



# Plagiarism Checker X - Report

## Originality Assessment

Overall Similarity: **16%**

Date: Jul 5, 2022

Statistics: 641 words Plagiarized / 4033 Total words

Remarks: Low similarity detected, check with your supervisor if changes are required.



# ANALISIS PERANAN FINTECH DAN E-COMMERCE TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM

Article History: (diisi editor)

Received :

Revised :

Accepted :

Published :

Corresponding author:

abc@email.com

Cite this article: (diisi editor)

Author, A., & Author, B. (20xx). Title. Keunis, x(x), xx-xx.

DOI: (diisi editor)

10.32497/keunis.vxxix.xxxx

**1** Abstract: The purpose of this study is to find out how **the role of** the fintech business, Finaical Technology and E-commerce in improving the financial performance of micro, small and medium enterprises in the Jakarta, Depok and Tangerang areas and to find out how the risks and constraints of Micro, Small and Medium Enterprises in implementing fintech and E-commerce to improve financial performance. **3** The research method in this study is a qualitative descriptive method. From the results of this study, it can be concluded that the use of fintech and e-commerce is very important for business actors, especially micro, small and medium enterprises to increase sales and improve the financial performance of their businesses. When income increases, financial performance will

certainly increase and improve as well. Improved financial performance can be seen from the profits obtained by micro, small and medium enterprises. In this study, it was also found that there were deficiencies or weaknesses in the use of applications in fintech and e-commerce businesses. The weakness of the application system was the lack of socialization and training received by business actors and at certain periods it was necessary to update the data on the application so that prolong the work system of business actors in using or using the application

Keywords : SMEs, Fintech, E-commerce

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peranan dari bisnis fintech Fincaial Techonology serta E-commerce dalam meningkatkan kinerja dari keuangan usaha mikro <sup>1</sup> kecil dan menengah yang ada di daerah Jakarta, Depok dan Tangerang serta untuk mengetahui bagaimana resiko dan kendala Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam mengimplementasi fintech dan E-commerce untuk meningkatkan kinerja keuangan. Metode penelitian pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan pemakaian fintech dan e-commerce sangat penting digunakan oleh para pelaku usaha khususnya pelaku usaha mikro kecil dan menengah untuk meningkatkan penjualan serta meningkatkan kinerja keuangan usaha mereka. Ketika pendapatan meningkatkan maka kinerja keuangan dipastikan akan meningkat dan membaik juga. Peningkatan kinerja keuangan dapat dilihat dari keuntungan yang diperoleh oleh pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Dalam penelitian ini ditemukan juga kekurangan atau kelemahan dari pemakaian aplikasi-aplikasi pada bisnis fintech dan e-commerce adapun kelemahan dari system aplikasi adalah kurangnya sosialisasi dan pelatihan yang didapat oleh para pelaku usaha serta pada periode-periode tertentu harus dilakukannya update data pada aplikasi itu sehingga memperlama system kerja dari pelaku usaha dalam memakai atau menggunakan aplikasi tersebut

Kata kunci : UMKM, Fintech, E-commerce

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi keuangan menghasilkan perusahaan-perusahaan yang bersaing dalam memberikan pelayanan <sup>14</sup> aplikasi keuangan yang efektif dan efisien, pelayanan keuangan yang diinginkan oleh pasar adalah ramah dengan waktu dan lokasi (Qatrunnada & Marzuki, 2019). Perkembangan teknologi keuangan akan membantu pemerintah dalam mempercepat inklusi keuangan kesemua daerah, ketika teknologi keuangan bertumbuh dapat dipastikan perkembangan <sup>20</sup> inklusi keuangan akan semakin bertumbuh pesat (Rusdianasari, 2018).

Teknologi keuangan atau biasa disebut fintech akan membantu para pelaku usaha menerapkan system pembayaran yang fleksibel dan cepat. Pembayaran yang fleksibel dan cepat akan membantu system transaksi yang semakin bertumbuh dan perputaran keuangan yang cepat juga (Muzdalifa, Rahma, & Novalia, 2018).

### Gambar. 1

#### Persentase Nilai Fintech

Sumber : databoks.katadata. 2020

Berdasarkan dari gambar.1 di atas penelitian dan survei <sup>12</sup> yang dilakukan oleh Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa aktivitas transaksi pada perusahaan teknologi finansial (fintech) di Indonesia yang terdiri dari 33% sampel responden memiliki kegiatan tansaksi di atas rata-rata sebesar Rp 80.000.000.000, sebesar 24% sampel responden memiliki kegiatan transaksi dibawah <sup>1</sup> dari Rp 500.000.000.00, dan sebanyak 20% sampel responden memiliki kegiatan transaksi sebesar Rp 500.000.000.00, sampai Rp 3.000.000.000.00 serta 11% sampel responden melakukan kegiatan transaksi sebesar Rp 3.000.000.000.00, sampai 10.000.000.000,00,

sebesar 6% sampel responden yang memiliki nilai transaksi sebesar Rp 10.000.000.000.00, sampai 35.000.000.000.00, kemudia sebesar Rp 35.000.000.000.00, sampai 80.000.000.000.00.

Gambar. 2

Pendapatan e-commerce Indonesia 2017-2023

Sumber : databoks.katadata 2020

Pada gambar. 2 menunjukkan bahwa prediksi kegiatan e-commerce yang akan terjadi di Indonesia dan akan berpotensi menghasilkan pendapatan yang tinggi dari tahun 2019 dengan prediksi nilai sebesar US\$ 18.800.000.000, dan diperkirakan akan tumbuh 56% dari aktivitas kegiatan pada tahun-tahun sebelumnya yaitu sebesar US\$ 12.000.000.000. Potensi pertumbuhan <sup>1</sup> ini terdiri dari beberapa segmen pasar ekonomi seperti pasar mainan dan lainnya yang mampu menghasilkan pertumbuhan sebesar 66,93 % dengan nilai sebesar US\$ 1.900.000.000 pada saat tahun 2018 dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar US\$ 3.200.000.000. sedangkan pada kenaikan pada posisi kedua ada pada segmen usaha makanan dan perawatan pribadi yang tumbuh sebesar 60.37% dengan nilai sebesar US\$ 3.200.000.000 yang dimana tahun sebelumnya sebesar US\$ 2.000.000.000. Sedangkan segmen yang mengalami aktivitas terendah kedua pada usaha elektronik dan media sebesar US\$ 4.700.000.000.

Tujuan Penelitian

<sup>1</sup> Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peranan dari bisnis fintech Fincaial Techonology serta E-commerce dalam meningkatkan kinerja dari keuangan usaha mikro kecil dan menengah yang ada di daerah Jakarta, depok dan tangerang serta untuk mengetahui bagaimana resiko dan kendala Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam mengimplementasi fintech dan E-commerce untuk meningkatkan kinerja keuangan.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS [□ 11pt, Bold]

Fintech

Arti dari Financial Technology atau biasa disebut Fintech memiliki arti yang sangat luas, dimana setiap kata memiliki arti masing-masing. Pemakaian kata fintech memaknai pemanfaatan aktivitas teknologi yang dipakai pada bidang tertentu untuk menjadi solusi dalam menghasilkan aktivitas yang lebih singkat atau efisien. Namun khusus Fintech diartikan memberikan solusi dari aktivitas keuangan yang mampu memberikan dampak yang baik bagi masyarakat luas (Qatrunnada & Marzuki, 2019). Menurut defenisi yang dijabarkan oleh National Digital Reseach Centre (NDRC), Technology Financial adalah istilah yang digunakan untuk menyebut suatu inovasi di bidang jasa Financial Technology (FinTech) adalah salah satu bentuk penerapan teknologi informasi dibidang keuangan (Basuki & Husein, 2018).

Bank Indonesia merupakan regulator dari kegiatan perbankan yang ada di Indonesia, 19 Financial Technology atau fintech merupakan aktivitas transaksi keuangan dengan model bisnis yang dilaksanakan secara tradisional kemudian dilakukan perunahan secara modern dengan menggabungkan teknologi digital yang ada pada system keuangan tersebut, sehingga efisiensi dan efektifnya waktu dan tempat bisa dipersingkat (Prawita, Lukitaningsih, & Welsa, 2020).

Pada umumnya bisnis financial techonology didirikan sebagai alat peningkatan dan penyebaran layanan keuangan 1 yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan Lembaga keuangan yang mampu mengubah system keuangan tradisional (Mawey & Tasik, 2019). Financial Techonology atau biasa disebut Fintech mampu memberikan perubahan dan inovasi dalam pelayanan keuangan yang lebih modern sehingga bisa di akses oleh setiap orang kapanpun 14 dan dimana saja (Muchlis, 2018). Dengan memakai system keuangan lebih cepat dan fleksibel serta mampu menjangkau kesemua kalangan financial technology menyediakan beberapa produk kegiatan transaksi keuangan yang terdiri dari pembayaran, investasi, peminjaman, pengiriman, serta analisis keuangan (Rizal, Maulina, & Kostini, 2018).

Layanan keuangan yang mampu menjangkau kesemua wilayah dan kalangan mampu di selesaikan oleh financial technology dengan secara langsung kepada pihak-pihak yang

memakainya (Fatarib, 2020). Paypal 17 merupakan salah satu perusahaan jasa keuangan

yang sifatnya mampu mengubah nilai mata uang satu negara dengan negara lain atau dilakukannya pertukaran mata uang lebih dari satu negara, hal ini memudahkan transaksi lintas negara, serta hal ini akan mengubah aktivitas dan kebiasaan konsumen :

- a. Mampu mendapatkan saluran informasi secara langsung dimana dan kapan saja.
- b. Membuka peluang bagi usaha-usaha kecil dalam membangun usahanya secara global dan lebih luas lagi (Rizal et al., 2018).

## 2.2 E-commerce

Aktivitas usaha yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan informasi teknologi yang lebih cepat dan fleksibel dalam memberikan layanan penjualan produk usahanya disebut Electronic commerce (E-commerce) (Hariyati, Bambang Eka Purnama, & Sukadi, 2018). Menurut Fahmi (2016) bisnis atau usaha yang mampu membangun system online serta memakai teknologi informasi secara cepat dan efisien itu disebut usaha berbentuk E-bussines atau E-commerce.

Menurut Anugerah (2017) usaha atau bisnis yang memiliki informasi secara cepat dan fleksibel mampu memberikan daya tarik bagi kalangan masyarakat baik kalangan bawah, menengah dan atas karena usaha ini mampu didapat pada aplikasi hp yang diinginkan oleh para konsumen dan bisnis itu ditemukan pada kegiatan usaha e-commerce. Menurut

Wahyuni (2020) "e-commerce ialah 1 melakukan bisnis secara online. 7 Dalam bentuknya yang paling jelas, e-commerce menjual produk kepada konsumen secara online, tapi faktanya jenis bisnis apa pun yang dilakukan secara elektronik adalah e-commerce Menurut Sapitri (2018) ada beberapa indicator penting dalam usaha E-

commerce yaitu :

### 1. Sudut pandang komunikasi:

Penyampaian komunikasi sangat penting di dalam sebuah usaha, jika komunikasi yang disampaikan dalam usaha tidak cepat dan tepat maka kondisi itu akan mengubah minat dan sudut pandang konsumen dalam menilai produk usaha kita, maka system teknologi yang cepat dan akurat perlu dilakukan. Dengan memakai e-commerce maka informasinya

jelas dan cepat.

## 2. Sudut pandang proses:

Proses dan alur dari usaha sangat penting diperhatikan supaya mendapatkan produknya

1 dengan cepat dan akurat, dengan memakai e-commerce maka secara system akan terotomatis semua alur yang ada dibisnis tersebut .

## 3. Sudut pandang dari Layanan:

Layanan yang baik akan menjadi nilai jual yang baik juga dimata para konsumen, maka diperlukan dilakukan pelayanan yang baik dan fleksibel sehingga mempermudah pada konsumen dalam mendapatkan kepastian produk yang diinginkan. Maka disini e-commerce mampu memberikan fasilitas yang diinginkan oleh 14 para pengusaha dan konsumen.

## 4. Sudut pandang Online:

System online yang di pakai oleh e-commerce akan memberikan semua layanan secara cepat dan fleksibel, karena online merupakan fasilitas akses secara cepat dan tepat.

## 2.3 1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Kategori usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menurut (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, 2008) dapat diklasifikasikan kedalam beberapa kategori, klasifikasi dalam hal ini dapat dilihat dari nilai atau besaran dana harta yang dimiliki usaha tersebut seperti adalah sebesar SRp 200.000.000,00 (belum termasuk tanah dan bangunan). Berdasarkan pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah:

### 1. Kategori Usaha mikro

Aktivitas usaha yang sifatnya berdiri berdasarkan atas milik perorangan atau lebih dari satu orang dan yang berbentuk PT, CV dan lainnya, yang diatur di dalam UU ini.

### 2. Kategori 1 Usaha kecil

adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun

tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Kategori **20** usaha kecil dan menengah

adalah kegiatan usaha dengan skala aktivitas yang tidak terlalu besar, manajemen masih sangat sederhana, modal yang tersedia terbatas, pasar yang dijangkau juga belum luas.

4. Kategori **1** Usaha menengah

adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. **2** Dunia usaha adalah

usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Kudus dan berdomisili di Kudus.

5. Kata lain dari pelaku usaha adalah wirausahawan (entrepreneurship).

Secara sederhana, wirausahawan (entrepreneurship) dapat diartikan sebagai pengusaha yang mampu melihat peluang dengan mencari dana serta sumber daya lain yang diperlukan

untuk menggarap peluang tersebut, berani menanggung risiko yang berkaitan dengan **10** pelaksanaan bisnis yang ditekuninya, serta menjalankan usaha tersebut dengan rencana pertumbuhan dan ekspansi.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan menjadi kunci didalam suatu penelitian, adapun metode penelitian yang menjadi dasar penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. kualitatif deskriptif merupakan suatu metode penelitian yang dilakukan untuk mampu memberikan gambaran dari setiap proses atau aktivitas yang terjadi pada objek penelitian baik itu objek berupa benda mati maupun benda hidup, setelah data di dapat maka akan dilakukan pemecahan masalah dan pencarian solusi bagi permasalahan yang terjadi pada objek tersebut (Situmorang & Ayustia, 2019). Data yang tepat dan sesuai menjadikan hasil

penelitian lebih memiliki hasil yang baik dan memiliki manfaat yang besar bagi penelitian selanjutnya, untuk itu perlu dipilih dan digunakan data yang tepat yaitu data primer dan sekunder. Adapun pengertian dari data primer merupakan data yang dihasilkan dari aktivitas survei dan penelusuran ke objek penelitian secara langsung atau sumber objek langsung ditelusuri dan diwawancara serta didiskusikan dengan tepat. <sup>16</sup> Data yang didapat melalui perantara atau dari sumber kedua atau tidak langsung dari sumbernya maka itu disebut dengan data sekunder (Situmorang & Hapsari, 2019). Pemilihan populasi dilakukan dari beberapa wilayah penelitian, yaitu dari tiga wilayah terdiri dari wilayah Jakarta, Depok dan Kota Tangerang, sedangkan pengambilan sampel <sup>21</sup> dilakukan dengan cara purposive sampel, cara yang dilakukan dengan pemilihan sampel secara acak dengan memenuhi kriteria sebagai responden penelitian, jumlah sampel Adalah 100 pelaku Usaha UMKM yang ada di Jakarta, Depok dan Tangerang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Pada penelitian ini akan disampaikan sebaran data sampel penelitian dari 100 sampel para pelaku <sup>1</sup> usaha mikro kecil dan menengah yang ada di wilayah di 3 wilayah yaitu Depok sebanyak 37 sampel, Tangerang sebanyak 37 sampel dan wilayah Jakarta sebanyak 26 sampel, sebaran data ini sangat penting untuk mengetahui situasi dan kondisi yang terjadi di lapangan, sehingga peneliti memiliki data yang akurat dalam pengambilan keputusan.

Tabel. 1 Distribusi data Platform di wilayah Depok

Lokasi

Jenis UMKM

Platform Ecommerce

Platform Fintech

Depok

Micro

Gofood

Gopay

12

4

Gofood, Shopee

Gopay, Shopeepay

4

Grabfood, Gofood, Shopee, dll

Gopay, Shopeepay, Traveloka, dll

4

Kecil

Gofood

Gopay

13

4

Gofood, Shopee

Gopay, Shopeepay

4

Grabfood, Gofood, Shopee, dll

Gopay, Shopeepay, Traveloka, dll

5

Menengah

Gofood

Gopay

12

4

Gofood, Shopee

Gopay, Shopeepay

4

Grabfood, Gofood, Shopee, dll

Gopay, Shopeepay, Traveloka, dll

4

Total

37

Dari tabel.1 lokasi sampel 15 di kota Depok ada sebanyak 37 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dikunjungi, dengan hasil rincian sebanyak 12 usaha masuk ke kategori mikro, sedangkan kategori kecil sebanyak 13 usaha dan kategori menengah sebanyak 12 usaha. Dengan rata-rata pemakaian produk fintech yaitu Gopay, Shopeepay yang terbanyak dan e-commerce dengan rincian GrabFood, GojekFood.

Gambar. 3

Sebaran jenis produk usaha yang di jual

Sumber : Olah data, 2021

Dari gambar. 3 rincian pelaku usaha dengan jenis produk yang dijual dapat dilihat bahwa produk makanan dan minuman yang mendominasi pemakaian produk 1 fintech dan e-commerce kemudian ada produk laundry, baju, celana dan sepatu. Maka perlu di kembangkan lagi pangsa pasar pemakaian produk fintech dan e-commerce.

Gambar. 4

Sebaran lamanya pemakaian Fintech & E-commerce

Sumber : olah data, 2021

Dari gambar. 4 dapat dijelaskan bahwa sebaran lamanya pelaku usaha mikro kecil menengah untuk pemakaian fintech dan e-commerce yaitu dibawah 1 tahun ada sebanyak

60% sedangkan di urutan kedua ada pemakaian 3 sampai 4 tahun, kemudian ada 4 tahun ke atas dan yang terendah ada di angka 1 tahun sampai 3 tahun.

Tabel. 2 Distribusi data Platform di wilayah Tangerang

Lokasi

Jenis UMKM

Platform Ecommerce

Platform Fintech

Tangerang

Micro

Gofood

Gopay

12

4

Gofood, Shopee

Gopay, Shopeepay

4

Grabfood, Gofood, Shopee, dll

Gopay, Shopeepay, Traveloka, dll

4

Kecil

Gofood

Gopay

13

4

Gofood, Shopee

Gopay, Shopeepay

4

Grabfood, Gofood, Shopee, dll

Gopay, Shopeepay, Traveloka, dll

5

Menengah

Gofood

Gopay

12

4

Gofood, Shopee

Gopay, Shopeepay

4

Grabfood, Gofood, Shopee, dll

Gopay, Shopeepay, Traveloka, dll

4

Total

37

Dari tabel. 2 lokasi sampel di kota Tangerang sekitarnya ada sebanyak 37 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dikunjungi, dengan hasil rincian sebanyak 12 usaha masuk ke kategori mikro, sedangkan kategori kecil sebanyak 13 usaha dan kategori menengah sebanyak 12 usaha. Dengan rata-rata pemakaian produk fintech yaitu Gopay, Shopeepay yang terbanyak dan e-commerce dengan rincian GrabFood, GojekFood.

Gambar. 5

Sebaran jenis produk usaha yang di jual

Sumber : olah data, 2021

Dari gambar.5 rincian pelaku usaha dengan jenis produk yang dijual dapat dilihat bahwa produk makanan dan minuman yang mendominasi pemakaian produk 1 fintech dan e-

commerce sebanyak 22% kemudian diikuti produk lainnya seperti jasa bersih kantor, rumah, jasa Pendidikan, kemudian ada jasa laundry, baju, celana dan sepatu.

Gambar. 6

Sebaran lamanya pemakaian Fintech & E-commerce

Sumber : olah data, 2021

Dari gambar. 6 dapat dijelaskan bahwa sebaran lamanya pelaku usaha mikro kecil menengah untuk pemakaian fintech dan e-commerce yaitu dibawah 1 sampai 2 tahun ada sebanyak 28% sedangkan diurutkan kedua ada pemakaian 2 sampai 4 tahun, kemudian ada 4 tahun ke atas dan yang terendah ada di angka 1 tahun saja dan 4 tahun ke atas.

Tabel. 3 Distribusi data Platform di wilayah DKI Jakarta

Lokasi

Jenis UMKM

Platform Ecommerce

Platform Fintech

Jakarta

Micro

Gofood

Gopay

9

3

Gofood, Shopee

Gopay, Shopeepay

3

Grabfood, Gofood, Shopee, dll

Gopay, Shopeepay, Traveloka, dll

3

Kecil

Gofood	
Gopay	
9	
3	
Gofood, Shopee	
Gopay, Shopeepay	
3	
Grabfood, Gofood, Shopee, dll	
Gopay, Shopeepay, Traveloka, dll	
3	
Menengah	
Gofood	
Gopay	
8	
3	
Gofood, Shopee	
Gopay, Shopeepay	
3	
Grabfood, Gofood, Shopee, dll	
Gopay, Shopeepay, Traveloka, dll	
2	
Total	
26	

Dari tabel. 3 lokasi sampel di kota DKI Jakarta ada sebanyak 26 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dikunjungi, dengan hasil rincian sebanyak 9 usaha masuk ke kategori mikro, sedangkan kategori kecil sebanyak 9 usaha dan kategori menengah

sebanyak 8 usaha. Dengan rata-rata pemakaian produk fintech yaitu Gopay, Shopepay yang terbanyak dan e-commerce dengan rincian GrabFood, GojekFood.

Gambar. 7

Sebaran jenis produk usaha yang di jual

Sumber : olah data, 2021

Dari gambar. 7 rincian pelaku usaha dengan jenis produk yang dijual dapat dilihat bahwa produk makanan dan minuman yang mendominasi pemakaian produk **fintech dan e-commerce** sebanyak 24% kemudian diikuti produk lainnya seperti jasa bersih kantor, rumah, jasa Pendidikan, kemudian ada jasa laundry, baju, celana dan sepatu.

Gambar. 8

Sebaran lamanya pemakaian Fintech & E-commerce

Sumber : data diolah, 2021

Dari gambar. 8 dapat dijelaskan bahwa sebaran lamanya pelaku **usaha mikro kecil** menengah untuk pemakaian **fintech dan e-commerce** yaitu diatas 4 tahun ada sebanyak 27% sedangkan diurutkan kedua ada pemakaian 3 sampai 4 tahun, kemudian ada 1 tahun ke atas dan yang terendah ada di angka 2 tahun saja dan 3 tahun ke atas

Tabel. 4 Penilaian Penggunaan Aplikasi **Fintech dan E-commerce**

Jenis UMKM

Keategori

Kelebihan

Kekurangan

Jumlah

Micro

0

1

0

1

Aplikasi

4

29

4

29

33

Waktu

32

1

32

1

Penggunaan

4

29

4

29

Proses

32

1

32

1

Kecil

Aplikasi

2

33

2

33

35

Waktu

22

13

22

13

Penggunaan

2

33

2

33

Proses

22

13

22

13

Menengah

#### Aplikasi

1

31

1

31

32

#### Waktu

2

30

2

30

#### Penggunaan

1

31

1

31

#### Proses

2

30

2

32

Dari tabel 4.4 dapat disimpulkan dari 100 responden yang diambil baik itu dari kota tangerang, depok dan Jakarta dengan kategori usaha micro sebanyak 33 pelaku usaha, usaha kecil sebanyak 35 pelaku usaha dan 32 kategori menengah sebanyak 32 usaha.

Dari data di atas bahwa penggunaan aplikasi **1 fintech dan E-commerce** khususnya pelaku usaha UMKM dengan penilaian kategori 0 itu dibawah 1 sedangkan 1 yang artinya

di mulai dari 2 sampai seterusnya.

## PEMBAHASAN

Peran fintech dan E-commerce untuk meningkatkan kinerja keuangan

Fintech dan e-commerce menjadi ujung tombak dari perusahaan dalam mengembangkan usahanya ditengah-tengah berkembangnya dunia teknologi dan ditengah-tengah kondisi pandemic yang terjadi saat ini, berdasarkan dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa dari 100 pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang menjadi sampel penelitian ini menghasilkan suatu gambaran bahwa lebih dari 90% pelaku usaha menggunakan teknologi keuangan (financial teknologi) dan teknologi pemasaran (e-commerce).

Kelebihan yang dimiliki teknologi dalam menjangkau semua lapisan masyarakat diberbagai lokasi dan situasi menjadi primadona pelaku usaha dalam menggunakan aplikasi fintech dan e-commerce. Dengan kelebihan itu pelaku usaha mampu meningkatkan kinerja keuangan secara signifikan serta mempermudah para konsumen untuk melakukan pembayaran dengan mudah dan cepat.

Resiko dan kendala Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam mengimplementasi fintech dan e-commerce untuk meningkatkan kinerja keuangan

Setiap system pasti memiliki kelemahan dan kekurangan, hal ini juga di alami oleh para pelaku usaha mikro kecil dan menengah dalam memakai aplikasi fintech dan e-commerce.

Adapun kelemahan dan kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha adalah :

### 1. Sistem

Sistem merupakan proses yang harus dilakukan dalam menggunakan aplikasi atau organisasi, tidak semua para pelaku usaha memiliki pengetahuan yang mampu memahami system teknologi, hal itu karena tidak adanya sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan oleh para operator fintech dan e-commerce.

### 2. Jaringan

Setiap teknologi digital yang tersambung jaringan tidak selalu memiliki jaringan atau

koneksi yang lancar, sehingga ini menjadi salah satu masalah yang menjadi penghambat untuk meningkatkan kinerja aktivitas para pelaku usaha mikro kecil dan menengah.

### 3. Pengetahuan dalam menggunakan

Pelaku usaha mikro memiliki jenjang pendidikan yang menjadi salah satu masalah penghambat para pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang memiliki rata-rata tamatan Sekolah Menengah Pertama dan memiliki usia di atas 45 tahun, yang membuat pengetahuan tentang **1 fintech dan e-commerce** tidak sepenuhnya dapat dipahami dan dimengerti dengan cepat.

### 4. Update aplikasi

Aplikasi mengharuskan update dalam rangka maintenance setiap periodenya membuat **19 para pelaku usaha menjadi** sangat kesulitan dan merepotkan.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan pemakaian **1 fintech dan e-commerce** sangat penting digunakan oleh para pelaku usaha khususnya pelaku **usaha mikro kecil dan menengah** untuk meningkatkan penjualan serta meningkatkan kinerja keuangan usaha mereka. Ketika pendapatan meningkat maka kinerja keuangan dipastikan akan meningkat dan membaik juga. Peningkatan kinerja keuangan dapat dilihat dari keuntungan yang diperoleh oleh pelaku usaha mikro kecil dan menengah. Dalam penelitian ini ditemukan juga kekurangan atau kelemahan dari pemakaian aplikasi-aplikasi pada bisnis fintech dan e-commerce adapun kelemahan dari system aplikasi adalah kurangnya sosialisasi dan pelatihan yang didapat oleh para pelaku usaha serta pada periode-periode tertentu harus dilakukannya update data pada aplikasi itu sehingga memperlama system kerja dari pelaku usaha dalam memakai atau menggunakan aplikasi tersebut.

## UCAPAN TERIMA KASIH (jika ada)

Terima kasih kami ucapkan kepada Kementerian Kebudayaan dan Pendidikan Tinggi yang sudah memberikan dana hibah penelitian dengan skema Penelitian Dosen Pemula ini sehingga bisa selesai tepat waktu.

## DAFTAR PUSTAKA

Anugerah, E. G., Wahyuni, N. I., & Mas'ud, I. (2017). Penerapan Target Costing Dalam Pengelolaan Biaya Produksi Untuk Optimalisasi Laba. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 19. <https://doi.org/10.19184/Ejeba.V4i1.4554>

Basuki, F. H., & Husein, H. (2018). Analisis Swot Financial Technology Pada Dunia Perbankan Di Kota Ambon (Survei Pada Bank Di Kota Ambon). *Jurnal Manis*, 2(1), 60–74.

Fahmi, I. (2016). Pengantar Manajemen Keuangan: Teori Dan Soal Jawab. Bandung: Alfabeta.

Fatarib, H. (2020). Fintech Lending Dalam Pandangan Yuridis Normatif Dan Hukum Ekonomi Islam. *Istinbath : Jurnal Hukum*, 17(1).

Hariyati, T., Bambang Eka Purnama, & Sukadi, S. (2018). Analisis Dan Perancangan Ecommerce Pada Batik Tulis Tengah Sawah Ngadirojo. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 9(1), 49–54. <https://doi.org/10.51903/Jtikp.V9i1.169>

Mawey, K., & Tasik, H. (2019). Analisa Pengaruh Suku Bunga Terhadap Pinjaman Dan Pinjaman Sektor Keuangan Di Era Kehadiran Fintech Di Indonesia. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 4427–4435.

<https://doi.org/10.35794/Emba.V7i3.25140>

Muchlis, R. (2018). Analisis Swot Financial Technology (Fintech) Pembiayaan Perbankan Syariah Di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan). *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 335. <https://doi.org/10.30821/Ajei.V1i1.2735>

Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada Umkm Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1).

<https://doi.org/10.30651/Jms.V3i1.1618>

Prawita, D., Lukitaningsih, A., & Welsa, H. (2020). Analisis Price Discount Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Pembelian Ulang Menggunakan Fintech Melalui Intervening Customers Satisfaction (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Gopay Di Kota

Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Daulat Rakyat*, 4(2), 147–160.

Qatrunnada, N., & Marzuki, I. (2019). Analisis Akad Murabahah Dan Wakalah Bil Ujrah Pada Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi (Fintech) (Studi Kasus Di Pt. Dana Syariah Indonesia). *Al-Mizan*, 3(2).

5 Rizal, M., Maulina, E., & Kostini, N. (2018). Fintech As One Of The Financing Solutions For Smes. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 74(4), 55–61.

11 Rusdianasari, F. (2018). Kata Kunci: Fintech, Inklusi Keuangan, Stabilitas Sistem Keuangan Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 11(2), 244–253. Retrieved From <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/download>

Sapitri, N. A. (2018). Pengaruh E-Commerce Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berwirausaha Online Dalam Perspektif Islam Pada Pedagang Online Di Kota Makassar Sulawesi Selatan. *El-Iqtishod Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 151(2), 10–17.

Situmorang, D. M., & Ayustia, R. (2019). Model Pembangunan Daerah 3t: Studi Kasus Daerah Perbatasan Kabupaten Bengkayang. *Mbia*, 18(1), 49–64. <https://doi.org/10.33557/mbia.v18i1.321>

Situmorang, D. M., & Hapsari, V. R. 13 (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Belajar Akuntansi Di Daerah 3t. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 7(1), 77–84. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i1.1406>

Wahyuni, E. T., & Diana, N. (2020). 9 E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Faktor Pendorong Pengambilan Keputusan Mahasiswa Akuntansi Untuk Berwirausaha. *E-Jra*, 09(03), 93–115.

E-ISSN: 2714-7274      Name of First Author

P-ISSN: 2302-9315

Name of Second Author / Etc

KEUNIS, Vol. xx, No. x Month 20XX

P-ISSN: 2302-9315

Vol. xx, No. x, xxx 20xx, Page. xxx-xxx E-ISSN: 2714-7274

© Copyright: The Author(s) <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/keunis>

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

1

E-ISSN: 2714-7274 Name of First Author

P-ISSN: 2302-9315 Name of Second Author / Etc

KEUNIS, 22 Vol. xx, No. x Month 20XX

## Sources

1	<a href="https://www.academia.edu/73018973/Fintech_Dan_e_Commerce_Untuk_Mendorong_Pertumbuhan_Umkm_Dan_Industri_Kreatif">https://www.academia.edu/73018973/Fintech_Dan_e_Commerce_Untuk_Mendorong_Pertumbuhan_Umkm_Dan_Industri_Kreatif</a> INTERNET 8%
2	<a href="http://ejournal.unira.ac.id/index.php/jurnal_makro_manajemen/article/download/656/515">http://ejournal.unira.ac.id/index.php/jurnal_makro_manajemen/article/download/656/515</a> INTERNET 1%
3	<a href="https://www.researchgate.net/publication/335476284_Peran_Fintech_Dalam_Meningkatkan_Keuangan_Inklusif_Pada_UMKM_Di_Indonesia_Pendekatan_Keuangan_Syariah">https://www.researchgate.net/publication/335476284_Peran_Fintech_Dalam_Meningkatkan_Keuangan_Inklusif_Pada_UMKM_Di_Indonesia_Pendekatan_Keuangan_Syariah</a> INTERNET 1%
4	<a href="https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1901501">https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1901501</a> INTERNET 1%
5	<a href="https://medium.com/padjadjaran-fest-and-conference/inovasi-teknologi-dan-big-data-dalam-sektor-perekonomian-financial-technology-a52b2c1d6e35?source=post_internal_links-----3-----">https://medium.com/padjadjaran-fest-and-conference/inovasi-teknologi-dan-big-data-dalam-sektor-perekonomian-financial-technology-a52b2c1d6e35?source=post_internal_links-----3-----</a> INTERNET 1%
6	<a href="https://www.academia.edu/68829126/Analisis_Swot_Financial_Technology_Pada_Dunia_Perbankan_DI_Kota_Ambon">https://www.academia.edu/68829126/Analisis_Swot_Financial_Technology_Pada_Dunia_Perbankan_DI_Kota_Ambon</a> INTERNET 1%
7	<a href="https://www.academia.edu/5352865/TEORI_DASAR_E_COMERCE">https://www.academia.edu/5352865/TEORI_DASAR_E_COMERCE</a> INTERNET 1%
8	<a href="https://sinta3.kemdikbud.go.id/journals/garuda/4330">https://sinta3.kemdikbud.go.id/journals/garuda/4330</a> INTERNET <1%
9	<a href="https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/detail?page=4&amp;id=4469">https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/detail?page=4&amp;id=4469</a> INTERNET <1%
10	<a href="http://eprints.stainkudus.ac.id/841/6/6.%20BAB%20II.pdf">http://eprints.stainkudus.ac.id/841/6/6.%20BAB%20II.pdf</a> INTERNET <1%
11	<a href="https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1616">https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1616</a> INTERNET <1%
12	<a href="https://goukm.id/tentang-fintech/">https://goukm.id/tentang-fintech/</a> INTERNET <1%
13	<a href="https://www.researchgate.net/profile/Dokman-Marulitua-Situmorang/publication/334816229_FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU BELAJAR AKUNTANSI DI DAERAH 3T/links/5d4237b8299bf1995b5b77fb/FAKTOR-FAKTOR-YANG-MEMPENGARUHI-PERILAKU-BELAJAR-AKUNTANSI-DI-DAERAH-3T.pdf?origin=publication_detail">https://www.researchgate.net/profile/Dokman-Marulitua-Situmorang/publication/334816229_FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU BELAJAR AKUNTANSI DI DAERAH 3T/links/5d4237b8299bf1995b5b77fb/FAKTOR-FAKTOR-YANG-MEMPENGARUHI-PERILAKU-BELAJAR-AKUNTANSI-DI-DAERAH-3T.pdf?origin=publication_detail</a> INTERNET <1%

- 14 <https://www.utopicomputers.com/apa-itu-aplikasi-keuangan-berikut-pengertian-dan-fungsinya/>  
INTERNET  
<1%
- 
- 15 <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/2615>  
INTERNET  
<1%
- 
- 16 <https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/>  
INTERNET  
<1%
- 
- 17 <http://www.ostg.com/bagaimana-teknologi-berdampak-pada-sektor-keuangan-dan-perbankan/>  
INTERNET  
<1%
- 
- 18 <https://garuda.ristekbrin.go.id/author/view/389609?jid=1025&jname=JURNAL%20RISET%20EKONOMI,%20MANAJEMEN,%20BISNIS%20DAN%20AKUNTANSI>  
INTERNET  
<1%
- 
- 19 <https://www.merdeka.com/jatim/fintech-adalah-gabungan-jasa-keuangan-dan-teknologi-ketahui-dampak-dan-keuntungannya-klm.html>  
INTERNET  
<1%
- 
- 20 <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/percepat-inklusi-keuangan-digital-indonesia-manfaatkan-momentum-presidensi-g20/>  
INTERNET  
<1%
- 
- 21 <http://repository.untag-sby.ac.id/10936/4/BAB%20III.pdf>  
INTERNET  
<1%
- 
- 22 <https://core.ac.uk/download/pdf/201005954.pdf>  
INTERNET  
<1%
-