

Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemanfaatan, dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat UMKM di Kota Malang dalam Mengadopsi Platform Crowdfunding

¹Anisa Salwa, ²Nur Ajizah, ³Nuraeni

¹Universitas Yudharta, Indonesia, anisasalwa@gmail.com

²Universitas Yudharta, Indonesia, nurajizah@yudharta.ac.id

³Universitas Yudharta, Indonesia, nuraeni@yudharta.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan, Perceived Usefulness, dan Perceived Ease of Use terhadap minat pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Malang dalam memanfaatkan platform crowdfunding sebagai alternatif pembiayaan. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling dalam pemilihan responden. Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Literasi Keuangan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan platform crowdfunding; (2) Perceived Usefulness juga menunjukkan pengaruh positif yang tidak signifikan; dan (3) Perceived Ease of Use terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan platform crowdfunding oleh UMKM Kota Malang.

Kata kunci: literasi keuangan; persepsi kemanfaatan; persepsi kemudahan; minat; platform crowdfunding.

Abstract

This study aims to analyze the influence of Financial Literacy, Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use on the interest of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Malang City in utilizing crowdfunding platforms as an alternative financing. This study uses a quantitative approach with a purposive sampling method in the selection of respondents. Data processing and analysis were carried out using the Partial Least Squares (PLS) approach. The results of the study show that: (1) Financial Literacy has a positive but not significant effect on interest in using crowdfunding platforms; (2) Perceived Usefulness also shows a negative influence that is not significant; and (3) Perceived Ease of Use has been proven to have a positive and significant effect on the interest in using crowdfunding platforms by MSMEs in Malang City.

Keywords: financial literacy; perception of utility; perception of convenience; interest; crowdfunding platform

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Jumlah Usaha UMKM mencapai 99,99% dari seluruh usaha di Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan UMKM telah memberikan kontribusi sebesar 59,84% terhadap PDB di tahun 2016 dan meningkat menjadi 60% di tahun 2017. Dari segi jumlah, Kementerian Koperasi dan UKM mencatat telah terjadi peningkatan sebesar 2,06% atau 1,2 juta unit dari tahun 2016 sampai tahun 2017. Data di tahun 2017 menunjukkan bahwa UMKM telah mencapai 62,8 unit usaha. Sector UMKM juga

berhasil menyerap tenaga kerja hingga 116,6 juta di tahun 2017. Sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bisa dikatakan sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Daya juang sector usaha itu memang harus diakui mampu bertahan dari terpaan krisis yang terjadi. Salah satu kondisi yang cukup berat adalah seperti saat ini. Pandemi penyakit akibat penyebaran virus corona baru atau Covid-19, memberikan pukulan keras pada ekonomi Indonesia. Usaha-usaha tersebut banyak yang tidak mampu bertahan di tengah pandemic. Besarnya kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja dan perekonomian menunjukkan peran penting dari UMKM. Salah satu hal yang perlu diperhatikan dari kinerja UMKM adalah kinerja ekspornya. Di tahun 2015, Bank Dunia melakukan survey kepada dunia usaha Indonesia, dari tingkat usaha kecil sampai usaha besar. Suatu usaha didefinisikan sebagai usaha kecil jika memiliki 5-19 pekerja, usaha menengah jika memiliki 20-99 pekerja dan usaha besar jika memiliki lebih dari 100 pekerja. Hasil survey tersebut menunjukkan hal yang menarik dari kinerja ekspor, dimana dari total usaha kecil dan menengah, hanya 13,4% usaha kecil dan menengah yang melakukan ekspor. Hal ini menunjukkan kinerja ekspor dari UMKM masih belum lebih baik dibandingkan usaha besar. Kinerja ekspor disebabkan oleh sulitnya pelaku UMKM untuk meraih akses kepada keuangan.

Pada survei yang sama, sebanyak 38,4% pelaku usaha kecil dan menengah merasa bahwa akses kepada keuangan merupakan hambatan utama di dalam mengembangkan usaha mereka. Pemerintah sendiri telah berusaha mempermudah pembiayaan bagi UMKM melalui keputusan Presiden Nomor 19 Tahun 2015 dan Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Nomor 11 Tahun 2017 tentang Pedoman Pelaksanaan KUR telah mencapai Rp24.714 miliar untuk wilayah Jawa dan Rp318.310 miliar untuk wilayah diluar Jawa. Namun, hal tersebut belum cukup. Studi dari Pricewaterhouse Coopers (PwC) menunjukkan bahwa 74% Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia belum mendapat akses pembiayaan. Ditengah pandemic Covid-19 seperti sekarang, sumber pendanaan untuk penguatan modal memang menjadi salah satu kendala utama bagi UMKM dalam melanjutkan usahanya. Omzet yang bisa diperoleh secara maksimal dalam kondisi normal, kini bahkan banyak yang tidak mampu mengembalikan modalnya bahkan cukup sulit untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya. Pinjaman dari bank umumnya mensyaratkan dokumentasi lengkap, pencatatan keuangan hasil usaha yang baik serta dalam beberapa bank memiliki kebijakan untuk menyediakan jaminan berupa aset. Permasalahannya adalah tidak semua pelaku UMKM mampu menyediakan persyaratan tersebut dan keterbatasan keberadaan kantor cabang bank yang belum merata bagi pelaku UMKM ke seluruh wilayah di Indonesia. Salah satu akses pembiayaan yang dapat dimanfaatkan pelaku UMKM untuk menjembatani modal usahanya adalah fintech lending. Data dari PwC menunjukkan bahwa penyaluran pinjaman melalui fintech lending sepanjang 2016-2018 tumbuh hingga 793%, bukan berarti Fintech tidak memiliki risiko. Salah satu model fintech yang dapat dimanfaatkan UMKM adalah Security Crowdfunding (SCF). Kickstarter merupakan salah satu crowdfunding yang membiayai berbagai karya-karya inovatif dari belahan dunia. SCF merupakan metode pengumpulan dana dengan skema patungan yang dilakukan oleh pemilik bisnis atau usaha untuk memulai atau mengembangkan bisnisnya. Nantinya investor bisa membeli dan mendapatkan kepemilikan melalui Saham, surat bukti kepemilikan utang (Obligasi), atau surat tanda kepemilikan bersama (Sukuk). Saham dari usaha tersebut diperoleh dengan persentase terhadap nilai besaran kontribusinya. Indonesia dapat memanfaatkan platform ini untuk menyediakan pembiayaan bagi Usahanya. Metode crowdfunding ini bukan membeli kepemilikan dari UMKM, namun

para funder mendapat imbal balik berupa produk special dari UMKM. Modal social dan nilai gotong royong yang kuat menjadi modal utama dalam mengembangkan platform ini. Di Indonesia banyak orang baik dan merasa perlu difasilitasi agar mampu berkontribusi, khususnya kepada UMKM.

Dengan berkembangnya fintech platform SCF, berpengaruh terhadap pengetahuan seseorang terkait keuangan. Karena dengan pengetahuan seseorang yang baik terkait keuangan, seseorang itu akan memiliki pemahaman tentang manfaat, resiko dan biaya atas produk dan layanan jasa keuangan yang dimilikinya serta hak dan kewajiban sebagai pelaku Usaha. Hal tersebut berkaitan dengan literasi keuangan. Literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai kemampuan membaca, menganalisis, mengatur, dan mengomunikasikan tentang kondisi keuangan seseorang yang dapat memengaruhi kesejahteraan. Otoritas Jasa Keuangan mendefinisikan bahwa literasi keuangan merupakan proses peningkatan pengetahuan, keterampilan dan keyakinan seseorang agar dapat mengelola keuangannya dengan baik. Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik akan menentukan keputusan keuangannya dengan baik. Literasi keuangan sangat erat kaitannya dengan manajemen keuangan, karena dengan literasi keuangan seseorang bisa membedakan kebutuhan dan keinginan dan seseorang lebih bijak dalam memajemen keuangan tersebut. Literasi keuangan memberikan dampak baik dikarenakan literasi keuangan mempengaruhi gaya hidup seseorang menjadi tidak boros dan lebih selektif dalam pemilihan kebutuhan dan keinginan serta terhindar dari perilaku konsumtif. Dengan banyaknya fasilitas yang diberikan tidak menutup kemungkinan bahwa akses konsumsi sangat mudah. Pengukuran literasi keuangan sangat penting dilakukan untuk melihat seberapa tingkat pengetahuan seseorang. Literasi Keuangan dari masyarakat Indonesia dapat dikatakan masih jauh tertinggal dari Malaysia, Singapura, Filipina dan Thailand. Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) kedua yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2016 menunjukkan indeks literasi keuangan sebesar 29.66% dan indeks inklusi Keuangan sebesar 67.82%. angka tersebut meningkat dibanding hasil SNLIK pada 2013, yaitu indeks literasi keuangan 21.84% dan indeks inklusi keuangan 59.74%. dengan demikian telah terjadi peningkatan pemahaman keuangan (well literate) dari 21.84% menjadi 29.66% serta peningkatan akses terhadap produk dan layanan jasa keuangan (inklusi keuangan) dari 59.74% menjadi 67.82%. sehingga mereka dapat mengelola keuangan mereka dengan baik pula. Literasi keuangan mereka dengan baik pula. Literasi keuangan erat kaitannya dengan manajemen keuangan. Manajemen Keuangan yang meliputi aktivitas perencanaan, pengelolaan dan pengendalian keuangan sangatlah penting untuk mencapai kesejahteraan financial.

Perceived usefulness (persepsi kegunaan) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Perceived usefulness berhubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan internet banking, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Heny Kurnianingsih (2020). Untuk Layanan Crowdfunding diberikan untuk mendukung UMKM yang membutuhkan modal usaha. Kemanfaatan yang diberikan untuk pelaku UMKM dari crowdfunding merupakan manfaat penggunaan suatu layanan jasa keuangan. Pelaku UMKM akan merasakan dapat meningkatkan produktivitas dari pemanfaatan layanan crowdfunding tersebut. Dari kemanfaatan yang diperoleh maka tingkat keminatan pelaku UMKM menggunakan crowdfunding akan tinggi. Hal ini didasarkan karena pelaku UMKM mengerti dan mengetahui manfaat dari crowdfunding. Dan juga kesadaran pelaku UMKM akan terlihat karena merasakan manfaat dari crowdfunding tersebut dengan sentuhan kemudahan layanan jasa keuangan yang sangat membantu permodalan

UMKM dengan mengedepankan efektivitas usahanya. Perceived of use (persepsi kemudahan) merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam menggunakan Fintech dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Berbicara Platform Crowdfunding, tentu kita bicara teknologi. Teknologi pada layanan crowdfunding menawarkan kemudahan yang bermanfaat bagi pelaku UMKM untuk memberi modal usaha. Factor lain selain kecepatan dan kemudahan yang merupakan komoditi utama crowdfunding, factor keamanan diperlukan untuk menimbulkan bahkan meningkatkan kepercayaan pelaku UMKM dan menjadi semacam kemungkinan untuk mewujudkan UMKM yang lebih maju

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis riset eksplanatori karena ingin menjelaskan hubungan sebab akibat yang terjadi antar variable-variabel yang ada dengan melakukan pengujian hipotesis. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Prosesnya berawal dari teori, selanjutnya diturunkan menjadi hipotesis riset yang disertai pengukuran dan operasional konsep, kemudian generalisasi empiris yang bersandar pada statistic, sehingga dapat disimpulkan sebagai temuan riset.

Penelitian berlokasi di UMKM di Kota Malang. Adapun alasan dipilihnya Kota Malang sebagai lokasi penelitian karena kota Malang merupakan kota pendidikan tetapi juga berkembang di bidang UMKM nya.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah UMKM Kota Malang Adapun tehnik penarikan sampel yang digunakan adalah tehnik Purposive Sampling dimana sampel dipilih diantara populasi sesuai dengan yang dikehendaki peneliti.

Tehnik analisis data yang digunakan dalam riset ini meliputi analisis data dengan statistic deskriptif. analisis deskriptif merupakan analisis data yang berupa identitas responden dan proses pengambilan keputusan. analisis ini dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama, kemudian dipresentasikan berdasarkan jumlah responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis dan Interpretasi

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dalam memperitungkan uji validitas dan reliabilitas pada masing-masing variable peneliti menghitung dengan menggunakan IBM SPSS 26. Berikut Hasil pengujian akan dijabarkan:

Hasil Uji Validitas

Validitas merupakan suatu alat ukur dimana dalam melakukan pengukuran dengan tepat dan cermat. Pengujian dengan menggunakan kolerasi produk momen memiliki syarat minimum pada suatu penelitian dengan tehnik uji validitas bisa dianggap memenuhi syarat atau dikatakan valid jika $r > 0.03$. Jika terdapat kolerasi antra butir dengan skor total kurang dari 0.03 maka instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Jika $p > 0.05$ maka pernyataan tersebut dapat dikatakan memenuhi data yang valid dan apabila nilai $p < 0.05$ maka pernyataan tersebut dapat dikatakan data tidak validitas.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Koefisien Korelasi (r)	Probability (p)	Keterangan
1	Literasi Keuangan	X1.1	0.735	<0.001	Valid
		X1.2	0.349	<0.001	Valid
		X1.3	0.501	<0.001	Valid
		X1.4	0.540	<0.001	Valid
2	Perceived Usefulness	X2.1	0.661	<0.001	Valid
		X2.2	0.664	<0.001	Valid
		X2.3	0.461	<0.001	Valid
		X2.4	0.667	<0.001	Valid
		X2.5	0.451	<0.001	Valid
3	Perceived Ease Use	X3.1	0.629	<0.001	Valid
		X3.2	0.488	<0.001	Valid
		X3.3	0.554	<0.001	Valid
		X3.4	0.622	<0.001	Valid
4	Minat Penggunaan	Y1.1	0.610	<0.001	Valid
		Y1.2	0.591	<0.001	Valid
		Y1.3	0.588	<0.001	Valid

Sumber : Data diolah IBM SPSS

Pada table diatas dapat disimpulkan bahwa hasil dari semua variable memiliki $r > 0.03$ dan nila $p < 0.05$. Dengan hasil uji validitas ini peneliti menyimpulkan bahwa penelitian dari semua pernyataan variable dikatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui tingkat pengukuran instrument dengan hasil yang reliable atau terpecaya. Berikut hasil dari pengujian reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Keterangan
1	Literasi Keuangan	0.198	Reliabel
2	Perceived Usefulness	0.511	Reliabel
3	Perceived Ease of Use	0.308	Reliabel
4	Minat Penggunaan	0.456	Reliabel

Sumber : Data diolah IBM SPSS

Dari penjelasan table diatas hasil uji reliabilitas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan setiap masing-masing variable peneliti memiliki koefisien kendalan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan nilai dari koefisien kolerasi > 0.06 sehingga dapat dikatakan bahwa semua variable yang diteliti oleh peneliti reliable atau terpecaya.

Uji Normalitas

Tujuan menggunakan uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah dalam model regresi, untuk mengetahui apakah variable memiliki hasil yang normal dan untuk mengetahui dustribusi data dengan menggunakan uji statistic Kolmogrov Smirnov Test. Jika mempunyai nilai signifikan < 0.05 maka distribusi data tidak normal. Jika mempunyai nilai signifikan >0.05 maka distribusi data normal. Untuk penjabarannya akan dijelaskan pada table dibawah ini:

Tabel 3
Uji Normalitas

Test Statistic	Asymp. Sig (2-Tailed)
0.062	0.200

Sumber : Data diolah IBM SPSS

Berdasarkan hasil output dari table 4.10 diperoleh nilai signifikan sebesar 0.200. karena nilai signifikan menunjukkan lebih dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Dalam nilai R² dihasilkan suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi dan antar variable independen ada korelasi yang cukup tinggi dan tingkat tolerance dalam mengatur variabilitas variable sebesar >0.10 atau sama dengan nilai VIF < 10. Hasil uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan	0.797	1,254
Perceived Usefulness	0.797	1,255
Perceived Ease Of use	0.867	1,153

Sumber : Data diolah IBM SPSS

Berdasarkan table diatas diatas diperoleh nilai VIF yaitu literasi keuangan sebesar 1,254, perceived usefulness sebesar 1,255, perceived ease of use sebesar 1,153 6 dan nilai tersebut menunjukkan kurang dari 10 dan nilai tolerance masing-masing yaitu untuk literasi keuangan 0,797, perceived usefulness 0,797 dan perceived ease of use 0,867 lebih dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi pelanggaran asumsi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas menggunakan Park, uji park dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model penelitian yang diajukan mengalami heteroskedastisitas atau tidak. Dengan cara dilakukan regresi terhadap variable bebasnya.

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	P Vaku
Literasi Keuangan	0,510
Perceived Usefulness	0,096
Perceived Ease of Use	<0.001

Sumber : Data diolah IBM SPSS

Berdasarkan table diatas diperoleh nilai signifikan para variable literasi keuangan sebesar 0.510, variable perceived usefulness sebesar 0.096 dan variable perceived eas of use sebesar

Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variable independen yang diantaranya literasi keuangan, perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap variable minat penggunaan. Dengan menggunakan perhitungan statistic IBM SPSS 26 berikut penjelasannya pada table dibawah ini:

Tabel 6
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.861	2.145		1.799	.075
	X1	.080	.121	.063	.662	.510
	X2	.173	.103	.161	1.682	.096
	X3	.568	.118	.444	4.829	<.001

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : Data diolah IBM SPSS

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil table diatas adalah :
 $Y = 3,861 + 0.063X1 + 0.161X2 + 0.444 + e$

Persamaan regresi linear berganda pada table diatas dapat menginformasikan bahwa :

- α : 3.861
 Koefisien konstanta hasil refresi adalah 3.861 bernilai positif, hal ini menunjukkan minat penggunaan akan mengalami peningkatan apabila dipengaruhi oleh variable literasi keuangan, perceived usefulness dan perceived ease of use.
- β : 0.063 Koefisien literasi keuangan mempunyai nilai sebesar 0.063 menunjukkan bahwa variable literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa jika variable literasi keuangan mengalami peningkatan maka minat penggunaan juga akan mengalami peningkatan minat penggunaan sebesar 0.063 satuan dengan asumsi variable-variabel lainnya.
- β : 0.161 Koefisien perceived usefulness mempunyai nilai sebesar 0.161 menunjukkan bahwa variable perceived usefulness berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa jika variable perceived usefulness mengalami peningkatan maka minat penggunaan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.161 satuan dengan asumsi variable-variabel lainnya.
- β : 0.444 Koefisien perceived ase of use mempunyai nilai sebesar 0.444 menunjukkan bahwa variable perceived ease of use berpengaruh positif terhadap minat penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa jika variable perceived ease of use mengalami peningkatan maka minat penggunaan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.161 satuan dengan asumsi variable-variabel lainnya

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi menunjukkan seberapa besar pengaruh variable-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variable terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R Square

Tabel 7
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.544 ^a	.296	.274	2.001

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
b. Dependent Variable: Y1

Sumber : Data diolah IBM SPSS

Perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted R Square) yang diperoleh sebesar 0.296. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 29,6% variable minat penggunaan dapat dijelaskan oleh ketiga variable berupa literasi keuangan, perceived usefulness dan perceived ease of use. Sedangkan sisanya sebesar 70,4% dipengaruhi oleh variable lai yang tidak dijadikan penelitian oleh peneliti. Koefisien Determinasi (R) menunjukkan kolerasi antara variable independen yaitu literasi keuangan, perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap minat penggunaan dengan nilai positif 54,4% menunjukkan pengaruh yang sedang.

Uji t (Pengujian Hipotesis Secara Parsial)

Uji t (Parsial) digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh secara parsial dari semua variable bebas terhadap variable terikat, berikut akan dijelaskan pada table dibawah ini:

Tabel 7
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.861	2.145		1.799	.075
	X1	.080	.121	.063	.662	.510
	X2	.173	.103	.161	1.682	.096
	X3	.568	.118	.444	4.829	<.001

a. Dependent Variable: Y1

Sumber : Data diolah IBM SPSS

Berikut hasil pengujian Uji t (Parsial) :

- a. Hipotesis 1 Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable literasi keuangan dengan nilai t 0.662 dengan nilai signifikan 0.510 > 0.05. Dengan nilai signifikansi diatas 0.05 menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan. Responden dari penelitian ini memiliki pengetahuan tentang keungan dan sepakat jika modal usaha berupa layanan crowdfunding sebagai pinjaman. Hal ini menunjukkan hipotesis t ditolak, literasi keuangan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan platform crowdfunding.
- b. Hipotesis 2 Perceived Usefulness tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable perceived usefulness dengan nilai t 01.682 dengan nilai signifikan 0.096 > 0.05. Dengan nilai signifikansi diatas 0.05 menunjukkan bahwa perceived usefulness tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan. Dari beberapa pernyataan responden menganggap bahwa layanan modal usaha seperti crowdfounng dapat meningkatkan keuntungan dalam transaksi pinjaman sehingga bisa meningkatkan efektifitas

usahanya. Hal ini menunjukkan hipotesis t ditolak, perceived usefulness memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan platform crowdfunding.

- c. Hipotesis 3 Perceived Ease Of Use berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable perceived ease of use dengan nilai t 4.829 dengan nilai signifikan $0.001 < 0.05$. Dengan nilai signifikansi diatas 0.05 menunjukkan bahwa perceived ease of use memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan. Responden dari penelitian ini merasakan kesulitan dalam memahami layanan modal usaha seperti crowdfunding. Karena menurut responden layanan modal usaha banyak dilakukan secara online. Hal ini menunjukkan hipotesis t

Hubungan antar variabel

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Platform Crowdfunding

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan platform crowdfunding, yang artinya tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh UMKM Kota Malang menyebabkan kurangnya minat penggunaan platform crowdfunding. Pada penelitian ini tingkat literasi tentang keuangan banyak dimiliki oleh laki-laki. Sebagaimana penelitian nasional terkait inklusi keuangan di Indonesia banyak dimiliki oleh laki-laki, begitu pula dengan hasil penelitian dari peneliti. Seseorang dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi berpotensi memberikan nilai produktivitas yang tinggi terhadap obyek yang dipersepsikannya. Bagi seseorang yang memiliki pengetahuan, keyakinan dan keterampilan yang tinggi menjadikan mereka memiliki kemampuan dalam mengelola keuangannya dengan lebih baik. Hal ini sejalan dengan penelitian Anisyati dan Rizal Yahya (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif akan tetapi tidak signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit syariah. Namun tidak mendukung penelitian Poeti Surya Adhelia dan Hendratno (2020) yang menyimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka semakin tinggi pula minat menggunakan suatu produk / layanan jasa.

Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Minat Menggunakan Platform Crowdfunding

Sejalan dengan analisis yang telah dilakukan, maka dapat dinyatakan bahwa perceived usefulness memberikan pengaruh yang positif akan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan platform crowdfunding, yang artinya semakin baiknya perceived usefulness UMKM Kota Malang terhadap layanan platform crowdfunding akan membuat UMKM Kota Malang kurang memiliki keinginan yang tinggi dalam menggunakan layanan platform crowdfunding, sekalipun menggunakan modal usaha akan meningkatkan pemasukan usaha mereka. Menurut responden masih banyak cara lain yang efektifitas guna meningkatkan usaha mereka dari pinjaman modal usaha selain menggunakan layanan modal usaha seperti crowdfunding. Perceived usefulness terhadap minat penggunaan suatu layanan jasa dipengaruhi oleh beberapa unsure yaitu kecepatan dalam transaksi, peningkatan efektifitas dalam menggunakan suatu layanan jasa, keefesienan dalam layanan transaksi. Hal ini konsisten dengan penelitian Makrufah Hidayah Islamiah dkk (2020) yang menyimpulkan bahwa perceived usefulness berpengaruh positif akan tetapi tidak berpengaruh signifikan.

Pengaruh Perceived Ease of Use Terhadap Minat Menggunakan Platform Crowdfunding

Pada pengujian ini menunjukkan bahwa perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan platform crowdfunding sehingga semakin tinggi perceived ease of use dalam menggunakan suatu layanan jasa tersebut akan membuat mereka memiliki minat menggunakan platform crowdfunding. Jika UMKM Kota Malang mengetahui kemudahan dalam menggunakan layanan modal usaha seperti crowdfunding terlebih mudah dilakukan secara online maka akan mendorong minat mereka dalam menggunakan layanan modal usaha seperti crowdfunding. Usia dari Pelaku UMKM Kota Malang juga mempengaruhi kemudahan dalam menggunakan layanan jasa keuangan. Banyak dari UMKM Kota Malang memiliki usia di atas 40 tahun dan mereka merasa gaptek akan teknologi digital. Hasil penelitian ini sependapat dengan Davis (1989) yang menyatakan bahwa perceived ease of use sebuah teknologi dan seseorang tersebut percaya bahwa system layanan dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Perceived ease of use terhadap suatu produk atau layanan jasa dipengaruhi oleh beberapa unsure yaitu system mudah, penggunaan yang praktis, system yang mudah digunakan, system yang mudah dijangkau. Dengan adanya kemudajan ini, dipastikan akan membuat UMKM Kota Malang minat dalam menggunakan platform crowdfunding. Sejalan dengan penelitian Rajendra dan Ni Putu yang dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Perceived Ease of Use memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Internet Banking.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan platform crowdfunding
2. Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan platform crowdfunding
3. Perceived Usefulness berpengaruh Positif terhadap minat menggunakan platform crowdfunding
4. Perceived Usefulness tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan platform crowdfunding
5. Perceived Ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan platform crowdfunding

DAFTAR PUSTAKA

- Asniyati, R. Y. (2020). Analisis Pengaruh Financial Literacy, Religiusitas, Mental Accounting, dan Norma Subyektif Terhadap Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 4 No. 2, Hlm: 1-14, Desember 2020 , 4, 1 14.
- Adhelia, P. S. S., & Hendratno, H. (2021). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Chip (studi Kasus Pada Masyarakat Usia Produktif Di Provinsi Dki Jakarta). *eProceedings of Management*, 7(3).
- Apriliana, R. M. (2020). Peran Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Go-Pay: Perspektif Ekonomi Islam Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Bangkara, R. P., & Mimba, N. P. S. H. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi*, 16(3), 2408-2434.
- Islamiah, M. H., Purwanto, I., Gunawardana, K. T., & Arrosyad, E. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan E-Money Gopay di Jawa Tengah. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(2), 303-315.
- Kurnianingsih, H., & Maharani, T. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah.
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19-2
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *KEUNIS*, 8(1), 1-9.
- Pradita, L. A., & Munari, M. (2021). Pengaruh Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Subsidy Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Pada E-Commerce. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 10(1).
- Ramdani, D. Pengaruh Literasi Keuangan, Digital marketing, Brand Image dan Word of mouth Terhadap Minat Generasi Z pada Bank Syariah (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66-80