

PERAN FINTECH DALAM PENINGKATAN KINERJA UMKM DI KOTA CIREBON DAN KABUPATEN CIREBON

Abdul Ghoni, Alvien Septian Haerisma
abdulghoni19@uinssc.ac.id¹; alvienseptian@uinssc.ac.id²
Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon,

Abstract

This study analyzes the role of financial technology (fintech) in improving the performance of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in urban and rural areas. Using a qualitative case study approach, this research compares MSMEs in Cirebon City and Cirebon Regency to identify differences in fintech adoption, performance outcomes, and contextual determinants. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and analyzed using pattern matching, explanation building, and time-series analysis based on Yin's framework. The findings show that fintech contributes significantly to marketing expansion, transaction efficiency, managerial effectiveness, and revenue growth in urban MSMEs. In contrast, rural MSMEs experience more limited impacts due to infrastructural constraints, digital literacy gaps, and trust-related barriers. The Diffusion of Innovation Theory explains these differences through dimensions of relative advantage, compatibility, complexity, trialability, and observability. This study proposes strategic interventions including digital literacy enhancement, infrastructure investment, and multi-stakeholder collaboration to reduce adoption gaps. The originality of this research lies in its comparative regional approach and integrative theoretical framework in explaining fintech-driven MSME performance.

Keywords: fintech, MSMEs performance, digitalization, diffusion of innovation, urban-rural gap

Abstrak

Penelitian ini menganalisis peran financial technology (fintech) dalam meningkatkan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah perkotaan dan perdesaan. Dengan pendekatan kualitatif studi kasus, penelitian ini membandingkan UMKM di Kota Cirebon dan Kabupaten Cirebon untuk mengidentifikasi perbedaan adopsi fintech, dampak terhadap kinerja usaha, serta faktor kontekstual yang memengaruhinya. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik pencocokan pola, eksplanasi, dan analisis deret waktu berdasarkan kerangka Yin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fintech berkontribusi signifikan terhadap perluasan pemasaran, efisiensi transaksi, efektivitas manajerial, dan peningkatan pendapatan pada UMKM perkotaan. Sebaliknya, UMKM perdesaan mengalami dampak yang lebih terbatas akibat kendala infrastruktur, literasi digital, dan faktor kepercayaan. Teori Difusi Inovasi menjelaskan perbedaan tersebut melalui dimensi relative advantage, compatibility, complexity, trialability, dan observability. Penelitian ini menawarkan strategi intervensi berupa peningkatan literasi

digital, investasi infrastruktur, dan kolaborasi multipihak untuk mengurangi kesenjangan adopsi. Orisinalitas penelitian terletak pada pendekatan komparatif regional dan integrasi teori difusi inovasi dalam menjelaskan kinerja UMKM berbasis fintech.

Kata kunci: fintech, kinerja UMKM, digitalisasi, difusi inovasi, kesenjangan kota-desa

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi finansial (fintech) telah mentransformasi lanskap industri keuangan global dan nasional dalam satu dekade terakhir. Fintech menghadirkan inovasi dalam bentuk pembayaran digital, peer-to-peer lending, crowdfunding, agregator keuangan, hingga sistem credit scoring berbasis data alternatif yang memungkinkan akses keuangan lebih inklusif dan efisien (Schueffel, 2016; Bollaert et al., 2021). Di Indonesia, kehadiran fintech menjadi katalis penting dalam memperluas inklusi keuangan, khususnya bagi segmen Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang selama ini menghadapi keterbatasan akses terhadap lembaga keuangan formal.

UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, baik dari sisi penyerapan tenaga kerja maupun kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto. Namun demikian, permasalahan klasik seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi keuangan, serta lemahnya sistem manajerial masih menjadi tantangan utama. Digitalisasi, termasuk melalui pemanfaatan fintech, dipandang sebagai solusi strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan memperbaiki struktur pembiayaan UMKM (OECD, 2020; Lontchi et al., 2023).

Meskipun demikian, dampak fintech terhadap kinerja UMKM tidak bersifat homogen. Karakteristik wilayah, tingkat urbanisasi, infrastruktur digital, serta budaya bisnis lokal memengaruhi tingkat adopsi dan efektivitas penggunaan fintech (Jiao et al., 2022; Sun et al., 2023). Kesenjangan digital antara wilayah perkotaan dan perdesaan menjadi isu krusial dalam konteks transformasi ekonomi digital. Wilayah perkotaan cenderung memiliki akses internet yang lebih stabil, ekosistem digital yang lebih matang, serta dukungan kebijakan yang lebih progresif dibandingkan wilayah perdesaan.

Penelitian ini berangkat dari kesenjangan literatur mengenai bagaimana perbedaan konteks geografis memengaruhi peran fintech dalam meningkatkan kinerja UMKM. Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada analisis kuantitatif dampak fintech terhadap kinerja usaha secara umum, tanpa melakukan komparasi mendalam antar wilayah dengan karakteristik berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kontribusi melalui pendekatan komparatif antara wilayah perkotaan dan perdesaan dengan menggunakan Teori Difusi Inovasi sebagai kerangka analitis.

Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis peran fintech dalam meningkatkan kinerja UMKM di wilayah perkotaan; (2) menganalisis peran fintech dalam meningkatkan kinerja UMKM di wilayah perdesaan; (3) menjelaskan perbedaan adopsi fintech berdasarkan Teori Difusi Inovasi; serta (4) merumuskan strategi untuk mengatasi kesenjangan adopsi fintech antar wilayah. Hasil penelitian ini penting bagi akademisi, pembuat kebijakan, penyedia layanan fintech, serta pelaku UMKM dalam merancang kebijakan dan strategi penguatan ekosistem ekonomi digital yang inklusif.

LITERATURE REVIEW

Konsep Digitalisasi UMKM

Digitalisasi UMKM merujuk pada proses integrasi teknologi digital ke dalam aktivitas operasional, pemasaran, dan manajemen usaha. Digitalisasi memungkinkan pengurangan biaya transaksi, peningkatan fleksibilitas operasional, serta perluasan akses pasar melalui platform daring (Laudon & Laudon, 2020). Dalam konteks ekonomi yang dinamis dan kompetitif, digitalisasi menjadi determinan penting keberlanjutan usaha (Lontchi et al., 2023).

Fintech sebagai Inovasi Keuangan

Fintech didefinisikan sebagai aplikasi inovatif teknologi dalam sektor keuangan yang menghasilkan model bisnis baru, proses, atau produk yang meningkatkan efisiensi dan inklusi keuangan (Schueffel, 2016). Layanan fintech mencakup pembayaran digital, P2P lending, crowdfunding, mobile banking, dan berbagai solusi berbasis data yang mempermudah akses pembiayaan bagi UMKM (Bikas, 2021; Bollaert et al., 2021). Dalam perspektif UMKM, fintech berfungsi sebagai fasilitator pembiayaan alternatif serta instrumen efisiensi transaksi.

Kinerja UMKM

Kinerja UMKM dalam penelitian ini diukur secara kualitatif melalui indikator peningkatan pendapatan, ekspansi pasar, efisiensi operasional, dan perbaikan manajemen keuangan. Literatur menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital memiliki korelasi positif dengan peningkatan produktivitas dan daya saing UMKM (OECD, 2020).

Teori Difusi Inovasi

Teori Difusi Inovasi yang dikemukakan Rogers menjelaskan bahwa adopsi suatu inovasi dipengaruhi oleh lima atribut utama: relative advantage, compatibility, complexity, trialability, dan observability. Relative advantage merujuk pada sejauh mana inovasi dianggap lebih unggul dibandingkan sistem sebelumnya. Compatibility mengacu pada kesesuaian inovasi dengan nilai, pengalaman, dan kebutuhan pengguna. Complexity berkaitan dengan tingkat kesulitan penggunaan. Trialability menunjukkan kemungkinan inovasi untuk diuji coba dalam skala kecil. Observability merujuk pada tingkat keterlihatan hasil inovasi oleh orang lain.

Dalam konteks fintech dan UMKM, teori ini relevan untuk menjelaskan perbedaan tingkat adopsi antar wilayah. Infrastruktur, budaya bisnis, dan literasi digital memengaruhi persepsi pelaku UMKM terhadap lima atribut tersebut.

Model Penelitian

Penelitian ini mengembangkan model konseptual yang mengaitkan adopsi fintech (berdasarkan lima dimensi difusi inovasi) dengan kinerja UMKM, dengan konteks wilayah (perkotaan dan perdesaan) sebagai faktor pembeda.

METHODE

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus komparatif. Studi kasus dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena adopsi fintech dalam konteks nyata (Yin, 2018). Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi faktor kontekstual yang tidak dapat dijelaskan secara memadai melalui pendekatan kuantitatif semata.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Cirebon sebagai representasi wilayah perkotaan dan Kabupaten Cirebon sebagai representasi wilayah perdesaan selama periode tahun 2025.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian meliputi pelaku UMKM pengguna fintech, perwakilan dinas koperasi dan UMKM, serta penyedia layanan fintech yang beroperasi di kedua wilayah.

Teknik Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pertanyaan terbuka. Data sekunder diperoleh melalui studi dokumentasi, laporan dinas terkait, serta literatur akademik. Wawancara difokuskan pada pengalaman penggunaan fintech, persepsi manfaat, hambatan, serta dampaknya terhadap kinerja usaha.

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan strategi pattern matching, explanation building, dan time-series analysis sebagaimana dikembangkan oleh Yin (2018). Selain itu, analisis dibantu perangkat lunak NVIVO untuk pengkodean tematik. Data dianalisis dengan membandingkan pola empiris dengan prediksi teoritis berdasarkan Teori Difusi Inovasi.

RESULT AND DISCUSSION

Peran Fintech terhadap Kinerja UMKM Perkotaan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa adopsi fintech di wilayah perkotaan tidak hanya berdampak pada aspek teknis transaksi, tetapi juga mendorong transformasi model bisnis UMKM secara lebih struktural. Berdasarkan hasil wawancara mendalam, pelaku UMKM di Kota Cirebon memanfaatkan fintech terutama dalam bentuk pembayaran digital (QRIS dan e-wallet), integrasi marketplace, serta akses pembiayaan peer-to-peer lending. Dampak yang paling nyata terlihat pada peningkatan volume transaksi harian dan perluasan segmen pelanggan.

Dari perspektif teori resource-based view (RBV), pemanfaatan fintech dapat dipandang sebagai kapabilitas berbasis teknologi yang menciptakan keunggulan kompetitif (Barney,

1991). UMKM yang mengintegrasikan sistem pembayaran digital dengan pencatatan keuangan berbasis aplikasi menunjukkan kemampuan monitoring arus kas yang lebih baik dibandingkan sebelum adopsi. Hal ini sejalan dengan temuan OECD (2020) bahwa digitalisasi memperkuat efisiensi operasional dan transparansi finansial UMKM.

Lebih lanjut, akses pembiayaan melalui platform P2P lending memberikan fleksibilitas dalam struktur modal kerja. Berbeda dengan skema pembiayaan konvensional yang mensyaratkan agunan formal, fintech lending mengandalkan credit scoring berbasis data alternatif. Kondisi ini mempercepat proses persetujuan pembiayaan dan memungkinkan ekspansi kapasitas produksi. Fenomena ini mengonfirmasi argumen Bollaert et al. (2021) bahwa fintech berperan sebagai financial enabler bagi pelaku usaha kecil yang sebelumnya unbankable.

Secara kuantitatif deskriptif (berdasarkan pengakuan pelaku usaha), terjadi peningkatan rata-rata omzet bulanan antara 15–30% setelah integrasi pembayaran digital dan marketplace. Meskipun data ini bersifat self-reported, konsistensi narasi antar informan memperkuat validitas temuan melalui teknik triangulasi sumber (Yin, 2018). Selain itu, efisiensi waktu transaksi menurun rata-rata 20–40% karena tidak lagi memerlukan pencatatan manual.

Dalam dimensi pemasaran, fintech berfungsi sebagai pintu masuk ekosistem digital yang lebih luas. Integrasi dengan platform e-commerce meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pasar lintas wilayah. Hal ini sejalan dengan Lontchi et al. (2023) yang menyatakan bahwa transformasi digital berkontribusi terhadap resilience dan scalability UMKM.

Peran Fintech terhadap Kinerja UMKM Perdesaan

Berbeda dengan wilayah perkotaan, adopsi fintech di Kabupaten Cirebon menunjukkan pola yang lebih lambat dan selektif. Hambatan utama yang teridentifikasi meliputi keterbatasan infrastruktur jaringan internet, rendahnya literasi digital, serta persepsi risiko terhadap keamanan transaksi daring. Dalam beberapa kasus, pelaku UMKM masih mengandalkan metode pencatatan manual dan transaksi tunai.

Dari perspektif institutional theory, lingkungan institusional lokal memengaruhi perilaku adopsi teknologi (Scott, 2014). Norma sosial dan praktik bisnis tradisional di wilayah perdesaan menciptakan resistensi terhadap inovasi yang dianggap kompleks. Complexity menjadi atribut dominan yang menghambat adopsi, sebagaimana dijelaskan dalam Teori Difusi Inovasi (Rogers, 2003).

Namun demikian, bagi UMKM perdesaan yang berhasil mengadopsi fintech, terdapat indikasi peningkatan akses pembiayaan dan kemudahan transaksi. Beberapa informan menyatakan bahwa penggunaan pembayaran digital meningkatkan kepercayaan konsumen generasi muda. Akan tetapi, dampak terhadap ekspansi pasar relatif terbatas karena struktur permintaan lokal masih didominasi konsumen dengan preferensi transaksi tunai.

Kesenjangan ini memperkuat temuan Sun et al. (2023) mengenai urban-rural digital divide, di mana infrastruktur dan literasi digital menjadi determinan utama tingkat adopsi fintech. Selain itu, observability inovasi di wilayah perdesaan cenderung rendah karena belum banyak contoh keberhasilan yang terlihat secara nyata. Minimnya role model lokal memperlambat proses difusi inovasi.

Analisis Komparatif Berdasarkan Teori Difusi Inovasi

Analisis komparatif ini memperdalam pemahaman mengenai bagaimana konteks geografis memoderasi proses difusi inovasi fintech pada UMKM. Mengacu pada lima atribut utama dalam Teori Difusi Inovasi (Rogers, 2003), penelitian ini menemukan bahwa setiap atribut tidak bekerja secara independen, melainkan saling berinteraksi dalam membentuk keputusan adopsi.

1. Relative Advantage

Relative advantage dalam konteks adopsi fintech oleh UMKM tidak semata-mata berkaitan dengan peningkatan keuntungan finansial, tetapi juga mencakup dimensi efisiensi, legitimasi sosial, akses jejaring, dan pengurangan risiko transaksi. Mengacu pada (Rogers, 2003), semakin tinggi persepsi keunggulan relatif suatu inovasi dibandingkan sistem lama, semakin cepat tingkat adopsinya.

Di wilayah perkotaan, relative advantage bersifat multidimensional. Pertama, terdapat direct economic benefit berupa peningkatan omzet, percepatan arus kas, serta kemudahan akses pembiayaan. Kedua, terdapat strategic advantage dalam bentuk integrasi dengan ekosistem digital seperti marketplace dan sistem manajemen inventori berbasis cloud. Ketiga, terdapat reputational advantage, di mana UMKM yang menerima pembayaran digital dipersepsikan lebih modern dan terpercaya. Dimensi reputasional ini penting dalam ekonomi digital karena kepercayaan menjadi aset utama (Schueffel, 2016).

Sebaliknya, di wilayah perdesaan, relative advantage lebih bersifat potensial daripada aktual. Struktur pasar yang masih lokal dan berbasis relasi personal membuat manfaat ekspansi digital belum sepenuhnya terealisasi. Dalam konteks ini, keunggulan relatif sangat tergantung pada tingkat kematangan digital pasar lokal. Jika konsumen belum terdigitalisasi, maka keunggulan fintech menjadi kurang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa relative advantage bersifat relasional—ditentukan oleh interaksi antara inovasi dan ekosistem pasar (Jiao et al., 2022).

2. Compatibility

Compatibility mengacu pada kesesuaian inovasi dengan nilai, pengalaman, dan kebutuhan pengguna (Rogers, 2003). Dalam penelitian ini, compatibility memiliki dua dimensi utama: kultural dan operasional.

Pada dimensi kultural, wilayah perkotaan menunjukkan tingkat kesesuaian tinggi karena budaya transaksi non-tunai dan penggunaan smartphone telah menjadi norma sosial. Nilai efisiensi, kecepatan, dan fleksibilitas sejalan dengan karakteristik fintech. Sebaliknya, wilayah perdesaan masih menempatkan interaksi tatap muka sebagai fondasi kepercayaan

bisnis. Dalam perspektif institutional theory, norma sosial dan praktik bisnis lokal membentuk kerangka legitimasi inovasi (Scott, 2014). Ketika fintech belum terinternalisasi dalam norma tersebut, maka tingkat kompatibilitas menjadi rendah.

Pada dimensi operasional, compatibility berkaitan dengan kesesuaian fintech terhadap skala dan jenis usaha. UMKM perkotaan yang bergerak di sektor kuliner modern, fashion, atau jasa kreatif lebih kompatibel dengan sistem pembayaran digital dibandingkan UMKM perdesaan yang bergerak di sektor pertanian tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa compatibility juga dipengaruhi oleh struktur sektor ekonomi lokal.

3. Complexity

Complexity merujuk pada tingkat kesulitan inovasi untuk dipahami dan digunakan (Rogers, 2003). Penelitian ini menemukan bahwa complexity memiliki tiga lapisan: teknis, kognitif, dan psikologis.

Lapisan teknis berkaitan dengan antarmuka aplikasi, proses registrasi, serta prosedur keamanan. Di wilayah perkotaan, pelaku UMKM relatif familiar dengan aplikasi digital sehingga persepsi kompleksitas rendah. Di wilayah perdesaan, keterbatasan literasi digital meningkatkan persepsi bahwa fintech sulit digunakan.

Lapisan kognitif terkait kemampuan memahami konsep seperti biaya administrasi, bunga pinjaman digital, atau sistem settlement. Minimnya pemahaman finansial memperbesar hambatan adopsi, sebagaimana ditegaskan dalam laporan digitalisasi UMKM (OECD, 2020).

Lapisan psikologis berkaitan dengan persepsi risiko terhadap keamanan data dan potensi penipuan. Ketidakpastian ini memperbesar perceived complexity, terutama pada kelompok usia lebih tua. Dengan demikian, complexity bukan sekadar karakteristik teknologi, tetapi juga refleksi dari kesiapan sumber daya manusia.

4. Trialability

Trialability menunjukkan sejauh mana inovasi dapat diuji coba sebelum diadopsi secara permanen (Rogers, 2003). Di wilayah perkotaan, trialability difasilitasi oleh berbagai program promosi, inkubator bisnis, dan komunitas wirausaha digital. Cashback, diskon merchant, serta pelatihan gratis memungkinkan pelaku usaha bereksperimen tanpa risiko besar.

Di wilayah perdesaan, trialability terbatas akibat minimnya akses terhadap program demonstrasi dan pendampingan teknis. Padahal, pengalaman langsung memiliki efek signifikan dalam membangun kepercayaan dan mengurangi ketidakpastian inovasi. Dalam kerangka social learning, observasi dan pengalaman empiris mempercepat internalisasi manfaat inovasi (Rogers, 2003).

5. Observability

Observability berkaitan dengan tingkat keterlihatan hasil inovasi oleh lingkungan sosial. Di wilayah perkotaan, keberhasilan UMKM digital mudah terekspos melalui media sosial, komunitas bisnis, dan jaringan profesional. Efek demonstratif mempercepat proses imitasi dan menciptakan tekanan kompetitif untuk mengadopsi teknologi.

Sebaliknya, di wilayah perdesaan, minimnya role model lokal mengurangi daya dorong imitasi. Kepadatan jaringan sosial yang lebih homogen juga memperlambat penyebaran informasi inovasi. Temuan ini selaras dengan studi tentang digital divide yang menekankan pentingnya jaringan sosial dalam proses adopsi teknologi (Sun et al., 2023).

Interaksi Antar Atribut dan Peran Konteks Wilayah

Analisis lanjutan menunjukkan bahwa kelima atribut tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk sistem interdependen. Relative advantage akan sulit dirasakan apabila compatibility rendah. Compatibility yang rendah meningkatkan persepsi complexity. Complexity yang tinggi menurunkan willingness to try, sehingga trialability menjadi terbatas. Tanpa trialability dan observability yang memadai, persepsi relative advantage tidak akan terbentuk secara kolektif.

Konteks wilayah berperan sebagai variabel moderasi yang memengaruhi kekuatan hubungan antar atribut tersebut. Di wilayah perkotaan, infrastruktur digital, tingkat pendidikan, dan kepadatan jaringan bisnis memperkuat interaksi positif antar atribut inovasi. Sebaliknya, di wilayah perdesaan, keterbatasan struktural memperlemah hubungan tersebut.

Dengan demikian, proses difusi fintech pada UMKM bersifat ekosistemik. Urbanisasi, kualitas infrastruktur internet, akses pendidikan, serta struktur pasar lokal membentuk enabling environment bagi inovasi (Jiao et al., 2022). Wilayah perkotaan dapat dikategorikan berada pada tahap early majority dalam kurva difusi inovasi, sementara wilayah perdesaan masih bergerak dari tahap early adopters menuju mayoritas awal (Rogers, 2003).

Implikasi Ekonomi dan Kebijakan

Secara makro, penguatan adopsi fintech di wilayah perdesaan berpotensi mempersempit kesenjangan produktivitas antar wilayah. Inklusi keuangan digital dapat mendorong pemerataan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan efisiensi distribusi sumber daya (Schueffel, 2016). Oleh karena itu, kebijakan publik perlu berfokus pada peningkatan literasi digital berbasis komunitas, subsidi infrastruktur jaringan, serta skema pendampingan intensif bagi UMKM perdesaan.

Kolaborasi multipihak antara pemerintah daerah, lembaga pendidikan, asosiasi UMKM, dan penyedia fintech menjadi krusial. Pendekatan berbasis ekosistem akan mempercepat difusi inovasi dan meningkatkan tingkat kepercayaan pelaku usaha terhadap teknologi baru.

Secara makro, penguatan adopsi fintech di wilayah perdesaan berpotensi mempersempit kesenjangan produktivitas antar wilayah. Inklusi keuangan digital dapat mendorong

pemerataan pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan efisiensi distribusi sumber daya (Schueffel, 2016). Oleh karena itu, kebijakan publik perlu berfokus pada peningkatan literasi digital berbasis komunitas, subsidi infrastruktur jaringan, serta skema pendampingan intensif bagi UMKM perdesaan.

Kolaborasi multipihak antara pemerintah daerah, lembaga pendidikan, asosiasi UMKM, dan penyedia fintech menjadi krusial. Pendekatan berbasis ekosistem akan mempercepat difusi inovasi dan meningkatkan tingkat kepercayaan pelaku usaha terhadap teknologi baru.

Strategi Mengatasi Kesenjangan

Berdasarkan analisis mendalam, strategi yang direkomendasikan meliputi: (1) desain aplikasi fintech yang lebih user-friendly dan kontekstual; (2) program literasi digital berkelanjutan dengan pendekatan experiential learning; (3) penyediaan insentif fiskal bagi UMKM yang mengadopsi sistem pembayaran digital; dan (4) penguatan regulasi perlindungan konsumen untuk meningkatkan trust.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa fintech merupakan instrumen transformasi ekonomi yang efektif, namun keberhasilannya sangat dipengaruhi oleh kesiapan struktural dan kultural masing-masing wilayah. Pendekatan kebijakan yang seragam (one-size-fits-all) tidak akan optimal tanpa mempertimbangkan karakteristik lokal.

CONCLUSION

Penelitian ini menyimpulkan bahwa fintech berperan signifikan dalam meningkatkan kinerja UMKM, khususnya di wilayah perkotaan dengan ekosistem digital yang lebih matang. Di wilayah perdesaan, peran fintech masih menghadapi berbagai kendala struktural dan kultural. Teori Difusi Inovasi terbukti relevan dalam menjelaskan perbedaan tingkat adopsi dan dampaknya terhadap kinerja usaha.

Secara praktis, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan kebijakan yang kontekstual dan inklusif dalam mendorong transformasi digital UMKM. Orisinalitas penelitian terletak pada pendekatan komparatif wilayah dan integrasi kerangka teori difusi inovasi dalam analisis fintech dan kinerja UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Arli, D., & Bakpayev, M. (2023). Exploring the role of innovation attributes on mobile payment adoption. *Journal of Consumer Marketing*, 40(7), 826–841. <https://doi.org/10.1108/JCM-04-2021-4630>.
- Cardol, H., Mignon, I., & Lantz, B. (2025). Rethinking the forecasting of innovation diffusion: A combined actor-and system approach. *Technological Forecasting and Social Change*, 214, 124058. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2025.124058>.

- Ezeh, P. C., & Nkamnebe, A. D. (2022). Determinants of Islamic banking adoption among non-Muslim customers in a Muslim zone. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 666–683. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2021-0280>.
- Jamshidi, D., & Kuanova, L. (2022). Investigating the customers' drivers of Islamic credit card loyalty and word of mouth. *Journal of Islamic Marketing*, 13 (4), 868–886. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2019-0182>.
- Jiang, Y., Wang, X., & Yuen, K. F. (2021). Augmented reality shopping application usage: The influence of attitude, value, and characteristics of innovation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102720. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102720>.
- Liu, B., Pavlou, P. A., & Cheng, X. (2022). Achieving a Balance Between Privacy Protection and Data Collection: A Field Experimental Examination of a Theory-Driven Information Technology Solution. *Information Systems Research*, 33(1), 203–223. <https://doi.org/10.1287/isre.2021.1045>.
- Neto, L. G., & Vieira, J. G. V. (2023). An Investigation of Consumer Intention to Use Pick-up Point Services for Last-mile Distribution in a Developing Country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74, 103425. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103425>.
- Nugraha, D. P., Setiawan, B., Nathan, R. J., & Fekete-Farkas, M. (2022). Fintech Adoption Drivers for Innovation for SMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4), 208. <https://doi.org/10.3390/joitmc8040208>.
- Qin, X., & Luo, Q. (2022). External pressures or internal motives? Investigating the determinants of exhibitors' willingness to adopt eco-exhibiting. *Journal of Sustainable Tourism*, 30 (4), 704–722. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1881104>.
- Regita, R. (2025). Problematika Pengawasan Kesyarahan Peer-to-Peer Fintech Syariah : Analisis POJK Nomor 10 / POJK . 05 / 2022 dan Peran DSN. *Jurnal Ilmu Hukum & Ekonomi Syariah*, 10(1), 130–145.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*. 3rd ed. New York: Free Press of Glencoe.
- Rufaidah, F., Lestari, I., Trijumansyah, A., Ars, U., Terusan, J., No, S., Bandung, K., & Barat, J. (2025). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Adopsi Layanan Fintech: Studi Kasus Pada Layanan Pembayaran Digital Dana Masyarakat Di Desa Margajaya – Majalengka. *Jurnal Techno Bahari*, 12(1), 7–14.
- Scaliza, J. A. A., Jugend, D., Chiappetta Jabbour, C. J., Latan, H., Armellini, F., Twigg, D., & Andrade, D. F. (2022). Relationships among organizational culture, open innovation, innovative ecosystems, and performance of firms: Evidence from an

emerging economy context. *Journal of Business Research*, 140, 264–279. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.065>.

Venkatesh, V., et al. (2022). Telemedicine adoption: Compatibility and the COVID-19 effect. *Journal of Business Research*, 140, 567–580. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.065>.

Abu, N., Pires, F., & Vieira, P. R. (2025). Government support for SMEs in the Fintech Era : Enhancing access to finance , survival , and performance ☆. *Digital Business*, 5(1), 100099. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100099>.

Arsyi, M. R., & Wusko, A. U. (2025). Pengaruh Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat dan Keputusan Penggunaan E-Wallet DANA. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 4907–4916.

Azizah, N. A., Djuwita, D., & Haerisma, A. S. (2023). Application of Sharia Accounting in Recognizing Income on Murabahah Financing and Compliance with PSAK 102 at Bank Syariah Indonesia. *Journal of Management, Economic, and Financial*, 1(01), 42-50. <https://doi.org/10.59261/jmef.v1i01.10>.

Cardol, H., & Mignon, I. (2025). Technological Forecasting & Social Change Rethinking the forecasting of innovation diffusion : A combined actor- and. *Technological Forecasting & Social Change*, 214(June 2024). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2025.124058>.

Cavoli, T., Khan, I., & Ullah, G. M. W. (2025). Journal of International Financial Markets , Social capital and FinTech lending : international evidence. *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, 105, 102236. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2025.102236>.

Cities, R. (2024). *CRIC Cirebon Website Report*. <https://resilient-cities.com/wp-content/uploads/2024/12/cric-cirebon-website.pdf%0A>.

Costa, D., Querci, F., & Santulli, R. (2025). Research in International Business and Finance Competition or cooperation ? Disentangling the Bank-FinTech interaction through a hybrid literature review. *Research in International Business and Finance*, 78(April), 102993. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2025.102993>.

Desviona, N., Masruroh, M., Dewi, L. S., & Yasin, A. (2025). Peningkatan Literasi Digital dan Analisis Data UMKM Melalui Pelatihan SPSS bagi Wirausaha Muda. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2962–3839. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/kreatif.v5i2.5815>.

Gulo, N., Telaumbanua, A., Duha, T., & Magdalena, M. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Financial Technology p ada Masyarakat Milenial Desa Simae ' asi Kabupaten Nias Barat. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 3343–3355.

- Haerisma, A. S. (2013). Mendesain Nilai Syariah Dalam Asuransi. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 5(2). <https://doi.org/10.24235/amwal.v5i2.239>.
- Haerisma, A. S., Ahdi, M., & Asari, A. H. (2021). Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Kewirausahaan di Pondok Pesantren Alam Saung Balong Al-Barokah. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 232-245. <https://doi.org/10.70095/dimasejati.v3i2.9325>.
- Haidah, I. N., Herlina, E., & Halim, H. (2025). Penerapan Financial Technology (FinTech) dalam Optimalisasi Manajemen Keuangan UMKM di Kota Cirebon. *Journal of Management*, 8(2), 221–227.
- Hasan, M., Hoque, A., Zoynul, M., & Gasbarro, D. (2024). International Review of Financial Analysis FinTech and sustainable development : A systematic thematic analysis using human- and machine-generated processing. *International Review of Financial Analysis*, 95(PC), 103473. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2024.103473>.
- Hung, D. T., Duc, T., & Khoi, M. (2025). The impact of digital financial literacy on the adoption of financial technology in rural areas of Vietnam. *Decision Science Letters*, 14, 877–886. <https://doi.org/10.5267/j.dsl.2025.8.002>.
- Jamshidi, D., & Kuanova, L. (2020). Investigating the customers ' drivers of Islamic credit card loyalty and word of mouth. *Journal of Islamic Marketing*, 13(4), 868–886. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2019-0182>.
- Judijanto, L., Destiana, R., Sudarmanto, E., Ayu, I., Suprapti, P., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Adopsi Teknologi Finansial , Kepercayaan Nasabah , dan Regulasi Terhadap Penggunaan Layanan Keuangan Digital. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 3(01), 20–28.
- Karima, A., & Enriko, I. K. A. (2023). Jurnal Analisis Implementasi Konektivitas Indihome Untuk Pengguna Smart Meter PLN. *Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi*, 5, 36–44.
- Koswara, A. (2024). Digitalisasi Ekonomi di Pedesaan : Mengkaji Kesenjangan Infrastruktur Digital di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 05(03), 180–187.
- Kusumahadi, T. A., & Utami, N. (2024). Pentingnya Literasi Keuangan di Pedesaan : Studi Pada Desa Tegalsari ,. *Jurnal Inovasi Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 240–254.
- Kusumningtyas, M., & Wulansari, D. (2025). Literasi Digital dan Fintech : Strategi Menghadapi Disinformasi di Indonesia. *Journal Of Artificial Intelligence and Digital Businees (RIGGS)*, 4(3), 4640–4645.
- Liu, B., Pavlou, P. A., & Cheng, X. (2021). Achieving a Balance Between Privacy Protection and Data Collection : A Field Experimental Examination of a Theory-

Driven Information Technology Solution Achieving a Balance Between Privacy Protection and Data Collection : A Field Experimental Examination. *Information Systems Research*, 33(1), 203–223.

Ningsih, R., & Yolanda. (2025). Digitalization Of Financial Services and Financial Inclusion In Rural Areas. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 3(2), 01–23.

Nugraha, D. P., Setiawan, B., Nathan, R. J., & Farkas, M. F. (2022). Fintech Adoption Drivers for Innovation for SMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4), 208. <https://doi.org/10.3390/joitmc8040208>.

Purnamasari, R., Ismaya, A., Zulfikar, R., & Yazid, H. (2025). Social Sciences & Humanities Open Technological infrastructure and financial resource availability in enhancing public services and government performance : The role of digital innovation adoption in Indonesia. *Social Sciences & Humanities Open*, 11(May), 101621. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101621>.

Putu, N., Ria, Y., Nyoman, N., & Candrayani, A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Fintech Terhadap Investasi Dengan Inklusi Keuangan Sebagai Pemediasi. *Jurnal Ekonomi*, 30(02), 263–290.

Riikkinen, M., & Pihlajamaa, M. (2022). Achieving a strategic fit in fintech collaboration – A case study of Nordea Bank. *Journal Of Business Research*, 152(October 2020), 461–472.

Salkiah, B., & Putra, P. (2025). Analisis Efektivitas Kebijakan Pemerintah dalam Mendorong Digitalisasi dan Daya Saing UMKM. *Economica Insight*, 1(2), 52–58.

Savandha, S. D. (2024). Bridging the Urban-Rural Divide : Leveraging Technology for Development and Connectivity in Small Village , Indonesia. *Journal Of Village Development Innovation*, 15–28.

Sitompul, P. S., Sari, M. M., Gao, C. M. B. L., & Harahap, L. M. (2025). Transformasi Digital UMKM Indonesia : Tantangan dan Strategi Adaptasi di Era Ekonomi Digital 1-4 Universitas Negeri Medan , Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 2(2), 3047–0552. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jumbidter.v2i1.487>.

Sugiharto, B., Simanungkalit, R. V., Andriani, M., & Sirait, S. P. S. (2025). Sosialisasi Pengenalan dan Pengembangan Fintech untuk UMKM di Desa Sampali , Percut Seituan , Deli Serdang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(2022), 8504–8507.

Zhao, H., & Khaliq, N. (2024). Technological Forecasting & Social Change In quest of perceived risk determinants affecting intention to use fintech : Moderating effects of situational factors. *Technological Forecasting & Social Change*, 207(June), 123599. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123599>.