

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN  
FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP  
PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH  
DI KOTA BANDA ACEH**



**Disusun Oleh:**

**Rahmat Mirza**

**NIM. 170604023**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2023 M/ 1445 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rahmat Mirza  
NIM : 170604023  
Program Studi : Ilmu Ekonomi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.



Banda Aceh, 14 April 2023  
Yang Menyatakan,

Handwritten signature of Rahmat Mirza.

Rahmat Mirza

## PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Financial Technology Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Banda Aceh**

Rahmat Mirza  
NIM. 170604023

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan  
formatnya telah  
memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Ilmu  
Ekonomi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Pembimbing 1



Dr. Maimun, SE, Ak.,M.Si  
NIP. 197009171997031002

Pembimbing II



A. Rahmat Adi, S.E.,M.Si  
NIDN. 2025027902

Mengetahui  
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi,



Cut Dian Fitri, SE.,M.Si,Ak.  
NIP. 198307092014032002

# PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Rahmat Mirza  
NIM. 170604023

Dengan Judul:

## **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Financial Technology Terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Banda Aceh**

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal : Kamis, 6 juli 2023  
17 Zulhijjah 1444

Banda Aceh,  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Dr. Maimun, S.E., Ak., M.Si  
NIP. 197009171997031002

Sekretaris

A. Rahmad Adi, S.E., M.Si  
NIDN. 2025027902

Penguji I

Ana Fitria, S.E., M.Sc.  
NIP. 199009052019032019

Penguji II

Rachmi Meutia, S.E., S.Pd.I., M.Sc.  
NIP. 198803192019032013

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Hafas Furgani, M.Ec.  
NIP. 198006252009011009





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922  
Web : [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email : [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rahmat Mirza  
NIM : 170604023  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  ..... (tulis jenis karya ilmiah)

yang berjudul:

**Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Financial Technology Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Banda Aceh**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain. Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 14 April 2023

Mengetahui,

Penulis

Rahmat Mirza  
NIM. 170604023

Pembimbing I

Dr. Maimun, SE, Ak., M.Si  
NIP . 197009171997031002

Pembimbing II

A. Rahmat Adi, S.E., M.Si  
NIDN. 2025027902

## KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Financial Technology (Fintech) Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Banda Aceh”*. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan. Namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Cut Dian Fitri, SE. M.Si., Ak., CA selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi UIN -AR-Raniry
3. Ana Fitria, S.E., M. Sc, RSA selaku wakil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4. Dr. Maimun SE, Ak. M. Si selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu membimbing dengan sabar, memberikan arahan dan motivasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. A. Rahmat Adi, S.E., M. Si selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu membimbing dengan sabar, memberikan arahan dan motivasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan bantuan dan kemudahan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Taman baca Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, tempat penulis memperoleh berbagai informasi dan sumber-sumber yang berkaitan dalam penulisan.
8. Teristimewa untuk Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selalu menyayangi penulis dan memberikan semangat dan motivasi baik moril maupun materil, yang telah memberikan dukungan dan arahan penulis ucapkan terima kasih.
9. Kepada munawarah yang telah memberikan semangat, motivasi dan selalu berada di sisi saya, saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih.

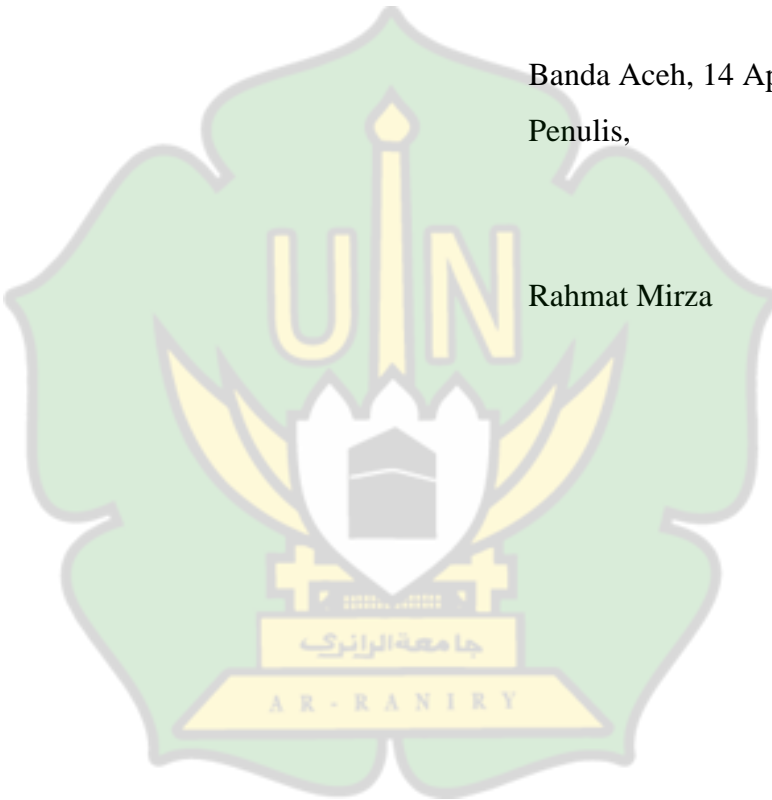
Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dan mohon maaf kepada semua pihak baik yang disengaja maupun yang

tidak disengaja. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih ada kekurangan, oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan proposal skripsi ini. Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 14 April 2023

Penulis,

Rahmat Mirza





## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
Nomor:158 Tahun 2019–Nomor:0543 b/u/2019

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ث	Tidak dilambangkan	16	ظ	Tha
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	S	29	ي	Y
15	ط	D			

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fatḥah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ِ◌ْ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِ◌ي	<i>Fatḥah dan ya</i>	Ai
◌ِ◌و	<i>Fatḥah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

## 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
ي / اَ	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :qāla

رَمَى :ramā

قِيلَ :qīla

يَقُولُ :yaqūlu

#### 4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta *marbutah* ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة)hidup  
Ta *marbutah* (ة)yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- b. Ta *marbutah* (ة) mati  
Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَانِ	: <i>rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	: <i>al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah</i>
طَلْحَةَ	: <i>Ṭalḥah</i>

**Catatan:  
Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr ; Beirut, bukan Bayrut ; dan sebagainya.

Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawu

## ABSTRAK

Nama : Rahmat Mirza  
NIM : 170604023  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/  
Ilmu Ekonomi  
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial  
Dan Financial Technology (*Fintech*) Terhadap  
Perkembangan Mikro Usaha Kecil Menengah  
(UMKM) Kota Banda Aceh  
Pembimbing I : Dr. Maimun SE, Ak. M. Si  
Pembimbing II : A. Rahmat Adi, S.E., M. Si

Keberadaan UMKM akan semakin berkembang dengan cara menggunakan media sosial dan *financial technology*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial dan Penggunaan *Financial Technology (Fintech)* terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan Penggunaan Media Sosial dan *financial technology* berpengaruh terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.

Kata Kunci : *Media Sosial, Financial Technology (Fintech), UMKM*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN SAMPEL KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
2.1 Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah .....	13
2.1.1 Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	14
2.1.2 Klasifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	15
2.1.3 Ciri-ciri Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) .....	15
2.1.4 Peluang Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	16
2.1.5 Indikator Usaha Mikro Kecil Menengah	

(UMKM) .....	18
2.2 Media Sosial .....	19
2.2.1 Pengertian Media Sosial .....	19
2.2.2 Karakteristik Media Sosial .....	21
2.2.3 Jenis-jenis Media Sosial .....	23
2.2.4 Indikator Pemasaran Media Sosial .....	24
2.3 Finansial Technology ( <i>Fintech</i> ).....	25
2.3.1 Pengertian Finansial Technology ( <i>Fintech</i> )....	25
2.3.2 Ruang lingkup Finansial Technology ( <i>Fintech</i> ) .....	27
2.3.3 Fungsi Finansial Technology ( <i>Fintech</i> ).....	27
2.3.4 Jenis Finansial Technology ( <i>Fintech</i> ).....	28
2.3.5 Peran Finansial Technology ( <i>Fintech</i> ).....	29
2.3.6 Keunggulan dan Kelemahan Finansial Technology ( <i>Fintech</i> ) .....	30
2.3.7 Indikator Finansial Technology ( <i>Fintech</i> ).....	31
2.4 Penelitian Terkait.....	31
2.5 Kerangka Pemikiran .....	39
2.6 Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	41
3.2 Populas dan Sampel.....	41
3.3 Sumber Data .....	43
3.4 Operasional dan Operasional Variabel .....	44
3.5 Teknik Pengambilan Sampel .....	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.7 Pengujian Data.....	48
3.8 Teknik Pengolah Data.....	51
3.8.1 Uji Asumsi Klasik .....	51
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.8.3 Pengujian Hipotesis .....	54
3.8.4 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	57

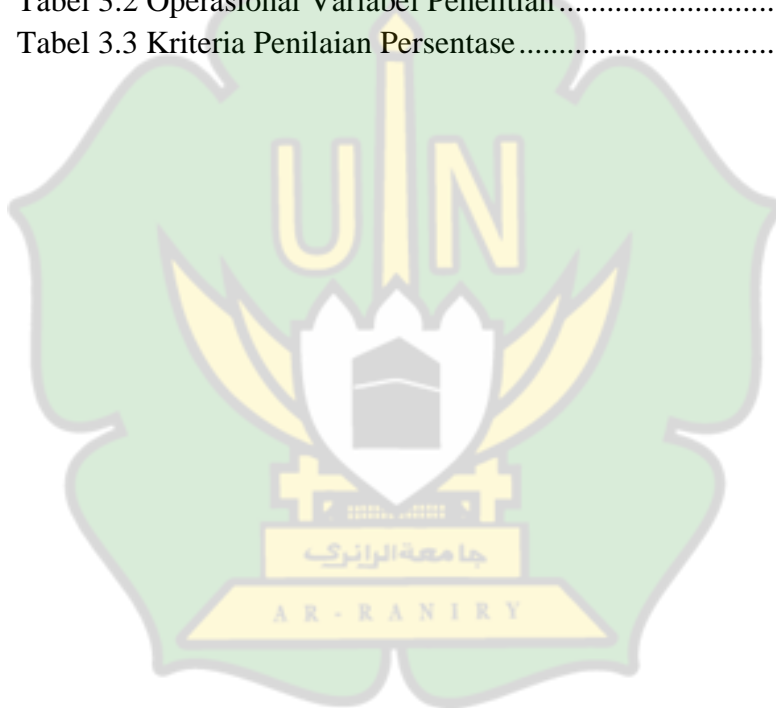
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	60
4.2 Karakteristik UMKM .....	61
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	63
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	65
4.5 Hasil Uji Hipotesis .....	68
4.6 Pembahasan Penelitian .....	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>76</b>
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>





## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....	27
Tabel 3.1 Skala Likert .....	33
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3.3 Kriteria Penilaian Persentase.....	36



## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....	28
------------------------------------	----



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perdagangan bebas atau perdagangan bebas antar negara Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan tantangan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah negara tersebut untuk terus unggul dalam persaingan pasar bebas. UMKM harus mampu memposisikan diri sesuai dengan perkembangan teknologi. Pengusaha dapat berkomunikasi dengan pelanggannya tanpa batasan, yang memengaruhi pendekatan pasar yang lebih luas, kelompok sasaran yang berbeda, dan meningkatkan layanan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang tepat (Sanjaya & Nuratama, 2021). Pesaing UMKM tidak hanya dalam negeri tetapi juga mancanegara. Oleh karena itu, UMKM harus menguasai teknologi khususnya jejaring sosial.

Jumlah pengguna internet di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya, hal ini merupakan salah satu cara untuk semakin membuka pasar online di masa mendatang. Saat ini media telah menjadi trend dalam kehidupan manusia, hampir setiap orang memiliki satu atau lebih media sosial, karena mudah untuk berpartisipasi, berbagi dan membuat konten termasuk jejaring sosial dan dunia maya. Perkembangan teknologi informasi juga telah

mengubah gaya hidup sebagian besar masyarakat Indonesia dari pedesaan menjadi perkotaan. Orang lebih suka menggunakan smartphone dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini terlihat dari hampir semua orang menggunakan smartphone untuk berkomunikasi melalui mobile channel maupun media sosial (Cahyono, 2016). Hampir semua aktivitas sehari-hari tidak terlepas dari smartphone, karena hampir semua sektor terhubung dengan internet. Aktivitas yang dilakukan oleh orang yang menggunakan smartphone untuk melakukan dan menyelesaikan transaksi keuangan secara online.

Saat ini dunia perbankan juga telah menggunakan teknologi informasi tersebut dalam perbankan sehari-hari, juga dikenal sebagai perangkat lunak perbankan. Adopsi teknologi informasi di perbankan harus memberikan panduan yang relevan bagi setiap bank agar barang dan pembiayaan dapat diperdagangkan secara bebas perbankan Indonesia yaitu salah satu sektor ekonomi yang paling dinamis perkembangannya dibandingkan dengan sektor ekonomi lainnya. Dunia digital diprediksi akan menjadi titik penentu segala aktivitas manusia, termasuk kewirausahaan. Peningkatan kepemilikan smartphone yang memungkinkan koneksi internet mudah, telekomunikasi untuk meningkatkan kualitas aliran data, dan peluncuran layanan 4G.

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tidak mengherankan juga mempengaruhi bidang uang. Model pemasaran dunia sudah beralih dari tradisional (*offline*) ke digital (*online*). Strategi pemasaran digital ini lebih potensial karena

memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan segala jenis informasi tentang produk dan melakukan transaksi secara online. Pemasaran digital adalah promosi produk dan layanan melalui media online menggunakan berbagai alat, seperti media sosial. Dunia tidak lagi dapat menghubungkan orang hanya melalui perangkat, tetapi juga orang-orang dengan orang-orang dari belahan dunia lain. Pemasaran digital, yang biasanya terdiri dari media interaktif dan terintegrasi, memfasilitasi komunikasi antara produsen, pelaku pasar, dan konsumen potensial. Teknologi digital memudahkan pemilik bisnis untuk memenuhi semua kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Di sisi lain, pelanggan dapat mencari produk dan layanan secara *online* (Harahap et al., 2021).

Menurut Suyanto & Kurniawan, (2019) *Fintech* adalah teknologi yang telah menggunakan internet sejak tahun 1966 dengan tujuan mengglobalisasi bisnis perbankan. Financial technology memiliki landasan hukum, sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 13/POJK.02/2018 yang diterbitkan menyusul Pembaharuan Finansial Digital Bidang Jasa Keuangan dan Peraturan Financial Technology (Fintech) di Bidang Jasa Keuangan. Aturan ini juga disediakan untuk mendukung usaha layanan jasa keuangan lainnya yang terbaru, cepat, ekonomis, luas, serta akan menaikkan inklusi keuangan.

Perkembangan *financial technology* sejalan dengan kemajuan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Menurut Purwantini & Amalia (2021), Usaha Mikro Kecil dan

Menengah yang sering disebut dengan UMKM merupakan sektor krusial perekonomian yang terhubung dengan kebutuhan masyarakat luas dan pada akhirnya dapat menjadi arah kebijakan perekonomian nasional. Hingga saat ini industri kecil mengalami peningkatan yang cukup signifikan di mata masyarakat. Bersamaan dengan perkembangan teknologi dan permintaan pasar yang tinggi terhadap jenis barang tertentu, peningkatan populasi manusia yang besar menciptakan kebutuhan akan makanan yang lebih banyak.

Dapat dikatakan bahwa perkembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berkembang cukup pesat dewasa ini. Munculnya berbagai industri seperti pusat kenangan dan kafe menjadi pemandangan yang memprihatinkan. Namun, kami masih bisa melihat MIMELAWAS masih berusaha bertahan. Masalah klise masih saja muncul, terutama bagi usaha kecil (Gunantara et al., 2022). Sekitar 6.620 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah berdiri di Kota Palopo sepanjang tahun 2018; Hal ini diungkapkan Karno, pimpinan perusahaan, pada Seminar Bisnis Nasional yang diselenggarakan oleh Badan Eksekutif Mahasiswa Islam Cabang Palopo di gedung serb-gun di Balandai.

Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia harus memiliki cara yang efektif untuk membuat UMKM terus maju dengan menggunakan teknologi keuangan dengan cara terbaik. Meminjamkan uang dengan bantuan *financial technology* dapat mengubah persepsi kita, dimana pinjaman usaha yang sebelumnya

hanya diketahui melalui bank dan harus melalui tahapan yang menegangkan dan rumit. *Teknologi finansial* dapat memberikan layanan yang lebih mudah kepada pengguna, terutama dari sektor UMKM, seperti pinjaman melalui Internet, di mana pemilik UMKM harus mengisi dokumen yang diperlukan secara online.

Kegiatan untuk mempermudah proses transaksi UMKM, prosedurnya dapat dilakukan secara online. Peningkatan proses keuangan merupakan tujuan penting. Dengan teknologi keuangan, setiap langkah dari proses ini akan dilakukan secara online. Hingga titik tertentu, UMKM mampu mengubah setiap langkah finansial dengan lebih efisien dan transparan. Sampai batas tertentu, pengguna juga mendapat manfaat dari kehadiran layanan online, menurut beberapa laporan.

Pengguna yang memasarkan secara online yaitu melalui media sosial atau jejaring sosial. Jejaring sosial yang tersedia terkadang memiliki fungsi yang berbeda. Ada yang khusus untuk mencari teman seperti *Facebook*, *Instagram*, *Line*, ada yang khusus untuk mencari dan membangun koneksi dari *Linkedin*. Ada juga media yang lebih personal seperti surat elektronik (*email*). Di antara berbagai *platform* yang dijelaskan di atas, perusahaan juga dapat memanfaatkan situs media pribadi. Menurut *We are Social* (2017), *digital marketing agency* asal Amerika Serikat, *platform* media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada Januari 2017 adalah *YouTube* (49%) dan *Facebook* (48%). Tempat berikutnya adalah *Instagram* (39%), *Twitter* (38%), *Whatsapp* (38%) dan

*Google (36%).* Selibhnya diikuti oleh *Facebook Messenger, Line, LinkedIn, BBM, Pinterest* dan *Wechat*.

*Country Manager Facebook* Indonesia Sri Widowati mengatakan bahwa pengguna *Facebook* Indonesia membuka halaman Facebook mereka rata-rata 80 kali sehari. Ia juga mengungkapkan bahwa hingga 45% pengguna internet Indonesia lebih memilih untuk berbelanja online. Jumlah ini diperkirakan akan terus bertambah seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Hal ini mencerminkan perilaku masyarakat Indonesia yang semakin bergerak ke arah gaya hidup digital (Nuranindita, 2023). Namun, bagi sebagian besar perusahaan dan individu yang bergerak di dunia pemasaran digital, peluang ini tampaknya tidak mengubah cara pandang. Meskipun perusahaan besar, kecil, dan individu kini mulai menggunakan media digital dan sosial sebagai sarana untuk mengiklankan atau menghubungi konsumen, sayangnya jumlahnya sangat terbatas. Penggunaan media digital marketing masih belum optimal dibandingkan dengan peningkatan drastis jumlah pengguna internet.

Jumlah UMKM di Kota Banda Aceh pada tahun 2022 mencapai 9.591 UMKM dapat dilihat pada tabel 1.1:



**Tabel 1.1**

**Jumlah UMKM berdasarkan Kecamatan di Kota Banda Aceh  
Tahun 2022**

No.	Kecamatan	Jumlah UMKM
1	Baiturahman	1995
2	Kuta Alam	1942
3	Meuraxa	730
4	Syiah Kuala	927
5	Lueng Bata	789
6	Kuta Raja	757
7	Banda Raya	758
8	Jaya Baru	725
9	Ulee Kareng	968
<b>Jumlah</b>		<b>9.591</b>

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Aceh 2022

Berdasarkan Tabel 1.1, terdapat 9591 UMKM di Kota Banda Aceh pada tahun 2022. Kecamatan Baiturahman memiliki jumlah UMKM terbanyak dibandingkan dengan kecamatan lainnya yaitu 1995 unit yang bergerak di bidang usaha. Sementara itu, Kabupaten Jaya Baru memiliki jumlah UMKM paling sedikit dibandingkan kecamatan lainnya, yaitu 725 unit yang bergerak di bidang usaha. Sektor yang memiliki unit terbanyak di Kota Banda Aceh adalah sektor bisnis karena Kota Banda Aceh memiliki potensi bisnis yang besar untuk mendukung perekonomian daerah.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Dalimunthe, (2019) menjelaskan tujuan penerapan *financial technology* pada UMKM

untuk meningkatkan efisiensi layanan pengguna. Hal ini menjadi kendala baru bagi UMKM. Pada awalnya UMKM tidak memiliki koneksi yang besar, sehingga UMKM berkembang dengan lambat. Dengan 9.591 UMKM, Kota Banda Aceh terus menawarkan banyak layanan teknologi yang belum dimanfaatkan oleh UMKM dan perusahaan pengembang berbasis teknologi. Hambatan Adopsi Media Sosial dan *Teknologi Finansial* untuk Pembiayaan UMKM, Infrastruktur dan Pengembangan Sumber Daya Manusia di Kota Banda Aceh.

Dari latar belakang dan GAP tersebut di atas, peneliti mendorong untuk melakukan penelitian ini agar dapat mengkaji secara objektif permasalahan yang ada pada UMKM di Banda Aceh dan untuk mempelajari lebih dalam tentang dampak media sosial dan fintech serta beberapa contoh signifikan tentang bagaimana pertumbuhan variabel independen mengungguli pertumbuhan variabel dependen.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin meneliti dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan *Financial Technology* Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Banda Aceh”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang merupakan permasalahan yang menarik untuk dikaji lebih lanjut adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh?
2. Bagaimana Pengaruh Penggunaan *Financial Technology (Fintech)* terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh?
3. Bagaimana Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan *Financial Tecnology (Fintech)* secara simultan terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, tujuan penelitian yang ingin diselesaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan *Financial Technology (Fintech)* Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan *Financial Technology (Fintech)* Secara Simultan Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Banda Aceh.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoretis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam memberikan masukan untuk penambahan ilmu pengetahuan di bidang penggunaan media sosial dan *financial technology (fintech)*, khususnya bagi usaha kecil menengah (UMKM):
2. Untuk memberikan gambaran dan menjelaskan pengaruh penggunaan media sosial terhadap usaha kecil menengah (UMKM).
3. Untuk memberikan gambaran dan menjelaskan pengaruh penggunaan *financial technology (fintech)* terhadap usaha kecil menengah (UMKM).
4. Untuk memberikan gambaran dan menjelaskan pengaruh penggunaan media sosial dan *financial technology (fintech)* secara simultan terhadap usaha kecil menengah (UMKM).

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Pada kenyataannya permasalahan diharapkan mampu memberikan solusi terhadap masalah yang teridentifikasi, yaitu:

1. Dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait dalam pelaksanaan media sosial dan *financial technology (fintech)* terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UMKM).

2. Dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait dalam mengetahui faktor-faktor penggunaan media sosial dan *financial technology (fintech)* terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UMKM).

### **1.5 Sistematika Pembahasan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, sistematika pembahasan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian dahulu dan kerangka penelitian yang ada.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisikan variabel penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, metode dan teknis analisis data, pengujian hipotesis.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil pengolahan data dan analisis atas hasil dari pengolahan data tersebut.

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah**

##### **2.1.1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Pembahasan usaha mikro, UMKM, dan menengah adalah semua jenis usaha dalam usaha perindustrian dan perdagangan. Usaha mikro, kecil dan baru berkembang (MEA) tidak selalu sama, bergantung pada kebijakan yang berlaku di negara yang bersangkutan. Meski demikian, praktik bisnis skala kecil berbeda secara signifikan dari satu negara ke negara lain. Dalam definisi ini, dua konsep tenaga kerja setan dan pengelompokan perusahaan menurut jumlah tenaga kerja yang direkrut ke dalam perusahaan dan dibedakan dengan jelas.

Di Indonesia, masih banyak usaha kecil dan informal. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM), termasuk usaha mikro (UMI), transaksi dengan nilai sampai dengan 200.000.000 rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan. di lokasi komersial dengan omzet year-to-date hingga Rp 1 miliar. Menurut statistik dari *Statistics Finland* untuk tahun 2020, UMKM adalah unit pemerintahan yang mempekerjakan 5 sampai 19 orang dan pemerintah menengah dengan 20 sampai 99 pegawai (Darmika et al., 2021).

Usaha Kecil, menurut Undang-Undang No.9 Tahun 1995, adalah usaha kecil produktif yang memenuhi persyaratan tertentu, seperti memiliki persyaratan modal rendah Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) per tahun dan memiliki persyaratan modal yang rendah sebesar Rp1.000.000.000,00 (satu juta rupiah) per tahun. Bisa juga mendapatkan pinjaman bank dengan jumlah maksimum Rp.50.000.

### **2.1.2 Klasifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

UKM merupakan organisasi bisnis terkemuka berkantong tebal yang siap menghadapi berbagai krisis ekonomi. Karena itu, perlu merekrut banyak tim UMKM. Menurut (Sri et al., 2019) berikut adalah klasifikasi UMKM antara lain:

- a. *Livelihood Activities* UMKM yang lebih sering dikenal dengan sektor informal digunakan sebagai sarana untuk mencari nafkah. Contoh yang diberikan adalah pedagang kaki lima. Sektor ini disebut dianggap informal.
- b. *Micro enterprise* merupakan contoh UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi bukan sifat kewirausahaan. Jumlah UMKM di Indonesia juga sangat besar.
- c. *Small Dynamic Enterprise* merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu melakukan pekerjaan subkontrak dan ekspor. Banyak bisnis dengan skala besar dan patut ditiru yang terkait langsung dengan kategori ini. Sebagian dari UMKM

kategori ini akan masuk ke kategori empat jika dididik dan tidak berhati-hati. Jumlah mahasiswa UMKM ini jauh lebih sedikit dibanding mahasiswa UMKM yang masuk kategori satu dan dua.

- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan contoh UMKM yang sudah mengalami transformasi menjadi perusahaan besar (UB). Ukuran kelompok ini juga sedikit lebih tinggi dari kategori tunggal dan ganda UMKM.

### **2.1.3 Ciri – Ciri Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Menurut Syarief (2020), ciri-ciri Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

- a. Menggunakan teknologi sederhana untuk memfasilitasi transfer teknologi
- b. Keterampilan dasar biasanya diwariskan secara turun-temurun
- c. Bersifat padat karya atau membutuhkan banyak pekerjaan
- d. Sebagian besar produk tersebut diproduksi oleh pasar lokal/domestik, bahkan ada juga yang berpotensi untuk diekspor; interior toko cukup besar.
- e. Melihat miskin masyarakat lokal, menguntungkan dalam bentuk ekonomi.



#### **2.1.4. Peluang Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Menurut Fadilah et al. (2021), Bisnis mikro, skala kecil, dan bisnis baru memiliki beberapa keunggulan relatif dibandingkan bisnis besar. Kelebihan yang dimaksud antara lain modal, usaha kecil membutuhkan modal relatif kecil untuk berkembang dibandingkan dengan usaha besar.

Selain itu, teknologi yang digunakan saat ini tidak memerlukan teknologi canggih, sehingga memudahkan usaha kecil untuk berkembang. Usaha kecil lebih terdorong ketika orang menyadari bahwa menjalani kehidupan yang bahagia dan memuaskan berpusat pada satu bisnis. Orang yang memiliki motivasi pribadi yang tinggi untuk sukses bagaimanapun juga lebih sukses daripada orang yang memiliki sedikit motivasi. Usaha kecil memiliki kapasitas untuk secara efektif menyesuaikan diri dengan kondisi pasar dan bahkan merebut diri individu. Berlawanan dengan perusahaan besar yang terus menghasilkan produk dengan cara standar, bisnis kecil memiliki beragam produk yang mudah memuaskan pelanggan. Kemampuan untuk menangani permintaan yang sangat spesifik dari bisnis besar yang tidak efektif. Bisnis kecil adalah bentuk perdagangan yang cocok untuk proyek startup.

Bisnis terbesar saat ini adalah mengembangkan bisnis kecil, pembukaan bisnis besar terkadang dimulai dengan bisnis kecil. Hal ini dimaksudkan agar ketika perusahaan langsung beroperasi dalam skala besar, tidak terjadi kerugian yang berlebihan akibat kegagalan,

karena untuk memulai operasi yang besar tentunya juga membutuhkan modal awal yang besar.

UMKM harus mampu melawan globalisasi ekonomi secara efektif karena dalam situasi saat ini perekonomian Indonesia semakin terintegrasi dengan sistem ekonomi global dan memiliki keinginan yang lemah untuk membendung berbagai bentuk globalisasi ekonomi. Memperkuat dan memajukan demokrasi dan kesopanan untuk mendukung sistem ekonomi yang lebih berorientasi pasar. Oleh karena itu, peningkatan produktivitas dan efisiensi diperlukan agar proses globalisasi dapat berjalan secara efektif. Ekonomi yang ingin kami nilai adalah ekonomi yang kuat, bergerak cepat, dan memiliki keterkaitan industri, menggerakkan perekonomian dan dapat mendistribusikan pertumbuhan tersebut secara merata. Dengan pengembangan UMKM diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan UMKM untuk memperkuat fleksibilitas ekonomi. Strategi pengembangan UMKM meliputi :

a. Kemitraan Usaha

Hubungan kerjasama komersial bersifat sinergis bersama berbagai pihak, sukarela dan berdasarkan prinsip saling membutuhkan dan mengembangkan perusahaan besar dan UMKM. Kemitraan Bisnis merupakan salah satu strategi bisnis perusahaan dalam bisnis internasional saat ini, terutama untuk bisnis besar yang belum memformalkan

strategi yang memungkinkan mereka melakukan bisnis melalui akuisisi dan merger dalam konteks integrasi vertikal dan horizontal. Kemitraan Bisnis adalah metode untuk mengurangi risiko bisnis, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan operasi bisnis sehari-hari.

b. Permodalan UMKM

Secara umum, permodalan UMKM masih lemah, yang juga menentukan keberhasilan manajemen dan strategi pengembangan sektor permodalan, dan masyarakat menerapkan konsep permodalan untuk membantu UMKM yang diusulkan. Pedoman kebijakan pembangunan yang berfokus pada akses terhadap modal harus menetapkan strategi berikut:

- a) Meningkatkan efisiensi operasional bisnis industri perbankan dalam kerangka KUK (Kredit Usaha Kecil).
- b) Mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro untuk UMKM.
- c) Mitra teknologi yang efisien dengan asosiasi, konsultan swasta, guru top, dan organisasi terkait.
- d) Memperluas lembaga pelaporan kredit yang ada.

### **2.1.5 Indikator Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Menurut Manurung, (2018) indikator Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

1. Modal Usaha
2. Omzet Penjualan
3. Keuntungan Penjualan

## **2.2 Media Sosial**

### **2.2.1 Media Sosial**

Menurut Setiadi (2016), mendefinisikan Media sosial sebagai platform media yang berfokus pada pengalaman pengguna, memfasilitasi aktivitas mereka dan berkolaborasi dengan pengguna lain. Media sosial sebagai konten digital dan komunikasi interpersonal. Hal ini menjelaskan mengapa setiap orang di dunia bisa memiliki media sosial, media sosial juga membuat seseorang lebih terbuka di depan umum, bahkan dengan orang asing sekalipun. Namun ada banyak jenis media sosial yang sesuai dengan kebutuhan penggunaanya.

Menurut Mailoor et al. (2017), mendefinisikan Media sosial adalah lingkungan online memungkinkan pengguna terhubung satu sama lain untuk berkomunikasi, berkolaborasi, bertukar informasi, dan terlibat dalam aktivitas lain untuk membuat jejaring sosial virtual. Ada tiga jenis media sosial yang terhubung dengan kognisi sosial, komunikasi, dan kolaborasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa jejaring sosial akhir-akhir ini menjadi cara baru untuk

berkomunikasi dengan orang lain. Ini mempengaruhi beberapa aspek kualitas hidup masyarakat umum. Bias media sosial benar-benar memprihatinkan komunikasi. Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia tentunya memunculkan kemungkinan optimalisasi keberadaan media sosial sebagai alat komunikasi, yang menimbulkan pertanyaan bagaimana media sosial dapat digunakan untuk meningkatkan komunikasi di masyarakat, baik dalam bidang pemasaran, bidang politik maupun dalam bidang pembelajaran.

Menurut Hanim (2018), menyatakan Media sosial adalah sekelompok elemen yang terhubung secara longgar yang memungkinkan orang dan kelompok untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan terlibat dalam berbagai kegiatan kerja sama atau persaingan. Konten buatan pengguna (UGC), berlawanan dengan ketergantungan media massa pada jurnalis, adalah komponen kunci dari media sosial. Sebagaimana diketahui, media sosial dapat memfasilitasi berbagai fungsi bilateral dalam berbagai bentuk kolaborasi dan komunikasi, baik dalam bentuk konten visual maupun audio-visual. Pengembangan media sosial melibatkan tiga faktor: berbagi, kolaborasi, dan koneksi.

Menurut Cahyono (2016), bahwa Aspek positif media sosial antara lain mempermudah berkomunikasi dengan banyak orang, mengurangi tekanan ruang dan waktu, memudahkan mengekspresikan diri, menyampaikan informasi dengan cepat, dan menurunkan harga. Namun, dampak negatif dari media sosial adalah mengganggu mereka yang terlibat dalam percakapan dan juga

menghalangi komunikasi tatap muka, menyebabkan buta huruf Internet, mendorong konflik, menimbulkan masalah privasi, dan berdampak negatif pada kekerasan. Mempengaruhi orang lain. Revolusi media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat sehari-hari di masyarakat.

### **2.2.2 Karakteristik Media Sosial**

Media sosial adalah satu-satunya tempat bagi media tradisional, karakteristiknya tidak jauh berbeda dengan media tradisional. Namun, interaksi sosial memiliki fokus pada karakter yaitu: (Hanim, 2018):

1. Jaringan (*Network*)

Infrastruktur yang dikenal sebagai jaringan menghubungkan satu komputer ke komputer lainnya.

2. Informasi (*Informations*)

Informasi adalah elemen penting dalam media sosial karena pengguna membuat representasi identitas mereka, menghasilkan konten, dan terlibat dalam interaksi berdasarkan informasi.

3. Arsip (*Archive*)

Bagi masyarakat pengguna media sosial, Arsip adalah sosok yang secara gamblang menyampaikan bahwa informasi itu bias dan tersedia kapan pun dan di mana pun dibutuhkan.

#### 4. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial menciptakan jaringan antar pengguna yang tidak selalu memprioritaskan menjaga hubungan dengan pelanggan atau pengikut, tetapi harus dibangun melalui interaksi pengguna ke pengguna ini.

#### 5. Simulasi Sosial (*Simulation of society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai representasi masyarakat yang sudah berjalan lama di dunia maya. Media sosial memiliki bias dan asumsi yang tidak konsisten dengan pengalaman asli masyarakat umum.

#### 6. Konten oleh pengguna (*user generated content*)

Konten media sosial semata-mata dihasilkan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC adalah bentuk baru media simbiosis yang mendorong partisipasi pengguna dengan memberi mereka waktu dan sarana untuk melakukannya. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayak seringkali dijadikan sebagai objek yang menarik atau pernyataan yang persuasif dalam penyebaran berita.

### 2.2.3 Jenis-jenis Media Sosial

Adapun jenis-jenis media sosial terdapat enam kategori besar adalah sebagai berikut (Widiastuti, 2020):

#### 1. Media Jejaring Sosial (*Social networking*)

Bentuk media yang paling populer adalah media sosial. Media adalah alat yang dapat digunakan orang untuk membuat jaringan sosial, seperti reaksi atau efek dari jaringan tersebut di dunia maya. Fitur utama jejaring sosial adalah pengguna dapat membuat koneksi yang aman bagi pengguna yang sudah mengenal mereka dan yang mungkin berhubungan dengan mereka satu sama lain dalam kehidupan nyata (*offline*), dan membuat jaringan pertemanan baru.

2. Jurnal online (*blog*)

Blog akan memiliki banyak jurnalisme (catatan harian pribadi) dari pemilik media dan akan ada kolom komentar yang dapat diisi oleh pengguna. Secara mekanis, media sosial jenis ini dapat dibagi menjadi dua kategori homepage pribadi, yaitu pemilik menggunakan nama domainnya sendiri (*com atau net*) dan yang lainnya menggunakan penyedia blog gratis (*Wordpress atau blogspot*).

3. Jurnal online sederhana atau *microblog (micro blogging)*

*Microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk memublikasikan aktifitas serta pendapatnya. Contoh *microblogging* yang paling banyak digunakan adalah Twitter.

4. Media berbagi (*media sharing*)



Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah: *Youtube, Flickr, Photo-bucket, atau snapfish.*

5. Penanda sosial (*social bookmarking*)

Sosial Penanda adalah jenis media sosial yang berfungsi untuk mengatur, mempromosikan, membangun jaringan, dan mencari informasi atau berita yang relevan secara online. Situs web bookmark sosial yang populer antara lain *Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com,* dan Lintasme untuk pengguna Indonesia

#### **2.2.4 Indikator Pemasaran Media Sosial**

Menurut Widiastuti (2020), menyatakan bahwa efektivitas social media marketing (SMM) terus dipertanyakan oleh beberapa indikator, antara lain:

1. Dari segi konten berkualitas, mayoritas pengguna tidak aktif berpartisipasi dalam obrolan online aktif secara kesopanan. Hal ini juga menunjukkan bahwa seorang manajer tidak perlu berkonsentrasi hanya pada sistem *peripheral vision.*
2. Dalam hal membangun kepercayaan (hubungan), beberapa media sosial yang sekarang digunakan,

khususnya, berfokus untuk menarik perhatian pada perilaku subjek selama demonstrasi (penjualan), yang juga disebut sebagai "kekuatan pendorong" di belakang subjek.

3. Salah satu alasan utama mengapa beberapa perusahaan media sosial tidak berfungsi adalah karena tim pelaksana mereka tidak berkomitmen untuk melacak kapan dan apa yang mereka katakan tentang apa yang terjadi di outlet media mereka sendiri.

## **2.3 Financial Technology (Fintech)**

### **2.3.1 Financial Technology (Fintech)**

*Fintech* berasal dari istilah *Financial technology* merupakan inovasi di bidang keuangan. Inovasi ini merepresentasikan teknologi modern mutakhir. Kemajuan *Fintech* mengarah pada proses pertukaran mata uang yang lebih praktis. *Fintech* adalah penerapan dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan layanan perbankan dan keuangan, biasanya dalam *start-up*, menggunakan perangkat lunak terbaru, internet, komunikasi, dan teknologi komputer. *Fintech* adalah jenis bisnis Layanan perbankan terkait teknologi atau pilar industri startup yang mendukung pemanfaatan teknologi secara maksimal untuk meningkatkan, memodifikasi, dan memajukan berbagai layanan keuangan. Dengan kata lain, mulai dari metode pembayaran, pengiriman uang, transaksi pinjaman, penyimpanan data, hingga pembukaan rekening bank dapat dilakukan dengan

cepat dan akurat dengan mempertimbangkan teknologi modern. Narastri (2020), menjelaskan *financial technology* dimulai dari sektor keuangan perekonomian yang merupakan sektor utama yang selalu tumbuh dan memenuhi kebutuhan masyarakat luas. Teknologi keuangan tidak hanya digunakan di negara maju; itu juga mendapatkan daya tarik di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Teknologi keuangan memiliki harapan baru yang akan memfasilitasi berbagai transaksi keuangan di berbagai sektor.

Menurut Ayat 1 Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 dan Ayat 7 Undang-Undang No. 10 Tahun 1999 tentang Perbankan, disebutkan bahwa terdapat bank-bank yang dikhususkan untuk melaksanakan proyek-proyek pembangunan nasional yang bertujuan untuk meningkatkan pemerataan nasional, pertumbuhan, dan stabilitas tingkat peningkatan taraf hidup masyarakat luas. Pertumbuhan industri *fintech* di Indonesia sangat lambat, sehingga menghambat tercapainya cita-cita menjadi negara yang menjunjung tinggi hukum dengan melindungi setiap warga negara dan wilayah Indonesia. Harus ada legislasi dan pembinaan dari Pemerintah terkait industri *fintech* dari Indonesia.

### **2.3.2 Ruang Lingkup *Financial Technology* (*Fintech*)**

Ruang lingkup bisnis *Fintech* terbagi ke dalam 7 (tujuh) jenis sebagaimana yang diatur dalam pasal 3 yaitu (Narastri, 2020)

1. Dalam praktik sebenarnya, istilah "*penyelesaian transaksi*"

digunakan untuk menjelaskan penyelesaian transaksi. Penyelesaian transaksi antara pihak lain ada hubungannya dengan investasi.

2. *Crowdfunding*, pertukaran virtual, kontrak pintar dan uji tuntas alternatif adalah beberapa contoh pendanaan modal.
3. *Algoritme* tingkat lanjut, komputasi awan, berbagi kemampuan, teknologi dan manajemen informasi sumber terbuka, perdagangan sosial, dan perdagangan algoritmik ritel adalah beberapa strategi investasi lainnya.
4. Peminjaman, keputusan alternatif, teknologi virtual, dan antarmuka pemrograman aplikasi pihak ketiga adalah beberapa contoh lain dari pinjam meminjam berbasis teknologi.
5. Pengumpulan dan analisis data pasar menggunakan metode otomatis termasuk kecerdasan buatan dan pembelajaran mesin, berita yang dapat dibaca mesin, sentimen sosial, data besar, platform informasi pasar, dan metode pengumpulan dan analisis data lainnya untuk mata uang digital.

### **2.3.3 Fungsi *Financial Technology (FinTech)***

Menurut Fajar & Larasati (2021), fungsi *Fintech* dapat dibagi menjadi:

1. Sistem Otorisasi pembayaran, penagihan, penyelesaian akhir, dan proses pelaksanaan pembayaran adalah semua komponen dari sistem pembayaran. Adopsi

teknologi keuangan dalam kategori sistem pembayaran, seperti penggunaan teknologi blockchain atau buku yang tersedia secara luas untuk memfasilitasi transfer mata uang dan pembayaran ponsel.

2. *Teknologi finansial* adalah penggunaan teknologi informasi dan/atau teknologi elektronik untuk memudahkan penyebaran informasi kepada masyarakat luas tentang barang atau jasa keuangan yang lebih cepat atau dengan biaya yang lebih murah
3. Manajemen investasi dan manajemen risiko Kategori manajemen investasi dan manajemen risiko mencakup penyediaan produk investasi online dan asuransi online.
4. Jasa Keuangan tambahan layanan perbankan lainnya meliputi sistem non-pembayaran, infrastruktur pasar, pengelolaan investasi dan pinjaman, pembiayaan, dan asuransi modal.

#### **2.3.4 Jenis *Financial Technology (FinTech)***

Menurut Ansori (2019), jenis *Teknologi finansial* secara umum yang kini digunakan dalam layanan perbankan digital di Indonesia dapat dibagi ke dalam beberapa kategori berbeda, yaitu :

1. Saluran atau sistem pembayaran adalah alat pembayaran elektronik yang menggantikan uang tunai dan cek dengan uang elektronik seperti kartu kredit dan uang elektronik. Selain itu, beberapa orang di seluruh dunia sudah mulai

menggunakan sistem pembayaran elektronik jenis lain, yaitu sistem pembayaran berbasis blockchain yang digunakan untuk Bitcoin.

2. Asuransi Online/Digital adalah bentuk asuransi bagi masyarakat Arab yang menggunakan teknologi digital. Beberapa perusahaan asuransi
3. portal online untuk menawarkan produk asuransi dan menerima klaim. Perusahaan yang menawarkan layanan perbandingan premium melalui situs web atau aplikasi seluler dan asuransi (pemasar digital).

### **2.3.5 Peran *Financial Technology (Fintech)***

Menurut Rizal et.al. (2020), menyatakan *Fintech* untuk memungkinkan transfer uang di seluruh dunia atau internasional. Layanan pembayaran seperti *PayPal* secara otomatis mengubah nilai tukar, sehingga orang Amerika dapat dengan mudah membeli barang di Indonesia, *fintech* berperan penting dalam mengubah perilaku dan ekspektasi konsumen diantaranya :

- a. Akses data kapanpun, dimanapun.
- b. Memperkuat usaha kecil dan besar agar memiliki persepsi positif terhadap usaha kecil yang baru berdiri.

Industri *Fintech* terus berkembang pesat dalam skala global. Hal ini ditunjukkan dengan munculnya start-up di sektor terkait dan investasi dunia yang signifikan di seluruh dunia. Seperti halnya di Indonesia, bisnis ini cukup sukses dan mendapat dukungan dari

semua bisnis lain di sana.

### **2.3.6. Keunggulan dan Kelemahan *Financial Technology***

Menurut Rizal et.al. (2020), menjelaskan keunggulan *Fintech* adalah sebagai berikut:

- a. Melayani masyarakat di Indonesia yang tidak bisa dilaksanakan oleh sektor keuangan tradisional karena peraturan perbankan yang ketat dan pembatasan sektor perbankan untuk melayani masyarakat di wilayah tertentu.
- b. Sebagai alternatif dari praktik perbankan tradisional di mana masyarakat membutuhkan praktik perbankan yang lebih demokratis dan transparan.

Sebaliknya, definisi fintech adalah sebagai berikut: Tidak seperti bank, entitas fintech tidak memiliki alamat fisik dan keahlian yang diperlukan untuk menangani bahasa terkait. Mereka juga memiliki bisnis yang hanya cukup menguntungkan dengan volume transaksi yang besar. sistem integritas dan keamanan produk.

### **2.3.7 Indikator *Financial Technology (FinTech)***

Menurut Putri & Christiana (2021), indikator *Financial Technology (Fintech)* adalah sebagai berikut:

- a. Dengan cepat
- b. Efektif
- c. Mudah dijangkau.

## 2.4 Penelitian Terkait

Penelitian tentang pengguna media sosial dan *financial technology (fintech)* dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh bukanlah hal yang baru, banyak peneliti terdahulu yang telah mempelajari, mempengaruhi, memainkan dan menganalisis penggunaan media social dan *financial technology (fintech)* untuk pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Studi-studi ini termasuk adalah sebagai berikut:

Luckandi, (2019) “Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM Di Indonesia: Pendekatan Adaptive Structuration Theory”. Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fintech menjadi sebuah layanan keuangan yang dapat membantu pelaku untuk melakukan transaksi pembayaran, dengan berbagai keuntungan yang dijanjikan. Persamaan sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan variabel UMKM. Perbedaan subjek pada UMKM kota Banda Aceh dan objek penelitian yang didalamnya.

Arina Ahda Sabila/ (2021), *Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Literasi Keuangan Pada Pelaku UMKM Di Kecamatan Medan*. Penelitain ini menggunakan Metode Kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dampak financial technology terhadap literasi keuangan pada UMKM Kecamatan Medan Denai positif dan signifikan menurut 26 responden (52%). Persamaan penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian kuatitatif.



Perbedaan terletak pada subjek pada UMKM kota Banda Aceh dan objek penelitian yang didalamnya.

Agnesia & Saputra, (2022), "*Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai*". Penelitian ini menggunakan Metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Dumai. Tetapi penggunaan e-commerce, fintech dan media sosial berpengaruh simultan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Dumai. Hal ini membuktikan pentingnya pengetahuan dan edukasi tentang pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada sebelumnya. Persamaan pada penelitian ini adalah pengembangan UMKM melalui fintech dan media sosial. Perbedaan terletak pada objek penelitian.

Suryani, (2022) "*Pengaruh Eksistensi Financial Technology Terhadap Perkembangan Umkm Di Kabupaten Karanganyar*". Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif. Hasil menunjukkan bahwa Pelaku UMKM dapat lebih memperhatikan factor-faktor yang memberikan pengaruh besar terhadap variabel perkembangan UMKM yaitu fintech peer to peer lending dan fintech payment gateway sehingga usaha/UMKM dapat tumbuh dan berkembang lebih baik. Persamaan Penelitian ini menggunakan variabel yang sama, yakni fintech dan UMKM/UKM. Perbedaan objek penelitian

dan variabel pengguna media sosial.

Mikrad et al., (2022) “*Perkembangan Umkm Dengan Financial Technology Dan Digital Marketing Sebagai Variabel Prediktor*. Penelitian ini menggunakan Metode kuantitatif. Hasil menunjukkan bahwa Pengaruh Financial Technology dan Digital Marketing secara simultan terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Cipondoh. Secara parsial Financial Technology dan Digital Marketing masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Cipondoh. Persamaan pada penelitian ini Membahas tentang fintech dan pengembangan UMKM. Perbedaan objek sama variabel Digital Marketing.

Sugiarti (2019), Peran FINTECH Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya transaksi yang menggunakan teknologi usang atau pembayaran internet yang diperbolehkan. Menurut apa yang diketahui, FINTECH memiliki banyak sumber daya yang dapat digunakan untuk membantu meningkatkan keberhasilan UMKM dan bisnis terkait keuangannya, seperti pembiayaan, pengaturan keuangan, dan aktivitas terkait lainnya. Fokus kajian ini adalah peran fintech dalam mendorong literasi keuangan pada UMKM, sedangkan fokus disertasi penulis adalah pada fintech dan perkembangan UMKM

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terkait**

No	Nama Peneliti/ Tahun dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Luckandi, (2019) Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM Di Indonesia: Pendekatan Adaptive Structuration Theory	Metode Kuantitatif	Fintech menjadi sebuah layanan keuangan yang dapat membantu pelaku untuk melakukan transaksi pembayaran, dengan berbagai keuntungan yang dijanjikan	Persamaan sama- sama menggunakan metode kuantitatif dan variabel UMKM. Perbedaan subjek pada UMKM kota Banda Aceh dan objek penelitian yang didalamnya.
2	Arina Ahda Sabila/ (2021), Pengaruh Financial Technology ( <i>Fintech</i> ) Terhadap Literasi Keuangan Pada Pelaku UMKM Di Kecamatan Medan	Metode Kuantitatif	Dampak financial technology terhadap literasi keuangan pada UMKM Kecamatan Medan Denai positif dan signifikan menurut 26 responden (52%).	Persamaan sama- sama menggunakan metode penelitian kuanitatif. Perbedaan terletak pada subjek pada UMKM kota Banda Aceh dan objek penelitian yang didalamnya.

**Tabel 2.1 Lanjutan**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti/ Tahun dan Judul Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Persamaan dan Perbedaan</b>
3	Moch Har i Purwiantoro (2016), “Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Pengembangan UMKM	Metode Kuantitatif	UMKM yang diobservasi telah menggunakan medi social sebagai alat untuk berkomunikasi secara personal dengan konsumen dan media social dapat meningkatkan penjualan hingga lebih dari 100% apabila perusahaan melakukan update informasi secara konsisten melalui media sosial setiap hari.	Persamaan n penelitian adalah menganali sis pengaruh pengguna an media sosi al terhadap pengemba ngan UMKM. Perbedaan terletak pada metode penelitian .

**Tabel 2.1 Lanjutan**

No	Nama Peneliti/ Tahun dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
4	<p>Agnesia &amp; Saputra, (2022)</p> <p>Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai</p>	<p>Metode kuantitatif</p>	<p>media sosial berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Dumai. Tetapi penggunaan e-commerce, fintech dan media sosial berpengaruh simultan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Dumai. Hal ini membuktikan pentingnya pengetahuan dan edukasi tentang pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada sebelumnya.</p>	<p>Persamaan pada penelitian ini adalah pengembangan UMKM melalui fintech dan media sosial. Perbedaan terletak pada objek penelitian.</p>
5	<p>Suryani, (2022)</p> <p>Pengaruh Eksistensi Financial Technology</p>	<p>Metode Kuantitatif</p>	<p>Pelaku UMKM dapat lebih memperhatikan factor-faktor yang memberikan</p>	<p>Persamaan Penelitian ini mengguna</p>

	<p>Terhadap Perkembangan Umkm Di Kabupaten Karanganyar</p>		<p>pengaruh besar terhadap variabel perkembangan UMKM yaitu fintech peer to peer lending dan fintech payment gateway sehingga usaha/UMKM dapat tumbuh dan berkembang lebih baik</p>	<p>kan variabel yang sama, yakni fintech dan UMKM/UKM. Perbedaan objek penelitian dan variabel pengguna media sosial.</p>
--	--	--	---	---



**Tabel 2.1 Lanjutan**

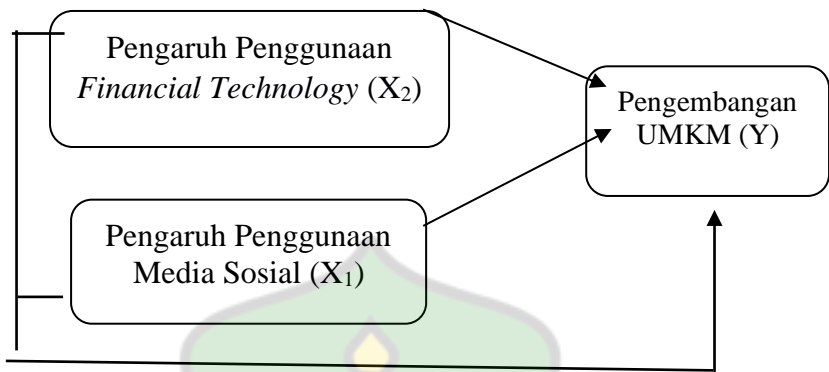
No	Nama Peneliti/ Tahun dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
6	(Mikrad et al., 2022) Perkembangan Umkm Dengan Financial Technology Dan Digital Marketing Sebagai Variabel Prediktor	Metode kuantitatif	Pengaruh Financial Technology dan Digital Marketing secara simultan terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Cipondoh. Secara parsial Financial Technology dan Digital Marketing masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Cipondoh.	Persamaan pada penelitian ini Membahas tentang fintech dan pengembangan UMKM. Perbedaan objek sama variabel Digital Marketing .
7	Sugiarti (2019) Peran FINTECH Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Malang	Metode kuantitatif	Hasil penelitian ini menemukan bahwa hanya sekedar sebagai transaksi dengan menggunakan teknologi canggih atau pembayaran online saja. Dalam kenyataannya, FINTECH mempunyai banyak	Persamaan Penelitian ini menggunakan variabel yang sama, yakni fintech dan UMKM/ UMKM. Perbedaan objek

			peran dalam membantu meningkatkan jalannya usaha UMKM dan dalam hal literasi keuangan, seperti pembiayaan, pengaturan keuangan dan lain-lain.	penelitian dan variabel literasi keuangan.
--	--	--	---	--

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan, kemudian dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan variabel tersebut yang selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis (Sugiyono, 2012). Adapun kerangka pemikiran atau alur berpikir dalam penelitian ini dapat divisualisasikan sebagai berikut:





**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

## 2.6 Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi sementara tentang keberadaan atau kemungkinan sesuatu dan perkiraan penyebab atau alasannya serta masih terbukti keberadaanya. Oleh karena itu, berdasarkan rumusan masalah di atas peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

- $H_{01}$  : Penggunaan Media Sosial tidak berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.
- $H_{a1}$  Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh

H<sub>02</sub> : Financial Technology (*Fintech*) tidak berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.

H<sub>a2</sub> Financial Technology (*Fintech*) berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh

H<sub>03</sub> : Penggunaan media sosial dan Financial Technology (*Fintech*) tidak berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.

H<sub>a3</sub> Penggunaan media sosial dan Financial Technology (*Fintech*) berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif yaitu bertujuan untuk mengangkat fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena yang terjadi sekarang (ketika penelitian berlangsung) dan penyajiannya apa adanya. Penelitian ini merupakan penelitian yang mengarah pada studi korelasional. Studi korelasi ini merupakan hubungan antar dua variabel, tidak saja dalam bentuk sebab akibat melainkan juga timbal balik antara dua variabel (Sugiyono, 2018). Sedangkan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Arikunto, 2016). Penelitian kuantitatif dilihat dari segi tujuan, penelitian ini dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, dan untuk menunjukkan hubungan antar variabel dan adapula yang sifatnya mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendiskripsikan banyak hal (Arikunto, 2016).

Dengan metode ini peneliti akan mendeskripsikan tentang pengaruh yang disebabkan oleh penggunaan media sosial dan

*financial technology (fintech)* terhadap pertumbuhan usaha kecil di Banda Aceh.

## **3.2 Populasi dan Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Populasi adalah jumlah seluruh individu atau unit yang karakteristiknya akan diteliti. Populasi juga dapat digambarkan sebagai setiap ciri atau tema yang ada pada setiap objek atau subjek yang akan datang. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di Kota Banda Aceh yang sudah mengimplementasikan penggunaan media sosial dan *fintech* dalam bisnisnya.

### **3.2.2 Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi (bagian dari populasi penelitian atau yang mewakilinya) yang disajikan sebagai informasi dan memiliki kemampuan untuk mewakili semua orang. Menurut (Sugiyono, 2015). Sampel adalah bagian dari populasi dan karakteristik. Sampel menjadi bagian dari populasi yang ada, maka harus digunakan cara pengambilan sampel tertentu berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang ada. Tentukan jumlah sampel untuk penelitian ini untuk mengetahui jumlah penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel/Jumlah Responden

N : Ukuran Populasi

e : Presentase kesalahan pengambilan sampel yang bisa ditolerir.

Dalam rumus Slovin Ada ketentuan sebagai berikut:

- a. Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar
- b. Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Dengan demikian, sampel yang diambil dengan teknik Slovin adalah 10-20% dari populasi yang diteliti. Jumlah populasi penelitian ini adalah 9591 UMKM, sehingga tingkat pengurangan yang digunakan adalah 10 persen, hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai konsistensi. Untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{9,591}{1 + 9.591 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{9.591}{1 + 9591 (0.01)}$$

$$n = \frac{9.591}{1 + 9591}$$

$$n = \frac{9.591}{10.591}$$

$$n = 90.55$$

$$n = 90$$

Jadi 90 UMKM

### **3.3 Sumber dan Jenis Data**

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah objek yang darinya data dapat diperoleh dan memiliki informasi yang jelas tentang perolehan dan pengolahan data. Menurut Arikunto (2016), Sumber informasi yang dimaksud dalam penelitian adalah objek yang darinya informasi dapat diperoleh dan memiliki informasi yang jelas tentang perolehan dan pengolahan informasi.

Menurut Creswell (2016), Sumber data primer adalah data yang memberikan data langsung kepada pengumpul data. Menurut Arikunto (2016), data primer adalah informasi yang telah dikumpulkan oleh pihak pertama, biasanya melalui wawancara, penelusuran.

### **3.4 Definisi Operasional Variabel**

Variabel operasional penelitian tetapi tetapkan batasan untuk kumpulan variabel yang dapat diubah menjadi variabel hingga pilihan pengukuran dan bagian pengukurannya dalam penelitian untuk menghindari kemungkinan makna ganda (Creswell, 2016). Variabel operasional yang dijelaskan di sini merupakan deskripsi atau penjelasan dari masing-masing variabel operasional yang ada

serta penjelasan dari masing-masing variabel operasional yang dikutip dalam penelitian.

Karena adanya variabel bebas, maka variabel terikat (dependen) menjadi salah satu yang rusak atau menjadi masalah (Sugiyono, 2018). Variabel kunci dalam analisis ini adalah Pengembangan UMKM sebagai variabel dependen (Y). Dua variabel utama dalam esai ini adalah “Penggunaan Media Sosial” (X1) dan “Penggunaan *Teknologi Finansial*” (X2).

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Pengembangan UMKM (Y).	Pengembangan UMKM adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh (Hanim, 2018).	1. Modal usaha 2. Omset penjualan 3. Keuntungan penjualan (Manurung, 2018)
2	Pengguna Media Sosial (X1).	Media sosial adalah platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi penggunanya	1. Kualitas 2. Kepercayaan 3. Keterlibatan (Widiastuti, 2020)

		(Widiastuti, 2020)	
3	Penggunaan Financial Technology (X2)	fintech fintech adalah model usaha terbaru yang sangat membantu pengguna (Widiastuti, 2020)	1. Cepat 2. Efisien 3. Mudah diakses (Widiastuti, 2020)

### 3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Ghozali (2014), Teknik sampling adalah cara menentukan jumlah sampel sesuai dengan besar kecilnya sampel yang digunakan sebagai sumber data yang sebenarnya, dengan memperhatikan karakteristik dan persebaran populasi untuk mendapatkan sampel yang representatif. Teknik sampling yang digunakan penulis adalah *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2018), teknik yang memberikan setiap elemen atau anggota populasi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*.

*Simple Random Sampling* adalah pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata populasi tersebut (Sugiyono, 2018).

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data



Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

### 1. Angket/Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Umar, 2015). Dalam penelitian ini angket yang digunakan adalah angket tertutup. Angket tertutup yaitu angket yang disajikan dalam bentuk tulisan baik pernyataan maupun pertanyaan sehingga responden diminta untuk memilih suatu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda *checklist* (✓). Penyusunan angket tersebut mengikuti langkah-langkah sebagai berikut.

- a. Menyusun daftar pertanyaan atau pernyataan.
- b. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawaban.

Angket tertutup yang digunakan tersebut terdiri dari empat alternatif jawaban yang dapat dilihat pada Tabel 3.1 di bawah ini.

**Tabel 3.2**  
**Skala Penilaian Jawaban Angket**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Bobot nilai</b>
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2016)

## 2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah suatu cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis seperti arsip, termasuk juga buku tentang teori, pendapat, atau hukum yang berhubungan dengan penelitian. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa foto, gambar, serta data-data yang terkait dengan judul penelitian seperti data terkait UMKM di Kota Banda Aceh yang sudah mengimplementasikan penggunaan media sosial dan *fintech* dalam bisnisnya yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kota Banda Aceh, dan sumber-sumber lain yang relevan dengan objek kajian penelitian.

### **3.7 Pengujian Data**

#### **3.7.1 Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2018). Uji validitas ini dilakukan kepada 90 responden yang bukan diambil dari sampel. Adapun pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan secara statistik dengan menggunakan *software* SPSS versi 26. Langkah-langkah yang peneliti lakukan untuk mengukur validitas adalah dengan mengedarkan angket kepada 90 orang responden yang bukan termasuk ke dalam sampel

penelitian, kemudian menunggu angket sampai selesai diisi, setelah diambil semua selanjutnya peneliti melakukan pengujian validitas dengan menghitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total. Kemudian hasil dari angket tersebut peneliti masukkan kedalam tabel untuk menghitung nilai koefisien.

Dari hasil hitungan tersebut di atas, peneliti kemudian masukkan ke dalam rumus korelasi produk momen dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 26. Berdasarkan metode penelitian di atas, maka kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau nilai sig  $< 0,05$  maka item dinyatakan valid.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  atau nilai sig  $> 0,05$  maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketetapan memperoleh jawaban yang relatif sama dari pengukuran gejala yang tidak berubah. Suatu alat ukur dapat dikatakan reliabel apabila diperoleh hasil yang tetap sama dari pengukuran gejala yang tidak berubah yang dilakukan pada waktu yang berbeda (Umar, 2015). Berikut uji reliabilitas dengan rumus *Alpha-Cronbach*:

$$\alpha = \left( \frac{K}{K-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2 i}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$  = Koefisien *alpha cronbach*

K = Banyaknya butir pertanyaan yang valid

$\sum \sigma^2_i$  = Jumlah varians butir pertanyaan yang valid

$\sigma^2_t$  = Varians total

Untuk menguji reliabilitas, peneliti menggunakan *software* SPSS versi 26. Pertanyaan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas, maka akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$  atau nilai sig  $> 0,6$  maka item dinyatakan reliabel.
2. Jika  $r_{\alpha} < r_{\text{tabel}}$  atau nilai sig  $< 0,6$  maka item dinyatakan tidak reliabel.

Langkah-langkah dalam pengujian reliabilitas, peneliti juga menggunakan sama seperti pengujian validitas diatas, peneliti terlebih dahulu dengan menyebarkan angket kepada 90 responden yang bukan termasuk ke dalam sampel untuk mengetahui seberapa jauh tingkat reliabilitas suatu instrumen. Kemudian peneliti melakukan pengujian reliabilitas dengan menghitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total, kemudian hasil angket yang peneliti sebarkan tersebut, peneliti masukkan ke dalam bentuk tabel penolong untuk mengitung varian dan menghitung nilai koefisien alpha ( $\alpha$ ).

## 3.8 Teknik Pengolahan Data

### 3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kualitas data sehingga data diketahui keabsahannya dan menghindari terjadinya estimasi bias. Pengujian asumsi klasik ini menggunakan tiga uji, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual atau residual dalam model regresi berdistribusi normal. Untuk melihat kenormalan residual dapat dilakukan dengan analisis *Normal Probability Plot (PP-Plot)* yaitu membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Distribusi normal membentuk garis diagonal, dan memplot residunya dibandingkan langsung secara diagonal. Jika distribusi data residual normal, garis yang menggambarkan data sebenarnya mengikuti garis diagonal (Ghozali, 2018).

Uji normalitas pada grafik bisa menyesatkan jika tidak hati-hati, terlihat normal secara visual tetapi secara statistik bisa sebaliknya. Oleh karena itu, disarankan untuk melengkapinya dengan uji statistik selain uji grafis. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Pada pengujian ini residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi K-S lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2018).

## 2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat korelasi antar variabel independen atau untuk melihat hubungan linier yang sempurna atau hampir sempurna antara sebagian atau seluruh variabel independen.

Pada penelitian ini, penulis mengacu pada nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) untuk mendeteksi multikolinearitas. Jika nilai tolerance  $< 0 > 10$  menunjukkan adanya multikolinearitas (Ghozali, 2018).

## 3. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dalam model regresi dari satu pengamatan residual ke pengamatan lainnya. Jika varian dari pengamatan residual ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika bervariasi disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang memiliki homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas. Pada penelitian ini heteroskedastisitas dideteksi dengan melihat sebaran antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residual SRESID. Heteroskedastisitas terdeteksi ketika dispersi antara SRESID dan ZPRED menunjukkan pola tertentu, di mana sumbu Y adalah sumbu Y yang diprediksi dan sumbu X adalah residual (prediksi Y yang benar-benar dipelajari. Analisis didasarkan yaitu:

- a Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian

menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas.

- b Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2015).

Disamping melihat *scatter plot* untuk mendeteksi heterokedastisitas, juga melakukan uji statistik yaitu uji Park. Apabila koefisien parameter untuk variabel independen tidak ada yang signifikan secara statistik, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat heterokedastisitas (Ghozali, 2018).

### 3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2018), analisis regresi linier berganda memprediksi keadaan (kenaikan dan penurunan) variabel dependen (kriteria) ketika dua atau lebih variabel independen dimanipulasi (nilai naik atau turun) sebagai faktor predasi. Dengan demikian, analisis regresi linier berganda dilakukan ketika jumlah variabel independen minimal 2. Persamaan umum untuk regresi data panel adalah sebagai berikut:

$$UMKM_{it} = \lambda + \beta_1 PMS_{it} + \beta_2 PFT_{it} + \varepsilon \dots \dots \dots (3.1)$$

Dimana:

UMKM = Usaha Mikro Kecil Menengah

$\lambda$  = Konstanta

$\beta_1(1-2)$  = Koefisien regresi variabel eksogen

PMS	= Pengguna media sosial
PFT	= Penggunaan <i>Financial Technology</i>
e	= <i>error term</i> (tingkat kesalahan)

Menggunakan program Eviews 10, teknik penanganan data. Perangkat lunak untuk menganalisis statistik dan ekonomi disebut Eviews. Eviews dapat digunakan untuk analisis dan evaluasi keuangan, serta peramalan ekonomi makro, simulacra, peramalan penjualan, dan analisis biaya (Ghozali, 2014). Dengan menggunakan perlatan statistik koefisien korelasi (R), dapat dicari hubungan antara variabel bebas dan terikat. Untuk memahami seberapa signifikan dua variabel independen relatif terhadap variabel dependen yang ditentukan menggunakan rumus koefisien (R<sup>2</sup>).

### 3.8.3 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan dua pengujian yaitu menggunakan uji-t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen dan menggunakan uji-F untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Contoh polanya adalah sebagai berikut:

#### 1. Uji Simultan (Uji-F)

H<sub>01</sub> : Jika  $\beta_1 = \beta_2 = 0$ ; dan nilai probabilitas  $F >$  nilai kriteria, maka H<sub>01</sub> diterima dan H<sub>a1</sub> ditolak artinya penggunaan Media Sosial tidak berpengaruh



terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.

Ha1 : Jika  $\beta_1 = \beta_2 \neq 0$  ( $\beta_1 \neq 0$ ); dan nilai probabilitas  $F >$  nilai kriteria, maka Ha1 diterima dan H01 ditolak penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.

Ho2 : Jika  $\beta_2 = \beta_2 = 0$ ; dan nilai probabilitas  $F >$  nilai kriteria, maka H02 diterima dan Ha2 ditolak artinya Penggunaan *Financial Technology* tidak berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.

Ha2 : Jika  $\beta_2 = \beta_2 \neq 0$  ( $\beta_2 \neq 0$ ); dan nilai probabilitas  $F >$  nilai kriteria, maka Ha2 diterima dan H02 ditolak artinya Penggunaan *Financial Technology* berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.

Ho3 : Jika  $\beta_3 = \beta_2 = 0$ ; dan nilai probabilitas  $F >$  nilai kriteria, maka H03 diterima dan Ha3 ditolak artinya penggunaan Media Sosial dan Penggunaan *Financial Technology* tidak berpengaruh terhadap

pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.

Ha3 : Jika  $\beta_3 = \beta_2 \neq 0$  ( $\beta_3 \neq 0$ ); dan nilai probabilitas  $F >$  nilai kriteria, maka Ha3 diterima dan H03 ditolak artinya penggunaan Media Sosial dan Penggunaan *Financial Technology* berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.

## 2. Uji Parsial (Uji-t)

Ho1 Jika  $\beta_1 = 0$ ; dan nilai probabilitas  $t >$  nilai kriteria, maka H01 diterima dan Ha1 ditolak artinya penggunaan Media Sosial tidak berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.

Ha1 Jika  $\beta_1 = \beta_1 \neq 0$  ( $\beta_1 \neq 0$ ); dan nilai probabilitas  $t >$  nilai kriteria, maka Ha1 diterima dan H01 ditolak artinya penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.

Ho2 Jika  $\beta_2 = 0$ ; dan nilai probabilitas  $t >$  nilai kriteria, maka H02 diterima dan Ha2 ditolak artinya Penggunaan *fintech* tidak berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah

(UMKM) di Kota Banda Aceh.

- Ha2 Jika  $\beta_2 = \beta_2 \neq 0$  ( $\beta_2 \neq 0$ ); dan nilai probabilitas  $t >$  nilai kriteria, maka Ha2 diterima dan H02 ditolak artinya Penggunaan *Financial Technology* berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.
- Ho3 Jika  $\beta_3 = 0$ ; dan nilai probabilitas  $t >$  nilai kriteria, maka H03 diterima dan Ha3 ditolak artinya penggunaan Media Sosial dan Penggunaan *Financial Technology* tidak berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.
- Ha3 Jika  $\beta_3 = \beta_3 \neq 0$  ( $\beta_3 \neq 0$ ); dan nilai probabilitas  $t >$  nilai kriteria, maka Ha3 diterima dan H03 ditolak artinya penggunaan Media Sosial dan Penggunaan *fintech* berpengaruh terhadap pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh.

#### **3.8.4 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Menurut Kuncoro (2009), Uji koefisien korelasi mengukur seberapa baik model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi/R<sup>2</sup> terletak antara nol (0) dan satu (1). Jika nilai koefisien determinasi mendekati nol (0), berarti kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, ketika koefisien determinasi suatu variabel

mendekati satu (1), berarti kemampuan variabel independen menyebabkan keberadaan variabel dependen semakin kuat.

Menurut Ghozali (2015), Tujuan dari koefisien determinasi adalah untuk mempersempit jumlah model yang secara jelas dapat menunjukkan variabilitas variabel dependen. Ada perbedaan yang jelas antara nol dan satu. Pernyataan singkat Nilai R<sup>2</sup> menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup lemah. Berikut ini adalah klasifikasi korelasi :

1. 0 : Tidak ada Korelasi
2. 0 s.d. 0,49 : Korelasi lemah
3. 0,50 : Korelasi moderat
4. 0,51 s.d.0,99 : Korelasi kuat
5. 1,00 : Korelasi sempurna

Kelemahan dari koefisien determinasi adalah adanya penyimpangan jumlah variabel bebas yang dimasukkan dalam model. Setiap kali ada tambahan variabel independen, R<sup>2</sup> pasti akan meningkat terlepas dari apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, model R<sup>2</sup> yang disesuaikan digunakan. Model R<sup>2</sup> yang disesuaikan dapat meningkat atau menurun ketika variabel independen ditambahkan ke model (Ghozali, 2016).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Secara geografis, Kota Banda Aceh tergolong wilayah seluas 1,36 km<sup>2</sup> dengan batas-batas sebagai berikut: timur: Kabupaten Aceh Besar, timur: Selat Malaka, selatan: Samudera Hindia, barat: Kabupaten Aceh Besar. Jumlah penduduk Kota Banda Aceh pada tahun 2021 sebanyak 3.267.340. Laki-laki lebih banyak daripada perempuan berdasarkan jumlah ini. 138.007 dewasa dan 129.333 perempuan aktif. Kota Banda Aceh terdiri dari 9 Kecamatan dan 90 Gampong (desa), Kecamatan:

1. Baiturrahaman, Luas Wilayah 455 Km<sup>2</sup>
2. Kuta Alam, Luas Wilayah 1.005 Km<sup>2</sup>
3. Meuraxa, Luas Wilayah 726 Km<sup>2</sup>
4. Syah Kuala, Luas Wilayah 1.424 Km<sup>2</sup>
5. Leung Bata, Luas Wilayah 534 Km<sup>2</sup>
6. Kuta Raja, Luas Wilayah 521 Km<sup>2</sup>
7. Banda Raya, Luas Wilayah 479 Km<sup>2</sup>
8. Jaya Baru, Luas Wilayah 378 Km<sup>2</sup>
9. Ulee Kareng, Luas Wilayah 615 Km<sup>2</sup>

Sebagian besar masyarakat Banda Aceh beragama Islam, namun agama lain seperti Kristen, Hindu, Budha dan lain-lain tumbuh subur di kota ini, hidup berdampingan dengan umat Islam.

Agama di Kota Banda Aceh meliputi 222.582 Muslim, 717 Protestan, 538 Katolik, 39 Hindu, dan 2.755 Buddha. Selain itu, tempat ibadah yang luar biasa meliputi 104 masjid, 91 meuna, 90 mushola, 4 gereja, 1 vihara dan 1 vihara (BPS provinsi Aceh, 2021)

## 4.2 Karakteristik UMKM

### 4.2.1 Karakteristik UMKM Berdasarkan Jenis Kelamin

Menurut jenis tanggapannya, wanita dan pria sama-sama dapat menggunakan tabel berikut:

**Tabel 4.1**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	48	52,7 %
2	Perempuan	43	47,3 %
	Total Responden	91	100 %

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini yaitu laki-laki berjumlah 48 responden (52,7%) dan perempuan berjumlah 43 responden (47,3%). Sehingga dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini responden berjenis kelamin laki-laki lebih

banyak dibandingkan dengan responden berjenis kelamin perempuan.

#### 4.2.2 Karakteristik UMKM Berdasarkan Usia

Tingkat usia seseorang dapat digunakan untuk menentukan tingkat kedewasaan seseorang yang dapat mengganggu kemampuan seseorang dalam melaksanakan tugasnya yaitu pengaruh penggunaan media sosial dan *financial technologi*. Pembagian kelompok usia responden dapat dilihat pada table 4.2 berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik UMKM Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	26-30 Tahun	3	3,3%
2	31-35 Tahun	88	96,7%
	Total Responden	91	100 %

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, karakteristik UMKM berdasarkan usia pada penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia antara 31 sampai dengan 35 tahun dengan rata-rata jumlah responden sebanyak 88 orang (96,7%), diikuti oleh responden yang berusia antara 26 dan 30 dengan ukuran respon rata-rata 3 orang (3,3%). Hasilnya, dapat ditunjukkan dari penelitian ini bahwa responden yang berusia 31 hingga 35 tahun lebih banyak dibandingkan dengan responden yang berusia 26 hingga 30 tahun.

### 4.2.3 Karakteristik UMKM Berdasarkan Pendidikan

Pembagian UMKM berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik UMKM Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMP	1	1 %
2	SMA	70	77 %
3	Diploma	16	17,6 %
4	SI	4	4,4 %
	Total Responden	91	100 %

Sumber: Data primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa karakteristik UMKM berdasarkan pendidikan terakhir dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA/ sederajat yaitu berjumlah 70 orang (77%), kemudian diikuti responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir diploma yaitu berjumlah 16 orang (17,6%), selanjutnya diikuti oleh responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir SI yaitu berjumlah 4 orang (4,4%), responden yang memiliki tingkat pendidikan terakhir SMP/ sederajat yaitu berjumlah 1 orang (1%).



### 4.3 Uji Instrumen Penelitian

#### 4.3.1 Uji Validitas

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan mengenai validitas menggunakan rumus korelasi produk momen dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 26, maka diperoleh hasil yang dapat dilihat pada Tabel 4.11 berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas**

No	Variabel		r <sub>Hitung</sub>	r <sub>Tabel</sub>	Ket	
1	Penggunaan media sosial	X <sub>1</sub>	P1	0,884	0,727	Valid
			P2	0,862	0,727	Valid
			P3	0,745	0,727	Valid
			P4	0,899	0,727	Valid
			P5	0,897	0,727	Valid
			P6	0,736	0,727	Valid
2	<i>Financial Technology</i>	X <sub>2</sub>	F1	0,779	0,727	Valid
			F2	0,852	0,727	Valid
			F3	0,899	0,727	Valid
			F4	0,889	0,727	Valid
			F5	0,877	0,727	Valid
			F6	0,882	0,727	Valid
			F7	0,872	0,727	Valid
			F8	0,896	0,727	Valid
3	UMKM	Y	U1	0,890	0,727	Valid
			U2	0,889	0,727	Valid
			U3	0,860	0,727	Valid
			U4	0,876	0,727	Valid
			U5	0,857	0,727	Valid

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid, hal ini dikarenakan bahwa nilai koefisien korelasi yang diperoleh (rhitung) dari setiap item variabel melebihi nilai kritis korelasi (rtabel) yaitu sebesar 0,727. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item variabel dari instrumen yang digunakan oleh peneliti untuk pengumpulan data penelitian dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan pada tahap berikutnya.

### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan mengenai uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan *software SPSS* versi 26, maka diperoleh hasil yang dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel		$r_{\text{alpha}}$	$r_{\text{tabel}}$
1	Penggunaan media sosial	$X_1$	0,990	0,727
2	<i>Financial Technology</i>	$X_2$	0,950	0,727
3	UMKM	Y	0,921	0,727

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan bahwa nilai perhitungan atau nilai *Cronbach's Alpha* ( $r_{\text{alpha}}$ ) yang diperoleh lebih besar dari nilai  $r_{\text{tabel}}$  atau nilai kritis korelasi (0,6). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item variabel dari instrumen yang digunakan oleh peneliti untuk

pengumpulan data penelitian dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan pada tahap berikutnya.

#### **4.4 Uji Asumsi Klasik**

Terdapat tiga pengujian dalam asumsi klasik, yaitu:

##### **4.4.1 Uji Normalitas**

Tujuan Uji normalitas adalah untuk memahami semua data dari variabel-variabel yang digunakan dalam analisis, terlepas dari apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat ditentukan dengan mengamati tingkat probabilitas Jarque Bera yang terdapat pada tiang lampu. Berdasarkan hasil analisis data, nilai probabilitas Jarque Bera adalah  $0,491707 > 0,05$  sehingga diperoleh  $H_0$  yang menyatakan data residual berdistribusi normal.

##### **4.4.2 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi perbedaan varietas residual selama periode pengamat. Komponen kunci dari model regresi yang baik adalah tidak adanya heteroskedastisitas pada hasil penguin. Metode untuk mendeteksi heteroskedastivitas dapat dilihat dari nilai P yang menunjukkan nilai  $Obs * R\text{-squared}$ . Anda dapat melihat hasil pengumpulan data untuk mengidentifikasi penyakit heteroskedastisasi pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

<b>Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey</b>			
F-statistic	1.037780	Prob. F(2,4)	0.4335
Obs*R-squared	2.391372	Prob. Chi-Square(2)	0.4325
Scaled explained SS	0.306765	Prob. Chi-Square(2)	0.8578

Sumber :Data diolah dengan program Evies 10 (2023)

Dari Tabel 4.6 di atas terlihat bahwa Prob. Chi-square (2) Obs\*R-square sama dengan 0,4325 > 0,05 maka terima H0 yang berarti model regresi homoskedastisitas, dengan kata lain model tidak bermasalah dengan asumsi heteroskedastisitas.

#### **4.4.3 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas digunakan untuk memahami independensi bersama suatu variabel dalam suatu model. Agar lolos asumsi menjadi klasik, nilai uji multikolinearitas harus minimal 10. File data lengkap untuk pemeriksaan multibahasa adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

<b>Variable</b>	<b>Collinearity Statistics</b>	
	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
Penggunaan media sosial (X1)	4.501926	1.000002

<i>Financial Technology</i> (X <sub>2</sub> )	4.501926	1.000002
---	----------	----------

Sumber :Data diolah dengan program Evies 10 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas, diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk variabel X<sub>1</sub> (pengguna media sosial) dan variabel X<sub>2</sub> (*financial technology*) memperoleh nilai yang sama yaitu 4.501926. Data yang diperoleh tersebut lebih besar dari 0,10 ( $4.501926 > 0.10$ ). Sementara nilai VIF yang diperoleh untuk variabel X<sub>1</sub> (pengguna media sosial) dan variabel X<sub>2</sub> (*financial technology*) juga memperoleh nilai yang sama yaitu 1.000002. Adapun data yang diperoleh tersebut diketahui lebih kecil dari 10 ( $1.000002 < 10$ ). Sehingga berdasarkan hasil uji yang peroleh dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi pada penelitian ini.

#### **4.5 Hasil Uji Hipotesis**

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Eviews 10 dengan analisis regresi linear berganda, yaitu untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

##### **4.5.1 Uji T (Parsial)**

Uji-t digunakan untuk menguji secara parsial pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hasil uji-t penelitian ini, dapat dilihat hasil regresi linier berganda menggunakan Eviews 10 pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Regresi Linear Berganda**

Dependent Variable: UMKM				
Method: Least Squares				
Date: 02/04/23 Time: 10:22				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.255907	1.32E-07	-1.701274	0.0441
Penggunaan media sosial	2.877516	9.52E-14	0.003014	0.0077
<i>Financial Technology</i>	1.000000	3.38E-16	2.96E+15	0.0000

Sumber : Data diolah dengan program Evies 10 (2023)

Berdasarkan tabel 4,8 diatas, dapat diketahui nilai *coefficient* variabel X1 (Penggunaan media sosial) dan variabel x2 sebesar 1.000000 dan nilai probabilitasnya sebesar  $0.0000 < 0.05$  maka variabel X1 Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y (UMKM). Dan variabel X2 (*Financial Technology*) memperoleh nilai *coefficient* sebesar 2.877516 dan nilai probabilitasnya sebesar  $0.0077 < 0.05$ , maka variabel X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (UMKM).

Berikut ini persamaan regresi berganda pengaruh Penggunaan media sosial dan *Financial Technology* terhadap UMKM di Kota Banda Aceh:

$$\text{UMKM} = 2,255 + 2,877 \text{ PMS} + 1,000 \text{ FT}$$

Keterangan:

UMKM = variabel terikat

PMS = (Penggunaan media sosial)

FT = (*Financial technology*)

Dari persamaan tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 2,255 menyatakan bahwa, jika Penggunaan media sosial, *Financial Technology* nilainya 0, maka faktor yang Usaha mikro kecil menengah (UMKM) sebesar 2,255.
2. Penggunaan media sosial meningkat sebesar 1 maka perkembangan UMKM akan meningkat sebesar 2,877. Koefisien Penggunaan media sosial bernilai positif, artinya Penggunaan media sosial mempunyai hubungan yang searah dengan UMKM (Y).
3. Jika *Financial Technology* meningkat sebesar 1 maka perkembangan UMKM akan meningkat sebesar 1,000. Koefisien *Financial Technology* bernilai positif, *Financial Technology* mempunyai hubungan yang searah dengan UMKM (Y).

#### **4.5.2 Uji F (Simultan)**

Uji-F digunakan untuk menilai pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen, terlepas dari apakah signifikan secara statistik atau tidak. Jika P-value kurang dari batas kritis (0,05), maka H1 diterima. Penelitian ini menunjukkan regresi berganda uji-F dapat dilihat pada tabel 4.8 diatas.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Simultan**

Dependent Variable: UMKM			
Method: Least Squares			
Date: 02/04/23 Time: 10:22			
R-squared	0.869222	Mean dependent var	3.18E+08
Adjusted R-squared	0.826145	S.D. dependent var	1.17E+08
S.E. of regression	9.66E-08	Akaike info criterion	-29.17058
Sum squared resid	3.73E-14	Schwarz criterion	-29.19376
Log likelihood	105.0970	Hannan-Quinn criter.	-29.45710
F-statistic	4.38E+30	Durbin-Watson stat	2.309524
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Data diolah dengan program Evies 10 (2023)

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas *F-statistic* adalah sebesar  $0.000000 < 0.05$  maka variabel Penggunaan media sosial dan *Financial Technology* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap UMKM di Kota Banda Aceh.

#### 4.5.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinan bertujuan untuk mengukur seberapa jauh variabel independent dapat di jelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen dalam model yang digunakan.



**Tabel 4.10**

**Hasil Pengujian Koefisien determinan**

R-squared	0.869222
Adjusted R-squared	0.826145

Sumber : Data diolah dengan program Evies 10

(2023)

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square yang diperoleh adalah sebesar 0.869, Hasil yang diperoleh tersebut menunjukkan bahwa variabel (Penggunaan media sosial) ( $X_1$ ) dan variabel (*Financial Technology*) ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap variabel UMKM (Y) sebesar 86,9%. Sedangkan sisanya sebesar (13,1%) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian ini.

#### **4.6 Pembahasan Penelitian**

Berdasarkan hasil analisa terhadap temuan penelitian di atas, maka dapat dijelaskan bahwa dari dua (2) variabel yang diangkat terkait Perkembangan Usaha Kecil Menengah di Kota Banda Aceh dapat diuraikan sebagai berikut:

##### **4.6.1 Pengaruh Pengguna Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah**

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh penggunaan media sosial (X1) terhadap perkembangan UMKM di Kota Banda Aceh. Kemudian setelah dilakukan estimasi OLS dan diperoleh hasil bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah pada tingkat kepercayaan 95%. Artinya jika penggunaan media sosial meningkat maka Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Banda Aceh meningkat.

Dampak harga terhadap perkembangan usaha kecil dan menengah di Banda Aceh karena UMKM memberikan manfaat seperti galeri produk, penyimpanan kebutuhan pemasok, penyimpanan kebutuhan distributor, pemetaan target konsumen dan pelacakan konsumen. Selain itu, media sosial juga bermanfaat sebagai wadah diskusi, sebagai alat bantu pengambilan keputusan, untuk merespon konsumen, untuk menjangkau konsumen, sebagai alat pemasaran dan periklanan, serta sebagai sarana untuk menjalin kontak pribadi dengan konsumen. Dalam hal ini dapat disimpulkan dari penggunaan media sosial bahwa penggunaan media sosial adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dengan media yang dapat digunakan untuk berbagi informasi, berbagi ide, berkreasi, berpikir, berdiskusi dan menemukan hal-hal baru. teman-teman dengan aplikasi web yang bisa digunakan dengan telepon pintar (ponsel).

Berdasarkan analisis, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memberikan dampak yang signifikan

terhadap perkembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya (Purwidianoro et al., 2016) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan penjualan hingga lebih dari 100% apabila perusahaan melakukan update informasi secara konsisten melalui media sosial setiap hari, artinya penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha kecil menengah (UMKM) di wilayah Solo Raya.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Sutrisno & Mayangsari, 2022) menunjukkan hasil bahwa penggunaan media sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha kecil menengah di Kota Palu yaitu sebesar 32,6%. Hal yang sama juga diteliti oleh menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh media sosial sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk perkembangan UMKM.

#### **4.6.2 Pengaruh Penggunaan Financial Technology Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Menengah**

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh *Financial Technology* (X2) terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Banda Aceh. Kemudian setelah dilakukan estimasi OLS dan diperoleh hasil bahwa *Financial Technol* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan Usaha

Mikro Kecil Menengah di Kota Banda Aceh pada tingkat kepercayaan 95%. Artinya jika *Financial Technology* meningkat perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Banda Aceh juga akan meningkat.

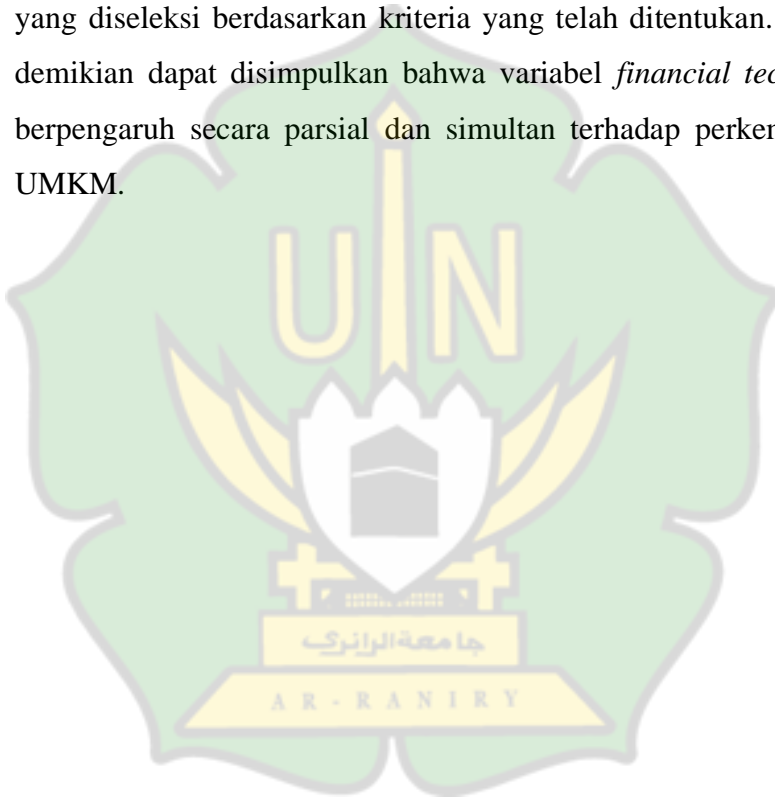
Adanya pengaruh harga terhadap perkembangan usaha kecil menengah di Kota Banda Aceh. Hal ini, menunjukkan bahwa masyarakat sudah sangat familiar dan sangat baik dalam penggunaan dan manfaat dari *Financial Technology (FinTech)* tersebut dan sudah terbukti dari jawaban para pelaku UMKM di Kota Banda Aceh.

Financial technology menjadi layanan keuangan yang dapat membantu usaha kecil dan menengah menyelesaikan transaksi pembayaran dan secara positif memengaruhi operasi mereka sendiri, sehingga menghasilkan penelitian Luckandi (2019), menyadari bahwa fintech untuk usaha kecil dan menengah memiliki keunggulan yang menambah nilai positif bagi bisnis mereka. Hal tersebut membuat mereka ketagihan karena berbagai kemudahan yang diberikannya, yang membuat pelaku UMKM sendiri menerapkan fintech dalam bisnisnya.

UMKM percaya bahwa dengan bantuan fintech, mereka dapat mengurangi kesalahan dan penipuan yang biasanya terjadi dalam transaksi tradisional. Fintech sebagai layanan teknologi untuk melakukan transaksi keuangan dapat menghasilkan model bisnis, produk, dan aplikasi, seperti yang disebutkan Putri(2022), “Fintech didefinisikan sebagai inovasi layanan berbasis teknologi di sektor

keuangan yang bisa menghasilkan model- model bisnis, produk, aplikasi, yang berkaitan dengan penyediaan layanan keuangan”.

Hal ini didukung oleh penelitian Putri (2022), menunjukkan hasil bahwa fintech dalam pengembangan UMKM dengan menyebarkan kuesioner kepada para pelaku UMKM di kota Palopo yang diseleksi berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *financial technology* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap perkembangan UMKM.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel pengguna media sosial (X1), penggunaan *financial technology* (X2) berpengaruh secara simultan terhadap perkembangan usaha kecil menengah (Y).
2. Variabel pengguna media sosial (X1) berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha kecil menengah (Y).
3. Variabel penggunaan *financial technology* (X2) berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha kecil menengah (Y).

#### **5.2 Saran**

Agar kajian ini dapat terealisasikan, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi para pengusaha UMKM perlu memanfaatkan media sosial secara optimal dan secara konsisten melakukan update informasi setiap hari untuk mengembangkan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk. Dan para pelaku UMKM khususnya di Kota Banda Aceh untuk lebih meningkatkan penggunaan media sosial karena untuk dapat

bersaing mengikuti perkembangan zaman dan juga pemasaran menggunakan media sosial dapat lebih menghemat biaya.

2. Bagi para pelaku Usaha Mikro Menengah (UMKM) menyadari bahwa pentingnya pengetahuan tentang fungsi, manfaat dan kegunaan fintech apabila digunakan dalam melakukan transaksi, guna mempermudah dan mempercepat proses transaksi dalam menjalankan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).
3. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar memperluas objek penelitiannya untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian dan menambah variabel-variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Karena penelitian ini tentunya memiliki kelemahan, khususnya dilihat dari sampel penelitian yang kecil. Penulis merekomendasikan untuk peneliti berikutnya dapat mengambil sampel yang cukup besar akan menggambarkan hasil yang representatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agnesia, V., & Saputra, A. J. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(3), 750. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i03.p15>
- Ansori, M. (2019). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology Terhadap Industri Keuangan. *Finansialku.Com*, 1(2).
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Rineka Cipta.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Management & Marketing*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Creswell, J. W. (2016). *Qualitative Inquiry dan Research Design*. University Of Nebraska, Lincoln.
- Dalimunthe, M. (2019). Implementasi Fintech Terhadap Umkm Di Kota Medan Dengan Analisis SWOT. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Darmika, A. P., Usman, H., & Goso. (2021). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perkembangan Umkm Di Kota Palopo. *Repository Universitas Muhammadiyah Palopo*, 1(2), 1–5.
- Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 892–896. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>



- Fajar, M., & Larasati, C. W. (2021). Peran Financial Technology (Fintech) dalam Perkembangan UMKM di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Humanis (Humanities, Management and Science Proceedings)*, 1(2), 702–715. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH>
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2015a). Partial Least Square (PLS) sebagai Metode Alternatif Sem Berbasis Varians (LISREL) Dalam Eksplorasi Data Survey Dan Data Mining. *Telematika*.
- Ghozali, I. (2015b). *SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunantara, B., Azizah, S. N., Rahmawati, A., & Gumelar, A. C. (2022). Implementasi Pengembangan UMKM Kelurahan Pradah Kalikendal Berbasis Industri Kreatif Sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1).
- Hanim, L. (2018). *UMKM (Usaha Mikro, Kecil, & Menengah) & Bentuk-Bentuk Usaha*. Jakarta: Unissula Press. <https://media.neliti.com/media/publications/92839-ID-none.pdf>
- Harahap, M., Firman, F., & Ahmad, R. (2021). Penggunaan Social Media dan Perubahan Sosial Budaya Masyarakat. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(1), 135–143. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i1.252>

- Irma Muzdalifa, Inayah Aulia Rahma, B. G. N. (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), h. 1-24.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga.
- Luckandi, D. (2019). Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM Di Indonesia: Pendekatan Adaptive Structuration Theory. *Jiko - Stmik Akakom Yogyakarta*, 4(1), 1–86.
- Mailoor, A., Senduk, J. J., & Londa, J W. (2017). Pengaruh penggunaan media sosial Snapchat terhdap pengungkapan diri mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan politik Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Acta Diurna*, VI(1), 1–10. <https://media.neliti.com/media/publications/92839-ID-none.pdf>
- Manurung, A. H. (2018). *Modal Untuk Bisnis UKM*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Mikrad, M., Budi, A., & Fitriana, A. I. (2022). Perkembangan Umkm Dengan Financial Technology Dan Digital Marketing Sebagai Variabel Prediktor. *Digital Business Journal*, 1(1), 14. <https://doi.org/10.31000/digibis.v1i1.6599>
- Muhammad Rizal, Erna Maulina, nenden K. (2018). Fintech As One Of The Financing Solution For SMEs. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 8–10.
- Narastri, M. (2020). Financial Technology (Fintech) Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Islam. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 2(2), 155–170.

<https://doi.org/10.31538/ijse.v2i2.513>

- Nina Dewi Lashwaty, I. S. W. (2022). Analisis Penggunaan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Di Kalangan Wirausahawan Muda. *Jurnal Pamator*, 15(1), 1–11.
- Nuranindita, M. (2023). Peran Dan Manfaat Marketplace Dan Digital Payment. *Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik Peran*, 8(1), 17–31.
- Purwantini, A. H., & Amalia, R. D. (2021). Investigasi Niat Penggunaan Financial Technology Payment Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 19(1), 35. <https://doi.org/10.19184/jauj.v19i1.24715>
- Purwudiantoro, M. H., Kristanto, D. F., & Hadi, W. (2016). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM). *AMIK Cipta Darma Surakarta*, 1(1), 30–39. <http://journal.amikomsolo.ac.id/index.php/ekacida/article/view/19/11>
- Putri, D. E. (2022). Meningkatkan Niat Menggunakan Dompet Digital Pada Generasi Z Dan Milenial Dengan Cashback Promotion Sebagai Mediator. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 2022.
- Putri, L. P., & Christiana, I. (2021). Peran financial technology dalam membantu umkm di tengah pandemi covid-19. *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 21(1), 57–63.
- Rizal Sukma Aliyudin. (2020). Peran Financial Technology Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Di Indonesia. *J-Aksi : Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 1(1), 56–67. <https://doi.org/10.31949/j-aksi.v1i1.175>
- Romadhon, F., & Fitri, A. (2020). Analisis Peluang dan Tantangan

Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya optimalisasi Potensi UMKM (Studi Kasus UMKM di Gresik). *Jurnal TECHNOBIZ*, 3(1), 30–44.

- Sabila, A. A. (2021). Pengaruh Fintech Terhadap Literasi Keuangan Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Medan Denai [Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan]. In *Skripsi*. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/16351>
- Sanjaya, P., & Nuratama, P. (2021). Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah. In *Penerbit CV. Cahaya Bintang Cemerlang*.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 2(1), 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Sri, H., Sukesi, & Kanty, H. (2019). *Manajemen UMKM dan Koperasi: Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai*. Jakarta: Utomo Pres.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono, P. D. (2012). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Suryani, A. A. (2022). Pengaruh Eksistensi Financial Technology Terhadap Perkembangan UMKM Di Kabupaten Karanganyar. In *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta*.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>

Suyanto, S., & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1). <https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166>

SYARIEF, F. (2020). *Pengembangan Dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm)*. Makassar: Yayasan Barcode. [http://repository.ubharajaya.ac.id/5728/1/Buku\\_Pemberdayaan\\_UMKM\\_JAN-GJL2019.pdf](http://repository.ubharajaya.ac.id/5728/1/Buku_Pemberdayaan_UMKM_JAN-GJL2019.pdf)

Widiastuti, R. N. (2020). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, iii Kementerian Komunikasi dan Informatika.



## Lampiran I, Kuesioner Penelitian

### **KUESIONER PENELITIAN PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN FINTECH BAGI UMKM DI KOTA BANDA ACEH**

Dalam rangka penyelesaian skripsi saya Rahmat Mirza bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Financial Technology (Fintech) terhadap Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Kota Banda Aceh". Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktunya untuk mengisi beberapa pernyataan pada kuesioner ini.

Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

#### **PETUNJUK PENGISIAN:**

- 1= Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2= Kurang Setuju (KS)
- 3= Tidak Setuju (TS)
- 4= Setuju (S)
- 5= Sangat Setuju (SS)

**PERNYATAAN:**

1	Nama		
2	Alamat		
3	Jenis Usaha		
4	Sektor UMKM		
5	Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
6	Usia	<input type="checkbox"/> < 20 Tahun <input type="checkbox"/> 20-29 Tahun <input type="checkbox"/> 30-39 Tahun	<input type="checkbox"/> 40-49 Tahun <input type="checkbox"/> > 50 Tahun
7	Pendidikan Terakhir	<input type="checkbox"/> SMA <input type="checkbox"/> DIPLOMA III <input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> S2 <input type="checkbox"/> Lainnya....
8	Pendapatan/bulan	<input type="checkbox"/> < Rp 1.000.000 <input type="checkbox"/> Rp1.100.000-3.000.000 <input type="checkbox"/> Rp3.100.000-5.000.000	<input type="checkbox"/> >Rp10.000.000 <input type="checkbox"/> Rp 1.000.000.000
9	Pekerjaan	<input type="checkbox"/> Karyawan/Buruh <input type="checkbox"/> PNS/Honorer <input type="checkbox"/> Petani	<input type="checkbox"/> Wirausaha <input type="checkbox"/> Lainnya

10	Jumlah Tanggungan Keluarga	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3 – 4 orang</li> <li>▪ 5 – 6 orang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ &gt;6 orang</li> </ul>
----	----------------------------	--	---

### Media Sosial

No	Pertanyaan	Penilaian				
		ST S	K S	TS	S	SS
1	Saya memiliki strategi yang berkaitan dengan usaha saya melalui media sosial					
2	Saya menggunakan media sosial untuk mengenalkan produk kepada konsumen					
3	Saya menggunakan lebih dari tiga media sosial yang berbeda untuk melakukan promosi					
4	Penggunaan media sosial untuk promosi merupakan hal yang rumit dan menyita waktu					
5	Penggunaan media sosial untuk promosi merupakan strategi yang praktis dan efisien dalam mengenalkan produk kepada konsumen					



No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	KS	TS	S	SS
6	Saya membutuhkan tenaga kerja untuk melakukan promosi di media sosial					
7	Media sosial dapat menampung masukan dan saran atas usaha yang sedang saya jalankan					
8	Penggunaan media sosial memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan produk					
9	Sejak menggunakan media sosial penjualan produk mengalami peningkatan					
10	Saya tidak memiliki pengetahuan menggunakan media sosial					
11	Saya tidak mengetahui manfaat tentang media sosial					
12	Saya tidak berminat menggunakan media sosial sebagai sarana penjualan produk					

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	KS	TS	S	SS
13	Saya lebih menyukai berjualan secara online melalui media sosial					

### Financial Technology

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	KS	TS	S	SS
1	Saya mengetahui cara transaksi keuangan dengan menggunakan teknologi keuangan (digital)					
2	Saya suka menggunakan teknologi keuangan, karena layanan keuangannya mempermudah saya dalam melakukan transaksi bisnis					
3	Dengan adanya teknologi keuangan proses transaksi bisnis saya menjadi lebih mudah dan efisien					
4	Saya akan terus menggunakan teknologi keuangan sebagai alat pembayaran pada saat melakukan transaksi					

5	Teknologi keuangan menyediakan jasa keuangan kepada seluruh masyarakat sehingga sangat mendukung para pelaku usaha seperti saya					
6	Sejak menggunakan teknologi keuangan, usaha saya mengalami peningkatan					
7	Konsumen saya lebih menyukai penggunaan teknologi keuangan dalam proses transaksi					

### Pengembangan UMKM (Y)

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	KS	TS	S	SS
1	Biaya bahan baku yang saya gunakan tidak menghabiskan seluruh modal saya					
2	Saya menggunakan sebagian modal saya untuk membeli peralatan agar lebih Lengkap					
3	Keuntungan yang saya peroleh dari pertumbuhan penjualan selalu meningkat					

4	Usaha saya selalu mengalami peningkatan penjualan					
5	Usaha yang saya jalankan memiliki posisi kas yang stabil					
6	Pertumbuhan modal UMKM semakin bertambah.					
7	Pertumbuhan penjualan UMKM semakin tinggi.					
8	Pertumbuhan pelanggan UMKM semakin pesat.					



Lampiran 2. Data Hasil Penelitian

Pengembangan UMKM (Y)											
Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000			Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000			Milik Warga Negara Indonesia			Berdiri sendiri		
1	2	TOT	1	2	TOT	1	2	TOT	1	2	TOT
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
3	4	7	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	5	10	3	3	6	4	5	9	4	5	9
5	5	10	5	4	9	5	5	10	5	5	10
5	3	8	5	4	9	5	5	10	5	5	10
5	3	8	5	3	8	5	5	10	5	5	10
4	5	9	4	4	8	4	4	8	4	4	8
5	5	10	5	3	8	4	4	8	4	5	9
4	5	9	4	3	7	4	5	9	5	4	9
4	5	9	5	3	8	4	5	9	4	4	8
3	5	8	3	5	8	5	5	10	5	3	8
3	5	8	3	5	8	4	5	9	5	3	8
5	5	10	4	5	9	4	5	9	3	5	8
5	5	10	4	5	9	4	5	9	5	3	8
3	4	7	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	5	10	4	5	9	4	5	9	44	3	47
4	5	9	4	5	9	4	5	9	4	4	8
5	3	8	5	4	9	5	4	9	5	5	10
4	4	8	3	4	7	5	5	10	4	5	9

5	5	10	4	4	8	5	4	9	4	5	9
5	5	10	3	3	6	5	4	9	4	5	9
5	5	10	5	3	8	5	5	10	5	5	10
4	3	7	5	4	9	5	5	10	5	5	10
3	4	7	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	5	10	4	5	9	4	5	9	3	5	8
4	3	7	3	3	6	5	5	10	5	5	10
4	3	7	5	3	8	5	5	10	5	5	10
4	4	8	4	5	9	4	5	9	3	5	8
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
3	4	7	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	5	10	5	4	9	4	5	9	4	4	8
4	5	9	3	5	8	5	5	10	5	3	8
3	5	8	3	5	8	5	5	10	5	4	9
4	3	7	3	3	6	5	5	10	5	5	10
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
3	4	7	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	5	10	3	3	6	5	4	9	4	5	9
5	5	10	3	5	8	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	4	9	4	5	9	5	5	10
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
3	4	7	4	5	9	4	5	9	4	5	9
4	4	8	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
4	4	8	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
4	5	9	5	5	10	5	5	10	3	4	7
4	5	9	5	5	10	5	5	10	3	4	7
5	5	10	4	5	9	3	5	8	3	4	7

5	5	10	5	5	10	3	5	8	3	4	7
4	4	8	4	5	9	3	5	8	5	4	9
4	4	8	4	5	9	3	5	8	5	4	9
3	3	6	3	4	7	4	5	9	5	4	9
3	3	6	3	4	7	4	5	9	5	4	9
5	5	10	3	4	7	4	5	9	5	4	9
5	5	10	3	4	7	4	5	9	5	4	9
5	5	10	3	4	7	4	5	9	5	4	9
4	5	9	4	5	9	5	5	10	5	4	9
5	5	10	4	5	9	5	5	10	5	4	9
4	5	9	4	5	9	5	5	10	5	4	9
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	4	9	4	5	9	4	5	9	4	5	9
4	4	8	4	5	9	4	5	9	4	5	9
4	4	8	4	5	9	4	5	9	4	5	9
4	5	9	4	5	9	3	5	8	3	4	7
4	5	9	4	5	9	3	5	8	3	4	7
5	5	10	3	3	6	4	5	9	5	5	10
5	5	10	5	3	8	4	5	9	5	5	10
5	3	8	5	3	8	5	5	10	5	5	10
3	5	8	5	3	8	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	5	10	4	5	9	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5	10
3	3	6	5	4	9	5	5	10	5	5	10
3	3	6	5	4	9	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	5	10	4	5	9	5	5	10
5	5	10	5	5	10	5	5	10	5	5	10
5	5	10	3	4	7	4	5	9	5	5	10
5	5	10	3	3	6	5	5	10	5	5	10
5	5	10	3	3	6	5	5	10	5	5	10
5	5	10	4	5	9	4	5	9	3	4	7
5	5	10	4	5	9	4	5	9	3	4	7
5	5	10	4	4	8	5	3	8	4	5	9

5	5	10	4	4	8	5	3	8	4	5	9
5	5	10	4	4	8	5	3	8	4	5	9
3	4	7	5	3	8	5	5	10	5	5	10
5	5	10	5	4	9	5	5	10	5	5	10
5	5	10	3	5	8	4	5	9	5	5	10
5	5	10	3	5	8	5	4	9	5	5	10
3	4	7	4	5	9	4	5	9	4	5	9
3	4	7	4	5	9	4	5	9	4	5	9
5	5	10	4	4	8	5	3	8	4	5	9
5	5	10	4	4	8	5	4	9	4	5	9
5	4	9	5	3	8	5	5	10	5	5	10
4	5	9	5	5	10	3	5	8	3	5	8

No	Variabel Pengguna Media Sosial (X1)								
	Kualitas konten			Membangun kepercayaan (hubungan)			Keterlibatan		
	1	2	TOT	1	2	TOT	1	2	TOT
1	5	3	8	3	5	8	5	4	9
2	4	4	8	4	3	7	5	3	8
3	4	4	8	4	3	7	5	4	9
4	4	4	8	4	3	7	4	4	8
5	4	5	9	3	5	8	5	4	9
6	5	5	10	5	5	10	4	5	9
7	5	5	10	5	5	10	5	3	8
8	5	5	10	5	5	10	4	5	9



<b>9</b>	5	5	10	5	5	10	5	5	10
<b>10</b>	5	5	10	5	5	10	5	4	9
<b>11</b>	5	5	10	5	5	10	5	5	10
<b>12</b>	5	5	10	5	5	10	5	5	10
<b>13</b>	5	5	10	5	5	10	5	5	10
<b>14</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>15</b>	5	5	10	5	5	10	5	5	10
<b>16</b>	5	5	10	3	3	6	4	3	7
<b>17</b>	5	5	10	3	3	6	4	5	9
<b>18</b>	4	4	8	4	3	7	4	5	9
<b>19</b>	5	5	10	3	3	6	4	5	9
<b>20</b>	5	5	10	5	5	10	4	3	7
<b>21</b>	4	5	9	5	5	10	4	4	8
<b>22</b>	5	5	10	5	5	10	4	3	7
<b>23</b>	5	5	10	5	5	10	4	4	8
<b>24</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>25</b>	5	5	10	5	5	10	5	5	10
<b>26</b>	5	5	10	5	5	10	3	5	8
<b>27</b>	5	4	9	3	5	8	5	3	8
<b>28</b>	5	5	10	3	3	6	3	5	8

<b>29</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>30</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>31</b>	4	4	8	4	3	7	4	3	7
<b>32</b>	4	4	8	4	3	7	5	3	8
<b>33</b>	4	4	8	4	3	7	5	3	8
<b>34</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>35</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>36</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>37</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>38</b>	4	4	8	3	5	8	4	4	8
<b>39</b>	4	4	8	5	5	10	5	3	8
<b>40</b>	4	4	8	4	5	9	5	4	9
<b>41</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>42</b>	5	5	10	5	5	10	4	4	8
<b>43</b>	5	5	10	5	5	10	4	4	8
<b>44</b>	4	4	8	4	3	7	4	4	8
<b>45</b>	4	4	8	4	3	7	5	4	9
<b>46</b>	4	4	8	4	3	7	5	4	9
<b>47</b>	4	4	8	4	3	7	5	4	9
<b>48</b>	4	4	8	4	3	7	5	4	9

<b>49</b>	4	4	8	4	3	7	5	4	9
<b>50</b>	4	4	8	4	3	7	4	4	8
<b>51</b>	5	5	10	3	5	8	4	3	7
<b>52</b>	4	4	8	3	5	8	4	3	7
<b>53</b>	5	5	10	3	5	8	4	5	9
<b>54</b>	5	5	10	3	5	8	4	5	9
<b>55</b>	5	5	10	3	5	8	4	5	9
<b>56</b>	3	5	8	3	5	8	4	5	9
<b>57</b>	5	5	10	5	5	10	5	5	10
<b>58</b>	5	5	10	5	5	10	5	5	10
<b>59</b>	5	5	10	5	5	10	5	5	10
<b>60</b>	5	5	10	5	5	10	5	5	10
<b>61</b>	5	5	10	5	5	10	5	5	10
<b>62</b>	5	5	10	5	5	10	5	5	10
<b>63</b>	5	5	10	5	5	10	5	5	10
<b>64</b>	4	4	8	5	5	10	5	5	10
<b>65</b>	4	4	8	5	5	10	5	5	10
<b>66</b>	4	4	8	5	5	10	5	5	10
<b>67</b>	4	4	8	4	3	7	3	4	7
<b>68</b>	4	4	8	4	3	7	4	4	8

<b>69</b>	4	4	8	4	3	7	4	4	8
<b>70</b>	4	4	8	4	3	7	4	4	8
<b>71</b>	5	5	10	3	5	8	4	5	9
<b>72</b>	5	5	10	3	5	8	4	5	9
<b>73</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>74</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>75</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>76</b>	5	5	10	5	5	10	4	3	7
<b>77</b>	5	5	10	5	5	10	4	3	7
<b>78</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>79</b>	5	5	10	5	5	10	4	3	7
<b>80</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>81</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>82</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>83</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>84</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8
<b>85</b>	5	5	10	5	5	10	3	5	8
<b>86</b>	5	5	10	4	4	8	3	5	8
<b>87</b>	5	5	10	5	3	8	3	4	7
<b>88</b>	5	5	10	5	5	10	4	3	7

<b>89</b>	5	5	10	5	5	10	4	5	9
<b>90</b>	5	5	10	5	5	10	4	3	7
<b>91</b>	5	5	10	5	5	10	5	3	8

Variabel Penggunaan Financial Technology  
(X2)

No	Cepat			Efisien			Mudah diakses		
	1	2	TOT	1	2	TOT	1	2	TOT
<b>1</b>	4	5	9	5	5	10	4	4	8
<b>2</b>	4	5	9	5	5	10	4	4	8
<b>3</b>	5	4	9	5	5	10	4	4	8
<b>4</b>	5	3	8	5	5	10	4	4	8
<b>5</b>	4	5	9	5	5	10	4	4	8
<b>6</b>	4	5	9	5	5	10	4	4	8
<b>7</b>	4	5	9	5	5	10	4	4	8
<b>8</b>	4	5	9	5	5	10	4	4	8
<b>9</b>	4	5	9	5	5	10	4	4	8
<b>10</b>	4	5	9	5	5	10	4	4	8
<b>11</b>	4	4	8	5	5	10	4	4	8
<b>12</b>	4	4	8	5	5	10	4	4	8
<b>13</b>	4	4	8	5	5	10	4	4	8
<b>14</b>	4	4	8	5	5	10	4	4	8
<b>15</b>	4	4	8	5	5	10	5	5	10
<b>16</b>	4	4	8	5	5	10	5	5	10
<b>17</b>	4	4	8	5	5	10	5	5	10
<b>18</b>	4	5	9	5	5	10	4	4	8
<b>19</b>	4	4	8	5	5	10	5	5	10
<b>20</b>	4	4	8	5	5	10	4	4	8

21	4	5	9	5	5	10	4	4	8
22	4	5	9	5	5	10	4	4	8
23	4	5	9	5	5	10	4	4	8
24	4	4	8	5	5	10	4	4	8
25	4	5	9	5	5	10	4	4	8
26	4	5	9	5	5	10	4	4	8
27	4	5	9	5	5	10	4	4	8
28	4	4	8	5	5	10	5	5	10
29	4	5	9	5	5	10	4	4	8
30	4	5	9	5	5	10	4	4	8
31	4	5	9	5	5	10	4	4	8
32	4	5	9	5	5	10	4	4	8
33	4	5	9	5	5	10	4	4	8
34	4	4	8	5	5	10	4	4	8
35	4	4	8	5	5	10	4	4	8
36	4	4	8	5	5	10	4	4	8
37	4	5	9	5	5	10	4	4	8
38	4	5	9	5	5	10	4	4	8
39	4	5	9	5	5	10	4	4	8
40	4	5	9	5	5	10	4	4	8
41	4	4	8	5	5	10	4	4	8
42	4	5	9	5	5	10	4	4	8
43	4	5	9	5	5	10	4	4	8
44	4	5	9	5	5	10	4	4	8
45	4	5	9	5	5	10	4	4	8
46	5	3	8	5	5	10	4	4	8
47	5	3	8	5	5	10	4	4	8
48	5	3	8	5	5	10	4	4	8
49	5	3	8	5	5	10	4	4	8
50	5	3	8	5	5	10	4	4	8
51	4	5	9	5	5	10	4	4	8
52	4	5	9	5	5	10	4	4	8
53	4	5	9	5	5	10	4	4	8

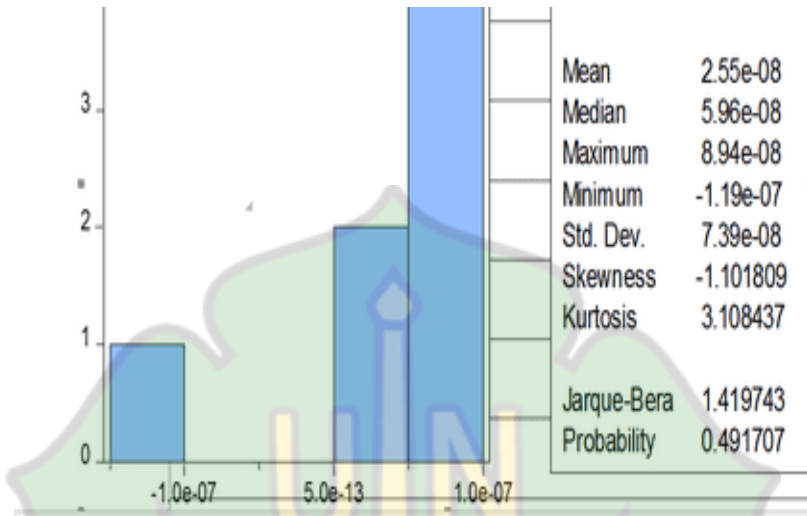
54	4	5	9	5	5	10	4	4	8
55	4	5	9	5	5	10	4	4	8
56	4	5	9	5	5	10	4	4	8
57	4	5	9	5	5	10	4	4	8
58	4	5	9	5	5	10	4	4	8
59	4	5	9	5	5	10	4	4	8
60	4	5	9	5	5	10	4	4	8
61	4	5	9	5	5	10	4	4	8
62	4	5	9	5	5	10	4	4	8
63	4	5	9	5	5	10	4	4	8
64	4	5	9	5	5	10	4	4	8
65	4	5	9	5	5	10	4	4	8
66	4	5	9	5	5	10	4	4	8
67	4	5	9	5	5	10	4	4	8
68	4	5	9	5	5	10	4	4	8
69	4	5	9	5	5	10			8
70	4	5	9	5	5	10	4	4	8
71	4	5	9	5	5	10	4	4	8
72	4	5	9	5	5	10	4	4	8
73	4	5	9	5	5	10	4	4	8
74	4	5	9	5	5	10	4	4	8
75	4	5	9	5	5	10	4	4	8
76	4	5	9	5	5	10	4	4	8
77	4	5	9	5	5	10	4	4	8
78	4	5	9	5	5	10	4	4	8
79	4	5	9	5	5	10	4	4	8
80	4	5	9	5	5	10	4	4	8
81	4	5	9	5	5	10	4	4	8
82	4	5	9	5	5	10	4	4	8
83	4	5	9	5	5	10	4	4	8
84	4	5	9	5	5	10	4	4	8
85	4	5	9	5	5	10	4	4	8
86	4	4	8	5	5	10	5	5	10

<b>87</b>	4	4	8	5	5	10	5	5	10
<b>88</b>	4	5	9	5	5	10	5	5	10
<b>89</b>	4	5	9	5	5	10	4	4	8
<b>90</b>	4	5	9	5	5	10	4	4	8
<b>91</b>	4	5	9	5	5	10	4	4	8





### LAMPIRAN 3 Hasil Olah Data



#### Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	37.30034	Prob. F(2,2)	0.0261
Obs*R-squared	6.817234	Prob. Chi-Square(2)	0.7342

#### Uji Heteroskedaritas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	1.037780	Prob. F(2,4)	0.4335
Obs*R-squared	2.391372	Prob. Chi-Square(2)	0.4325
Scaled explained SS	0.306765	Prob. Chi-Square(2)	0.8578

#### Uji Multikolinearitas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	1.75E-14	13.16201	NA
Penggunaan media sosial	9.06E-27	4.501926	1.000002
<i>Financial Technology</i>	1.14E-31	9.642909	1.000002

### Hasil Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: UMKM				
Method: Least Squares				
Date: 02/04/23 Time: 10:22				
Variable	Coefficient t	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.255907	1.32E-07	-1.701274	0.0441
Penggunaan media sosial	2.877516	9.52E-14	0.003014	0.0077
<i>Financial Technology</i>	1.000000	3.38E-16	2.96E+15	0.0000

Sumber : Data diolah dengan program Evies 10 (2023)

### Uji F

Dependent Variable: UMKM			
Method: Least Squares			
Date: 02/04/23 Time: 10:22			
R-squared	0.869222	Mean dependent var	3.18E+08
Adjusted R-squared	0.826145	S.D. dependent var	1.17E+08
S.E. of regression	9.66E-08	Akaike info criterion	29.17058
Sum squared resid	3.73E-14	Schwarz criterion	29.19376
Log likelihood	105.0970	Hannan-Quinn criter.	29.45710
F-statistic	4.38E+30	Durbin-Watson stat	2.309524
Prob(F-statistic)	0.000000		

### Hasil Pengujian Koefisien determinan

R-squared	0.869222
Adjusted R-squared	0.826145

