

PENGARUH *FINANCIAL BEHAVIOR*, *FINANCIAL TECHNOLOGY*, DAN ADOPSI *E-COMMERCE* TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PELAKU UMKM DI KOTA JAYAPURA

Uswatun Solikhah¹, Aprianto La'lang Kuddy^{2*}

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Cenderawasih, Jayapura, Papua

ARTICLE INFO

Article history:

Received March 19, 2024
Revised April 03, 2024
Accepted May 01, 2024
Available online May 25, 2024

Kata Kunci:

Financial Technology, Adopsi *E-Commerce*, dan pendapatan UMKM.



This is an open access article under the CC BY-SA license.

Copyright © 2024 by Author. Published by Universitas Cenderawasih.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Financial Behavior*, *Financial Technology* dan Adopsi *E-Commerce* terhadap Peningkatan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Jayapura. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelaku UMKM di kota Jayapura. Sampel pada penelitian ini berjumlah 96 pelaku UMKM yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan metode kuantitatif dengan memakai uji Asumsi klasik. Hasil penelitian pada uji t dapat disimpulkan bahwa Variabel *Financial Behavior* (X1) dan Adopsi *E-Commerce* (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan. Sedangkan pada variabel *Financial Technology* (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan. Selain itu, pada uji f dapat disimpulkan bahwa variabel *Financial Behavior* (X1), *Financial Technology* (X2) dan Adopsi *E-Commerce* (X3) secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Peningkatan Pendapatan (Y). Dari seluruh uji dapat disimpulkan bahwa Variabel *Financial Behavior* adalah variabel yang paling dominan di antara ketiga variabel dependen lainnya.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of financial behavior, financial technology and e-commerce adoption on increasing the income of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Jayapura City. The population in this research is all MSME actors in the city of Jayapura. The sample in this study consisted of 96 MSME actors who met the criteria in this study. The sampling method used was the purposive sampling method. The data analysis method uses quantitative methods using the classic assumption test. The results of the research using the t test can be concluded that the Financial Behavior Variable (X1) and E-Commerce Adoption (X3) have a significant effect on increasing income. Meanwhile, the Financial Technology variable (X2) does not have a significant effect on increasing income. Apart from that, in the f test it can be concluded that the variables Financial Behavior (X1), Financial Technology (X2) and E-Commerce Adoption (X3) simultaneously (simultaneously) have a significant influence on the variable Income Increase (Y). From all the tests it can be concluded that the Financial Behavior variable is the most dominant variable among the other three dependent variables.

1. LATAR BELAKANG

Pelaku UMKM yang memiliki *financial behavior* yang bertanggungjawab, cenderung akan berupaya untuk secara efektif dalam penggunaan anggaran produksi yang dimiliki, mengontrol belanja bahan baku dan biaya produksi lainnya, serta melakukan upaya menghemat ongkos produksi, dengan harapan akan berdampak pada efisiensi biaya produksi yang kemudian juga pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM yang dijalankan. Dengan demikian, diduga bahwa semakin baik *financial behavior* pelaku UMKM, maka semakin tinggi pendapatan usaha yang dijalankan.

Selain *financial behavior* pemanfaatan financial technology digital payment juga sangatlah mendukung dalam peningkatan pendapatan UMKM. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajariyah et al., (2022) membuktikan hasil riset bahwa *financial technology* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas UMKM Kecamatan Arjasa Kepulauan Kangean. Adapun penelitian Sari & Septyarini

*Corresponding author.

E-mail: kuddy.keuda@gmail.com (Aprianto La'lang Kuddy)

(2018) yang menyimpulkan bahwa *financial technology* dapat meningkatkan kinerja bisnis dan mengatur kondisi keuangan, sehingga dapat mendorong meningkatnya pendapatan seseorang terutama para UMKM di suatu daerah.

Masyarakat Indonesia yang dulunya banyak berbelanja dengan uang tunai, saat ini telah mengetahui dan memanfaatkan pembayaran menggunakan metode non tunai, yaitu pembayaran digital sebagai alat pembayaran. Sistem pembayaran digital atau bisa disebut sebagai *electronic money (e-money)*. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran kedalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Pembayaran non tunai umumnya dilakukan tidak dengan menggunakan uang sebagai alat pembayaran melainkan dengan cara transfer antar bank ataupun transfer intra bank melalui jaringan internal bank sendiri (Handayani & Soeparan, 2022)

Dalam revitalisasi UMKM salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu menerapkan teknologi informasi / digitalisasi. Penerapan digitalisasi pada UMKM memiliki banyak keuntungan, salah satunya adalah kemudahan pembayaran menggunakan teknologi. Tingginya pengguna *payment gateway* di masyarakat membuat pelaku usaha sadar kalau mereka harus menerapkannya pada bisnis usaha. Jika tidak, bukan tidak mungkin kalau mereka akan tertinggal dan terancam punah. Selain itu, pelaku usaha juga bisa mendapatkan konsumen lebih banyak tanpa perlu melakukan promosi, mengurangi ongkos operasional, dan berpeluang untuk mendapatkan pemasukan yang lebih tinggi. (Wardani et al., 2020)

Aplikasi E-Commerce juga menjadi salah satu faktor peningkatan pendapatan umkm. Dengan adanya aplikasi *e-commerce* yang menjadi salah satu penggunaan teknologi digital, pengusaha UMKM dapat dengan mudah menjangkau adanya peluang basis ekonomi yang besar atas keaktifan para konsumen dalam menggunakan media tersebut. Didukung dengan penelitian Gustina et al., (2022) membuktikan bahwa adopsi *E-Commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Padang. Beberapa aplikasi *e-commerce* di Indonesia yang populer adalah Gofood, Grabfood dan Shopeefood, ketiga aplikasi tersebut merupakan fitur yang dapat digunakan untuk layanan *food delivery* atau mengantar makanan pada sebuah rumah makan dengan memanfaatkan gadget (Putra et al., 2020). Selain itu, fitur *e-commerce* di aplikasi media sosial, seperti instagram, facebook, dan lain sebagainya akan jauh lebih murah dibandingkan hanya berjualan ditoko fisik saja. Adanya aplikasi *e-commerce* tersebut, para pengusaha UMKM dapat menjadi solusi alternatif dalam memasarkan dan memajukan usahanya untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, penelitian ini dilakukan dengan formulasi judul **“Pengaruh Financial Behavior, Financial Technology, Dan Adopsi E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Serta Menengah (UMKM) di Kota Jayapura”**.

2. METODE

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah keseluruhan dari pelaku UMKM di bidang kerajinan tangan, makanan dan minuman yang berada pada wilayah Kota Jayapura. Dengan menggunakan rumus Lemeshow, maka nilai sampel (n) yang didapat sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 96 sampel. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan subjektif penelitian yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Tujuan penggunaan metode *purposive sampling* adalah untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Adapun kriteria sampel UMKM yaitu sebagai berikut:

- a. Modal usaha dibawah 200 juta rupiah
- b. Omset dibawah 250 juta/pertahun.
- c. UMKM yang telah menggunakan adopsi *E-Commerce* dalam menjalankan usaha bisnis, seperti penggunaan website, Grab, Go-food, media sosial berupa; Instagram, marketplace facebook, Tik Tok, atau aplikasi sejenis lainnya.
- d. UMKM yang telah menerapkan sistem pembayaran menggunakan aplikasi dompet *digital (e-wallet)* seperti Gopay/ Ovo/ Dana/LinkAja/ ShopeePay atau aplikasi mobile banking seperti BCA Mobile/ Livin' by Mandiri/ BRI Mobile/ BNI Mobile Banking/ Muamalat Mobile/ Mobile Banking Bank Papua, termasuk layanan pembayaran QRIS.

Kriteria tersebut akan dapat diketahui dengan cara melakukan pengajuan pertanyaan *screening* untuk mendapatkan responden yang benar-benar sesuai dengan kriteria penelitian yang ditentukan. Pertanyaan *screening* yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wibisono (2022) yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. **Pertanyaan Screening**

*lingkari salah satu jawaban (Ya/Tidak)

11	Apakah produk yang anda jual secara <i>online</i> menerapkan fasilitas <i>e-commerce</i> berupa Website atau marketplace (Tokopedia/ Shopee/ Grab/Go-Food/Lazada/ Bukalapak/ Blibli.com/lainnya) atau media sosial (Facebook/ Instagram/ Tiktok/ Whatsapp/ lainnya)?	Ya (lanjutkan ke pertanyaan selanjutnya) Tidak (silahkan berhenti, terima kasih atas partisipasinya)
22	Apakah UMKM anda menyediakan pemanfaatan layanan transaksi pembayaran menggunakan aplikasi dompet digital (e-wallet) seperti Gopay/Ovo/Dana/LinkAja/ShopeePay atau aplikasi mobile banking/QRIS seperti, BCA Mobile/Livin' by Mandiri/BRI Mobile/BNI Mobile Banking/Muamalat Mobile/Mobile Banking Bank Papua?	Ya (lanjutkan ke pertanyaan selanjutnya) Tidak (silahkan berhenti, terima kasih atas partisipasinya)
Apabila responden menjawab " Ya " pada seluruh pertanyaan <i>screening</i> , maka responden dapat mengisi kuesioner bagian selanjutnya.		

Pengukuran variabel penelitian menggunakan *summated-rating-scaled*, merupakan teknik pengukuran yang dinyatakan dalam angka skor. Masing-masing variabel yang ada pada penelitian ini akan diukur dengan menggunakan skala *likert* dengan kategori jawaban sangat setuju/selalu (5); setuju/sering (4); kurang setuju/kadang-kadang (3); tidak setuju/tidak pernah (2); sangat tidak setuju/tidak pernah sama sekali (1). Variabel kinerja (Y) sebagai variabel dependen dan variabel kepemimpinan (X_1), pelatihan (X_2), motivasi kerja (X_3) sebagai variabel independen dapat dilihat pada tabel.

Tabel 2. **Indikator Variabel Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Pengukuran Skala
1	Peningkatan Pendapatan (Y)	Peningkatan hasil Kecukupan hasil Dapat berkembang	Sangat setuju (5) Setuju (4) Cukup setuju (3) Kurang setuju (2) Tidak setuju (1)
2	Financial Behavior (X1)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan Membandingkan harga • Kemampuan Membuat anggaran pengeluaran dan belanja • Kemampuan Mencatat pengeluaran dan belanja • Penyediaan dana untuk pengeluaran tidak terduga • Menabung secara periodic • Membayar tagihan tepat waktu 	Sangat setuju (5) Setuju (4) Cukup setuju (3) Kurang setuju (2) Tidak setuju (1)
3	Financial Technology (X2)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>perceived usefulness</i> • <i>perceived ease of use</i> • <i>security</i> 	Sangat setuju (5) Setuju (4) Cukup setuju (3) Kurang setuju (2) Tidak setuju (1)
4	Adopsi E-Commerce (X3)	<ul style="list-style-type: none"> • Akses internet • Kemudahan Informasi • Kemampuan SDM • Tanggungjawab Manajerial membangun daya saing 	Sangat setuju (5) Setuju (4) Cukup setuju (3) Kurang setuju (2) Tidak setuju (1)

Sumber: Diolah (2024)

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS. Uji signifikansi koefisien parameter dapat dilakukan secara serentak atau bersama-sama dan secara parsial atau tiap variabel. Uji signifikansi secara bersama-sama (*simultan*) dapat

dilakukan dengan uji F, sedangkan secara individu (*parsial*) dapat dilakukan dengan uji t. Bentuk persamaan regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana:

- Y = Peningkatan Pendapatan UMKM
 α = Konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi variabel independen
 X_1 = *Financial Behavior*
 X_2 = *Financial Technology*
 X_3 = *Adopsi E-Commerce*
 ε = *Error term*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji parsial dapat dilakukan melalui statistik uji t dengan cara membandingkan nilai Sig. t dengan nilai alpha 0,05 dan juga t-hitung dengan t-tabel.

Tabel 3. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleranc	VIF
1	(Constant)	2,029	0,818		2,481	0,015		
	FINANCIAL BEHAVIOR (X1)	0,629	0,096	0,786	6,561	<,001	0,113	8,833
	FINANCIAL TECHNOLOGY (X2)	-0,105	0,093	-0,114	-1,138	0,258	0,161	6,217
	ADOPSI E-COMMERCE (X3)	0,23	0,092	0,256	2,492	0,014	0,154	6,49

a. Dependent Variable: PENINGKATAN PENDAPATAN

Sumber : data diolah, 2023

Pada variabel *Financial Behavior* (X_1) diperoleh bahwa nilai t_{hitung} sebesar 6,561 > t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikan sebesar 0,001 < 0,05. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,629 menyatakan bahwa Variabel *Financial Behavior* (X_1) berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan (Y) **(diterima)**.

Pada variabel *Financial Technology* (X_2) diperoleh bahwa nilai t_{hitung} sebesar -1,138 < t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikan sebesar 0,258 > 0,05. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan nilai koefisien regresi bernilai negatif sebesar -0,105 menyatakan bahwa Variabel *Financial Technology* (X_2) tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan (Y) **(ditolak)**.

Pada variabel *Adopsi E-Commerce* (X_3) diperoleh bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,492 > t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikan sebesar 0,014 < 0,05. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,23 menyatakan bahwa Variabel *Adopsi E-Commerce* (X_3) berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan (Y) **(diterima)**.

Selanjutnya uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara bersama-sama terhadap satu variabel dependen,

Tabel 3. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1680,948	3	560,316	174,201	<,001 ^b
	Residual	299,134	93	3,216		
	Total	1980,082	96			

a. Dependent Variable: PENINGKATAN PENDAPATAN

b. Predictors: (Constant), ADOPSI E-COMMERCE, FINANCIAL TECHNOLOGY, FINANCIAL BEHAVIOR

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji statistik F dengan menggunakan analisis varian atau ANOVA dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} 174,001 > F_{tabel} 2,70 dan nilai signifikansi ($0,001 < 0,05$) yang artinya signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Financial Behavior*, *Financial Technology* dan Adopsis *E-Commerce* secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Peningkatan Pendapatan (Y). Berdasarkan Hasil Uji F artinya hipotesis yang menyatakan bahwa *Financial Behavior*, *Financial Technology*, dan Adopsi *E-Commerce* berpengaruh secara simultan terhadap Peningkatan pendapatan, sehingga membuktikan hipotesis **diterima**.

Berdasarkan hasil uji Tabel 4.18 di atas dapat dilihat bahwa nilai *standard coefficient beta* (β) yaitu pada variabel *Financial Behavior* (X_1) memiliki nilai *standard coefficient beta* (β) terbesar yaitu sebesar 0,629 maka dari itu Variabel *independent* yang memiliki pengaruh paling dominan yaitu Variabel *Financial Behavior*. Berdasarkan hasil uji regresi berganda artinya Hipotesis yang ke-3 yang menyatakan bahwa variabel *Financial technology* adalah variabel yang paling berpengaruh dominan, sehingga membuktikan bahwa hipotesis **ditolak**.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- Pada variabel *Financial Behavior* (X_1) dan variabel Adopsi *E-Commerce* (X_3) memiliki nilai positif dan berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan (Y). Sedangkan variabel *Financial Technology* (X_2) memiliki nilai negatif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Pendapatan (Y). Artinya variabel *Financial Behavior*, dan Adopsi *E-Commerce* memiliki hubungan yang searah dengan Peningkatan Pendapatan. Dimana *Financial Behavior* seorang pelaku UMKM dapat membuat usaha yang dijalankan lebih efisien dalam mengelola keuangan produksinya sehingga pendapatan yang di terima lebih besar. Sedangkan variabel *Financial Technology* tidak memiliki hubungan yang searah dengan peningkatan pendapatan. Dimana masih banyaknya konsumen yang melakukan pembayaran secara tunai sehingga *financial technology* yang diterapkan masih dianggap kurang aman.
- Variabel *Financial Behavior* (X_1), *Financial Technology* (X_2) dan Adopsis *E-Commerce* (X_3) secara serentak (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Peningkatan Pendapatan (Y). artinya bahwa pelaku umkm memahami pentingnya *Financial behavior* untuk mengelola keuangannya serta dengan menggunakan *e-commerce* dapat mempermudah jangkauan pemasaran produk agar dikenal lebih luas.
- Variabel *Financial Behavior* (X_1) memiliki nilai *standard coefficient beta* (β) terbesar yaitu sebesar 0,629 maka dari itu Variabel *independent* yang memiliki pengaruh paling dominan dibanding variabel lainnya. Artinya bahwa *financial behavior* seorang pelaku umkm sangat penting untuk dapat menunjang pendapatan pelaku umkm dengan dapat mengelola keuangan sehingga dapat meminimalkan biaya sehingga pendapatan akan meningkat.

5. REFERENCES

- Fajariyah, S. N. (2022). Pengaruh Financial attitude, Tingkat Pendapatan, Lama Usaha Terhadap Profitabilitas UMKM Kecamatan Arjasa Kepulauan Kangean. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 10(02), 44-47.
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152-161.
- Handayani, N. L. P., & Soeparan, P. F. (2022). Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam Revitalisasi UMKM. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 1(3), 20-32.
- Putra, K. A. D., Hidayatullah, F., & Farida, N. (2020). Mediatisasi Layanan Pesan Antar Makanan Di Indonesia Melalui Aplikasi Go-Food. *Islamic Communication Journal*, 5(1), 114.
- Sari, P. P., & Septyarini, E. (2018). Pengaruh financial technology terhadap kepuasan keuangan (studi kasus pada pedagang di Pasar Beringharjo Yogyakarta). *Jurnal UMKM Dewantara*, 1(1), 20-28.
- Wardani, A. P. Y. K., & Darmawan, N. A. S. (2020). Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 170.