

**ANALISIS PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY* DAN
KONTEN KEUANGAN DI MEDIA SOSIAL TERHADAP
LITERASI KEUANGAN PELAKU
UMKM DI KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

ANITA ATTAS

2004020083

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

**ANALISIS PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY* DAN
KONTEN KEUANGAN DI MEDIA SOSIAL TERHADAP
LITERASI KEUANGAN PELAKU
UMKM DI KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh

ANITA ATTAS

2004020083

Pembimbing:

Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Anita Attas

Nim : 2004020083

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi ataupun duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya dan segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bila mana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrative atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 9 September 2024

Yang membuat pernyataan,



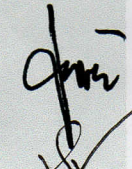

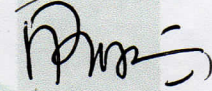

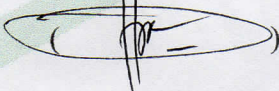
ANITA ATTAS
NIM. 2004020083

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Pengaruh *Financial Technology* dan Konten Keuangan di Media Sosial terhadap Literasi Keuangan Pelaku UMKM di Kota Palopo yang ditulis oleh Anita Attas Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004020083, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jum'at, tanggal 15 November 2024 Miladiyah bertepatan dengan 13 Jumadil Awal 1446 Hijriah 2024 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

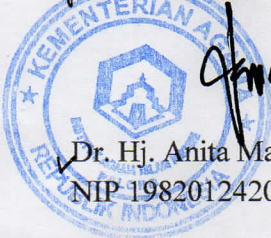
Palopo, 20 November 2024

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Rismayanti, S.E., M.Si. | Penguji I | () |
| 4. Muh. Nur Alam Muhajir, Lc., M.Sc. | Pengujiii | () |
| 5. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009012006

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP 198912072019031005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ
(امابعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh *Financial Technology* dan Konten Keuangan di Media Sosial terhadap Literasi Keuangan Pelaku Umkm di Kota Palopo” setelah melalui proses yang panjang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini, penulis menghadapi banyak kesulitan. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri Palopo. Penulis skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua tercinta, Bapak M. Attas Tupi dan Ibu Nurbaiti. Skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang hebat dalam hidup penulis. Merekalah yang membuat penulis bisa sampai pada tahap dimana skripsi ini akhirnya selesai. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepada penulis. Tanpa inspirasi, dorongan, dan dukungan yang telah diberikan oleh bapak dan ibu, mungkin penulis akan kesulitan dalam

menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis sangat bersyukur dengan keberadaan bapak dan ibu sebagai orang tua penulis.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terimah kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembang Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Anita Marwing, S.HI.,M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr.Fasiha, M.EI. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. selaku Wakil Dekan BidangAdministrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas. S.Ag., M.A selakuWakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M dan Umar, S.E., M.E. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo beserta para Dosen dan Staf yang telah banyak memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Pembimbing Utama, dalam hal ini ibu Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc. yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada Rismayanti, S.E., M.Si. selaku Penguji 1 yang telah banyak memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Kepada Muh. Nur Alam Muhajir, Lc., M.Si. selaku Penguji 2 yang juga telah banyak memberikan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Abu Bakar, S.Pd.,M.Pd. beserta staf yang telah menyediakan buku-buku untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
8. Kepada Para Staf IAIN Palopo, dan terkhusus kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang banyak membantu saya terlebih dalam pengurusan berkas-berkas demi penyelesaian studi saya.
9. Kepada Saudara dan Saudariku serta segenap keluarga yang selama ini membantu, dan mendoakan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Kepada sahabat-sahabat tercintaku “berbagi keluh kesah” (Ovhan Salluk, Wiska, Arsy Hasrul, Intan Prasetiawati, Tissa Nurfadilla, dan Tita Reski) terima kasih atas kebersamaannya selama ini, tawa dan canda serta pengalaman yang berharga.
11. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa program studi perbankan Syariah IAIN Palopo Angkatan 2020 (khususnya kelas PBS D), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Palopo, 9 September 2024

Yang membuat pernyataan,

ANITA ATTAS

NIM. 20 0402 0083

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍaḍ	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. *Vokal*

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, maka transliterasinya adalah sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	<i>fathah</i>	A	A
إِ	<i>Kasrah</i>	I	I
أُ	<i>ḍammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أِي	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
أُو	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ ... ٲ ...	<i>fathah dan alif</i> atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
إِ ك	<i>kasrah dan yā'</i>	Ī	i dan garis di atas

وُ	<i>ḍammahdan wau</i>	Ū	u dan garis di atas
----	----------------------	---	---------------------

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*,

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yamûtu*

4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقَّ : *al-ḥaqq*

نُعَمَّ : *nu'ima*

عَدُوُّ : *'aduwwun*

Jika huruf *kasrah* (ى) *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى), maka ditransliterasikan seperti huruf *maddah* menjadi i.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang

mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila huruf hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
سَيِّئٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat

yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila katakata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarḥ al-Arba 'in al-Nawāwi

Risālah fī Ri'āyah al-Maṣlahah

9. *Lafẓ al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللهِ : *dinullāh*

بِالله : *billāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللهِ : *hum fī rahmatillāh*

10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi ‘a linnāsi lallaẓi bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓi unzila fihī al-Qur’an

Naṣir al-Din al-Ṭūsi

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al- Ṭūfi

Al-Maṣlaḥah fi al-Tasyri’ al-Islāmi

Jika resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abūal-Walid Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walid Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamid Abū)

B. *Daftar Singkatan*

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subḥānahū wa ta'ālā*

saw. = *ṣallallāhu 'alaihi wa sallam*

as = *'alaihi al-salām*

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

l = Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

w = Wafat tahun

QS = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli 'Imrān/3: 4

HR = Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xxii
ABSTRACT	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	12
B. Landasan Teori.....	16
C. Kerangka Pikir	28
D. Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Defisini Operasional Variabel.....	30
D. Populasi Dan Sampel	31

E. Teknik Pengumpulan data.....	34
F. Instrumen Penelitian.....	34
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	35
H. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan.....	57
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.2	Skala Likert.....	35
Tabel 4.1	Kelurahan Yang Berada Di Wilayah Pesisir.....	45
Tabel 4.2	Jumlah Umkm Kota Palopo.....	46
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	50
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Data.....	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas Data.....	52
Tabel 4.8	Hasil Uji Multiolineritas Data.....	53
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4.10	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4.11	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	55
Tabel 4.12	Hasil Uji Simultan (Uji f).....	56
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir.....	28
Gambar 4.1	Peta Kota Palopo	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Angket/Kuesioner
- Lampiran 2 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 8 Dokumentasi
- Lampiran 9 Tabel R
- Lampiran 10 Tabel T
- Lampiran 11 Tabel F
- Lampiran 12 Cek Turnitin

ABSTRAK

Anita Attas, 2024. “Analisis Pengaruh Financial Technology dan Konten Keuangan di Media Sosial Terhadap Literasi Keuangan Pelaku UMKM di Kota Palopo”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Nur Ariani Aqidah.

Financial technology dan konten keuangan di media sosial terhadap literasi keuangan merupakan faktor penting bagi pelaku usaha khususnya UMKM dalam menunjang keberlangsungan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *financial technology* dan konten keuangan di media sosial terhadap literasi keuangan Pelaku UMKM di Kota Palopo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun populasi dalam penelitian ini ialah UMKM di Kota Palopo dengan jumlah 14.804. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan Teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda dengan menggunakan uji asumsi klasik, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *financial technology* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Keuangan (Y) pelaku UMKM di Kota Palopo, variabel konten keuangan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan (Y) pelaku UMKM di Kota Palopo. *Financial technology* (X_1) dan konten keuangan (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap literasi keuangan (Y) pelaku UMKM di Kota Palopo. Adapun kemampuan *financial technology* (X_1) dan konten keuangan (X_2) terhadap literasi keuangan (Y) UMKM yaitu sebesar 82.6% dan sisanya sebesar 17.4%. dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Kata Kunci: *Financial Technology*, Konten Keuangan, Literasi Keuangan, UMKM

ABSTRACT

Anita Attas, 2024. *"Analysis of The Influence of Financial Technology and financial content in Social Media on the Financial Literacy of MSME Players in Palopo City". Sharia Banking Study Program Thesis, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Nur Ariani Aqidah.*

Financial technology and financial content in social media on financial literacy are important factors for business actors, especially MSMEs, in supporting the sustainability of their business. This research aims to determine the influence of financial technology and social media on the financial literacy of MSME actors in Palopo City. This research uses quantitative methods. The population in this study is MSMEs in Palopo City with a total of 14,804. Sampling was carried out using a nonprobability sampling method with purposive sampling technique. The sample used was 100 MSMEs. The data collection technique used is by distributing questionnaires. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis using the classic assumption test, t test, f test and coefficient of determination test (R²) with the help of SPSS 25. The results of this study indicate that the financial technology variable (X1) has a positive and significant effect on financial literacy (Y) of MSME players in Palopo City, the financial cash variable (X2) has a positive and significant effect on financial literacy (Y) of MSME players in Palopo City. Financial technology (X1) and social media (X2) simultaneously have a significant effect on the financial literacy (Y) of MSME players in Palopo City. The ability of financial technology (X1) and social media (X2) to financial literacy (Y) of MSMEs is 82.6% and the remaining 17.4%. explained by other variables not included in the study.

Keywords: *Financial Technology, Financial Literacy, Financial Cash, MSMEs,*

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era saat ini teknologi informasi berkembang dengan sangat cepat dan memberikan pengaruh begitu pesat bagi penggunanya. Akses teknologi memberikan layanan-layanan yang lebih mudah sehingga membuat setiap individu maupun perusahaan menggunakan teknologi sebagai alat dalam mencapai suatu tujuan. Kecanggihan perkembangan teknologi ini memberikan inovasi yang baru dan kreatif yang membuat aktivitas masyarakat akan lebih efektif dan efisien.¹

Perkembangan Fintech ditandai dengan pesatnya perluasan layanan keuangan digital (*Digital Financial Service*) dan memberikan kemudahan bagi masyarakat terhadap akses ke *platform* yang lebih cepat, lebih murah, dan lebih efisien untuk mengelola transaksi mereka sehari-hari, melindungi privasi keuangan mereka dari keadaan yang darurat, dan kemudahan berinvestasi di berbagai sektor seperti bidang pendidikan, kesehatan, dan bisnis.²

Dengan terjadinya perkembangan teknologi, atau lebih tepatnya teknologi telah masuk ke sektor keuangan, sektor keuangan saat ini telah menjadi salah satu sektor yang terkena dampak. Perkembangan yang sangat pesat dapat membawa industri keuangan ke era digital. *Financial technology (fintech)* adalah istilah yang

¹ Tiara Syahrani and Endar Pradesa, "Peran Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Dalam Meningkatkan Penggunaan Financial Technology Pada UMKM," *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 4, no. 3 (2023): 1003–10.

² Akbar Sabani Ishak, Ilham, "SHARI ' A Compliance Principles In Financial Technology," *JCH (Jurnal Cendekia Hukum)* 8, no. September (2022): 47–59,

sering digunakan untuk menggambarkan kombinasi teknologi dan keuangan. Ada kemungkinan bahwa *Fintech* ini akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.³ Pemerintah memberikan program kepada lembaga keuangan, terutama koperasi simpan pinjam dan perbankan, untuk membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia dalam memperluas akses mereka ke permodalan. Untuk meningkatkan total aset lembaganya, juga perlu mengembangkan *Fintech* untuk memudahkan layanan kepada UMKM.

Implementasi *Fintech* di perbankan industri akan memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis, khususnya UMKM untuk mengakses produk jasa keuangan ditawarkan dan mengajukan pembiayaan secara langsung tanpa kita harus datang langsung ke kantor cabang. Sebagai tambahan sehingga memudahkan pelaku usaha sektor UMKM untuk memperoleh keuntungan akses keuangan.⁴ Dengan terjadinya perkembangan teknologi yang sangat pesat, hal ini tidak mengherankan jika dunia digital serta internet dapat berpengaruh dalam bidang keuangan. Di mana model pemasaran dunia kini sudah beralih dari tradisional (*offline*) ke dunia digital (*online*). Strategi pemasaran digital ini lebih potensial karena memungkinkan pelanggan untuk mendapatkan segala jenis informasi tentang produk dan melakukan transaksi secara online. Pemasaran digital sendiri merupakan promosi produk ataupun layanan melalui media online menggunakan berbagai alat, contohnya media sosial.

³ Wahid Wachyu and Adi Winarto, "Peran *Fintech* Dalam Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)," *Jurnal Ekonomi Syariah & Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2020): 61–73.

⁴ Lela Nurlaela Wati et al., "Financial Technology and Financial Inclusion on MSME: Mixed-Method Research Approach," *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 7, no. 2 (2020): 232–36.

Media sosial memang sangat diminati pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya, media sosial juga mempunyai peran yang besar dalam melakukan promosi dan masyarakat lebih cepat mendapatkan informasi lewat media sosial. Dengan akses yang mudah dan cepat dimanfaatkan oleh para pengusaha UMKM untuk lebih berani mempromosikan produk-produk karena cakupan media sosial yang sangat luas dan tidak ada batas waktu wilayah, sehingga dapat menjadi alternatif masyarakat atau pelaku usaha untuk mendapatkan tambahan modal dengan cara yang cepat dari *fintech* yang memberikan kemudahan bagi UMKM.⁵

Penggunaan media sosial berfungsi sebagai data pendukung untuk penelitian UMKM karena masih ada masalah dengan penggunaan media sosial oleh UMKM. Ini terjadi karena sebagian besar pelaku UMKM tidak mampu menggunakan media sosial dan sebagian besar UMKM juga tidak mampu menggunakan media sosial karena ketidakkompetennya dalam melakukan promosi melalui media sosial.⁶

Media sosial memang sangat diminati para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya, media sosial mempunyai peran yang besar dalam melakukan promosi dan masyarakat lebih mudah dan cepat mendapatkan informasi melalui media sosial. Dengan adanya akses yang cepat dan mudah hal ini dapat di manfaatkan oleh para pelaku usaha pelaku usaha UMKM untuk lebih

⁵ Ahmad Norrohman, et.al, "Pengaruh Financial Technology Dan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Metro Barat)," *Jurnal of Oikonomia* 1, no. 2 (2023): 76–84.

⁶ Delis & Emi Lestari, "Pengaruh Penggunaan Financial Technology Dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kota Batam," *Economics and Digital Business Review* 5, no. 1 (2024): 373–84.

berani mempromosikan produk-produk karena cakupan media sosial yang tidak ada batas waktu dan wilayah yang sangat luas, sehingga media dapat menjadi pemasaran yang efektif.⁷

Komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kesuksesan bisnis dengan membantu menjangkau pelanggan atau target pasar. Media sosial memunculkan media sosial *marketing* yang digunakan untuk membujuk para konsumen dengan menggunakan media sosial untuk membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atau pelaku usaha dengan melihat promosi produk mereka di internet. Media sosial marketing adalah strategi pemasaran yang menggunakan situs media seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Line*, dan *Instagram* untuk menarik pelanggan untuk membeli barang dagangan perusahaan atau bisnis.⁸

Namun, faktanya masih banyak UMKM yang gagal karena kurangnya pengetahuan tentang literasi keuangan. Karena pemilik UMKM mengabaikan pentingnya pengelolaan keuangan, sehingga pengelolaan keuangannya menjadi bermasalah. Usaha yang perlu diperhatikan adalah manajemen yang memiliki pengetahuan keuangan. Jadi, untuk meminimalkan perilaku keuangan yang buruk, setiap orang harus belajar bagaimana menjadi orang yang baik secara keuangan sehingga mereka dapat menghindari masalah keuangan yang mungkin terjadi saat mereka bekerja.⁹

⁷ Ahmad Nurrohman, Jawoto Nusantoro, "Pengaruh Financial Technology Dan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Metro Barat)."

⁸ Elicora Lorensa and Nur Hidayah, "Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 4, no. 3 (2022): 739–48.

⁹ Dahlia Pinem and Bernadin Dwi Mardiatmi, "Analisis Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Pelaku UMKM Di Depok Jawa Barat," *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, no. 1 (2021): 104, <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i1.1650>.

Literasi keuangan menjadi suatu hal yang penting untuk membantu masyarakat dalam pengambilan keputusan terkait penggunaan produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan peningkatan literasi keuangan yang baik dan mampu meningkatkan keterampilan masyarakat dalam merencanakan keuangan, serta menghindari instrumen keuangan yang tidak aman. Semakin tinggi tingkat pemahaman literasi keuangan, akan berdampak secara positif terhadap perilaku keuangan UMKM di Kota Palopo.¹⁰

Di Kota Palopo sendiri sudah banyak UMKM yang berbasis ekonomi kreatif, tetapi mereka menghadapi masalah dengan sumber daya manusia, modal, dan kemampuan untuk menggunakan teknologi modern. Kondisi usaha ekonomi kreatif di Kota Palopo dapat dilihat dari peluang pemberdayaan yang telah diberikan, tetapi tidak menunjukkan hasil yang positif untuk upaya ini untuk mendukung pertumbuhan sistem perekonomian yang berkeadilan. Akibatnya, UMKM yang berbasis ekonomi kreatif belum dapat memberi manfaat kepada masyarakat, khususnya bagi kota palopo yang dikenal oleh masyarakat umum baik didalam maupun di luar daerah.¹¹

Kota Palopo merupakan daerah kedua terakhir dari empat daerah otonom di Luwu. Secara geografis Kota Palopo berjarak kurang lebih 375 km sebelah utara kota Makassar, dengan posisi antara 120 derajat 03 sampai 120 derajat 17,3 derajat bujur Timur dan 2 derajat 53,13 sampai 3 derajat 4 lintang Selatan, pada ketinggian 0 sampai dengan 300 meter di atas permukaan laut. Kota Palopo di sisi

¹⁰ Endang Kartini Panggiarti Lina Wati, "Analisis Penggunaan Financial Technology, Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Mahasiswa Pelaku Usaha Online," *Jurnal Edukasi Ekonomi, Pendidikan Dan Akuntansi* 9, no. November (2021): 121–30.

¹¹ Nur Mayasari Tadjuddin, "Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo," *Journal of Islamic Management and Bussines* 2, no. 1 (2019): 9–22.

timur-selatan, membujur utara-selatan merupakan daerah dataran rendah atau pesisir yang luasnya sekitar 30% dari luas keseluruhan sedangkan di sebelah barat lainnya berupa pegunungan dan perbukitan, membujur utara-selatan dengan ketinggian maksimal 1000 meter di atas permukaan laut.¹²

Kota Palopo memiliki potensi yang bagus untuk UMKM karena masyarakatnya memiliki semangat wirausaha yang tinggi. Palopo juga memiliki banyak perguruan tinggi negeri dan swasta, serta SMA/SMK yang dapat bekerja sama. Ini dapat menghasilkan sinergi yang kreatif dan efisien untuk mencapai tujuan. Menurut data terbaru dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah UMKM meningkat dari tahun ke tahun di era globalisasi ini. Jumlah unit UMKM meningkat menjadi 64,2 juta pada tahun 2018. Palopo adalah kota yang berada di antara tiga kabupaten: Luwu, Luwu Utara, dan Tanah Toraja.

Dengan berdirinya Kota Palopo diantara tengah kabupaten dan sebagai kota penghubung antar kota karena letaknya yang sangat strategis bagi para pebisnis untuk mengembangkan dan meningkatkan usahanya bagi UMKM sebagai salah satu pilihan yang tepat. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palopo, jumlah UMKM di Kota Palopo mengalami peningkatan dari tahun 2016 ke tahun 2019, kecuali tahun 2020 dan 2021 yang mengalami sedikit penurunan akibat pandemi global Covid-19.¹³ Adanya pandemi covid-19 yang melanda berbagai sektor termasuk UMKM di Kota Palopo berdasarkan hal tersebut di atas, dimana tahun 2016 sebanyak 6.371 UMKM, tahun 2017 terjadi peningkatan

¹² Diskominfo Palopo, <https://Palopo.kota.id/post/digital-marketing-satu-solusi-untuk-peningkatan-ekonomi-umkm/artikel>. Diakses pada 28 Mei 2024.

¹³ Muh.Ruslan Abdullah, et.al., "Reincarnation of MSMEs after the Government's Policy on Economic Recovery Due to the Covid-19 Pandemic in Indonesia," *Technium Social Sciences Journal* 27 (2022): 452–62.

jumlah 6.620 unit, tahun 2018 sebanyak 6.744 unit dan tahun 2019 sebanyak 6.853 unit dan pada tahun 2020 pada masa pandemi Covid-19 sehingga total menjadi 11.022 unit, dan pada tahun 2021 meningkat menjadi 12.504 unit.¹⁴

Studi telah menunjukkan bahwa teknologi keuangan secara signifikan meningkatkan literasi keuangan UMKM. Tingginya penggunaan teknologi keuangan akan meningkatkan pendapatan UMKM karena lebih banyak pelanggan menggunakan teknologi keuangan untuk membayar. Hal ini menunjukkan bahwa hadirnya *fintech* dapat membantu perkembangan sebuah bisnis.¹⁵ Peneliti sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan UMKM meningkat secara signifikan, meningkatkan pendapatan mereka. Oleh karena itu, jumlah pelanggan yang melakukan transaksi melalui media sosial berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM.¹⁶

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa teknologi keuangan dapat menjadi alat pembayaran yang mampu meningkatkan pendapatan UMKM, dan promosi UMKM di media sosial juga mampu meningkatkan pendapatan UMKM. Secara bersamaan, teknologi keuangan dan media sosial mampu meningkatkan literasi keuangan UMKM. Hal ini menjadi alat pembayaran yang mampu menjadi bagian dari peningkatan pendapatan UMKM, serta melakukan promosi di media sosial juga menjadi pendukung dalam peningkatan pendapatan UMKM. Dapat kita lihat bahwa *Financial technology* dan media sosial berpengaruh signifikan

¹⁴ Dinas Koperasi Palopo. <https://diskopukm.palopokota.go.id/>. Diakses pada 28 Mei 2024.

¹⁵ Delis & Emi Lestari, "Pengaruh Penggunaan *Financial Technology* Dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kota Batam," jurnal *economics and digital business review* vol 5 No. 1 (2024): 376

¹⁶ Lestari, "Pengaruh Penggunaan *Financial Technology* Dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kota Batam."

terhadap literasi keuangan pada UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa dengan hadirnya *financial technology* dan media sosial berdampak pada suatu perkembangan usaha sehingga mampu meningkatkan pendapatan UMKM.¹⁷

Keterkaitan *financial technology* dengan media sosial memiliki hubungan yang erat dalam dunia bisnis dan keuangan. Banyak platform *fintech* menggunakan media sosial sebagai sarana promosi, edukasi, dan interaksi dengan konsumen. Media sosial juga berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi mengenai layanan *fintech*, seperti pinjaman digital, pembayaran online, investasi, dan layanan keuangan, yang memudahkan akses bagi pelaku UMKM. Melalui media sosial, pelaku UMKM dapat memperoleh informasi mengenai berbagai solusi keuangan dari *fintech* yang dapat meningkatkan efisiensi operasional mereka.

Keterkaitan *financial technology* dengan literasi keuangan dimana *fintech* memainkan peran penting dalam meningkatkan literasi keuangan. Dengan memanfaatkan platform *fintech*, pelaku UMKM bisa mendapatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai manajemen keuangan, investasi, dan pengelolaan risiko. Banyak aplikasi *fintech* menyediakan fitur edukasi, seperti pengelola keuangan, analisis bisnis, dan simulasi finansial yang membantu meningkatkan literasi keuangan penggunanya, termasuk pelaku UMKM.

Keterkaitan konten keuangan di media sosial dengan literasi keuangan dimana media sosial berfungsi sebagai platform untuk penyebaran informasi dan edukasi keuangan. Banyak akun atau komunitas di media sosial yang fokus pada

¹⁷ Ahmad Norrohman, et.al, "Pengaruh Financial Technology Dan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Metro Barat)," *Jurnal of Oikonomia* 1, no. 2 (2023): 76–84.

peningkatan literasi keuangan, baik secara formal maupun informal. Pelaku UMKM bisa memanfaatkan media sosial untuk mengikuti tren keuangan, mendapatkan informasi terbaru tentang pengelolaan keuangan, serta mengakses tutorial dan diskusi tentang cara mengelola keuangan bisnis mereka secara lebih efektif. Dengan mudahnya akses ke informasi di media sosial, pelaku UMKM dapat lebih cepat belajar tentang perencanaan keuangan, strategi investasi, dan manajemen risiko.

Penggunaan *fintech* yang diiringi dengan edukasi melalui media sosial memungkinkan pelaku UMKM di Kota Palopo untuk meningkatkan literasi keuangan mereka. *Fintech* menyediakan layanan keuangan yang mudah diakses, sementara media sosial juga menjadi platform penyebaran informasi yang luas. Kombinasi ini membantu pelaku UMKM memahami konsep keuangan yang kompleks, meningkatkan keterampilan dalam mengelola keuangan usaha, dan membuat keputusan finansial yang lebih baik. Secara keseluruhan, *financial technology* dan media sosial secara sinergis berkontribusi dalam meningkatkan literasi keuangan pelaku UMKM. *Fintech* menyediakan solusi keuangan yang praktis, sementara media sosial menjadi sumber edukasi yang mudah diakses.

Berdasarkan hasil survei awal peneliti terhadap para pelaku UMKM di Kota Palopo, UMKM Kota Palopo masih sangat minim dalam pemanfaatan *financial technology* itu sendiri, padahal layanan *fintech* telah menawarkan berbagai solusi yang memudahkan akses layanan keuangan, dan tidak semua pelaku UMKM di kota palopo memanfaatkannya. Ketidaktahuan tentang cara menggunakan *fintech* atau keraguan terhadap keamanan layanan ini bisa menjadi hambatan utama

dalam adopsi *fintech* yang optimal. Kemudian terbatasnya peran konten keuangan di media sosial dalam meningkatkan literasi keuangan dimana media sosial menyediakan banyak informasi yang dapat membantu UMKM dalam memahami aspek keuangan bisnis mereka. Namun, belum semua pelaku UMKM memanfaatkan media sosial secara maksimal sebagai sumber edukasi dan informasi terkait literasi keuangan.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin meneliti dengan judul “Analisis Pengaruh *Financial Technology* Dan Media Sosial Terhadap Literasi Keuangan Pelaku UMKM Di Kota Palopo”

B. Rumusan Masalah

Mengacu dari uraian yang disampaikan sebelumnya, didapati sejumlah rumusan masalah berupa:

1. Apakah *financial technology (fintech)* secara parsial berpengaruh terhadap literasi keuangan pelaku UMKM di Kota Palopo?
2. Apakah Konten Keuangan di Media Sosial secara parsial berpengaruh terhadap Literasi Keuangan pelaku UMKM di Kota Palopo?
3. Apakah *financial technology (fintech)* dan media sosial secara simultan berpengaruh terhadap literasi keuangan pelaku UMKM di Kota Palopo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dengan melakukan penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis pengaruh *financial technology (fintech)* terhadap literasi keuangan pelaku UMKM di Kota Palopo.

2. Untuk menganalisis pengaruh konten keuangan di media sosial terhadap literasi keuangan pelaku UMKM di Kota Palopo.
3. Untuk menganalisis pengaruh simultan *financial technology (fintech)* dan media sosial terhadap literasi keuangan pelaku UMKM di Kota Palopo.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak yang terlibat didalamnya. Antara lain:

1) Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan menghasilkan hasil yang menguntungkan dan akan menambah atau mengembangkan lebih lanjut teori dan pemikiran yang ada di bidang ilmu pengetahuan. Mereka juga dapat berbicara tentang bagaimana teknologi keuangan dan media sosial mempengaruhi pengetahuan keuangan UMKM di Kota Palopo.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber dan bahan acuan kepada pihak yang membutuhkan informasi penelitian mengenai analisis pengaruh *financial technology* dan media sosial terhadap literasi keuangan pelaku UMKM di Kota Palopo dan sebagai sumber penelitian yang lebih lanjut untuk menambah pengetahuan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Untuk mencegah kesalahpahaman, peneliti telah melakukan kajian literatur untuk membedakan penelitian yang akan peneliti evaluasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh banyak pihak. Ini dilakukan untuk mencegah kesalahpahaman dan menjelaskan apa yang akan diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan serta menghindari kesamaan dengan penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian sebelumnya juga diminati dan dijadikan rujukan dalam penelitian ini. Maka penulis mencantumkan hasil penelitian terdahulu:

1. Cut Misni Mulasiwi Dan Karina Odia Julialevi. Dengan judul penelitian “Optimalisasi Financial Teknologi (*Fintech*) terhadap Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Usaha Menengah Purwokerto”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana pengaruh layanan keuangan berbasis *financial technology* terhadap literasi keuangan dan inklusi keuangan Usaha Menengah di Purwokerto. Dalam penelitian ini *sample* yang digunakan yaitu 108 pemilik usaha menengah di purwokerto. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Metode pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuisisioner kepada 108 pelaku usaha menengah di Purwokerto. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa layanan keuangan berbasis *financial technology* memiliki pengaruh terhadap literasi keuangan dan inklusi keuangan usaha

mikro di Purwokerto.¹⁸ Penelitian sebelumnya dan penelitian ini sama-sama menggunakan *financial technology* sebagai variabel independen dan literasi keuangan sebagai variabel dependen. Yang berbeda dari penelitian sebelumnya adalah bahwa penelitian ini menambahkan media sosial sebagai variabel independen, dan penelitian sebelumnya dilakukan di Purwokerto, sedangkan penelitian ini dilakukan pada UMKM di Kota Palopo.

2. Agnes Enya Angelica, Tuntun Salamatun Zen, *et.al.* Dengan judul penelitian “Pengaruh Konten Keuangan Di Media Sosial Terhadap Literasi Keuangan Generasi Z Di Sumatera Dan Jawa”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak keuangan terhadap literasi keuangan pada Generasi z, faktor konten keuangan yang paling signifikan mempengaruhi literasi keuangan dan untuk mengetahui media sosial dan jenis konten mana yang paling berdampak. Konten keuangan di media sosial diukur berdasarkan jumlah media sosial dan jumlah konten, sedangkan literasi keuangan diukur dari sikap, perilaku, dan pengetahuan keuangan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan datanya menggunakan kuesioner online. Penelitian ini mengumpulkan 287 sampel dari Jawa dan Sumatera, Indonesia, dan 222 orang adalah penonton konten keuangan.¹⁹ Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah menggunakan variabel independen yang digunakan adalah media sosial dan

¹⁸ Cut Misni Mulasiwi and Karina Odia Julialevi, “Optimalisasi Financial Teknologi (Fintech) Terhadap Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Usaha Menengah Purwokerto,” *Performance* 27, no. 1 (2020): 12.

¹⁹ Agnes Enya Angelica and Tuntun Salamatun Zen, *et.al.*, “Effect of Financial Contents on Social Media Towards Financial Literacy on Generation Z in Sumatra and Java,” *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing* 1, no. 1 (2023): 37–45.

variabel dependen yang digunakan adalah literasi keuangan. Sedangkan perbedaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu penelitian sekarang menambahkan *financial technology* sebagai variabel independen kemudian penelitian terdahulu mengumpulkan data dari generasi z di Sumatera dan Jawa. Sedangkan penelitian sekarang mengumpulkan data dari pelaku UMKM di Kota Palopo.

3. Olha A. Shvaheer, Sergey I. Degtyarev, *et.al.* Dengan judul penelitian “Pengaruh Media Sosial Terhadap Literasi Keuangan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi proses peningkatan peran saluran media sosial dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Hal yang membuat isu literasi keuangan relevan bagi berbagai kelompok sesuai dengan Negara secara keseluruhan saat ini adalah perkembangan pasar jasa keuangan yang dinamis, digitalisasi layanan keuangan yang pesat dan ekstensif, serta perubahan struktur pasar yang disebabkan oleh krisis keuangan. Konsumen yang menerapkan *financial* akan membuat keputusan yang tepat dan bertanggung jawab sehubungan dengan layanan yang diberikan oleh lembaga keuangan. Literasi keuangan mempunyai ampak langsung terhadap kesejahteraan individu tertentu dan kesejahteraan masyarakat dan Negara secara keseluruhan.²⁰ Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independen yang digunakan adalah media sosial dan variabel dependen yang digunakan adalah literasi keuangan. Sedangkan perbedaan

²⁰ Olha A. Shvaheer and Sergey I. Degtyarev, *et.al.*, “The Effect of Social Media on Financial Literacy,” *International Journal of Media and Information Literacy* 6, no. 1 (2021): 211–18, <https://doi.org/10.13187/IJMIL.2021.1.211>.

pada penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu penelitian sebelumnya mengambil data dari masyarakat, sedangkan penelitian sekarang menambahkan *financial technology* sebagai variabel independen yang mengambil data dari pelaku UMKM di Kota Palopo.

4. Ahmad Nurrohman, Jawanto Nusantara, *et.al.* Dengan judul penelitian “Pengaruh *Financial Technology* Dan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Metro Barat)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *financial technology* dan media sosial terhadap perkembangan UMKM di Metro Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Objek penelitian ini adalah UMKM yang berada di Metro Barat. Teknik pengumpulan data dengan menyebar kuesioner atau angket. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling.²¹ Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah menggunakan variabel independen yang digunakan adalah *financial technology*, media sosial dan variabel dependen yang digunakan adalah perkembangan UMKM. Sedangkan perbedaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu penelitian sebelumnya mengambil data UMKM di Metro Barat, sedangkan penelitian sekarang menambahkan literasi keuangan sebagai variabel dependen yang mengambil data dari pelaku UMKM di Kota Palopo.

²¹ Ahmad Nurrohman, *et.al.*, “Pengaruh Financial Technology Dan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Metro Barat),” *Jurnal of Oikonomia* 1, no. 2 (2023): 76–84.

B. Landasan Teori

Adapun teori yang akan digunakan untuk menjelaskan fenomena yang ada didalam penelitian ini yaitu teori:

1. Teori Adopsi Inovasi (*Diffusion of Innovation Theory*)

Teori adopsi inovasi yang dicetuskan oleh Everett Rogers. Teori menjelaskan bagaimana inovasi, seperti teknologi baru dalam masyarakat. *Financial technology* menyediakan alat dan layanan yang mudah diakses, sementara media sosial berfungsi sebagai platform untuk penyebaran informasi dan edukasi keuangan. Keduanya bersama-sama menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam mengelola keuangan yang pada akhirnya meningkatkan literasi keuangan usaha mereka.²²

2. *Financial Technology*

a. Pengertian *Financial Technology*

Financial Technology (Fintech) telah menjadi bagian dari perkembangan sektor keuangan modern di seluruh dunia. Fintech merujuk pada penerapan teknologi dalam penyediaan layanan keuangan yang mencakup berbagai platform, aplikasi dan produk digital yang mengubah cara orang mengelola, mentransfer, mengakses dan berinteraksi dengan uang.²³

Salah satu aspek utama dari Fintech adalah peningkatan aksesibilitas layanan keuangan. Di berbagai belahan dunia, termasuk di Negara-negara berkembang, banyak individu yang sebelumnya tidak memiliki akses ke lembaga keuangan

²² Everett M. Rogers, "*Diffusion of innovations*" (Amerika Serikat.1995).

²³ Upasana Gupta dan Bhawna Agarwal, et.al., "Financial Technology Adoption — A Case of Indian MSMEs," *Finance: Theory and Practice* 26, no. 6 (2022): 192–21.

formal kini dapat mengakses layanan keuangan melalui platform Fintech. Hal ini terutama disebabkan oleh kemampuan teknologi untuk mengatasi hambatan geografis dan infrastruktur yang ada, sehingga memungkinkan individu yang berada di daerah terpencil atau tidak terlayani oleh lembaga keuangan tradisional untuk mengakses layanan keuangan secara langsung melalui perangkat mobile atau internet. Selain itu, Fintech juga telah membuka pintu bagi inklusi keuangan yang lebih luas.

Dengan menyediakan layanan keuangan lebih mudah diakses dan terjangkau, *fintech* memungkinkan individu dari berbagai lapisan masyarakat, termasuk mereka yang berpenghasilan rendah atau tidak memiliki akses ke lembaga keuangan tradisional, untuk menjadi bagian dari sistem keuangan tradisional, untuk menjadi bagian dari sistem keuangan formal. Ini dapat meningkatkan kesejahteraan finansial individu, mengurangi ketimpangan keuangan, dan mendukung pembangunan ekonomi yang inklusif.

Tidak hanya itu, *Fintech* juga memberikan kemudahan dan efisiensi dalam pengelolaan keuangan. Melalui aplikasi dan platform digital, individu dapat dengan mudah mengelola keuangan mereka, melakukan transaksi, dan memantau investasi mereka secara real time. Ini memungkinkan individu untuk mengambil kontrol yang lebih besar atas keuangan mereka sendiri, meningkatkan pengelolaan risiko, dan mengoptimalkan potensi penghasilan mereka.

Meskipun memberikan berbagai manfaat, Fintech juga menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu tantangan utama adalah masalah keamanan dan

privasi data.²⁴ Dalam menghadapi tantangan ini, peran pemerintah dan regulator menjadi sangat penting. Diperlukan kerja sama anatar industry, regulator, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengembangkan kerangka kerja regulasi yang tepat, yang dapat melindungi konsumen, mendorong inovasi, dan mempromosikan pertumbuhan sektor Fintech secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, *Fintech* memiliki potensi besar untuk mengubah sektor keuangan dan memberikan manfaat yang signifikan bagi individu, bisnis, dan perekonomian secara keseluruhan.

Bedasarkan peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 mengenai penyelenggaraan Teknologi Finansial pasal 1 ayat 1, dijelaskan “teknologi finansial diartikan sebagai penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk-produk layanan, teknologi, dan model bisnis baru serta dapat berdampak pada kondisi stabilitas moneter, stabilitas pada sistem keuangan, dan efisiensi, kelancaran, keamanan serta kehandalan sistem pembayaran”.

b. Klasifikasi Financial Technology

Bank Indonesia menjelaskan, klasifikasi dari *fintech* di antaranya:

1) *Crowdfunding dan peer to peer lending*

Fintech ini digunakan sebagai mediasi untuk menjodohkan investor ataupun pemodal pada pihak yang sedang mencari modal. *Crowdfunding* (pembeayaan masa ataupun dengan basis patungan) dan juga P2P (*peer to peer*) lending ini diawasi penuh oleh OJK. Melalui keberadaan *fintech* ini maka proses menggalang

²⁴ Upasana Gupta and Bhawna Agarwal, et.al., “Financial Technology Adoption — A Case of Indian MSMEs,” *Finance: Theory and Practice* 26, no. 6 (2022): 192–21..

dana dapat dilakukan secara daring sehingga dapat menjadi lebih efisien serta mudah.

2) *Market Aggregator*

Fintech ini memiliki peranan sebagai pembanding produk keuangan, melalui tahap pengkoleksian serta mengumpulkan data finansial dari berbagai pihak yang menyediakan untuk dipergunakan pengguna menjadi referensi. Jenis ini bisa pula dinamakan *financial aggregator* ataupun *comparison site*.

3) *Risk and investment management*

Fintech ini mempunyai tugas serupa dengan financial planner, tetapi mereka bekerja secara digital dan menawarkan bantuan dalam pembelian produk investasi yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Tujuan dari *fintech* ini adalah untuk memberi pelanggan kemampuan untuk merencanakan dan memahami keadaan keuangan mereka setiap saat.

4) *Payment, settlement dan clearing*

Fintech ini berfungsi sebagai media untuk membuat pembayaran secara cepat dan online lebih mudah bagi pengguna. Jenis *fintech* ini dapat berupa pembayaran, termasuk *e-wallet* dan *payment gateway*, yang dapat membantu pelanggan bertransaksi dengan *e-commerce* melalui mekanisme pembayaran belanja biasa serta membayar tagihan melalui aplikasi.

c. Manfaat *Financial Technology*

Berikut adalah beberapa manfaat *financial technology*:²⁵

²⁵ DR. Mappa Panglima Banding, “*Financial Technology*” (Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara, 2023): 6-7

- 1) Mempermudah akses keuangan, *financial technology* membantu mempermudah akses keuangan bagi masyarakat yang tidak memiliki akses ke perbankan. Melalui layanan keuangan digital, masyarakat dapat melakukan transaksi keuangan.
- 2) Meningkatkan efisiensi transaksi, *financial technology* memungkinkan proses transaksi menjadi lebih cepat dan efisien, sehingga cukup menghemat waktu dan biaya.
- 3) Memberikan pilihan yang lebih banyak, *financial technology* memberikan pilihan yang lebih banyak dalam hal produk dan layanan keuangan. Masyarakat dapat memilih produk dan layanan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka.
- 4) Meningkatkan transparansi, *financial technology* dapat meningkatkan transparansi dalam kegiatan keuangan. Konsumen dapat melihat dan mengelola transaksi keuangannya secara real-time, serta melacak dan menganalisis pengeluaran mereka.
- 5) Memungkinkan inovasi keuangan, *financial technology* memungkinkan inovasi baru dalam industri keuangan, seperti teknologi blockchain dan kecerdasan buatan, yang dapat meningkatkan efisiensi tersebut.

d. Trend Terkini Dalam *Financial Technology*

Trend terkini dalam *financial technology* terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan pasar yang semakin kompleks. Berikut beberapa tren terkini dalam *financial technology*.

- 1) *Open Banking*: Open banking memungkinkan pengguna untuk memberikan izin kepada pihak ketiga untuk mengakses data keuangan mereka dan menggunakan data tersebut untuk menghasilkan layanan keuangan yang lebih terukur dan lebih baik. Open banking juga memungkinkan adanya integrasi antara layanan keuangan yang berbeda, sehingga memudahkan pengguna dalam mengatur keuangan mereka.
- 2) *Blockchain*: teknologi blockchain kini juga digunakan dalam layanan keuangan seperti pengiriman dan pembayaran uang. Blockchain memungkinkan transaksi yang lebih aman dan lebih cepat, serta dapat mengurangi biaya transaksi.
- 3) *Artificial Intelligence (AI)*: AI memungkinkan perusahaan *financial technology* untuk memproses data keuangan secara lebih cepat dan akurat, sehingga memungkinkan pengguna untuk mendapatkan layanan keuangan yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan mereka.
- 4) *Mobile Payments*: layanan pembayaran mobile semakin populer karena kecepatannya dan kemudahan. Selain itu, mobile payments juga lebih dan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.
- 5) *Digital Wealth Management*: layanan pengelolaan kekayaan secara digital semakin berkembang, dengan adanya platform investasi yang dapat memudahkan pengguna dalam mengatur investasi mereka.²⁶

²⁶ DR. Mappa Panglima Bandung, “*Financial Technology*” (Jawa Barat: CV. Mega Press Nusantara, 2023):8

e. Indikator Financial Technology

Hutabarat menjelaskan, indikator untuk mengukur *financial technology* meliputi sejumlah aspek yang berupa:²⁷

- a. Persepsi kemudahan dalam teknologi diartikan sebagai suatu ukuran akan kepercayaan seseorang terhadap komputer yang mudah dipahami dan digunakan.
- b. Kegunaan yang dirasakan menyatakan bahwa kegunaan persepsi adalah tingkat di mana suatu teknologi dianggap bermanfaat bagi penggunanya
- c. Sikap penggunaan dalam tam sikap terhadap penggunaan sistem didefinisikan sebagai bagaimana seseorang menerima atau menolak teknologi dalam pekerjaannya.
- d. Penggunaan aktual pengukuran frekuensi dan durasi penggunaan teknologi menunjukkan penggunaan sistem yang sebenarnya. Jika seseorang yakin bahwa sistem mudah digunakan dan meningkatkan produktivitas, mereka akan merasa puas dalam menggunakannya.

3. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Konten keuangan di Media sosial adalah salah satu teknologi yang paling berpotensi untuk meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah (UMKM). Pelaku usaha juga dapat memanfaatkan usahanya yang didukung oleh teknologi keuangan. Dengan melakukan promosi di media sosial seperti Facebook dan

²⁷ Roy Rocky Suprpto Baan, Dan Pierdijono Hartono, Et.Al, "Peningkatan Penggunaan Financial Teknologi Melalui Financial Literacy Pada Generasi Z Di Era Society 5.0," *Edunomika*, Vol. 8, No. 2, (2024) 4.

Instagram secara tidak langsung, mereka dapat memperluas pangsa pasar dan mengurangi biaya, terutama untuk promosi, yang akan menghasilkan peningkatan pendapatan. Karena target pasarnya secara tidak langsung berasal dari masyarakat umum, bukan hanya dari daerah tersebut.²⁸

Media sosial dapat diartikan juga sebagai seperangkat alat berbasis internet untuk membangun keanggotaan publik dalam menciptakan jaringan bisnis dan mengembangkan konten melalui interaksi dan kolaborasi. Media sosial juga dapat melibatkan berbagai jenis aplikasi online seperti sosial situs jaringan berbagai foto dan video dengan ulasan produk dan layanan, komunitas evaluasi dan permainan sosial.²⁹

Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan adalah teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi saat ini membuat manusia sudah tidak lagi mempermasalahkan batas jarak, ruang dan waktu. Teknologi informasi melahirkan internet seperti media sosial dimana internet dapat memberikan banyak manfaat bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan pemasaran produknya. Selain itu internet juga dapat turut memberikan manfaat peningkatan kesempatan UMKM untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya. Salah satu teknologi internet yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi untuk mendorong pemasaran UMKM adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi

²⁸ Vionna Agnesia and Agung Joni Saputra, "Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology Dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai," *E-Jurnal Akuntansi* 32, no. 3 (2022): 750.

²⁹ Neng Siti Komariah and M Fadhli Nursal, et.al., "Pengaruh Inovasi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Makanan Halal Di Kota Bekasi Utara," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 2 (2022): 2247.

menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis. Dikarenakan media sosial telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran.³⁰

b. Indikator Konten Keuangan di Media Sosial

Adapun indikator dari media sosial, yaitu:³¹

1. *learning duration*
2. *learning media*
3. *learning materials*

4. Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan pengetahuan keuangan dalam mengambil keputusan yang tepat terkait dengan keuangan pribadi mereka. Ini melibatkan pemahaman tentang konsep dasar keuangan seperti pengelolaan uang, pengelolaan utang, investasi, asuransi, perencanaan pension, dan pemahaman tentang peroduk keuangan seperti tabungan, deposito, saham, obligasi, dan lainnya. Literasi keuangan memiliki peran penting dalam memungkinkan individu untuk mengelola keuangan mereka dengan baik, mengurangi risiko keuangan dan meningkatkan kesejahteraan finansial mereka.³²

Salah satu aspek penting dari literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk membuat anggaran, mengelola pengeluaran, dan menghindari hutang yang

³⁰ Moch Hari Purwiantoro, Dany Fajar Kristanto, and Widiyanto Hadi, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM),” *AMIK Cipta Darma Surakarta* 1, no. 1 (2016): 30–3.

³¹ Agnes Enya Angelica and Tuntun Salamatin Zen, et.al., “Effect of Financial Contents on Social Media Towards Financial Literacy on Generation Z in Sumatra and Java,” *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing* 1, no. 1 (2023): 38.

³² Daffa Adiyatama Sutejo, “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Pengelola Keuangan, Otoritas Jasa Keuangan,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2021, 1–14.

tidak terkendali. Ini melibatkan pemahaman tentang bagaimana mengatur anggaran pribadi, memprioritaskan pengeluaran, dan menyimpan uang untuk keperluan mendesak dan masa depan. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung memiliki kebiasaan yang lebih baik dalam mengelola uang mereka, sehingga mengurangi risiko terjatuh dalam hutang dan kesulitan keuangan.³³

b. Manfaat Literasi Keuangan

Dalam literasi keuangan terdapat beragam manfaat, sehingga hampir semua Negara diberikan fokus secara khusus dalam menaikkan literasi keuangan tersebut. Adapun manfaat yang dimaksud tersebut di antaranya:³⁴

1) Individu

Salah satu tujuan literasi keuangan adalah untuk meningkatkan kepercayaan, kemampuan, dan pemahaman individu yang memengaruhi perilaku dan sikap saat menggunakan layanan dan produk keuangan untuk meningkatkan kualitas penentuan keputusan. Selain itu, literasi memainkan peran penting dalam menyiapkan masyarakat untuk masa depan, seperti keterampilan menulis dan membaca. Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan adalah konsep yang harus ditanamkan sejak dini.

2) Negara

Negara akan dikatakan baik apabila mampu memberikan literasi keuangan untuk penduduknya, dengan melalui literasi ini maka ekonomi dari Negara

³³ Fauzia Bakhtiar, Rusdi Prayoga, and Andi Mulya, "Analisis Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Pada Pelaku UMKM Perempuan," *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 19, no. 2 (2022): 260–68.

³⁴ Maharani Dwi Astuti and Erin Soleha, "Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Locus of Control Terhadap Pengelolaan Keuangan Umkm Di Kecamatan Bojongsungu," *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 11, no. 1 (2023): 51–64.

tersebut dapat lebih meningkat, menekan ketimpangan pemasukan masyarakat, menekan kemiskinan, dan juga dapat mendorong kestabilan sistem keuangan.

3) Lembaga keuangan

Literasi keuangan dalam industri keuangan dapat dilihat dari masyarakat, termasuk konsumen yang paham tentang produk dan jasa keuangan tersebut. Literasi keuangan juga dapat mendorong masyarakat untuk meningkatkan potensi keuangannya sehingga mereka dapat terus berinovasi dalam membuat dan mengembangkan produk baru.

a) Kategori Pengukuran Literasi Keuangan

Chen & Volpe dalam (Fatmawati & Hayati) menjelaskan bahwa literasi dari keuangan bisa dikategorikan dalam tiga golongan dengan berdasarkan pada jawaban yang benar dari responden, di antaranya.³⁵

- (1) Tinggi, bila persentase dari jawaban benar > 80%.
- (2) Sedang, bila persentase dari jawaban benar diantara 60-80%.
- (3) Rendah, bila persentase dari jawaban benar < 60%.

b) Tingkat Literasi Keuangan

Berdasarkan survey pertama OJK di tahun 2013, dilaksanakan sebuah edukasi untuk menumbuhkan serta mengkategorikan tingkatan literasi keuangan dari masyarakat menjadi:

(1) *Well Literate*

Well literate adalah sikap dari individu yang mempunyai keyakinan serta pengetahuan mengenai lembaga keuangan dan jasa maupun produk keuangan,

³⁵ Erna Fatmawati and Banatul HAYATI, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Brand Image Terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan Syariah ...," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)* 9, no. 01 (2022): 1023–33.

seperti manfaat, fitur, risiko, kewajiban, serta hak dalam jasa maupun produk keuangan, kemudian juga mempunyai keterampilan untuk mempergunakan jasa serta produk tersebut.

(2) *Sufficient Literate*

Individu bisa dinyatakan *Sufficient Literate* bila mempunyai keyakinan serta pengetahuan terkait lembaga keuangan serta jasa maupun produk keuangan, seperti manfaat, fitur, risiko, kewajiban, serta hak dalam jasa maupun produk keuangan.

(3) *Less Literate*

Kemampuan dari individu terkait literasi dalam tingkatan ini termasuk kurang, dimana hanya mempunyai wawasan terkait lembaga jasa keuangan beserta jasa maupun produknya.

(4) *Not Literate*

Not literate adalah sebutan yang merupakan tingkatan terendah untuk individu jika tidak mempunyai keyakinan maupun pengetahuan sama sekali tentang lembaga jasa keuangan beserta jasa maupun produknya, kemudian juga tidak mempunyai keterampilan untuk mempergunakan jasa maupun produk tersebut.

c) Indikator Literasi Keuangan

OECD *International Network on Financial Education*:³⁶

(1) Pengetahuan pengelola Keuangan (*Financial Management Knowledge*)

Hal ini Merupakan merujuk pada pemahaman dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif.

³⁶ Dahlia Pinem and Bernadin, et.al, “Analisis Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Pelaku UMKM Di Depok Jawa Barat,” *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, no. 1 (2021): 104, <https://doi.org/10.36418/syntax-literature.v6i1.1650>.

(2) Perilaku Keuangan (*Financial Behaviour*)

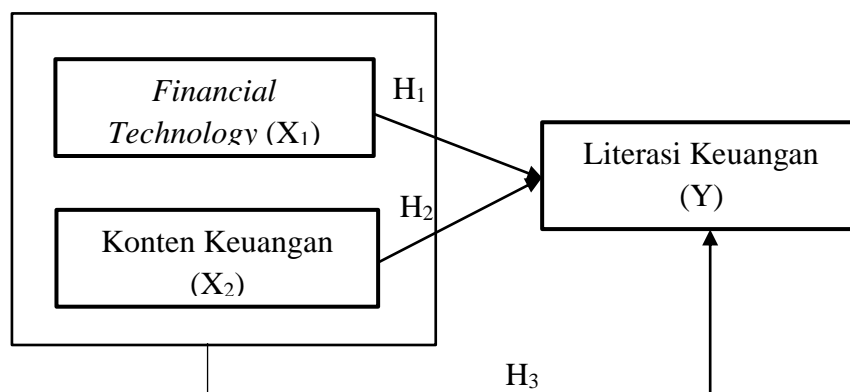
Selain pengetahuan keuangan yang penting dalam hal literasi keuangan, akan tetapi perilaku konsumenlah yang akhirnya membentuk keuangan, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

(3) Sikap Keuangan (*Financial Attitude*)

Sikap keuangan pada hal ini berfokus pada *time horizon* responden terhadap uang dan perencanaan untuk masa depan.

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan landasan teori serta hasil penelitian terdahulu yang sudah diuraikan sebelumnya, maka terbentuklah kerangka pemikiran bahwa *financial technology*, literasi keuangan dan inklusi keuangan dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Palopo. Berikut merupakan kerangka pemikiran penelitian yang dapat digambarkan dibawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Keterangan:

→ : Menunjukkan Pengaruh

— : Pengaruh Simultan

X_1 : *Financial Technology*

X_2 : Konten Keuangan

Y : Literasi Keuangan

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah dugaan sementara dari kemungkinan salah atau benar, yang dapat dilihat dari rumusan masalah penelitian, tujuan dari penelitian, maupun landasan teori yang masih perlu pengujian agar dapat dibuktikan kebenarannya.

H_1 : Diduga *Financial technology* berpengaruh terhadap literasi keuangan pelaku UMKM di Kota Palopo.

H_2 : Diduga konten keuangan di media sosial berpengaruh terhadap literasi keuangan pelaku UMKM di Kota Palopo.

H_3 : Diduga *financial technology* dan konten keuangan media sosial secara simultan berpengaruh terhadap literasi keuangan pelaku UMKM di Kota Palopo.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dalam penelitian ini, yang berarti data dalam bentuk angka dapat diolah dan dianalisis dengan teknik statistik.³⁷ Dalam penelitian ini, peneliti membagikan kuesioner, atau angket, yang kemudian diubah menjadi data dalam bentuk angka. Untuk menguji data ini secara kuantitatif, peneliti menggunakan program SPSS 25.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu dilakukan pemilihan Lokasi penelitian, Nantinya penelitian ini akan dilakukan di Kota Palopo dengan waktu penelitian ini berlangsung selama bulan April-Juni 2024.

C. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Financial Technology (X ₁)	<i>Financial Technology</i> adalah teknologi penyediaan layanan yang diberikan oleh UMKM Kota Palopo	1. Persepsi Kemudahan 2. Kegunaan yang di rasakan 3. Sikap Penggunaan 4. Penggunaan aktual ³⁸

³⁷ Syofian Siregar, *Statistic Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT.BumiAksara, 2004):38

³⁸ Roy Rocky Suprpto Baan, Dan Pierdijono Hartono, Et.Al, "Peningkatan Penggunaan Financial Teknologi Melalui Financial Literacy Pada Generasi Z Di Era Society 5.0," *Edunomika*, Vol. 8, No. 2, (2024) 4.

2	Konten Keuangan (X ₂)	Konten keuangan adalah keuangan digunakan untuk pemasaran dan bisnis di industri keuangan UMKM Kota Palopo	keuangan informasi yang digunakan untuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Learning duration</i> 2. <i>Learning media</i> 3. <i>Learning materials</i>³⁹
3	Literasi keuangan (Y)	Literasi keuangan adalah individu memahami menggunakan pengetahuan keuangan dalam mengambil keputusan yang tepat terkait dengan keuangan UMKM Kota Palopo	keuangan kemampuan dalam dan menggunakan pengetahuan keuangan dalam mengambil keputusan yang tepat terkait dengan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan pengelola keuangan 2. Perilaku keuangan 3. Sikap keuangan⁴⁰

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono mengartikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas karakteristik tertentu yang

³⁹ Agnes Enya Angelica and Tuntun Salamaton Zen, et.al., "Effect of Financial Contents on Social Media Towards Financial Literacy on Generation Z in Sumatra and Java," *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing* 1, no. 1 (2023): 38.

⁴⁰ Dahlia Pinem and Bernadin, et.al, "Analisis Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Pelaku UMKM Di Depok Jawa Barat," *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, no. 1 (2021): 104.

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.⁴¹ Peneliti menemukan bahwa 14.804 pelaku UMKM tinggal di Kota Palopo.⁴²

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu metode yang memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif.⁴³ Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden terkhusus pada kriteria responden yang diperlukan peneliti. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini, antara lain:

1. UMKM yang menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran.
2. UMKM yang menggunakan media sosial contohnya facebook, instagram, whatsapp dan tiktok.

Sample merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* untuk menentukan jumlah sampel karena jumlah populasi tidak diketahui secara jelas⁴⁴. Adapun rumus *Lemeshow* yaitu:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{e^2}$$

⁴¹ Sugiyono, *Metode penelitian Bisnis (pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D)*, (Bandung: CV Alfabet, 2013):389

⁴² Dinas Koperasi Palopo. <https://diskopukm.palopokota.go.id/>. Diakses pada 28 Mei 2024.

⁴³ Sri Wahyuni et al., “Pengaruh Financial Technology, Media Sosial, E-Commerce, Dan Google My Business Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM,” *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 4 (2024): 731–45, <https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i4.94>.

⁴⁴ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 1 st.ed (Yogyakarta: Deepublish, CV Budi Utama, 2020), 13-14.

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden minimal

Z = Nilai standar distribusi normal (tingkat kepercayaan 95%, $Z = 1,96$)

P = Peluang sukses = 50% (0,5)

e = Tingkat kesalahan maksimal yang ditolerir = 10% (0,1)

Dengan perhitungan:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan rumus diatas, maka jumlah sampel minimal pada penelitian ini sebanyak 96,04 peneliti membulatkan jumlah responden menjadi 100 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui pembagian Kuesioner/angket yang disebarakan langsung kepada UMKM di wilayah Kota Palopo yang berperan sebagai responden. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan yang disediakan dan disebarakan peneliti guna dijawab oleh masing-masing responden.⁴⁵

⁴⁵ Syahrudin dan Salim, "Metodologi Penelitian Kuantitatif," ed. M.Pd Rusydi Ananda (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 16.

F. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti. Hal tersebut bertujuan untuk menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini menggunakan instrument penelitian kuesioner. Demi mendapatkan data yang valid dengan instrument ini peneliti menggunakan skala likert akan dimanfaatkan oleh peneliti sebagai skala pengukur.

Skala *likert* digunakan untuk menilai Perasaan, pandangan, dan persepsi seseorang mengenai berbagai peristiwa. Ketika seorang peneliti menggunakan *skala likert*, variable yang diukur diubah menjadi indikator pada variable, yang merupakan kumpulan potongan instrument yang berbentuk pernyataan atau pertanyaan. Dimana di setiap pertanyaan diberi 4 pilihan jawaban yang harus dipilih responden dan setiap jawaban dinyatakan dengan angka sebagai berikut.⁴⁶

Tabel 3.2
Skor Skala Likert

Kriteria Penilaian Responden	Skor/Nilai
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2017)

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Sugiyono menyatakan bahwa uji validitas adalah persamaan antara data yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian dan data yang dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi validitas suatu kuesioner dan ketepatan atau kebenaran instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Alat ukur validitas harus benar jika variabel yang diukur adalah variabel yang akan diteliti oleh peneliti.⁴⁷

2. Uji Reliabilitas

Sugiyono menyatakan bahwa uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur seberapa konsisten dan stabil data atau temuan. Uji reliabilitas instrumen berarti alat yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data yang dapat menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, dan konsistensi dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data yang sebenarnya di lapangan.⁴⁸

Menurut Sugiyono menyatakan bahwa “instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.” Uji reliabilitas dalam penelitian ini, menggunakan *cronbach's alpha (a)* dengan *software SPSS*. Pemberian interpretasi

⁴⁷ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,*” (Bandung: Alfabeta, 2019) Hal. 363.

⁴⁸ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,*” (Bandung: Alfabeta, 2019) Hal. 268

terhadap reliabilitas variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* (a) lebih dari 0,6⁴⁹

H. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono menjelaskan bahwa analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responde atau sumber data lain terkumpul.⁵⁰

Kegiatan dari analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk menghasilkan penelitian yang berkualitas tentunya membutuhkan sebuah metode analisis data yang tepat. Sugiyono menyebutkan bahwa “teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistic.⁵¹ penulis menggunakan metode analisis data dengan metode analisis statistic yaitu menggunakan salah satu program statistik yaitu *Statistical Package For Social Sciences (SPSS) For Windows* versi 25. Dalam metode ini, penulis menggunakan metode analisis kuantitatif guna mendapatkan data penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini, yakni:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

⁴⁹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,*” (Bandung: Alfabeta. 2019) Hal. 121

⁵⁰ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,*” (Bandung: Alfabeta. 2019) Hal. 206

⁵¹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D,*” (Bandung: Alfabeta. 2019) Hal. 206

Tujuan dari uji normalistik ialah untuk mengetahui apakah data dari variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi telah berdistribusi normal. Data yang berdistribusi secara normal merupakan data penelitian yang baik.⁵² Terdapat dua cara dalam mendeteksi yakni dengan analisis grafik dan uji Kolmogorov-smirnov test pada SPSS dimana data dikatakan normal apabila signifikan $> 0,05$.

Kemudian untuk analisis melalui grafik yakni dengan ketentuan apabila titik-titik telah mengikuti garis lurus, maka dapat dikatakan residual/telah mengikuti distribusi normal dimana pada grafik normal P-P plot diketahui titik-titik hampir mengikuti garis lurus.⁵³

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi pada variabel-variabel bebas independent, dimana apabila ditemukan korelasi maka menimbulkan masalah multikonolinearitas. Multikonolinearitas dilihat melalui nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) dengan kriteria nilai adalah:⁵⁴

Jika nilai VIF < 10 dan tolerance $> 0,10$ maka tidak ada multikolinearitas

Jika nilai VIF > 10 dan tolerance $< 0,10$ maka ada multikolinearitas

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varians dan residual antara pengamatan dalam model regresi. Ini dapat menentukan apakah ada ketidaksamaan antara pengamatan dalam model

⁵² A. Bawono, "Multivariate Analysis Dengan SPSS. STAIN Salatiga Press," (2006)

⁵³ Supardi "Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis" UII Press (2005)

⁵⁴ Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss," Badan penerbit Universitas Diponegoro (2013)

regresi. Sebagai homoskedastisitas atau heteroskedastisitas tanpa varian residual. Uji glejser memberikan dasar berikut untuk pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas: ⁵⁵

- 1) Ditentukan tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05.
- 2) Sebaliknya heteroskedastisitas dapat dikatakan ada jika variabel bebas berpengaruh terhadap variabel bebas secara statistic signifikan tetapi tidak lebih kecil dari 0,05.

1. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat.⁵⁶ Analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel *Financial Technology* (X_1), *Konten Keuangan* (X_2), secara simultan terhadap *Literasi Keuangan* (Y).

Model analisis linear regresi berganda menggunakan persamaan:

$$y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

y = variabel terikat (literasi keuangan)

X_1 = variabel bebas (*financial technology*)

X_2 = variabel bebas (media sosial)

$\beta_1 \beta_2$ = koefisien regresi dari setiap variabel independen

⁵⁵ Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss," Badan penerbit Universitas Diponegoro (2013)

⁵⁶ Sihabuddin dkk, *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*, Cetakan Ke-1 (Banyumas: CV Pena Persada, 2021), Hal. 59.

α = konstanta

e = faktor error

Dalam perhitungan analisis regresi ini dapat menggunakan output dari program SPSS (*statistical package for social sciences*).

2. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan adalah kurang dari 0,05, maka variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dan sebaliknya. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji parsial adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh signifikan secara parsial.

Jika nilai t hitung $>$ nilai t table, maka hal ini menunjukkan bahwa t hitung tersebut signifikan.

Selain itu, p-value dari masing-masing variabel juga dapat diperhatikan. Hipotesis diterima jika p-value kurang dari 0,05.⁵⁷

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji F atau uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi variabel

⁵⁷ Ghozali "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2022," Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro (2018)

dependen (terikat). Tingkatan yang digunakan ialah sebesar 0.5 atau 5%, apabila nilai signifikan $F < 0.5$ maka artinya variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen begitupun sebaliknya.⁵⁸

- 1) Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat diartikan bahwa semua variabel bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jadi dapat diartikan bahwa semua variabel bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengukur sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi antara variabel dependen dan variabel independen. Koefisien determinasi juga dapat menunjukkan tingkat kebaikan model dalam melakukan prediksi terhadap variabel dependen. Kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen sebanding dengan nilai koefisien determinasi. Koefisien determinasi biasa dan koefisien determinasi disesuaikan adalah dua kategori yang berbeda. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Nilai R yang lebih tinggi menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang baik untuk menjelaskan variasi variabel dependen, sedangkan nilai R yang lebih rendah menunjukkan kemampuan yang terbatas.⁵⁹

⁵⁸ Syarifuddin & Ibnu Al Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Menggunakan SPSS*, (Palangkaraya: Bobby Digital Center, 2022), Hal.77.

⁵⁹ Sujarweni "*SPSS Untuk Penelitian*" Yogyakarta: Pustaka baru press, 2019

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian

Kota Palopo merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Sulawesi Selatan Indonesia. Di mana sebelumnya Kota palopo berstatus kota administrasi sejak 1986 dan merupakan bagian dari Kabupaten Luwu yang kemudian berubah menjadi kota otonom pada tahun 2002 sesuai dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2002 tertanggal 10 April 2002. Awal berdirinya sebagai Kota Palopo sebagai kota otonom, yang terdiri atas empat kecamatan dan 20 kelurahan. Kemudian, pada tanggal 28 April 2005, berdasarkan peraturan Daerah Kota Palopo Nomor 03 Tahun 2005, dilaksanakan pemekaran menjadi Sembilan kecamatan dan 48 kelurahan. Kota ini memiliki luas wilayah 247,52 km² dan pada akhir tahun 2022 berpendudukan sebanyak 190.867 jiwa.

Pada tanggal 2 Juli 202, Menteri dalam Negeri Republik Indonesia menandatangani pengakuan Daerah otonomi Kota Palopo yang merupakan salah satu toggak perjuangan pembangunan Kota Palopo berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2002 tentang pembentukan Daerah otonomi Kota Palopo dan Kabupaten Mamasa Provinsi Sulawesi Selatan yang pada akhirnya menjadi daerah otonom dengan bentuk dan model pemerintahan serta letaknya berpisah dari induknya yakni Kabupaten Luwu. Sejak ditetapkan sebagai Daerah Otonom, Kota Palopo baru memiliki 4 wilayah yang terdiri dari 19 kelurahan dan 9 kecamatan. Namun berkat berkembangnya Kota Palopo disegala wilayah dalam rangka

meningkatkan pelayanan pemerintah kepada masyarakat, maka Kota Palopo didirikan oleh Drs. H.P. Andi Tenriadjeng, Msi. Yang diberi Amanah sebagai Walikota untuk memulai pembangunan Kota Palopo untuk jangka waktu satu tahun hingga kemudiam dipilih menjadi Walikota definitive oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Palopo untuk memimpin Kota Palopo pada tahun 2003 sampai dengan tahun 2008 sekaligus menjadikannya Walikota pertama Kota Palopo.

Pada saat itu Kota Palopo merupakan ibu kota Kabupaten Luwu yang diatur dalam peraturan pemerintah (PP) Nomor 42 Tahun 1986. Kota palopo yaitu daerah yang memiliki otomi kedua terakhir dari wilayah kedatuan luwu. Dengan batas wilayah sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Walenrang Kabupaten Luwu, sebelah timur dengan Teluk Bone, sebelah selatan dengan kecamatan Bua Kabupaten Luwu dan sebelah barat dengan Kecamatan Tondon Naggala Kabupaten Tana Toraja. Menghitung dari letak geografis, kota palopo berada ± 375 km dari Kota Makassar ke arah Utara dengan posisi antara 120 derajat 03 sampai dengan 120 derajat 17,3 Bujur Timur dan 2 derajat 53,13 sampai dengan 3 derajat 4 Lintang Selatan, pada ketinggian 0 sampai 300 meter di atas permukaan laut.

Luas administrasi Kota Palopo yaitu sekitar 247,52 km¹ atau 0,39% luas Provinsi Sulawesi Selatan. Wilayah kota palopo Sebagian besar terdiri dari daratan rendah dan terletak di sepanjang garis pantai. Dengan spesifikasi dimana 62% merupakan wilayah dataran rendah atau 0-5000 mdpl, 24% merupakan dataran tinggi atau berada pada kisaran 1000 mdpl. Kecamatan terluas di Kota

Palopo yaitu kecamatan Wara Barat yang memiliki luas 54,13 km² atau 21,86% dari total wilayah kota palopo sedangkan kecamatan terkecil ialah kecamatan wara utara yang memiliki luas sekitar 4,27% dari total luas wilayah kota palopo.

Secara administratif Kota Palopo memiliki 9 Kecamatan dan 48 kelurahan, yaitu:

- a. Kecamatan Bara (Kelurahan Rampoang, Balandai, Temmalebba, To'bulung, dan Buntu Datu)
- b. Kecamatan mungkajang (Kelurahan Mungkajang, Murante, Latuppa Dan Kambo)
- c. Kecamatan sendana (Kelurahan Purangi, Mawa, Peta, Dan Sendana)
- d. Kecamatan tellu wanua (Kelurahan Batu Walenrang, Mencani, Maroangin, Jaya, Salubattang, Sumaranbu, dan Pentojangan)
- e. Kecamatan wara (Kelurahan Ammasangan, Boting, Tompotikka, Lagaligo, Dangerakko Dan Pajalesang)
- f. Kecamatan wara barat (Kelurahan Battang, Battang Barat, Lebang, Padang Lambe, Dan Tomarundung)
- g. Kecamatan wara selatan (Kelurahan Binturu, Sampoddo, Songka, Dan Takkalala)
- h. Kecamatan wara timur (Kelurahan Benteng, Surutanga, Pontap, Malatunrung, Salekoe, Salotullue Dan Ponkalae)
- i. Kecamatan wara utara (Kelurahan Batupasi, Penggoli, Sabbamparu, Luminda, Salubulo, dan Pattene)

Tabel 4.1 Kelurahan yang Berada di Wilayah Pesisir

No.	Kecamatan	Kelurahan
1.	Wara Utara	1. Kelurahan Penggoli 2. Kelurahan Batupasi 3. Kelurahan Sabbamparu 4. Kelurahan Salubulo
2.	Wara Selatan	1. Kelurahan Sampoddo 2. Kelurahan Songka 3. Kelurahan Takkalala 4. Kelurahan Binturu
3.	Wara Timur	1. Kelurahan Benteng 2. Kelurahan Pontap 3. Kelurahan Malatunrung 4. Kelurahan Salekoe 5. Kelurahan Salutellue 6. Kelurahan Ponjalae
4.	Bara	1. Kelurahan Rampoang 2. Kelurahan Balandai 3. Kelurahan Temmalebba 4. Kelurahan Buntu Datu
5.	Telluwanua	1. Kelurahan Salubattang 2. Kelurahan Batu Walenrang

Kelima kecamatan tersebut yang berada sekitaran pesisir tentunya memiliki mata pencaharian yang berbeda seperti PNS, Pedagang, Nelayan, Petani Rumput dan lain-lain. Kecamatan Wara Selatan memiliki luas 10,66 km dengan total penduduk 10.448 jiwa dimana tingkat kepadatan 980 jiwa/km yang tersebar di kelurahan Sampoddo, kelurahan Songka, Kelurahan Takkalala, dan kelurahan Binturu.

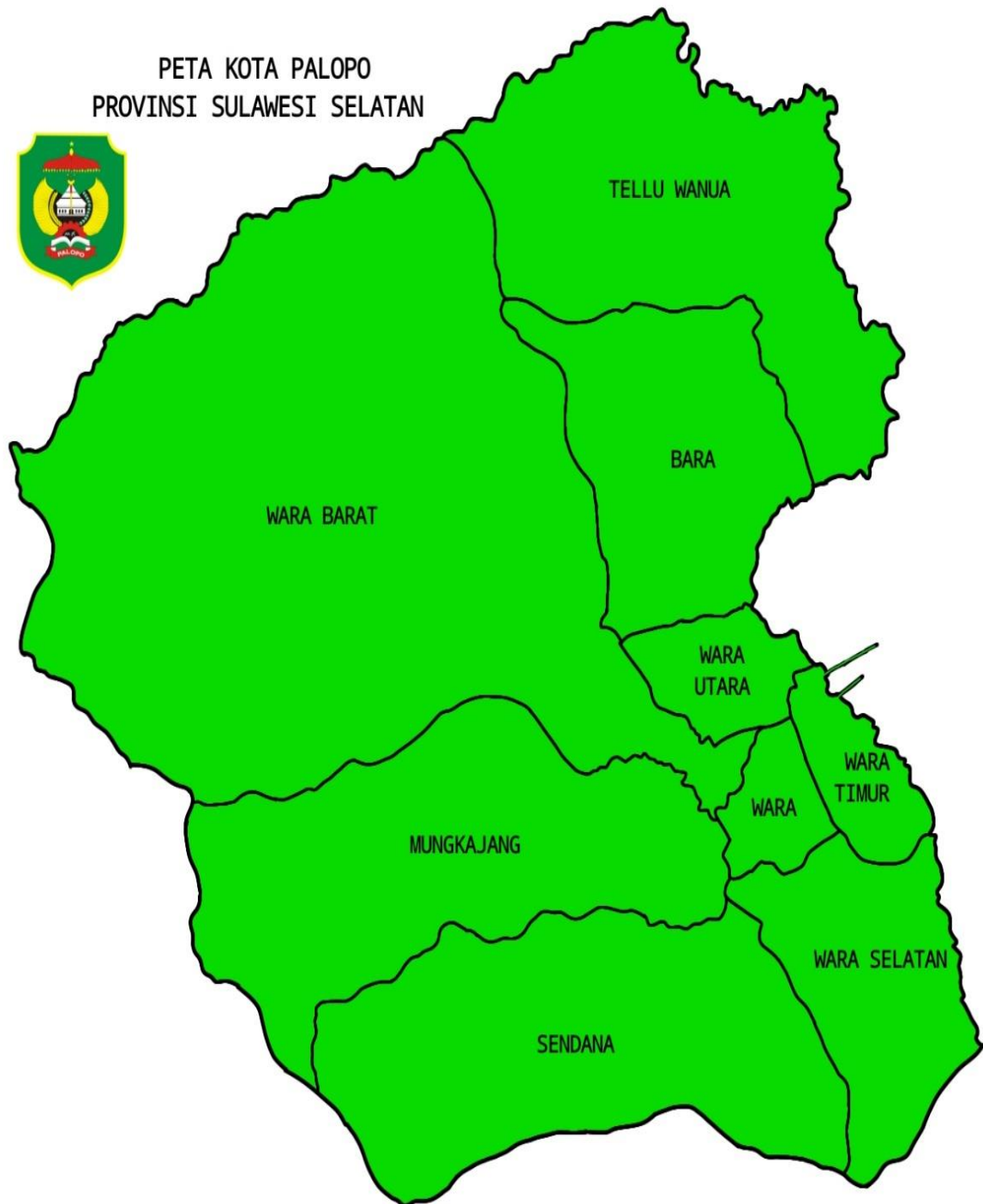
Kecamatan Wara Timur memiliki luas wilayah 12,08 km dengan jumlah penduduk 38.344 jiwa dimana tingkat kepadatan mencapai 3.174 jiwa/km yang tersebar di Kelurahan Benteng, kelurahan surutanga, kelurahan Pontap, Kelurahan Salekoe, Kelurahan Salotellue, Kelurahan Malatunrung, dan Kelurahan Ponjalae.

Tabel 4.2 Jumlah UMKM Kota Palopo

No	Tahun	Jumlah UMKM
1.	2019	6.863
2.	2020	11.022
3.	2021	12.504
4.	2022	14.048
5.	2023	14.804

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palopo tahun 2019-2023

UMKM yang ada di Kota Palopo di tahun 2019 tercatat jumlah UMKM pada tahun tersebut berjumlah 6,863 unit, dan jumlah UMKM tersebut mengalami banyak peningkatan setiap tahunnya, sehingga pada tahun 2023 UMKM di Kota Palopo mengalami banyak peningkatan setiap tahunnya, sehingga pada tahun 2023 UMKM di Kota Palopo mengalami peningkatan sebanyak 14,627 jumlah UMKM yang artinya UMKM di Kota Palopo dari tahun 2019 sampai dengan 2023 mengalami peningkatan sebanyak 113,13%.



Gambar 4.1 Peta Kota Palopo

2. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah UMKM di Kota Palopo yang menggunakan Qris sebagai alat transaksi pembayaran. Sebanyak 100 responden telah menyelesaikan survei pada saat penelitian ini dilakukan. Ada beberapa karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian ini, yaitu berdasarkan jenis kelamin, dan Usia.

1) Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Salah satu faktor yang signifikan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, dimana jenis kelamin seseorang akan memengaruhi persepsinya terhadap suatu objek. Dalam penelitian ini responden yang diambil adalah UMKM di Kota Palopo.

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase%
1	Laki-Laki	65	65%
2	Perempuan	35	35%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa responden paling banyak adalah berjenis kelamin Laki-Laki dengan total 65 orang, dan responden Perempuan berjumlah 35 orang.

2) Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Responden	Presentase%
1	26-30 Tahun	12	12%
2	31-40 Tahun	64	64%
3	>40 Tahun	24	24%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden dengan usia 32,39 dan 40 tahun yaitu sebanyak 11 orang atau sebanyak 11%, dan responden terkecil adalah responden dengan usia 26 dan 34 tahun yaitu sebanyak 1 orang atau sebanyak 1%.

3. Hasil Analisis Data

a. Uji Instrumen Data

1) Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui kesesuaian atau kevalidan dan kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam memperoleh data penelitian dari para responden. Pertanyaan dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan signifikansi 5% maka dapat diperoleh nilai r_{tabel} 0,196. Dalam penelitian ini peneliti melakukan uji validitas dengan menggunakan bantuan dari SPSS versi 25. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.5 Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
<i>Financial technology</i> X ₁	1	0,658	0,165	Valid
	2	0,705	0,165	Valid
	3	0,667	0,165	Valid
	4	0,793	0,165	Valid
	5	0,749	0,165	Valid
	6	0,694	0,165	Valid
	7	0,778	0,165	Valid
	8	0,674	0,165	Valid
Konten Keuangan X ₂	1	0,786	0,165	Valid
	2	0,795	0,165	Valid
	3	0,791	0,165	Valid
	4	0,637	0,165	Valid
	5	0,798	0,165	Valid
	6	0,718	0,165	Valid
Literasi keuangan Y	1	0,779	0,165	Valid
	2	0,767	0,165	Valid
	3	0,738	0,165	Valid
	4	0,755	0,165	Valid
	5	0,850	0,165	Valid
	6	0,809	0,165	Valid

Sumber: Hasil olah data *SPSS vers 25*

Pada Uji Validitas tersebut menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dengan R_{tabel} sebesar 0,165. Dapat dilihat pada tabel diatas, bahwasanya r_{hitung} dari variabel *financial technology* (X₁), Konten Keuangan (X₂), dan literasi keuangan (Y) lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,165, maka dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi apabila pengukuran dilakukan dengan kuesioner tersebut dilakukan secara berulang-ulang. Dalam penelitian ini peneliti melakukan uji reliabilitas

dengan menggunakan bantuan dari SPSS versi 25. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Financial technology</i>	0,864	Reliabel
Konten Keuangan	0,847	Reliabel
Literasi Keuangan	0,874	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SPSS vers 25

Berdasarkan uji reliabilitas pada tabel diatas, diperoleh nilai α untuk variabel *financial technology* sebesar 0,864, media sosial sebesar 0,847, serta penggunaan literasi keuangan sebesar 0,874. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel telah memenuhi kriteria dan dinyatakan reliabel karena jika *Cronbach Alpha* (α) > 0.6 maka instrument tersebut dikatakan reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *statistic nonparametric Kolmogrov Smirnov*. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka terdistribusi normal dan sebaliknya. Uji normalitas menggunakan aplikasi SPSS vers 25 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.04726234
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085

	Negative		-.046
Test Statistic			.085
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.070
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.071
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.064
		Upper Bound	.077

Sumber: Hasil olah data *SPSS vers 25*

Pada tabel diatas dengan melalui uji normalitas *statistic nonparametric kolmogrov Smirnov* (K-S), nilai signifikannya sebesar $0,070 > 0,05$ maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independent. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independen atau tidak terjadi gejala multikolinearitas. Pada penelitian ini menggunakan metode *Tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*) dengan kriteria jika nilai $VIF < 10.00$ dan $tolerance > 0.10$ maka tidak ada multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai $VIF > 10.00$ dan $tolerance < 0.10$ maka ada multikolinearitas.

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Financial_Technology	.307	3.256
	Konten_Keuangan	.307	3.256

Sumber: Hasil olah data *SPSS vers 25*

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel *financial technology* (X_1) dan konten

keuangan (X_2) adalah (X_1) $3,256 < 10$, (X_2) $3.256 < 10$. Sedangkan nilai *Tolerance* pada variabel *financial technology* (X_1) dan media sosial (X_2) adalah (X_1) $0,307 > 0,1$, dan (X_2) $0,307 > 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa multikolinearitas tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independent.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedasitas dengan menggunakan metode *Glesjer* dilakukan dengan menggunakan *SPSS vers 25* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.279	.537		2.380	.019
	Financial_Technology	-.070	.043	-.292	-1.624	.108
	Konten_Keuangan	.106	.054	.354	1.973	.051

Sumber: Hasil olah data *SPSS vers 25*

Berdasarkan hasil uji heteroskedasitas diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel *Financial technology* (X_1) sebesar $0.108 > 0.05$, dan variabel tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.

1	(Constant)	-.788	.825	-.955	.342
	Financial_Technology	.325	.066	.376	.001
	Konten_Keuangan	.617	.082	.572	.001

Sumber: Hasil olah data *SPSS vers 25*

Berdasarkan tabel *coefficients* diatas melalui uji regresi linear berganda maka dapat disimpulkan bahwa:

$$y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$y = -0.788 + 0.325X_1 + 0.617X_2 + e$$

Dari persamaan diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta (a) sebesar -0.788 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel *financial technology*, dan konten keuangan di media sosial maka nilai variabel penggunaan literasi keuangan adalah sebesar -0.788.
- 2) Koefisien regresi untuk variabel *financial technology* (X_1) memiliki nilai positif sebesar 0.325. Hal ini menunjukkan apabila nilai *financial technology* mengalami kenaikan 1% maka literasi keuangan akan naik sebesar 0.325 atau 32.5%. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independent dan variabel dependen semakin meningkat *financial technology* maka literasi keuangan juga akan meningkat.
- 3) Koefisien regresi untuk variabel konten keuangan (X_2) memiliki nilai positif sebesar 0.617. Hal ini menunjukkan apabila nilai media sosial mengalami kenaikan 1% maka literasi keuangan akan naik sebesar 0.617 atau 61.7%. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah

antara variabel independent dan variabel dependen, semakin meningkat media sosial maka literasi keuangan juga akan meningkat.

c. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t merupakan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial untuk mengetahui signifikansi dari masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen.

Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
		B		Beta		
1	(Constant)	-.788	.825		-.955	.342
	Financial_Technology	.325	.066	.376	4.916	.001
	Konten_Keuangan	.617	.082	.572	7.491	.001

Sumber: Hasil olah data *SPSS vers 25*

Berdasarkan pada tabel *Coefficients* diatas dapat diketahui nilai signifiikan dan nilai masing-masing dari 2 variabel independent tersebut yaitu:

a) Pengaruh *financial technology* (X_1) terhadap penggunaan literasi keuangan (Y)

Variabel *financial technology* (X_1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap literasi keuangan (Y). Hal ini dapat dilihat dari signifikansi *financial technology* (X_1) $0.001 < 0.05$ dan nilai dari $T_{tabel} = 1.660$. Artinya nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} ($4.916 > 1.660$). Sehingga hasil tersebut secara parsial diterima. Hal ini berarti variabel *financial technology* secara parsial berpengaruh signifikan

terhadap literasi keuangan, t_{hitung} bernilai positif artinya *financial technology* memiliki pengaruh positif terhadap literasi keuangan UMKM di Kota Palopo.

b) Pengaruh konten keuangan (X_2) terhadap penggunaan literasi keuangan (Y)

Variabel konten keuangan (X_2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap literasi keuangan (Y). Hal ini dapat dilihat dari signifikansi konten keuangan (X_2) $0.001 < 0.05$ dan nilai dari $T_{tabel} = 1.660$. Artinya nilai T_{hitung} lebih besar dari T_{tabel} ($7.491 > 1.660$). sehingga hasil tersebut secara parsial diterima. Hal ini berarti variabel media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan, t_{hitung} bernilai positif artinya konten keuangan memiliki pengaruh positif terhadap literasi keuangan UMKM di Kota Palopo.

2) Uji Simultan (Uji f)

Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1972.223	2	986.111	230.524	.000 ^b
	Residual	414.937	97	4.278		
	Total	2387.160	99			

Sumber: Hasil olah data SPSS vers 25

Nilai $F_{tabel} = 3.09$ dengan tingkat kesalahan 5%. Berdasarkan hasil uji simultan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} adalah 230.524 dan nilai F_{tabel} adalah 3.09. sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $230.524 > 3.09$. Sedangkan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$ yang berarti variabel *Financial technology* (X_1) dan media sosial (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap literasi keuangan (Y) secara signifikan.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika angka koefisien determinasi pada model regresi terus menjadi kecil atau semakin mendekati nol artinya semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai R^2 semakin mendekati 100% maka artinya semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909 ^a	.826	.823	2.06826

Sumber: Hasil olah data *SPPS vers 25*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0.826 atau 82.6% yang artinya literasi keuangan di pengaruhi oleh *financial technology* dan konten keuangan, sedangkan 17.4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Dalam penelitian ini akan membahas mengenai hasil penelitian yang mana digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu apakah *financial technology* dan konten keuangan secara simultan berpengaruh terhadap literasi keuangan pelaku UMKM di Kota Palopo. Untuk menjawab masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Financial Technology* terhadap Literasi Keuangan.

Financial technology berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan pelaku UMKM di Kota Palopo diterima. Karena *fintech* menyediakan akses yang

lebih mudah terhadap informasi dan layanan keuangan melalui platform-platform *fintech*. Pelaku UMKM dapat memperoleh edukasi tentang pengelolaan keuangan, seperti budgeting dan investasi, yang sebelumnya sulit dijangkau. *Fintech* juga mempercepat proses transaksi, memungkinkan UMKM untuk lebih disiplin dalam mencatat arus kas dan merencanakan keuangan mereka. Meskipun ada tantangan seperti kurangnya pemahaman teknologi dan risiko keamanan, adopsi *fintech* dapat mendorong perubahan positif dalam meningkatkan literasi keuangan

Teori adopsi inovasi menjelaskan bagaimana teknologi baru dalam masyarakat *financial technology* menyediakan alat dan layanan yang mudah diakses, sementara media sosial berfungsi sebagai platform untuk penyebaran informasi dan edukasi keuangan dimana, keduanya bersama-sama menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam mengelola keuangan yang ada akhirnya meningkatkan literasi keuangan mereka.

Dapat diartikan bahwa dengan adanya *financial technology* yang digunakan literasi keuangan pelaku UMKM di Kota Palopo membuat penjualannya mengalami peningkatan. Dengan mengalami peningkatan dalam bentuk jumlah penjualan, pelaku usaha juga dapat merasakan banyak manfaat dan kemudahan khususnya dalam mengelola usahanya dengan baik serta dengan adanya *financial technology* dapat meminimalisir risiko dari pekerjaan sebagai wirausaha.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Ahmad Nurrohman *et.al*. Bahwa dengan hadirnya *financial technology* dapat membantu para pelaku UMKM dalam

menjalankan usahanya.⁶⁰ *Financial technology* juga memberikan kemudahan dan efisiensi dalam pengelolaan keuangan yang melalui aplikasi dan platform digital. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa *financial technology* terhadap literasi keuangan adalah salah satu hal yang dapat berpengaruh pada pelaku UMKM di Kota Palopo.

2. Pengaruh Konten Keuangan terhadap Literasi Keuangan

Pengaruh konten keuangan terhadap literasi keuangan UMKM di Kota Palopo cukup signifikan. Karena banyak pelaku UMKM mulai memanfaatkan platform media sosial seperti facebook, instagram, tiktok, dan whatsapp untuk mengakses informasi keuangan yang lebih luas dan beragam. Melalui media sosial, UMKM di Palopo dapat mempelajari cara-cara mengelola keuangan bisnis, meningkatkan pencatatan keuangan, dan mendapatkan pengetahuan tentang sumber pembiayaan.

Konten Keuangan membantu UMKM di Kota Palopo dalam pemasaran produk yang dapat meningkatkan pendapatan. Dengan pendapatan yang lebih baik, pelaku UMKM cenderung lebih sadar akan pentingnya literasi keuangan, seperti memahami arus kas dan perencanaan keuangan. Namun, meski ada pengaruh positif, beberapa UMKM di Palopo masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan konten keuangan secara optimal karena keterbatasan akses internet, rendahnya pemahaman teknologi, serta kurangnya kepercayaan terhadap informasi keuangan di dunia maya. Sehingga, meskipun media sosial membantu,

⁶⁰ Ahmad Norrohman, et.al, "Pengaruh Financial Technology Dan Media Sosial Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Metro Barat)," *Jurnal of Oikonomia* 1, no. 2 (2023).

diperlukan upaya tambahan untuk meningkatkan literasi keuangan secara merata dikalangan UMKM.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Rahman & Sari. Bahwa UMKM yang aktif menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk dan mendapatkan informasi keuangan menunjukkan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dimana media sosial menjadi sumber informasi yang penting bagi pelaku UMKM untuk memahami produk dan layanan keuangan.⁶¹ Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial terhadap literasi keuangan adalah salah satu hal yang dapat berpengaruh pada pelaku UMKM di Kota Palopo.

3. Pengaruh *financial Technology* dan Konten Keuangan terhadap Literasi Keuangan

Berdasarkan pada hasil uji simultan (uji f) dapat dilihat nilai F_{hitung} adalah 230.524 dan F_{tabel} adalah 3.09 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $230.524 > 3.09$. dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$, sehingga variabel *financial Technology* (X_1) dan media sosial (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan (Y) UMKM di Kota Palopo. Berdasarkan nilai *R Square* adalah 0.826 atau 82.6% yang artinya sebesar 82.6% literasi keuangan dipengaruhi oleh *financial technology* dan media sosial. sedangkan 17.4% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *Financial Technology* (X_1) dan konten keuangan (X_2) terhadap literasi keuangan

⁶¹ Rahman,A.Sari,I. "The Role Of Social Media In Enhancing Financial Literacy Among Small And Medium Enterprises", *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen* 1 (2022): 45-59

(Y) maka ketiga faktor tersebut dapat membentuk literasi keuangan (Y). Artinya ada pengaruh signifikan yang searah dan nyata antara variabel bebas (*Financial Technology* dan Media Sosial) terhadap variabel terikat (Literasi Keuangan). Dimana *financial technology* dan konten keuangan lebih memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang baik untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan risiko, secara keseluruhan dengan memanfaatkan *fintech* dan media sosial, pelaku UMKM di Kota Palopo dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan keuangan, yang berujung pada pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka.

Hasil penelitian ini mendukung pendapat Andika, R., & Sugianto, R. Bahwa keduanya secara signifikan meningkatkan literasi keuangan, dengan *fintech* memberikan akses langsung ke layanan keuangan, sementara media sosial menyediakan platform untuk berbagai informasi dan pengalaman.⁶²

⁶² Andika,R.,& Sugianto,R,”The Combined Effect Of Financial Technology And Social Media On Financial Literacy Among Msmes”,*Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 14(2) (2023): 100-112.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil olah data yang telah dilakukan serta pengajuan hipotesis, maka kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel *financial technology* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan (Y) UMKM di Kota Palopo.
2. Secara parsial variabel konten keuangan di media sosial (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan (Y) UMKM di Kota Palopo.
3. Secara simultan variabel *financial technology* (X_1) dan media sosial (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap literasi keuangan (Y) UMKM di Kota Palopo.

B. Saran

Dalam penelitian ini sudah disusun dengan baik oleh peneliti, akan tetapi dalam hasil yang disampaikan masih ada kekurangan dalam pengerjaan penelitian, oleh karena itu, penulis memberikan saran bagi penelitian selanjutnya serta saran bagi pelaku usaha UMKM sebagai berikut:

1. Bagi pelaku UMKM di Kota Palopo

Bagi pelaku UMKM di Kota Palopo diharapkan untuk lebih paham dan sadar akan pentingnya *financial technology* dan media sosial terhadap literasi keuangan yang mana akan berdampak pada keberlangsungan usahanya, selain dari itu lebih memanfaatkan lagi *technology* yang ada agar terus menerus

mengembangkan bisnisnya. UMKM juga dapat meningkatkan promosi penjualan agar dapat meningkatkan kinerja UMKM di Kota Palopo.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk memberikan ide gagasan lain yang baik dan mengembangkan penelitiannya pada sampel dan populasi yang cakupannya lebih luas lagi, dan diharapkan juga peneliti selanjutnya terkait keberlangsungan UMKM ini juga agar lebih dikembangkan dengan menambahkan variabel-variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muh. Ruslan, Fasiha & Arno, Abd. Kadir. "Reincarnation of MSMEs after the Government's Policy on Economic Recovery Due to the Covid-19 Pandemic in Indonesia." *Technium Social Sciences Journal* 27 (2022): 452–62.
- Agnesia, Vionna, and Agung Joni Saputra. "Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology Dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai." *E-Jurnal Akuntansi* 32, no. 3 (2022): 750. <https://doi.org/10.24843/eja.2022.v32.i03.p15>.
- Ahmad Nurrohman, Jawoto Nusantoro, Dan Elmira Febri Darmayanti. "Pengaruh Financial Technology Dan Media Sosial Terhadap Perkembangan Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Metro Barat)." *Jurnal of Oikonomia* 1, no. 2 (2023): 76–84. <http://ojs.edupartner.co.id/index.php/oikonomia/index>.
- Angelica, Agnes Enya, and Tuntun Salamaton Zen. "Effect of Financial Contents on Social Media Towards Financial Literacy on Generation Z in Sumatra and Java." *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing* 1, no. 1 (2023): 37–45. <https://doi.org/10.58229/jcsam.v1i1.47>.
- Andika,R.,& Sugianto,R,"The Combined Effect Of Financial Technology And Social Media On Financial Literacy Among Msmes",*Jurnal Ekonomi Dan Keuangan* 14(2) (2023): 100-112.
- Bakhtiar, Fauzia, Rusdi Prayoga, and Andi Mulya. "Analisis Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan Pada Pelaku UMKM Perempuan." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 19, no. 2 (2022): 260–68. <https://doi.org/10.30872/jakt.v19i2.11178>.
- Baan,R,R. S., Hartono, P., Yuni, V., Hasanah, S., & Kraugusteeliana. "Peningkatan Penggunaan Financial Technology Melalui Financial Literacy pada Generasi Z di Era Society 5.0. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(2) (2024).
- Dinas Koperasi Palopo, <https://diskopukm.palopokota.go.id/>
- Diskominfo palopo, <https://palopo.kota.id/post/digital-marketing-satu-solusiuntuk-peningkatan-ekonomi-umkm/artikel>.
- D.R. Mappa Panglima Bandung, "*financial technology*" (Jawa Barat: Cv. Mega Press Nusantara,2023).

- Dwi Astuti, Maharani, and Erin Soleha. "Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Locus of Control Terhadap Pengelolaan Keuangan Umkm Di Kecamatan Bojongmangu." *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 11, no. 1 (2023): 51–64. <https://doi.org/10.26740/jepk.v11n1.p51-64>.
- Fatmawati, E, and B Hayati. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Brand Image Terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan Syariah" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)* 9, no. 01 (2022): 1023–33. <https://repofeb.undip.ac.id/11371/>.
- Ferdiansyah, Ahmad, and Eri Bukhari. "Pengaruh Modal , Financial Knowledge , Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Fashion Di Bekasi Utara." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen* 17, no. 2 (2021): 103–14.
- Ghozali. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2022*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gupta, Upasana, Bhawna Agarwal, and Neeraj Nautiyal. "Financial Technology Adoption — A Case of Indian MSMEs." *Finance: Theory and Practice* 26, no. 6 (2022): 192–211. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2022-26-6-192-211>.
- Ishak, Ilham, Akbar Sabani. "Shari ' A Compliance Principles In Financial Technology." *JCH (Jurnal Cendekia Hukum)* 8, no. September (2022): 47–59. <https://doi.org/10.3376/jch.v8i1.542>.
- Komariah, Neng Siti, M Fadhli Nursal, and Muhammad Richo Rianto. "Pengaruh Inovasi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Makanan Halal Di Kota Bekasi Utara." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 2 (2022): 2247. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5957>.
- Lestari, Delis & Emi. "Pengaruh Penggunaan Financial Technology Dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kota Batam." *Economics and Digital Business Review* 5, no. 1 (2024): 373–84.
- Lina Wati, Endang Kartini Panggiarti. "Analisis Penggunaan Financial Technology, Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Mahasiswa Pelaku Usaha Online." *Jurnal Edukasi Ekonomi, Pendidikan Dan Akuntansi* 9, no. November(2021):121–30. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/edukasi/article/view/5834>.
- Lorensa, Eliora, and Nur Hidayah. "Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar

- Dan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Fashion.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 4, no. 3 (2022): 739–48. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19768>.
- Mulasiwi, Cut Misni, and Karina Odia Julialevi. “Optimalisasi Financial Teknologi (Fintech) Terhadap Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Usaha Menengah Purwokerto.” *Performance* 27, no. 1 (2020): 12. <https://doi.org/10.20884/1.jp.2020.27.1.2284>.
- Pinem, Dahlia, and Bernadin Dwi Mardiatmi. “Analisis Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Pelaku UMKM Di Depok Jawa Barat.” *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 6, no. 1 (2021): 104. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i1.1650>.
- Purwiantoro, Moch Hari, Dany Fajar Kristanto, and Widiyanto Hadi. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Usaha Kecil Menengah (UKM).” *AMIK Cipta Darma Surakarta* 1, no. 1 (2016): 30–39. <http://journal.amikomsolo.ac.id/index.php/ekacida/article/view/19/11>.
- Rahman,A.Sari,I. “The Role Of Social Media In Enhancing Financial Literacy Among Small And Medium Enterprises”, *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen* 1 (2022): 45-59
- Shvaher, Olha A., Sergey I. Degtyarev, and Lybov G. Polyakova. “The Effect of Social Media on Financial Literacy.” *International Journal of Media and Information Literacy* 6, no. 1 (2021): 211–18. <https://doi.org/10.13187/IJMIL.2021.1.211>.
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In alfabet(ALFABETA,CV).
- Sugiyono. (2017). Metode Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, (Bandung: Alfabeta)
- Sihabuddin, D. W., Mulyono, S.Kusuma, J. W., Arofah, I., Ningsi, B. A., Saputra, E., & Purwasari, R. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*. Banyumas: Pena Persada
- Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 1 st.ed (Yogyakarta: Deepublish, CV Budi Utama, 2020), 13-14.
- Sugiyono, (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta.)

- Sujarweni, (2019) *SPSS Untuk Penelitian*” Yogyakarta : Pustaka baru press.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. UII Press
- Sutejo, Daffa Adiyatama. “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Pengelola Keuangan, Otoritas Jasa Keuangan.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2021, 1–14. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7784>.
- Syahrani, Tiara, and Endar Pradesa. “Peran Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Dalam Meningkatkan Penggunaan Financial Technology Pada UMKM.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 4, no. 3 (2023): 1003–10. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.2985>.
- Syahrudin dan Salim. “Metodologi Penelitian Kuantitatif.” edited by M.Pd Rusydi Ananda, 16. Bandung: Citapustaka Media, 2012.
- Tadjuddin, Nur Mayasari. “Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo.” *Journal of Islamic Management and Bussines* 2, no. 1 (2019): 9–22.
- Wachyu, Wahid, and Adi Winarto. “Peran Fintech Dalam Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM).” *Jurnal Ekonomi Syariah & Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (2020): 61–73.
- Wahyuni, Sri, Armiani Armiani, Elvina Setiawati, and Indra Pirdaus. “Pengaruh Financial Technology, Media Sosial, E-Commerce, Dan Google My Business Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM.” *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 4 (2024): 731–45. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i4.94>.
- Wati, Lela Nurlaela, Heri Isprihayadi, Khoirun Nisa, Mohamad Lutfi, and Imam Suprpta. “Financial Technology and Financial Inclusion on MSME: Mixed-Method Research Approach.” *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 7, no. 2 (2020): 232–36. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i2.9583>.

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1: Angket/Kuesioner

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY* DAN

KONTEN KEUANGAN DI MEDIA SOSIAL TERHADAP

LITERASI KEUANGAN PELAKU UMKM

DI KOTA PALOPO

Kepada responden yang terhormat,

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya ANITA ATTAS Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang berkaitan dengan Analisis Pengaruh *Financial Technology* dan Media Sosial Terhadap Literasi Keuangan Pelaku UMKM Di Kota Palopo. Adapun tujuan dari kuesioner ini adalah sebagai bahan masukan untuk memperoleh data yang akurat dalam penyusunan skripsi. Oleh sebab itu, mohon saudara/i mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya. Jawaban yang Saudara/i berikan dalam kuesioner ini akan saya jamin kerahasiaannya karena kuesioner ini hanya digunakan untuk kegiatan penelitian. Atas partisipasi Saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Data Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Jenis Usaha :

Jenis Qris yang digunakan :

Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pertanyaan-pertanyaan dengan baik dan seksama.
2. Pilihlah salah satu jawaban pada kolom menurut pendapat Saudara/i.
Berikan tanda *check list* (✓) pada kolom kotak yang disediakan.

3. Keterangan tentang pilihan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Syarat Pengisian

1. UMKM yang menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran.
2. UMKM yang menggunakan media sosial contohnya facebook, instagram, whatsapp dan tiktok.

Daftar Pertanyaan

1. Variabel *Financial Technology* (X_1)

No	Item Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Persepsi Kemudahan					
1	<i>financial technology</i> mudah digunakan untuk menjalankan usaha saya				
2	Penggunaan <i>financial technology</i> tidak memerlukan banyak usaha dan waktu				
Kegunaan yang dirasakan					
3	<i>Financial technology</i> ini membantu saya memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan saya				
4	Penggunaan <i>financial technology</i> ini mengurangi biaya operasional usaha saya				
Sikap Penggunaan					
5	Saya merasa nyaman menggunakan <i>financial technology</i> dalam usaha saya				
6	Saya percaya bahwa <i>financial technology</i> bermanfaat bagi usaha saya				
Penggunaan Aktual					
7	Saya sering menggunakan <i>financial technology</i> dalam melakukan penjualan				
8	Saya lebih memilih menggunakan produk <i>financial technology</i> daripada harus pergi ke Bank atau ATM				

2. Variabel Konten Keuangan di Media Sosial (X₂)

No	Item Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Learning duration					
1	Saya sering menonton konten keuangan dalam setiap hari				
2	Saya merasa durasi penyampaian konten keuangan di media sosial sudah tepat dan tidak terlalu singkat				
Learning media					
3	Tutorial keuangan di media sosial membuat saya lebih tertarik untuk belajar lebih lanjut tentang keuangan				
4	Konten keuangan di media sosial memberikan tips praktis yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari				
Learning materials					
5	Saya sering menonton penggunaan laporan keuangan di media sosial				
6	konten keuangan di media sosial membantu saya meningkatkan literasi keuangan saya				

3. Variabel Literasi Keuangan (Y)

No	Item Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Pengetahuan Keuangan					
1	Saya memisahkan pengeluaran pribadi dengan usaha				
2	Saya membuat laporan keuangan bulanan untuk mengelola pengeluaran usaha dengan baik.				

Perilaku Keuangan					
3	Saya memiliki tabungan yang cukup untuk membiayai pengeluaran yang tidak terduga				
4	Saya cukup memadai tentang pinjaman sehingga terhindar dari keraguan financial				
Sikap Keuangan					
5	Kualitas layanan yang diberikan mengutamakan kualitas terbaik dalam menyediakan produk keuangan sebagai bentuk investasi terhadap pelanggan				
6	Asuransi membantu melindungi bisnis dari risiko finansial				

Lampiran 2: Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KOTA PALOPO DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. K. H. M. Hasyim, No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921
Telp/Fax. : (0471) 326048, Email : dpmpptsp@palopokota.go.id, Website : <http://dpmpptsp.palopokota.go.id>

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NOMOR : 500.16.7.2/2024.0579/IP/DPMPPTSP

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : ANITA ATTAS
Jenis Kelamin : P
Alamat : Ds. Botta Kec. Suli, Kab. Luwu
Pekerjaan : MAHASISWA
NIM : 2004020083

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

ANALISIS PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP LITERASI KEUANGAN PELAKU UMKM DI KOTA PALOPO

Lokasi Penelitian : Pelaku UMKM Kota Palopo
Lamanya Penelitian : 12 Juni 2024 s.d. 12 September 2024

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 12 Juni 2024



Ditandatangani secara elektronik oleh :
Kepala DPMPPTSP Kota Palopo
SYAMSURIADI NUR, S.STP
Pangkat : Pembina IV/a
NIP : 19850211 200312 1 002

Tembusan, Kepada Yth.:

1. Wali Kota Palopo;
2. Dandim 1403 SWG;
3. Kapolres Palopo;
4. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo;
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo;
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian.

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSiE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)



Lampiran 3: Tabulasi Jawaban Responden

1. Variabel *Financial Technology* (X1)

RESPONDEN	FINANCIAL TECHNOLOGY (X1)								TOTAL X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	3	2	1	2	1	2	1	2	14
2	3	2	3	4	3	2	4	3	24
3	3	2	2	1	1	3	2	3	17
4	1	2	2	2	2	2	2	1	14
5	1	2	2	1	2	2	1	2	13
6	1	2	2	2	3	2	2	1	15
7	2	1	1	2	1	2	2	3	14
8	2	1	2	1	1	2	1	1	11
9	2	2	3	1	2	1	2	1	14
10	3	2	2	3	2	3	4	2	21
11	1	2	2	3	2	3	2	3	18
12	2	2	1	2	3	2	1	2	15
13	2	2	1	3	2	2	2	2	16
14	2	2	3	3	1	2	2	3	18
15	2	2	2	1	2	1	2	2	14
16	2	2	2	1	2	2	2	1	14
17	2	2	2	1	2	1	2	2	14
18	1	2	2	2	2	2	2	2	15
19	2	1	1	2	1	2	1	1	11
20	2	2	1	2	1	2	2	2	14
21	3	2	3	3	3	2	1	2	19
22	2	3	3	1	2	1	1	3	16
23	2	1	2	1	1	2	1	2	12
24	2	2	2	1	2	1	1	2	13
25	2	1	4	3	4	2	3	1	20
26	2	1	4	3	2	1	4	3	20
27	4	4	3	4	3	3	4	1	26
28	2	1	4	4	4	4	4	4	27
29	2	2	2	2	2	2	2	2	16
30	2	1	4	4	4	3	4	3	25
31	2	2	2	2	3	2	2	2	17
32	4	4	4	3	4	1	4	3	27
33	2	2	2	2	2	2	3	2	17
34	3	1	1	3	4	3	4	3	22
35	2	1	1	1	2	2	2	2	13
36	2	3	3	3	3	2	2	2	20
37	1	1	1	1	1	1	1	1	8
38	3	3	3	3	3	2	2	2	21
39	4	4	3	3	2	3	2	2	23
40	2	2	3	3	2	3	2	2	19
41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
42	3	3	2	3	2	2	2	2	19

43	2	2	3	3	4	3	2	3	22
44	3	3	2	3	2	2	3	3	21
45	4	1	4	1	1	3	1	4	19
46	3	3	2	3	2	2	2	2	19
47	3	3	2	3	2	2	3	2	20
48	3	3	2	3	2	2	2	2	19
49	3	3	2	3	2	2	3	2	20
50	3	2	3	3	2	3	3	2	21
51	1	1	4	1	3	4	1	4	19
52	2	2	3	3	3	3	3	3	22
53	2	2	2	2	2	2	3	3	18
54	3	1	1	4	4	3	4	1	21
55	2	2	2	2	3	3	2	3	19
56	2	2	3	3	3	3	2	3	21
57	1	1	1	1	1	3	1	3	12
58	1	4	1	4	4	3	4	1	22
59	4	1	4	1	4	3	4	3	24
60	1	4	1	4	3	4	3	4	24
61	3	4	4	4	3	1	3	4	26
62	4	3	4	1	1	3	1	4	21
63	3	4	1	4	1	4	4	3	24
64	4	3	4	4	3	3	3	4	28
65	3	4	4	4	4	4	4	3	30
66	4	3	4	4	4	4	3	4	30
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	3	4	3	3	4	4	4	4	29
69	3	3	4	4	3	3	3	4	27
70	4	4	3	4	3	3	4	3	28
71	4	4	4	4	4	4	3	3	30
72	4	4	3	4	4	3	4	4	30
73	4	4	3	4	2	3	3	3	26
74	4	4	3	3	4	4	4	4	30
75	3	4	3	4	4	3	4	3	28
76	4	4	3	4	4	4	3	4	30
77	3	4	4	4	4	4	4	3	30
78	3	3	4	3	3	4	4	4	28
79	4	4	3	4	4	4	4	3	30
80	3	4	3	3	3	3	3	3	25
81	3	4	4	4	4	4	4	4	31
82	4	4	3	3	3	3	3	3	26
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	2	2	3	1	1	3	2	2	16
85	3	3	2	3	3	2	3	2	21
86	3	2	3	3	3	3	3	3	23

87	2	3	4	3	4	4	3	3	26
88	3	3	3	3	4	3	2	4	25
89	3	3	4	3	3	4	3	4	27
90	3	3	3	3	3	3	3	3	24
91	4	3	3	4	3	4	3	3	27
92	3	2	1	2	3	2	1	2	16
93	3	3	3	3	3	3	3	3	24
94	2	1	3	2	2	4	1	3	18
95	3	4	3	3	3	3	3	3	25
96	1	2	3	2	3	4	2	4	21
97	1	2	4	3	4	3	3	2	22
98	2	1	3	2	4	3	4	3	22
99	3	3	4	2	4	3	4	4	27
100	1	2	4	3	3	2	3	3	21

2. Variabel Konten Keuangan Media Sosial (X2)

RESPONDEN	MEDIA SOSIAL (X2)						TOTAL (X2)
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	1	2	2	3	2	4	14
2	2	3	4	4	3	3	19
3	3	1	1	2	2	4	13
4	1	2	1	1	2	2	9
5	3	2	1	1	2	2	11
6	1	1	3	2	2	1	10
7	2	2	2	2	2	1	11
8	2	1	2	2	1	1	9
9	2	2	2	1	2	3	12
10	2	3	3	2	2	2	14
11	2	4	3	1	4	1	15
12	2	1	2	2	2	1	10
13	1	2	2	2	2	1	10
14	2	1	2	2	1	2	10
15	2	1	1	3	2	3	12
16	2	2	2	2	2	2	12
17	2	2	2	1	1	2	10
18	1	2	2	2	1	1	9
19	2	1	2	2	2	1	10
20	3	2	1	3	2	2	13
21	2	2	2	2	2	3	13
22	3	2	2	4	1	3	15
23	2	2	1	2	1	2	10
24	2	2	2	1	2	3	12
25	3	2	1	4	4	2	16
26	3	2	1	4	3	2	15
27	4	4	4	1	4	4	21

28	4	3	4	3	4	3	21
29	2	2	2	2	2	2	12
30	4	4	4	3	4	3	22
31	2	2	2	2	3	3	14
32	1	4	4	3	3	1	16
33	2	2	2	2	2	2	12
34	4	4	3	1	4	4	20
35	2	2	2	2	3	2	13
36	4	3	2	3	2	2	16
37	1	1	1	1	1	1	6
38	4	2	4	4	2	3	19
39	3	3	2	3	2	2	15
40	2	2	4	2	3	4	17
41	3	3	3	3	3	3	18
42	3	3	2	3	2	2	15
43	2	2	2	2	3	3	14
44	2	2	2	3	2	2	13
45	3	3	3	4	3	4	20
46	3	3	4	3	2	2	17
47	2	3	2	2	2	2	13
48	2	2	2	2	2	2	12
49	2	2	2	2	2	2	12
50	2	2	1	1	2	2	10
51	3	4	4	4	4	4	23
52	1	1	2	2	2	2	10
53	2	1	2	2	2	3	12
54	4	4	3	1	4	4	20
55	1	2	2	2	2	2	11
56	2	2	2	2	2	2	12
57	2	1	4	4	4	1	16
58	1	4	1	4	2	4	16
59	3	4	2	4	3	4	20
60	4	3	4	3	4	1	19
61	3	1	3	4	3	4	18
62	4	3	4	1	1	4	17
63	4	4	1	1	4	3	17
64	3	4	3	3	4	4	21
65	3	4	4	3	4	4	22
66	4	4	4	4	3	3	22
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	3	4	4	4	4	23
70	4	4	3	3	3	3	20
71	4	4	4	4	3	4	23
72	4	4	4	4	4	4	24

73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	3	3	22
75	3	4	4	4	4	3	22
76	4	4	3	3	3	3	20
77	3	3	3	3	4	4	20
78	3	4	4	3	4	4	22
79	4	4	4	4	4	4	24
80	3	3	4	3	4	4	21
81	4	4	4	4	3	3	22
82	3	3	4	4	4	4	22
83	3	4	3	3	4	4	21
84	3	2	2	2	2	2	13
85	2	2	2	2	3	2	13
86	3	3	3	3	3	3	18
87	3	3	3	3	4	4	20
88	2	3	2	1	3	3	14
89	4	4	4	3	3	4	22
90	3	3	3	3	3	3	18
91	3	4	4	3	4	4	22
92	3	3	2	2	3	3	16
93	3	3	3	3	3	3	18
94	3	4	3	4	2	2	18
95	3	3	3	3	3	3	18
96	4	3	4	2	3	3	19
97	4	1	4	3	3	2	17
98	3	2	3	4	4	3	19
99	4	4	4	3	2	1	18
100	3	3	4	1	3	4	18

3. Variabel Literasi Keuangan (Y)

RESPONDEN	LITERASI KEUANGAN (Y)						TOTAL (Y)
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	3	3	3	2	3	2	16
2	3	3	3	4	3	4	20
3	1	3	4	2	1	2	13
4	2	1	1	2	2	2	10
5	2	1	2	1	1	2	9
6	1	2	2	2	1	2	10
7	1	1	2	2	1	2	9
8	1	1	1	1	2	2	8
9	1	2	2	1	2	1	9
10	2	1	2	2	3	1	11
11	2	1	1	3	2	3	12
12	1	1	2	2	2	2	10

13	2	2	1	2	2	2	11
14	2	2	1	2	1	2	10
15	2	2	1	1	2	2	10
16	2	2	2	2	1	3	12
17	2	2	2	1	1	2	10
18	2	1	1	2	1	2	9
19	2	2	2	2	1	2	11
20	2	2	2	1	1	2	10
21	2	1	2	2	1	2	10
22	2	3	1	3	2	4	15
23	1	3	2	2	1	2	11
24	3	1	2	1	1	2	10
25	2	1	4	3	1	2	13
26	2	1	1	4	3	2	13
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	3	4	3	4	3	21
29	2	2	2	2	2	2	12
30	3	2	1	4	3	4	17
31	2	2	2	2	2	2	12
32	1	4	3	4	2	4	18
33	2	2	2	2	2	2	12
34	3	1	4	3	4	4	19
35	1	2	2	2	2	2	11
36	2	2	2	2	2	2	12
37	1	1	1	1	1	1	6
38	3	2	3	3	2	2	15
39	2	2	2	2	2	3	13
40	3	3	3	2	2	2	15
41	3	3	3	3	3	3	18
42	4	2	4	3	2	4	19
43	2	2	4	2	2	2	14
44	2	2	2	4	2	2	14
45	4	4	3	1	4	4	20
46	2	2	2	3	2	2	13
47	2	3	3	3	2	2	15
48	2	3	2	2	2	2	13
49	2	2	2	2	2	2	12
50	3	2	2	2	2	2	13
51	4	1	1	4	4	4	18
52	2	2	2	1	2	2	11
53	2	2	2	2	2	2	12
54	3	1	4	4	4	4	20
55	2	2	2	2	2	2	12
56	2	2	3	1	2	2	12
57	4	1	1	3	4	1	14
58	4	4	4	1	4	1	18
59	1	4	4	4	4	3	20

60	4	1	3	1	4	4	17
61	1	4	1	4	4	3	17
62	3	4	1	4	4	4	20
63	4	1	4	3	4	1	17
64	3	3	4	4	4	4	22
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	3	23
67	4	4	4	4	4	4	24
68	3	3	4	3	4	4	21
69	3	4	3	4	4	4	22
70	4	4	3	3	4	4	22
71	4	4	4	4	3	4	23
72	4	4	4	4	4	4	24
73	3	3	3	3	4	3	19
74	3	3	3	3	3	3	18
75	4	4	4	3	4	4	23
76	3	4	3	3	4	4	21
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	3	4	3	4	4	22
79	3	4	4	4	4	4	23
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	4	3	4	23
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	3	4	4	4	4	23
84	2	2	2	2	3	2	13
85	3	3	4	3	3	4	20
86	3	3	4	3	3	4	20
87	3	3	3	3	3	3	18
88	4	3	3	4	3	3	20
89	4	3	3	4	4	3	21
90	3	3	3	3	3	3	18
91	3	3	4	4	4	4	22
92	3	3	3	4	3	3	19
93	3	3	3	3	3	3	18
94	2	3	4	1	2	3	15
95	3	3	3	3	4	4	20
96	3	2	2	4	2	1	14
97	1	2	4	3	4	2	16
98	4	4	4	4	4	3	23
99	3	3	4	2	4	3	19
100	3	4	2	4	3	3	19

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Hasil Uji Validitas

1. Uji Validitas Variabel *Financial Technology* (X1)

		Correlations								Financial_Technology
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
X1.1	Pearson Correlation	1	.564**	.371**	.448**	.278**	.320**	.423**	.376**	.658**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.005	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.564**	1	.285**	.607**	.382**	.350**	.460**	.347**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.371**	.285**	1	.331**	.504**	.387**	.390**	.557**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.448**	.607**	.331**	1	.589**	.477**	.702**	.336**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.278**	.382**	.504**	.589**	1	.475**	.648**	.374**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.320**	.350**	.387**	.477**	.475**	1	.436**	.586**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.423**	.460**	.390**	.702**	.648**	.436**	1	.347**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.376**	.347**	.557**	.336**	.374**	.586**	.347**	1	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Financial_Technology	Pearson Correlation	.658**	.705**	.667**	.793**	.749**	.694**	.778**	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Validitas Variabel Media Sosial (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Media_Sosial
X2.1	Pearson Correlation	1	.591**	.567**	.396**	.530**	.490**	.786**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.591**	1	.564**	.337**	.595**	.503**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.567**	.564**	1	.443**	.582**	.407**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.396**	.337**	.443**	1	.390**	.311**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.530**	.595**	.582**	.390**	1	.535**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.490**	.503**	.407**	.311**	.535**	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Media_Sosial	Pearson Correlation	.786**	.795**	.791**	.637**	.798**	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

3. Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (Y)

		Correlations						Literasi_Ke uangan
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
Y1	Pearson Correlation	1	.442**	.523**	.474**	.683**	.552**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.442**	1	.534**	.498**	.548**	.581**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.523**	.534**	1	.373**	.535**	.486**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.474**	.498**	.373**	1	.605**	.599**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.683**	.548**	.535**	.605**	1	.609**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.552**	.581**	.486**	.599**	.609**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Literasi_Keuangan	Pearson Correlation	.779**	.767**	.738**	.755**	.850**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

B. Hasil Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel *Financial Technology* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.864	8

2. Uji Reliabilitas Variabel Konten Keuangan di Media Sosial (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.847	6

3. Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.874	6

Lampiran 5: Hasil uji asumsi klasik

A. Uji Normalitis

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.10400845	
Most Extreme Differences	Absolute	.096	
	Positive	.096	
	Negative	-.048	
Test Statistic		.085	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.071	
	99% Confidence Interval	99% Confidence Interval	.288
		Lower Bound	
		Upper Bound	.312

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

B. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Financial_Technology	.307	3.256
	Media_Sosial	.307	3.256

a. Dependent Variable: Literasi_Keuangan

C. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.279	.537		2.380	.019
	Financial_Technology	-.070	.043	-.292	-1.624	.108
	Media_Sosial	.106	.054	.354	1.973	.051

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 6: Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	-.788	.825		-.955	.342
	Financial_Technology	.325	.066	.376	4.916	.001
	Media_Sosial	.617	.082	.572	7.491	.001

a. Dependent Variable: Literasi_Keuangan

Lampiran 7: Hasil Uji Hipotesis

A. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-.788	.825		-.955	.342
	Financial_Technology	.325	.066	.376	4.916	.001
	Media_Sosial	.617	.082	.572	7.491	.001

a. Dependent Variable: Literasi_Keuangan

B. Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1972.223	2	986.111	230.524	.000 ^b
	Residual	414.937	97	4.278		
	Total	2387.160	99			

a. Dependent Variable: Literasi_Keuangan

b. Predictors: (Constant), Financial_Technology, Media_Sosial

C. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.909 ^a	.826	.823	2.06826

a. Predictors: (Constant), Financial_Technology, Media_Sosial

Lampiran 8: Dokumentasi









Lampiran 9: Tabel r

Tabel r untuk df = 51-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 10: Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 11: Tabel f

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Lampiran 12 : Nama-Nama UMKM Kota Palopo

NO	NAMA	USIA	JENIS USAHA
1	Suherman	Laki-Laki	Kaysa Collection Shop
2	Hilal	Laki-Laki	Warung makan
3	Rhayen Riga	Laki-Laki	Golqi Chicken
4	Ahmad Tobi	Laki-Laki	Kaboo Drink
5	Anwar	Laki-Laki	Kedai Zea Tea
6	Aisyah	perempuan	Nhu Hijab
7	Risma	Perempuan	Cahaya Kosmetik
8	Habibullah Akbar	Laki-Laki	Wijaya Store Print
9	Abd. Rohim	Laki-Laki	Mecca Hijab
10	Sintia	Perempuan	Bagea Anggrek
11	Oki Setiawan	Laki-Laki	AM Juice
12	Teddy	Laki-Laki	Es Teh Temu
13	sahraini	Perempuan	Local's id
14	Ridwan	Laki-Laki	Vyx Tea
15	Gunawan	Laki-Laki	Kebab 99
16	Iche Trisnawati	Perempuan	Sentral Parfum
17	Faisal	Laki-Laki	Asr Laundry
18	Nurhaedah	Perempuan	Es Teh Ori
19	Harmiyah	Perempuan	Breathouse
20	Toto Aras	Laki-Laki	Mba Jus
21	Wisbahuddin	Laki-Laki	Warung makan
22	Rudi Hartono	Laki-Laki	Cosmetic
23	Jabal Nur	Laki-Laki	Tuuk Eatery
24	Syarif	Laki-Laki	Ruang Seblak
25	Sinta Rahayu	Perempuan	Nasi Telur Ken Ito
26	Taufik Hidayat	Laki-Laki	Mie ori
27	Utami Susanti	Perempuan	Mocheese
28	Vera Lestari	Perempuan	Mie gatta
29	Yani haryanto	Perempuan	Frozen Fhadil Songka
30	Wahyu Setiawan	Laki-Laki	Kiya Juice
31	Budi Raharjo	Laki-Laki	Amer (Ayam Merdeka)
32	Rachman	Laki-Laki	Ayam Krispi Bogar
33	Zainal Arifin	Laki-Laki	EMWE
34	Ade Supriatna	Laki-Laki	Df. Stuff
35	Adi Prasetyo	Laki-Laki	Monochemeo
36	Doni Haryanto	Laki-Laki	Wils. Kit
37	Beni Nugroho	Laki-Laki	A2 Donat
38	Endah lestari	Laki-Laki	Sambal Bakar Kapten Palopo
39	Fajar nugroho	Laki-Laki	Laziiz. Burger
40	Hendra	Laki-Laki	Jalkot Anbiya
41	Cipto Wibowo	Laki-Laki	Piweekend

42	Iwan	Laki-Laki	Syas
43	Jannah	Perempuan	Mie Rabih
44	Atnan djinta	Laki-Laki	Kopi Koma
45	Aminah	Perempuan	Gokago
46	Musafir	Laki-Laki	Nada Jewed
47	Juardin	Laki-Laki	Eltris
48	Abdi Masri	Laki-Laki	Ice Gemoy
49	Lukman	Laki-Laki	Kebab Arabic
50	Anthy	Perempuan	Pisang Palopo
51	Nurhaena	Perempuan	Ayam Geprek Jensud
52	Eka wahyuni	Perempuan	Tana Luwu Coffee
53	Tono mulyiadi	Laki-Laki	Dalle ta
54	Wijaya	Laki-Laki	Es Teh Claypot
55	Kandar	Laki-Laki	Rabbits
56	Sukmawati	Perempuan	Martabak Bang Doel
57	Dodi Setiawan	Laki-Laki	Kedai 27 Binturu
58	Eko Prasetyo	Perempuan	Dapur Cahaya
59	Kurniawati	Laki-Laki	Lumpi Comel
60	Meli Suryani	Perempuan	Kopipemo
61	Oyon Santoso	Laki-Laki	Hisana
62	Udin Wahyudi	Perempuan	Stayherecafe
63	Wawan	Laki-Laki	Seiraramen
64	Haidir	Laki-Laki	Mie Jebew
65	Citra Dewi	Perempuan	Dapur Men
66	Hasnawiyah	Perempuan	Bakso Sentral Palopo
67	Yusriani	Perempuan	Tahu Benjou
68	Muh Suryadi	Laki-Laki	Teras Sempowe
69	Gunawan Saputra	Laki-Laki	Shezadum dum
70	Amran	Laki-Laki	Dapur Carissa Palopo
71	Indra Kurniawan	Laki-Laki	Kedaid125
72	Kiki Amalia	Perempuan	Latiza Store
73	Hanafi rahman	Laki-Laki	Haurababykidss
74	Said rinal	Laki-Laki	Delicate Cafe
75	Eni suhartini	Perempuan	The Icon Cafe
76	Damayanti	Perempuan	Palopo Beach
77	Nurlela	Perempuan	Takoyaki Paksu
78	Budi wijaya	Laki-Laki	Warung Mas Jo
79	Hardiyanto	Laki-Laki	New Martabak Bogar
80	Dedi Firmansyah	Laki-Laki	Segelas Kopi
81	Joko Susilo	Laki-Laki	Olla Drink
82	Agus santoso	Laki-Laki	Myeongga Express
83	Dewi maharani	Perempuan	Irliana Shop
84	andi baso	Laki-Laki	Unnie.Id
85	Justam	Laki-Laki	Kamsia Boba

86	Karmila	Perempuan	Warung Makan
87	Irmayanti	Perempuan	Warung Makan
88	Heriyanti	Perempuan	Rumah Kadoku
89	Uci Ismail	Perempuan	Adiromeo
90	Irham	Laki-Laki	AF Store
91	Muh. Hasbi	Laki-Laki	BI Gadget
92	Fitriani	Perempuan	Browcyl
93	Farhan	Laki-Laki	Grande
94	Heri tanjung	Laki-Laki	Moza Id
95	Rafli Rustam	Laki-Laki	Dwe Store
96	Resty	Perempuan	Ngemil Santay
97	murni	Perempuan	Dapur Wongsolo
98	islamuddin	Laki-Laki	Tobware
99	hikmat	Laki-Laki	Mahadewa
100	asri Ashari	Laki-Laki	Finare

Lampiran 13 : Hasil Cek Plagiasi

ANALISIS PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY DAN KONTEN KEUANGAN DI MEDIA SOSIAL TERHADAP LITERASI KEUANGAN PELAKU UMKM DI KOTA PALOPO

ORIGINALITY REPORT

24% SIMILARITY INDEX	27% INTERNET SOURCES	6% PUBLICATIONS	6% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	7%
2	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	5%
3	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	4%
4	repository.unpas.ac.id Internet Source	2%
5	ojs.stieamkop.ac.id Internet Source	1%
6	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	1%
7	lppm.ummetro.ac.id Internet Source	1%
8	www.jurnal.stie-aas.ac.id Internet Source	1%
	repositori.uma.ac.id	
9	Internet Source	1%
10	jurnal.unismuhpalu.ac.id Internet Source	1%
11	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%

RIWAYAT HIDUP



Anita Attas, lahir di Botta pada tanggal 20 Februari 2002.

Penulis merupakan anak pertama dari tujuh bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama M.Attas Tupi dan ibu Nurbaiti. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Desa Botta, Kec. Suli, Kab. Luwu. Penulis pernah menempuh pendidikan di Taman kanak-kanak Nurfalah Botta dan lulus pada tahun 2009. Selanjutnya pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2014 di Madrasah Ibtidaiyah 05 Botta. Kemudian ditahun yang sama menempuh pendidikan di MTS. Suli hingga tahun 2017. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 2 Luwu hingga lulus di tahun 2020. Setelah lulus SMK, penulis melanjutkan pendidikan di Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Contact person penulis: *an20ita02@gmail.com*