berkontribusi bagi pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Kota Ambon. Hal ini tampak dari hasil pengujian hipotesis penelitian ( $H_2$ ) bahwa market aggregator berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Ambon. Semakin baik pelaku usaha menggunakan market aggregator maka semakin baik pula kinerja usahanya. Market aggregator diwujudkan dalam berbagai platform digital yang menyediakan informasi penting terkait produk dan layanan keuangan. Pelaku usaha dapat mengakses informasi terkait pinjaman modal dan investasi pada platform ini. Meskipun demikian, sistem pembayaran non-tunai (Cashless payment) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Ambon. Hal ini dapat terjadi karena belum banyak masyarakat konsumen yang melakukan pembelian secara non tunai. Masyarakat masih cenderung nyaman dengan sistem pembayaran konvensional sehingga menyebabkan frekuensi penggunaan QRIS masih rendah. Hasil ini berkontribusi pada teori Theory Acceptance Model (ATM) dimana pengadopsian teknologi baru cenderung dilakukan seseorang jika seseorang tersebut merasakan manfaat (usefulness) dan kemudahan (easiness) dari teknologi tersebut. Mengingat Kota Ambon masih dalam tahap penyesuaian dengan sistem pembayaran non tunai, maka para pelaku usaha pun baru mengarah kepada pengadopsian metode ini. Penelitian ini memiliki keterbatasan yakni jumlah sampel yang masih terbatas dibandingkan total keseluruhan UMKM yang telah menggunakan QRIS. Selain itu, kategori sampel yang belum proporsional karena pelaku usaha yang lebih dominan adalah pelaku usaha di bidang kuliner. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah sampel agar lebih representatif dan hasil penelitian dapat digeneralisasi. Demikian halnya dengan kategori sampel. Kategori sampel pada penelitian mendatang disarankan untuk lebih dikendalikan sehingga tidak ada salah satu kategori sampel yang terlalu dominan.

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pattimura yang telah menyediakan dana bagi terselenggaranya penelitian ini.

#### REFERENCES

- Ardiansyah, T. (2019). Model Financial Dan Teknologi (Fintech) Membantu Permasalahan Modal Wirausaha UMKM Di Indonesia. *Majalah Ilmiah Bijak*, 16(2), 158–166. <https://doi.org/10.31334/bijak.v16i2.518>
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *SIASAT BISNIS*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s10006-013-0431-4>
- Bastian, A. A. P. (2020). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perkembangan Bisnis UMKM Melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen. *East Ventures Digital Competitiveness Index. 2022. Menuju Era Keeamanan Digital Indonesia: Pemetaan Daya Saing Digital 134 Provinsi dan 25 Kota Digital di Indonesia: Pwc dan Katadata Insight Center.*
- East Ventures Digital Competitiveness Index. 2023. *Keadilan Digital Bagi Seluruh Rakyat Indonesia: Pwc dan Katadata Insight Center.*
- Gainau, P. (2020). Determinan Kinerja Usaha Mikro (Studi Pada Usaha Mikro Di Kecamatan Wenang, Manado). *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 12(1), Hal. 09 - 26. <https://doi.org/10.37477/bip.v12i1.23>
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas
- Handayani, N., & Badjuri, A. (2022). Determinan terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Pemalang. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5785–5793. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2014>
- Imron, A. (2021). Sosialisasi GNN Melalui Instrumen Pembayaran Berbasis QRIS Pada UMKM di Kota Semarang. *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Kustina, K. T., & Aji, W. S. (2023). Cashless Society Sebagai Pemoderasi Pengaruh Fintech Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Denpasar. 10(1), 32–41.
- Lestari, D. A., Purnamasari, E. D., & Setiawan, B. (2020). Pengaruh Payment Gateway terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47747/jbme.v1i1.20>
- Liliana, L., Hidayat, A., Atiyatna, D. P., Kahpi, M., & Saleh, S. (2021). Peran Fintech dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 19(2), 91–102. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v19i2.15742>



- Lu, M. P. (2022). Cashless Payments and Banking Performances: a Study of Local Commercial Banks in Malaysia. *International Journal of Business and Society*, 23(2), 855–876. <https://doi.org/10.33736/IJBS.4842.2022>
- Mahyuni, L. P., & Setiawan, I. W. A. (2021). Bagaimana QRIS Menarik Minat UMKM ? Sebuah Model Untuk Memahami Intensi UMKM Menggunakan QRIS How Does QRIS Attract Msmes ? A Model To Understand The Intentions Of Smes Using QRIS. *Forum EKonomi*, 23(4), 735–747.
- Ningsih, D. M. (2022). Pengaruh Penggunaan QRIS Pada Aplikasi Mobile Banking BSI Terhadap Kelancaran Dan Keamanan Bertransaksi Non Tunai Bagi Para Pelaku UMKM (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Kedaton Bandar Lampung). *Skripsi*, 1–111.
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). dan kinerja keuangan : Studi pada masa pandemi Covid-19. *STIE Perbanas Press* 2021, 11, 73–92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>
- Pangestu, M. G., & Pasaribu, J. P. K. (2022). Behavior Intention Penggunaan Digital Payment QRIS Berdasarkan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) (Studi pada UMKM Sektor Industri Makanan & Minuman di Kota Jambi). *Jurnal Manajemen (Jumanji)*, 1(1), 29–38.
- Pariyurna, R. M. M., & Ajija, S. R. (2019). Does Fintech Payment Gateway Effective in Improving Income of Microenterprises in Surabaya? *East Java Economic Journal*, 3(2), 214–228. <https://doi.org/10.53572/ejavec.v3i2.52>
- Rahardjo, Budi; Khairul, I. A. K. S. (2019). Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Papers, Fakultas Ekonomi Universitas Tidar*, 347–356.
- Sari, P. P., & Rinofah, R. (2019). Pengaruh Financial Technology Terhadap Kepuasan Keuangan Dengan Capaian Keuangan Sebagai Variabel Mediasi. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 27(2), 134–146. <https://doi.org/10.32477/jkb.v27i2.56>
- Setiobudi, A., & Wiradinata, T. (2018). Intensi Ukm Dalam Adopsi Financial Technology Di Jawa Timur. *National Conference of Creative Industry*, (2622), 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1233>
- Siwalima News. (2021). Ambon Kota Digital. Retrieved from <https://siwalimanews.com/ambon-masuk-tiga-kota-digital-terbaik-di-indonesia/>
- Subekti, R. A., & Pahlevi, R. W. (2022). Pengaruh Implementasi E-Payment dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Umkm (Studi Kasus pada Usaha Produk Hobi Alat Pancing). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(6), 985–996. Retrieved from <http://bajangjournal.com/index.php/JEMBA>
- Sudiatmika, N. B. P., & Martini, I. A. O. (2022). FAKTOR-FAKTOR MEMPENGARUHI NIAT QRIS Jurnal Magister Manajemen Unram. 11(3), 239–254. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i3.735>
- Visa. (2022). Visa Consumer Payment Attitudes Study 2022 - Navigating a New Era in Payments. 45. <https://my.review.visa.com/dam/VCOM/regional/ap/documents/visa-cpa-report-smt-2022.pdf>