

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM
DI KECAMATAN PACET**

Chandra Satria Putra
Email: chanrasatria@gmail.com

Mia Sumiati
Email: miasumiati1602@gmail.com

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Bale Bandung

ABSTRACT

This study analyzes the influence of social media use and financial technology on the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Pacet District, Bandung Regency, both partially and simultaneously. This study uses a quantitative approach with a descriptive-verification survey method. Primary data were collected through a questionnaire distributed to 63 respondents selected using non-probability purposive sampling, drawn from a population of 167 MSMEs in Pacet District that have used social media and financial technology. Data were analyzed using multiple linear regression, correlation analysis, the coefficient of determination, and hypothesis testing through t-test and F-test. The results show that social media use has a significant partial effect on MSME development, with a partial coefficient of determination of 37.0%. Financial technology also has a significant partial effect on MSME development, with a partial coefficient of determination of 15.3%. Simultaneously, social media use and financial technology have a significant effect on MSME development, with a coefficient of determination of 52.3%, while the remaining 47.7% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Development, Financial Technology, Social Media, MSMEs

I. PENDAHULUAN

Menurut Komenkop 2025, usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) tahun 2025, tercatat sebanyak 64,2 juta unit UMKM di Indonesia yang berkontribusi sekitar 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% dari total tenaga kerja nasional. Hal ini menjadikan UMKM sebagai aktor kunci dalam pemerataan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta pengentasan kemiskinan, terutama di daerah-daerah yang jauh dari pusat pertumbuhan ekonomi. Fenomena ini juga terlihat pada skala yang lebih lokal, misalnya di Kecamatan Pacet, Kabupaten Bandung, tercatat terdapat 167 UMKM, namun baru sekitar 63 UMKM atau sekitar 37,7% di antaranya yang telah aktif memanfaatkan media sosial dan layanan financial technology dalam menjalankan usahanya. Sebagian besar pelaku UMKM di Kecamatan Pacet bergerak pada sektor [sebutkan jenis usaha yang paling dominan, misalnya kuliner, kerajinan, atau perdagangan, sesuai data lapangan], namun secara umum pemanfaatan teknologi digital di kalangan pelaku UMKM tersebut masih tergolong terbatas.

Peranan UMKM tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi semata, tetapi juga berkontribusi pada pemerataan pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan di berbagai wilayah, terutama di daerah-daerah yang jauh dari pusat pertumbuhan ekonomi besar seperti ibu kota dan kota-kota metropolitan. UMKM mampu menjadi solusi alternatif dalam menciptakan peluang usaha bagi masyarakat lokal dengan modal relatif kecil namun memiliki potensi pertumbuhan yang cukup besar. Kondisi ini menjadikan UMKM sebagai aktor kunci dalam pembangunan nasional yang inklusif dan berkelanjutan. Namun, di tengah peran strategis tersebut, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan akses modal, kurangnya pemahaman terhadap teknologi digital, serta rendahnya kapasitas manajemen usaha yang mempengaruhi kemampuan mereka untuk berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Oleh karena itu, pengembangan UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial dan *fintech* menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan kelangsungan usaha mereka. Dengan demikian, penelitian yang mengkaji pengaruh penggunaan media sosial dan *fintech* terhadap perkembangan UMKM di wilayah tertentu, seperti Kecamatan Pacet, menjadi relevan dan mendesak untuk dilakukan guna memberikan gambaran dan solusi atas dinamika perkembangan UMKM di era digital ini.

Selain itu, masih banyak pelaku UMKM yang belum memiliki akses terhadap sarana promosi yang efektif dan terjangkau, baik secara pengetahuan maupun dari segi sumber daya. Hal ini berdampak pada rendahnya eksposur produk dan keterbatasan dalam menjangkau konsumen potensial. Di sisi lain, motivasi dan kepercayaan diri para pelaku usaha juga masih menjadi tantangan tersendiri, terutama dalam menghadapi perubahan dan tantangan digitalisasi. Bapak Adit menekankan bahwa berbagai kendala ini membutuhkan penanganan yang menyeluruh, mulai dari peningkatan literasi teknologi, pelatihan kewirausahaan, hingga dukungan infrastruktur dan kebijakan yang berpihak pada penguatan UMKM lokal.

Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan pemanfaatan teknologi digital di tingkat lokal, yang disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi teknologi, dan kurangnya pelatihan serta pendampingan dari pemerintah daerah maupun lembaga pendukung usaha kecil. Seperti disampaikan dalam penelitian oleh Mirza (2023), adaptasi teknologi digital oleh UMKM sangat bergantung pada kesiapan lokal, baik dari aspek sosial, ekonomi, maupun kebijakan daerah. Penelitian mengenai digitalisasi UMKM telah banyak dilakukan, tetapi sebagian besar berfokus pada wilayah perkotaan. Kajian mengenai pengaruh media sosial dan financial technology terhadap perkembangan UMKM pada wilayah lokal seperti Kecamatan Pacet masih terbatas, sehingga penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi celah tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui secara empiris pengaruh penggunaan media sosial dan *financial technology* terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Pacet.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan *platform* digital yang memungkinkan penggunaanya untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan berbagai jenis konten secara online, sekaligus membangun jejaring sosial yang luas. Melalui media sosial, individu maupun organisasi dapat berkomunikasi secara interaktif, menyebarkan informasi, dan melakukan kolaborasi tanpa batasan ruang dan waktu.

2.1.2 Pengertian Financial Technology

Financial Technology merupakan inovasi dalam sektor jasa keuangan yang memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan kenyamanan layanan keuangan bagi masyarakat.

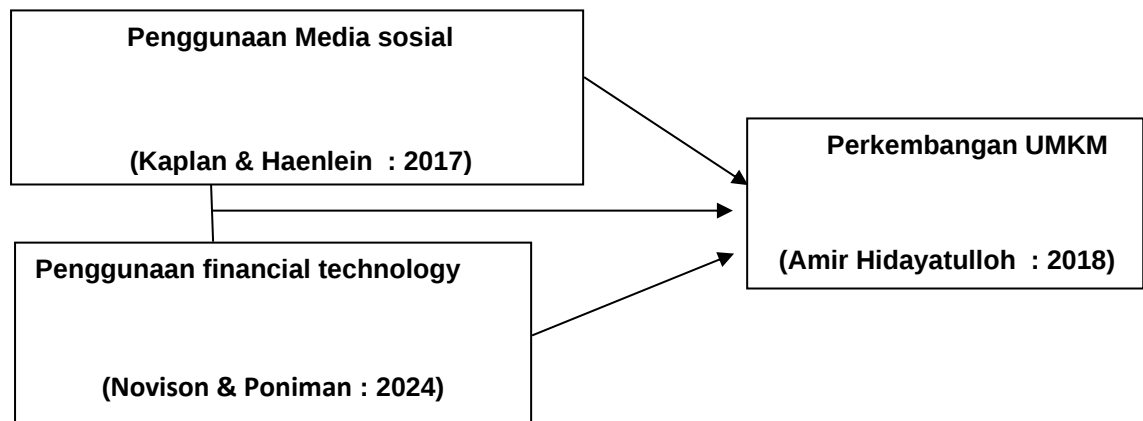
**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP
PERKEMBANGAN UMKM DI KECAMATAN PACET |
Chandra Satria Putra dan Mia Sumiati**

2.1.3 Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan menengah yang dijalankan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha kecil yang mandiri. UMKM secara resmi didefinisikan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 sebagai usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan tertentu, yang dikelompokkan ke dalam tiga kategori: mikro, kecil, dan menengah

2.2 Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan *Financial Technology* (*fintech*) Terhadap Perkembangan UMKM digambarkan skema paradigma penelitian sebagai berikut:



**Gambar 1
Paradigma Penelitian**

2.3 Hipotesis

Berdasarkan penjelasan dan kerangka pemikiran yang ada, maka peneliti mencoba merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM.
2. Penggunaan fintech berpengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM.
3. Interaksi penggunaan fintech dan media sosial memberikan dampak sinergis yang lebih besar terhadap pertumbuhan UMKM.

III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi survey dengan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini mengungkapkan keadaan masalah yang terjadi pada saat penelitian ini berlangsung dan data yang digunakan menekankan pada data-data *numeric* (angka).

3.1.1 Populasi dan Sempel

3.1.1.1 Populasi

Menurut Suharsimi Arikunto, Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Dalam konteks penelitian, populasi mencakup semua individu, objek, atau peristiwa yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sumber data yang relevan dengan masalah yang sedang dikaji.

Berdasarkan pengertian tersebut, populasi merupakan objek atau subjek yang memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian maka yang menjadi populasi sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku Usaha Mikro, Kecil,

dan Menengah yang berada di Kecamatan Pacet, Kabupaten Bandung, yang berjumlah 167 UMKM dan 63 telah aktif memanfaatkan layanan *Financial Technology* serta media sosial sebagai bagian dari operasional dan pengembangan usaha mereka.

3.1.1.2 Sampel

Menurut Sugiyono Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, sampel ditentukan dari populasi pelaku UMKM di Kecamatan Pacet, Kabupaten Bandung, yang telah menggunakan layanan *Fintech* dan media sosial sebagai bagian dari aktivitas bisnis mereka.

Karena jumlah populasi UMKM di Kecamatan Pacet relatif besar dan tersebar, serta waktu dan sumber daya penelitian yang terbatas, maka teknik *non-probability* sampling dengan pendekatan *purposive* sampling digunakan. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti memilih responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

3.1.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono, regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Sumber : Sugiyono (2017 : 275)

2. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan sebab akibat yang terjadi antara Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal dengan Kinerja Karyawan.

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya hubungan, dilihat pedoman tabel kriteria koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 1
Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00– 0.199	Sangat rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2017:231)

3. Koefisien Determinasi Simultan

Setelah koefisien korelasi ganda (R) diketahui serta untuk membuktikan hasil pengaruh secara simultan, maka selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP
PERKEMBANGAN UMKM DI KECAMATAN PACET |
Chandra Satria Putra dan Mia Sumiati**

$$KD = R^2 \cdot 100\%$$

Sumber : Ghazali (2013)

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi Dikuadratkan

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

1. Jika KD mendekati nol (0), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat lemah.
2. Jika KD mendekati satu (1), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat kuat.

4. Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) adalah pernyataan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistik (data sampel) sedangkan hipotesis alternatif (H_a) adalah pernyataan ada perbedaan antara parameter dan statistik Hipotesis yang dirumuskan dapat di uji melalui pengujian hipotesis berikut ini :

a. Uji hipotesis t (Uji-t)

Uji-t statistik digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh Penggunaan Media Sosial dan *Financial Technolgy* terhadap Perkembangan UMKM, secara individu / parsial. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . untuk mencari nilai t_{hitung} maka pengujian tingkat signifikannya adalah menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r_p \sqrt{n - 3}}{\sqrt{1 - r_p^2}}$$

Sumber : Sugiyono (2017:237)

Keterangan :

r_p = korelasi

n = banyaknya sampel

t = tingkat signifikan (t_{hitung})

Setelah menghitung nilai t_{hitung} selanjutnya membuat kesimpulan mengenai diterima atau tidaknya hipotesis setelah dibandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} dengan ketentuan uji sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh signifikan).
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh signifikan).
3. Apabila menggunakan program komputer (*software SPSS*), jika nilai sig $< \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak (berpengaruh signifikan).

b. Uji Hipotesis F

Uji-F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel pengaruh Efisiensi Biaya Operasional dan Efektivitas Modal Kerja terhadap Pertumbuhan Laba. Untuk mengetahui apakah variabel independen keseluruhan mempengaruhi variabel dependen pada tingkat signifikan tertentu.

Statistik uji untuk menghitung nilai F_{hitung} menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Fh = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien korelasi ganda

K = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

dk = (n-k-1) derajat kebebasan.

kriteria pengujian dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} yaitu:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh signifikan).
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh signifikan)
- Apabila menggunakan program komputer (*software SPSS*), jika nilai $sig < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak (berpengaruh signifikan).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.400	4.717		1.781	.080
Penggunaan media sosial	.467	.101	.532	4.624	.000
Penggunaan financial technology	.282	.126	.257	2.231	.029

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

Sumber : Pengolahan data dengan SPSS versi 20 Tahun 2025

Berdasarkan hasil perhitungan secara manual maupun SPSS di atas maka di dapat persamaan sebagai berikut :

$$Y = 8.400 + 0,467 X_1 + 0,282 X_2$$

Keterangan:

- Konstanta (α) sebesar 8.400
Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen ditiadakan atau Penggunaan Media Sosial (X_1) dan Penggunaan *Financial Technology* (X_2) nilainya nol, maka Perkembangan UMKM (Y) adalah 8.400
- Koefisien regresi Pengendalian Internal (X_1) sebesar 0.467
Koefisien regresi (b_1) tersebut hasilnya positif. Hal ini menunjukkan indikasi adanya hubungan yang searah, artinya jika nilai variabel Pengendalian Internal (X_1) naik 1% (0.01) maka akan menyebabkan kenaikan Perkembangan UMKM dengan asumsi variabel lain tetap.
- Koefisien regresi Kompetensi Pengguna (X_2) sebesar 0.282

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP
PERKEMBANGAN UMKM DI KECAMATAN PACET |**

Chandra Satria Putra dan Mia Sumiati

Koefisien regresi (b_2) tersebut hasilnya positif. Hal ini menunjukkan indikasi adanya hubungan yang searah, artinya jika nilai variabel Penggunaan Media Sosial (X_1) naik 1% (0.01) maka akan menyebabkan kenaikan Perkembangan UMKM sebesar 0.282 dengan asumsi variabel lain tetap.

4.2 Analisis Kolerasi

Tabel 3
Hasil Analisis Korelasi *Person Product Moment*

Correlations				
		Penggunaan Media Sosial	Penggunaan <i>Financial Technology</i>	Perkembangan UMKM
Penggunaan Media Sosial	Pearson Correlation	1	.632**	.695**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	63	63	63
<i>Financial Technology</i>	Pearson Correlation	.632**	1	.594**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	63	63	63
Perkembangan UMKM	Pearson Correlation	.695**	.594**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	63	63	63

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS Versi 20.

Tabel 4
Hasil Analisis Korelasi Ganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.507	5.667991

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS versi 20 Tahun 2025

Dilihat dari dua tabel perhitungan korelasi di atas menunjukkan bahwa :

1. Koefisien Korelasi *Pearson Product Moment*
 - a) Korelasi antara Penggunaan Media Sosial dengan Perkembangan UMKM adalah sebesar 0.695. Berdasarkan tabel kriteria korelasi termasuk pada nilai korelasi antara 0.60-0.799 mempunyai hubungan yang Kuat. Karena hasilnya positif maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan Penggunaan Media Sosial (X_1) akan diikuti oleh kenaikan Perkembangan UMKM (Y).

- b) Korelasi antara Kompetensi Pengguna dengan Kualitas Sistem Informasi adalah sebesar 0.594. Berdasarkan tabel kriteria korelasi termasuk pada nilai korelasi antara 0.40 – 0.599 mempunyai hubungan yang sedang. Karena hasilnya positif maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan *Financial Technology* (X_2) akan diikuti oleh kenaikan Kualitas Perkembangan UMKM (Y).
- c) Korelasi antara Penggunaan Media Sosial dengan *Financial Technology* adalah sebesar 0.632. Berdasarkan tabel kriteria korelasi termasuk pada nilai korelasi antara 0.60-0.799 mempunyai hubungan yang kuat. Karena hasilnya positif maka dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan Penggunaan Media Sosial (X_1) akan diikuti oleh kenaikan Kompetensi Penggunaan *Financial Technology* (X_2).

4.3 Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 5
Hasil Uji Korelasi Secara Simultan (*R Square*)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.507	5.667991

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas, diketahui nilai *R Square* sebesar 0,523 hal tersebut menunjukkan nilai koefisien determinasi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nilai $KD = 0.523$ (52.3%). Yang artinya, Perkembangan UMKM dipengaruhi oleh Penggunaan Media Sosial dan *Financial Technology* sebesar 52.3%, sedangkan sisanya, yaitu sebesar 47,7%, dipengaruhi oleh berbagai faktor atau variabel lain di luar penggunaan media sosial dan financial technology.

4.4 Hasil Pengujian Hipotesis

4.4.1 Uji Signifikan Uji-t (Parsial)

Tabel 6
Hasil uji-t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.400	4.717		1.781	.080
	X_1	.467	.101	.532	4.624	.000
	X_2	.282	.126	.257	2.231	.029

a. Dependent Variable: Y

Sumber :SPSS 20 uji-t

- a) Pada tabel 6 serta hasil perhitungan di atas, nilai t_{hitung} untuk penggunaan Media Sosial (X_1) adalah 4.624, pada t_{tabel} dengan $dk = 60$ ($n-3 = 63-3$) dan taraf signifikansi 0.05 diperoleh 1.671 (lihat tabel pada lampiran). Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.624 > 1.671$) pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh signifikan).

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP
PERKEMBANGAN UMKM DI KECAMATAN PACET |
Chandra Satria Putra dan Mia Sumiati**

- b) Pada tabel 6 serta hasil perhitungan di atas, nilai t_{hitung} untuk Financial Technology (X_2) adalah 2.231, pada t_{tabel} dengan $dk = 60$ ($n-3 = 60-3$) dan taraf signifikansi 0.05 diperoleh 1.671 (lihat tabel pada lampiran). Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.231 > 1.671$) pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh signifikan). Kemudian pada kolom *sig* di atas (tabel 4.25) dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji-t sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05

4.4.2 Uji signifikan Uji-F (Simultan)

Tabel 7
Hasil Perhitungan Uji-F X_1 dan X_2 terhadap Y

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2109.229	2	1054.614	32.827	.000 ^b
Residual	1927.567	60	32.126		
Total	4036.796	62			

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial, *Financial Technology*

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS versi 20 Tahun 2025

Dari tabel 7 di atas diketahui nilai F_{hitung} sebesar 32.827 sedangkan F_{tabel} dapat diperoleh dengan tabel F derajat bebas yaitu residual 60 dan regresi 2 dengan taraf signifikansi 0.05 sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 3.150 (lihat F_{tabel} pada lampiran). Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$, ($169 > 3.25$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian pada kolom ANOVA^a di atas (tabel 4.25) dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji-F sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian keputusan yang diambil dengan tingkat signifikansinya bahwa penggunaan media sosial dan *Financial Technology* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perkembangan UMKM.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di dapat, maka pembahasan untuk menjawab permasalahan dan penelitian ini sebagai berikut :

1. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perkembangan UMKM Di Kecamatan Pacet.

Berdasarkan hasil analisis verifikatif, penggunaan media sosial dengan perkembangan UMKM memiliki hubungan yang positif . Artinya, semakin baik penggunaan media sosial, maka perkembangan UMKM juga semakin meningkat, begitu pula sebaliknya. Secara parsial, penggunaan media sosial terbukti berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Pacet.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Moh Hari Purwiantoro tahun 2016 mengenai Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara penggunaan media sosial dan perkembangan UMKM Selanjutnya, penelitian lain yang dilakukan oleh Menurut Kaplan & Haenlein, media sosial merupakan sarana yang efektif untuk membangun komunikasi dua arah

dengan konsumen, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan sehingga berdampak pada perkembangan usaha.

Makna dari hasil ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berperan sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai jembatan interaksi antara pelaku UMKM dengan konsumen. Melalui media sosial, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, mempercepat penyebaran informasi produk, serta meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan. Hal ini menjadi bukti bahwa optimalisasi media sosial merupakan strategi penting yang dapat mendorong daya saing dan keberlangsungan usaha UMKM di era digital saat ini.

2. Pengaruh *Financial Technology* terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Pacet.

Berdasarkan hasil analisis verifikatif, menunjukkan bahwa Penggunaan *Financial Technology* dan Perkembangan UMKM memiliki hubungan yang positif. Karena hasilnya positif, maka dapat disimpulkan bahwa *Financial Technology* yang semakin baik, akan diikuti oleh Perkembangan UMKM yang semakin baik, demikian pula sebaliknya. Adapun pengaruh Penggunaan *Financial Technology* secara parsial memiliki pengaruh terhadap Perkembangan UMKM, dengan demikian keputusan yang diambil dengan tingkat signifikannya bahwa terdapat pengaruh yang signifikan penggunaan *Financial Technology* terhadap Perkembangan UMKM secara parsial di Kecamatan Pacet.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arina Ahda Sabila Tahun 2021 mengenai pengaruh *Financial Technology* terhadap literasi keuangan pada pelaku UMKM Di kecamatan Medan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan. Selanjutnya, penelitian lain yang dilakukan oleh Nizar Patria & R. Syafriadi *fintech* dapat meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia, khususnya bagi pelaku UMKM yang tidak memiliki akses ke lembaga keuangan formal. *Financial technology* memberikan solusi seperti pinjaman digital, *crowdfunding*, dan pembayaran non-tunai, yang membantu UMKM berkembang melalui akses permodalan yang lebih mudah dan cepat.

Makna dari hasil ini menunjukkan bahwa *Financial Technology* bukan hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga menjadi sarana penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Melalui layanan digital yang praktis, cepat, dan mudah diakses, pelaku UMKM mampu memperoleh kemudahan permodalan, memperluas jaringan usaha, serta meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan keuangan. Dengan demikian, penggunaan *financial technology* berperan besar dalam memperkuat daya saing UMKM dan mendorong keberlanjutan usaha di tengah perkembangan ekonomi digital.

3. Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan *Financial Technology* Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Pacet.

Berdasarkan hasil analisis verifikatif, menunjukkan bahwa Penggunaan Media Sosial dan *Financial Technology* secara simultan memiliki hubungan yang kuat dengan Perkembangan UMKM. Berdasarkan perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) yang dinyatakan dalam presentase menggambarkan besarnya kontribusi semua variabel bebas yaitu Penggunaan Media Sosial dan *Financial Technology* Pengguna dalam menentukan Perkembangan UMKM.

Peneliti dapat memahami bahwa secara bersama-sama apabila penggunaan media sosial dan *Financial Technology* diterapkan serta dilaksanakan dengan tepat maka akan menentukan Perkembangan UMKM yang baik pada para Pelaku UMKM. Hal ini peneliti sampai ke pemahaman bahwa secara realita kedua variabel ini memiliki kontribusi dan apabila secara bersama-sama penggunaan media sosial dan *financial technology* dikelola dengan baik, maka akan meningkatkan perkembangan UMKM.

Makna dari hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan *financial technology* secara simultan memberikan kontribusi nyata terhadap perkembangan UMKM. Kedua variabel tersebut saling melengkapi, di mana media sosial berperan

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP
PERKEMBANGAN UMKM DI KECAMATAN PACET |**

Chandra Satria Putra dan Mia Sumiati

dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memperkuat strategi pemasaran, sedangkan *financial technology* mendukung kemudahan akses permodalan, efisiensi transaksi, dan pengelolaan keuangan yang lebih praktis. Dengan demikian, apabila kedua aspek ini diterapkan secara bersama-sama dan dikelola dengan optimal, maka akan mampu mendorong pertumbuhan UMKM yang lebih signifikan, meningkatkan daya saing, serta memperkuat keberlangsungan usaha di era *digital*.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Penggunaan Media Sosial, dan Perkembangan UMKM terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Pacet, dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis uji pengaruh parsial antara Penggunaan Media Sosial terhadap Perkembangan UMKM menunjukkan variabel Penggunaan Media Sosial mempunyai hubungan positif yang sedang dan signifikan, hal ini berarti Penggunaan Media Sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Pacet, artinya semakin baik Penggunaan Media Sosial maka akan baik perkembangan UMKM demikian pula sebaliknya.
2. Dari hasil analisis uji pengaruh parsial antara penggunaan *financial technology* terhadap perkembangan UMKM menunjukkan variabel penggunaan *financial technology* mempunyai hubungan positif yang sangat kuat dan signifikan, hal ini berarti *financial technology* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Pacet, artinya semakin baik Penggunaan *financial technology* maka akan baik Perkembangan UMKM demikian pula sebaliknya.
3. Secara simultan, variabel bebas penggunaan media sosial dan *financial technology* berpengaruh signifikan, karena nilainya positif maka terdapat pengaruh terhadap Perkembangan UMKM yang merupakan variabel terikat.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat direkomendasikan saran-saran bagi UMKM di kecamatan Pacet, sebagai berikut:

1. Media sosial terbukti membantu meningkatkan modal usaha dengan kategori cukup baik karena berperan penting dalam memperluas jaringan, memperkenalkan produk, serta membuka peluang mendapatkan tambahan modal dari berbagai pihak. Melalui promosi yang aktif dan konten yang menarik, pelaku UMKM dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen maupun investor, sehingga mendorong peningkatan penjualan dan kepercayaan finansial. Selain itu, penggunaan fitur bisnis seperti iklan berbayar, analisis jangkauan, dan integrasi marketplace juga membantu memperluas pasar dan memperkuat modal usaha. Namun demikian, hasil yang masih tergolong cukup baik menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial belum maksimal, karena sebagian pelaku UMKM masih menggunakan media sosial sebatas alat promosi sederhana tanpa strategi konten dan interaksi yang terarah untuk menarik dukungan modal secara lebih luas.
2. Financial technology (*fintech*) terbukti membantu perputaran modal usaha menjadi lebih cepat dengan kategori cukup baik, karena memudahkan pelaku UMKM dalam melakukan transaksi keuangan, memperoleh pembiayaan, serta mengatur arus kas secara efisien. Melalui layanan pembayaran digital, pinjaman *online*, dan platform investasi, pelaku usaha dapat mengakses modal dengan lebih cepat tanpa prosedur rumit seperti pada lembaga keuangan konvensional. Kemudahan ini turut mempercepat proses pembelian bahan baku, distribusi produk, dan penerimaan hasil penjualan, sehingga perputaran modal menjadi lebih lancar. Namun, hasil yang masih berada pada kategori cukup baik menunjukkan bahwa pemanfaatan *fintech* oleh pelaku UMKM belum maksimal, sebagian masih terbatas pada penggunaan dasar seperti transaksi pembayaran, belum banyak

yang memanfaatkan fitur pembiayaan, pencatatan keuangan, dan manajemen modal secara digital yang dapat mempercepat perkembangan usaha secara lebih signifikan.

3. pemanfaatan media sosial dalam membantu mendapatkan pelanggan untuk menambah modal berada pada kategori cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sudah digunakan untuk menarik pelanggan, namun belum sepenuhnya dimaksimalkan. Agar meningkat menjadi kategori baik, pelaku UMKM disarankan untuk lebih konsisten dalam mengunggah konten promosi yang menarik dan informatif, memperluas jaringan pertemanan atau pengikut, serta memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti iklan berbayar, testimoni pelanggan, dan promosi khusus. Dengan strategi tersebut, kepercayaan pelanggan akan meningkat, penjualan bertambah, dan modal usaha pun dapat berkembang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Suharsimi Arikunto, 2010 *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta

Jurnal :

Amir Hidayatulloh, Dwi Novianasari & Fariz Abdillah. 2019, *Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dan Strategi Pemasaran kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah guna Menuju Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang Memiliki Daya Saing*. Jurnal Berdaya Mandiri, Vol. 4 No. 2, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta.

Rahmawati, A. 2024. *Pengaruh digitalisasi terhadap perkembangan UMKM di era Industri* jurnal Ekonomi digital Pendapatan UMKM di Kota Batam, *Economics and Digital Business Review*, 5 No 1 2024

Pradana, M., & Nugroho, A. 2021. *Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran Digital pada UMKM di Era Pandemi*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 24(1), 55–65. Universitas Negeri Malang.

Website :

Kemenkop UKM, 2025. *Data statistik UMKM kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah Republik Indonesia*
<https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm>

Bank Indonesia. 2020. Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial.
https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Documents/PBI_191217.