

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *FINANCIAL*  
*TECHNOLOGY* (PENGGUNAAN OVO) PADA PELAKU UMKM DI  
KECAMATAN LOWOKWARU**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH:**

**LEONARDA LUHUR**

**2018120109**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi**

**MALANG**

**2022**

**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *FINANCIAL  
TECHNOLOGY* (PENGGUNAAN OVO) PADA PELAKU UMKM DI  
KECAMATAN LOWOKWARU**

**Leonarda Luhur<sup>1</sup>, Muhamad Rifai<sup>2</sup>, Moh. Askiyanto<sup>3</sup>**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi  
Malang

E-mail : [leonardaluhur1998@gmail.com](mailto:leonardaluhur1998@gmail.com)

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi berperan penting dalam memudahkan transaksi menggunakan *online*, diantaranya *financial technology* yang berkembang yaitu OVO. Riset berikut memiliki tujuan rasa ingin tahu terkait berpengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *financial technology* OVO pada pelaku UMKM di Kecamatan Lowokwaru Malang secara parsial dan simultan. Kuantitatif ialah sebagai metode pendekatannya. Untuk menentukan sampel/ccontoh berikut memakai *judgment sampling* dengan begitu diperoleh banyaknya sampel 96 responden. Untuk mengumpulkan data menyebarkan kuesioner. menganalisis data memakai regresi linier berganda lalu dikelola melalui SPSS 26. Dari hasil riset terbukti bahwasannya persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang signifikan terkait peminat menggunakan *financial technology* OVO nilai  $t_{hitung} = 4,344$ , persepsi kemudahan mempunyai pengaruh signifikan terkait peminat pemakaian *financial technology* OVO dengan penilaian  $t_{hitung} = 3,671$  dan kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terkait keinginan memakai *financial technology* OVO dengan penilaian  $t_{hitung} = 5,426$ . Sedangkan cara bersama / menggabungkan persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terkait keinginan memakai *financial technology* OVO pada pelaku UMKM di Kecamatan Lowokwaru Malang dengan nilai  $F_{hitung} (5,857)$  atau mempunyai pengaruh senilai 67,9%. Tindakan Yang perlu dilakukan perusahaan OVO yaitu perlu menurunkan biaya administrasi saat melakukan pengisian saldo OVO sehingga mampu meningkatkan minat pelaku UMKM dalam menggunakan *financial technology* OVO.

***Kata Kunci: Financial Technology, Kepercayaan, Minat Penggunaan, Persepsi  
Manfaat, Persepsi Kemudahan, OVO, UMKM***

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1. 1. Latar Belakang

Dalam masa globalisasi yang sedang berlangsung, di berbagai bidang menghadapi pergantian peristiwa yang cepat, salah satunya ialah peningkatan inovasi komputerisasi. Berkembangnya teknologi digital yang semakin pesat didukung oleh penggunaan *gadget* dan internet yang mengalami peningkatan. Menurut (Nizar, 2017) kemajuan digitalisasi berjalan lebih cepat daripada peningkatan berbagai bidang. Tidak dapat disangkal bahwa gelombang pergolakan yang sedang berlangsung dalam inovasi tingkat terus berlanjut. Kemajuan kreatif dan inovasi teknologi digital telah mengubah esensi dunia melalui cara komunikasi sosial dan koneksi individu terjadi. Masuknya atau penyebaran gelombang inovasi teknologi digital telah memasuki hampir semua bagian kehidupan individu di muka bumi ini.

Menurut (Nugroho & Rachmaniyah, 2019) inovasi saat ini tidak hanya mengisi dengan cepat di bidang pelatihan, sosial dan politik, namun bidang ekonomi juga mengalami pergantian peristiwa yang cepat, yang ditandai dengan hadirnya *financial technology* atau yang biasa disebut dengan *financial technology*. *financial technology* (fintech), yang mengacu pada kemajuan *financial technology*, misalnya perbankan, peminjaman, penanganan pertukaran, dll. Kecepatan dalam mendapatkan data dan informasi perdagangan sangat berguna dalam siklus pertukaran dan keterusterangan di bidang ekonomi,

terutama di bidang keuangan. daerah ekonomi. Di bidang ekonomi, pemanfaatan inovasi atau penggunaan *financial technology* sangat berguna bagi kehidupan sosial dalam siklus pertukaran dan perdagangan informasi dan data menjadi terprogram secara total.

*Financial technology* merupakan efek lanjutan dari konsolidasi pelayanan ekonomi dengan inovasi yang mengubah rencana tindakan dari biasa menjadi saat ini. Pembeli yang awalnya membawa uang tunai dan perlu membayar dekat dan pribadi, kini dapat melakukan penukaran jarak yang signifikan dengan melakukan cicilan melalui aplikasi dalam waktu tidak lebih dari beberapa detik. *Financial technology* (fintech) membantu pertukaran perdagangan dan kerangka kerja pertukaran menjadi lebih produktif dan konservatif namun pada saat yang sama berhasil. *Financial technology* muncul seiring dengan perubahan gaya hidup individu, yang saat ini dibanjiri oleh klien teknologi informasi dengan tuntutan kehidupan yang serba cepat. Dengan *financial technology*, masalah dalam perdagangan bursa dan cicilan, misalnya kesempatan untuk mencari barang dagangan ke tempat-tempat perbelanjaan, ke bank/ATM untuk memindahkan cadangan, keragu-raguan untuk mengunjungi suatu tempat karena administrasi yang merepotkan bisa dibatasi. *Financial technology* hadir untuk membantu pelayanan ekonomi. Perkembangan *financial technology* dalam pelayanan ekonomi telah membawa berbagai kemajuan aplikasi yang muncul, seperti instrumen cicilan, perangkat kredit dan lain-lain yang menjadi terkenal di era teknologi digital ini.

Menurut (Rifa'i *et al.*, 2020) salah satu pemanfaatan dari internet ialah bisa digunakan oleh konsumen dalam kemudahan berbelanja yaitu belanja *online*. Dengan berbelanja *online* bisa memudahkan konsumen untuk memberikan manfaat teknologi informasi untuk mendapatkan produk yang ia mau melakukannya dengan cara efisien dan gampang. Kemunculan *financial technology* sebagai layanan teknologi keuangan bisa memberikan manfaat dan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi, tidak terkecuali pelaku UMKM.

UMKM mewakili Usaha Mikro Kecil dan Menengah. UMKM ialah organisasi atau organisasi yang dijalankan oleh orang, keluarga atau unsur perusahaan yang berdiri sendiri. Penataan UMKM biasanya dilakukan dengan batasan omzet setiap tahun, berapa kekayaan atau sumber daya, dan jumlah tenaga kerja.

Usaha kecil ialah usaha yang mempunyai manfaat yang mana dimiliki oleh individu maupun badan usaha perseorangan sudah terpenuhi ketentuannya tentang usaha miniatur yang mana dimaksud pada Peraturan Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Miniatur, Kecil, dan Menengah. Deal atau omset dari miniatur organisasi dalam setahun ialah limit Rp. 300 juta dan sumber daya bisnis habis-habisan dibatasi Rp. 50 juta (pembatasan area dan sumber daya bangunan). Dalam administrasinya, keuangan bisnis mini masih menyatu dengan catatan akuntansi individu pemilik.

Usaha kecil ialah bisnis ekonomi yang bermanfaat untuk setiap personalia, yang diselesaikan oleh orangnya maupun pada intinya bisnis tidak termasuk dalam membantu ataupun termasuk pada bagian perusahaan, mengendalikan, ataupun lebih baik dengan langsung langsung atau tidak langsung dari usaha kecil ataupun usaha besar yang sudah masuk dalam kategori berbisnis. sebagaimana sudah terpaparkan pada Peraturan No 20 Tahun 2008 terkait Usaha mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM di kelas usaha swasta memiliki total aset diantaranya Rp. 50.000.000 - Rp. 500.000.000, penawaran tahunan antara Rp. 300.000.000 - Rp. 2,5 milliard. pengelolaan keuangan usaha kecil lebih ahli daripada bisnis mini.

Sementara itu, UMKM dengan klasifikasi usaha menengah ialah usaha keuangan produktif yang bermanfaat yang dilaksanakan perorangan maupun badan usaha potensial yang masuk dalam membantu ataupun sudah termasuk dalam bagian dari perusahaan yang diakui, kepemilikan. implikasi melalui instansi swasta. atau instansi yang besar dengan jumlah aset keseluruhan. UMKM dalam klasifikasi usaha menengah memiliki keabsahan dan memiliki administrasi keuangan yang terpisah dari akuntansi individu.

Bentuknya bisnis yang ada di Indonesia 99,99% ialah terbentuk UMKM, yang masuk pada salah satu yang mempunyai keterpentingan untuk ekonomi Indonesia (Luckandi, 2018). Seiring berjalannya waktu saat ini, UMKM berkembang sangat cepat dan pesat. Berbagai bentuk UMKM tumbuh dan hadir di setiap wilayah, tidak terkecuali di kota Malang khususnya di

Kecamatan Lowokwaru. Seiring dengan pertumbuhan UMKM dan perkembangan teknologi yang sangat cepat dan pesat, maka banyak pula *startup fintech* yang hadir memberi manfaat dan kemudahan bagi UMKM dalam menjalankan usahanya, salah satunya ialah OVO.

OVO merupakan salah satu *startup financial technology* yang berbentuk dompet elektronik. OVO didirikan oleh Lippo Group pada tahun 2017. OVO hadir sebagai layanan pembayaran dan transaksi digital yang hadir bagi penggunanya dalam bentuk *smart financial apps*. Hadirnya OVO sebagai layanan teknologi keuangan menarik perhatian dan minat masyarakat, karena OVO memberi manfaat dan kemudahan dalam bertransaksi. Selain manfaat dan kemudahan penggunaannya, OVO juga memberi banyak keuntungan serta diskon dan promosi bagi penggunanya, sehingga mempengaruhi minat penggunaan aplikasi OVO pada penggunanya. Bukan hanya OVO, *start up fintech* yang hadir dan terus bermunculan ada berbagai macam, seperti, *gopay, dana, link aja, dan shoppe pay*. Dengan banyaknya *startup fintech* yang terus bermunculan menimbulkan persaingan, karena masyarakat bukan hanya menunjukkan minat dan ketertarikan pada *fintech* OVO, melainkan juga pada *startup fintech* lainnya seperti *gopay, shoppe pay, dan startup fintech* lainnya.

Peningkatan teknologi informasi akan terus menerus menimbulkan sisi positif dan negatif, oleh karena itu berbagai pengujian telah dilakukan untuk membuat model yang dapat mengukur dan menyelidiki variabel-variabel yang mempengaruhi pengakuan teknologi informasi (TI). Salah satu model yang

digunakan ialah *Innovation Acknowledgment Model* (TAM). TAM diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 (Jogiyanto, 2007). Model ini mengharapkan bahwa nilai nyata dan kegunaan yang terlihat ialah alasan untuk mempengaruhi perilaku klien dan tingkat pengakuan inovasi. Hipotesis cap ialah ide yang dipandang sebagai yang terbaik dalam memahami perilaku klien terhadap kerangka kerja data baru dan bagaimana klien mengakui suatu kerangka kerja. Melalui perbaikan hipotesis Cap, cenderung dirasakan bahwa tanggapan dan kesan klien terhadap suatu inovasi dan kerangka kerja dapat mempengaruhi disposisinya terhadap inovasi atau kerangka kerja tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, penulis mempunyai ketertarikan untuk meriset “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology* (Penggunaan OVO) pada Pelaku UMKM di Kecamatan Lowokwaru.” Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi pelaku UMKM terhadap minat penggunaan *fintech* OVO, ditengah banyaknya *startup fintech* yang bermunculan.

## **1.2. Perumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *financial technology* OVO pada pelaku UMKM di Kecamatan Lowokwaru?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *financial technology* OVO pada pelaku UMKM di Kecamatan Lowokwaru?

3. Bagaimana pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *financial technology* OVO pada pelaku UMKM di Kecamatan Lowokwaru?
4. Berapa besar pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *financial technology* OVO pada pelaku UMKM di Kecamatan Lowokwaru?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *financial technology* OVO pada pelaku UMKM di Kecamatan Lowokwaru.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *financial technology* OVO pada pelaku UMKM di Kecamatan Lowokwaru.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *financial technology* OVO pada pelaku UMKM di Kecamatan Lowokwaru.
4. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *financial technology* OVO pada pelaku UMKM di Kecamatan Lowokwaru.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Harapannya riset berikut dijadikan sebuah pertimbangan dan saran yang membangun bagi pelaku UMKM khususnya di Kecamatan Lowokwaru dalam penggunaan *fintech* OVO.

2. Bagi Akademik

Harapannya riset berikut memberikan penambahan pengetahuan sebagai acuan terkait pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *fintech*.

3. Bagi Peneliti

Harapannya riset berikut memberikan penambahan pengetahuan sebagai acuan terkait pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *fintech*.

### **1.5. Batasan/Ruang Lingkup Penelitian**

Penulis membatasi masalah dalam riset berikut pada variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan terhadap penggunaan *fintech* (penggunaan OVO). Objek riset memberikan batasan untuk Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM) dengan yang berlokasi di Kecamatan Lowokwaru, Kabupaten Malang yang menggunakan *fintech* OVO.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsini.(2010).Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Davis,F.D. (1989).Percieved Usefulness, Percieved Ease Of Use, and Acceptance of Information System Technology, *MIS QUARTERLY*.13(3): 319-339

- Dalcher, I. & Shine, J. (2003). Extending The New Technology Acceptance Model To Measure the End User Information Systems Satisfaction In A Mandatory Environment: A Bank's Treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*, 441-455
- Ginting, M. (2019). Pengaruh Persepsi Masyarakat dan Efisiensi Dalam Bertransaksi Terhadap Minat Penggunaan Ulang E-Money, Skripsi, Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara
- Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: ANDI
- Juliandi, Azuar., Irfan, I., & Manurung, S. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi. UMSU Press.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kurniawan, D. (2020). Pengaruh pengetahuan persepsi kemudahan, kebermanfaatan, terhadap minat penggunaan ovo. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(04), 18–28.
- Luckandi, D. (2018). Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM Di Indonesia: Pendekatan Adaptive Structuration Theory. In *JIKO - STMIK AKAKOM YOGYAKARTA* (Vol. 3, Issue 2). <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/9681>
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152. <http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1448>
- Nasir, F. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal Investasi*, 7(1), 36–43.
- Nizar, M. A. (2017). *Teknologi Keuangan (Fintech) : Konsep dan Implementasinya di Indonesia* (pp. 1–15). MPRA.
- Noviyanti, Akhnes & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65–74.
- Nugroho, A. Y., & Rachmaniyah, F. (2019). Fenomena Perkembangan Crowdfunding Di Indonesia. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 34–46. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.254>
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 927–953. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang).

*Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.

- Rifa'i, M., Yati, W., & Susanti, R. A. D. (2020). Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko *Online*. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 61–72. <https://doi.org/10.33366/ref.v8i1.1812>
- Robaniyah, L., & Kurnianingsih, H. (2021). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI OVO. *Journal IMAGE*, 10(1), 53–62.
- Sabila, A. A. (2021). Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Literasi Keuangan Pada Pelaku UMKM Di Kecamatan Medan Denai, Skripsi, Medan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Safitri, D. D., & Diana, N. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Penggunaan Dompot Elektronik (OVO) Dalam Transaksi Keuangan. *E-Jra*, 09(05), 92–107. <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/8291>
- Setiawan, A., Rofingatun, S., & Patma, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan Financial Teknologi (Fintech) Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 15(2), 35–48. <https://doi.org/10.52062/jakd.v15i2.1623>