



## **Determinasi *Financial Literacy* Dan Penggunaan *Fintech* Terhadap Peningkatan Produktivitas UMKM Purbalingga Dimasa Pandemi Covid-19**

**Shella Rizqi Amelia<sup>1),a)</sup>, Reza Rahmadi Hasibuan<sup>2),b)</sup>**

<sup>1)</sup>Akuntansi, Universitas Perwira Purbalingga, Purbalingga, Indonesia

<sup>2)</sup>Manajemen, Universitas Perwira Purbalingga, Purbalingga, Indonesia

*shellarizqi@unperba.ac.id<sup>a)</sup>, rezarahmadi@unperba.ac.id<sup>b)</sup>*

### **ABSTRACT**

*MSMEs encountered problems during the COVID-19 pandemic with the decline in MSME sales. Various efforts have been made so that the business continuity of MSME actors remains even though conditions are not possible. Financial literacy is something that cannot be separated in human life because financial literacy is a very useful tool in making information on financial decisions. Utilizing financial technology such as fintech will greatly assist MSMEs in carrying out financial activities such as financial transactions. This study aims to measure and identify the level of financial literacy and the use of fintech to increase the productivity of MSMEs in Purbalingga. Associative research is used in this study by taking samples using purposive sampling technique in the Muslim Entrepreneur community, namely one of the communities that collaborate with the Purbalingga Regency Government which consists of many MSMEs in Purbalingga on the criteria of MSMEs that have utilized the use of fintech and have utilized banking services. The method in this research is multiple linear regression analysis with the addition of qualitative analysis. The findings from this study are that financial literacy has an influence on increasing MSME productivity and fintech has an influence on increasing MSME productivity.*

**Keywords:** *Financial Literacy, Fintech, Productivity, MSME*

### **ABSTRAK**

UMKM mendapati permasalahan pada masa pandemi covid-19 dengan penurunan penjualan UMKM. Berbagai upaya dilakukan agar keberlangsungan usaha para pelaku UMKM tetap bertahan meskipun kondisi sedang tidak memungkinkan. *Financial literacy* merupakan hal yang tidak mungkin dapat dipisahkan pada kehidupan manusia dikarenakan literasi keuangan adalah alat yang sangat berguna dalam membuat informasi pada keputusan keuangan. Memanfaatkan teknologi keuangan seperti fintech akan sangat membantu UMKM dalam melakukan aktivitas keuangan seperti transaksi keuangan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengukur dan mengidentifikasi tingkat dari literasi keuangan dan pemanfaatan dari fintech terhadap peningkatan produktivitas UMKM di Purbalingga. Penelitian asosiatif digunakan dalam penelitian ini dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* pada komunitas Muslimah Entrepreneur. yakni

salah satu komunitas yang bekerja sama dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Purbalingga yang beranggotakan banyak UMKM di Purbalingga pada kriteria UMKM yang sudah memanfaatkan penggunaan fintech serta telah memanfaatkan pelayanan perbankan. Metode pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan penambahan analisis kualitatif. Temuan dari penelitian ini adalah financial literacy memiliki pengaruh terhadap peningkatan produktivitas UMKM dan fintech memiliki pengaruh terhadap peningkatan produktivitas UMKM.

**Kata kunci:** Financial Literacy, Fintech, Produktivitas, UMKM

## PENDAHULUAN

UMKM adalah bagian dari sektor penting bagi ekonomi nasional yang sedang berkembang. Hal lain, pada UMKM merupakan satu sektor terkena imbas akibat adanya covid 19. Pada masa akibat covid ini sangat berbeda dengan krisis moneter yang sudah pernah terjadi di negara kita. Krisis akibat pandemic ini merupakan tantangan bagi UMKM untuk terus berusaha semaksimal mungkin dengan keterbatasan kondisi. Pelaku UMKM diharapkan cepat beradaptasi hal ini berguna untuk kelanjutan usaha yang bergerak dan bertahan. Satunya dengan pengoptimalan digital teknologi. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, saat ini ada total 64 juta UMKM, dan baru 8 juta atau 13% sudah terhubung dengan digital teknologi.

Menteri Koperasi dan UMKM Teten Masduki menyampaikan bahwa, awal pandemi sampai Juni 2020 terjadi kenaikan penjualan dengan platform digital dagang sebesar 26%, sehingga total transaksi menembus 3,1 juta per hari. Artinya menunjukkan bahwa terdapat besar peluang bagi UMKM di Indonesia dapat memperluas pemasaran dengan digitalisasi (Fionasari et al., 2017). Namun untuk mewujudkan digitalisasi membutuhkan peran dari berbagai pihak termasuk dari pelaku UMKM itu sendiri. Salah satunya dengan cepat beradaptasi dan memperkaya pengetahuan pelaku UMKM dengan *Financial Literacy*. Menurut Ediraras (2010:153-154) bisnis UMKM yang anggarannya dikelola serta diinformasikan secara transparan dan akurat, memberikan dampak baik pada bisnis UMKM. Selain itu informasi tentang *financial literacy* akan membantu pelaku UMKM terkait dengan pengambilan keputusan untuk keberlangsungan usaha dimasa krisis covid 19 (Manajemen, 2020).

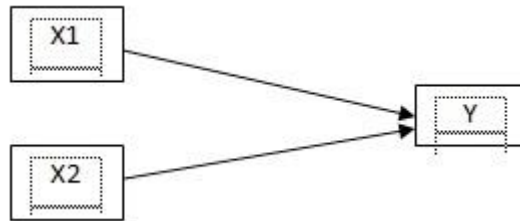
Sejalan dengan gerakan digitalisasi UMKM, pelaku UMKM juga diharapkan dapat beradaptasi melalui sistem pembayaran melalui *fintech* (*financial technology*). Fintech yang berkembang dan mudah pada layanan yang diberikan tentu akan mempermudah pelaku UMKM dalam melakukan transaksi keuangan (Hasibuan, 2021b). Tidak pula pada pembiayaan usaha modal, dan transaksi namun ada juga yang menuju pada berbagai bidang meliputi pengaturan keuangan. Kemunculan pelayanan keuangan fintech yang berbasis teknologi di Indonesia akan menjadi pencerahan dengan kemajuan teknologi komunikasi serta informasi (Hasibuan, 2021a)

Otoritas Jasa Keuangan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) (OJK) pada 2019 memberikan hasil indeks keuangan literasi menembus 38,03%. Survei meliputi 12.773 responden pada 34 provinsi menyatakan dalam 3 tahun ini, terdapat kenaikan pemahaman (*literasi*) keuangan masyarakat sebesar 8,33%, Namun halnya terus meningkat, terdapat data yang menunjukkan tingkat keuangan literasi RI masih rendah dari pada Thailand dan Malaysia pada tingkat inklusi sebesar 82% dan 85%. Upaya mengoptimalkan *financial literacy* dan *fintech* dalam mendorong UMKM harus terus ditingkatkan (Ngo, 2021). Hal ini dikeranakan *financial literacy* dan *fintech* memiliki potensi untuk meningkatkan produktivitas UMKM dan pada akhirnya dapat mencapai kesejahteraan. UMKM matang secara kuat dan manajemen dalam keuangan pengelolaan berhadap mampu bertahan dan bersaing dalam kondisi apapun (Hasibuan et al., 2021). Kajian ini bertujuan mengetahui apakah terdapat pengaruh *financial literacy* terhadap peningkatan produktivitas UMKM Purbalingga pada masa pandemi, mengetahui pengaruh penggunaan *fintech* terhadap peningkatan produktivitas UMKM Purbalingga di masa pandemi dan mengetahui pengaruh *financial literacy* dan penggunaan *fintech* terhadap peningkatan produktivitas UMKM Purbalingga di masa pandemic (Hasibuan, 2021b).

## **METODE PENELITIAN**

Teknik pengumpulan pada sample kajian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Sample penelitian merupakan sebagian dari populasi pada komunitas UMKM Muslimah Entrepreneur Purbalingga pada UMKM yang memanfaatkan pelayanan fintech. Jumlah sampel yang digunakan yakni 50 UMKM. Metode pada kajian ini merupakan regresi linier berganda dengan diperkuat menggunakan analisis kualitatif yang bermanfaat mengetahui tingkat *financial literacy*, dan penggunaan *fintech* serta tingkat produktivitas UMKM.

Variabel bebas pada penelitian ini yaitu financial literacy, *fintech*. Variabel terikat pada penelitian ini yaitu produktivitas UMKM. Hubungan antar variabel pada kajian ini dapat dirumuskan model sebagai berikut:



Gambar.1 Rancangan Penelitian

Keterangan:

X1 = Financial Literacy

X2 = Fintech

Y = Produktivitas UMKM

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

##### a. Uji Validitas Kuesioner

Pengujian validity menggunakan *product moment* menggunakan perhitungan korelasi antara skor masing item pertanyaan pada tiap variabel dengan skor total variabanya. Pada kajian ini, nilai df dihitung dengan cara  $df = n - k$  atau  $50 - 2 = 48$ , pada tingkat signifikan sebesar 0,05 sehingga diperoleh r tabel sebesar 0,235 (*one tail*). Hasil Uji validity terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel.1 Correlation Pengujian Validitas Kuesioner

Variabel/Item	r Hitung	R Tabel ( <i>One Tale</i> )	Valid / Tidak
Variabel Financial Literacy			
X1.1	0,904	0,235	Valid
X1.2	0,951	0,235	Valid
X1.3	0,913	0,235	Valid
Variabel Fintech			
X2.1	0,838	0,235	Valid
X2.2	0,910	0,235	Valid
X2.3	0,936	0,235	Valid
Variabel Produktivitas			
Y1.1	0,907	0,235	Valid
Y1.2	0,931	0,235	Valid
Y1.3	0,949	0,235	Valid

Sumber : Data olah

Pada hasil diatas, keseluruhan item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid karena nilai sudah lebih dari R Tabel.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliability digunakan untuk melihat konsistensi konstruk pada penelitian. Variabel dapat dikatakan reliabel jika jawaban item pada pertanyaan stabil. Tingkat reliability pada konstruk / variabel suatu penelitian dilihat pada nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Variabel dapat dikatakan handal bila nilai alpha cronbach > 0,60 (Ghozali, 2005). Hasil Uji reliability SPSS dilihat melalui tabel ini:

Tabel 2 Reliability Pengujian Kuesioner

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Based on Standardized Item	Keterangan
X1.1	0,949	Reliabel
X1.2	0,946	Reliabel
X1.3	0,949	Reliabel
X2.1	0,946	Reliabel
X2.2	0,954	Reliabel
X2.3	0,957	Reliabel
Y1.1	0,945	Reliabel
Y1.2	0,947	Reliabel
Y1.3	0,946	Reliabel

Pada analisis diatas, *cronbach's* alpha sudah lebih 0,600, yang artinya item kuesioner pertanyaan sudah reliabel dikarenakan sudah lebih besar dari 0,600.

## 2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menguji pada model regresi, dimungkinkan keduanya memiliki distribusi yang normal atau tidak normal. Model pada regresi yang bagus bila terdistribusikan data mendekati atau normal. Uji normalitas data pada kajian ini dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Dengan *Kolmogorov – Smirnov*, dapat kriteria nilai signifikan. Data dikatakan tersebar dengan normal jika nilai signifikan model lebih 0,05.

Tabel 3. Uji normalitas *kolmogorov smirnof*

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.16781432
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.581
Asymp. Sig. (2-tailed)		.888

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pada uji diatas, didapatkan nilai signifikansi sudah lebih 0,05 yaitu dengan nilai 0.888 > 0,05 berarti sebaran data tersebut tersebar dengan normal

### 3. Pengujian Penyimpangan Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinieritas

Pada Uji multikolinieritas ini berfungsi menguji pada model regresi apakah terjadi adanya hubungan antara variabel bebas atau tidak. Pada model dari regresi yang dikatakan baik bila tidak terjadi hubungan antar variabel bebasnya. Pengujian ada atau tidaknya gejala pada multikolinieritas dapat dilihat dengan memperhatikan nilai pada matriks hubungan saat pengolahan dari data serta nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kemudian nilai Toleransinya. Bila nilai matrik hubungan tidak lebih besar 0,5 dapat dikatakan bebas terjadi gejala multikolinieritas. Dan apabila nilai dari VIF terletak dibawah 10 serta nilai toleransi hampir mendekati 1, maka model pada regresi tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas (Çiflikli & Kahya-Özyirmidokuz, 2012). Hasil pada uji Multikolinieritas dilihat dari tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	-.222	.724		-.307	.760			
	X1	.722	.073	.707	9.892	.000	.485	2.062	
	X2	.292	.071	.293	4.095	.000	.485	2.062	

a. Dependent Variable: Y

Pada hasil uji tersebut diketahui bahwa nilai VIF pada setiap variabel tidak lebih dari 10 artinya tidak terjadi multi.

#### b. Uji Heterokedastisitas

Berikut adalah pengujian heterokedastisitas dengan menggunakan metode *gletsjer*

Tabel 5. Uji Heterokedastisitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.288	.595		.485	.630	
	X1	.008	.060	.028	.135	.894	
	X2	-.004	.059	-.016	-.075	.940	

a. Dependent Variable: ABRESID

Agra mengetahui terdeteksinya ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas pada pola yang timbul akibat nilai residu suatu model, maka gejala heterokedastisitas ditunjukkan melalui nilai koefisien regresi pada seluruh variable independen pada nilai absolute residu ( $e$ ), bila nilai probabilitas lebih tinggi dibandingkan nilai alpha (0,05), dapat diketahui model tersebut tidak mengalami gejala hetero.

Diketahui jika tidak terjadi gejala heterokedastisitas bila:

$Sig, -t > a$  atau  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$

Pada tabel tersebut, nilai probabilitas telah lebih tinggi dibandingkan alphanya (0,05), jadi pada model penelitian ini tidak terjadi unsure gejala heterokedastisitas.

#### 4. Uji Regresi Berganda

Pada pengujian regresi menggunakan SPSS, diperoleh nilai koefisien regresi terlihat ditabel 6 dibawah ini:

Tabel 6. Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.222	.724		-.307	.760
	X1	.722	.073	.707	9.892	.000
	X2	.292	.071	.293	4.095	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 6 diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = -0,222 + 0,722 X1 + 0,292 X2$$

Persamaan hasil tersebut dapat disimpulkan yaitu :

- Hasil 0,722 variabel financial literacy (X1) memiliki nilai positif jadi diperoleh semakin besar financial literacy, maka semakin besar produktivitas.
- Hasil 0,292 variabel fintech (X2) memiliki nilai positif sehingga diperoleh semakin tinggi fintech, maka semakin tinggi produktivitas.

#### Pembahasan

##### H1: Hubungan antara Penggunaan Financial Literacy dan Peningkatan Produktivitas UMKM

Hipotesis pertama bahwa Financial Literacy memiliki pengaruh positif pada produktivitas signifikan. Terlihat pada nilai signifikan (*P Value*) dengan hasil 0,000 yang lebih rendah dengan ketentuan nilai 0,05 dan nilai koefisien regresi dengan hasil 0,722.



Perbedaan tingkat *financial literacy* setiap orang berbeda (Setyanugraha et al., 2021), pada pembahasan ini, peneliti menyimpulkan bahwa penyebab terjadinya perbedaan signifikan diantara satu orang dengan orang lainnya pada proses pengumpulan asset, baik jangka panjang maupun jangka pendek akan menaikkan produktivitas dari UMKM. Penjelasan dari (Shetty et al., 2021), faktor seperti kognitif, kebiasaan, keluarga, ekonomi, institusi, komunitas dan teman sebaya akan berdampak terhadap kebiasaan dari keuangan (*financial behaviour*). Seorang dapat dikatakan paham keuangan (*financial literate*) bila orang tersebut paham akan kemampuan dan pengetahuan dalam pengaplikasian pengetahuan tersebut (Hasibuan et al., 2021).

Penjelasan (Wilson et al., 2019), tingkat *financial literacy* pada orang dipengaruhi diantaranya: karakteristik dari demografi (pendidikan, etnis, gender dan kognitifnya), kekayaan, latar belakang keluarga, dan preferensi waktu sehingga dalam hal ini yang akan mempengaruhi dari peningkatan produktivitas UMKM. Penjelasan dari (Dillareta & Wuryani, 2021) faktor personal (kemampuan kognitif dan intelegensi), ekonomi dan sosial akan mempengaruhi *financial behaviour* serta *financial literacy* seseorang.

## **H2: Hubungan antara Penggunaan Fintech dan Peningkatan Produktivitas UMKM**

Hipotesis kedua bahwa penggunaan Fintech memiliki pengaruh positif pada produktivitas signifikan. Terlihat pada nilai signifika (P Value) dengan hasil 0,000 yang lebih rendah dengan ketentuan standar hasil 0,05 dan nilai koefisien regresi dengan hasil 0,292. Dapat diartikan fintech berpengaruh signifikan serta berpengaruh positif pada produktivitas.

Peran dari Fintech sangat penting pada kenaikan produktivitas di UMKM diantaranya berupa kenaikan efisiensi baik pada operasional maupun efisiensi yang dinikmati pada anggota. Selain itu, Fintech digunakan sebagai *market place* pada jenis UMKM jual beli ataupun UMKM produksi (Hasibuan, 2021b). Pemanfaatan Fintech pada UMKM akan memberikan tantangan dan peluang tersendiri, peluang pada penerapan Fintech di UMKM adalah pada bentuk perluasan pasar yang di sasar oleh koperasi yaitu sasaran pada masyarakat yang *unbankable* (Handayani et al., 2018).

## KESIMPULAN

Dari temuan penelitian serta hasil pembahasan pada bab di atas, dalam penelitian ini disimpulkan beberapa hal yaitu:

- a. Financial Literacy memiliki pengaruh terhadap peningkatan produktivitas UMKM;
- b. Fintech berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas UMKM.

Harapan penelitian yang mendatang tidak hanya membahas hubungan financial literacy dan fintech yang memiliki proporsi pengaruh terhadap peningkatan produktivitas namun masih terdapat variabel lain yang memiliki pengaruh pada peningkatan produktivitas seperti profitabilitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Çiflikli, C., & Kahya-Özyirmidokuz, E. (2012). Enhancing product quality of a process. *Industrial Management and Data Systems*, 112(8), 1181–1200. <https://doi.org/10.1108/02635571211264618>
- Dillareta, I. S., & Wuryani, E. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility ( CSR ) Terhadap Tax Avoidance. *Jurna Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 84–94.
- Fionasari, D., Savitri, E., & Andreas, A. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak (Studi pada Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia). *Sorot*, 12(2), 95. <https://doi.org/10.31258/sorot.12.2.4557>
- Handayani, H., Soerono, A. N., & Ramdhani, D. (2018). Pengaruh Agresivitas Pajak Terhadap Corporate Social Responsibility Dengan Variabel Kontrol Return on Asset Dan Leverage. *Tirtayasa Ekonomika*, 13(1), 162. <https://doi.org/10.35448/jte.v13i1.4236>
- Hasibuan, R. R. (2021a). *Anteseden Repurchase Intention Aplikasi Shopee Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Di Kabupaten Banyumas*. 16(2), 253–265.
- Hasibuan, R. R. (2021b). *Tenaga Penjual Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Import Oriflame Di Spo 1507*. 1–12.
- Hasibuan, R. R., Setyanugraha, R. S., Amelia, S. R., Arofah, A. A., & Pratiwi, A. R. (2021). *Reza Rahmadi Hasibuan, 2 R. Satria Setyanugraha, 3 Sheilla Rizqi Amelia, 4 Anastasia Anggarkusuma Arofah, 5 Agustin Riyan Pratiwi*. 9(1), 107–111.
- Manajemen, J. E. (2020). *Anteseden Loyalitas Konsumen Dari Pemberian Layanan Produk Internet Pt . Laxo*. 5(Mei 2019), 21–30.
- Ngo, Q. H. (2021). How market orientation induces small businesses' performance: the role of strategic fits. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(1), 55–75.

<https://doi.org/10.22146/GAMAIJB.60623>

Setyanugraha, R. S., Fitriana, A., & ... (2021). Festival Wisata Online Sebagai Bentuk Komunikasi Pemasaran Dan Peningkatan Kinerja Keuangan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *AGUNA: Jurnal ...*, 2(2), 54–62. <https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/1335>

Shetty, S. J., Chaudhuri, M. S., & Shetty, A. (2021). The influence of cause-related marketing on millennials' purchase intentions: Evidence of CSR from an emerging economy. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 23(2), 137–154. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.55069>

Wilson, N., Keni, K., & Tan, P. H. P. (2019). The effect of website design quality and service quality on repurchase intention in the E-commerce industry: A cross-continental analysis. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 21(2), 187–222. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.33665>