

# ANALISIS PENERAPAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI PURWOKERTO (STUDI KASUS DI HEJO BEVERAGE)

Dwi Ayu Setyoningrum<sup>1\*</sup>, Sukirman<sup>2</sup>, and Sania Ferika<sup>3</sup>

Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, Indonesia

Universitas Peradaban, Indonesia

Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, Indonesia

[dwiayusn4@gmail.com](mailto:dwiayusn4@gmail.com), [sukirmansukir224@gmail.id](mailto:sukirmansukir224@gmail.id), [sania.ferika@gmail.com](mailto:sania.ferika@gmail.com)

\*correspondence: [dwiayusn4@gmail.com](mailto:dwiayusn4@gmail.com)

DOI: <https://10.65669/esochum.v5i2.616>

## ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze how financial technology is implemented, the views of business managers, and the impact of financial technology on the financial statements of Hejo Beverage SMEs. This study used a qualitative method with a case study approach. Data collection methods included observation, in-depth interviews, and documentation. Research results show that the application of fintech at Hejo Beverage has been actively used since 2023. The types of fintechs applied by Hejo Beverage are Q-ris, Dana, OVO, Go-Pay, and M-banking. The reason for this application is the high consumer demand for digital payments. However, there are several obstacles in its implementation, such as signal interference, administrative fees on fintech platforms, funds that cannot be immediately disbursed, and limited access to transaction checks, which increases the risk of certain individuals committing fraud or deception. Business managers also believe that fintech can improve transaction and operational efficiency. Fintech also has a positive impact on record keeping and has the potential to increase revenue by providing consumers with ease of transaction.

**Keywords:** financial technology; transaction efficiency; MSEM's operations; MSEM's financial reports.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan *financial technology*, pandangan pengelola usaha serta dampak *financial technology* pada laporan keuangan UMKM Hejo Beverage. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa penerapan *fintech* di Hejo Beverage aktif digunakan sejak tahun 2023. Jenis *fintech* yang diterapkan oleh Hejo Beverage adalah *Q-ris*, Dana, *OVO*, *Go-Pay* dan *M-banking*. Alasan penerapan ini yakni karena tingginya permintaan konsumen terhadap pembayaran digital. Namun, dalam penerapannya terdapat beberapa kendala seperti gangguan sinyal, adanya biaya admin pada *platform fintech*, dana yang tidak bisa langsung dicairkan serta keterbatasan akses pengecekan atas transaksi yang meningkatkan risiko oknum tertentu melakukan rekayasa atau penipuan. Pengelola usaha juga menilai bahwa *fintech* dapat meningkatkan efisiensi transaksi dan operasional. *Fintech* juga memberi dampak positif terhadap pencatatan dan memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan dengan kemudahan transaksi yang diberikan kepada konsumen.

**Kata Kunci:** *financial technology*; efisiensi transaksi; operasional UMKM; laporan keuangan UMKM.

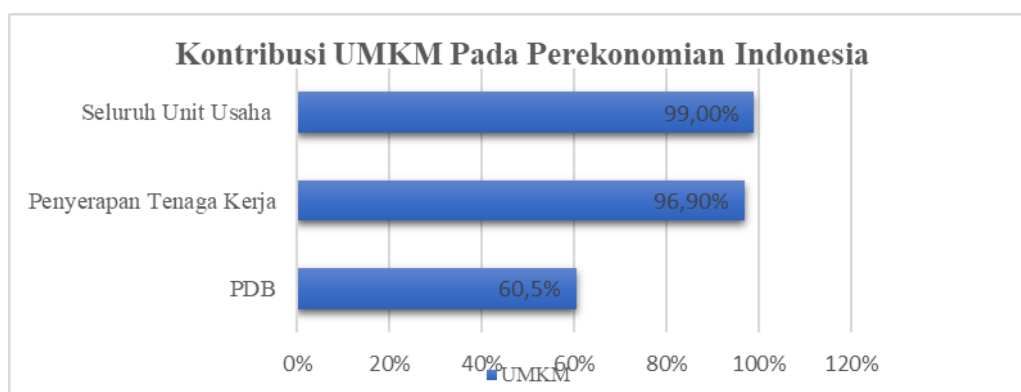
Setyoningrum, Dwi Ayu., Sukirman., and Ferika, Sania. (2026). Analisis Penerapan *Financial Technology* pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Purwokerto (Studi Kasus di Hejo Beverage). *Economics, Social and Humanities Journal (ESOCHUM)*. Vol. 5 No. (2), 77-93.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memberikan banyak pembaharuan yang terjadi, termasuk dalam sektor bisnis yaitu pada sisi keuangannya, seperti adanya peralihan proses transaksi dari tunai ke digital, tercermin dari adanya *Financial Technology (fintech)*. Menurut Yasin (2024), *fintech* merupakan salah satu inovasi teknologi yang berfokus pada penyediaan bidang layanan keuangan, salah satunya terkait dengan kemudahan akses transaksi pembayaran secara digital. Adanya manfaat dari *fintech* tersebut tentu memberi dampak tersendiri bagi pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, seperti pada usaha yang umum dijumpai yaitu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Sesuai dengan data dari *ASEAN Investment Report 2022* dalam (Kemenkeu RI, 2024) mencatat bahwa terdapat sekitar 65 juta UMKM yang berada di Indonesia.

Pemanfaatan teknologi keuangan oleh UMKM merupakan upaya strategis dalam meningkatkan efisiensi usaha, memperkuat daya saing pada era digital serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal tersebut, turut mendorong terbentuknya usaha yang responsif dan adaptif terhadap kemajuan teknologi. Oleh karena itu, pemahaman mengenai karakteristik dan kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional menjadi hal yang perlu dikaji secara komprehensif (Morisson & Fikri, 2025).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebuah usaha yang dapat dilakukan baik secara perseorangan atau kelompok dengan beberapa kriteria tertentu untuk mengklasifikasikan antara satu usaha dengan usaha lainnya. Saat ini, UMKM dapat dikatakan sebagai fondasi perekonomian Indonesia karena dinilai dapat mendorong bangkitnya sektor ekonomi dengan kontribusi yang diberikan (Hidayat, 2024). Hal tersebut juga didukung oleh pernyataan Anastasya (2023), bahwa nilai ekonomi yang dihasilkan oleh UMKM sangat mendukung perekonomian nasional.



Gambar 1. Kontribusi UMKM Pada Perekonomian Indonesia

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) dalam Ariyanti (2023), diketahui bahwa UMKM merupakan kegiatan ekonomi yang memiliki peran krusial bagi perekonomian Indonesia. UMKM telah memberikan kontribusi sebesar 99% dari seluruh unit usaha dan memberikan kontribusi sebesar 60,5% terhadap *Produk Domestik Bruto* (PDB) serta mampu menyerap 96,9% tenaga kerja. Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki potensi yang sangat baik terhadap perekonomian negara kedepannya. Diperlukan adanya sinergi antara teknologi dan UMKM dengan potensi yang dimiliki untuk memberikan kemajuan bagi negara, khususnya pada pertumbuhan ekonomi. Hal ini, dapat diwujudkan dengan adanya penerapan *fintech* pada usaha UMKM.

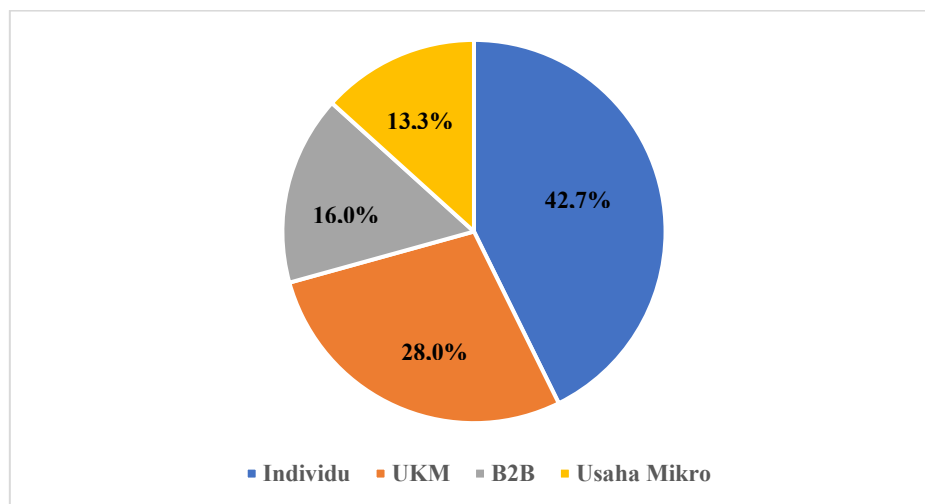
Menurut Gunibala (2025), peran *fintech* dalam perkembangan UMKM dapat dikatakan sangat krusial dan multifungsi. *Fintech* dapat menjadi solusi dari kendala yang dihadapi oleh UMKM guna meningkatkan kualitas usaha serta mempertahankan usahanya. Salah satu, kendalanya seringkali pada pengelolaan keuangan dan *fintech* hadir dengan menawarkan inovasi yang dapat mempermudah proses transaksi dan pengelolaan keuangan. Ketersediaan layanan transaksi digital memungkinkan pelaku usaha dapat melakukan transaksi dengan cepat, aman tanpa menerima uang tunai secara langsung yang juga dapat meminimalisir adanya salah hitung atau *human error* saat proses transaksi.

Namun, permasalahan terkait penerapan *fintech* pada UMKM di Indonesia cukup beragam. Salah satu yang menonjol adalah rendahnya literasi digital bagi pelaku UMKM. Khususnya pada usaha yang pemiliknya merupakan orang tua atau usaha tersebut berdiri di daerah terpencil, yang juga sulit memperoleh akses internet. Banyak dari mereka yang tidak memahami tata cara penggunaan sistem pembayaran digital, sehingga mereka kurang berminat dan tidak optimal dalam menerapkan *fintech* pada usahanya.

Meskipun *fintech* dinilai dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan efisiensi operasional UMKM, terdapat beberapa masalah lain terkait dengan penerapan *financial technology* pada UMKM. Seperti, rendahnya tingkat literasi keuangan digital, kurangnya integrasi sistem teknologi dengan sistem keuangan yang menghambat pengelolaan arus kas serta adanya biaya admin pada *platform fintech* tertentu yang turut menjadi penghambat utama penerapan *fintech* pada UMKM. Berdasarkan data pada (Asosiasi

Setyoningrum, Dwi Ayu., Sukirman., and Ferika, Sania. (2026). Analisis Penerapan *Financial Technology* pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Purwokerto (Studi Kasus di Hejo Beverage). *Economics, Social and Humanities Journal (ESOCHUM)*. Vol. 5 No. (2), 77-93.

Fintech Indonesia (AFTECH, 2023) diketahui bahwa penerapan *fintech* pada UMKM masih belum merata.



Gambar 2. Survei Pengguna Layanan *Fintech*

Dapat Dilihat dari gambar di atas bahwa penggunaan layanan *fintech* untuk Usaha Kecil dan Menengah sebesar 28,0% sedangkan untuk Usaha Mikro hanya sebesar 13,3% serta 16% untuk *Bussiness to Bussines* (B2B) yakni transaksi suatu bisnis dengan bisnis lainnya, seperti pemasok dengan produsen dan 42,7% untuk penggunaan individu. Hal tersebut menggambarkan bahwa beberapa pelaku usaha sudah memahami tentang peran *fintech* untuk membantu UMKM dan dampaknya bagi sebuah usaha. Akan tetapi, pada kenyataannya masih banyak UMKM yang belum mengadopsi *fintech* dengan berbagai alasan tertentu (Akbar et al. 2024).

Meskipun demikian, adanya *fintech* dapat meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan, karena saat pembeli melakukan pembayaran digital atau non tunai, penjual akan memperoleh laporan dana masuk secara langsung tanpa harus mencatat secara manual dalam buku. Penggunaan *fintech* dapat dikatakan memiliki peran vital dalam menyederhanakan proses pencatatan, mengurangi beban dan biaya administrasi karna semua tercatat dengan sistem serta meningkatkan keandalan laporan keuangan yang dihasilkan (Haidah et al. 2025).

Salah satu bisnis yang menerapkan *fintech* pada usahanya adalah Hejo Beverage. Hejo Beverage merupakan UMKM yang berdiri sejak tahun 2012 dan sudah beroperasi selama lebih dari dua belas tahun. Hejo Beverage terletak di Kawasan Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto (UNSOED) di Jalan Cenderawasih, gang Gunung Muria yang berfokus pada penjualan buah dan minuman sehat. Selain itu, Hejo Beverage juga menjual berbagai jenis makanan & minuman lainnya.

Dilihat dari penghasilan yang diperoleh per tahunnya, berdasarkan PP UMKM No. 7 Tahun 2021 tentang klasifikasi kategori UMKM, Hejo Beverage termasuk pada kategori UMKM mikro, dengan penghasilan kurang dari 1 Miliar per tahun. Namun, meski sebagai UMKM Mikro, Hejo Beverage memiliki reputasi yang baik, dapat dibuktikan pada saat Hejo Beverage menghentikan operasionalnya selama empat tahun terhitung dari tahun 2020 yang disebabkan oleh covid, dan ketika beroperasi kembali pada tahun 2024, tingkat antusiasme dari pelanggan masih sangat tinggi. Hejo Beverage juga merupakan UMKM yang adaptif terhadap perkembangan zaman dan memanfaatkan adanya kemajuan teknologi, yaitu dengan menerapkan *fintech* dalam usahanya.

Menurut Fajar & Larasati (2021), penerapan *fintech* pada UMKM merupakan salah satu bentuk digitalisasi pada sektor bisnis. Hadirnya *fintech* dalam UMKM diharapkan mampu mendorong pelaku usaha berinovasi khususnya pada layanan keuangan dengan kemudahan yang ditawarkan untuk perkembangan dan keberlanjutan usaha UMKM di masa depan (Ridwan, 2020). Hal tersebut, didukung oleh pernyataan Istuk (2023), adanya *fintech* membuat proses pembiayaan lebih efisien, sehingga dapat menurunkan biaya. *fintech* juga membantu pengelolaan keuangan UMKM dan mempermudah pemantauan arus kas secara *real-time*.

Secara keseluruhan, penerapan *fintech* pada UMKM memberikan dampak yang signifikan seperti meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi adanya kesalahan manusia (Putri et al. 2024). Sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 dalam (Bank Indonesia, 2017) penerapan *financial technology* dianggap penting khususnya bagi UMKM karena mampu memperluas akses keuangan, meningkatkan efisiensi transaksi, serta mendukung pertumbuhan ekonomi nasional yang inklusif.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Marsally et al. (2024), dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki pemahaman yang baik tentang *fintech* sebagai inovasi teknologi di bidang keuangan yang dapat membantu efisiensi operasional bagi UMKM. Namun, pada penelitian Nurjanah, Shafrani, dan Mahmudati (2017), memperoleh hasil bahwa pelaku UMKM di Purwasera Purwokerto 85% mengatakan bahwa penggunaan *fintech* berupa *QRIS* memiliki dampak besar terhadap penjualan, dan 15% mengatakan bahwa tidak begitu berdampak terhadap penjualan. Selain itu, terdapat hambatan dalam penerapannya, seperti adanya

**Setyoningrum, Dwi Ayu., Sukirman., and Ferika, Sania.** (2026). Analisis Penerapan *Financial Technology* pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Purwokerto (Studi Kasus di Hejo Beverage). *Economics, Social and Humanities Journal (ESOCHUM)*. Vol. 5 No. (2), 77-93.

penyanggaan data (*buffering*) dan pencairan dari *QRIS* yang memerlukan waktu sehari setelah transaksi dilakukan. Kemudian pada hasil penelitian Susilowati et al. (2023) ditemukan bahwa banyak pelaku UMKM di Ngadiluwuh, Kediri yang belum memahami terkait penerapan *financial technology* untuk usahanya.

Maka dari itu, Penelitian ini berfokus untuk membahas lebih dalam mengenai penerapan *financial technology* pada UMKM di Purwokerto baik pada operasional usaha, arus kas (*cash flow*) laporan keuangan dan pandangan pengelola usaha terhadap penerapan tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah studi kasus di UMKM Hejo Beverage yakni agar peneliti dapat menelaah penerapan *fintech* di Hejo Beverage secara komprehensif. Pendekatan studi kasus dipilih untuk lebih memfokuskan penelitian pada objek tertentu sehingga temuan yang diperoleh dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi oleh pihak-pihak yang terkait.

Berdasarkan *gap*, fenomena dan permasalahan yang sudah dijelaskan. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk menggali lebih dalam informasi tentang penerapan *financial technology* pada usaha UMKM serta dampaknya pada laporan keuangan. Kemudian diberi judul “Analisis Penerapan *Financial Technology* Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Purwokerto (Studi Kasus Di Hejo Beverage)”.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2018), penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru atau metode *postpositivist*, karena berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*. Metode ini dikenal sebagai metode *artistik*, sebab dalam proses penelitiannya lebih bersifat seni atau kurang terpol. Metode penelitian ini juga dapat disebut sebagai metode *interpretive*, karena dari hasil penelitiannya lebih berkaitan dengan interpretasi atas data yang diperoleh. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan studi kasus. Menurut Assyakurrohim et al. (2023) pendekatan studi kasus digunakan untuk menganalisis suatu fenomena tertentu serta untuk menghimpun informasi yang terperinci dan mendalam dengan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu UMKM di kota Purwokerto yaitu pada Hejo Beverage dan berlangsung dari bulan Desember 2025 hingga Januari 2026. Selama periode tersebut, peneliti melakukan pengumpulan data yang kemudian dianalisis untuk memperoleh hasil sesuai dengan tujuan penelitian. Sumber data yang digunakan adalah data primer berupa hasil wawancara dan observasi langsung ke objek penelitian dan data sekunder yang berasal dari studi pustaka dan dokumen tertentu dari objek penelitian. Penelitian ini juga menggunakan teori *technology acceptance model* (TAM) dan *theory of planned behavior* (TPB) untuk membantu proses analisis data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Hasil*

#### *Deskripsi objek penelitian*

Hejo Beverage adalah UMKM yang berlokasi di Jl. Cenderawasih No. 31, Rt.01/Rw.08, Dukuhbandong, Grendeng. Kec. Purwokerto Utara. Hejo Beverage berada di Kawasan Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto (UNSOED). Hejo Beverage beroperasi setiap hari, mulai pukul 09.00 WIB sampai 22.00 WIB. Hejo Beverage merupakan UMKM yang berfokus pada penjualan makanan dan minuman sehat yakni olahan dari buah seperti jus buah, buah potong dan salad buah. Namun, Hejo Beverage juga menyediakan berbagai variasi menu lain nya seperti nasi goreng, nasi *chicken katsu* dan pempek.

Dalam operasionalnya, Hejo Beverage melayani pembelian dengan transaksi tunai dan non-tunai. Hejo Beverage, mulai memanfaatkan teknologi atau *financial technology* dalam bentuk pembayaran digital mulai dari tahun 2023. Hal ini, merupakan salah satu respon Hejo Beverage dalam menanggapi banyaknya permintaan dan saran dari para konsumen.

#### *Deskripsi hasil penelitian*

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan *fintech* telah berjalan sejak tahun 2023 dan aktif menggunakan pembayaran digital sebagai salah satu alat transaksi seperti *Qris*, Dana, *OVO*, *Go-Pay* dan *M-Banking*. Sementara ini, Hejo Beverage hanya memanfaatkan jenis *fintech* tersebut karena kurangnya pemahaman pelaku usaha terhadap jenis-jenis yang lainnya Penerapan *fintech*, utamanya didorong oleh tingginya permintaan konsumen untuk menyediakan alternatif transaksi yakni melalui digital.

Selain itu, pelaku usaha juga merasa bahwa transaksi non-tunai (*cashless*)

**Setyoningrum, Dwi Ayu., Sukirman., and Ferika, Sania.** (2026). Analisis Penerapan *Financial Technology* pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Purwokerto (Studi Kasus di Hejo Beverage). *Economics, Social and Humanities Journal (ESOCHUM)*. Vol. 5 No. (2), 77-93.

memberikan efisiensi pada kegiatan usahanya seperti pada proses pembayaran yang lebih cepat dan pencatatan keuangan yang lebih terstruktur. Meskipun, dalam penerapannya terdapat beberapa kendala seperti adanya beban biaya admin, keterbatasan waktu pencairan saldo yakni H+1 setelah transaksi terjadi, ketidakstabilan jaringan internet serta adanya risiko manipulasi transaksi yang mungkin dihadapi oleh pelaku usaha.

Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penerapan *fintech* di Hejo Beverage memberi dampak positif pada pendapatan, pengelolaan dan pencatatan laporan keuangan. Dilihat dari pendapatan pada periode Desember 2025, transaksi digital telah mendominasi arus kas masuk jika dibandingkan dengan transaksi tunai. Meskipun pada minggu keempat terjadi penurunan arus kas masuk dan didominasi oleh transaksi tunai yang disebabkan oleh tibanya masa libur semester bagi perkuliahan khususnya pada mahasiswa Unsoed yang merupakan segmentasi pasar terbesar. Selain itu, pada proses pencatatan keuangan juga menjadi lebih mudah karena riwayat transaksi sudah tersimpan otomatis pada database *fintech* sehingga informasi yang didapatkan menjadi lebih akurat, terstruktur dan mengurangi adanya *human error*. Pelaku usaha juga menggunakan aplikasi keuangan untuk meningkatkan efisiensi dan keakuratan laporan keuangan.

### ***Pembahasan***

#### ***Financial technology yang diterapkan oleh UMKM Hejo beverage***

Menurut Azis et al. (2025), *financial Technology* merupakan inovasi teknologi sebagai bentuk integrasi antara sistem teknologi dan layanan keuangan yang menawarkan berbagai manfaat seperti efisiensi dalam proses transaksi. Penerapan ini juga dapat mengoptimalkan pembukuan nya menjadi lebih mudah dan praktis. *Fintech* sendiri memiliki beberapa jenis layanan yang dapat diterapkan pada UMKM, di antaranya yakni pembayaran digital, *peer-to-peer lending* (P2P), *payment gateway* dan *crowdfunding*. Namun, Hejo Beverage saat ini hanya menerapkan *fintech* dengan jenis pembayaran digital berupa *e-wallet* yakni:

#### ***Quick response code Indonesian standard (QRIS)***

*QRIS* Merupakan standar kode QR nasional yang menyediakan akses pembayaran secara digital melalui aplikasi uang elektronik *server based*, *e-wallet*, dan *mobile banking*. *QRIS* merupakan terobosan Bank Indonesia (BI) bersama Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) untuk merealisasi adanya sistem pembayaran

yang efisien dan mudah diawasi oleh satu pintu regulator. Hal ini juga memudahkan Hejo Beverage sebagai UMKM untuk menerapkan *QRIS* karena, hanya perlu menyediakan satu kode QR saja untuk semua aplikasi pembayaran seperti *e-wallet* dan mobile banking (*QRIS*, 2021).

### **Dana**

Dana merupakan salah satu jenis dompet digital atau *e-wallet*, yang secara fungsi serupa dengan dompet pada umumnya, yakni menyimpan data dan alat pembayaran. Namun, Dana memungkinkan untuk melakukan pembayaran secara digital atau tanpa menggunakan uang fisik atau *cashless*. Sama seperti *QRIS*, Dana telah terdaftar sebagai *platform* resmi yang berada di bawah pengawasan Bank Indonesia. Saat ini, Dana dapat dikatakan sebagai aplikasi *e-wallet* terfavorit di Indonesia. Hal ini, membuat UMKM seperti Hejo Beverage turut menerapkan Dana guna mengoptimalkan proses transaksi yang dilakukan (Dana, 2025).

### **OVO**

*OVO* adalah salah satu aplikasi mobile payment yang memfasilitasi layanan pembayaran atau transaksi secara online. Di Indonesia, *OVO* rilis pada bulan maret tahun 2017 dan merupakan perusahaan dari Lippo Group di bawah arahan dan pengawasan PT Visionet International. *OVO* merupakan *e-wallet* yang mengusung konsep *open system platform* yakni bersifat fleksibel dan mempermudah proses integrasi antar sistem. Hal ini, memungkinkan *OVO* untuk berkolaborasi dengan berbagai industri, termasuk UMKM. Oleh karena itu, Hejo Beverage menggunakan *OVO* sebagai salah satu platform untuk bertransaksi agar lebih aman, mudah dan praktis (Affandi et al. 2025).

### **GoPay**

Berdasarkan data dari *official website* (Gojek.com, 2023) *GoPay* termasuk dalam *e-money* atau uang elektronik yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran seperti fungsi uang pada umumnya. Pada tahun 2018, *GoPay* telah mengakuisisi tiga perusahaan *fintech* guna memperluas akses layanan ke berbagai *merchant*. Hal ini, dilakukan untuk meningkatkan efisiensi layanan keuangan, dimana *GoPay* juga memiliki tujuan untuk mempermudah masyarakat seperti UMKM untuk melakukan kegiatan usahanya. Oleh karena itu, Hejo Beverage mulai menerapkan *GoPay* dalam usahanya agar seluruh kegiatan transaksi dapat dilakukan dengan mudah.

Setyoningrum, Dwi Ayu., Sukirman., and Ferika, Sania. (2026). Analisis Penerapan *Financial Technology* pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Purwokerto (Studi Kasus di Hejo Beverage). *Economics, Social and Humanities Journal (ESOCHUM)*. Vol. 5 No. (2), 77-93.

### **Mobile banking**

*Mobile Banking* atau *M-banking* adalah layanan keuangan resmi yang disediakan oleh suatu bank untuk mempermudah nasabah dalam melakukan proses transaksi yang dapat dilakukan melalui *handphone* pribadi nya, yakni nasabah tidak perlu datang langsung ke bank jika akan melakukan transfer, pembayaran atau saat ingin memantau arus masuk dan keluar nya uang dalam tabungan. Saat ini, *M-banking* tidak hanya digunakan untuk pembelian dalam nominal besar tetapi juga pada pembelian nominal kecil seperti membeli makanan ringan atau jajan. Adanya faktor kemudahan yang ditawarkan oleh perbankan tersebut, membuat pelaku UMKM turut mendukung adopsi *M-banking* sebagai salah satu instrumen transaksi (Ibrahim et al. 2024). Seperti, Hejo Beverage yang juga mengadopsi *M-banking* sebagai salah satu alat transaksi, meskipun penggunaannya tidak terlalu sering jika dibandingkan dengan penggunaan *e-wallet*.

Berdasarkan hasil observasi penelitian menunjukkan bahwa dalam praktiknya Hejo Beverage masih terbatas hanya pada pemanfaatan layanan pembayaran digital. Hingga saat ini, Hejo Beverage masih belum memanfaatkan dan belum tertarik untuk menggunakan layanan *fintech* lainnya dikarenakan keterbatasan pemahaman pihak Hejo Beverage terhadap tata cara penggunaannya. Adapun alasan penerapan *fintech* di Hejo Beverage adalah adanya permintaan dari pihak konsumen untuk menyediakan metode pembayaran secara non-tunai. Berdasarkan temuan penelitian, mayoritas konsumen sudah terbiasa menggunakan *e-wallet* dalam melakukan transaksi sehari-hari karena dinilai lebih mudah dan meningkatkan efisiensi transaksi. Hal ini, membuat Hejo Beverage mulai menerapkan *fintech* untuk meningkatkan kenyamanan konsumen dan menjaga daya saing usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Menurut perspektif teori *Technology Acceptance Model* atau TAM menjelaskan bahwa penerapan teknologi ini berdasarkan persepsi pengelola Hejo Beverage terhadap manfaat yang ditawarkan oleh *fintech* ini mudah untuk digunakan dan dapat memberikan dampak positif untuk usaha yang dijalankan. Hal ini, sesuai dengan teori TAM bahwa suatu sistem teknologi dapat diterima oleh seseorang dipengaruhi oleh dua hal, yakni *perceived of usefulness* atau saat seseorang meyakini bahwa teknologi tersebut dapat memberikan manfaat dan mendorong perkembangan usahanya. Faktor kedua yakni *perceived ease of use* atau saat seseorang merasa bahwa teknologi ini tidak sulit untuk diterapkan (Perwitasari, 2022). Hal ini, sejalan dengan pernyataan keenam partisipan saat proses wawancara yang menyatakan bahwa mereka merasa mudah

dalam memahami tata cara penggunaan *fintech* serta adanya penerapan ini mempermudah mereka dalam melakukan pekerjaannya terutama pada aspek keuangannya (Bere et al. 2025).

Penelitian ini juga menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang membantu untuk menjelaskan terkait alasan seseorang yang dalam konteks ini adalah pelaku usaha pada keputusannya untuk memanfaatkan *financial technology*. TPB menunjukkan bahwa sebuah keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni niat, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Hejo Beverage memiliki niat untuk mengadopsi *fintech* karena melihat manfaat yang ditawarkan oleh *fintech* pada sebuah usaha (Widokarti et al. 2022).

Norma subjektif juga berperan disini, karena motivasi awal Hejo Beverage mulai menggunakan *fintech* yakni terdapat banyak permintaan dari konsumen untuk hal tersebut. Hal ini, membuat Hejo Beverage memiliki tuntutan dari lingkungan dan konsumen yang sudah terbiasa menggunakan pembayaran digital, sehingga merasa “harus” mengadopsi *fintech*. Terdapat pula persepsi kontrol perilaku yang dapat dilihat dari kemampuan pengelola usaha dalam menggunakan sistem pembayaran *digital*.

Temuan ini menunjukkan bahwa Hejo Beverage telah mengambil langkah awal dalam proses digitalisasi khususnya pada sistem pembayaran di UMKM untuk memberikan kemudahan transaksi dan pemenuhan kebutuhan dari konsumen sebagai bentuk pelayanan usaha. Hal ini, dapat dilihat sebagai bentuk adaptasi dan respon terhadap perkembangan zaman dan teknologi yang semakin pesat. Penerapan *fintech* di Hejo Beverage juga dapat dinilai sebagai salah satu upaya UMKM dalam mengembangkan usahanya sesuai dengan perubahan yang ada.

### ***Pandangan pengelola usaha terhadap penerapan fintech***

Pelaku usaha umumnya memandang *financial technology* (*fintech*) sebagai alternatif penunjang usaha mereka untuk berkembang dan mengikuti zaman. Pandangan tersebut didasari oleh persepsi pelaku usaha khususnya UMKM terhadap kemudahan dalam penggunaan dan manfaat yang diberikan memiliki kontribusi positif pada operasional UMKM. Sejalan dengan data dari *official website* (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2021) yang menyatakan bahwa kolaborasi antara *fintech* dan UMKM memiliki potensi yang menjadi solusi nyata guna mendukung percepatan pemulihan ekonomi nasional. *fintech* juga berperan secara signifikan dalam membantu digitalisasi UMKM.

**Setyoningrum, Dwi Ayu., Sukirman., and Ferika, Sania.** (2026). Analisis Penerapan *Financial Technology* pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Purwokerto (Studi Kasus di Hejo Beverage). *Economics, Social and Humanities Journal (ESOCHUM)*. Vol. 5 No. (2), 77-93.

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas partisipan menilai bahwa *fintech* memberikan kemudahan dan mempercepat proses transaksi. *Fintech* juga dinilai mampu meningkatkan efisiensi pekerjaan di Hejo Beverage khususnya pada bagian kasir yakni meminimalisir adanya *human error* seperti salah hitung atau pada saat pencatatan, yang juga berpengaruh pada operasional usaha. Hal ini, juga membuat pelayanan di Hejo Beverage semakin meningkat.

Hejo Beverage merupakan UMKM yang mengaplikasikan *financial technology*, hal ini dilakukan dengan harapan sistem teknologi tersebut dapat memberikan dampak positif bagi keberlanjutan Hejo Beverage. Pengelola Hejo Beverage melihat *fintech* sebagai terobosan baru yang dapat membantu nya dalam mengembangkan usaha. Secara teori, *fintech* memang memberikan kontribusi positif pada UMKM, salah satunya yakni menjadi daya tarik bagi konsumen khususnya anak muda atau gen-z yang seringkali lebih memilih *cashless*. *Fintech* juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memungkinkan pengelola usaha untuk menganalisis data nya untuk perencanaan strategi bisnis ke depan nya (Raharjo et al. 2022).

Penerapan *fintech* memiliki pandangan yang cukup positif, namun berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa kendala dalam penerapannya. Seperti adanya biaya admin pada *platform fintech*, proses pencairan yang dapat dilakukan pada H+1 setelah transaksi terjadi, gangguan sinyal yang tidak konsisten serta akses pengecekan transaksi yang hanya ada pada *handphone* pemilik yang tidak sewaktu-waktu ada di Hejo Beverage sehingga terdapat risiko tinggi oknum untuk merekayasa transaksi. Hal tersebut, juga dikarenakan pembayaran digital di Hejo Beverage hanya berupa kode *QR* yang dicetak dan masih manual, sehingga pihak Hejo Beverage terutama kasir tidak dapat langsung mengetahui berhasil atau tidaknya transaksi tersebut tanpa melihat laporan arus kas pada aplikasinya terlebih dahulu.



Gambar 3. *QRIS* BNI Hejo Beverage

Kode QR yang terdapat di Hejo Beverage seperti pada gambar diatas merupakan QRIS yang masih manual, dan Hejo Beverage saat ini masih belum menyediakan perangkat QRIS otomatis yang dapat memberikan notifikasi suara sebagai bentuk konfirmasi bahwa transaksi berhasil dilakukan secara real time. Kondisi tersebut turut menjadi kendala yang dihadapi oleh Hejo Beverage.

Harto et al. (2023) dalam bukunya juga menyatakan bahwa revolusi teknologi yang cepat dan konstan pasti memiliki beberapa risiko. Meskipun fintech dinilai potensial untuk mendorong perkembangan UMKM, risiko aspek keamanan tetap harus diwaspadai. Memastikan bahwa semua proses transaksi dilakukan sesuai dengan standar guna mencegah adanya masalah menjadi hal yang perlu diperhatikan. Hejo Beverage telah menyiapkan langkah antisipasi guna mencegah risiko yang mungkin terjadi.

Untuk mengatasi kendala tersebut, Hejo Beverage melakukan upaya pengendalian yang saat ini dapat dilakukan, yakni dengan mengambil foto bukti transaksi agar mempermudah pengecekan waktu pencatatan. Hejo Beverage menyadari bahwa langkah tersebut belum optimal untuk mencegah kemungkinan risiko yang muncul. Namun, Hejo Beverage menganggap bahwa setidaknya terdapat usaha yang dilakukan untuk menjaga keberlanjutan usahanya.

Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan *fintech* pada UMKM tidak hanya terkait keputusan pengelola usaha saja namun juga dipengaruhi oleh dukungan sarana prasarana yang memadai guna mencegah risiko-risiko yang terjadi akibat pemanfaatan sebuah teknologi. Dengan demikian, dukungan teknis menjadi faktor penting untuk meningkatkan efektivitas penerapan *fintech* pada UMKM.

### ***Dampak penerapan fintech pada Hejo beverage pada laporan keuangan***

*Financial technology (fintech)* pada UMKM dinilai dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan dengan pencatatannya dilakukan secara otomatis dan analisis arus kas dapat dilakukan secara *real time*. Penggunaan *fintech* dapat membuat pembayaran lebih efektif dan efisien dan menghasilkan *output* laporan keuangan yang lebih baik dan mudah untuk dipahami (Ramadhani et al. 2022).

Tabel 1. Rekap Keuangan Hejo Beverage (Tunai dan *Fintech*) Per Desember 2025

Minggu Ke-	Tunai	<i>Fintech</i>
Minggu ke-1	Rp 9.683.000	Rp 18.496.507
Minggu ke-2	Rp 7.019.000	Rp 14.583.507
Minggu ke-3	Rp 6.882.000	Rp 8.918.659

Setyoningrum, Dwi Ayu., Sukirman., and Ferika, Sania. (2026). Analisis Penerapan *Financial Technology* pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Purwokerto (Studi Kasus di Hejo Beverage). *Economics, Social and Humanities Journal (ESOCHUM)*. Vol. 5 No. (2), 77-93.

Minggu ke-4	Rp	5.470.000	Rp	4.674.595
<b>Rata-Rata Per Bulan</b>	<b>Rp</b>	<b>29.054.000</b>	<b>Rp</b>	<b>46.673.268</b>

Penerapan *fintech* pada Hejo Beverage memberikan dampak terhadap laporan keuangan, khususnya pada pencatatan keuangan dan pendapatan usaha. Berdasarkan tabel 4.1 diatas penggunaan metode pembayaran digital atau melalui *fintech* memiliki proporsi transaksi yang lebih tinggi dibandingkan transaksi tunai, yakni mencapai dua kali lipat lebih besar. Dari tabel diatas, juga diperoleh data bahwa pada minggu ke-3 dan 4 terjadi penurunan penjualan yang berpengaruh pada pendapatan tunai dan digital kurang lebih hingga 50% dari biasanya. Hal ini, disebabkan karena telah masuk masa libur semester sekolah dan perkuliahan khususnya bagi mahasiswa unsoed. Seperti yang diketahui, konsumen terbesar hejo adalah mahasiswa unsoed. Sehingga, arus kas masuk terutama secara digital atau dari *fintech* cenderung menurun dari minggu-minggu sebelumnya. Sesuai dengan data dari *official website* GoodStats yang menyatakan bahwa 58 persen anak muda lebih mengandalkan pembayaran digital untuk transaksi sehari-hari (Scuderia, 2024).

Temuan ini menunjukkan bahwa pembayaran digital mendorong peluang terjadinya transaksi dengan kemudahan yang ditawarkan. Hal ini, diperkuat oleh konsumen yang lebih memilih *cashless*. Adanya kemudahan dalam bertransaksi tersebut, meningkatkan potensi pada kenaikan pendapatan Hejo Beverage. Berdasarkan hasil penelitian, *fintech* juga dinilai membantu proses pencatatan keuangan Hejo Beverage. Transaksi yang berasal dari *fintech* tersebut langsung tersimpan dalam database pada platform *fintech*, hal ini tentu mempermudah bagian keuangan dalam mencatat transaksi perharinya. Pencatatan keuangan di Hejo Beverage semakin dipermudah dengan pemanfaatan aplikasi keuangan bernama “Catatan keuangan”.

Secara keseluruhan, penerapan *fintech* di UMKM Hejo Beverage memberikan dampak positif terhadap kualitas pengelolaan keuangan, termasuk pada potensi meningkatkan pendapatan. Hal ini, menunjukkan bahwa penerapan *fintech*, jika dimanfaatkan dengan baik maka akan menjadi salah satu faktor pendukung kemajuan sebuah UMKM.

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan penelitian diatas mengenai analisis penerapan *financial technology* pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Purwokerto (studi kasus di Hejo Beverage), dapat ditarik kesimpulan. Pertama, penerapan *financial technology* pada Hejo Beverage terhitung sudah 2 tahun-an sejak tahun 2023. Hejo beverage masih terbatas hanya menggunakan *fintech* berupa pembayaran digital seperti *QRIS*, Dana, *OVO*, *Go-Pay* dan *M-banking* untuk usahanya. Penerapan tersebut didasari oleh banyaknya permintaan dari konsumen terkait pembayaran secara digital. Penerapan ini menunjukkan adaptasi dan respon Hejo Beverage serta sebagai bentuk upaya mengembangkan usahanya sesuai dengan perubahan yang ada. Kedua, pandangan pengelola usaha terhadap *fintech* ini dinilai sebagai teknologi yang dapat mempercepat dan mempermudah pekerjaan dan operasional, *fintech* dapat memberikan efisiensi pekerjaan khususnya pada bagian kasir karena tidak perlu mencari uang kembalian dan mengurangi adanya *human error*. *Fintech* juga dinilai dapat mempermudah pencatatan keuangan yang dilakukan oleh bagian keuangan Hejo Beverage. Namun, dalam penerapannya terdapat beberapa kendala yakni gangguan sinyal, adanya biaya admin pada *platform fintech*, dana yang tidak bisa langsung dicairkan serta perangkat digital yang masih manual sehingga meningkatkan adanya risiko oknum yang merekayasa bukti transaksi. Hejo Beverage telah melakukan upaya pengendalian yakni dengan mengambil foto dari bukti transaksi guna mempermudah proses pengecekan. Ketiga, penerapan *fintech* pada laporan keuangan Hejo Beverage memiliki dampak positif. Khususnya pada pencatatan keuangan, riwayat transaksi yang tercatat secara real time mempermudah proses rekapitulasi pendapatan. Pencatatan keuangan Hejo Beverage juga menjadi lebih sistematis dengan penggunaan aplikasi “Catatan Keuangan” Penerapan *fintech* juga dinilai dapat memberikan peluang meningkatnya pendapatan dengan kemudahan transaksi yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, M. F., Nurrohman, M. F., & Wahjono, S. I. (2025). Analisis pengaruh fintech OVO terhadap kemudahan transaksi jual beli bagi UMKM di era digital. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2), 3514–3529.
- Anastasya, A. (2023). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) layanan UMKM*. Ukmindonesia.id. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm>.
- Ariyanti, L. (2023). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM. Direktorat Jenderal Perbendaharaan. <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/cirebon/id/data->

Setyoningrum, Dwi Ayu., Sukirman., and Ferika, Sania. (2026). Analisis Penerapan *Financial Technology* pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Purwokerto (Studi Kasus di Hejo Beverage). *Economics, Social and Humanities Journal (ESOCHUM)*. Vol. 5 No. (2), 77-93.

[publikasi/berita-terbaru/2852-kebijakan-pemerintah-dalam-pemberdayaan-umkm.html](https://publikasi/berita-terbaru/2852-kebijakan-pemerintah-dalam-pemberdayaan-umkm.html).

- Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH). (2023). *Annual Members Survey 2022/2023 Bahasa Indonesia*. [https://fintech.id//storage/files/shares/Annual Member Survey 2019/Report Aftech\\_INA.pdf](https://fintech.id//storage/files/shares/Annual_Member_Survey_2019/Report_Aftech_INA.pdf)
- Assyakurrohman, D., Ikhran, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W.. (2023). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1-9.
- Azis, S. A., Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2025). Pemanfaatan teknologi finansial (fintech) untuk meningkatkan inklusi keuangan pada UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 67-86.
- Bank Indonesia. (2017). *Peraturan Bank Indonesia No. 19/12/PBI/2017*. [https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Documents/PBI\\_191217.pdf](https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Documents/PBI_191217.pdf)
- Bere, T. A., Ndoen, W. M., Faah, Y. S., & Rozari, P. E. de. (2025). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Financial Technology Pada Pelaku Umkm Di Kelurahan Alak (Analysis of Factors Affecting the Use of Financial Technology in MSME Actors in Alak Village). *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 6(5), 1519-1529.
- Morisson, B., & Saiful Fikri, A. A. H. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 289–299. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v18i1.2215>
- DANA Indonesia. (2025). *Kenali Lebih Dalam Aplikasi DANA, Dari Mulai Fungsi, Fitur Hingga Manfaat*. <https://www.dana.id/blog/kenali-lebih-dalam-aplikasi-dana-dari-mulai-fungsi-fitur-hingga-manfaat/>
- 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>.
- Gojek Indonesia. (2023). *Apa Itu GoPay?*. <https://www.gojek.com/id-id/help/gopay/apa-itu-go-pay>
- Gunibala, Z. Y. (2025). Scoping Review : Efektivitas Penggunaan Fintech Terhadap Kinerja UMKM Indonesia. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 4(1), 1-12.
- Haidah, I. N., Herlina, E., & Halim, H. (2025). Penerapan Financial Technology ( FinTech ) dalam Optimalisasi Manajemen Keuangan UMKM di Kota Cirebon. *YUME : Journal of Management*, 8(2), 221–227.
- Harto, B., Rukmana, A. Y., & Subekti, R.. (2023). *Transformasi Bisnis Di Era Digital (Teknologi Informasi Dalam Mendukung Transformasi Bisnis Di Era Digital (Cetakan Pe)*. SONPEDIA Publishing Indonesia.
- Ibrahim, A., Maliki, M., Djamalu, F. E., & Pongoliu, Y. I.. (2024). Analisis Penggunaan Layanan Digital Mobile Banking BRI ( BRIImo ) Pada Sektor Usaha Mikro Kecil Dan Menengah ( UMKM ) Di Kota Gorontalo. *AMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 479-486.
- Istuk, I. (2023). *The role of digital financial services in bridging the SME financing gap*. <https://blogs.worldbank.org/en/psd/role-digital-financial-services-bridging-sme-financing-gap>.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2024). *Tujuh Tahun Mendukung Usaha Mikro Bertumbuh: Evaluasi dan Tantangan*. Kementerian Keuangan RI Ditjen Perbendaharaan BLU PUSAT Investasi Pemerintah.

<https://pip.kemenkeu.go.id/berita/142/tujuh-tahun-mendukung-usaha-mikro-bertumbuh-evaluasi-dan-tantangan>.

- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). *Pentingnya Kolaborasi Fintech dan UMKM dalam Mempercepat Pemulihan Ekonomi Nasional*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2922/pentingnya-kolaborasi-fintech-dan-umkm-dalam-mempercepat-pemulihan-ekonomi-nasional>.
- Marsally, S. V., Nugroho, H. F., Saputri, S. E., Tavania, R., & Saputro, R. F. (2024). Analisis Peluang dan Tantangan Penggunaan Financial Technology (Fintech) Pada UMKM di Kabupaten Banyumas. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 227–240.
- Perwitasari, A. W. (2022). *The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Easiness towards Behavioral Intention to Use Fintech by Indonesian MSMEs*. 23(March), 1–9. <https://doi.org/10.21512/tw.v23i1.7078>.
- Putri, W. A., Jamalus, J., & Rianto, J. (2024). The Impact of Financial Technology Small and Medium Enterprises : A Comparative Analysis. *EScience Humanity Journal*, 4(2), 514–521.
- QRIS Interactive. (2021). *Apa Itu QRIS dan Manfaatnya Bagi Pebisnis*. <https://qris.interactive.co.id>
- Raharjo, K., Dalimunte, N. D., Purnomo, N. A., Zen, M., Rachmi, T. N., Sunardi, N., & Zulfitra. (2022). Pemanfaatan Financial Technology Dalam Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 67–77..
- Ramadhani, M. N., Mawardi, M. C., & Sari, A. F. K. (2022). Pengaruh Fintech Akuntansi Digital Terhadap Pelaporan Umkm Di Kabupaten Malang. *E-JRA*, 11(04).
- Scuderia, A. M. (2024). *Preferensi Mobile Banking dan E-Wallet di Kalangan Generasi Muda*. <https://goodstats.id/article/preferensi-mobile-banking-dan-e-wallet-di-kalangan-generasi-muda-OrBZG>.
- Nurjanah, S., Shafrani, Y. S., Mahmudati, D. A., A. K. S. (2017). *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 1(2), 62–77. <https://doi.org/10.31227/osf.io/p8e5z>.
- Susilowati, E., Zulfa, B. M., Aprilia, W., & Asnaa, D. M. (2023). Peran financial technology pada umkm kacang telur susu di desa Rembang Ngadiluwih Kediri: Peningkatan literasi keuangan berbasis payment gateway. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 3(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30762/almuraqabah.v3i1.480>.
- Widokarti, J. R., Patiro, S. P. S., Tantri, S. N., & Budiyantri, H. (2022). MSMEs and fintech: A comparison of theory of trying and theory of planned behavior. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 467–485.