

MSME Development Strategy Through Financial Technology With Increasing Capital And The Number Of Consumers As Intervening Variables

Strategi Pengembangan UMKM Melalui Financial Technology Dengan Peningkatan Modal Dan Jumlah Konsumen Sebagai Variabel *Intervening*

Sukma Nawang Sari^{1*}, Imam Mukhlis²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang^{1,2}

sukma.nawang.1804326@students.um.ac.id¹, Imam.mukhlis.fe@um.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

MSMEs are factors that play an important role in the Indonesian economy. In their development, MSMEs are still experiencing several problems such as access to financing, utilization of technology and marketing. The purpose of the study was to determine the effect of financial technology on MSME business development, either directly or indirectly, using increased capital and the number of consumers as intervening variables, as well as knowing business development strategies through financial technology. The research was conducted in Blitar City, collecting data through questionnaires. The method of determining the sample was purposive sampling and produced 75 samples. Data analysis using path analysis with SPSS software version 22.0. The results of the analysis show that financial technology directly and indirectly has a positive and significant effect on MSME business development through increasing capital and the number of consumers as intervening variables. So it can be concluded that financial technology can be used as one of the MSME business development strategies. The practical implications of this research are to be a reference for various parties in making decisions, both for the government, MSMEs and fintech operators.

Keywords: MSMEs, Financial Technology, Increasing Capital, Number of Consumers, Business Development

ABSTRAK

UMKM merupakan faktor yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Dalam perkembangannya, UMKM masih mengalami beberapa kendala seperti akses pembiayaan, pemanfaatan teknologi dan pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh financial technology terhadap perkembangan usaha UMKM, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan menggunakan peningkatan modal dan jumlah konsumen sebagai variabel *intervening*, serta mengetahui strategi pengembangan usaha melalui financial technology. Penelitian dilakukan di Kota Blitar, pengumpulan data melalui kuesioner. Metode penentuan sampel adalah purposive sampling dan menghasilkan 75 sampel. Analisis data menggunakan analisis jalur dengan software SPSS versi 22.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa financial technology secara langsung dan tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha UMKM melalui peningkatan modal dan jumlah konsumen sebagai variabel *intervening*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa financial technology dapat dijadikan sebagai salah satu strategi pengembangan bisnis UMKM. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah menjadi acuan bagi berbagai pihak dalam mengambil keputusan, baik bagi pemerintah, UMKM maupun operator fintech.

Kata Kunci: UMKM, Financial technology, Peningkatan Modal, Jumlah Konsumen, Perkembangan Bisnis

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu elemen yang membantu pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di Indonesia. UMKM adalah unit usaha khusus yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha lainnya. Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, dijelaskan

bahwa UMKM dibagi menjadi 3 yaitu Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah (JDIH BPK RI, 2008). Dalam meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di Indonesia, UMKM berperan nyata dibuktikan dengan meningkatnya aksesibilitas lapangan kerja guna mengurangi jumlah angka pengangguran di Indonesia. Selain itu UMKM juga mendukung sektor lain seperti usaha jasa perbankan dan kontribusi terhadap PDB (Putri Rusadi & Benuf, 2020). Dari jumlah UMKM di Indonesia, yaitu 64,2 juta, mereka menyumbang Produk Domestik Bruto sebesar 61,07%, kemudian dalam bidang ekonomi UMKM mampu menyumbang 97% dari total tenaga kerja dan 60,4% dari total investasi (Limanseto, 2021). Sejarah juga mencatat bahwa peran UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang mampu bertahan menghadapi krisis moneter 1998 dibandingkan dengan perusahaan besar lainnya (Putri Rusadi & Benuf, 2020). Sebagai alternatif untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, UMKM masih menghadapi beberapa kendala. Hasil survey yang dilakukan oleh *World Economy Forum (WEF)* 2014-2015, isu yang menjadi penghambat bisnis untuk kemajuan UMKM di Indonesia adalah akses pembiayaan, korupsi dan inflasi (Wilantara, 2016). Permasalahan atau hambatan perkembangan UMKM sendiri dikelompokkan menjadi permasalahan eksternal dan internal. Hambatan internal yang banyak dialami oleh UMKM seperti lemahnya aspek permodalan, produksi, pemasaran produk, dan sumber daya manusia (Candraningrat et al., 2021). Sedangkan hambatan eksternal termasuk akses terbatas pada pembiayaan, biaya infrastruktur yang tinggi, dan layanan birokrasi yang tidak efisien (Wilantara, 2016).

Teknologi informasi yang terus berkembang terutama layanan keuangan digital dapat dijadikan salah satu alternatif untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM Indonesia (Putri Rusadi & Benuf, 2020). Teknologi itu sendiri adalah alat yang memudahkan manusia untuk menggunakan sumber daya yang mereka butuhkan (Rahardjo, Ikhwan, & Siharis, 2019), melakukan berbagai aktivitas secara cepat, tepat, dan akurat serta meningkatkan produktivitas (Wardiana, 2022). Pada saat ini perkembangan teknologi juga turut berpengaruh terhadap sektor keuangan di Indonesia (Ningsih, 2020). *Financial technology* merupakan suatu bentuk alternatif bagi lembaga keuangan dan penggunaannya untuk menyediakan dan mendapatkan layanan bagi pengguna yang sebelumnya belum terjangkau oleh lembaga keuangan atau layanan keuangan yang ada (Candraningrat et al., 2021). Dalam Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 *fintech* merupakan penggunaan teknologi sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan dan keandalan sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2017). Dalam memberikan layanan kepada masyarakat *fintech* dibedakan menjadi lima jenis antara lain *Crowdfunding*; *Micro Financing*; *P2P Lending Service*; *Market Comparison* dan *Digital Payment System* (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), n.d.). Di Indonesia *fintech* mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Berdasarkan data yang disajikan oleh Asosiasi Fintech Indonesia, pada tahun 2021 Indonesia memiliki jumlah perusahaan *fintech* sebanyak 505 perusahaan dimana pinjaman online paling dominan (44%) dalam perkembangan *fintech* (Fintech Indonesia, n.d.). Untuk mengatasi permasalahan UMKM terdapat dua fasilitas yang ditawarkan FinTech bagi UMKM di Indonesia, yaitu kemudahan memperoleh pinjaman dan kemudahan dalam melakukan pembayaran (Lestari et al., 2020). Layanan yang ditawarkan *fintech* untuk memberikan akses peminjaman yaitu *Fintech Peer 2 Peer Lending*. *FinTech P2P Lending* adalah jenis layanan untuk membantu individu yang membutuhkan akses dana guna mengatasi masalah keuangan mereka dengan pinjaman yang lebih efektif dan cepat tanpa melalui siklus panjang seperti yang ditemukan di bank konvensional (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), n.d.). Dengan adanya *Fintech P2P Lending* ini diharapkan dapat meningkatkan dentuman usaha dan memecahkan masalah pinjaman formal seperti penjatahan kredit, kekurangan pembiayaan atau bahkan pembiayaan tingkat tinggi karena kurangnya pasokan (Lestari et al., 2020). Keberadaan *fintech* sebagai salah satu alternatif peningkatan modal dan perkembangan UMKM ini dibuktikan dalam beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang ditunjukkan dalam

temuan penelitian (Candraningrat et al., 2021) di bidang peran *financial technology* dalam pengembangan modal UMKM. UMKM, menunjukkan bahwa hal tersebut berdampak positif bagi perkembangan permodalan UMKM pada industri tekstil di Kota Denpasar.

Sedangkan jenis layanan *fintech* untuk memberikan kemudahan dalam sistem pembayaran yaitu *fintech Digital Payment System*. *Fintech digital payment system* merupakan jenis *fintech* yang dirancang untuk memberikan layanan berupa pembayaran untuk semua jenis rekening, seperti pulsa dan pascabayar, kartu kredit, token listrik, atau pembayaran lainnya (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), n.d.). Pembayaran digital menjadi salah satu solusi atas inefisiensi sistem pembayaran melalui bank konvensional. Layanan pembayaran digital yang disediakan oleh perusahaan *fintech* menjadikan proses transaksi lebih efektif, cepat, aman dan mudah bagi pelaku bisnis, selain itu proses transaksi digital juga mampu menarik konsumen lebih banyak dan memberikan keuntungan bagi pelaku UMKM (Lestari et al., 2020). Dalam penelitian sebelumnya yang difokuskan mengenai *digital payment system* menghasilkan beberapa temuan seperti dalam penelitian yang dilakukan (Rizkiyah et al., 2021) menyatakan bahwa variabel pembayaran digital berkontribusi hingga 62,5% dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku konsumen.

Selain sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, hadirnya *fintech* ini juga diharapkan mampu membantu UMKM untuk mengembangkan bisnisnya. Pengembangan bisnis merupakan suatu bentuk usaha yang dilakukan agar usaha tersebut dapat lebih berkembang dan tujuan usaha yang diinginkan dapat tercapai. Perkembangan usaha dilakukan oleh perusahaan yang secara proaktif mulai menjalankan usahanya dan terdapat kemungkinan untuk melangkah lebih jauh. Perkembangan usaha UMKM dapat dilihat dari beberapa indikator seperti: a). peningkatan modal, b). jumlah produksi, c). Jumlah konsumen, d). lama usaha, e). Perluasan wilayah pemasaran, f). Perbaikan infrastruktur, dan g). Pendapatan kerja (Riyanti, 2003). Perkembangan Bisnis dalam penelitian ini diprosikan dengan Peningkatan modal dan jumlah konsumen. Modal usaha mempunyai dua peranan yaitu untuk mendukung kegiatan produksi dan menutupi kebutuhan dana usaha tetap dan biaya lain diluar proses produksi atau penjualan. Konsumen adalah individu yang menggunakan barang atau jasa. Konsumen dapat dicirikan sebagai orang yang membeli jasa dan produk dari orang lain untuk mengatasi masalah mereka (Rizkiyah et al., 2021). Beberapa penelitian menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan adalah biaya dan modal, diketahui dari hasil analisis regresi kedua faktor tersebut berpengaruh positif signifikan (Hartono & Hartomo, 2016). Kemudian (Rahmatia et al., 2019) menyatakan modal secara tidak langsung melalui perputaran usaha berpengaruh terhadap laba usaha, yang berarti peningkatan modal kerja dapat mengakibatkan peningkatan laba usaha jika perputaran perdagangan meningkat. (Prawira D. & Dewi, 2019) dalam penelitiannya menyatakan variabel modal dengan probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya modal berkontribusi secara signifikan dan positif terhadap perkembangan UMKM di kota Denpasar. Selain itu hasil penelitian (Purwanti, 2012) menunjukkan secara statistik, faktor modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayan dan Kalirond Salatiga.

Berdasarkan beberapa penelitian yang sejenis, dapat diketahui bahwa penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan. Perbedaan terdapat pada lingkup pembahasan dan perbedaan variabel yang digunakan, penelitian ini mengangkat topik pembahasan tentang bagaimana strategi pengembangan bisnis UMKM melalui *financial technology*. Urgensi penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh *financial technology* terhadap perkembangan bisnis UMKM dengan menggunakan peningkatan modal dan jumlah konsumen sebagai variabel intervening serta mengetahui strategi apa yang dapat digunakan UMKM untuk mengembangkan usahanya melalui *financial technology*. Penulis berharap penelitian ini nantinya dapat dijadikan referensi oleh akademisi untuk melaksanakan penelitian selanjutnya, dan dapat dijadikan salah satu referensi oleh pemerintah dalam meningkatkan

perkembangan UMKM serta dapat dijadikan bahan referensi oleh para pengusaha UMKM untuk mengembangkan usahanya.

2. Tinjauan Pustaka

Financial Technology (FINTECH)

Fintech adalah singkatan dari Financial Technology dan dapat dipahami sebagai inovasi layanan keuangan berbasis teknologi. Fintech adalah layanan digital untuk pelanggan seperti Pinjaman; Memfasilitasi akses ke berbagai layanan keuangan seperti investasi dan asuransi (Asosiasi Fintech Indonesia, 2021). Menurut National Digital Research Center (NDRC) di Dublin, mendefinisikan FinTech sebagai inovasi di bidang layanan keuangan, dan FinTech adalah kombinasi antara teknologi dan layanan keuangan. (Marantiani, 2017) (Winarto, 2020). Selain itu Fintech merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk mengakses layanan jasa keuangan secara praktis, efisien, nyaman, dan ekonomis (Otoritas Jasa Keuangan (OJK)) Keberadaan fintech yang merupakan perpaduan antara efektivitas dan teknologi sangat berpengaruh dan berdampak positif bagi masyarakat pada umumnya. transaksi keuangan melalui fintech dapat berupa pembayaran, investasi, peminjaman uang, transfer, rencana keuangan dan pembandingan produk keuangan (Rizal, Maulina, & Kostini, 2018).

Adapun klasifikasi fintech antara lain (Otoritas Jasa Keuangan (OJK)) :

1. *Crowdfunding*

Model fintech yang populer berbagai negara, termasuk Indonesia. Berkat teknologi ini, orang dapat mengumpulkan dana dan berdonasi ke program sosial dengan lebih mudah. Contoh start-up crowdfunding ini adalah Kitabisa.Com

2. *Microfinancing*

Layanan FinTech yang menyediakan layanan keuangan untuk kelas menengah ke bawah dan memenuhi kebutuhan sehari-hari dan keuangan. Contoh startup adalah Amarnya yang menghubungkan pengusaha mikro di pedesaan dengan pemodal secara online

3. *P2P Lending Service*

Fintech jenis ini lebih dikenal dengan istilah fintech peminjaman uang. Teknologi fintech ini membantu mereka yang membutuhkan akses keuangan untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan teknologi fintech ini, konsumen dapat dengan mudah meminjam uang untuk memenuhi berbagai kebutuhan tanpa harus melalui proses yang panjang seperti bank konvensional. Contoh start-up dari fintech *P2P Lending* adalah adalah awantunai.

4. *Market Comparison*

Jenis fintech digunakan untuk membandingkan berbagai produk keuangan dari berbagai penyedia layanan keuangan. Fintech juga berperan sebagai financial planner. Dengan bantuan FinTech, pengguna bisa mendapatkan berbagai pilihan investasi yang sesuai dengan kebutuhan masa depan mereka.

5. *Digital Payment System*

FinTech memberikan layanan berupa pembayaran seluruh tagihan seperti kartu kredit, kartu pascabayar, kartu kredit dan token listrik PLN. Contoh FinTech yang menggarap sistem pembayaran digital ini adalah Payfazz, sebuah agensi yang membantu masyarakat Indonesia, terutama yang tidak memiliki akses ke bank, membayar tagihan yang berbeda setiap bulannya.

UMKM

UMKM sendiri merupakan unit usaha khusus yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha lainnya. Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, dijelaskan bahwa UMKM dibagi menjadi 3 yaitu Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah (JDIH BPK RI, 2008). UMKM juga dapat dipahami

sebagai kegiatan komersial di bidang ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat, baik secara kelompok, keluarga maupun individu dan dilakukan dalam skala kecil (Ridhiyawati, Avia, & Gunardi, 2022).

Adapun kriteria UMKM menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagai berikut

Table 1. Kriteria UMKM

Jenis	Kriteria	
	Aset	Omzet
Usaha Mikro	Maksimal Rp. 50 Juta	Maksimal Rp. 300 juta
Usaha Kecil	> Rp. 50 Juta – Rp. 500 Juta	> Rp. 300 Juta – Rp. 2,5 Miliar
Usaha Menengah	> Rp. 500 Juta – Rp. 10 miliar	> Rp. 50 miliar

Pengembangan Bisnis UMKM

Pengembangan bisnis merupakan suatu bentuk usaha yang dilakukan agar usaha tersebut dapat lebih berkembang dan tujuan usaha yang diinginkan dapat tercapai. Perkembangan usaha dilakukan oleh perusahaan yang secara proaktif mulai menjalankan usahanya dan terdapat kemungkinan untuk melangkah lebih jauh. Menurut Kim pada penelitian (Bastian, 2020) terdapat beberapa indikator pengukuran perkembangan usaha yaitu peningkatan omzet penjualan, pertumbuhan tenaga kerja dan pertumbuhan pelanggan. Selain itu dapat dilihat pula dengan indikator seperti: a). peningkatan modal, b). jumlah produksi, c). Jumlah konsumen, d). lama usaha, e). Perluasan wilayah pemasaran, f). Perbaikan infrastruktur, dan g). Pendapatan kerja (Riyanti, 2003).

Modal Usaha

Modal merupakan salah satu faktor penentu perkembangan suatu perusahaan, jika modal tinggi diiringi dengan permintaan konsumen yang tinggi maka pendapatan menjadi maksimum dan usaha menjadi semakin berkembang. Modal usaha memegang peranan penting sebagai landasan dalam menjalankan usaha. Modal menentukan besarnya pendapatan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Dengan kata lain, modal juga dapat menentukan seperti apa perkembangan bisnis suatu perusahaan nantinya (Ridhiyawati, Avia, & Gunardi, 2022). Selain itu modal usaha mempunyai dua peranan yaitu untuk mendukung kegiatan produksi dan menutupi kebutuhan dana usaha tetap dan biaya lain diluar proses produksi atau penjualan. Semakin banyak modal yang dimiliki maka semakin besar peluang pelaku usaha untuk mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi karena semakin besar kemampuan membeli bahan baku usaha (Marantiani, 2017).

Jumlah Konsumen

Jumlah konsumen merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi pendapatan dan perkembangan bisnis suatu perusahaan. Konsumen sendiri merupakan individu yang menggunakan barang atau jasa. Konsumen dapat dicirikan sebagai orang yang membeli jasa dan produk dari orang lain untuk mengatasi masalah mereka (Rizkiyah et al., 2021). Dari perspektif tradisional, konsumen atau pelanggan adalah orang-orang yang membeli dan menggunakan produk yang diproduksi oleh perusahaan (Marantiani, 2017). Peningkatan jumlah konsumen, baik yang berbelanja dan bertransaksi secara langsung ke toko maupun melalui media online merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan dan juga dapat meningkatkan bisnis perusahaan.

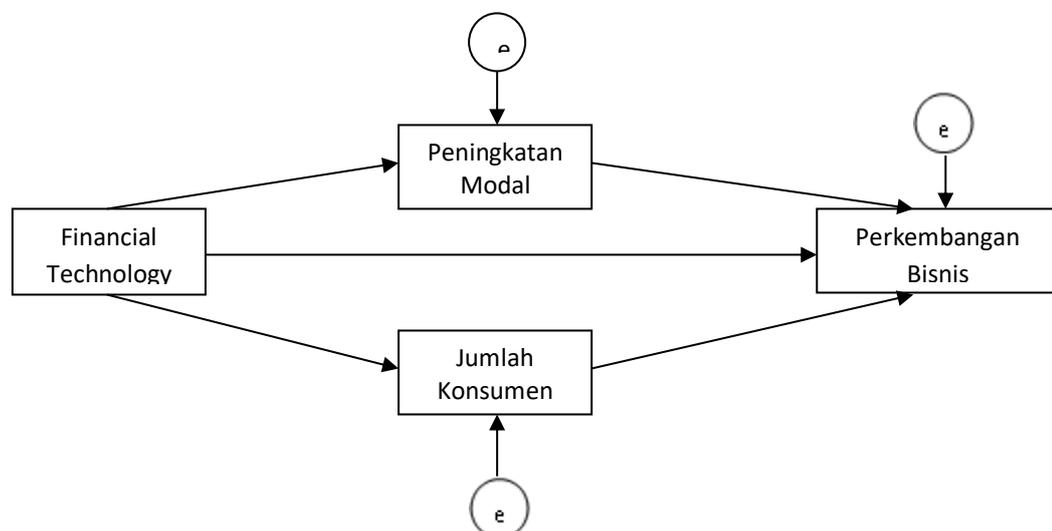
3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada akhir tahun 2021 sampai februari 2022, dengan lokasi yang dipilih untuk dijadikan tempat penelitian yaitu Kota Blitar, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

Kota Blitar sendiri sebagai Kota kecil kedua di Provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi cukup besar dalam bidang ekonomi terutama dalam bidang usaha mikro kecil dan menengah.

Populasi penelitian yaitu seluruh pengusaha UMKM yang menggunakan fintech di Kota Blitar yang tersebar di tiga kecamatan yang ada di Kota Blitar yaitu kecamatan Kepanjenkidul, Sananwetan dan Sukorejo. Sampel bagian penting dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau kondisi tertentu untuk diteliti (Kuncoro & Riduwan, 2011). Metode purposive sampling digunakan untuk pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa kriteria pada populasi (Arikunto, 1992). Sampel yang dipilih adalah pelaku UMKM yang melakukan usahanya di wilayah Kota Blitar dan selanjutnya pelaku UMKM yang telah menggunakan Fintech *Peer 2 Peer Lending* dan *Digital Payment System* dalam usahanya. Data dalam penelitian yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data adalah melalui kuesioner baik secara offline maupun melalui *Google form (online)* dengan skala pengukuran skala likert. Kuesioner digunakan untuk mendapatkan data tanggapan dari responden untuk kemudian dikembangkan dalam penelitian.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan software *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 22.0. Tahapan analisis data yang dilakukan antara lain uji kualitas data, uji asumsi klasik dan model analisis data yaitu path analysis. Model analisis jalur ini digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung atau tidak langsung antara variabel bebas dan variabel terikat (Kuncoro & Riduwan, 2011). Dalam studi ini, membagi analisis jalur menjadi tiga substruktur



Gambar 1. Diagram Jalur

Adapun persamaan regresi yang digunakan sebagai berikut:

$$Z1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + e \quad (1)$$

$$Z2 = \beta_0 + \beta_2 X_1 + e \quad (2)$$

$$Y = \beta_0 + \beta_3 X_1 + \beta_4 Z_1 + \beta_5 Z_2 + e \quad (3)$$

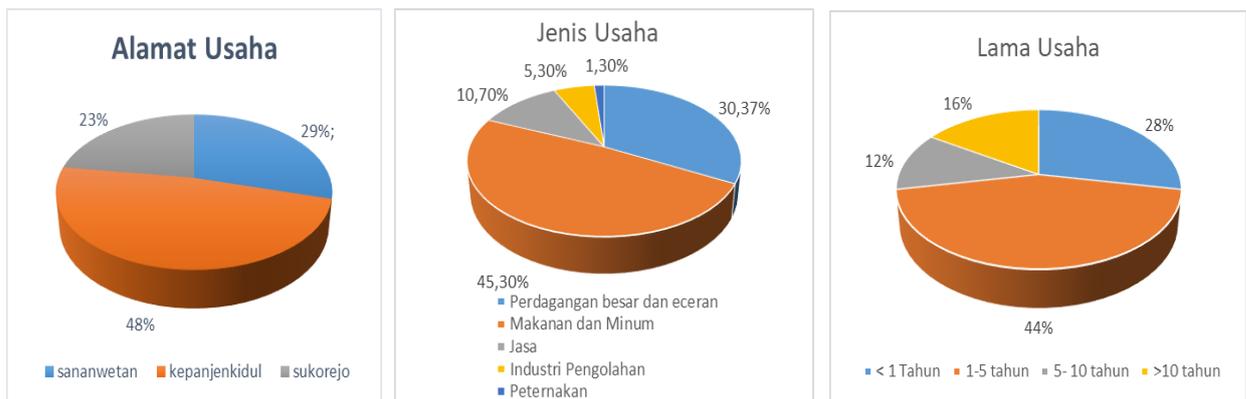
Keterangan:

X_1 = Financial Technology; Z_1 = Peningkatan Modal; Z_2 = Jumlah Konsumen; Y = Perkembangan bisnis; e = Residual

4. Hasil dan Pembahasan

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan survei yang didistribusikan secara langsung kepada pelaku usaha atau UMKM, dan melalui media sosial untuk mendapatkan responden yang dibutuhkan. Dengan teknik *purposive sampling* sampel yang digunakan berupa pelaku UMKM yang memenuhi kriteria yaitu pelaku UMKM di Blitar yang menerapkan

financial technology (fintech payment dan peer-to-peer lending). Adapun gambaran umum responden disajikan dalam grafik.



Gambar 2. Profil Responden

Responden sebagian besar memiliki usaha di wilayah kecamatan kepanjenkidul dengan persentase 48% sisanya di dominasi kecamatan sananwetan dan sukorejo. Kemudian untuk jenis usaha, sebagian besar responden merupakan pelaku usaha makanan dan minuman seperti restoran, café dll dengan persentase 45,30%, kemudian untuk responden lainnya didominasi oleh jenis usaha perdagangan besar dan eceran 30,37% sisanya merupakan pengusaha lain seperti jasa, industri pengolahan bahkan peternakan. Untuk lama usaha, responden paling banyak adalah mereka yang memiliki usaha 1-5 tahun dengan persentase 44% dalam arti lain bahwa pemilik usaha yang sudah memanfaatkan fintech adalah pelaku usaha baru.

Tabel 2. Statistic Descriptive

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Finteh</i>	75	23,00	45,00	36,3333	5,64330
Peningkatan Modal	75	10,00	25,00	20,4533	3,46914
Jumlah Konsumen	75	14,00	25,00	21,5867	3,01838
Perkembangan Bisnis	75	16,00	45,00	25,5600	3,98389

Source: Data diolah.2022

Variabel *fintech* memiliki rata-rata sebesar 36,33 menunjukkan jawaban responden cenderung mengarah ke pilihan tertinggi, artinya responden cenderung sudah memanfaatkan dan memahami fintech. Variabel peningkatan modal pada tabel memiliki rata-rata nilai 20,45 yang berarti tanggapan responden cenderung ke paling tinggi, sehingga jawaban responden sudah menggunakan FinTech untuk meningkatkan modal usaha. Nilai rata-rata variabel jumlah konsumen pada tabel adalah 21,58, menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan ke nilai tertinggi, Artinya, jawaban mencerminkan bahwa responden mengalami peningkatan jumlah konsumen dalam usahanya melalui penggunaan FinTech. Nilai rata-rata variabel pengembangan usaha pada tabel adalah 25,56 yang menunjukkan bahwa tanggapan responden mengarah ke jawaban tertinggi. Artinya, responden cenderung mengalami perkembangan bisnis setelah menggunakan FinTech pada usahanya.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Instrumen	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Nilai Sig.	Keputusan
Fintech (X)	X.1	0,738	0,228	0,000	Valid
	X.2	0,675	0,228	0,000	Valid
	X.3	0,691	0,228	0,000	Valid
	X.4	0,754	0,228	0,000	Valid
	X.5	0,781	0,228	0,000	Valid
	X.6	0,688	0,228	0,000	Valid

Variabel	Instrumen	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Nilai Sig.	Keputusan
Peningkatan Modal (Z ₁)	X.7	0,686	0,228	0,000	Valid
	X.8	0,674	0,228	0,000	Valid
	X.9	0,718	0,228	0,000	Valid
	Z1.1	0,765	0,228	0,000	Valid
	Z1.2	0,862	0,228	0,000	Valid
	Z1.3	0,791	0,228	0,000	Valid
Jumlah Konsumen (Z ₂)	Z1.4	0,813	0,228	0,000	Valid
	Z1.5	0,778	0,228	0,000	Valid
	Z2.1	0,787	0,228	0,000	Valid
	Z2.2	0,820	0,228	0,000	Valid
	Z2.3	0,752	0,228	0,000	Valid
Perkembangan Bisnis UMKM (Y)	Z2.4	0,726	0,228	0,000	Valid
	Z2.5	0,777	0,228	0,000	Valid
	Y.1	0,836	0,228	0,000	Valid
	Y.2	0,857	0,228	0,000	Valid
	Y.3	0,911	0,228	0,000	Valid
	Y.4	0,870	0,228	0,000	Valid
	Y.5	0,810	0,228	0,000	Valid
	Y.6	0,797	0,228	0,000	Valid

*Source:*Data diolah,2022

Dalam penelitian ini sebelum melalui tahap analisis data, dilakukan pengujian terhadap kualitas data atau instrumen penelitian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan nilai signifikansi terhadap probabilitas. Bila r hitung lebih besar dari r tabel dan Jika nilai r-hitung lebih besar dibandingkan r-tabel dan nilai signifikansi < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian valid. Pada penelitian ini diperoleh r tabel pada $df = n-2$ (75-2) adalah 0,228 sehingga kami menemukan bahwa semua butir-butir pertanyaan yang diajukan valid karena r hitung > r tabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keputusan
1	Fintech (X)	0,878	Reliabel
2	Peningkatan Modal (Z ₁)	0,861	Reliabel
3	Jumlah Konsumen (Z ₂)	0,829	Reliabel
4	Perkembangan Bisnis (Y)	0,927	Reliabel

Source: Data diolah,2022

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach alpha untuk mengkonfirmasi konsistensi instrumen penelitian yang digunakan. Jika nilai korelasi cronbach alpha > dari 0,60, maka tes tersebut dianggap reliabel (Sujarweni & Endrayno.2012). Hasil uji reliabilitas pada table 2 menunjukkan bahwa koefisien Cronbach alfa untuk masing-masing instrumen berada di atas 0,60, maka instrumen penelitian ini reliabel.

Uji Normalitas pada analisis menggunakan model *One Sample Kolmogorov-smirnov Test* dengan melihat nilai *ASYMP SIG (2-tailed)*. Jika nilai *ASYMP (2-Tailed)* > 0,05, maka sebaran data dalam penelitian ini terdistribusi normal. Pada penelitian ini nilai sig *ASYMP (2-Tailed)* masing-masing sebesar 0,069; 0,098; dan 0,095 > 0,05, sehingga pada penelitian ini dapat diketahui bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas dilihat dengan mempertimbangkan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *tolerance* masing-masing variabel bebas. Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0.10, maka dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai VIF untuk masing-masing variabel adalah 2,229; 2,619; dan 2,399 dimana semua nilai VIF kurang dari 10. Dan nilai toleransi masing-masing variabel adalah 0,449; 0,383; dan 0.417 dimana semua nilai toleransi > 0.10, sehingga penelitian ini dapat dikatakan bebas dari gejala multikolinearitas dengan VIF < 10 dan *tolerance* > 0.10.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode statistik menggunakan uji *Glejser*. Uji *Glejser* dapat dianalisis dengan nilai signifikansinya, jika $\text{sig.} > 0,05$ maka model penelitian tidak memiliki gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi sebesar 0,971; 0,887; 0,211 dimana semua nilai $\text{sig.} > 0,05$ maka Penelitian ini dapat dikatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Penelitian ini dibagi menjadi tiga substruktur analisis jalur. Analisis jalur substruktur model pertama menganalisis dampak *financial technology* terhadap peningkatan modal yang menjelaskan hipotesis 1, dan analisis jalur substruktur model kedua menganalisis dampak *financial technology* terhadap jumlah konsumen yang menjelaskan hipotesis 2 dan Analisis jalur substruktur Model 3, menganalisis dampak *financial technology*, pertumbuhan modal, dan jumlah konsumen terhadap perkembangan bisnis UMKM yang menjelaskan hipotesis 3,4 dan 5. Hasil analisis jalur menggunakan proses SPSS22.0 adalah sebagai berikut:

Pengaruh Langsung

Tabel 5. Ringkasana Hasil Analisis Jalur

No	Variabel Dependen	Variabel Independen	Hipotesis	Coefficients	T	Sig.	R Square
1	Peningkatan Modal	<i>Financial Technology</i>	H1	0,706	8.513	0,000	0,498
2	Jumlah Konsumen	<i>Financial Technology</i>	H2	0,673	7.779	0,000	0,453
3	Perkembangan UMKM	<i>Financial Technology</i>	H3	0,223	2.463	0,016	0,738
		Peningkatan Modal	H4	0,385	3.925	0,000	
		Jumlah Konsumen	H5	0,396	3,682	0,000	

Source: Data Diolah.2022

Hasil analisis jalur dari 3 substruktur, dijelaskan nilai *R-Square* dari ketiga persamaan yaitu masing-masing sebesar 0,498 atau 49,8% pada persamaan 1, kemudian 0,453 atau sama dengan 45,3% pada persamaan 2 dan 0,738 atau 73,8% pada persamaan 3. Hal tersebut berarti bahwa variabel peningkatan modal yang mampu dijelaskan oleh variabel *financial technology* sebesar 49,8% sisanya dipengaruhi variabel lain; variabel jumlah konsumen yang mampu dijelaskan oleh *financial technology* sebesar 45,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dan variasi dari variabel X, Z1 dan Z2 mampu menjelaskan 73,8% dari variabel perkembangan bisnis UMKM sisanya dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

Financial technology berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan modal

Financial Technology (x) terhadap peningkatan modal (z1) memiliki nilai $\text{sig.} = 0,000 < 0,05$, $t\text{-hitung} = 8,513$; $t\text{-tabel} (75-4=71) = 1,994$, $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, $8,513 > 1,994$ maka H1 diterima dan H0 ditolak, sehingga variabel X1 berupa *fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Z1 yaitu peningkatan modal dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,706 atau 70,6 %. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat sudah banyak yang menjadikan *financial technology* sebagai salah satu solusi untuk meningkatkan modal usaha. Kemudahan dan efisiensi yang diberikan menjadi salah satu alasan masyarakat untuk memanfaatkan *financial technology* selain itu *financial technology* merupakan sebuah peluang bagi pengusaha umkm untuk dapat mengembangkan usahanya. Temuan pada penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian (Candraningrat, Abundanti, Mujiati, Erlangga, & Jhuniantara, 2020) bahwa peran *financial technology* terhadap perkembangan modal UMKM menunjukkan bahwa *financial technology* berpengaruh positif terhadap perkembangan permodalan UMKM pada industri tenun di Kota Denpasar.

Financial technology berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah konsumen

Financial Technology (X) terhadap Jumlah Konsumen (Z2) memiliki nilai $\text{sig} = 0,000 < 0,05$, $t\text{-hitung} = 7,779$; $t\text{-tabel} (75-4=71) = 1,994$, $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, $7,779 > 1,994$ maka H1 diterima dan H0 ditolak, sehingga variabel X1 berupa *fintech* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Z2 yaitu jumlah konsumen dengan besaran pengaruh koefisien jalur sebesar 0,673 atau 67%. *Fintech* dalam penelitian ini diproksikan dengan *digital payment system*. Tingginya kontribusi yang diberikan *financial technology* terhadap jumlah konsumen ini mengindikasikan bahwa masyarakat sudah banyak yang menjadikan *financial technology* sebagai salah satu bagian dalam usahanya terutama untuk pembayaran digital. Tingginya UMKM yang sudah memanfaatkan pembayaran digital ini disebabkan karena kemudahan dan banyaknya keuntungan yang mereka dapatkan. Layanan *fintech digital payment* memberikan banyak keuntungan kepada pelaku usaha selain kemudahan dan efisiensi *fintech digital payment* tak jarang juga memberikan banyak diskon ataupun promo yang bias menarik konsumen untuk memanfaatkannya. Adanya diskon dan promosi dapat meningkatkan jumlah konsumen. Ketika harga produk turun, jumlah permintaan diperkirakan akan meningkat. Hasil penelitian ini didukung oleh sebuah penelitian (Lestari et al., 2020) bahwa penerapan *payment gateway* dapat meningkatkan kinerja keuangan yang diukur dengan peningkatan penjualan. Konsumen membeli produk dan jasa dari orang lain dan menggunakannya untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga diyakini bahwa dengan meningkatnya penjualan, maka konsumen juga akan meningkat (Rizkiyah et al., 2021).

Financial technology berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perkembangan bisnis UMKM

Financial Technology (X) terhadap Perkembangan Bisnis UMKM (Y) memiliki nilai $\text{sig} = 0,016 < 0,05$, $t\text{-hitung} = 2,463$; $t\text{-tabel} (75-4=71) = 1,994$, $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, $2,463 > 1,994$ maka H1 diterima dan H0 ditolak, sehingga variabel X1 berupa *fintech* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y yaitu perkembangan bisnis UMKM dengan nilai P-value sebesar 0,016 dan nilai koefisien jalur sebesar 0,223 atau 22,3%. Dalam temuan penelitian ini dapat dilihat bahwa *financial technology* tidak memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap perkembangan UMKM. Kecilnya kontribusi yang diberikan *fintech* terhadap perkembangan UMKM ini disebabkan karena tidak semua layanan *fintech* dapat dimanfaatkan untuk UMKM selain itu masyarakat belum sepenuhnya mengetahui peran *fintech* dalam usaha baik itu manfaat maupun tantangannya. Pengaruh *fintech* terhadap perkembangan bisnis UMKM ini didukung oleh penelitian (Khafidloh, Hermuningsih, & Maulida, 2021) yang menyatakan bahwa *fintech peer 2 peer lending* dan *payment gateway* berpengaruh positif secara signifikan terhadap perkembangan UMKM. Kemudian penelitian variabel *fintech* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan finansial, Penggunaan *fintech* dapat meningkatkan penjualan sehingga menimbulkan kepuasan bidang finansial.

Peningkatan modal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perkembangan bisnis UMKM

Peningkatan Modal (Z1) terhadap Perkembangan Bisnis UMKM (Y) memiliki nilai $\text{sig} = 0,000 < 0,05$, $t\text{-hitung} = 3,925$; $t\text{-tabel} (75-4=71) = 1,994$, $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, $3,925 > 1,994$ maka H1 diterima dan H0 ditolak, sehingga Variabel Z1 peningkatan modal berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y yaitu perkembangan bisnis UMKM dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,385 atau 38%. Temuan dalam penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa peningkatan modal memiliki kontribusi yang positif dan signifikan terhadap perkembangan bisnis umkm artinya perkembangan bisnis umkm mampu dijelaskan dan dipengaruhi oleh peningkatan modal. Besarnya kontribusi yang secara langsung diberikan peningkatan modal terhadap perkembangan bisnis UMKM adalah sebesar 0,385 atau setara dengan 38,5%. pada penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Prawira D. & Dewi, 2019)

dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel modal memiliki probabilitas $0,000 < 0,05$ yang berarti modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kota Denpasar. Kemudian penelitian (Marantiani, 2017) menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap pendapatan dengan Koefisien 1,002 Dengan kata lain, untuk setiap peningkatan modal usaha, pendapatan usaha kecil dan menengah di Denpasar meningkat.

Jumlah Konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perkembangan bisnis UMKM

Jumlah konsumen (z2) terhadap perkembangan bisnis UMKM (y) memiliki nilai sig = $0,000 < 0,05$, t-hitung = 3,682; t-tabel $(75-4=71) = 1,994$, t-hitung > t-tabel, $3,682 > 1,994$ maka H1 diterima dan H0 ditolak, sehingga variabel Z2 berupa jumlah konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y yaitu perkembangan bisnis UMKM dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,396 atau 39,6%. Temuan dalam penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa jumlah konsumen memiliki kontribusi yang positif dan signifikan terhadap perkembangan bisnis umkm artinya perkembangan bisnis umkm mampu dijelaskan dan dipengaruhi oleh jumlah konsumen. Besarnya kontribusi yang secara langsung diberikan jumlah konsumen terhadap perkembangan bisnis UMKM adalah sebesar 0,396 atau setara dengan 39 %. Kemudian penelitian (Marantiani, 2017) dimana jumlah pelanggan berpengaruh positif terhadap pendapatan pelaku UKM dengan koefisien 0,010 yang artinya jika jumlah pelanggan bertambah satu maka pendapatan UKM di Kota Denpasar akan meningkat.

Pengaruh Tidak Langsung melalui pengujian variabel intervening

Tabel 6. Ringkasan Hasil Uji Variabel Intervening

Hubungan Variabel	Variabel Intervening	ab	Sab	t-hitung
X → Y	Z1	0,271	0,0886	3,0659
X → Y	Z2	0,266	0,0891	2,9883

Sumber : Data diolah, 2022

Financial Technology berpengaruh secara tidak langsung terhadap perkembangan bisnis UMKM melalui Peningkatan modal.

Temuan dalam penelitian yang disajikan dalam tabel 5 menunjukkan bahwa pengaruh *financial technology* melalui variabel intervening peningkatan modal (Z1) memiliki nilai t-hitung sebesar 3,0659 dimana nilai tersebut lebih besar dibandingkan nilai t-tabel yaitu 1,9930 Artinya H0 ditolak dan H6 diterima. Oleh karena itu, variabel peningkatan modal merupakan variabel yang mengintervensi dampak *financial technology* terhadap perkembangan UMKM. Dengan kata lain, *FinTech* memberikan kontribusi tidak langsung, positif dan signifikan terhadap perkembangan usaha UMKM melalui variabel peningkatan modal. Besaran kontribusi yang diberikan *fintech* terhadap perkembangan bisnis umkm melalui variabel peningkatan modal adalah sebesar 0,271 atau 27%. Pengaruh yang diberikan *fintech* melalui peningkatan modal belum terlalu besar karena tidak semua jenis usaha sesuai dengan jenis pembiayaan yang disediakan oleh *fintech* selain itu masyarakat juga belum sepenuhnya paham tentang bagaimana peran *fintech* dalam sebuah usaha dan masih minimnya kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan-perusahaan *fintech* sehingga untuk menggunakan masih ragu. Sebagian besar pelaku UMKM yang memanfaatkan *fintech* sebagai salah satu strategi peningkatan modal adalah mereka yang baru merintis atau belum lama menjalani usahanya. Sebuah studi oleh (Hartono & Hartomo, 2016) menemukan bahwa modal kerja memiliki dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan penjualan, karena UMKM membutuhkan banyak modal kerja dan kapasitas usahanya terbatas. Kedua, penelitian (Taufik, Polindi, & Aguspriyani, 2021) menyatakan bahwa Peran *fintech* yang dapat mendorong inklusi keuangan dengan menggunakan sistem *Peer to Peer lending (P2P)* sangat membantu bagi para pengusaha yang

baru ataupun yang sedang merilis. Karena jika menggunakan bank konvensional untuk meminjam dana, jelas pengusaha akan lebih dirugikan karena mengingat sistem bank biasa menggunakan bunga yang cukup membebani bagi para penggunanya.

***Financial Technology* berpengaruh secara tidak langsung terhadap perkembangan bisnis UMKM melalui jumlah konsumen.**

Hasil penelitian pada tabel menunjukkan bahwa pengaruh *financial technology* terhadap perkembangan UMKM melalui variabel intervening jumlah konsumen memiliki nilai t-hitung sebesar 2,9883 dimana nilai tersebut lebih besar dibandingkan t-tabel 1,9930 Artinya H₀ ditolak dan H₇ diterima. Oleh karena itu, variabel jumlah konsumen merupakan variabel yang mengintervensi antara *FinTech* dan perkembangan UMKM, dengan kata lain *financial technology* berpengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM melalui jumlah konsumen. Dalam penelitian ini, kontribusi *FinTech* terhadap perkembangan perusahaan UMKM melalui variabel jumlah konsumen adalah 0,266 atau 2(Lestari et al., 2020)6%. Penemuan ini sesuai dengan (Khafidloh, Hermuningsih, & Maulida, 2021) menyatakan bahwa *fintech* berpengaruh & signifikan terhadap perkembangan umkm, dengan kata lain semakin sering seseorang melakukan *payment gateway* maka kemungkinan dapat meningkatkan perkembangan bisnis umkm ini dan pelaku UMKM ingin kembali menggunakan teknologi ini di masa mendatang. Selain itu, (Lestari et al., 2020) menyatakan bahwa penerapan *payment gateway* dapat meningkatkan kinerja keuangan yang diukur melalui peningkatan jumlah pendapatan penjualan. Dengan jumlah pendapatan usaha yang terus meningkat akan dapat meningkatkan suatu usaha.

Strategi Pengembangan UMKM melalui *Financial Technology*

Fintech (financial technology) memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Fintech* dapat memberikan kemudahan dan efisiensi untuk teknis pengelolaan keuangan seperti digitalisasi pelaporan keuangan, pembayaran online dan teknologi peminjaman. *Fintech* juga dapat memperluas jangkauannya ke nasabah baru dengan berekspansi ke komunitas non-perbankan dengan layanan transaksi keuangan digital yang nyaman dan sederhana. Strategi pengembangan UMKM melalui *financial technology* dapat dilakukan dengan berbagai cara.

1. Meningkatkan literasi keuangan pelaku UMKM terkait *financial technology* merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan. Meningkatkan literasi keuangan agar UMKM memahami manfaat dan risiko penggunaan *FinTech* dalam usahanya. Edukasi tentang *FinTech* diperlukan untuk menambah pengetahuan tentang manfaat menggunakan jasa keuangan. Layanan keuangan dengan memanfaatkan teknologi dapat menjadi aset alternatif bagi UMKM (Andaiyani et al., 2020). Meningkatkan literasi keuangan ini dapat dilakukan dengan bekerjasama bersama pemerintah. Pemerintah dapat berkerjasama dengan penyelenggara *fintech* untuk mengadakan bimtek (bimbingan teknologi) pada pelaku UMKM untuk meningkatkan literasi keuangan dan inklusi keuangan pelaku UMKM terutama tentang pemanfaatan *fintech*. Dengan perkembangan literasi dan inklusi keuangan yang semakin besar akan dapat mempermudah masyarakat di seluruh pelosok tanah air untuk mendapatkan berbagai fasilitas sistem keuangan (Mukhlis, 2015).
2. Mengadakan Kolaborasi dengan penyelenggara *Fintech*. Kolaborasi antara penyelenggara *fintech* dengan pelaku UMKM dapat dilakukan untuk meningkatkan akses pasar UMKM, dan juga akan memberikan alternatif pembiayaan dan solusi keuangan lainnya kepada UMKM yang tidak terpengaruh oleh akses perbankan. Penyelenggara *FinTech* dapat memberikan promosi dan penawaran melalui kerjasama dengan pelaku usaha yang telah menggunakan *FinTech*. Dengan adanya penawaran dan bukti implementasi *FinTech*, maka akan ada resistensi terhadap biaya yang timbul dari implementasi layanan *Fintech*

tersebut. Pelaku usaha perlu menyesuaikan harga dengan produknya. Dengan demikian kegiatan usaha dapat menggunakan dan mempertahankan penggunaan pelayanan *fintech* yang menguntungkan untuk usahanya (Mukhtar & Rahayu, 2019)(Luckandi, 2018).

3. Memanfaatkan *Fintech p2p lending* untuk meningkatkan modal dan mempermudah akses pembiayaan. *Fintech peer-to-peer lending* merupakan salah satu cara inovatif dan alternatif untuk meningkatkan pangsa pasar UMKM, mengatasi permodalan pinjaman, pelaporan keuangan, pembiayaan dan pemasaran, transaksi keuangan dan masalah literasi keuangan lainnya. Menurut sebuah penelitian (Mukhtar & Rahayu, 2019), penggunaan teknologi berdampak positif bagi pengguna. *Fintech* dinilai cocok untuk mempengaruhi kebutuhan pendanaan UMKM.
4. Memanfaatkan pembayaran digital, *Fintech* memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan akses ke konsumen baru dan memfasilitasi transaksi. Hal ini disebabkan oleh beragamnya layanan keuangan yang ditawarkan *fintech* seperti perluasan pasar. Beberapa perubahan dalam cara berpikir konsumen, seperti keinginan untuk mendapatkan produk dan layanan dengan cara yang praktis dan mudah, kemajuan digitalisasi, dan berkurangnya loyalitas terhadap merek dan institusi tertentu merupakan salah satu peluang yang harus dimanfaatkan pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya (Fajar & Larasati, 2021).

5. Penutup

Kesimpulan

Dari beberapa uji dan analisis, disimpulkan bahwa financial technology berpengaruh yang positif dan signifikan secara langsung terhadap peningkatan modal, jumlah konsumen dan perkembangan bisnis UMKM, serta variabel peningkatan modal dan jumlah konsumen secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan bisnis UMKM. Kemudian berdasarkan uji analisis jalur variabel *financial technology* secara tidak langsung berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perkembangan bisnis UMKM melalui variabel peningkatan modal dan jumlah konsumen. Sehingga dari hasil penelitian di atas maka *financial technology* dapat digunakan sebagai strategi pengembangan bisnis UMKM melalui peningkatan modal dan peningkatan jumlah konsumen, adapun strategi pengembangan UMKM dapat dilakukan dengan berkolaborasi bersama antara penyelenggara *fintech*, pemerintah dan pelaku usaha UMKM. Dari strategi ini diharapkan UMKM dapat mengatasi beberapa permasalahan yang dihadapi seperti sulitnya akses pembiayaan, minimnya pengetahuan technology dan masih kurangnya akses pemasaran dan UMKM juga dapat mengembangkan usahanya sesuai dengan perkembangan zaman.

Saran

Kepada Akademisi perlu adanya penelitian lebih lanjut terkait penelitian ini terutama untuk menggali faktor-faktor apa saja yang mungkin dibutuhkan oleh UMKM dalam mengembangkan usahanya melalui *fintech* dan dapat melakukan beberapa penelitian lain terkait strategi pengembangan UMKM melalui *financial technology* tentunya dengan variabel yang lebih berkembang. Kepada penyelenggara *fintech*, perlu adanya peningkatan strategi dalam memberikan kepercayaan tentang pemanfaatan *fintech* dan penggunaan *fintech* di Indonesia dan peningkatan jenis layanan kepada masyarakat menyesuaikan dengan berbagai kebutuhan masyarakat terutama untuk pelaku usaha dan Kepada pemerintah, perlu adanya kebijakan yang nyata tentang pemanfaatan *fintech* sebagai salah satu strategi pengembangan UMKM. Selain itu pemerintah harus bisa memberikan edukasi kepada pelaku usaha atau UMKM tentang technology yang sedang berkembang saat ini agar pelaku usaha tidak ketinggalan dan mampu meningkatkan usahanya.

Daftar Pustaka

- Andaiyani, S., & Tarmizi, N. (2020). Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services Peran Financial Technology sebagai Alternatif Permodalan bagi UMKM di Desa Kerinjing, Kabupaten Ogan Ilir. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(2), 85–92. <https://doi.org/10.29259/jscs>
- Arikunto, S. (1992). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Bank Indonesia. (2017, November 29). *Peraturan Bank Indonesia NO.19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Financial*. Bank Indonesia. https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/pages/pbi_191217.aspx
- Candraningrat, I. R., Abundanti, N., Mujiati, N. W., Erlangga, R., & Jhuniantara, I. M. G. (2021). The role of financial technology on development of MSMEs. *Accounting*, 7(1), 225–230. <https://doi.org/10.5267/j.ac.2020.9.014>
- Ghozali, I. (2014). *Ekonometrika:Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*.Badan Penerbit-Undip
- Hartono, & Hartomo, D. D. (2014). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERKEMBANGAN UMKM DI SURAKARTA. *Jurnal Bisnis & Manajemen* , 14(1), 15–30.
- Khafidloh, S. N., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Peran Fintech Terhadap Perkembangan UMKM di Yogyakarta. *Inovator Jurnal Manajemen*, 10(2), 93–99.
- Kuncoro, E. A., & Riduwan. (2011). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Alfabeta.
- Larasati, C. W., & Fajar, M. (2021). Peran Financial Technology (Fintech) dalam Perkembangan UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *HUMANIS (Humanities, Management and Sciene)* , 1(2), 702–715.
- Lestari, D., Darma, D. C., & Muliadi, M. (2020). FinTech and Micro, Small and Medium Enterprises Development: Special Reference to Indonesia. *Entrepreneurship Review*, 1(1), 1–9.
- Limanseto, H. (2021, May 5). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Luckandi, D. (2018). *Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech pada UMKM di Indonesia : Pendekatan Adaptive Structuration Theory*. Universitas Islam Indonesia.
- Marantiani, D. N., & Budhi, M. K. S. (2017). PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE, JUMLAH PELANGGAN DAN MODAL USAHA TERHADAP PENDAPATAN PELAKU UKM DI KOTA DENPASAR. *E-JURNAL EKONOMI PEMBANGUNAN UNIVERSITAS UDAYANA*, 6(10), 2013–2042.
- Mukhlis, I. (2015). *Ekonomi Keuangan dan Perbankan: Teori dan Aplikasi*. Salemba Empat.
- Mukhtar, D. F., & Rahayu, Y. (2019). ANALISIS PENDANAAN MODAL UMKM MELALUI FINANCIAL TECHNOLOGY PEER TO PEER LENDING (P2P). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(5), 1–16.
- Ningsih, D. R. (2020). *PERAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) DALAM MEMBANTU PERKEMBANGAN WIRAUSAHA UMKM*. 270–277.
- Prawira D., I. B. H., & Dewi, H. U. (2019). The analysis of factors that effect business development and income of MSMEs in Denpasar city. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 6(4), 118–126. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v6n4.664>
- Purwanti, E. (2012). PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI DESA DAYAAN DAN KALILONDO SALATIGA. *Among Makarti*, 5(9), 13–28.
- Putri Rusadi, F. A. R., & Benuf, K. (2020). Fintech peer to peer lending as a financing alternative

- for the development MSMEs in Indonesia. *Legality: Jurnal Ilmiah Hukum*, 28(2). <https://doi.org/10.22219/ljih.v28i2.12865>
- Rahardjo, B., Ikhwan, K., & Siharis, A. K. (2019). *PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI KOTA MAGELANG*. 347–356.
- Rahmatia, Madris, & Nurbayani, S. U. (2018). *PENGARUH MODAL USAHA, TENAGA KERJA DAN LAMA USAHA TERHADAP LABA USAHA MIKRO DI KOTA PALOPO PROVINSI SULAWESI SELATAN*. *Jurnal Manajemen*, 4(2), 43–47.
- Riyanti, B. P. D. (2003). *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). *PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMEN Pengguna Platform Digital Payment OVO*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126. <https://doi.org/10.33369/insight.16.1.107-126>
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta
- Sujarweni. V. W., Endrayatno. P. (2012). *Statistika untuk Penelitian*.
- Taufik, T., Polindi, M., & Aguspriyani, Y. (2021). *FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) UNTUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)*. *JURNAL AGHINYA STIESNU BENGKULU*, 4(2), 171–181.
- Undang-Undang (UU) No. 20 Tahun 2008*. (2008, July 4). *JDIH BPK RI*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Wardiana, W. (2002, July 8). *Perkembangan Teknologi Informasi di Indonesia*.
- Yuk mengenal FinTech! Keuangan Digital Yang Tengah Naik Daun :: SIKAPI ::* (n.d.). Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Retrieved May 8, 2022, from <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10468>