

## BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Hasil Penelitian

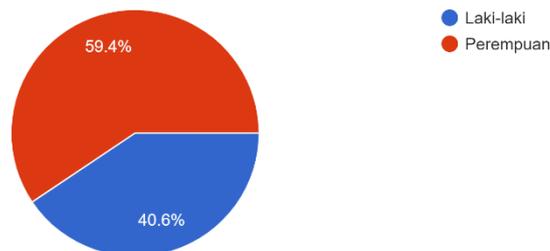
#### 5.1.1. Deskripsi Responden

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan hasil penelitian yang telah dilakukan. Analisis deskriptif merupakan seperangkat prosedur untuk mengumpulkan, mengukur, mengklasifikasikan, menghitung, menggambarkan, mensintesis, menganalisis, dan menafsirkan data kuantitatif yang diperoleh secara sistematis (Hilgers et al., 2018; Wiley et al., 2015). Jenis analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: distribusi frekuensi, *mean* (rata-rata), variansi, standar deviasi. Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui deskripsi data hasil penelitian, dan diuraikan secara rinci per bagian pada sub bab berikut ini.

Penelitian ini dilakukan di sebuah grup komunitas UMKM yang anggotanya berjumlah 155 orang. Dari sejumlah orang tersebut yang mengisi kuesioner sejumlah 69 orang atau sekitar 44,5% dari populasi sebagai UMKM pengguna fintech. Deskripsi identitas responden disajikan pada bagian di bawah ini

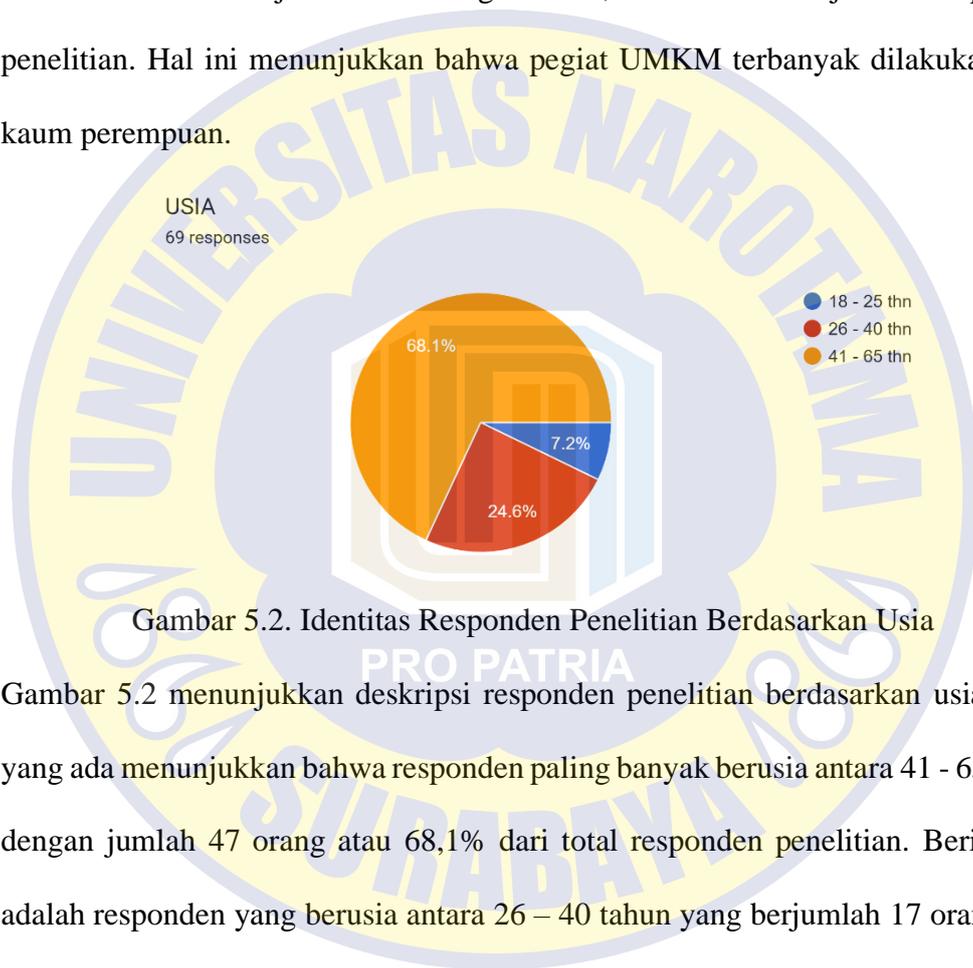
JENIS KELAMIN

69 responses



Gambar 5.1. Identitas Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

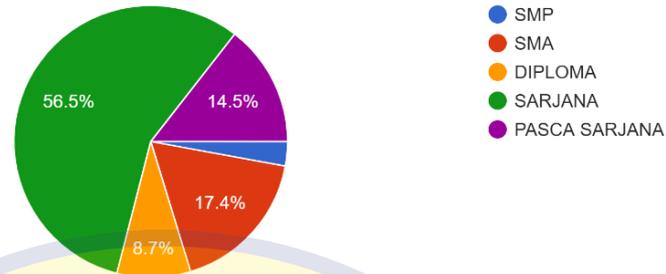
Gambar 5.1 mendeskripsikan identitas responden penelitian berdasarkan jenis kelamin responden. Data yang ada menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian berjenis kelamin perempuan, yaitu berjumlah 41 orang atau setara dengan 59,4% dari seluruh jumlah responden penelitian. Responden dengan jenis kelamin laki laki berjumlah 28 orang atau 40,6% dari seluruh jumlah responden penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa pegiat UMKM terbanyak dilakukan oleh kaum perempuan.



Gambar 5.2. Identitas Responden Penelitian Berdasarkan Usia

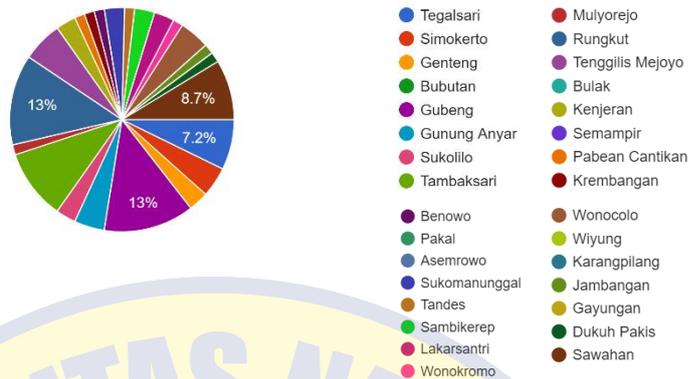
Gambar 5.2 menunjukkan deskripsi responden penelitian berdasarkan usia. Data yang ada menunjukkan bahwa responden paling banyak berusia antara 41 - 65 tahun dengan jumlah 47 orang atau 68,1% dari total responden penelitian. Berikutnya adalah responden yang berusia antara 26 – 40 tahun yang berjumlah 17 orang atau 24,6% dari total seluruh responden penelitian. Responden dengan usia antara 18 – 25 tahun jumlahnya paling sedikit, yaitu 5 orang atau 7,2% dari total responden penelitian. Menunjukkan bahwa pegiat UMKM bukan didominasi oleh gen millennial.

PENDIDIKAN  
69 responses



Gambar 5.3 Identitas Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan

Gambar 5.3 adalah deskripsi responden penelitian yang dibuat berdasarkan pendidikan responden. Responden dengan tingkat pendidikan sarjana mempunyai jumlah paling banyak, yaitu mencapai 39 orang atau setara dengan 56,5% dari total responden penelitian. Berikutnya adalah responden dengan tingkat pendidikan SMA dengan jumlah 12 orang atau setara dengan 17,4% dari seluruh responden penelitian. Responden dengan tingkat pendidikan pasca sarjana berjumlah 10 orang atau setara dengan 14,5% dari total seluruh responden penelitian. Responden dengan tingkat pendidikan diploma menempati urutan berikutnya, berjumlah 6 orang atau setara dengan 8,7% dari total seluruh responden penelitian. Responden dengan tingkat pendidikan SMP jumlahnya paling sedikit, yaitu 2 orang atau 2,9% dari total seluruh responden penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa UMKM menjadi pilihan menambah penghasilan dari responden dengan tingkat pendidikan sarjana.



Gambar 5.4 Identitas Responden Penelitian Berdasarkan Lokasi Usaha

Gambar 5.4 menunjukkan deskripsi responden berdasarkan wilayah usaha atau tempat tinggal atau tempat produksi, dan hampir seluruh wilayah surabaya terwakili oleh responden penelitian ini.

### 5.1.2. Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel penelitian dilihat dari nilai mean. Nilai mean yang dihasilkan dalam bentuk desimal maka diperlukan panduan untuk menginterpretasikan nilai mean tersebut. Nilai interpretasi dibuat dengan menggunakan kelas interval. Perhitungan kelas interval sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Kelas interval} &= \frac{\text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal}}{\text{jumlah kelas interval}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0,8
 \end{aligned}$$

Tabel panduan interpretasi nilai mean dapat dilihat dalam tabel 5.1

Tabel 5.1 Panduan Interpretasi Variabel

No.	Nilai Interval	Interpretasi
1	1,00 – 1,80	Sangat tidak sering/mampu/bisa/cukup
2	1,81 – 2,60	Tidak mampu/bisa/cukup/pernah
3	2,61 – 3,40	Cukup sering/bisa/mampu/
4	3,41 – 4,20	Sering/cukup/mampu/bisa
5	4,21 – 5,00	Sangat sering/bisa/cukup/mampu

### 5.1.2.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fintech

Tabel 5.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fintech

No	Indikator	Pernyataan	Mean	Keterangan
1	Pembayaran Transfer Kliring Penyelesaian	UMKM Anda menerapkan pembayaran tagihan (supplier, air, listrik, atau kepentingan produksi lainnya) melalui fintech yang digunakan (X11)	3.058	Cukup sering
2		UMKM Anda menerima pembayaran dari konsumen melalui fintech yang digunakan (X12)	2.884	Cukup sering
3		UMKM Anda menggunakan catatan transaksi dari fintech yang digunakan (X13)	2.710	Cukup sering
4	Pinjam meminjam Intermediasi keuangan	UMKM Anda mendapatkan kredit modal usaha (seperti paylater atau sejenisnya) melalui fintech yang digunakan (X14)	1.783	Tidak Pernah
5	Manajemen Resiko dan Investasi	UMKM Anda mendapatkan asuransi (seperti asuransi pengiriman, asuransi kerusakan barang ) melalui fintech yang digunakan (X15)	1.942	Jarang
6	Dukungan Pasar (Market Support)	UMKM Anda menggunakan informasi data pelanggan dari fintech yang digunakan (X16)	3.145	Cukup sering

### 5.1.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Digimart

Tabel 5.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Digimart

No.	Indikator	Pernyataan	Mean	Keterangan
1	Penggunaan Smartphone	UMKM menggunakan smartphone sebagai sarana pemasaran	4.058	Sering
2	Penggunaan Aplikasi Smartphone	UMKM menggunakan aplikasi chat sebagai sarana pemasaran	4.116	Sering
3	Penggunaan Social Media	UMKM menggunakan Social Media sebagai sarana pemasaran	3.783	Sering
4	Penggunaan E-commerce	UMKM menggunakan e-commerce sebagai sarana pemasaran	2.826	Cukup Sering
5	Sistem informasi Pemasaran Digital Berbasis Website	UMKM menggunakan sistem informasi Pemasaran Digital Berbasis Website	2.377	Jarang

### 5.1.2.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja Keuangan

Tabel 5.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja Keuangan

No.	Indikator	Pernyataan	Mean	Keterangan
1	Kecukupan modal	UMKM mempunyai modal untuk produksi	3.449	Mampu
2		UMKM mempunyai modal untuk pemasaran	3.304	Mampu
3	Likuiditas	UMKM mampu membayar bahan baku	3.638	Mampu
4		UMKM mampu membayar hutang jangka pendek	3.594	Mampu
5		UMKM mampu membayar operasional	3.536	Mampu
6	Profitabilitas	UMKM mendapatkan keuntungan usaha	3.638	Mampu

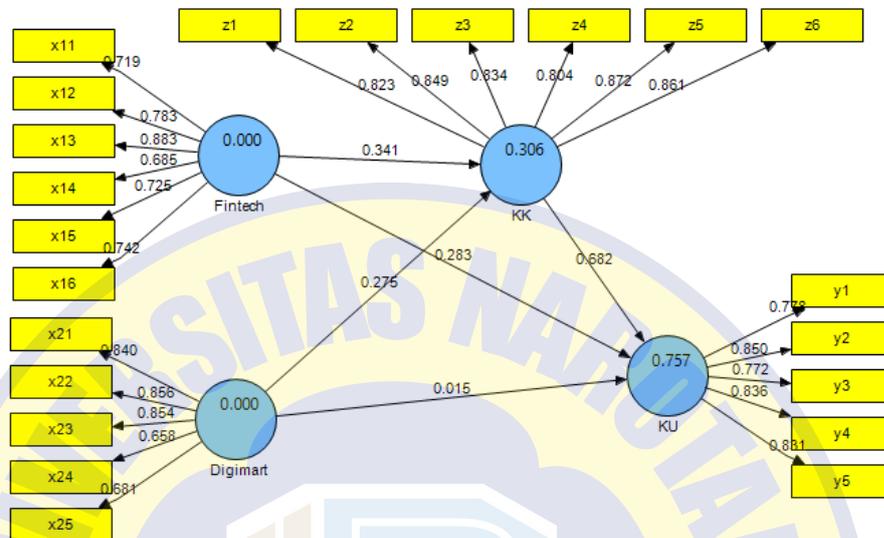
### 5.1.2.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keberlangsungan Usaha

Tabel 5.5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keberlangsungan Usaha

No.	Indikator	Pernyataan	Mean	Keterangan
1	Peningkatan Jumlah Karyawan	UMKM mempunyai tambahan karyawan tahun ini lebih banyak dari tahun sebelumnya	2.580	Tidak Mampu
2	Peningkatan Jumlah Modal	UMKM mampu mengumpulkan modal tahun ini lebih banyak dari tahun sebelumnya	3.029	Cukup Mampu
3	Program inkubator bisnis	UMKM mendapatkan pelatihan untuk meningkatkan kinerja bisnis	2.493	Jarang
4	Akses Teknologi	UMKM mampu memiliki dan menggunakan teknologi yang lebih baik	3.261	Cukup Mampu
5	Inovasi Produk	UMKM mampu melakukan inovasi pada produk yang dihasilkan	3.580	Mampu

### 5.1.3. Hasil Pengolahan Data

#### 5.1.3.1. Model



Gambar 5.5. Full Model Penelitian

Fintech: Financial Technology

Digimart: Digital Marketing

KK: Kinerja Keuangan

KU: Keberlangsungan Usaha

Berdasarkan model di atas, persamaan berikut dapat dibuat sebagai berikut:  $KK = 0,341 \text{ Fintech} + 0,275 \text{ Digimart}$

$$KU = 0,283 \text{ Fintech} + 0,015 \text{ Digimart} + 0,682 \text{ KK}$$

Berdasarkan diagram jalur di atas, dapat dibuat penjelasan mengenai angka-angka pada garis penghubung antara variabel bebas dan variabel terikat sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien jalur dari fintech ke variabel kinerja keuangan = 0,341. Peningkatan satu unit fintech akan meningkatkan kinerja keuangan sebesar 0,341.
- b. Nilai koefisien jalur dari variabel digimart ke variabel kinerja keuangan = 0,275. Peningkatan variabel satu unit digimart akan meningkatkan kinerja keuangan sebesar 0,275
- c. Nilai koefisien jalur dari variabel fintech ke variabel keberlangsungan usaha = 0,283. Peningkatan variabel fintech sebesar satu unit akan meningkatkan keberlangsungan usaha sebesar 0,283.
- d. Nilai koefisien jalur dari variabel digimart ke variabel keberlangsungan usaha = 0,015. Peningkatan variabel digimart sebesar satu satuan akan meningkatkan motivasi sebesar 0,015.
- e. Nilai koefisien jalur dari variabel kinerja keuangan terhadap variabel Keberlanjutan usaha = 0,682. Peningkatan variabel kinerja keuangan sebesar satu satuan akan meningkatkan keberlangsungan usaha sebesar 0,682.

#### **5.1.3.2. Outer Model Evaluation**

Untuk memastikan bahwa model di atas dapat digunakan, analisis berikut dilakukan terlebih dahulu:

- a. *Validitas Konvergen*

Indikator harus memiliki nilai pemuatan lebih besar dari 0,5. Nilai loading masing-masing indikator dapat dilihat pada tabel berikut. Dari tabel 1 terlihat bahwa nilai loading masing-masing indikator  $> 0,5$  sehingga dapat dikatakan indikator tersebut valid.

Tabel 5.6. Nilai Cross Loading Variabel Penelitian

	<b>Digimart</b>	<b>Fintech</b>	<b>KK</b>	<b>KU</b>
<b>x11</b>	0,370	0,719	0,359	0,383
<b>x12</b>	0,583	0,783	0,460	0,455
<b>x13</b>	0,565	0,883	0,468	0,553
<b>x14</b>	0,326	0,685	0,213	0,436
<b>x15</b>	0,468	0,725	0,288	0,472
<b>x16</b>	0,407	0,742	0,454	0,574
<b>x21</b>	0,840	0,428	0,365	0,347
<b>x22</b>	0,856	0,376	0,388	0,344
<b>x23</b>	0,854	0,500	0,371	0,381
<b>x24</b>	0,658	0,422	0,249	0,285
<b>x25</b>	0,681	0,574	0,440	0,556
<b>y1</b>	0,264	0,486	0,674	0,778
<b>y2</b>	0,416	0,461	0,707	0,850
<b>y3</b>	0,476	0,671	0,564	0,772
<b>y4</b>	0,511	0,510	0,691	0,836
<b>y5</b>	0,427	0,482	0,744	0,831
<b>z1</b>	0,292	0,395	0,823	0,687
<b>z2</b>	0,550	0,477	0,849	0,779
<b>z3</b>	0,330	0,423	0,834	0,619
<b>z4</b>	0,325	0,380	0,804	0,620
<b>z5</b>	0,413	0,390	0,872	0,694
<b>z6</b>	0,469	0,477	0,861	0,770

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Tabel 5.6 merupakan tabel cross-loading untuk semua variabel penelitian. Hasil cross-loading menunjukkan bahwa loading terbesar untuk masing-masing indikator ada pada masing-masing variabel dan nilainya lebih besar dari 0,50.

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa indikator tersebut dapat mengukur variabel yang diukur secara valid.

b. *Validitas Diskriminan*

Pengukuran diskriminan validitas dinilai berdasarkan nilai AVE (Average Variance Extracted) dimana nilai AVE harus lebih besar dari 0,50. Nilai AVE variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.7. Model Nilai AVE Model Variabel Penelitian

Variabel	AVE
Digimart	0,612
Fintech	0,576
KK	0,707
KU	0,662

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Tabel 5.7 menunjukkan nilai AVE untuk masing-masing variabel penelitian. Data yang ada menunjukkan bahwa untuk semua variabel penelitian yang memiliki nilai AVE > 0,5 maka indikator tersebut merupakan penyusun dari variabel laten atau indikator yang valid.

c. *Keandalan Komposit*

Nilai batas yang diterima untuk tingkat keandalan komposit adalah 0,60. Nilai composite reliability untuk masing-masing variabel penelitian pada model akhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.8. Nilai Keandalan Komposit (*Composite Reliability*)  
Variabel Model Penelitian

Variabel	Keandalan Komposit
Digimart	0,886
Fintech	0,890
KK	0,935
KU	0,907

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Tabel 5.8 menunjukkan nilai composite reliability untuk variabel penelitian. Data tersebut menunjukkan bahwa semua variabel penelitian pada model akhir memiliki nilai composite reliability  $> 0,6$ , sehingga terdapat konsistensi internal dan indikator merupakan variabel pembentuk atau indikator reliabel.

d. Uji Hipotesis *Outer Loading*

Untuk menguji apakah indikator tersebut merupakan ukuran dari variabel laten, digunakan nilai T-statistik dari outer loading. Jika T-statistik lebih besar dari T-tabel, indikator tersebut merupakan ukuran dari variabel laten.

Tabel 5.9. Muatan Luar (Mean, STDEV, T-Values)

	<b>Original Sample (O)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standard Deviation (STDEV)</b>	<b>Standard Error (STERR)</b>	<b>T Statistics ((O/STERR))</b>
<b>x11 &lt;- Fintech</b>	0,719	0,713	0,057	0,057	12,517
<b>x12 &lt;- Fintech</b>	0,783	0,779	0,055	0,055	14,226
<b>x13 &lt;- Fintech</b>	0,883	0,883	0,021	0,021	41,074
<b>x14 &lt;- Fintech</b>	0,685	0,686	0,059	0,059	11,567
<b>x15 &lt;- Fintech</b>	0,725	0,728	0,041	0,041	17,765
<b>x16 &lt;- Fintech</b>	0,742	0,737	0,063	0,063	11,727
<b>x21 &lt;- Digimart</b>	0,840	0,829	0,054	0,054	15,613
<b>x22 &lt;- Digimart</b>	0,856	0,845	0,052	0,052	16,581
<b>x23 &lt;- Digimart</b>	0,854	0,845	0,040	0,040	21,298
<b>x24 &lt;- Digimart</b>	0,658	0,651	0,073	0,073	9,057
<b>x25 &lt;- Digimart</b>	0,681	0,694	0,052	0,052	13,079
<b>y1 &lt;- KU</b>	0,778	0,777	0,045	0,045	17,401
<b>y2 &lt;- KU</b>	0,850	0,847	0,034	0,034	25,360
<b>y3 &lt;- KU</b>	0,772	0,775	0,036	0,036	21,686
<b>y4 &lt;- KU</b>	0,836	0,833	0,042	0,042	19,861
<b>y5 &lt;- KU</b>	0,831	0,831	0,037	0,037	22,511
<b>z1 &lt;- KK</b>	0,823	0,820	0,044	0,044	18,852
<b>z2 &lt;- KK</b>	0,849	0,846	0,047	0,047	18,183
<b>z3 &lt;- KK</b>	0,834	0,824	0,046	0,046	18,012
<b>z4 &lt;- KK</b>	0,804	0,797	0,055	0,055	14,562
<b>z5 &lt;- KK</b>	0,872	0,870	0,032	0,032	27,164
<b>z6 &lt;- KK</b>	0,861	0,862	0,040	0,040	21,493

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Nilai T tabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah = 1,996. Dari tabel di atas terlihat bahwa T-statistik > 1,996, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator merupakan ukuran dari variabel laten.

### 5.1.3.3. Inner Model Evaluation

Selanjutnya adalah perhitungan R-square. R square menunjukkan kinerja keuangan variabel penelitian dalam menjelaskan keberlangsungan usaha (Kuncoro, 2012). Berdasarkan pengolahan data dengan PLS, diperoleh koefisien determinasi (R-square) sebagai berikut:

Tabel 5.10. Nilai Model R-kuadrat

	R Square
Digimart	
Fintech	
KK	0,306
KU	0,757

Sumber: Pengolahan Data 2022

Nilai R square untuk kinerja keuangan adalah 0,306. Nilai tersebut berarti persentase keberlangsungan bisnis yang dapat dijelaskan oleh fintech dan digimart adalah sebesar 30,6%.

Nilai R square untuk keberlangsungan usaha adalah 0,757. Nilai tersebut berarti persentase keberlangsungan usaha yang dapat dijelaskan oleh fintech, digimart, dan kinerja keuangan adalah 75,7%.

Penilaian goodness of fit pada model PLS dapat dilihat dari nilai Q2. Nilai Q2 memiliki arti yang sama dengan koefisien determinasi (R-square/R2) dalam analisis regresi. Semakin tinggi R2 maka model dapat dikatakan semakin fit dengan data. Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Q2 adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Q^2 &= 1 - ((1-0,306) \times (1-0,757)) \\ &= 1 - (0,694) \times (0,243) \\ &= 1 - 0,169 \end{aligned}$$

= 0,831

Pada model penelitian ini total nilai R-square yang dihasilkan sebesar 83,1%, artinya besarnya keragaman data penelitian yang dapat dijelaskan oleh model struktural sebesar 83,1%, sedangkan sisanya sebesar 16,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tahap terakhir dalam analisis PLS adalah membuktikan hipotesis penelitian. Analisis Partial Least Square juga menghasilkan koefisien jalur dalam model dalam:

Tabel 5.11. Hasil Model Dalam

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics ((O/STERR))
Digimart -> KK	0,275	0,291	0,117	0,117	2,341
Digimart -> KU	0,015	0,020	0,059	0,059	0,246
Fintech -> KK	0,341	0,339	0,103	0,103	3,304
Fintech -> KU	0,283	0,288	0,064	0,064	4,456
KK -> KU	0,682	0,675	0,046	0,046	14,949

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Nilai T Tabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah = 1,996. Dari tabel 5.11 di atas, dapat disusun model struktural untuk membuktikan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- a. Pengaruh fintech terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 5.11 dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel fintech terhadap KK (kinerja keuangan) adalah 0,341 dengan nilai T-statistik sebesar 3,304 yang lebih besar dari 1,996 (Tabel, = 0,05, df = 66). Keadaan ini menunjukkan bahwa fintech memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Pengaruh yang dihasilkan fintech terhadap kinerja keuangan adalah positif. Pengaruh positif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi fintech yang ditunjukkan oleh jajaran UMKM maka akan semakin baik pula tingkat kinerja keuangan UMKM. Sebaliknya, semakin rendah fintech yang ditunjukkan oleh UMKM, maka semakin rendah pula tingkat kinerja keuangan UMKM.

b. Pengaruh digimart terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 5.11 dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel digimart terhadap kinerja keuangan adalah sebesar 0,275 dengan nilai T-statistik sebesar 2,341 yang lebih besar dari 1,996. Keadaan ini menunjukkan bahwa digimart memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan UKM. Pengaruh yang diberikan oleh digimart adalah positif. Kenaikan atau penurunan digimart mempengaruhi peningkatan dan penurunan kinerja keuangan UKM.

c. Pengaruh fintech terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 5.11 dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel fintech terhadap keberlangsungan usaha adalah sebesar 0,283 dengan nilai T-statistik sebesar 4,456 yang lebih besar dari 1,996. Keadaan ini menunjukkan bahwa fintech memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

keberlangsungan usaha UMKM. Pengaruh yang dihasilkan fintech terhadap keberlangsungan usaha UMKM adalah positif, artinya jika tekfin dijalankan dengan baik oleh UMKM maka keberlangsungan usaha UMKM juga akan semakin baik. Di sisi lain, jika fintech tidak dilakukan dengan baik, keberlangsungan usaha UMKM juga akan semakin rendah.

d. Pengaruh digimart terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 5.11 dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel digimart terhadap keberlangsungan usaha adalah sebesar 0,015 dengan nilai T-statistik sebesar 0,246 yang lebih kecil dari 1,996. Keadaan ini menunjukkan bahwa digimart tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Perubahan yang terjadi pada kepemimpinan digimart, baik yang meningkat maupun yang menurun, tidak banyak berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha kerja UMKM.

e. Pengaruh kinerja keuangan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 5.11 dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel kinerja keuangan terhadap keberlangsungan usaha adalah sebesar 0,682 dengan nilai T-statistik sebesar 14,949 yang lebih besar dari 1,996. Keadaan ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Pengaruh yang dihasilkan oleh kinerja keuangan terhadap keberlangsungan usaha adalah positif. Pengaruh positif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kinerja keuangan UMKM maka keberlangsungan usaha UMKM juga

akan semakin baik. Di sisi lain, semakin rendah kinerja keuangan UMKM, semakin rendah keberlanjutan usaha UMKM

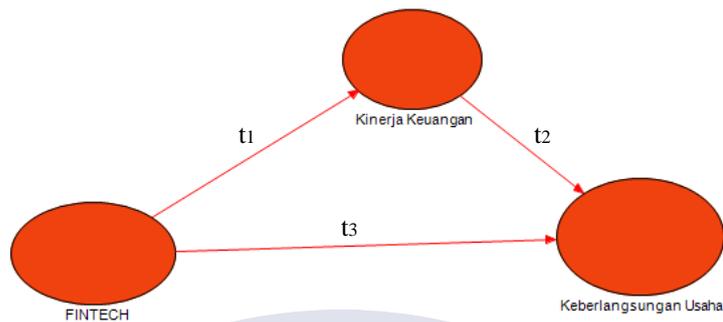
Hasil pengujian kelima hipotesis tersebut dapat dirangkum dalam Tabel 5.7 di bawah ini.

Tabel 5.12. Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis

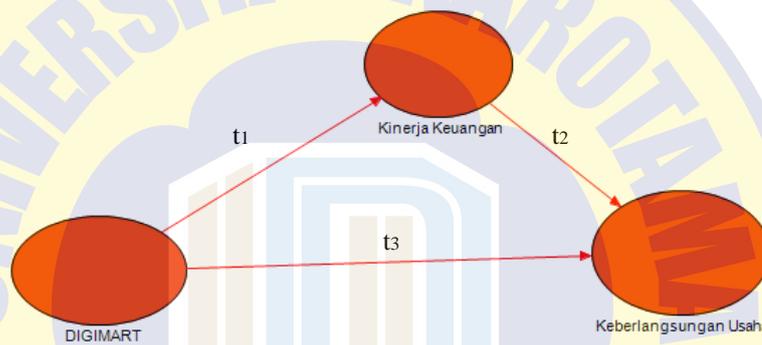
Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Statistik T	Batas	Kesimpulan
H <sub>1</sub>	Fintech berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya	3,304	1,996	Hipotesis diterima
H <sub>2</sub>	Digimart berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya	2,341	1,996	Hipotesis diterima
H <sub>3</sub>	Fintech berpengaruh positif signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya	4,456	1,996	Hipotesis diterima
H <sub>4</sub>	Digimart berpengaruh positif signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya	0,246	1,996	Hipotesis ditolak
H <sub>5</sub>	Kinerja keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya	14,949	1,996	Hipotesis diterima

Sumber: Pengolahan Data, 2022

Setelah melihat pengaruh langsung, berikutnya adalah pengaruh tidak langsung. Pada pengaruh tidak langsung melibatkan adanya variabel mediator. Kerangka untuk menggambarkan variabel mediator dapat dilihat pada gambar 5.6 dan gambar 5.7



Gambar. 5.6. Peran Kinerja Keuangan Sebagai Mediator Pengaruh Fintech ke Keberlangsungan Usaha



Gambar. 5.7. Peran Kinerja Keuangan Sebagai Mediator Pengaruh Digimart ke Keberlangsungan Usaha

Gambar 5.6 menunjukkan peran kinerja keuangan dalam memediasi pengaruh fintech terhadap keberlangsungan usaha

Gambar 5.7 menunjukkan peran kinerja keuangan dalam memediasi pengaruh digimart terhadap keberlangsungan usaha

Hasil pengujian terhadap kedua hipotesis tersebut diatas maka dapat dirangkum dalam tabel 5.13 berikut ini.

Tabel 5.13. Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis Mediasi

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Statistik t			Batas	Kesimpulan
		t1	t2	t3		
H <sub>6</sub>	Kinerja keuangan menjadi mediator pengaruh <i>financial technology</i> terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya	3,304	14,949	4,456	1,996	Hipotesis diterima dengan mediasi parsial
H <sub>7</sub>	Kinerja keuangan menjadi mediator pengaruh <i>digital marketing</i> terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya	2,341	14,949	0,246	1,996	Hipotesis diterima dengan mediasi penuh

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif khususnya bagi UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fintech dan digimart memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan dan keberlangsungan usaha UMKM. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan fintech dan digimart.

## 5.2. Pembahasan

### 5.2.1. Fintech berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa fintech (*financial technology*) memberi pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya. Pengaruh positif ditunjukkan dengan nilai koefisien 0,341 dan signifikansi ditunjukkan dengan nilai t sebesar 3,304 yang lebih besar dari nilai batas 1,996.

Memasuki era revolusi industri 4.0 dan pandemi, maka fintech (*financial technology*) menjadi salah satu sarana keuangan yang harus dimiliki oleh setiap usaha utamanya UMKM yang tidak tersentuh mekanisme perbankan. Sehingga

setiap UMKM bisa mengoptimalkan kinerja keuangannya melalui fintech yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan produksi atau jasa yang dibutuhkan.

### **5.2.2. Digimart berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa digimart (*digital marketing*) memberi pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Surabaya. Pengaruh positif ditunjukkan dengan nilai koefisien 0,275 dan signifikansi ditunjukkan dengan nilai t sebesar 2,341 yang lebih besar dari nilai batas 1,996.

Pandemi selama dua tahun memberi pengaruh pada semua sendi kehidupan terutama usaha UMKM yang mau tidak mau harus menjalankan usaha dari rumah, dengan promosi pemasaran melalui online atau secara digital marketing sangat membantu usaha UMKM untuk berusaha dari rumah, sehingga kinerja keuangan UMKM secara tidak langsung ataupun langsung bisa terpenuhi dengan baik.

### **5.2.3. Fintech berpengaruh positif signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa fintech (*financial technology*) memberi pengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya. Pengaruh positif ditunjukkan dengan nilai koefisien 0,283 dan signifikansi ditunjukkan dengan nilai t sebesar 4,456 yang lebih besar dari nilai batas 1,996.

Masa pandemi yang tidak memungkinkan bertransaksi secara tatap muka membuat UMKM harus mempunyai fintech dalam usahanya, agar bisa menjangkau kebutuhan usahanya baik belanja bahan baku, penambahan modal usahanya atau

kebutuhan produksi atau jasa lainnya termasuk menjangkau pelanggannya sehingga keberlangsungan usahanya tetap berjalan sebagaimana sebelum masa pandemi.

#### **5.2.4. Digimart tidak berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa digimart (*digital marketing*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t$  sebesar 0,246 yang kurang dari nilai batas 1,996.

Sarana promosi melalui digital yang dilakukan UMKM melalui berbagai media digital, sungguh menghabiskan waktu, tenaga dan biaya yang belum tentu ada transaksi dalam setiap promosi digital yang dilakukan oleh UMKM tersebut. Hal ini menyebabkan promosi digital tidak mempengaruhi secara langsung keberlangsungan usaha masing masing UMKM.

#### **5.2.5. Kinerja Keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kinerja keuangan memberi pengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya. Pengaruh positif ditunjukkan dengan nilai koefisien 0,682 dan signifikansi ditunjukkan dengan nilai  $t$  sebesar 14,949 yang lebih besar dari nilai batas 1,996.

Tidak bisa dipungkiri bahwa kinerja keuangan sangat mempengaruhi keberlangsungan usaha, dengan kinerja keuangan yang baik maka setiap UMKM bisa melangsungkan usahanya sesuai dengan tujuan usahanya tentunya dengan perencanaan perencanaan keuangan yang mendukung keberlangsungan usaha masing masing UMKM.

### 5.2.6. Kinerja keuangan menjadi mediator pengaruh *financial technology* terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kinerja keuangan menjadi mediator keberadaan fintech (*financial technology*) pada keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya. Peranan mediasi ditunjukkan dengan nilai  $t_1 = 3,304$ ,  $t_2 = 14,949$ ,  $t_3 = 4,456$  keseluruhannya lebih besar dari nilai batas 1,996.

Dari gambar 5.5 terlihat fintech mempunyai pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap keberlangsungan usaha. Yang bisa dijabarkan sebagai berikut:

Pengaruh langsung = koefisien fintech ke KU

$$= 0,283$$

Pengaruh tidak langsung = koefisien fintech ke KK x koefisien KK ke KU

$$= 0,341 \times 0,682$$

$$= 0,233$$

Dari perhitungan diatas menunjukkan bahwa pengaruh langsung nilainya lebih besar daripada pengaruh tidak langsung. Hal ini menunjukkan bahwa peran kinerja keuangan dalam memediasi pengaruh fintech terhadap keberlangsungan berusaha hanya parsial saja.

Setiap UMKM menginginkan keberlangsungan usahanya berkelanjutan tanpa hambatan harus mempunyai kinerja keuangan yang bagus. Di era revolusi industri 4.0 dengan kemajuan berusaha atau bertransaksi tanpa batasan waktu dan wilayah, mau tidak mau setiap UMKM harus didukung fintech yang bisa diaplikasikan dengan mudah demi kemajuan usahanya.

### 5.2.7. Kinerja keuangan menjadi mediator pengaruh *digital marketing* terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kinerja keuangan menjadi mediator digimart (*digital marketing*) pada keberlangsungan usaha UMKM di Surabaya. Peranan mediasi ditunjukkan dengan nilai  $t_1 = 2,341$ ,  $t_2 = 14,949$ ,  $t_3 = 0,246$  dimana  $t_1$  dan  $t_2$  lebih besar dari nilai batas 1,996 dan  $t_3$  kurang dari nilai batas 1,996.

Dari gambar 5.5 terlihat digimart mempunyai pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap keberlangsungan usaha. Yang bisa dijabarkan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= \text{koefisien digimart ke KU} \\ &= 0,015 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh tidak langsung} &= \text{koefisien digimart ke KK} \times \text{koefisien KK ke KU} \\ &= 0,275 \times 0,682 \\ &= 0,188 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas menunjukkan bahwa digimart tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap keberlangsungan berusaha terlihat dari nilai  $t$  hitungnya lebih kecil dari nilai batas, maka yang ada hanyalah pengaruh tidak langsung. Hal ini menunjukkan bahwa peran kinerja keuangan dalam memediasi pengaruh digimart terhadap keberlangsungan berusaha secara penuh.

Sebagai bentuk reaksi berusaha di masa pandemi, UMKM dalam memasarkan produk atau jasanya melalui media digital, maka menjadi keharusan untuk memperbaiki kinerja keuangan secara optimal agar keberlangsungan usahanya tetap berjalan.