

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

Anzalna Rahma Rabulizat¹, Nur Aini Anisa²
anzalnarahma7@gmail.com¹, nurainianisa.stiepemuda@gmail.com²
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan uji dampak manfaat dan uji dampak kemudahan terhadap kemauan pemakaian aplikasi keuangan dengan basis seluler pada UMKM di Kabupaten Mojokerto serta melakukan uji dampak kepercayaan konsumen terhadap kemauan pemakaian aplikasikeuangan dengan basis seluler pada UMKM di Kabupaten Mojokerto. Metodologi pengumpulan data Penelitian ini ialah kuantitatif sebab data yang dikumpulkan di analisis memakai analisis statistik. Terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM di Kabupaten Mojokerto. Persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan secara keseluruhan mempengaruhi minat pemanfaatan aplikasi berbasis mobile bagi UMKM di Kabupaten Mojokerto.

Kata kunci : Pengaruh Presepsi, Efektif, Aplikasi Keuangan Seluler.

Abstract

This research aims to test the impact of benefits and test the impact of convenience on Willingness to use mobile-based financial applications among MSMEs in Mojokerto Regency and testing the impact of consumer trust on the willingness to use mobile-based financial applications among MSMEs in Mojokerto Regency. The data collection methodology of this research is quantitative because the data collected in analysis using statistical analysis. Regarding interest in using mobile-based financial applications among MSMEs in Mojokerto Regency. Perceptions of usefulness, convenience and overall trust influence interest in using mobile-based applications for MSMEs in Mojokerto Regency.

Keywords: 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 pembiayaan dan pengelolaan usaha kecil, menengah dan mikro. Penerapan serta penggunaan SIA pada usaha kecil, menengah dan mikro sangatlah penting. Sistem dari informasi dijabarkan sebagai suatu sistem yang diaplikasikan untuk mengumpulkan, memproses, melakukan penyimpanan, serta membagikan informasi (Laudon & Laudon, 2019).

Menurut statistik Badan Pusat Statistik, jumlah dari usaha kecil, menengah, serta mikro di Indonesia berjumlah 64 juta. Angka itu mewakili 99,99% dari keseluruhan UMKM yang berjalan di Indonesia (Santia, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM ialah satu diantara hal yang menggerakkan system ekonomi penting yang ada di Indonesia. Kelangsungan hidup usaha kecil, menengah, dan mikro bukannya tanpa hambatan. Salah satunya adalah hambatan terkait kemampuan memanfaatkan teknologi (Tandirerung & Mangesa, 2022). UMKM yang tidak ingin memanfaatkan teknologi dan masih melaksanakan dengan akuntansi tradisional atau bahkan tidak ada pembukuan apapun (Achadiyah, 2019). Hal ini disebabkan mereka beranggapan bahwa informasi akuntansi sangat kompleks dan tidak penting untuk orang yang melakukan

usaha.

Pencatatan secara manual akan memberikan hasil sebuah laporan keuangan yang kurang tepat serta tidak memenuhi kriteria proses laporan keuangan. Hal ini tentu saja menyebabkan kurangnya informasi akuntansi yang sangat berfungsi bagi UMKM dalam proses mengambil keputusan serta prospeknya pada masa depan. Oleh karena itu, adanya software dalam aplikasi keuangan bisa jadi suatu alternatif dalam menyelesaikan persoalan yang dialami oleh para pelaksana UMKM.

Aplikasi yang bisa diakses lewat suatu smartphone berbasis android maupun IOS oleh para pelaksana bisnis UMKM yaitu Zahir, UangKu, Bukukas, Si Apik, TokoKu, Teman Bisnis, Money Manager Expense & Budgeting, Accurate dll.

Berkaitan dengan peranan adanya UMKM di Indonesia, Peneliti melakukan pengambilan sampel data pada UMKM di Kabupaten Mojokerto. Dikutip dari website satudatapalapa.mojokerto.go.id, Jumlah Data UMKM di Kabupaten Mojokerto dalam waktu 6 periode 2021 memiliki jumlah 41.291 UMKM. Data tersebut menampakkan hasil bahwa UMKM pada Kabupaten Mojokerto mempunyai suatu kemampuan dalam ekonomi yang terlihat bagus. Proses berkembangnya UMKM ini juga diharapkan dapat menjadi penyeimbang dari globalisasi pasar yang melakukan tuntutan untuk meningkatkan daya saing serta strategi dalam bisnis yang kini berganti ke arah era digital.

Berdasarkan uraian diatas, Para pelaku bisnis UMKM harus dapat melakukan adaptasi dengan pertumbuhan teknologi yang bermaksud untuk melakukan pemaksimalan peluang pada dunia digital dengan mengambil manfaat dari pemakaian suatu aplikasi untuk keuangan. UMKM harus bisa melakukan adaptasi dan bersaing dengan berkembangnya suatu teknologi untuk mengoptimalkan peluang pada dunia digital satu diantaranya dengan mengambil manfaat dari pemakaian aplikasi dari keuangan. Meskipun penggunaan aplikasi keuangan memiliki keunggulan inovasi sebagai pemakai yang nantinya memakai aplikasi keuangan, maka UMKM juga tidak jauh dari bermacam permasalahan karena manfaat, kemudahan, dan kepercayaan aplikasi keuangan belum terlalu dirasakan dengan cara umum. Penduduk lah yang merasakan suatu hal yang memudahkan, manfaat serta kepercayaan atas pelayanan dari aplikasi keuangan yang telah memakainya, sedangkan penduduk yang belum paham terkait hal itu masih melakukan pemikiran secara dua kali untuk memakai layanan dari aplikasi keuangan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dilakukan penelitian untuk mengetahui keberlanjutan mengenai berbagai aspek yang mempengaruhi minat masyarakat saat menggunakan aplikasi keuangan. Satu diantara aspek yang memberi pengaruh ialah persepsi dari manfaat. Persepsi manfaat diakibatkan oleh dampak social yang berasal dari sekitar. penelitian ini akan meneliti mengenai Manfaat, Kemudahan serta Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan aplikasi keuangan dengan melakukan pengambilan sampel penelitian pada UMKM Kabupaten Mojokerto.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai cara dalam penelitian kuantitatif. Dikatakan kuantitatif sebab data yang dikumpulkan pada penelitian ini bisa dilakukan analisis dengan memakai analisis statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Latar Penelitian

1. Hasil Pengumpulan Data

Populasi yang dicakup penelitian ini yakni pelaku usaha UMKM di Kabupaten Mojokerto. Sampel penelitian dibagikan secara acak dengan kuesioner yang diberikan pada para pelaku UMKM disebarikan secara online. Penelitian ini akan menggunakan 102 kuesioner, Setelah kuesioner terkumpul dan diisi lengkap oleh responden, peneliti mengelompokkan responden menjadi dua kelompok, yaitu responden yang telah melakukan pencatatan keuangan dan responden yang belum melakukan pencatatan keuangan (Kudadiri, 2020).

Tabel 1. Penataan laporan keuangan yang terpisah

No.	Ket.	Jumlah	Presentase
1.	Mencatat semua transaksi keuangan	99	99%
2.	Mengabaikan pencatatan transaksi keuangan	3	3%
TOTAL		102	102 %

Menurut data tertera pada tabel 1.1, dari 102 responden yang disurvei, 99 orang telah memanfaatkan aplikasi keuangan berbasis seluler. Sementara itu, 3 orang lainnya belum mengadopsi aplikasi keuangan berbasis seluler (Taufiq & Pabulo, 2023).

B. Penyajian Data

1. Uji Validitas

Pengujian validitas menilai tingkat keakuratan suatu variabel dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Prosedur pengujian validitas ini dilakukan untuk menilai data yang sah. Item pertanyaan dianggap valid jika nilai signifikansinya (sig.) di bawah atau $< 0,05$. Hasil perhitungan dari pengujian validitas ini dilihat pada gambar:

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

Sumber: Hasil Dari Olah Data SPSS, 2024

Gambar 1. Hasil Pengujian Validitas

Pada gambar 1. Tertera bahwa variabel persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan minat penggunaan. Semua respon terhadap pertanyaan ini menampilkan nilai r-hitung atau nilai pearson correlation melebihi signifikansi $> 0,05$, mengindikasikan bahwa enam pertanyaan pada variabel persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan dan minat penggunaan dapat dikatakan valid (Boby et al., n.d.).

2. Uji Reabilitas

Tujuan pengujian normalitas untuk menilai sejauh mana hasil pengukuran tersebut konsisten. Pada penelitian ini, tingkat keandalan diukur dengan menerapkan

metode pengukuran tunggal atau one-shot. Sebuah Variabel dikatakan dapat diandalkan atau reliabel jika nilai "Cronbach's Alpha" yang diperoleh melebihi angka $> 0,60$ Uji reabilitas pada penelitian ini menggunakan variabel persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan minat penggunaan (Alexandra & Ramadhan, 2022).

Variabel	Cronbach's Alpha statistical	Keterangan
Persepsi Manfaat	.672	Reliabel
Kemudahan	.638	Reliabel
Kepercayaan	.679	Reliabel
Minat Penggunaan	.659	Reliabel

Sumber: Analisa Hasil Dari Olah Data SPSS, 2024

Gambar 2. Uji Reabilitas

Dari data yang tercantum pada gambar diatas menunjukkan bahwa seluruh konstruk pertanyaan yaitu variabel persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan dan minat penggunaan menunjukkan hasil yang mengindikasikan reliabilitas data yang memadai atau memenuhi uji reabilitas. Hasil ini terlihat dari hasil nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ memperlihatkan data terkumpul pada penelitian ini mempunyai tingkat konsistensi memadai, memiliki konsistensi yang baik dan telah memenuhi standar uji reliabilitas dan dapat dianggap valid (Hilmi & Karsudjono, 2020).

c. 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 bertujuan menilai apakah data untuk variabel independen dan dependen mengikuti distribusi normal. Pendekatan umum untuk menilai kenormalan adalah Uji Kolmogorov Smirnov. Bila hasil pengujian memperlihatkan nilai signifikansi $> 0,05$, disimpulkan data sesuai distribusi normal (Yanti, 2019). Berdasarkan penelitian, Pengujian normalitas menyatakan angka signifikansi yang diperoleh $> 0,05$, yakni 0,200. Disimpulkan model regresi yang diterapkan pada penelitian ini terdistribusi normal (Maryatmi & Fahamsyah, 2023).

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas mengevaluasi apakah ada hubungan yang signifikan antar variabel independen pada model regresi. Pengujian ini sangat penting, karena dapat menyebabkan distorsi pada hasil analisis. Untuk mendeteksi adanya masalah multikolinearitas dapat dianalisis dengan menggunakan dua parameter utama, yakni nilai Tolerance dan VIF, yang memberikan gambaran apakah variabel variabel saling berhubungan secara signifikan. Keputusan diambil berdasarkan dua indikator, bila nilai angka tolerance $> 0,10$ dan VIF di bawah atau kurang dari 10,00, maka tidak ada indikasi masalah multikolinearitas. Bila tolerance $< 0,10$ dan VIF $> 10,00$, hal tersebut memperlihatkan kemungkinan ada multikolinearitas (Adiwibowo et al., 2021).

Berdasarkan penelitian, menunjukkan semua variabel nilai toleransi $> 0,10$. Di samping itu, diketahui nilai VIF $< 10,00$. Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan analisis terhadap nilai tolerance dan VIF, disimpulkan tidak ada masalah multikolinearitas variabel bebas atau independent (Nainggolan, 2022).

3) Uji Heterokedastisitas

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan kriteria: bila nilai signifikansi $> 0,05$ dinyatakan tidak terdapat heteroskedastisitas. Sebaliknya, bila nilai signifikansi $< 0,05$, disimpulkan ada heteroskedastisitas (Nirmalasari & Widati, 2022). Dari hasil uji

penelitian disimpulkan tidak ada indikasi terjadinya heteroskedastisitas pada variabel yang melibatkan responden. Ini menandakan bahwa gejala heteroskedastisitas tidak terjadi, karena hasil yang diperoleh menunjukkan signifikansi $> 5\%$ atau $0,05$ (Kurniawan et al., 2021).

C. Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Analisis Regenerasi Berganda

Analisis regresi berganda adalah metode analisis untuk menilai dampak berbagai variabel independen pada suatu variabel dependen. Berdasarkan hasil Persamaan regresi dalam penelitian diinterpretasikan:

- a. Nilai a (konstanta) = 16.161 Konstanta memiliki nilai sebesar 16.059 yang berarti, ketika nilai dari variabel X1, X2, dan X3 bernilai nol. maka minat untuk menggunakan aplikasi keuangan pada UMKM yaitu 16.161.
- b. Persepsi Manfaat (X1) = -0,176 Koefisien regresi untuk variabel Persepsi Manfaat (X1) bernilai -0,176. Tanda negatif ini mengindikasikan adanya hubungan negatif atau arah yang berlawanan. Dengan kata lain, jika nilai kepercayaan ada peningkatan sebesar 1, nilai minat pemakaian aplikasi keuangan turun 0,176 (Wolff et al., 2022).
- c. Kemudahan (X2) = 0,228 Angka Nilai koefisien regresi untuk variabel kemudahan (X2) tercatat 0,228 dan memiliki nilai positif menunjukkan adanya korelasi yang searah, bila variabel kemudahan meningkat 1, nilai minat pemakaian aplikasi keuangan akan meningkat 0,228 jauh lebih tinggi (Khoiriyah & Putra, 2022).
- d. Kepercayaan (X3) = 0,093 Besarnya nilai koefisien regresi variabel kepercayaan (X3) adalah 0,093 yang berarti setiap peningkatan variabel (X1) 1, nilai minat pemakaian aplikasi keuangan akan meningkat menjadi 0,093 jauh lebih besar (Santoso et al., 2022).

2. Uji Statistik F

Hasil uji F-statistik yang dilakukan melalui analisis ANOVA pada UMKM yang menggunakan aplikasi keuangan berbasis seluler menghasilkan nilai Nilai signifikansi $0,000 < \text{ taraf signifikansi } 0,05$ ($0,000 \leq 0,05$) (Mudji et al., 2019). Memperlihatkan H_0 diterima. Disimpulkan Persepsi Manfaat (X1), Kemudahan (X2), dan Kepercayaan (X3) memiliki dampak signifikan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan mempengaruhi minat penggunaan aplikasis seluler.

3. Uji R Square

Koefisien determinasi, atau sering disebut Uji R square, merupakan metode menilai pengaruh variabel independen menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Hasil olah data koefisien determinasi diperoleh nilai R Square untuk UMKM memanfaatkan aplikasi keuangan berbasis seluler 0,440. Ini mengindikasikan bahwa tingkat ketertarikan pada minat pemakaian aplikasi keuangan berbasis seluler di kalangan UMKM yang telah menggunakan adalah sebesar 44% (Regif et al., 2023)

4. Pengujian menggunakan statistik T

Uji T-statistik memperlihatkan seberapa dampak variabel independen secara individual menjelaskan variasi variabel independen. Hasil uji statistik t untuk UMKM yang memanfaatkan aplikasi keuangan seluler menghasilkan kesimpulan:

- a. Variabel Persepsi manfaat (X1) pada minat pemakaian aplikasi keuangan seluler memperlihatkan hasil nilai t -hitung -5,381 nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ ($0,000 \leq 0,05$). Hipotesis alternatif (H_a) diterima, berarti ada hubungan signifikan dan negatif antara pandangan mengenai manfaat aplikasi dengan minat penggunaannya. Artinya, hasil data memperlihatkan ada pengaruh

negatif dan signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat penggunaan, sehingga dapat dikatakan bahwa jika persepsi manfaat dirasakan maka akan menurunkan secara signifikan minat penggunaan aplikasi keuangan seluler. Berdasarkan hasil ini Persepsi manfaat berpengaruh negatif pada minat pemakaian aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM.

- b. 2. Variabel kemudahan (X2) terbukti memberikan dampak positif pada minat pemakaian aplikasi keuangan berbasis seluler. Penelitian memperlihatkan nilai t-hitung 6,495 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi ini $< 0,05$ ($0,000 \leq 0,05$), hipotesis yang diuji dapat diterima alternatif (H_a) diterima, yang menunjukkan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan minat pengguna terhadap aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM.
- a. Variabel Kepercayaan (X3) pada minat pemakaian aplikasi keuangan berbasis seluler. Hasil analisis memperlihatkan nilai t-hitung 2,310 nilai signifikansi 0,023, $< 0,05$ ($0,023 \leq 0,05$). Dengan demikian, H_a diterima, mengindikasikan tingkat kepercayaan berdampak positif pada minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler.

Pembahasan

1. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Keuangan Berbasis Seluler

Dari olah data variabel persepsi manfaat memperlihatkan jika berpengaruh negatif. Berarti, pengaruh persepsi 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. Penelitian Latief, Fitriani and Dirwan (2020) menunjukkan persepsi manfaat berdampak positif signifikan pada keputusan pemakaian uang digital (Latief & Dirwan, 2020).

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

Analisis variabel kemudahan menunjukkan H_2 diterima. Faktor kemudahan berdampak positif pada keinginan memanfaatkan solusi perbankan berbasis seluler di kalangan UMKM. Penelitian Latief, Fitriani and Dirwan (2020) menunjukkan kemudahan penggunaan mempengaruhi keputusan penggunaan uang digital (Latief & Dirwan, 2020). Kemudahan pemakaian didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang bahwa sistem informasi yang mereka manfaatkan membutuhkan usaha minimal (Hartono, 2008). 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.

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.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan, disimpulkan:

1. Persepsi Manfaat berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM. Dalam teori di atas menyatakan bahwa semakin banyaknya fitur-fitur yang ditawarkan membuat pengguna terasa berlebihan bagi pengguna yang hanya butuh untuk pencatatan keuangan sehari-hari tanpa perlu adanya analisis yang lebih mendalam.
2. Kemudahan penggunaan berdampak pada minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM. Dalam teori di atas menyatakan bahwa penggunaan aplikasi yang mudah digunakan dapat meningkatkan minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler
3. Kepercayaan berdampak pada minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM. Menurut penelitian ini, pengguna merasa yakin bahwa dengan menggunakan aplikasi keuangan seluler ini aman digunakan, andal, dan mampu melindungi data pribadi dalam pengelolaan laporan keuangan.
4. Persepsi manfaat, kemudahan, dan kepercayaan semuanya mempengaruhi minat penggunaan aplikasi keuangan berbasis seluler pada UMKM di Kabupaten Mojokerto

Saran

Dari penelitian dan kesimpulan yang tertera, ada saran, berikut :

1. Penelitian berikutnya diharap bisa memperluas cakupan subjek penelitian di luar Kabupaten Mojokerto dan mempertimbangkan metode pengambilan sampel, sehingga dapat menjamin distribusi responden yang lebih merata dalam penelitian ini.
2. Penelitian selanjutnya diharap bisa menyempurnakan penelitian ini dengan memasukkan lebih banyak variabel atau teori.
3. Berdasarkan teori lapangan, diperoleh hasil bahwa variabel persepsi manfaat berdampak negatif pada minat pemakaian aplikasi keuangan berbasis seluler. Kemungkinan karena faktor lain. Misalnya, pengguna belum mempelajari dan belum terbiasa dengan teknologi baru yang berkembang saat ini melalui eksplorasi fitur-fitur yang ada. Oleh karena itu, manfaat bukanlah faktor utama yang menentukan seseorang menggunakan teknologi tersebut. Untuk penelitian berikutnya, variabel ini dapat digunakan dan diuji untuk melihat apakah benar ada pengaruh negatif dari persepsi manfaat ketika pengguna sudah terbiasa mempelajari dan menggunakannya.
4. Berdasarkan teori lapangan, diperoleh hasil bahwa variabel persepsi manfaat

menunjukkan hasil lebih rendah dibanding variabel lain, Oleh karena itu, disarankan untuk mempertimbangkan penambahan indikator penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achadiyah, B. N. (2019). Otomatisasi pencatatan akuntansi pada UMKM. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(1), 188–206.
- Adiwibowo, A. S., Larasati, O., & Nurmala, P. (2021). Pengaruh free cash flow dan investment opportunity set terhadap kebijakan deviden. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 7(1).
- 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.
- Azhari, A. (2004). Psikologi umum dan perkembangan. Jakarta: Teraju.
- Boby, C. A., Yunitasari, F. D., & Zulfa, I. M. (n.d.). PROFIL KEPATUHAN PENDERITA TUBERKULOSIS DI POLI PARU RUMAH SAKIT PARU SURABAYA (Periode Maret-April 2018). Akademi Farmasi Surabaya.
- Davis, F. D. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 984.
- Hartono, J. (2008). Sistem Informasi Keperilakuan Edisi Revisi. Yogyakarta. Penerbit Andi, 1(2).
- Hilmi, R., & Karsudjono, A. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen PT. Kaltrabu Indah Banjarmasin. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(4), 523–537.
- Hoetama, H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik Gopay. Universitas Matana.
- Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2522–2535.
- 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). *Uinsu.Repositrory,Ac,Id*.
- Kurniawan, D. P., Lisetyati, E., & Setiyorini, W. (2021). Pengaruh Leverage, Corporate Governance, dan Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak The Effect of Leverage, Corporate Governance, and Capital Intensity on Tax Aggressiveness. *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 7(2), 144–158.
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2004). *Management information systems: Managing the digital firm*. Pearson Educación.
- 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.
- Meity. (2014). Meningkatkan Kecerdasan Anak Usia Dini melalui Mendongeng. PT. Luxima Metro Media.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826.
- Nirmalasari, F., & Widati, L. W. W. W. (2022). Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap kualitas laba. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5596–5605.
- 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.
- Rahmatsyah, D. (2011). Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk

- Baru (Studi Kasus : Uang Elektronik Kartu Flazz BCA). Universitas Indonesia.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(2), 699-â.
- Santia, T. (2020). Banyak UMKM Indonesia Akan Bangkrut Di Desember 2020? *Bisnis Liputan6.Com*.
- 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.
- Shaleh, A. R. (2008). Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam.
- Tandirerung, V. A., & Mangesa, R. T. (2022). Pengembangan e-learning berbasis edukati pada sekolah Menengah Atas. *Information Technology Education Journal*, 1(3), 46-49.
- 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.
- 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.
- Yanti, W. I. P. (2019). Pengaruh inklusi keuangan dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di kecamatan moyo utara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).