

PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY* DAN *E-COMMERCE* TERHADAP KINERJA UMKM SERTA PANDANGANNYA DALAM ETIKA BISNIS ISLAM

Tyas Gantining Palupi¹, Niken Lestari², Aniesatun Nurul Aliefah³
^{1,2,3}Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen, Jawa Tengah, Indonesia
tgatining@gmail.com¹, sayanikenlestari@gmail.com², aniesatun.nurul24@gmail.com³

Abstract

This research aims to determine the influence of Financial Technology and E-commerce on the performance of MSMEs in Kebumen District which are registered with the Kebumen KUKM Disperindag. This research uses a quantitative approach with a data sampling technique using purposive sampling. The number of samples in this study was 89 who were registered with the Kebumen KUKM Disperindag and were engaged in the home industry sector and were located in Kebumen District. The data analysis technique used is IBM SPSS Statistic 25. Based on testing, it shows that financial technology partially has a significant effect on the performance of MSMEs with a calculated t value of 4.387 > t table 1.987. E-commerce partially influences tcount 7.488 > ttable 1.987. Together, financial technology (fintech) and e-commerce have a significant effect on the performance of MSMEs with a calculated F value of 18.551 > Ftable 3.10 with a significance level of 0.00. The coefficient of determination value is 0.530 or 53%, which means that the financial technology (fintech) and e-commerce variables have an influence of 53%, while 47% is influenced by other variables not explained in this research.

Keywords: *Financial Technology (fintech), E-commerce and UMKM performance*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Financial Technology* dan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Kebumen Yang Terdaftar di Disperindag KUKM Kebumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik sampling data menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sample pada penelitian ini berjumlah 89 yang terdaftar di Disperindag KUKM Kebumen dan bergerak di bidang *home industry* dan berlokasi di Kecamatan Kebumen. Teknik Analisis Data yang digunakan yaitu menggunakan IBM SPSS Statistic 25. Berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa *financial technology* secara persial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai $t_{hitung} 4,387 > t_{tabel} 1,987$. *E-commerce* secara persial berpengaruh $t_{hitung} 7,488 > t_{tabel} 1,987$. Secara bersama-sama *financial technology (fintech)* dan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM dengan nilai F_{hitung} adalah $18,551 > F_{tabel} 3,10$ dengan tingkat signifikansi 0,00. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,530 atau 53% yang artinya bahwa variabel *financial technology (fintech)* dan *e-commerce* berpengaruh sebesar 53% sedangkan 47% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Financial Technology, E-commerce dan Kinerja UMKM*

PENDAHULUAN

Kemajuan dari teknologi yang mempengaruhi banyaknya pengguna internet berdampak pada perubahan cara berinteraksi yang pada akhirnya berpengaruh pada cara bertransaksi ekonomi yaitu dengan menggunakan *Financial Technology* (Hiyanti et al., 2020). Berdasarkan data dari Asosiasi *Fintech* Indonesia (*Aftech*) menunjukkan bahwa sebanyak 59% dari pengguna *technology financial* atau *fintech* Indonesia adalah masyarakat dengan pendapatan menengah ke bawah. Dengan masyarakat yang memiliki pendapatan Rp 5.000.000-15.000.000 menjadi yang paling banyak menggunakan *fintech*, yaitu 36%. Sedangkan 23% pengguna berasal dari kelompok dengan pendapatan dibawah Rp 5.000.000. Kemudian sebanyak 18% pengguna *fintech* berasal dari masyarakat yang memiliki pendapatan Rp 15.000.000-30.000.000, selain itu ada 6% pengguna *fintech* dari kelompok pendapatan Rp 30.000.000-35.000.000 dan 17% pengguna berpendapatan Rp 50.000.000 (Muhamad, 2023).

Sebutan pada pemanfaatan internet sebagai wadah untuk berjualan disebut dengan *e-commerce*. Menurut Ramanathan, *e-commerce* adalah penggunaan internet sebagai media pemasaran atau pengiklanan dalam konteks B2B (*Business to Business*) dan B2C (*Business to Customer*) serta melancarkan pada hubungan dalam manajemen rantai inventori. Sebagian peneliti menyatakan bahwa pemanfaatan *e-commerce* yang bijak akan membuat perusahaan mengalami peningkatan. Menurut Kumar dan Petersan pengaruh dari mengimplementasikan *e-commerce* akan menambah kepuasan pada konsumen, menyusutnya jumlah kecacatan dan meningkatnya informasi ketersediaan sumber daya (Muhamad, 2023).

Covid-19 menciptakan pertumbuhan pengguna *e-commerce* dimana pemerintah menganjurkan pada masyarakat Indonesia untuk tetap diam di rumah masing-masing dan membuat masyarakat tidak bisa berbelanja secara *offline* sehingga membuat mereka beralih *to online*. Namun ternyata, setelah covid semakin mereda tidak membuat *e-commerce* kehilangan keeksistensinya, tapi justru semakin berkembang pesat. Hal ini menunjukkan bahwa *channel* ini masih belum tertinggal dan memegang peran yang sangat penting dalam proses belanja *online* di Indonesia. *Platform online* memberikan banyak kemudahan bagi para pengguna, tidak hanya bagi pemilik usaha tetapi juga bagi *customer* karena akan lebih efisien waktu dan tenaga. Selain itu disediakan banyak promo atau gratis ongkir untuk para pengguna.

Namun tidak hanya dampak positif yang diberikan oleh *e-commerce*, ada beberapa dampak negatif yang ditimbulkan, salah satunya adalah penipuan. Karena itulah dalam berbisnis tidak hanya mengenai pendapatan yang diutamakan, tetapi juga etika dalam berbisnis agar bisnis berkah dan tidak menimbulkan mudorot. Etika bisnis islam merujuk pada Al-Qur'an dan Hadist sebagai pedoman dan strategi dalam penerapan bisnis yang baik. Dimana dalam kegiatan berbisnis menerapkan banyak kebaikan yang memberikan kemaslahatan bagi banyak orang disetiap waktu (Nabila A'yun et al., 2021). Rasulullah SAW telah memberikan contoh etika bisnis dalam islam, ada empat sifat Rasulullah SAW yang harus dimiliki oleh setiap pemilik usaha, yaitu; Siddiq, amanah, tabligh dan fatanah.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. UMKM dapat menjadi prioritas atau tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk membantu mengurangi kemiskinan dan pengangguran, dan UMKM juga berkontribusi pada pendistribusian hasil pembangunan (Setyorini et al., 2019). Hal tersebut juga tidak terlepas dari peran *e-commerce* terhadap UMKM.

Konsumen di pulau Jawa masih menjadi pusat ekonomi, rumah bagi konsumen berdaya beli tinggi, dan paling banyak menggunakan teknologi digital dibandingkan pulau lainnya. Akibatnya, konsumen berkontribusi sejumlah 83,8% dari keseluruhan transaksi di Indonesia (Muslim, 2023). Di provinsi Jawa Tengah terdapat 14,3 juta atau 98,98% pelaku UMKM. Sedangkan 42,5 ribu atau 1,62% adalah pelaku usaha menengah dan besar atau UMB (Humas Jateng, n.d.) dan dari total 98,98% pelaku UMKM 5,5% usaha di Jawa Tengah yang telah menggunakan *e-commerce* (Muslim, 2023).

Kabupaten Kebumen menjadi kabupaten dengan jumlah pelaku UMKM terbanyak ketiga setelah kota Surakarta yang ada diposisi pertama dan Kabupaten Demak yang ada di peringkat kedua. Berdasarkan data dari Disperindag KUKM Kebumen ada setidaknya 47.700 UMKM yang terdaftar di Disperindag KUKM Kebumen dengan jumlah populasi sebanyak 1.405.644 jiwa dan Kecamatan Kebumen menjadi kecamatan dengan jumlah pelaku UMKM paling banyak. Para pelaku UMKM tersebut tersebar di seluruh wilayah dan bergerak dibidang industri kecil, perdagangan dan jasa.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk memperdalam masalah tersebut pada UMKM yang berada di Kecamatan Kebumen dan terdaftar di Disperindag KUKM Kebumen. Dimana pelaku UMKM paling banyak terdapat di Kecamatan Kebumen dengan akses yang mudah ditempuh, dalam mengakses fitur pada *fintech* dan *e-commerce* sangat diperlukan sinyal yang kuat dan kecamatan Kebumen merupakan lokasi yang tergolong memiliki sinyal yang baik.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode yang menggunakan data berupa angka (Abdullah, Boedi dan Ahmad, 2014). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan dengan bentuk penelitian kausal. Penelitian kausal yaitu penelitian yang berdasar pada kejadian sebab akibat (Mufidah & Mufidah, 2021). Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu

menggunakan *teknik purposive sampling* dimana dilakukan pemilihan terhadap sekelompok subjek yang sepadan dengan ukuran tertentu terhadap sampel penelitian (Muhammad, 2019). Kriteria sampel pada penelitian ini, yaitu: 1) Usaha yang telah terdaftar di Disperindag KUKM Kebumen, 2) Usaha yang berlokasi di kecamatan Kebumen, 3) Usaha yang bergerak dibidang home industry produksi, 4) Usaha yang menggunakan financial technology dan *e-commerce*, dan 5) Usaha yang memiliki pendapatan minimal Rp 5.000.000/bulan. Dari total 47.000 pelaku UMKM di Kabupaten Kebumen di Kecamatan Kebumen merupakan kecamatan yang memiliki UMKM paling banyak dengan jumlah 7621 yang di dominasi oleh pedagang kaki lima, namun hanya 89 UMKM yang memenuhi kriteria. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data (Sugiyono, 2009). Skala likert 5 titik digunakan dimana skala berkisar dari sangat tidak setuju (satu) hingga sangat setuju (lima). Semua variabel diuji menggunakan IBM SPSS *Statistic 25* dengan pengujian hipotesis menggunakan uji T, uji F dan uji koefisien determinasi (*R-Square*)

Tabel 1. Daftar Item Penelitian

Variabel	Notasi	Item
Financial Technology (Davis, 1986 dalam Irawati et al., 2020)	Norma Subjektif	
	X1.1	Saya mengetahui mengenai fintech dari orang-orang terdekat saya.
	X1.2	Orang-orang terdekat saya menyarankan untuk menggunakan fintech agar memudahkan saya dalam berbisnis.
	Persepsi Kebermanfaatan	
	X1.3	Pembayaran melalui layanan fintech sangat mudah untuk digunakan.
	X1.4	Fintech dapat digunakan dimana saja dan tidak terbatas waktu maupun tempat.
	Persepsi Kemudahan Menggunakan	
	X1.5	Aplikasi fintech sangat mudah untuk diunduh ataupun didapatkan.
	X1.6	Aplikasi fintech cukup jelas dan mudah dimengerti.
	X1.7	Dapat diandalkan sebagai media pembayaran.
	Minat Menggunakan	
	X1.8	Dengan menggunakan Fintech akan mempermudah dalam menjalankan usaha
X1.9	Layanan pembayaran pada fintech sangat membantu transaksi antara penjual dan pembeli	
X1.10	Saya menggunakan layanan fintech dengan tujuan untuk agar dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi	
Shariah Compliance		
X1.11	Tidak ada unsur riba, gharar, maysir dalam setiap transaksi keuangan yang ditawarkan oleh Fintech.	
X1.12	Fintech menjalankan amanah yang dipercaya oleh para pengguna.	
E-commerce (DeLone & McLean, 2004 dalam Quibtia et al., 2023)	Kualitas Sistem	
	X2.1	Antara pembeli dan penjual tidak perlu bertemu, sehingga lebih menghemat waktu, biaya dan tenaga
	X2.2	E-commerce sangat efektif dan mudah digunakan
	Kualitas Informasi	
	X2.3	Saya memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk
X2.4	Dengan adanya fitur komentar dan pesan dapat memudahkan untuk penjual dalam memberikan informasi terkait produk kepada calon pembeli	
Kualitas Layanan		
X2.5	Layanan yang diberikan ecommerce cukup baik dalam	

		membantu kesulitan pengguna atau pemilik toko online.
	X2.6	Menggunakan e-commerce sangatlah efisien dan mudah
		Penggunaan
	X2.7	E-commerce dapat membantu ke akses yang lebih luas
	X2.8	E-commerce sangat membantu dalam jaringan bisnis saya
		Manfaat
	X2.9	E-commerce sangat mudah digunakan dan didapatkan
	X2.10	Fitur yang ditawarkan mudah untuk dimengerti
Kinerja UMKM (Rapih, 2015 dalam Siswanti, 2020)	Y1	Saya merasakan peningkatan pendapatan setelah menggunakan fintech dan e-commerce.
	Y2	Saya merasakan peningkatan pada jumlah pesanan.
	Y3	Karena meningkatnya jumlah pesanan maka saya membutuhkan lebih banyak pekerja.
	Y4	Kualitas produk semakin baik karena sudah dikenal banyak orang

HASIL DAN PEMBAHASAN
Karakteristik Responden Penelitian

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Tipe	Jumlah	Persentase
Gender	Laki-laki	51	57%
	Perempuan	38	43%
Jumlah		89	100%
Jenis Usaha	Konveksi	40	44,3%
	Kerajinan	28	32,8%
	Makanan	21	24,9%
Jumlah		89	100%
Pendapatan	Rp 5.000.000	44	47%
	> Rp 5.000.000	24	26%
	> Rp 10.000.000	21	27%
	Jumlah		89

Sumber: Pengolahan Data, 2023

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji validitas dan uji reliabilitas yang telah dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistic 25 menunjukkan bahwa variabel *financial technology*, *e-commerce* dan kinerja UMKM berkorelasi signifikan atau valid karena memiliki nilai signifikansi < 0,05. Dan nilai r hitung > dari r tabel sebesar 0,206 pada uji validitas dan dapat dinyatakan data tersebut valid. Variabel *financial technology*, *e-commerce* dan kinerja UMKM dikatakan reliabel karena setiap variabel memiliki nilai lebih dari 0,60 (60%). Variabel *financial technology* senilai 0,819 > dari 0,60 (60%), variabel *e-commerce* sebesar 0,895 > dari 0,60 (60%) dan variabel kinerja UMKM sebesar 0,886 > 0,60 (60%). Berikut hasil uji validitas dari 3 instrumen penelitian ini:

Tabel 3. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Instrumen	Fintech	E-commerce	Kinerja UMKM	Simpulan
P1	0,367	0,706	0,867	Valid
P2	0,357	0,697	0,860	Valid
P3	0,752	0,732	0,846	Valid
P4	0,679	0,727	0,881	Valid
P5	0,708	0,705		Valid
P6	0,679	0,729		Valid

P7	0,702	0,746	Valid
P8	0,691	0,700	Valid
P9	0,620	0,744	Valid
P10	0,511	0,694	Valid
P11	0,355		Valid
P12	0,486		Valid

Sumber: Pengolahan Data, 2023

Berikut hasil pengujian reliabilitas masing-masing variabel:

Tabel 4 . Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Corbanch's Alpha	Kriteria > 0,60	Keterangan
<i>Financial Technology</i> (X1)	0,819	> 0,60	Reliable
<i>E-commerce</i> (X2)	0,895	> 0,60	Reliable
Kinerja UMKM (Y)	0,886	> 0,60	Reliable

Sumber: Pengolahan Data, 2023

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda memiliki tujuan sebagai alat untuk mengetahui pengaruh dari variabel *financial technology* dan *e-commerce* terhadap variabel kinerja UMKM. Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 5 . Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	T	Sig.
1	(Constant)	8.746	3.084	.003
	Fintech	.255	4.387	.000
	E-commerce	.551	7.488	.000

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel diatas persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_i$$

$$Y = 8.746 + 0,255X_1 + 0,551X_2 + \epsilon_i$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan besarnya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara persial. Berdasarkan pengolahan menggunakan SPSS 25 menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 5% (*two tailed*) dengan derajat kebebasan (df = n-k) = 89-3 = 86, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,98793. Dari tabel tersebut maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. *Financial Technology* (*Fintech*) dan Kinerja UMKM
 Berdasarkan Uji T maka diperoleh $t_{hitung} 4,387 > t_{tabel} 1,987$ dan probabilitas signifikansi untuk variabel *Financial Technology* (*Fintech*) sebesar $0,00 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa H1 diterima yang berarti *Financial Technology* (*Fintech*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM.
- b. *E-commerce* dan Kinerja UMKM
 Berdasarkan Uji T maka diperoleh $t_{hitung} 7,488 > t_{tabel} 1,987$ dan probabilitas signifikansi untuk variabel *e-commerce* sebesar $0,00 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa H2 diterima yang berarti *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa F_{hitung} adalah $18,551 > F_{tabel} 3,10$ dengan tingkat signifikansi 0,00. Dikarenakan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka berdasarkan hal tersebut hasil ini menyatakan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel *Financial Technology* (*Fintech*) dan *E-commerce* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kinerja UMKM.

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67,517	2	35,759	18,551	,000 ^b
	Residual	134,033	86	2,024		
	Total	201,551	88			

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM
 b. Predictors: (Constant), E-commerce, Fintech

Sumber: Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan hasil Uji R-Square dapat diketahui penelitian ini mendapatkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,530. Hasil ini menunjukkan bahwa 53% variabel *Financial Technology (Fintech)* dan *E-commerce* berpengaruh terhadap Kinerja UMKM yang terdaftar di Disperindag KUKM Kebumen. Sedangkan 47% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,728 ^a	0,530	0,519	3,46751

a. Predictors: (Constant), *E-commerce*, *Fintech*

Sumber: Pengolahan Data, 2023

Pengaruh *Financial Technology (Fintech)* Terhadap Kinerja UMKM Kecamatan Kebumen

Berdasarkan hasil dari uji hepotesis yang telah dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistic 25 maka diketahui bahwa nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dengan $t_{hitung} 4,387 > t_{tabel}$ dengan jumlah 1,9879 menunjukkan bahwa H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak yang artinya variabel *Financial Technology (Fintech)* berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM. Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan Budi Rahardjo yang menyatakan bahwa *Fintech* berperan penting terhadap kinerja UMKM, yaitu berupa peningkatan efisiensi baik dari segi oprasional maupun efisiensi yang dapat dinikmati oleh anggota.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, teori yang digunakan serta penelitian terdahulu yang memperkuat hasil penelitian ini maka menunjukkan bahwa *Financial Technology (Fintech)* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha. Namun meskipun begitu beberapa responden masih menunjukkan ketidakpuasannya dalam menggunakan layanan *Financial Technology (Fintech)*.

Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Kinerja UMKM Kecamatan Kebumen

Berdasarkan hasil output SPSS yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel *E-commerce* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Kebumen. Hal itu dibuktikan dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ dan t_{hitung} sebesar $7,488 > t_{tabel} 1,987$. Didapatkan hasil H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, yang berarti variabel *E-commerce* berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM. Seperti yang telah disebutkan oleh Laudon bahwa ada beberapa hal yang menyebabkan *e-commerce* mengalami pertumbuhan, diantaranya yaitu kepadatan informasi yang diberikan, jangkauan global dan kaya akan manfaat. Hal tersebut merupakan beberapa faktor yang membuat *e-commerce* sangatlah digemari oleh berbagai kalangan.

Sejalan dengan penelitian milik Rina Irawati dan Budi Prasetyo yang mengatakan setelah menggunakan *e-commerce* para pelaku UMKM mengalami peningkatan penjualan diatas 50%, dikarenakan transaksi minimal per order Rp 50.000 sampai dengan Rp 100.000 dan frekuensi transaksi terjadi selama setiap hari. Hal tersebut juga dirasakan oleh para pelaku UMKM di kecamatan Kebumen yang usahanya terdaftar di Disperindag KUKM Kebumen. Mereka menyatakan bahwa usahanya mengalami peningkatan setelah menggunakan *e-commerce* sebagai media dalam penjualan.

Pengaruh *Financial Technology (Fintech)* dan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Kebumen

Financial Technology (Fintech) dan *E-commerce* berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kinerja UMKM. Hal ini dibuktikan dengan besarnya nilai signifikansi yaitu 0,00 lebih kecil dari 0,05 dan F hitung sebesar 18,551 lebih kecil dari F_{tabel} 3,10. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya *Financial Technology (Fintech)* dan *e-commerce* berpengaruh secara simultan terhadap kinerja UMKM.

Dari hasil analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai R-Square sebesar 0,530. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *Financial Technology* dan *E-commerce* memiliki tingkat pengaruh sebesar 53% dengan sisa 47% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

***Financial Technology (Fintech)* dan *E-commerce* Berdasarkan Perpektif Etika Bisnis Islam**

Perkembangan teknologi yang dibuktikan dengan hadirnya layanan keuangan digital dan toko online dalam dunia bisnis, menjadikan dunia bisnis semakin kompetitif. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan pengguna internet yang juga berpengaruh pada peningkatan pengguna layanan *financial technology (fintech)* dan *e-commerce*. Kemudahan dalam menggunakan dua layanan tersebut menjadi faktor penting atas peningkatan pengguna setiap tahunnya. Selain kepraktisan, ada juga faktor lain mengapa *e-commerce* begitu digemari. Yaitu banyaknya promo dan *cashback*, pilihan produk yang bervariasi dan juga dapat membandingkan harga dengan kualitas produk.

Namun selain kemudahan tersebut, ada juga beberapa dampak negatif dari fenomena belanja online. Dua diantaranya yaitu rawan penipuan dan juga barang pesanan tidak sesuai dengan ekspektasi pembeli. Kedua hal tersebut bukanlah karakter pelaku usaha yang baik. Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh *Financial Technology (Fintech)* dan *e-commerce* terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Kebumen menunjukkan hasil yang positif. Dibuktikan dengan nilai besarnya nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05 dan F hitung sebesar 18,551 lebih kecil dari F_{tabel} 3,10 yang berarti kedua variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM yang mana berorientasi kepada peningkatan pendapatan, kualitas produk, peningkatan jumlah karyawan dan peningkatan pelanggan.

Dalam hasil penelitian ini, *Financial Technology (Fintech)* dan *E-commerce* yang digunakan oleh para responden atau para pelaku UMKM sudah sesuai dengan etika bisnis Islam. Dimana dalam menggunakan layanan *financial technology (Fintech)* dan menjalankan sistem *e-commerce* responden tetap bersaing secara sehat dan tidak menyalahi aturan. Sebagaimana dengan yang dicontohkan Rasulullah SAW, mengenai etika bisnis. Ada empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu bisnis, keempat hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Nabi Muhammad.

Sidiq, yang berarti jujur. Jujur pada pelanggan dan barang yang dijual, menyampaikan fakta dengan mencantumkan spesifikasi produk dengan jujur di toko online meskipun produk sedang tidak tersedia. *Amanah*, yang berarti dapat dipercaya. Mengembalikan atasnya, baik sebagai pendapatan, upah buruh maupun barang sisa. *Tabligh* atau yang berarti komunikatif atau keterbukaan. Menyampaikan keunggulan produk dengan baik dan menarik tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran. *Fatanah* yang berarti cerdas. Dengan memiliki sifat *fatimah* pelaku bisnis akan dapat memaksimalkan penggunaan kemajuan teknologi dengan berbagai media untuk menjunjung promosi dan bertransaksi.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan dengan responden sebanyak 89 responden disimpulkan bahwa *Financial Technology (Fintech)* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dan t hitung sebesar $4,387 > t_{tabel}$ dengan jumlah 1,9879. *E-commerce* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 dan F hitung sebesar 18,551 lebih kecil dari F_{tabel} 3,10. Terdapat pengaruh secara simultan variabel *Financial Technology (Fintech)* dan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM di kecamatan Kebumen yang terdaftar di Disperindag KUKM Kebumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,00

lebih kecil dari 0,05 dan F hitung sebesar 18,551 lebih kecil dari F_{tabel} 3,10 dan berkontribusi pengaruh sebesar 53%. Para pelaku UMKM telah mengaplikasikan etika bisnis islam dengan baik. Yaitu dengan mengamalkan empat sifat Rasulullah dalam berbisnis. Sidiq, amanah, tabligh dan fatanah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi dan Ahmad, B. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. CV. Pustaka Setia.
- Hiyanti, H., Nugroho, L., Sukmadilaga, C., & Fitrijanti, T. (2020). Peluang dan Tantangan Fintech (Financial Technology) Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3), 326–333. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.578>
- Humas Jateng. (n.d.). *Pemasaran “Online” Untungkan Pelaku UMKM*. <https://jatengprov.go.id/publik/pemasaran-online-untungan-pelaku-umkm/>
- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 4(2), 106–120. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v4i02.2257>
- Mufidah, A., & Mufidah, R. (2021). Proceeding of Integrative Science Education Seminar Inovasi Pembelajaran Biokimia dalam Menyongsong Era Super Smart. *Proceeding of Integrative Science Education Seminar*, 1(1), 60–69.
- Muhamad, N. (2023). *Pengguna Fintech Indonesia Didominasi Kelompok Pendapatan Menengah*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/31/pengguna-fintech-indonesia-didominasi-kelompok-pendapatan-menengah>
- Muhammad. (2019). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. PT Raja Grafindo Persada.
- Muslim, A. (2023). *Konsumen di Pulau Jawa Berkontribusi 83% terhadap Transaksi e-Commerce*. <https://investor.id/business/334672/konsumen-di-pulau-jawa-berkontribusi-83-terhadap-transaksi-ecommerce>
- Nabila A’yun, Q. A., Chusma, N. M., Putri, C. N. A., & Latifah, F. N. (2021). Implementasi Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 1(2), 166–181. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v1i2.998>
- Quibtia, M., Lodhi, R. N., & Danish, R. Q. (2023). *E-Commerce System Success: Decoding the Research Trends in the Last Two Decades*. 2(02), 204–219.
- Setyorini, D., Nurhayaty, E., & Rosmita, R. (2019). PENGARUH TRANSAKSI ONLINE (e-Commerce) TERHADAP PENINGKATAN LABA UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), 501–509. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i5.228>
- Siswanti, T. (2020). Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurya*, 5(2), 61–76. <https://doi.org/10.35968/jbau.v5i2.430>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.