



**PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN APLIKASI KEUANGAN BERBASIS SELULER PADA UMKM DI KABUPATEN MOJOKERTO**

**Anzalna Rahma Rabulizat<sup>1</sup>, Nur Aini Anisa<sup>2</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda<sup>1,2</sup>

e-mail: [anzalnarahma7@gmail.com](mailto:anzalnarahma7@gmail.com)<sup>1</sup>, [nurainianisa.stiepemuda@gmail.com](mailto:nurainianisa.stiepemuda@gmail.com)<sup>2</sup>

Diterima: 12/05/2026; Direvisi: 02/06/2026; Diterbitkan: 10/06/2026

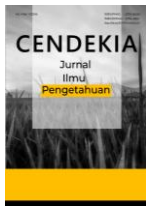
**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memanfaatkan aplikasi keuangan berbasis seluler dalam pengelolaan usaha. Namun, minat penggunaan aplikasi keuangan pada UMKM masih dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM di Kabupaten Mojokerto. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara online kepada pelaku UMKM. Sampel penelitian berjumlah 102 responden yang dipilih secara acak. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R Square). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler, sedangkan kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM. Selain itu, secara simultan persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler. Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan tingkat kepercayaan pengguna menjadi faktor utama dalam meningkatkan minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM di Kabupaten Mojokerto.

**Kata Kunci:** *Pengaruh Persepsi, Efektif, Aplikasi Keuangan Seluler.*

**ABSTRACT**

The development of information technology has encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to utilize mobile-based financial applications in managing their businesses. However, the interest in using financial applications among MSMEs is still influenced by several factors, such as perceived usefulness, ease of use, and user trust in the applications. This study aims to analyze the influence of perceived usefulness, ease of use, and trust on the intention to use mobile-based financial applications among MSMEs in Mojokerto Regency. The study employed a quantitative approach with data collected through online questionnaires distributed to MSME business owners. The research sample consisted of 102 respondents selected randomly. Data analysis was conducted using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and coefficient of determination (R Square). The findings revealed that perceived usefulness had a negative and significant effect on the intention to use mobile-based financial applications, while ease of use and trust had a positive and significant effect on the intention to use mobile-based financial applications among MSMEs. Furthermore, perceived usefulness, ease of use, and trust



simultaneously had a significant influence on the intention to use mobile-based financial applications. This study indicates that ease of use and user trust are the main factors in increasing the intention to use mobile-based financial applications among MSMEs in Mojokerto Regency.

**Keyword:** *Influence Of Perception, Effectiveness, Mobile Financial Applications.*

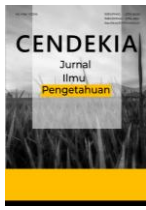
## PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis modern yang berkembang sangat pesat, perkembangan sistem dan teknologi informasi telah mengalami perubahan yang signifikan. Sistem Informasi Akuntansi (SIA) memegang peranan penting dalam pengelolaan dan pembiayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penerapan serta penggunaan SIA pada UMKM menjadi penting karena sistem informasi dapat digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan mendistribusikan informasi yang mendukung pengambilan keputusan usaha (Ma et al., 2021). Perkembangan strategi perusahaan di era digital menunjukkan bahwa pemanfaatan sistem informasi menjadi bagian penting dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi organisasi di tengah transformasi digital yang semakin kompleks (Menz et al., 2021). Menurut data Badan Pusat Statistik, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 64 juta unit atau sebesar 99,99% dari keseluruhan unit usaha di Indonesia (Santia, 2020). Hal tersebut menunjukkan bahwa UMKM merupakan salah satu sektor utama penggerak perekonomian nasional. Selain itu, perkembangan transformasi digital dalam sistem informasi akuntansi menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam cara organisasi mengelola data dan informasi keuangan secara lebih terintegrasi dan berbasis teknologi (Meraghni et al., 2021).

Meskipun memiliki peran yang besar dalam perekonomian, UMKM masih menghadapi berbagai kendala, salah satunya berkaitan dengan kemampuan memanfaatkan teknologi digital dalam pengelolaan usaha (Tandirerung & Mangesa, 2022). Sebagian pelaku UMKM masih belum menerapkan pencatatan keuangan secara optimal dan cenderung menggunakan pencatatan manual sederhana dalam kegiatan usahanya (Mustofa & Trisnaningsih, 2021). Kondisi tersebut disebabkan oleh anggapan bahwa informasi akuntansi bersifat rumit dan kurang penting bagi kegiatan usaha. Padahal, pencatatan manual dapat menghasilkan laporan keuangan yang kurang akurat dan tidak memenuhi standar penyusunan laporan keuangan, sehingga informasi yang dihasilkan kurang mendukung proses pengambilan keputusan usaha. Dalam konteks ini, sistem informasi, business intelligence, dan analitik menjadi komponen penting yang dapat membantu organisasi meningkatkan kualitas pengambilan keputusan serta kinerja secara keseluruhan (Ahmad & Akbar, 2021).

Perkembangan teknologi digital menghadirkan berbagai aplikasi keuangan berbasis seluler yang dapat dimanfaatkan pelaku UMKM untuk mempermudah pengelolaan keuangan usaha. Aplikasi keuangan yang dapat diakses melalui *smartphone* berbasis *Android* maupun *iOS* antara lain *Zahir*, *UangKu*, *BukuKas*, *Si Apik*, *TokoKu*, *Teman Bisnis*, *Money Manager Expense & Budgeting*, dan *Accurate*. Kehadiran aplikasi tersebut diharapkan mampu membantu pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, serta pengelolaan usaha secara lebih efektif dan efisien.

Penelitian ini mengambil objek pada UMKM di Kabupaten Mojokerto. Dikutip dari situs [satudatapalapa.mojokerto.go.id](http://satudatapalapa.mojokerto.go.id), jumlah UMKM di Kabupaten Mojokerto pada tahun 2021 mencapai 41.291 UMKM (Satu Data Palapa Kabupaten Mojokerto, 2021). Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM di Kabupaten Mojokerto memiliki potensi ekonomi yang cukup besar serta berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Namun,



berdasarkan kondisi di lapangan, masih terdapat pelaku UMKM di Kabupaten Mojokerto yang belum memanfaatkan aplikasi keuangan berbasis seluler secara optimal. Sebagian pelaku usaha masih merasa kesulitan dalam memahami penggunaan aplikasi keuangan digital, meragukan keamanan data dan transaksi, serta belum sepenuhnya merasakan manfaat penggunaan aplikasi keuangan dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Dalam Technology Acceptance Model (TAM), minat penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) yang dirasakan oleh pengguna terhadap suatu teknologi (Feng et al., 2021). Selain itu, faktor kepercayaan juga menjadi aspek penting dalam penggunaan teknologi digital, terutama pada aplikasi keuangan yang berkaitan dengan keamanan data dan transaksi pengguna. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan digital pada UMKM. Penelitian Latief dan Dirwan (2020) menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan uang digital. Penelitian Hoetama (2020) juga menjelaskan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan keuangan digital. Selain itu, penelitian Taufiq dan Pabulo (2023) menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi keuangan digital mampu membantu UMKM dalam pengelolaan laporan keuangan secara lebih efektif.

Uraian tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM perlu mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk memaksimalkan peluang di era digital, salah satunya melalui pemanfaatan aplikasi keuangan. Penggunaan aplikasi keuangan dapat membantu pelaku UMKM dalam mengelola transaksi dan laporan keuangan secara lebih efektif dan efisien. Namun, meskipun aplikasi keuangan menawarkan berbagai keunggulan, masih terdapat beberapa kendala dalam penggunaannya, terutama berkaitan dengan persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi keuangan tersebut. Sebagian masyarakat yang telah menggunakan aplikasi keuangan merasakan manfaat, kemudahan, serta kepercayaan terhadap layanan yang diberikan, sedangkan masyarakat yang belum memahami teknologi tersebut masih merasa ragu untuk menggunakannya.

Melihat kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM. Salah satu faktor yang diduga mempengaruhi minat penggunaan aplikasi keuangan adalah persepsi manfaat yang muncul akibat pengaruh lingkungan sosial dan pengalaman pengguna. Selain itu, persepsi kemudahan dan kepercayaan juga menjadi faktor penting dalam menentukan minat penggunaan aplikasi keuangan pada pelaku UMKM. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM di Kabupaten Mojokerto.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM di Kabupaten Mojokerto. Populasi penelitian adalah pelaku UMKM di Kabupaten Mojokerto. Pengambilan sampel dilakukan secara acak (*random sampling*) dengan jumlah responden sebanyak 102 pelaku UMKM yang menggunakan aplikasi keuangan berbasis seluler. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan skala Likert. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan minat penggunaan aplikasi

keuangan berbasis seluler. Sebelum digunakan, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan kelayakan data penelitian.

Teknik analisis data dilakukan menggunakan bantuan program SPSS melalui beberapa tahap, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh variabel secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh variabel secara simultan, serta koefisien determinasi (*R Square*) untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas persepsi manfaat (X1), persepsi kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3), sedangkan variabel dependen adalah minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler (Y). Hasil analisis digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM di Kabupaten Mojokerto.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### A. Deskripsi Responden Penelitian

Penelitian ini melibatkan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Mojokerto dengan jumlah responden sebanyak 102 orang. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarikan secara online kepada para pelaku UMKM. Setelah data terkumpul, responden dikelompokkan berdasarkan praktik pencatatan keuangan, yaitu pelaku UMKM yang telah melakukan pencatatan keuangan dan yang belum melakukan pencatatan keuangan (Kudadiri, 2020). Hasil pengelompokan responden tersebut disajikan secara rinci pada Tabel 1.

**Tabel 1. Penataan Laporan Keuangan yang Terpisah**

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Mencatat semua transaksi keuangan	99	97%
2.	Mengabaikan pencatatan transaksi keuangan	3	3%
<b>Total</b>		<b>102</b>	<b>100%</b>

Menurut data tertera pada Tabel 1, dari 102 responden yang disurvei, sebagian besar pelaku UMKM telah memanfaatkan aplikasi keuangan berbasis seluler dalam pengelolaan usaha mereka. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dalam pencatatan keuangan sudah cukup dominan di kalangan responden. Sementara itu, hanya sebagian kecil responden yang belum mengadopsi aplikasi keuangan berbasis seluler. Temuan ini mengindikasikan adanya tingkat adopsi yang tinggi terhadap penggunaan teknologi keuangan digital di Kabupaten Mojokerto.

#### B. Hasil Uji Instrumen Penelitian

##### 1. Uji Validitas Pengujian validitas

Hasil pengujian validitas digunakan untuk menilai tingkat keakuratan variabel dalam mengukur konstruk yang diteliti. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh bersifat sah dan layak digunakan dalam penelitian. Suatu item

pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai signifikansi (sig.) < 0,05. Adapun hasil perhitungan pengujian validitas dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas**

Variabel	Item	r-hitung	Sig.	Keterangan
Persepsi Manfaat	X1.1	0,402	0,05	Valid
	X1.2	0,442	0,05	Valid
	X1.3	0,603	0,05	Valid
	X1.4	0,536	0,05	Valid
	X1.5	0,654	0,05	Valid
	X1.6	0,632	0,05	Valid
Kemudahan	X2.1	0,573	0,05	Valid
	X2.2	0,633	0,05	Valid
	X2.3	0,551	0,05	Valid
	X2.4	0,562	0,05	Valid
	X2.5	0,503	0,05	Valid
	X2.6	0,512	0,05	Valid
Kepercayaan	X3.1	0,509	0,05	Valid
	X3.2	0,617	0,05	Valid
	X3.3	0,459	0,05	Valid
	X3.4	0,624	0,05	Valid
	X3.5	0,561	0,05	Valid
	X3.6	0,441	0,05	Valid
Minat Penggunaan	Y1	0,509	0,05	Valid
	Y2	0,670	0,05	Valid
	Y3	0,566	0,05	Valid
	Y4	0,687	0,05	Valid
	Y5	0,626	0,05	Valid

Pada Tabel 2, terlihat bahwa variabel persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan minat penggunaan memiliki hasil pengujian yang baik. Seluruh respons terhadap item pertanyaan menunjukkan nilai r-hitung atau Pearson Correlation yang memenuhi kriteria signifikansi, yaitu > 0,05. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa setiap item pertanyaan pada variabel persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan minat penggunaan dinyatakan valid. Dengan demikian, instrumen penelitian layak digunakan untuk proses analisis lebih lanjut.

## 2. Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menilai sejauh mana hasil pengukuran menunjukkan tingkat konsistensi. Pada penelitian ini, tingkat reliabilitas diukur menggunakan metode pengukuran tunggal atau one-shot. Suatu variabel dinyatakan reliabel

apabila nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas pada variabel persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan minat penggunaan dapat dilihat pada Tabel 3. Uji Reliabilitas.

**Tabel 3. Uji Reabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha Statistical	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,672	Reliabel
Kemudahan	0,638	Reliabel
Kepercayaan	0,679	Reliabel
Minat Penggunaan	0,659	Reliabel

Pada Tabel 3. Uji Reliabilitas terlihat bahwa seluruh variabel penelitian, yaitu persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan minat penggunaan memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk pertanyaan telah memenuhi kriteria uji reliabilitas. Nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh mengindikasikan bahwa data penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik dan memadai. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam proses analisis lebih lanjut.

### C. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik Sebelum analisis dengan regresi linear berganda, hal yang sangat krusial untuk diperhatikan adalah memverifikasi atau mengetahui seberapa baik model regresi dan seberapa reliabel hasil pengujiannya (Nst, 2023). Langkah ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana model regresi memiliki mutu yang memadai dan memenuhi standar.

#### 1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data pada variabel independen dan dependen berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov sebagai dasar pengambilan keputusan. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05. Adapun hasil pengujian normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4. Hasil Uji Normalitas.

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**

Metode Uji	Nilai Signifikansi	Kriteria	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov	0,200	Sig. > 0,05	Data berdistribusi normal

Pada Tabel 4. Hasil Uji Normalitas terlihat bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,200. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hasil signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga data penelitian memenuhi asumsi normalitas. Hasil ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian telah terdistribusi secara normal. Dengan demikian, data penelitian layak digunakan untuk pengujian analisis regresi linear berganda.

#### 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang signifikan antarvariabel independen dalam model regresi. Pengujian ini penting dilakukan

karena adanya multikolinearitas dapat menyebabkan distorsi pada hasil analisis regresi. Deteksi multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Suatu model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila memiliki nilai Tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10,00$ .

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel independen menunjukkan nilai Tolerance lebih besar dari  $0,10$ . Selain itu, seluruh variabel juga memiliki nilai VIF kurang dari  $10,00$  sehingga memenuhi kriteria pengujian multikolinearitas. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antarvariabel independen dalam model regresi. Dengan demikian, model regresi pada penelitian ini dinyatakan terbebas dari masalah multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

### 3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians pada residual dalam model regresi. Pengujian ini penting dilakukan karena heteroskedastisitas dapat memengaruhi ketepatan hasil analisis regresi. Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas ditentukan berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil pengujian. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari  $0,05$  maka model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas, sedangkan apabila nilai signifikansi kurang dari  $0,05$  maka model regresi menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari  $0,05$ . Hasil tersebut mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan dalam penelitian. Kondisi ini menunjukkan bahwa varians residual pada setiap pengamatan bersifat homogen dan tidak mengalami penyimpangan. Dengan demikian, model regresi dinyatakan memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

## D. Analisis Data dan Uji Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM. Hasil analisis regresi menunjukkan adanya nilai konstanta dan koefisien regresi pada masing-masing variabel independen. Adapun hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.

**Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi	Arah Pengaruh	Keterangan
Konstanta	16,161	-	Nilai konstan minat penggunaan
Persepsi Manfaat (X1)	-0,176	Negatif	Menurunkan minat penggunaan
Kemudahan (X2)	0,228	Positif	Meningkatkan minat penggunaan

Variabel	Koefisien Regresi	Arah Pengaruh	Keterangan
Kepercayaan (X3)	0,093	Positif	Meningkatkan minat penggunaan

Pada Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda terlihat bahwa nilai konstanta sebesar 16,161 menunjukkan bahwa ketika variabel persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan bernilai nol, maka minat penggunaan aplikasi keuangan tetap berada pada angka 16,161. Variabel persepsi manfaat memiliki koefisien regresi bernilai negatif sebesar -0,176 yang mengindikasikan adanya hubungan berlawanan arah terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan. Sementara itu, variabel kemudahan dan kepercayaan memiliki koefisien regresi positif masing-masing sebesar 0,228 dan 0,093 yang menunjukkan adanya hubungan searah dengan minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler. Dengan demikian, variabel kemudahan dan kepercayaan berkontribusi dalam meningkatkan minat penggunaan aplikasi keuangan pada UMKM.

## 2. Uji Statistik F

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Pengujian ini dilakukan melalui analisis ANOVA dengan membandingkan nilai signifikansi terhadap taraf signifikansi sebesar 0,05. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 \leq 0,05$ ). Nilai tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian memenuhi kriteria pengujian statistik F. Dengan demikian, hasil pengujian memperlihatkan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

Dengan diterimanya hipotesis alternatif, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat (X1), kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM. Hasil ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki kontribusi bersama dalam memengaruhi minat penggunaan aplikasi keuangan seluler. Pengaruh simultan tersebut mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian mampu menjelaskan hubungan antarvariabel dengan baik. Oleh karena itu, variabel persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan dinyatakan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler.

## 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi atau uji R Square digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk melihat besarnya kontribusi variabel persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM. Nilai koefisien determinasi diperoleh melalui hasil pengolahan data pada model regresi yang digunakan dalam penelitian. Semakin besar nilai R Square, maka semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai R Square sebesar 0,440. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan mampu menjelaskan minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler sebesar 44%. Sementara itu, sisanya sebesar 56% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak diteliti. Dengan demikian, hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian memiliki kontribusi yang cukup baik terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM.

#### 4. Uji Statistik t

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dalam model regresi. Pengujian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM. Dasar pengambilan keputusan pada uji t dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Adapun hasil uji statistik t pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 6. Hasil Uji Statistik t.

**Tabel 6. Hasil Uji Statistik t**

Variabel	t-hitung	Signifikansi	Arah Pengaruh	Keputusan
Persepsi Manfaat (X1)	-5,381	0,000	Negatif	Ha diterima
Kemudahan (X2)	6,495	0,000	Positif	Ha diterima
Kepercayaan (X3)	2,310	0,023	Positif	Ha diterima

Pada Tabel 6. Hasil Uji Statistik t terlihat bahwa variabel persepsi manfaat (X1) memiliki nilai t-hitung sebesar -5,381 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM. Sementara itu, variabel kemudahan (X2) memperoleh nilai t-hitung sebesar 6,495 dengan nilai signifikansi 0,000 sehingga menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler. Variabel kepercayaan (X3) juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai t-hitung sebesar 2,310 dan nilai signifikansi 0,023 yang lebih kecil dari 0,05.

### Pembahasan

#### 1. Pengaruh Presepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Keuangan Berbasis Seluler

Dari olah data variabel presepsi manfaat memperlihatkan jika berpengaruh negatif. Dari olah data variabel presepsi manfaat memperlihatkan jika berpengaruh negatif. Berarti, pengaruh presepsi manfaat berdampak negatif dalam minat pemakaian aplikasi keuangan berbasis seluler. Meskipun aplikasi mungkin menawarkan banyak manfaat, namun kurang relevan bagi kebutuhan pengguna sehari-hari. Aplikasi keuangan seluler seringkali menawarkan fitur yang kompleks dan beragam, seperti analisis keuangan, pengelompokan otomatis, hingga integrasi dengan rekening bank, dengan beragamnya fitur yang ditawarkan, bagi pengguna hanya butuh pencatatan sederhana, fitur-fitur ini mungkin terasa berlebihan untuk kebutuhan sehari-hari. Selain itu, aplikasi keuangan memerlukan perangkat seluler dan seringkali juga membutuhkan akses internet untuk fungsionalitas penuh sehingga beberapa pengguna memilih pencatatan manual karena dapat mencatat dengan cara yang mereka inginkan, baik dalam format, kategori, atau pengaturan lainnya meskipun memiliki resiko kesalahan tinggi dan kurang efektif, terutama bagi pengguna yang memiliki transaksi yang banyak atau ingin analisis keuangan lebih mendalam.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa meskipun teknologi menawarkan berbagai manfaat, tidak selalu berdampak langsung terhadap keputusan penggunaan jika tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna (Nainggolan, 2022). Selain itu,

faktor persepsi manfaat juga dapat dipengaruhi oleh tingkat relevansi teknologi terhadap kebutuhan pengguna dalam aktivitas sehari-hari (Alexandra & Ramadhan, 2022). Penelitian Latief dan Dirwan (2020) menunjukkan persepsi manfaat berdampak positif signifikan pada keputusan pemakaian uang digital. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan fitur, tetapi juga oleh kesesuaian antara fitur tersebut dengan kebutuhan pengguna. Dengan demikian, semakin tinggi kesesuaian manfaat yang dirasakan, maka semakin besar pula kemungkinan pengguna untuk menerima dan menggunakan suatu aplikasi secara berkelanjutan.

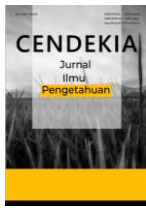
## **2. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Keuangan Berbasis Seluler**

Analisis variabel kemudahan menunjukkan H2 diterima. Faktor kemudahan berdampak positif pada keinginan memanfaatkan solusi perbankan berbasis seluler di kalangan UMKM. Penelitian Latief dan Dirwan (2020) menunjukkan kemudahan penggunaan mempengaruhi keputusan penggunaan uang digital. Kemudahan pemakaian merupakan tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna dalam menggunakan suatu sistem informasi yang dirancang agar dapat digunakan dengan usaha yang minimal dan mudah dipahami oleh pengguna (Laudon & Laudon, 2022). Uji T memperlihatkan pemilik UMKM mendapat keinginan untuk memakai aplikasi keuangan karena merasa bahwa aplikasi ini tidak rumit, proses dalam menggunakan aplikasi mudah dipahami dan mudah digunakan. Atribut kegunaan mencakup teknologi yang ramah pengguna, mudah dipahami, dan dapat dioperasikan. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan teknologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan sistem digital dalam aktivitas keuangan maupun bisnis (Khoiriyah & Putra, 2022). Selain itu, literasi dan adaptasi pengguna terhadap teknologi digital juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan penerimaan sistem keuangan berbasis aplikasi (Nainggolan, 2022).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa aspek tata kelola organisasi dan pengendalian internal dalam perusahaan juga turut memengaruhi efektivitas pemanfaatan sistem dalam pengambilan keputusan (Kurniawan et al., 2021). Selain itu, kinerja organisasi yang baik sangat dipengaruhi oleh kualitas manajemen dan sistem pengelolaan yang terstruktur dalam mendukung implementasi teknologi (Maryatmi & Fahamsyah, 2023). Dengan adanya dukungan tata kelola yang baik, implementasi teknologi dalam organisasi dapat berjalan lebih optimal dan terarah. Kondisi tersebut juga memperkuat bahwa keberhasilan penggunaan sistem digital tidak hanya ditentukan oleh kemudahan sistem, tetapi juga oleh kesiapan organisasi dalam mengelolanya.

## **3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Keuangan Berbasis Seluler**

Analisis data variabel kepercayaan memperlihatkan H3 diterima. Kepercayaan berdampak positif pada minat dalam memanfaatkan solusi perbankan berbasis seluler di kalangan UMKM. Penelitian (Hoetama, 2020) menyatakan tingkat kepercayaan berdampak positif signifikan pada minat penggunaan uang elektronik. Penelitian membuktikan bahwa responden memiliki kepercayaan atau keyakinan bahwa menggunakan aplikasi keuangan berbasis seluler akan aman, dapat diandalkan dan transparan dalam pengelolaan data pribadi serta transaksi keuangan. Dengan persepsi kepercayaan yang tinggi, pengguna akan lebih merasa nyaman dan yakin untuk menggunakan aplikasi secara rutin dan menjadikan



kepercayaan sebagai faktor utama yang mendorong minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang menunjukkan bahwa faktor kepercayaan menjadi salah satu determinan penting dalam penggunaan sistem digital, terutama yang berkaitan dengan transaksi dan pengelolaan data keuangan (Santoso et al., 2022). Selain itu, penggunaan sistem digital dalam pengelolaan keuangan juga terbukti dipengaruhi oleh tingkat keamanan, kredibilitas sistem, dan pengalaman pengguna dalam bertransaksi secara digital (Wolff et al., 2022).

Dalam konteks yang lebih luas, pengelolaan sistem keuangan dan keputusan bisnis juga sangat dipengaruhi oleh kualitas tata kelola perusahaan serta pengendalian risiko yang diterapkan dalam organisasi (Kurniawan et al., 2021). Selain itu, kinerja keuangan dan stabilitas organisasi juga berperan dalam meningkatkan kepercayaan terhadap sistem dan teknologi yang digunakan dalam aktivitas bisnis (Maryatmi & Fahamsyah, 2023). Kepercayaan yang tinggi terhadap sistem digital juga mencerminkan adanya hubungan antara kualitas manajemen organisasi dengan tingkat penerimaan teknologi oleh pengguna. Dengan demikian, semakin baik pengelolaan organisasi dan sistem yang diterapkan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pengguna terhadap teknologi yang digunakan.

Merujuk pada uraian sebelumnya, dapat dipahami bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan memiliki peran yang berbeda dalam memengaruhi minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM. Meskipun persepsi manfaat dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh negatif, kondisi tersebut mengindikasikan bahwa tidak semua fitur teknologi sesuai dengan kebutuhan pengguna sehingga tingkat relevansi menjadi faktor penting dalam penerimaan teknologi. Sementara itu, persepsi kemudahan terbukti memberikan pengaruh positif karena kemudahan penggunaan mendorong pelaku UMKM untuk lebih menerima dan memanfaatkan aplikasi keuangan dalam aktivitas usahanya. Demikian pula, kepercayaan menjadi faktor yang sangat menentukan karena berkaitan dengan rasa aman, keyakinan terhadap sistem, serta transparansi dalam pengelolaan data dan transaksi. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut secara simultan memberikan gambaran bahwa keberhasilan pemanfaatan aplikasi keuangan berbasis seluler sangat dipengaruhi oleh kesesuaian manfaat, kemudahan penggunaan, serta tingkat kepercayaan pengguna.

## **KESIMPULAN**

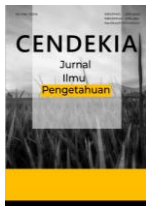
Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM di Kabupaten Mojokerto. Hasil tersebut menunjukkan bahwa banyaknya fitur yang tersedia pada aplikasi keuangan membuat sebagian pengguna merasa penggunaan aplikasi menjadi lebih kompleks, terutama bagi pelaku UMKM yang hanya membutuhkan pencatatan keuangan sederhana tanpa analisis yang mendalam. Sementara itu, persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler. Kemudahan dalam memahami dan mengoperasikan aplikasi mendorong pelaku UMKM untuk menggunakan aplikasi keuangan dalam kegiatan usahanya. Selain itu, kepercayaan juga berpengaruh positif terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler. Pengguna merasa bahwa aplikasi keuangan berbasis seluler aman, andal, serta mampu melindungi data pribadi dan transaksi keuangan mereka. Secara simultan, persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM di Kabupaten Mojokerto.



Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah penelitian di luar Kabupaten Mojokerto serta mempertimbangkan metode pengambilan sampel yang lebih merata. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat menambahkan variabel maupun teori lain untuk memperkaya hasil penelitian. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh negatif terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler, yang kemungkinan dipengaruhi oleh rendahnya pemahaman dan kebiasaan pengguna dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat mengkaji kembali variabel persepsi manfaat pada pengguna yang telah terbiasa menggunakan aplikasi keuangan digital agar diperoleh hasil yang lebih mendalam. Di samping itu, penambahan indikator penelitian juga disarankan agar hasil penelitian mengenai minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler dapat dianalisis secara lebih komprehensif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, T., & Akbar, A. (2021). Role of information system strategies, business intelligence and analytics used to enhance firm performance: Mediating role of innovation ambidexterity. *Journal of Digitovation and Information Systems*, 1(2), 69–80. <https://doi.org/10.54433/JDIIS.2021100006>
- Alexandra, M., & Ramadhan, T. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Beli pada Konsumen Tokopedia di Jakarta. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 8(2), 1396-1404. <https://ojs.kalbis.ac.id/index.php/kalbisiana/en/article/view/387>
- Feng, G. C., Su, X., Lin, Z., He, Y., Luo, N., & Zhang, Y. (2021). Determinants of technology acceptance: Two model-based meta-analytic reviews. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(1), 4–31. <https://doi.org/10.1177/1077699020952400>
- Hoetama, H. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik Gopay* (Doctoral dissertation, Universitas Matana). <http://103.86.153.70:8080/xmlui/handle/123456789/607>
- Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2522-2535. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6455>
- Kudadiri, K. R. (2020). *Persepsi pengelola usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) tentang penyajian laporan keuangan berbasis SAK EMKM (Studi empiris pada UMKM di Kecamatan Medan Tembung)* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. <https://rama.kemdiktisaintek.go.id/document/detail/oai%3Arepository.uinsu.ac.id%3A9488-27>
- Kurniawan, D. P., Lisetyati, E., & Setiyorini, W. (2021). Pengaruh leverage, corporate governance, dan intensitas modal terhadap agresivitas pajak. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan*, 7(2), 144–158. <https://doi.org/10.26905/ap.v7i2.7075>
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>



- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). *Management information systems: Managing the digital firm* (17th ed.). Pearson.
- Ma, F., Khan, F., Khan, K. U., & XiangYun, S. (2021). Investigating the impact of information technology, absorptive capacity, and dynamic capabilities on firm performance: An empirical study. *SAGE Open*, 11(4). <https://doi.org/10.1177/21582440211061388>
- Maryatmi, I. Y., & Fahamsyah, M. H. (2023). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility dan good corporate governance sebagai variabel pemoderasi. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(4), 1324–1335. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1297>
- Menz, M., Kunisch, S., Birkinshaw, J., Collis, D. J., Foss, N. J., Hoskisson, R. E., & Prescott, J. E. (2021). Corporate strategy and the theory of the firm in the digital age. *Journal of Management Studies*, 58(7), 1695–1720. <https://doi.org/10.1111/joms.12760>
- Meraghni, O., et al. (2021). Impact of digital transformation on accounting information systems – Evidence from Algerian firms. *Economics and Business*, 35(1), 249–264. <https://doi.org/10.2478/eb-2021-0017>
- Mustofa, A. W., & Trisaningsih, S. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pelaku UMKM. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 12(1), 30–42. <https://doi.org/10.23887/jap.v12i1.32784>
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi PT Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- Nst, G. M. (2023). Dampak Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pemungutan Ketetapan Investasi (Studi Kasus Pada Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis [JIMEIS]*, 3(5), 443-454. <http://jurnalmahasiswa.umsu.ac.id/index.php/jimeis/article/view/2606>
- Santia, T. (2020). *Kemenkop UKM: 2020 jadi tahun terberat bagi UMKM*. Liputan6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4448376/kemenkop-ukm-2020-jadi-tahun-terberat-bagi-ukm>
- Santoso, S., Pradiani, T., & Fathorrahman, F. (2022). Analisis pengaruh promosi, harga, dan personal selling terhadap keputusan konsumen membeli motor Honda pada PT. Cahaya Unggul Nusantara Cabang Madiun. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(2), 176–193. <https://doi.org/10.24269/iso.v6i2.1384>
- Satu Data Palapa Kabupaten Mojokerto. (2021). *Data UMKM Kabupaten Mojokerto tahun 2021*. Pemerintah Kabupaten Mojokerto. <https://data.mojokertokab.go.id/>
- Tandirerung, V. A., & Mangesa, R. T. (2022). Pengembangan e-learning berbasis edukasi pada sekolah Menengah Atas. *Information Technology Education Journal*, 1(3), 46–49. <https://doi.org/10.59562/intec.v1i3.252>
- Taufiq, A. M. A., & Pabulo, A. M. A. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan pembayaran digital pada kinerja UMKM tahun 2023. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(3), 293-301. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/3439>
- Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2022). Pengaruh gaya hidup, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk smartphone merek iPhone pada kaum perempuan milenial di Kecamatan Tahuna. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1671–1681. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/39411>