

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Metode	Variabel	Hasil
1	Diardo Luckandi, S.Kom (2018)	Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM di Indonesia: Pendekatan Adaptive Structuration Theory	Kualitatif Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan fintech pada UMKM - Pola penerapan fintech pada UMKM 	Faktor yang mendukung pelaku UMKM untuk menggunakan fintech adalah berupa kenyamanan, keamanan, kesesuaian transaksi, kemudahan, serta bisnis
2	Evy Nur Sugiarti, Nur Diana, M. Cholid Mawardi (2019)	Peran Fintech Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Malang	Kualitatif Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Dampak usaha setelah menggunakan fintech - Keuntungan menggunakan fintech - Kekurangan menggunakan fintech 	<ul style="list-style-type: none"> - Efek dari penggunaan fintech adalah memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran, karena mengefisien waktu yang lebih cepat - memudahkan customer dalam melakukan pembayaran dan tidak harus antre - UMKM lebih memahami bahwa fintech

					adalah hanya sekedar sebagai transaksi dengan menggunakan teknologi canggih atau pembayaran online saja
3	Irma Muzdalifa, Inayah Aulia Rahma, Bella Gita Novalia (2018)	Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada Umkm Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah)	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> - Peran fintech - Kendala implementasi fintech - Resiko implementasi fintech - Keuangan inklusif umkm 	Kehadiran sejumlah perusahaan fintech turut berkontribusi dalam pengembangan UMKM. Tidak hanya sebatas membantu pembiayaan modal usaha, peran Fintech juga sudah merambah ke berbagai aspek seperti layanan pembayaran digital dan pengaturan keuangan
4	Fabian Kusuma Ramadhan (2020)	Pengaruh Penggunaan Financial Technology Merek Dompit Digital Ovo Terhadap Kesejahteraan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Surakarta	Kuantitatif Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> Dependen - Omzet Independen - Penggunaan OVO - Lokasi 	Penggunaan OVO mampu meningkatkan kesejahteraan pedagang melalui meningkatnya omzet pendapatan. Penggunaan OVO tersebut didukung oleh kemudahan, mobilitas, reputasi,

					kepercayaan, dan keamanan produk fintech tersebut
5	Mitha Sari (2019)	Analisis Tingkat Literasi Keuangan Pada UMKM Perempuan Bidang Fashion di Unit Pasar Kencong Baru	Statistik Deskriptif	<ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan Keuangan - Keterampilan Keuangan - Perilaku Keuangan - Kinerja Keuangan - Sikap Keuangan 	<p>Pengetahuan Keuangan mempunyai skor rata-rata 69% dengan kategori menengah</p> <p>Keterampilan Keuangan mempunyai skor rata-rata 67% dengan kategori menengah</p> <p>Perilaku Keuangan mempunyai skor rata-rata 61% dengan kategori menengah</p> <p>Kinerja Keuangan mempunyai skor rata-rata 60% dengan kategori menengah</p> <p>Sikap Keuangan mempunyai skor rata-rata 74% dengan kategori menengah</p>
6	Peter J. Morgan and Long Q. Trinh (2019)	<i>Fintech and Financial Literacy in the LAO PDR (People's Democratic Republic)</i>	Kuantitatif	<p><i>Dependen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Awareness of fintech product</i> <p><i>Independen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Financial knowledge</i> 	<i>30% of the respondents have access to smartphones, especially young people (under age 30) and urban</i>

				<ul style="list-style-type: none"> - <i>Financial behaviour</i> - <i>Attitude regarding longer-term financial planning</i> 	<p><i>residents. The level of financial literacy is relatively high when compared with per capita income, comparable to Viet Nam. 31% of respondents were aware of fintech products, but only 4% have used them. Financial literacy is positively associated with higher fintech awareness, along with educational attainment, job status and age (negative relationship). Fintech use is negatively correlated with age, and positively correlated with urban residence, education level and income. However, we do not yet have sufficient data to estimate the determinants of fintech use econometrically—more data</i></p>
--	--	--	--	--	---

					<i>and analysis are needed. General and financial education programs could raise the demand for fintech services</i>
--	--	--	--	--	--

**Perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian
Sebelumnya**

Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diardo Luckandi, S. Kom adalah menggunakan metode yang sama yaitu dengan metode kualitatif deskriptif yang menganalisis transaksi pembayaran menggunakan fintech di UMKM. Sedangkan perbedaannya adalah Diardo Luckandi, S.Kom menggunakan pendekatan Adaptive Structuration Theory sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan literasi keuangan. Variabel yang diteliti juga berbeda, penelitian ini mempunyai variabel yaitu dampak usaha setelah menggunakan fintech, keuntungan dan kekurangan menggunakan fintech, tetapi variabel yang dipakai oleh Diardo Luckandi, S.Kom adalah faktor- faktor yang mempengaruhi penggunaan fintech pada UMKM, Pola penerapan fintech pada UMKM. Diardo Luckandi menggunakan Fintech secara umum, sedangkan penelitian ini menggunakan Fintech secara khusus yaitu fintech payment.

Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Evy Nur Sugiarti, Nur Diana, M. Cholid Mawardi (2019) yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif, variabel yang

digunakan sama yaitu dampak usaha setelah menggunakan fintech, keuntungan dan kekurangan menggunakan fintech, sama-sama meneliti tentang peran fintech dalam meningkatkan literasi keuangan. Sedangkan perbedaannya adalah tempat penelitian, penelitian ini mengambil sampel di wilayah kota Mojokerto, penelitian yang dilakukan oleh Evy Nur Sugiarti, Nur Diana, M. Cholid Mawardi mengambil sampel di daerah Malang. Fintech yang dianalisis oleh Evy Nur Sugiarti, Nur Diana, M. Cholid Mawardi adalah fintech secara umum, sedangkan penelitian ini menggunakan fintech secara khusus yaitu fintech payment.

Penelitian ini mempunyai persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Irma Muzdalifa, Inayah Aulia Rahma, Bella Gita Novalia (2018) yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif, sama-sama meneliti peran fintech dalam meningkatkan keuangan UMKM. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini menganalisis mengenai peran fintech dalam meningkatkan keuangan di sektor literasi keuangan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Irma Muzdalifa, Inayah Aulia Rahma, Bella Gita Novalia menganalisis mengenai peran fintech dalam meningkatkan keuangan di sektor inklusif keuangan. Variabel yang digunakan berbeda, penelitian ini menggunakan variabel dampak usaha setelah menggunakan fintech, keuntungan dan kekurangan menggunakan fintech. Fintech yang dianalisis oleh Irma Muzdalifa, Inayah Aulia Rahma, Bella Gita Novalia adalah fintech secara umum, sedangkan penelitian ini menggunakan fintech secara khusus yaitu fintech payment.

Penelitian ini mempunyai persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Fabian Kusuma Ramadhan yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif deskriptif, sama-sama menggunakan fintech payment merk OVO. Sama-sama menganalisis pengaruh fintech payment merk OVO terhadap UMKM. Sedangkan perbedaannya adalah variabel yang digunakan. Penelitian ini menggunakan variabel dampak usaha setelah menggunakan fintech, keuntungan dan kekurangan menggunakan fintech, tetapi penelitian yang dilakukan oleh Fabian Kusuma Ramadhan menggunakan variabel omzet, penggunaan OVO, dan lokasi. Pengaruh fintech payment dalam penelitian ini adalah literasi keuangan UMKM, sedangkan penelitian Fabian Kusuma Ramadhan pengaruh fintech payment terhadap kesejahteraan UMKM.

Penelitian ini mempunyai persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Peter J. Morgan dan Long Q. Trinh adalah sama-sama menganalisis pengaruh fintech dengan literasi keuangan. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini berfokus kepada literasi keuangan UMKM, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Peter J. Morgan dan Long Q. Trinh menganalisis tentang literasi keuangan masyarakat di Republik Laos. Variabel yang digunakan juga berbeda, penelitian ini menggunakan variabel dampak usaha setelah menggunakan fintech, keuntungan dan kekurangan menggunakan fintech, tetapi penelitian yang dilakukan oleh Peter J. Morgan dan Long Q. Trinh menggunakan variabel pengetahuan keuangan, kebiasaan keuangan, sikap terhadap

rencana keuangan jangka panjang dan, pengetahuan tentang produk keuangan.

2.2 Financial Technology (Fintech)

Financial Technology atau teknologi keuangan dapat diartikan sebagai perusahaan atau entitas yang menggabungkan layanan teknologi dengan layanan jasa keuangan sehingga sering disebut *creative disruption* di sektor keuangan dan mampu mengubah susunan yang ada sebelumnya (Rumondang, 2019). *Financial Technology* atau layanan keuangan berbasis teknologi yang bisa disebut dengan *fintech* didefinisikan sebagai inovasi layanan berbasis teknologi di sektor keuangan yang bisa menghasilkan model-model bisnis, produk, aplikasi, yang berkaitan dengan penyediaan layanan keuangan. (FSB, 2017). *Fintech* adalah fenomena global yang lahir di persimpangan antara perusahaan keuangan dan penyedia teknologi yang berusaha memanfaatkan teknologi digital dan analitik canggih untuk mengurai layanan keuangan dan memanfaatkan skala ekonomi dengan menargetkan konsumen tersegmen (Paolo, 2016). *Fintech* saat ini menjadi sebuah fenomena yang populer di dunia baik dari segi perangkatnya maupun bisnisnya. Pada tahun 2015 negara China dan Amerika menjadi dua negara besar yang menginvestasikan dananya melalui *fintech*. Inovasi terbaru terhadap perkembangan *fintech* adalah negara China. Hal yang memperkuat perkembangan *fintech* di negara China adalah adanya perusahaan Alibaba yang sudah sangat stabil. Pemerintahan Singapura juga menjadi negara tetangga terdekat dengan Indonesia yang memperhatikan

perkembangan *Fintech*. Dapat diperhatikan dengan sederhana bahwa di toko-toko singapura dalam kegiatan jual beli maupun bertransaksi sudah banyak menggunakan teknologi. Selain mempercepat transaksi, perangkat-perangkat *fintech* juga mempermudah serta mengurangi tingkat kesalahan yang ditimbulkan oleh transaksi. (Fira, 2017)

Fintech dalam pengertiannya bisa meluas bukan hanya dari perusahaan swasta non bank yang bergerak di sektor ini tetapi lebih kepada keseluruhan pelayanan finansial yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Pada bank konvensional juga bisa menggunakan *fintech* ini sebagai salah satu alat untuk menyediakan pelayanan keuangan yang lebih baik. Saat ini *fintech* sudah didukung oleh Bank Indonesia (BI) dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Peraturan ini mengatur perusahaan jasa keuangan dalam menjual dan menggunakan *fintech* di Indonesia. Berdasarkan penggunaannya, pembagian jasa keuangan dipisahkan menjadi bank dan non bank. (Luckandi, 2018)

Pada tanggal 14 November 2016 di Jakarta, Agus D.W Martowardojo yang menjabat sebagai Gubernur Bank Indonesia meresmikan *Fintech Office*. *Fintech Office* ini berperan sebagai wadah dalam kegiatan assesmen, mitigasi risiko, dan juga untuk mengevaluasi model bisnis dari layanan *Fintech*, serta sebagai ruang riset terkait dengan layanan keuangan yang berbasis teknologi ini. Bank Indonesia menyadari

bahwa diperlukan adanya perkembangan transaksi yang baik dan sehat dengan cara menjaga keseimbangan antara mitigasi risiko dengan inovasi. Bank Indonesia juga menyusun regulasi terkait perlindungan konsumen, juga memperkuat hubungan atau koordinasi kepada pihak-pihak yang berhubungan.

Tujuan utama dalam pendirian *Fintech* ini adalah untuk memfasilitasi perusahaan dalam mengembangkan inovasi layanan jasa keuangan berbasis teknologi di Indonesia. Yang kedua adalah dalam rangka pengembangan perekonomian di Indonesia maka diperlukan pengoptimalan teknologi yang dipakai di industri keuangan. Ketiga adalah untuk meningkatkan daya jual pada sektor industri bidang keuangan yang berbasis teknologi di Negara Indonesia. Yang keempat adalah untuk tempat umpan balik antara perumusan kebijakan Bank Indonesia dengan perusahaan *Fintech* sebagai respon terhadap perkembangan layanan keuangan berbasis teknologi (Bank Indonesia, 2016)

Dalam rangka mencapai tujuan utama, *Fintech Office* yang berada di Bank Indonesia beroperasi dengan empat fungsi. Yang pertama adalah fungsi katalisator atau juga bisa disebut fasilitator, kedua adalah fungsi business intelligence, ketiga adalah fungsi assesment, serta keempat adalah fungsi untuk koordinasi dan komunikasi.

Di dalam *Fintech Office* terdapat Regulatory Sandbox yang berguna untuk unit usaha *fintech* dalam rangka melakukan kegiatan usaha namun sifatnya dibatasi. Yang bisa menggunakan fasilitas ini adalah perusahaan

Startup berskala kecil untuk mematangkan konsep bisnis supaya berkembang dengan sehat dan pada waktunya bisa memberikan pelayanan jasa keuangan yang aman bagi masyarakat. Dengan adanya fasilitas ini akan menjadi sebuah ujung tombak dalam memahami *fintech* serta membuat peraturan yang mampu memberikan dukungan optimal untuk perkembangan *fintech* di Indonesia. Selain itu *Fintech Office* menjadi wadah bagi para pelaku *fintech* dalam berkolaborasi dan pertukaran ide maupun inovasi (Bank Indonesia, 2016)

Berbagai upaya dari pemerintah maupun Bank Indonesia bisa ditarik kesimpulan bahwa *fintech* merupakan suatu fenomena yang perlu diperhatikan oleh pemerintah untuk berkembang dan dapat memajukan perekonomian Indonesia khususnya di bidang keuangan. Di Indonesia sendiri *fintech* ada beberapa macam seperti Crowdfunding, Asset Management, *Payments*, Other *Fintech* (Insurance, Search Engine, IT) (Tan, Purba, & Widjaya, 2018).

Ada beberapa macam klasifikasi *fintech* menurut Rumondang, dkk (2019) antara lain :

1. *Financing and Investment*

Perusahaan *Fintech Financing and Investment* adalah perusahaan yang memberikan layanan *Peer to peer lending* (P2P) dan *Crowdfunding*. Pada umumnya perusahaan *fintech* bisa menjadi *peer to peer lending* sendiri atau *crowdfunding* sendiri atau gabungan dari keduanya. *Peer to peer lending* (P2P) adalah sebuah platform atau

sistem dimana pemberi pinjaman (kreditur) dan peminjam (debitur) dipertemukan secara online dalam sistem tersebut. Dalam P2P Lending ini uang yang dipinjam akan dikenakan sejumlah bunga bersaing dengan bunga Kredit Tanpa Agunan (KTA) setiap bulannya. Pemberi pinjaman (kreditur) dan peminjam (debitur) tidak bertemu secara langsung. Selain itu peminjam (debitur) bisa mendapatkan sebuah pinjaman dari kreditur tanpa menjaminkan apapun. Tentu saja ada perjanjian tertulis antara kedua belah pihak bahwa peminjam (debitur) mempunyai kewajiban kepada pemberi pinjaman (kreditur). Pada bisnis ini P2P *Lending* menjalankan bisnisnya menggunakan fasilitas internet sepenuhnya, sehingga pemberi pinjaman mendapatkan keuntungan yang lebih besar karena biaya operasional lebih murah dibandingkan dengan perusahaan perbankan.

Sedangkan *Crowdfunding* atau bisa disebut dana sukarela adalah sistem yang melibatkan tiga pihak yaitu pemberi dana, penyedia platform, dan pemilik proyek dimana pemilik proyek akan mendapatkan sejumlah dana dalam bentuk donasi. *Crowdfunding* dilakukan atas dasar kepercayaan dengan inovasi, ide, serta model bisnis startup.

Jika pemberi dana tertarik dengan strategi bisnis pemilik proyek maka pemilik proyek akan mendapatkan pendanaan tanpa melihat sejarah atas penjualan pemilik proyek. Dalam *crowdfunding*, perusahaan akan memberi dua pilihan antara lain :

- a. Saham Perusahaan : Para pelaku bisnis yang membutuhkan dana untuk bisnis skala kecil dapat memberikan saham kepemilikan kepada pemberi dana sebagai balasan dari dana yang telah dikompensasikan.
- b. Hadiah : Perusahaan yang mencari dana melalui crowdfunding sering menawarkan kepada pemberi dana diskon terhadap produk perusahaan, menyebutkan nama pemberi dana di website perusahaan, atau memberikan merchandise berupa kaos atau hadiah kecil kepada pemberi dana.

Dalam *Crowdfunding*, perusahaan biasanya wajib memberi laporan yang detail mengenai bisnis atau proyek yang dijalankan kepada pemberi dana atau donatur. (Joeng, 2017)

2. *Information and Feeder Site*

Information and Feeder Site adalah sebuah platform atau sistem yang menghimpun informasi yang berhubungan dengan layanan keuangan sehingga pengguna layanan dipermudah untuk membandingkan harga produk yang ditawarkan perusahaan layanan jasa keuangan. *Information and Feeder Site* bisa digunakan untuk membandingkan harga atau biaya layanan keuangan seperti bunga KPR, premi asuransi, bunga dari penyedia kartu kredit, serta beberapa produk lainnya.

Sebab dibuatnya *Information and Feeder Site* adalah untuk mempermudah pengguna atau konsumen dalam mencari produk keuangan yang dibutuhkan. Pengguna bisa mengakses melalui website maupun aplikasi mobile dan dapat mencari informasi yang lebih detail mengenai produk keuangan yang dibutuhkan supaya dapat mengambil keputusan yang tepat untuk memenuhi kebutuhan keuangan penggunanya.

3. *Account Agregator*

Account Agregator merupakan sebuah sistem atau platform pengelola akun keuangan. Pengguna yang menggunakannya akan dibantu untuk mengelola beberapa akun perbankan dalam satu aplikasi saja. Bagi pengguna yang memerlukan dan menggunakan berbagai macam layanan perbankan *Fintech Account Agregator* bisa menjadi salah satu solusi yang bisa digunakan. Pengguna akan dimudahkan dalam verifikasi transaksi digital karena proser untuk verifikasi singkat dan cepat. Mekanisme dalam penggunaan *Fintech Account Agregator* adalah beberapa akun perbankan yang dimiliki oleh pengguna didaftarkan dalam satu *platform* saja, selanjutnya konsumen bisa mengawasi seluruh transaksi yang ada di semua akun perbankan melalui satu *platform* tersebut. *Fintech Account Agregator* juga menyediakan fasilitas laporan keuangan yang informasinya didapatkan dari akun perbankan yang sudah didaftarkan di *platform* tersebut.

4. *Personal Finance*

Terbatasnya kemampuan masyarakat tentang perencanaan dan pengelolaan keuangan menyebabkan bantuan untuk mengatasi hal tersebut. Oleh karena itu perusahaan *Fintech* di Indonesia berusaha mengembangkan jenis layanan tersebut yang bisa disebut dengan *Fintech Personal Finance*. *Fintech Personal Finance* merupakan sebuah sistem atau platform perencana keuangan. Pengguna yang menggunakannya akan dibantu untuk merencanakan keuangannya dengan mengetahui kondisi keuangannya terlebih dahulu. Pengguna dapat melakukan perencanaan keuangan secara tepat dan cepat. Pengguna yang memiliki dana besar akan mendapatkan nasehat bagaimana cara untuk menginvestasikan dana tersebut. Penasehat keuangan menyarankan pembauran aset dalam investasi berdasarkan preferensi dan karakteristik investasi pelanggan dengan menggunakan sebuah algoritma.

5. Payment, Settlement and Clearing

Layanan *fintech* yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah pembayaran digital. *Payment*, *settlement* dan *clearing* adalah layanan dari *fintech* merupakan gabungan dari transaksi pembayaran dengan teknologi baik yang disediakan oleh bank maupun perusahaan startup. Pengguna bisa melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi di smartphone secara cardless dan juga cashless. Layanan *fintech payment* juga memiliki fitur untuk transfer ke bank, membayar tagihan listrik, membeli pulsa, membayar BPJS, dan lain-lain. Pengguna

dimudahkan dengan layanan tersebut dan tidak perlu meninggalkan rumah maupun pekerjaan untuk melakukan beberapa transaksi sekaligus. Jenis pembayaran seperti ini bisa dilakukan dengan *Near Field Communication (NFC)*, pembacaan *barcode* atau *QR Code*. Dompet virtual (*e-wallet*) mempunyai mekanisme dalam penggunaannya yaitu harus diisi (deposit) terlebih dahulu oleh penggunanya baik dari ATM maupun merchant yang sudah terdaftar sesuai nominal yang dikehendaki. Selanjutnya jika pengguna sedang bertransaksi, maka *e-wallet* miliknya akan otomatis terpotong dengan jumlah yang sama dengan transaksi.

2.3 PT. Visionet Data International (OVO)

OVO berdiri tahun 2006 dengan nama perusahaan PT Visionet International yang didirikan dan dibentuk oleh PT Multipolar Tbk dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan EDC Lippo Bank (pada tanggal 1 November 2008 telah digabungkan dengan Bank CIMB Niaga). Pada awalnya Visionet hanya memberikan layanan mengelola IT dari aplikasi hingga hardware untuk kebutuhan IT dalam dunia bisnis, namun visionet mengembangkan layanan dan produk yang mereka tawarkan. PT Visionet pada tahun 2016 telah mengalami pengalihan perusahaan ke PT Visionet Data Internasional. PT Visionet Data Internasional merupakan perusahaan layanan pengelolaan informasi dan teknologi di Indonesia yang berkantor pusat di Boulevard Gajah Mada No. 2120 Lippo Cyber Park, Lippo Village Tangerang dan memiliki 155 *Service Point* yang tersebar di seluruh

Indonesia. Fokus utama perusahaan ini adalah pengelolaan informasi teknologi yang berjalan secara optimal untuk pelanggan. Dengan visi menjadi perusahaan idaman dan partner kerja yang terpercaya di dalam industri yang dipilih dan misi menyediakan layanan *end-to-end* yang mempercepat klien dalam meraih tujuan bisnisnya PT Visionet Data International mempunyai aliansi dan klien diantaranya First Media, Matahari, Acer, AIG, AXIS, Bank RiauKepri, Bank BJB, Bank Kalbar, Bank Kalsel, Permata Bank, Bank Sumsel Babel, BIH, Bank BNI, Bank BPD DIY, Bank BRI, Bank CIMB Niaga, CNOOC, BPR Danagung Bakti, DBS, GTN, Hypermart, Indomaret, Jtrust, KAI, Linknet, Lippo Insurance , Lippo Karawaci, Lippo Malls, Bank Mandiri, Matahari, Bank Mayapada, Mc Donald, Bank Mega, Microsoft, Multi Kontrol Nusantara, Multipolar, Nobu, Samsung, dan yang lainnya.

OVO adalah aplikasi pintar yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi (OVO Cash) dan juga kesempatan yang lebih besar untuk mengumpulkan poin di banyak tempat. OVO merupakan aplikasi pembayaran yang mendukung program Gerakan Nasional Non Tunai (GNTT) yang serba bisa, mudah digunakan, aman, dan instan yang siap untuk semua transaksi lebih menyenangkan dengan berbagai macam fitur diantaranya :

- a. Mempunyai 60 ribu outlet atau *merchant* di seluruh Indonesia
- b. Aman dari resiko menerima uang palsu, instan, dan simpel tanpa perlu mencari uang kembalian

- c. Mendapat reward berupa ovo point yang bisa dibelanjakan di merchant ovo.
- d. Mendeteksi *Deals & Promo* di sekitar
- e. Apabila *upgrade* ke OVO Premier bisa melakukan transfer antar bank dan antar pengguna, serta penambahan limit ovo *cash* sebesar Rp 10.000.000
- f. Isi ulang bisa dengan ATM, mBanking, iBanking, atau juga bisa melalui merchant yang sudah terdaftar
- g. Bisa membayar/isi tagihan listrik, telepon, asuransi, internet, pulsa
- h. Donasi untuk membantu sesama
- i. Investasi di OVO Invest
- j. Pengelolaan keuangan dengan memonitor pengeluaran dengan OVO.

Untuk para pelaku UMKM yang ingin pembayaran usahanya menggunakan OVO bisa mendaftarkan diri dan bergabung menjadi salah satu *merchant* dengan mengirimkan data ke merchant.support@ovo.id berupa :

- a. Identitas pemilik usaha (nama, alamat email, data diri, dan nomor yang bisa dihubungi).
- b. Identitas usaha (nama toko, bidang usaha, jenis usaha, alamat lengkap toko disertai nama kota, kecamatan, dan kelurahan serta kode pos).

- c. Data pendukung (proposal pengajuan kerjasama berformat PDF, serta legalitas usaha seperti SIUP)

Apabila data sudah lengkap maka akan diinformasikan lebih lanjut oleh tim OVO.

2.4 Literasi Keuangan

Keuangan merupakan salah satu faktor penting dan melekat bagi masyarakat secara luas. Pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan yang baik akan memberikan manfaat positif bagi penggunanya dalam pertimbangan pengambilan keputusan produk-produk keuangan. Literasi keuangan adalah seperangkat pengetahuan dan ketrampilan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan yang efektif dengan sumber daya keuangan mereka (Manurung & Rizky, 2009). Menurut pengamatan yang dilakukan oleh Hidajat (2015) sejarah pentingnya literasi keuangan sebenarnya muncul sejak John Adams menulis surat kepada Thomas Jefferson tentang perlunya literasi keuangan pada tanggal 23 Agustus 1787.

Cakupan dalam literasi keuangan adalah pengetahuan tentang konsep keuangan, kemampuan memahami konsep keuangan, keandalan dalam mengelola keuangan pribadi maupun perusahaan serta mempunyai kemampuan untuk mengambil keputusan pada saat tertentu (Aribawa, 2016). Rendahnya tingkat literasi keuangan dapat mengakibatkan kondisi keuangan menjadi negatif bahkan dapat menyebabkan risiko keuangan yang akan dihadapi menjadi lebih besar sebagai akibat dari mekanisme produk-

produk keuangan baru dan juga turunannya (*derivatif*) yang semakin kompleks. Namun bagi mereka yang mempunyai tingkat literasi keuangan yang tinggi akan menjadi obat berbagai macam masalah yang berkaitan dengan krisis keuangan (Hidajat 2015). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2014) definisi dari literasi keuangan adalah pengetahuan, ketrampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan merupakan faktor fundamental bagi stabilitas harga dan perkembangan perekonomian suatu negara (Education, 2012).

Dalam sudut pandang konsumen, literasi keuangan yang baik akan menentukan keputusan belanja yang mengutamakan kualitas barang atau jasa yang dibeli (Aribawa, 2016). Pengetahuan yang baik mengenai keuangan akan meminimalkan keputusan yang salah terhadap isu perekonomian yang muncul. Sudut pandang dari penyedia barang maupun jasa, literasi keuangan yang baik akan memberikan manfaat kepada penyedia barang dan jasa seperti memberikan informasi yang lebih terperinci mengenai sebuah produk, memahami resiko yang bisa ditimbulkan oleh konsumen, dan efisiensi biaya.

Visi dari literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah supaya masyarakat lebih baik dalam pengelolaan keuangan. Kurangnya pengetahuan mengenai industri keuangan dapat mengakibatkan masyarakat rentan untuk tertipu pada tawaran investasi yang tinggi dalam

waktu singkat tanpa memperhatikan risiko yang bisa ditimbulkan di kemudian hari. Faktor yang mempengaruhi literasi keuangan secara umum menurut (Hidajat, 2015) adalah faktor demografi, pekerjaan, umur, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan.

Survey mengenai literasi keuangan dilakukan oleh OJK pada tahun 2019 menyatakan bahwa indeks literasi keuangan di Indonesia mencapai 38.03%. Terjadi peningkatan persentase literasi keuangan pada tahun 2019 dibandingkan tahun 2016 yang hanya mencapai 29,7%. Pemahaman masyarakat mengenai literasi keuangan tahun 2016 sampai dengan 2019 mengalami peningkatan sebesar 8,33%. Survey ini mengambil responden dari 34 provinsi dan 67 kabupaten atau kota sejumlah 12.773 responden dengan metode, indikator, parameter yang sama di setiap wilayah. Parameter yang digunakan adalah pengetahuan, perilaku, keyakinan, ketrampilan serta sikap. Berdasarkan wilayah, indeks literasi keuangan di wilayah perkotaan mencapai 41,41% sementara di wilayah pedesaan indeks literasi keuangannya sebesar 34,53%. Berdasarkan gender, indeks literasi keuangan pada laki-laki sebesar 39,94% sedangkan pada perempuan sebesar 36,13%. Kesimpulan dari survey yang dilakukan OJK ini ialah literasi keuangan di Indonesia masih di bawah 50% artinya belum sampai setengah dari masyarakat Indonesia mempunyai literasi keuangan yang baik.

Menurut Hidajat (2015) menyatakan bahwa belum adanya instrumen standar yang digunakan dalam pengukuran literasi keuangan namun Otoritas Jasa Keuangan (OJK) membagi literasi menjadi empat

tingkatan. Yang pertama adalah not literate yaitu ketidaktahuan dan ketidakpercayaan terhadap penyedia layanan jasa keuangan dan tidak mempunyai keahlian maupun ketrampilan dalam menggunakan produk-produk keuangan yang ada. Kedua adalah less literate yaitu hanya memiliki pengetahuan mengenai produk atau jasa dari lembaga keuangan namun tidak memiliki cukup pengetahuan mengenai kelebihan, resiko, hak dan kewajiban, serta tidak mempunyai kemampuan dalam menggunakan produk maupun jasa keuangan. Ketiga adalah sufficient literate yaitu mempunyai keyakinan, kepercayaan, dan pengetahuan mengenai lembaga jasa keuangan termasuk produk, kelebihan, resiko, hak dan kewajiban yang dapat ditimbulkan dari produk atau jasa keuangan. Yang keempat adalah well literate yaitu mempunyai pengetahuan dan kepercayaan mengenai produk, jasa, lembaga keuangan termasuk kelebihan, resiko, hak dan kewajiban, serta mempunyai cukup ketrampilan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk maupun jasa keuangan

2.5 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

2.5.1. Pengertian UMKM

Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM menjelaskan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha yang didirikan oleh perseorangan maupun dalam bentuk badan usaha seperti CV, Firma, maupun Perseroan Terbatas (PT) yang dikategorikan menjadi tiga bagian menurut total aset dan omset sebagai berikut :

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih atau aset kurang dari sama dengan Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan (omset) paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

b. Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dikelola oleh perorangan atau badan usaha. Badan usaha yang dimaksud adalah bukan merupakan cabang perusahaan maupun anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha besar atau usaha menengah. Yang dimaksud usaha kecil yaitu usaha yang memiliki kekayaan bersih atau aset lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan yang dimiliki oleh tempat usaha atau memiliki hasil penjualan (omset) lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

c. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dikelola oleh perorangan atau badan usaha. Badan

usaha yang dimaksud adalah bukan merupakan cabang perusahaan maupun anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha besar atau usaha kecil. Yang dimaksud usaha menengah yaitu usaha yang memiliki kekayaan bersih atau aset lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan yang dimiliki oleh tempat usaha atau memiliki hasil penjualan (omset) lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000 (lima miliar rupiah).

2.5.2. Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM merupakan sifat yang melekat di dalam usaha baik itu dari perilaku pengelola usaha maupun pada aktifitas usaha yang dijalankan. Usaha mikro, kecil, maupun menengah mempunyai karakteristik yang berbeda-beda (LPPI & BI, 2015). Menurut Bank Indonesia (BI) yang bekerjasama dengan Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) menjelaskan karakteristik setiap UMKM sebagai berikut :

a. Karakteristik Usaha Mikro

1. Jenis barang yang dijual dapat berubah sewaktu-waktu
2. Pada umumnya belum mempunyai legalitas usaha termasuk NPWP

3. Tempat usaha dapat berpindah sewaktu-waktu, tidak selalu menetap
4. Belum mempunyai sifat wirausaha yang memadai
5. Tidak melakukan kegiatan administrasi keuangan
6. Uang pribadi dan modal usaha tidak dipisahkan
7. Pendidikan yang dicapai relatif masih rendah
8. Pada umumnya belum punya akses ke bank, tetapi sebagian sudah punya akses ke non bank

b. Karakteristik Usaha Kecil

1. Item yang dijual pada umumnya tidak mudah berubah sewaktu-waktu
2. Pada umumnya sudah mempunyai legalitas usaha termasuk NPWP
3. Tempat usaha tidak berpindah-pindah
4. Sumber daya manusia sudah memiliki pengalaman tentang berwirausaha
5. Sudah melakukan kegiatan administrasi keuangan yang sederhana termasuk membuat neraca
6. Pemisahan antara keuangan keluarga dan keuangan usaha
7. Pada umumnya belum bisa membuat rencana pengembangan usaha
8. Pada umumnya sudah mempunyai akses ke perbankan

c. Karakteristik Usaha Menengah

1. Sudah mempunyai organisasi dan pembagian tugas seperti bagian produksi, keuangan, pemasaran.
2. Manajemen keuangan yang sudah baik dan mempermudah untuk penilaian, pemeriksaan internal dan juga dari pihak perbankan.
3. Telah melakukan aturan perburuhan
4. Telah mempunyai legalitas termasuk izin dari tetangga
5. Pada umumnya sudah bisa membuat rencana pengembangan usaha
6. Sudah mempunyai akses dana dari bank dan non bank
7. Sudah mempunyai sumber daya manusia yang berkualitas

Menurut Sofyan (2017) menyatakan bahwa jenis usaha kecil menengah di Indonesia dapat ditinjau dari segi kelembagaan ekonomi sektoral yang terdiri dari sektor koperasi, sektor negara, sektor swasta yang terbagi atas usaha perorangan, CV, PT, maupun perusahaan Internasional.

Ditinjau dari tanggung jawab pemilik usaha terhadap hutang-hutang usaha, maka perusahaan dapat dibagi atas :

- a. Pemilik perusahaan bertanggung jawab sepenuhnya terhadap hutang yang ditimbulkan oleh kegiatan usahanya seperti usaha perseorangan dan firma.

- b. Pemilik perusahaan tidak bertanggung jawab sepenuhnya terhadap hutang yang ditimbulkan oleh kegiatan usahanya seperti Perseroan Terbatas (PT).

2.5.3. Tujuan dan Asas UMKM

Dalam menjalankan usaha baik mikro, kecil, maupun menengah mempunyai tujuan yaitu untuk menumbuhkan dan mengembangkan usaha ekonomi masyarakat yang bisa menumbuhkan perekonomian negara dengan dasar demokrasi ekonomi berkeadilan. Dalam rangka mewujudkan perkembangan perekonomian nasional maka pemerintah telah menetapkan asas-asas yang ada di UMKM di Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah. Asas-asas tersebut dijabarkan menurut Sofyan (2017) :

1. Asas Kekeluargaan adalah asas yang mendasari UMKM dalam menjalankan usahanya yang bedasar atas demokrasi ekonomi dan berprinsip kebersamaan, kesatuan ekonomi nasional, berkelanjutan, kemandirian, efisiensi berkeadilan, berwawasan lingkungan untuk rakyat Indonesia yang lebih sejahtera.
2. Asas Demokrasi Ekonomi UMKM sebagai bagian perkembangan ekonomi negara dalam mewujudkan masyarakat yang makmur dan sejahtera.

3. Asas Kebersamaan mendorong seluruh UMKM bergerak bersama menjalankan usahanya dalam rangka masyarakat yang lebih sejahtera
4. Asas Efisiensi Keadilan adalah dasar UMKM dalam melakukan kegiatannya yang mengedepankan efisiensi keadilan untuk mewujudkan iklim usaha yang kondusif, adil, dan mempunyai daya saing.
5. Asas Berkelanjutan adalah asas yang dilakukan oleh UMKM dalam menjalankan usahanya secara berkelanjutan sehingga menciptakan perekonomian mandiri yang tangguh.
6. Asas Berwawasan Lingkungan adalah asas yang mendasari pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya tetap memperhatikan pemeliharaan lingkungan hidup.
7. Asas Kemandirian adalah asas yang mengedepankan potensi, kekuatan, dan kemandirian dari usaha yang dijalankan oleh UMKM
8. Asas Keseimbangan Kemajuan adalah asas yang mendasari UMKM dalam menjaga keseimbangan kemajuan perekonomian nasional
9. Asas Kesatuan Ekonomi Nasional adalah asas yang mendasari UMKM bahwa UMKM menjadi bagian dari kesatuan perekonomian nasional.

2.6 Penerapan Transaksi Pembayaran Menggunakan *Fintech* pada UMKM

Menurut Skousen, Albrecht, Stice, & Stice (2001) transaksi diartikan sebagai pertukaran barang dan jasa antara (baik individu, perusahaan-perusahaan dan organisasi lain) kejadian lain yang mempunyai pengaruh ekonomi atau bisnis. Transaksi juga dapat disebut sebagai penanda pemindahan atau pengalihan barang dan jasa. Transaksi dikatakan berhasil apabila ada perpindahan nilai kepada pihak lain dan digantikan oleh bentuk nilai lainnya berupa barang maupun jasa. Di dalam transaksi ada sebuah administrasi transaksi yaitu sebuah metode untuk melakukan pencatatan transaksi supaya menjadi sebuah bukti bahwa telah melakukan kegiatan transaksi.

Transaksi pembayaran mengalami perubahan seiring dengan berkembangnya zaman. Perubahan tersebut dikarenakan perkembangan teknologi yang cepat dan semakin mengotomatisasi transaksi melalui pengendalian teknologi informasi komunikasi. Menurut Bank Indonesia (2011) alat transaksi pembayaran di Indonesia dibagi menjadi dua, yaitu tunai dan non tunai.

1. Transaksi Tunai

Transaksi tunai adalah transaksi yang menggunakan uang kartal baik itu uang kertas maupun uang logam yang dilakukan oleh dua pihak dalam bentuk barang atau jasa. Uang kartal mempunyai

peran penting dalam masyarakat khususnya untuk transaksi dengan nominal kecil. Satu-satunya lembaga di Indonesia yang mempunyai kewenangan untuk mengedarkan, mengeluarkan, mencabut, menarik, dan memusnahkan uang rupiah adalah Bank Indonesia. Bank Indonesia mempunyai kewajiban untuk memenuhi ketersediaan rupiah berbentuk uang kartal dalam jumlah yang cukup serta mempunyai pecahan yang sesuai, mempunyai tindakan untuk mencegah atau meminimalisir beredarnya uang palsu di Indonesia, dan juga menjaga kualitas layak edar (Bank Indonesia). Ada tiga aspek dari kebijakan transaksi tunai ini, yaitu :

- a. Bank Indonesia memenuhi kebutuhan peredaran uang yang ada di masyarakat baik dalam bentuk pecahan maupun nominal.
- b. Bank Indonesia menjaga kualitas uang yang beredar di masyarakat dengan cara penggantian bahan uang. Kualitas dari bahan uang harus memenuhi syarat seperti tahan lama dan tidak mudah rusak. Jika uang tersebut rusak, Bank Indonesia akan menggantinya dengan yang baru sehingga uang tersebut tetap layak digunakan di masyarakat.
- c. Melakukan tindakan yang mencegah terjadinya penyebaran uang palsu di masyarakat seperti sosialisasi mengenai ciri-ciri uang palsu baik di media cetak maupun elektronik.

2. Transaksi Non Tunai

Transaksi yang tidak menggunakan uang fisik bisa disebut dengan transaksi non tunai. Di dalam transaksi non tunai ada sistem yang mengatur tentang kontrak, teknis, fasilitas, peraturan untuk menginformasikan pengesahan maupun instruksi pembayaran dan membantu kelancaran transaksi yang dilakukan oleh perorangan, bank, non bank dengan pihak lain (Lubis, 2019). Gubernur Bank Indonesia, Martowardojo pada saat menjabat telah merencanakan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tanggal 14 Agustus 2014. Perencanaan tersebut merupakan penyegaran kembali peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah di Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. GNNT adalah program Bank Indonesia yang menerapkan sistem pembayaran non tunai dalam transaksi di masyarakat baik itu pelaku bisnis, konsumen, pemerintahan. Tujuan dari dibentuknya gerakan ini adalah supaya masyarakat lebih sadar untuk menggunakan transaksi non tunai sehingga menciptakan sebuah masyarakat yang menggunakan instrumen non tunai atau bisa disebut *Less Cash Society (LSC)* dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya. (Sianturi & Suhadak, 2019) menyatakan bahwa transaksi menggunakan instrumen non tunai lebih aman, andal, dan efisien. Instrumen yang ada di transaksi non tunai menurut Peraturan Bank Indonesia nomor 14/2/PBI/2012 pasal 1 sebagai berikut :

- a. APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu) adalah alat pembayaran berupa kartu debit dan/atau *Automated Teller Machine* (ATM), Kartu Kredit. Kartu debit dan/atau *Automated Teller Machine* (ATM) adalah APMK yang bisa digunakan untuk melakukan pembayaran, penarikan, penyetoran tunai dan/atau pemindahan dana yang timbul dari kegiatan ekonomi termasuk transaksi pembelian dengan mengurangi secara langsung nominal simpanan yang ada di bank maupun lembaga non bank yang berwenang menghimpun dana masyarakat sesuai peraturan perundang-undangan. Sedangkan kartu kredit adalah sebuah APMK yang digunakan untuk membayar kewajiban yang ditimbulkan dari kegiatan ekonomi termasuk kegiatan belanja, penarikan tunai dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi oleh penerbit kartu. Kewajiban pemegang kartu adalah membayar pada waktu yang telah disepakati dengan penerbit baik secara angsuran atau sekaligus.
- b. Menurut Peraturan Bank Indonesia nomor SE 15/13/DASP 2013 Romawi I Uang elektronik (*e-money*) adalah sebuah alat pembayaran yang harus memenuhi unsur (1) Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh penyetor kepada penerbit, (2) server atau chip sebagai media penyimpanan nilai uang secara elektronik, (3) digunakan

untuk melakukan pembayaran bukan kepada penerbit uang elektronik tersebut melainkan kepada pihak lain, (4) nilai uang elektronik yang disetor bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang perbankan.

Uang elektronik berbeda dengan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK). Perbedaan secara umum yang dinyatakan oleh Samsumar (2016) adalah nilai uang sudah tercatat di *e-money* disebut dengan *stored value* dimana nilai uang tersebut sepenuhnya dalam genggamannya konsumen. Pada saat transaksi, perpindahan bisa langsung dilakukan dari konsumen kepada penjual tanpa harus melalui sistem perbankan.

Uang Elektronik tidak hanya dikeluarkan oleh bank tetapi juga dikeluarkan oleh lembaga non bank. Perkembangan teknologi yang cepat mendorong pelaku bisnis untuk masuk di sektor uang elektronik sehingga diperlukannya aspek kelembagaan untuk memilih penyelenggara yang kredibel, berguna untuk perkembangan perekonomian nasional, berkelanjutan, dan memberikan perlindungan kepada konsumen atau penggunaannya (Salsabila, 2019).

- c. E-payment adalah sebuah transaksi pembayaran yang menggunakan fasilitas teknologi sudah umum di Indonesia. Sistem e-payment bisa diartikan sebagai salah satu

infrastruktur metode pembayaran dalam jaringan yang bertujuan untuk bertukar nilai moneter melalui internet (Luckandi, 2018). Pembayaran menggunakan e-payment di negara maju sudah menjadi hal yang normal dan e-payment menjadi indikator dalam kedewasaan suatu e-commerce (Effah, 2016).

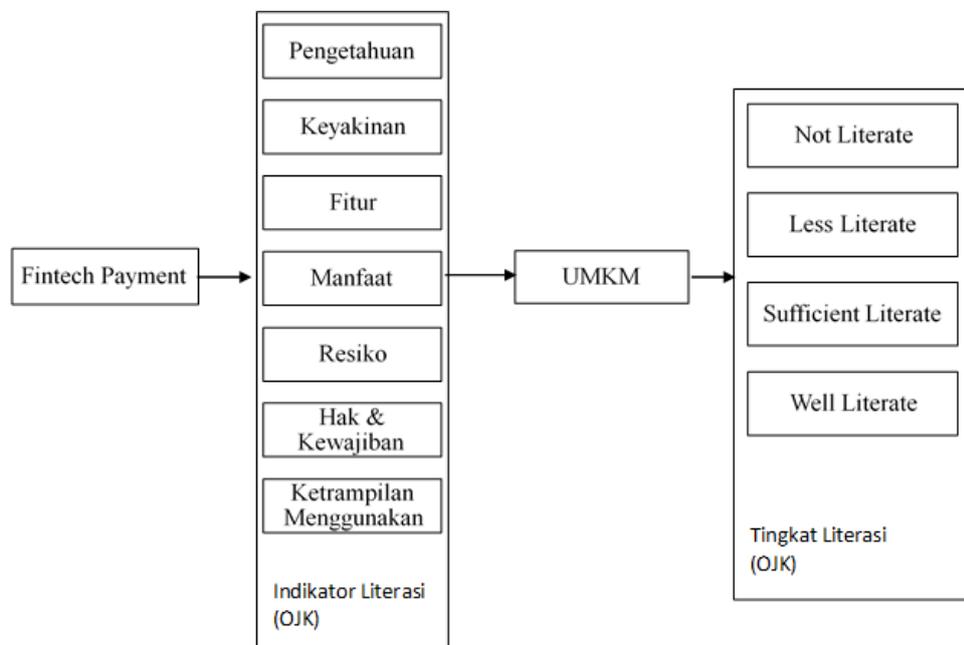
Layanan *fintech* sebagai salah satu alat dalam melakukan pembayaran elektronik sekarang ini sudah diperhatikan oleh pemerintah, bank, maupun perusahaan non bank. Dari sisi pemerintah sebagai salah satu contoh adalah di DKI Jakarta yang mempunyai “JakCard” yang dikeluarkan oleh Bank DKI sebagai alat pembayaran transportasi busway. Para penumpang bisa melakukan tap in di pintu busway. Selain digunakan untuk pembayaran transportasi, JakCard juga bisa digunakan untuk pembayaran tiket wisata di Jakarta.

Bank-bank di Indonesia juga berlomba-lomba mengeluarkan produk layanan e-payment seperti “e-money” yang dikeluarkan oleh Bank Mandiri, “Flazz” yang dikeluarkan oleh Bank Central Asia, “Tap Cash” dari BNI. Dari sisi perusahaan telekomunikasi juga ikut mengeluarkan produk layanan keuangan ini seperti “t-cash” dari provider Telkomsel, “dompetku” dari provider Indosat, dan juga “XL Tunai” dari provider XL Axiata. Produk dari perusahaan transportasi online PT. Gojek Indonesia juga mengeluarkan produk “Go-Pay”, serta produk dari PT. Visionet Internasional yang mengeluarkan produk dengan nama “OVO” yang menjadi mitra

pembayaran elektronik oleh PT. Grab Indonesia, dan juga produk yang dikeluarkan oleh perusahaan-perusahaan lain..

2.7 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kajian pustaka pada bagian sebelumnya, maka disusunlah kerangka konseptual dalam upaya untuk menyelesaikan penelitian ini. Di bawah ini adalah kerangka konseptual penelitian yang menjelaskan keterkaitan antar variabel :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa ada beberapa indikator menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk menentukan tingkat literasi UMKM dapat diukur melalui pengetahuan secara umum tentang *fintech*, keyakinan dalam menggunakan, fitur-fitur yang ada di dalam *fintech*, manfaat yang akan didapatkan, risiko yang akan ditimbulkan, hak dan kewajiban, serta ketrampilan dalam menggunakan *fintech* yang harus

diketahui pelaku UMKM. Dalam menentukan sejauh mana tingkat literasi UMKM, Otoritas Jasa Keuangan membagi menjadi 4 tingkatan literasi yaitu

1. *Not literate* yaitu ketidaktahuan dan ketidakpercayaan terhadap penyedia layanan jasa keuangan dan tidak mempunyai keahlian maupun ketrampilan dalam menggunakan produk-produk keuangan yang ada
2. *Less literate* hanya memiliki pengetahuan mengenai produk atau jasa dari lembaga keuangan namun tidak memiliki cukup pengetahuan mengenai kelebihan, resiko, hak dan kewajiban, serta tidak mempunyai kemampuan dalam menggunakan produk maupun jasa keuangan
3. *Sufficient literate* yaitu mempunyai keyakinan, kepercayaan, dan pengetahuan mengenai lembaga jasa keuangan termasuk produk, kelebihan, resiko, hak dan kewajiban yang dapat ditimbulkan dari produk atau jasa keuangan.
4. *Well literate* yaitu mempunyai pengetahuan dan kepercayaan mengenai produk, jasa, lembaga keuangan termasuk kelebihan, resiko, hak dan kewajiban, serta mempunyai cukup ketrampilan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk maupun jasa keuangan.