

**PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY*, MEDIA SOSIAL, DAN MODAL  
TERHADAP PENDAPATAN UMKM YANG TERDAFTAR  
PADA APLIKASI *ONLINE*  
(Survey Pada UMKM Kuliner Kecamatan Seberang Ulu II)**

**SKRIPSI**



**Nama : Indah Permata Dewi**

**Nim : 222021019**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2025**

**PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY*, MEDIA SOSIAL, DAN MODAL  
TERHADAP PENDAPATAN UMKM YANG TERDAFTAR  
PADA APLIKASI *ONLINE*  
(Survey Pada UMKM Kuliner Kecamatan Seberang Ulu II)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**



**Nama : Indah Permata Dewi**

**Nim : 222021019**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2025**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Permata Dewi  
Nim : 222021019  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Pemeriksaan Akuntansi  
Mata Kuliah : *E-commerce*  
Judul Skripsi : Pengaruh *Financial Technology*, Media Sosial dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM Yang Terdaftar Pada Aplikasi *Online*  
(Survey Pada UMKM Kuliner Kecamatan Seberang Ulu II

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Palembang, Mei 2025



Indah Permata Dewi

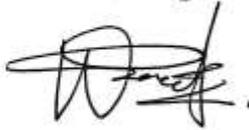
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Pengaruh *Financial Technology*, Media Sosial, dan Modal terhadap pendapatan UMKM yang Terdaftar Pada Aplikasi *Online* (Survey Pada UMKM Kuliner Seberang Ulu II )  
Nama : Indah Permata Dewi  
NIM : 222021019  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Akuntansi  
Konsentrasi : Pemeriksaan Akuntansi  
Mata Kuliah Skripsi : *E-commerce*

Diterima dan Disahkan  
Pada tanggal, Maret 2025

Pembimbing I,



Welly, S.E., M.Si  
NIDN/NBM: 0212128102/1085022

Pembimbing II,



Anggrelia Afrida, S.E., M.Si  
NIDN/NBM: 218048403/118768

Mengetahui  
Dekan



Ketua Program Studi Akuntansi

Arifanto, S.E., M.Si  
NIDN: 0216087201/859190

## **Motto dan Persembahan**

### **Motto:**

”sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah:5)

”Tidak ada pemberian orang tua yang paling berharga kepada anaknya dari pada pendidikan akhlak mulia.”

(HR. Bukhari)

### **Persembahan**

Terucap Syukur, saya persembahkan skripsi ini kepada:

- ❖ Kedua Orang
- ❖ Saudara
- ❖ Pasangan
- ❖ Pembimbing skripsi
- ❖ Almamater

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PRAKATA

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Alhamdulillahirobbil a'alamin, segala puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena rahmat dan hidayah-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh *Financial Technology*, Media Sosial, dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM Yang Terdaftar Pada Aplikasi Online (Survey Pada UMKM Kuliner Kecamatan Seberang Ulu II)**”. Sebagai syarat mencapai gelar sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Ucapan terima kasih, peneliti sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Iwan Kurniawan S. H, dan Ibunda Rohani S. Pd, serta saudara-saudara yang telah mendoakan serta memberikan dorongan semangat kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu Welly, S.E., M.Si. dan Ibu Anggrelia Afrida, S.E., M.Si, yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran-saran dengan tulus dan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu juga, penulis ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Bapak Aprianto, S.E., M.Si., selaku ketua Program Studi Akuntansi dan Ibu Fenty Astrina S.E., M.Si selaku sekretaris program studi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Dr. Betri S.E., Ak., M.Si., CA., CTT selaku pembimbing akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Pihak Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palembang serta pihak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kecamatan Seberang Ulu II yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
7. Kepada kedua orang tercinta, Ayahanda Iwan Kurniawan S.H , dan Ibunda Rohani S.Pd , yang telah memberikan banyak dukungan baik secara moril maupun materi, tanpa batas senantiasa memberikan doa dan selalu mengusahakan untuk kebahagiaan anak nya serta sedikitpun tidak pernah menuntut penulis untuk menjadi manusia yang sempurna, penulis sangat bangga kepada ayahanda dan ibunda karena telah menjadi kedua orang tua yang terbaik, tanpa dukungan-dukkungan tersebut mungkin penulis tidak akan sejauh dan seberhasil ini
8. Saudara kandung yaitu adik-adik saya tercinta Arya Duta Ali Muliawan dan Amanda Triani yang serahim dan selalu bersama sedari kecil hingga sekarang yang selalu memberikan doa serta dukungan kepada penulis.
9. Pasangan yang terkasih Anugra Dwi Putra yang selalu mendampingi penulis dalam keadaan suka maupun duka, dan terima kasih karena selalu melindungi,

mendengarkan, membantu memecahkan masalah serta mendukung penulis dalam masa-masa terendah.

10. Sahabat seperjuangan yang tersayang Sunia Saunina, Lana Lutviah, Laura Shalsabilla, Erizka alya rahma, selama masa-masa kuliah hingga skripsi telah membantu penulis dan memberikan dukungan serta motivasi agar penulis menyelesaikan skripsi dan memiliki misi agar wisuda bersama-sama
11. Sahabat tersayang Shefvia Anggi Safitri dan Khusnul Khotimah sahabat sedari kecil, seperti saudara tetapi tidak sedarah, selalu memberikan dukungan dan doa untuk penulis.

Semoga Allah SWT membalas budi baik kalian, akhirnya dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih atas semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Palembang, Mei 2025



Indah Permata Dewi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>12</b>
A. Kajian Pustaka .....	12
1. Teori <i>Technology Acceptance Model (Grand Theory)</i> .....	12
2. Pendapatan UMKM .....	12
3. <i>Financial Technology</i> .....	13
4. Media Sosial .....	16
5. Modal .....	18
B. Penelitian Sebelumnya .....	20
C. Kerangka Pemikiran .....	22
D. Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Jenis Penelitian .....	26
B. Lokasi Penelitian .....	27
C. Operasional variabel .....	27
D. Populasi dan sampel .....	29

E. Data yang diperlukan .....	32
F. Metode Pengumpulan Data .....	33
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	34
H. Analisis dan Teknik Analisis .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Hasil Penelitian .....	41
1. Gambaran Singkat UMKM Kecamatan Seberang Ulu II ....	41
2. Karakteristik Responden .....	41
3. Hasil Jawaban Kuesioner .....	43
4. Statistik Deskripsi .....	45
5. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	46
6. Hasil Ujicoba Instrumen .....	52
7. Pengelolaan Data .....	56
8. Pengujian Hipotesis .....	60
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
1. Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap Pendapatan UMKM .....	64
2. Pengaruh Media Sosial terhadap Pendapatan UMKM .....	65
3. Pengaruh Modal terhadap Pendapatan UMKM .....	67
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
A. Simpulan .....	70
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya .....	21
Tabel. III.1	Daftar UMKM Di Bidang Kuliner Terdaftar Di Aplikasi Kecamatan Seberang Ulu II .....	27
Tabel III.2	Operasionalisasi Variabel .....	28
Tabel III.3	Daftar UMKM dan Jumlah Responden di Kecamatan Seberang Ulu II .....	30
Tabel III.4	Seleksi Sampel Data Dinas Koperasi dan UMKM di Kecamatan Seberang Ulu 2 .....	31
Tabel IV.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel IV.2	Distribusi Responden Berdasarkan Umur .....	42
Tabel IV.3	Distribusi Responden Berdasarkan Media Sosial Digunakan .....	43
Tabel IV.4	Hasil Total Jawaban Responden .....	44
Tabel IV.5	Statistik Deskripsi .....	46
Tabel IV.6	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Pengaksesan Pelayanan .....	47
Tabel IV.7	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kontribusi Pemberdayaan UMKM .....	48
Tabel IV.8	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Jangkauan Dalam Layanan .....	49
Tabel IV.9	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kemudahan .....	50
Tabel IV.10	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kepercayaan .....	50
Tabel IV.11	Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Indikator Kualitas Informasi .....	51
Tabel IV.12	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas <i>Financial Technology</i> (X1) .....	53
Tabel IV.13	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Media Sosial (X2) .....	53

Tabel IV.14 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Modal (X3) .....	54
Tabel IV.15 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Pendapatan UMKM (Y) .....	55
Tabel IV.16 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel IV.17 Uji Kolmogorov-Smirnov .....	57
Tabel IV.18 Hasil Uji Multikolonieritas .....	58
Tabel IV.19 Regresi Linear Berganda .....	60
Tabel IV.20 Uji t .....	62
Tabel IV.21 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	63

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar II. 1 Metode Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar IV.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas-Persamaan Regresi .....	59

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Validitas
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6 Hasil Output SPSS
- Lampiran 7 Fotocopy Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 8 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 9 Fotocopy Surat membaca dan Menghafal Al-Quran
- Lampiran 10 Fotocopy Sertifikat SPPS
- Lampiran 11 Fotocopy Sertifikat Aplikasi Komputer
- Lampiran 12 Fotocopy Sertifikat Aplikasi Komputer Akuntansi
- Lampiran 13 Fotocopy Sertifikat Magang
- Lampiran 14 Fotocopy Sertifikat Pelatihan
- Lampiran 15 Fotocopy Plagiarisme
- Lampiran 16 Biodata Peneliti

## ABSTRAK

INDAH PERMATA DEWI. 222021019. Pengaruh *Financial Technology*, Media Sosial, dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM Yang Terdaftar Pada Aplikasi Online (Survey Pada UMKM Kuliner Kecamatan Seberang Ulu II).

Rumusan masalah penelitian: apakah pengaruh *Financial Technology*, media sosial, dan modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM yang terdaftar pada aplikasi online. Tujuan penelitian: penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Financial Technology*, media sosial, dan modal terhadap pendapatan umkm yang terdaftar pada aplikasi online. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah bagian owner, bagian kasir dan bagian pegawai. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji t. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *Financial Technology* berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM Kuliner Kecamatan Seberang Ulu II. Hasil penelitian juga menyatakan bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM Kuliner Kecamatan Seberang Ulu II. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, juga ditemukan bahwa modal berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan UMKM Kuliner Kecamatan Seberang Ulu II.

**Kata Kunci :** *Financial Technology*, media sosial, modal, pendapatan

## ABSTRACT

*INDAH PERMATA DEWI. 222021019. The Influence of Financial Technology, Social Media, and Capital on the Income of MSMEs Registered on Online Applications (Survey on Culinary MSMEs in Seberang Ulu II District).*

*Formulation of the research problem: does the influence of Financial Technology, social media, and capital affect the income of MSMEs registered on online applications. Research objectives: this study aims to determine the influence of Financial Technology, social media, and capital on the income of MSMEs registered on online applications. The type of research used is associative research. The data used in this study is primary data. The samples used in this study are the owner, cashier and employee sections. The data analysis method in this study is a quantitative descriptive method. The hypothesis test used in this study is the t-test. Based on the results of the study, it was found that Financial Technology has a significant effect on the income of Culinary MSMEs in Seberang Ulu II District. The results of the study also stated that social media has a significant effect on the income of Culinary MSMEs in Seberang Ulu II District. From the results of the research that has been conducted, it was also found that capital has a significant effect on the income of Culinary MSMEs in Seberang Ulu II District.*

**Keywords:** *Financial Technology, social media, capital, income*

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), sebagai pemeran utama dalam kegiatan ekonomi, penyedia lapangan kerja terbesar, pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta kontribusinya terhadap neraca pembayaran harus didukung pengembangannya dengan kebijakan yang memihak pada UMKM, Sebagai pelaku bisnis yang bergerak dalam berbagai bidang usaha UMKM menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, menciptakan tenaga kerja dalam negeri, sehingga dapat membantu upaya mengurangi pengangguran (Purnamawati, 2020). Terdapat pada Undang- undang nomor 20 tahun 2008 menyatakan bahwa UMKM sebagai usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dalam undang- undang (Achira et al., 2023). Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah menjadi sesuatu yang harus dilakukan oleh seluruh pelaku pembangunan, karena UMKM menjadi pilar pembangunan yang menjadi penyanggah ekonomi nasional dengan berbasis kerakyatan (Purnamawati, 2020).

Dalam kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah omset atau pendapatan merupakan bagian yang penting, sumber pendapatan sendiri merupakan jumlah atau hasil yang diterima pihak usaha mikro kecil dan menengah dari kegiatan yang dilakukan, seperti kegiatan penjualan barang atau jasa kepada konsumen.

Pendapatan dalam suatu usaha berarti berupa uang atau penghasilan. Dalam hal ini pelaku usaha mikro kecil dan menengah berharap siklus keuangan tidak stagnan dan terjamin maksimal sehingga dapat mendukung bejalannya kegiatan usaha (Khusnul Hasiah et al., 2023). Selanjutnya pendapatan dari hasil dari kegiatan penjualan dan pembelian dari usaha mikro kecil dan menengah, memanfaatkan faktor-faktor produksi untuk mempertahankan diri dan pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah. Pendapatan merupakan suatu pemasukan atau penambahan aktiva yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang berasal dari pembelian jasa atau kegiatan yang menghasilkan laba lainnya yang berasal dari suatu kegiatan (Sularsih & Nasir, 2021). Selain itu pendapatan merupakan suatu kemampuan usaha mikro kecil dan menengah UMKM dari faktor produksi dalam menghasilkan suatu pendapatan, dari adanya jumlah faktor produksi yang digunakan untuk suatu usaha. Pendapatan suatu penghasilan yang penting bagi perusahaan dan didapat dari hasil penjualan baik barang maupun jasa, bunga deviden, loyalti dan sewa (Hasna Indarti Titasari, 2023).

Memanfaatkan *financial technology* dapat membantu para pelaku UMKM untuk mempermudah proses melakukan transaksi antara penjual dan pembeli, *financial technology* juga dapat membantu mengurangi kecurangan serta kesalahan pada saat melakukan transaksi serta melakukan pencatatan keuangan. *Fintech* adalah sebuah aplikasi yang terkait dengan masalah-masalah keuangan. Menggambarkan bahwa *fintech* merupakan suatu perubahan baru di industri keuangan yang bisa memberikan keuntungan dalam pengembangan teknologi melalui transaksi keuangan, di dalam pembuatan model bisnis, aplikasi, proses,

atau produk yang berhubungan dengan layanan keuangan (Nadhiro et al., 2024). Perkembangan teknologi keuangan *fintech* merevolusi cara orang melakukan transaksi keuangan dan dengan cepat mengubah masyarakat non-tunai tradisional menjadi masyarakat tanpa uang tunai. *Fintech* tidak hanya mempercepat transaksi digital sektor lain, tetapi juga menciptakan peluang baru bagi bisnis untuk menjangkau konsumen dan meningkatkan pengalaman pelanggan (Mahir et al., 2023). *Financial technology* merupakan penggunaan teknologi sebagaimana diterapkan pada sektor keuangan. Meliputi bidang seperti pembayaran, asuransi, manajemen investasi, simpanan dan pinjaman, peningkatan modal, dan penyediaan *market*. Layanan pembayaran yang saat ini banyak digunakan meliputi Gopay, OVO, Dana, Link Aja, Shopee pay, dan lain-lain. (Hanafi, 2021).

Pada era digital saat ini media sosial dapat menjadi sarana sangat membantu para pelaku UMKM karena media sosial menjadi media promosi atau pemasaran untuk memperkenalkan barang atau jasa pada usaha. Selanjutnya media sosial sebagai perangkat marketing yang paling baik untuk *e-commerce*, karena memiliki tujuan penting dalam *online* marketing yaitu membantu perusahaan membangun tampilan *website* yang kuat, menghasilkan keuntungan, dan meningkatkan penjualan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). (Betri & Handayani, 2023). Selain itu media sosial juga telah berkembang menjadi salah satu pilar utama dalam strategi pemasaran era digital. Dengan banyaknya pengguna aktif di berbagai *platform* pada media sosial, menjadi sebuah peluang besar bagi bisnis seperti usaha mikro kecil dan menengah untuk menjangkau media audiens global, membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan

loyalitas merek, dan strategi pemasaran pada media sosial yang efektif dapat memberikan panduan yang jelas tentang bagaimana pihak usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berinteraksi dengan audiens, apa saja jenis konten yang akan disampaikan, serta tujuan apa saja yang harus dicapai (Arianto & Rani, 2024).

Keuntungan dalam melibatkan *platform* media sosial yaitu usaha mikro kecil dan menengah dapat menjangkau pelanggan potensial secara lebih luas dan efektif, masyarakat lebih mudah memilih informasi secara *online* dan melalui media sosial, UMKM dapat memberikan konten yang menarik dan relevan untuk menarik perhatian konsumen. Branding yang kuat di media sosial tidak hanya menciptakan kesadaran mereka, tetapi juga membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Keberadaan aktivitas online yang aktif memberikan kesan positif dan keterlibatan yang berkelanjutan, menjadikan konsumen lebih cenderung untuk mempercayai layanan dari UMKM (Novita et al., 2023).

Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah modal adalah salah satu komponen yang penting dalam memulai usaha, dimana modal dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha, karena tanpa modal usaha tidak bisa berjalan lancar dan berkembang, modal juga merupakan harta benda, dapat berupa dana, barang atau sebagainya, dan dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan sesuatu yang bisa menambah kekayaan atau keuntungan dalam menjalankan usaha. (Ade Fitria & Arif Nugroho, 2024)

Dalam lingkup produksi usaha mikro kecil dan menengah, terdapat dua jenis modal dalam produksi yaitu modal tetap, modal yang digunakan untuk produksi beberapa kali dalam waktu jangka panjang dan berulang seperti bangunan, mesin,

tanah dan lain-lain, selanjutnya yaitu modal kerja, modal yang digunakan untuk menjalankan kegiatan pada usaha mikro kecil dan menengah sehari-hari. Modal produksi digunakan untuk melakukan kegiatan produksi barang dan jasa yang dibutuhkan untuk usaha mikro kecil dan menengah .(Musvira et al., 2022)

Selain itu modal merupakan kekayaan yang digunakan baik secara langsung atau tidak langsung pada proses produksi, kegunaannya untuk menambah pendapatan secara spesifik merupakan kapital yang tersusun atas barang yang dipergunakan bagi operasi produksi dimasa depan.(Wulan et al., 2024)

Ditemukan sebuah fenomena yang berhubungan dengan *financial technology* oleh komisaris Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Friderika Widyasari Dewi (2023), meminta perusahaan teknologi keuangan dengan produk digitalnya tidak mengubah bunga secara sepihak tanpa pemberitahuan terlebih. Khususnya untuk pelaku usaha mikro kecil dan menengah sebagai bentuk perlindungan konsumen. Hal itu disampaikan anggota dewan Komisioner OJK Friderika Widyasari Dewi secara virtual pada seminar internasional soal perlindungan konsumen di Nusa Dua, Bali, Rabu (29/3/2023). Harus ada perlakuan adil dalam membuat perjanjian dengan UMKM misalnya tidak mengubah harga dan bunga tanpa pemberitahuan sebelumnya.

Selanjutnya terdapat fenomena mengenai media sosial oleh Rizkina Mardhotillah, ST, MMT sebagai Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis (FEB), Bisnis teknologi digital menyatakan bahwa, Tiktok membuat Konsep dan menghadirkan pengalaman berbelanja yang lebih pribadi dan interaktif. Dampak yang paling mencolok dari Tiktok Shop adalah dampaknya pada Usaha Mikro Kecil dan

Menengah (UMKM) lokal. UMKM adalah tulang punggung ekonomi di banyak negara, termasuk Indonesia. Mereka memiliki keterbatasan sumber daya dan mengandalkan penjualan produk lokal untuk bertahan. TikTok Shop, dengan sumber daya finansial yang besar dan jangkauan globalnya, dapat menawarkan produk dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan UMKM lokal. Hal ini menciptakan ketidaksetaraan dalam persaingan bisnis, dengan UMKM sering kali kalah dalam mempertahankan pangsa pasar mereka. Dalam banyak kasus, produk yang ditawarkan di TikTok Shop bahkan identik atau sangat mirip dengan produk-produk yang dijual oleh usaha mikro kecil dan menengah UMKM lokal. Ini menciptakan persaingan yang tidak sehat dan dapat merusak bisnis-bisnis lokal yang telah ada selama bertahun-tahun.

Selanjutnya ditemui sebuah fenomena yang terjadi mengenai modal yang di kemukakan oleh Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) yang dimuat pada CNN Indonesia (2023), mengungkapkan lebih dari 60 persen UMKM masih kesulitan mendapatkan pinjaman modal alias pendanaan. Alasannya 61,8 persen pelaku UMKM menghadapi kesulitan pinjaman. Ini berdasarkan survei ke UMKM yang dilakukan Apindo," ungkapnya dalam media briefing. penyebab lainnya kinerja UMKM belum maksimal adalah karena 47,5 persen kelompok bisnis ini tidak berencana melakukan ekspansi dalam 5 tahun ke depan karena kekurangan modal. Artinya, masih banyak yang hanya terpaku pada satu jenis usaha saja. Lalu, ada 55 persen UMKM yang mengaku kesulitan menghadapi persaingan di tengah gempuran barang impor ke dalam negeri. Kemudian, 22,9

persen UMKM mengungkapkan peluang yang ada di depan mata terbatas. Jadi ini adalah tantangan yang dihadapkan kepada UMKM.

Berdasarkan informasi yang didapat dari hasil wawancara kepada Ibu Wili sebagai kasir dan karyawan pada usaha mikro kecil dan menengah UMKM ayaam geprek GR, menyatakan bahwa usaha ini dari segi pendapatan, omset yang didapat selama satu bulan yaitu 25-30 juta, omset yang didapat pada usaha mikro kecil dan menengah dapat menutupi biaya operasional usaha dan gaji karyawan, walaupun pendapatan perbulan urun naik. Selanjutnya pada financial technology yaitu pada saat melakukan transaksi menggunakan qris seinnng mengalami gangguan dan lemot, selain itu pada saat melakukan penjualan pada aplikasi sering mengalami perubahan sistem aplikasi yang tidak dimengerti oleh pihak usaha mikro kecil dan menengah. Penggunaan media sosial pada usaha mikro kecil dan menengah membantu menyebar luaskan produk, pelanggan juga dapat memesan melalui media sosial, akan tetapi kendala yang dihadapi adalah promosi pada media sosial hanya satu kali duapuluh empat jam saja setelah itu pihak usaha mikro kecil dan menengah haru melakukan pembaruan kembali, selanjutnya pada modal pihak usaha mikro kecil dan menengah memiliki modal sendiri tidak menggunakan modal tambahan karena keuntungan yang didapat lebih banyak selain itu alasan tidak menggunakan modal tambahan seperti pinjaman karena harus memiliki jaminan yang sepadan dengan dana yang diajukan untuk pinjaman.

Berdasarkan informasi yang didapat dari hasil wawancara kepada Bapak Ahmad Andriyan sebagai pemilik usaha mikro kecil dan menengah seblak faaza

menyatakan bahwa omset atau pendapatan usaha ini 20 sampai dengan 30 juta perbulan, dengan omset ini dapat menutupi biaya gaji dan operasional usaha mikro kecil dan menengah, selain itu pada penggunaan *financial technology* pada usaha mikro kecil dan menengah yaitu penggunaan aplikasi saat melakukan transaksi scan qris kepada bank yang digunakan mengalami gangguan server dan dalam melakukan penjualan pada aplikasi mengalami kendala pada sistem pencairan dana dalam jangka waktu dua sampai tiga hari dan pencairan dana diberikan oleh pihak aplikasi secara tidak langsung, selanjutnya penggunaan media sosial pada usaha mikro kecil dan menengah seblak faaza dalam promosi dan melakukan interaksi kepada pelanggan efektif akan tetapi dari pihak usaha mikro kecil dan menengah tidak memiliki admin pengelola medsos hal ini membuat promosi terbatas, dan yang terakhir pada modal usaha mikro kecil dan menengah menggunakan modal sendiri karena menurut pemilik dengan modal sendiri kita tidak perlu memikirkan bunga yang akan di bayarkan sehingga hasil yang didapat bersih.

*Financial technology* atau teknologi finansial merupakan inovasi dalam layanan keuangan dan suatu inovasi pada sektor finansial dengan memberikan sentuhan teknologi modern. Transaksi keuangan melalui fintech ini meliputi pembayaran, investasi, peminjaman uang, transfer, rencana keuangan dan pembandingan produk keuangan (Kusuma dan Asmoro, 2020). Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ferliansyah & Wijaya, 2024). *Financial technology* menunjukkan hasil bahwa *financial technology* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Dan didukung dari penelitian yang dilakukan oleh

(Wahyuni et al., 2024). *Financial tecnoogy* menunjukkan hasil berpengaruh terhadap usaha mikro kecil dan UMKM berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah UMKM. Senada juga dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nadhiro et al., 2024). Menunjukkan hasil bahwa *financial technology* berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah UMKM.

Selain itu, Media sosial merupakan perangkat marketing yang paling baik untuk *e-commerce*, karena memiliki tujuan penting dalam *online marketing* yaitu membantu perusahaan membangun tampilan *website* yang kuat, menghasilkan keuntungan, meningkatkan *traffic*. (Betri & Handayani, 2023) Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Arianty & Bhafara, 2022). Menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh pendapatan UMKM. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ulfa et al., 2024). Menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap UMKM.

Modal merupakan salah satu komponen yang penting dalam memulai usaha dan digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha (Ade Fitria & Arif Nugroho, 2024). Berdasarkan peneitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Gabriel et al., 2023) menunjukkan bahwa modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Senada dengan penelitian yang dilakukan yang dilakukan oleh (Oktaviana & Eka, 2021) menunjukkan bahwa modal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Selanjutnya didukung berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Syahputra et al., 2022) menunjukkan bahwa modal tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

Berdasarkan uraian maka penulis tertarik untuk melakukan penulisan yang berjudul **“Pengaruh *Fintech*, Media Sosial, Dan Modal Terhadap Pendapatan UMKM Yang Terdaftar Pada Aplikasi”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka permasalahan yang dapat dikemukakan dalam peneelitan ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *financial technology* berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah ?
2. Apakah media sosial berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah ?
3. Apakah modal berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *fintech* terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah
2. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah
3. Untuk mengetahui pengaruh modal terhadap usaha mikro kecil dan menengah

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan wasasan untuk pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan serta wawasan dalam bidang penelitian ini mengenai *fintech*, media sosial dan modal terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah UMKM diharapkan dapat bermanfaat.

2. Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Hasil ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi usaha mikro kecil dan menengah yang diteliti sebagai masukan terkhusus mengenai informasi mengenai Pengaruh *fintech*, Media Sosial dan Modal Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mejadi referensi tambahan, manambah ilmu pengetahuan, serta dapat, menjadi acuan atau kajian pagi penulis dimasa yang akan datang mengenai Pengaruh *fintech*, media sosial dan modal terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achira, S. P., Ambarwati, S., & Azwari, P. C. (2023). Pengaruh Penggunaan E-commerce terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Penelitian di Kota Palembang). *Jurnal Ekonomi KIAT*, 34(2). <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Ade Fitria, & Arif Nugroho. (2024). Pengaruh Modal, Teknologi, Tingkat Pendidikan Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Di Kabupaten Sukoharjo. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 3(3), 40–62.
- Aditya Wardhana, Mahir Pradana, Budi, & Aldi Akbar. (2023). *Financial Technology 4.0*.
- Arianto, B., & Rani. (2024). *Pemasaran Media Sosial*.
- Arianty, N., & Bhafara, B. (2022). *Peran Media Sosial Dalam* (Vol. 01, Issue 03).
- Arya Vanca, O., & Prasetyo, E. (2024). Pengaruh E-commerce, Fintech, dan Media sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kecamatan Pare. In *Vanca* (Vol. 1, Issue 2). <https://www.journal.muc-consultindo.com/index.php/jebizko>
- Ayunda, P. K., emilia, & Achmad, E. (2023). Analisis pengaruh penggunaan e-commerce, media sosial dan sosial media marketing terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) fashion di Kota Jambi Kharina Permata Ayunda\*; Erni Achmad; Emilia. In *Journal Perdagangan Industri dan Moneter* (Vol. 11, Issue 3).
- Betri, & Handayani, A. M. (2023). *E-Commerce* (1st ed.). Noer Fikri Offset.
- Ferliansyah, & Wijaya, S. R. (2024). Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 1(4).
- Fikri Aulia, & Toni Hidayat. (2021). Pengaruh Modal dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Kain Perca. In *Jurnal Bisnis Net*.
- Gabriel, Daisy, & Ita. (2023). Jurnal Berkala Ilmiah. *Jurnal Berkala Ilmiah*, 3(1).
- Hanafi. (2021). *Pengenalan Financial Technology* (1st ed.). Aswaja Presindo.
- Hasna Indarti Titasari. (2023). Pengaruh E-Commerce dan Digital Payment terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Sunan Kalijaga: Islamic Economics Journal*, 2(1).

- Khusnul Hasiyah, Askari Zakariah, & Novita. (2023). Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Bisnis Digital. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(1), 25.
- Musvira, Muhammad, & Azizah. (2022). *Majalah Ekonomi dan Bisnis*. 18, 66–67.
- Nadhiro, A., Tinggi, S., & Nganjuk, I. E. (2024). *Pengaruh Fintech, Media Sosial, dan E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Terhadap UMKM di Kabupaten Nganjuk*.
- Novita, & Lia. (2023). *Universitas Teknokrat Indonesia*.
- Novita, Lia, Lina, & Permatasari. (2023). *Universitas Teknokrat Indonesia*.
- Oktaviana, & Eka. (2021). Jurnal Horizon Pendidikan. *Jurnal Horizon Pendidikan*, 1(2), 2021. <http://ejournal.stkip-pgri-sumbar.ac.id/index.php/horizon367|Windri>
- Purnamawati, Ayu. G. (2020). *Akuntansi Koperasi dan UMKM*.
- Rahmita, F., & Asyari. (2024). Journal of economic, business and accounting. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6).
- Sujarweni, V. W. (2024a). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*.
- sujarweni, V. W. (2024). *Metode Penelitian bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kualitatif*. PT. Pustaka Baru.
- Sujarweni, V. W. (2024b). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. PT. Pustaka Baru.
- Sujarweni, V. W. (2024c). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Pendekatan Kuantitatif*.
- Sujarweni, V. W. (2024d). *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. PT. Pustaka Baru.
- Sujarweni, V. W. (2024e). *Pengantar Metode Penelitian* .
- Sularsih, H., & Nasir, A. (2021). *Buku Monograf Strategi Pendapatan UMKM (era Revolusi 4.0 Dan Pandemi Covid 19)*. CV. IRDH.
- Syahputra, Ervina, & Melisa. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 183–198.

- Thori Azhar. (2023). Pengaruh Modal Kerja, Motivasi, dan Promosi terhadap Pendapatan dengan Lama Usaha sebagai Variabel Moderasi: Studi Kasus UMKM Dodol Pasar Bengkel Serdang Berdagai. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 105–118. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.118>
- Ulfa, M., Kurlillah, A., Fadillah Fw Pos Pos, A., & Langsa, I. (2024). Pengaruh Perkembangan Teknologi, Media Sosial, Harga dan Lokasi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Langsa: Mengeksplorasi Dinamika Sukses Bisnis Di Era Digital. In *Reinforce: Journal of Sharia Management* (Vol. 03, Issue 01). <http://ejournal.uinsatu.ac.id/index.php/reinforce> | <http://ejournal.uinsatu.ac.id/index.php/reinforce>
- Wahyuni, S., Armiani, Setiawati, E., & Pirdaus, I. (2024). Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(4).
- Wulan, Suhesti, & Sri Laksmi. (2024). Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, 1(4), 33–47. <https://doi.org/10.69714/17v18797>
- Yuhanis, & Welly. (2023). *Metodelogi Penelitian Akuntansi* (2nd ed.). NoerFikri.