

BAB I

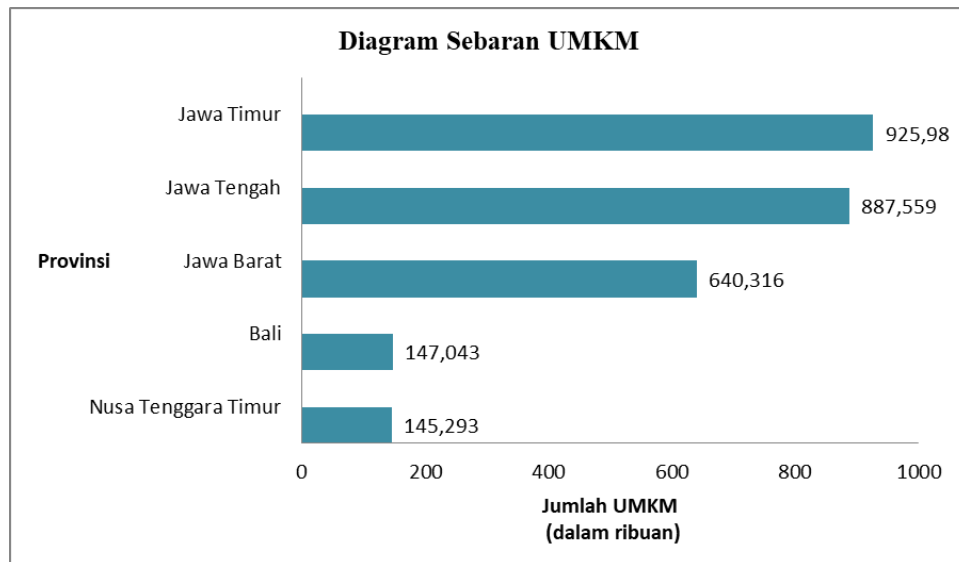
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menyumbang kontribusi besar bagi perekonomian negara. Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2024 menyatakan, di Indonesia sektor ini mendominasi 99,99% dari keseluruhan unit usaha yang beroperasi, dimana jumlahnya hingga 64,2 juta usaha (Antara, 2025). Kondisi tersebut menempatkan Indonesia sebagai negara dengan sumbangsih UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) tertinggi di wilayah Asia Tenggara, yaitu sebesar 61% (Andrianto, 2024). Pentingnya peran UMKM juga tercermin dari kemampuannya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, di mana sektor ini menjadi penyerap tenaga kerja yang efektif untuk menekan angka pengangguran serta kontribusinya yang tinggi terhadap produk domestik bruto (Wicaksono & Widajantie, 2023). Dalam kaitan tersebut, upaya memastikan kesehatan dan stabilitas keuangan pelaku usaha menjadi faktor yang sangat penting untuk mendukung pertumbuhan serta perkembangan usaha yang berkelanjutan (Febriyanto et al., 2024).

Data Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa sektor ini menyumbang Rp8.573,89 triliun dalam struktur PDB nasional (Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan, 2025). Besarnya kontribusi tersebut menuntut perhatian yang serius untuk menjaga keberlanjutan UMKM. Meskipun kontribusinya sangat mendominasi, namun persebarannya menunjukkan konsentrasi yang cukup tinggi di wilayah-wilayah tertentu.

Fenomena ini mencerminkan dinamika ekonomi daerah serta ketersediaan sarana pendukung yang memadai di masing-masing provinsi.



Gambar 1.1 Lima Provinsi dengan Jumlah UMKM Terbanyak

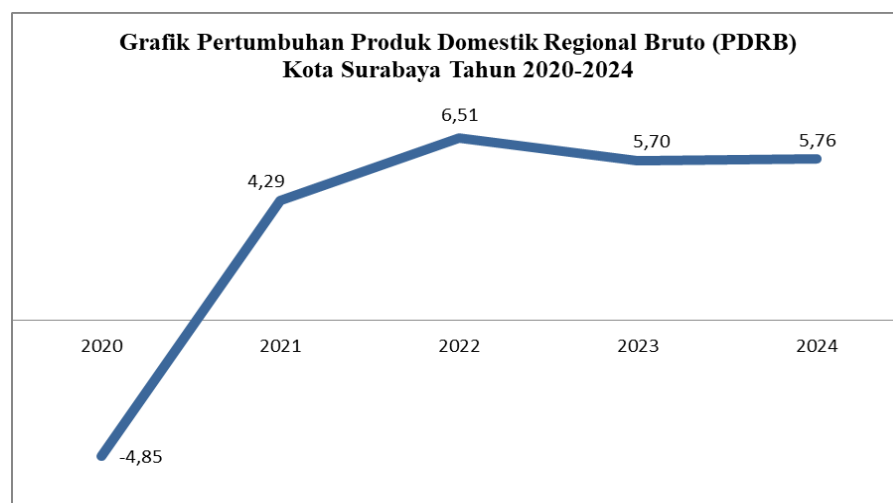
Sumber: GoodStats, 2025

Pulau Jawa mendominasi sebaran usaha mikro dan kecil pada tahun 2024. Provinsi Jawa Timur mencatatkan jumlah UMKM terbanyak dengan jumlah mencapai 925.985 usaha. Kemudian Provinsi Jawa Tengah berada pada urutan dua dengan jumlah sebesar 887.559 usaha. Selanjutnya, provinsi Jawa Barat pada urutan ketiga dengan jumlah sebesar 640.316 usaha. Sementara itu, di luar wilayah Pulau Jawa, Provinsi Bali memiliki jumlah UMKM sebesar 147.043 usaha dan dilanjut oleh Nusa Tenggara Timur yang berjumlah sebesar 145.293 usaha.

Banyaknya jumlah UMKM di Jawa Timur tersebut secara signifikan didorong oleh aktivitas ekonomi di Kota Surabaya sebagai pusat pertumbuhan regional. Berdasarkan Berita Resmi Statistik BPS Kota Surabaya tahun 2025, pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Timur tercatat sebesar 4,93%. Capaian

tersebut berhasil dilampaui oleh Kota Surabaya yang mencapai angka 5,76%. Pertumbuhan ekonomi Surabaya tersebut juga di atas rata-rata pertumbuhan nasional yang menyentuh angka 5,03%. Kondisi tersebut menegaskan peran Kota Surabaya sebagai pusat aktivitas ekonomi yang memberikan kontribusi besar bagi Jawa Timur dan menunjukkan bahwa kota ini memiliki daya saing yang lebih tinggi daripada wilayah lainnya.

Surabaya memiliki jumlah UMKM yang tergolong besar. Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surabaya menyatakan jumlah UMKM mencapai kurang lebih 325.000 unit hingga Oktober 2025. Besarnya jumlah tersebut memiliki potensi strategis sebagai penggerak perekonomian daerah, dimana sektor perdagangan besar dan eceran menjadi kontributor utama dalam struktur ekonomi Kota Surabaya dengan angka distribusi Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sebesar 27,75% (BPS Kota Surabaya, 2025). Dominasi dari sektor perdagangan tersebut menjadi representasi dari aktivitas UMKM yang merupakan pelaku utama di sektor ini.



Gambar 1. 2 Grafik Pertumbuhan PDRB Kota Surabaya

Sumber: Berita Resmi Statistik BPS Kota Surabaya, 2025

Peran UMKM sebagai salah satu sektor yang menggerakkan ekonomi Kota Surabaya dapat dilihat dari tren pemulihan perekonomian tahun 2021/2022. Pada tahun 2020 PDRB berada di posisi -4,85% akibat pandemi COVID-19. Namun, kondisi ekonomi berangsur membaik di tahun 2021 dengan tingkat pertumbuhan 4,29% dan meningkat hingga mencapai 6,51% di tahun 2022. Meskipun mengalami penurunan menjadi 5,70% pada tahun 2023, angka tersebut kembali mengalami kenaikan sebesar 5,76% pada tahun 2024. Stabilitas ini membuktikan bahwa Kota Surabaya memiliki ketahanan ekonomi yang kuat melalui kontribusi aktif dari pelaku UMKM.

Tabel 1.1 Omzet UMKM di E-Peken Surabaya Tahun 2021-2025

No.	Tahun	Total Omzet (Miliar)
1.	2021	5,02
2.	2022	45,12
3.	2023	60,34
4.	2024	41,02
5.	2025	38,00
Total		189,50

Sumber: Diskominfo Kota Surabaya, 2025

Berdasarkan data Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya (Diskominfo) tahun 2023, jumlah omzet UMKM di e-Peken menunjukkan pertumbuhan signifikan. Pada tahun 2021, omzet penjualan UMKM tercatat sebesar Rp5,02 miliar, yang kemudian meningkat tajam hingga mencapai Rp45,12 miliar di tahun 2022. Pada tahun 2023 omzet UMKM juga mengalami kenaikan menjadi sebesar Rp60,34 miliar. Dengan akumulasi omzet UMKM hingga Juni

2025 mencapai Rp189,50 miliar, pencapaian tersebut membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi telah menjadi faktor pendukung bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan omzet secara berkelanjutan di era digital.

Tingginya aktivitas ekonomi digital tersebut menegaskan bahwa Kota Surabaya sebagai kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia memiliki karakteristik demografi yang plural dengan daya beli masyarakat yang tinggi. Kondisi tersebut menimbulkan permintaan pasar yang dinamis, sehingga menuntut para pelaku UMKM untuk memperkuat manajemen keuangan dan mengoptimalkan penggunaan teknologi keuangan (*fintech*).

Urgensi ini sejalan dengan perkembangan ekosistem bisnis digital di Indonesia yang mengalami transformasi signifikan. Pergeseran pola konsumsi masyarakat ke arah digital memaksa pelaku UMKM untuk beradaptasi dan berkolaborasi dengan sistem teknologi. Oleh karena itu, integrasi antara pemanfaatan *financial technology* (*fintech*) dan manajemen keuangan merupakan sebuah solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Kedua faktor tersebut diharapkan dapat menjamin keberlanjutan usaha UMKM di Kota Surabaya di tengah tekanan persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Financial technology adalah sebuah terobosan yang mengintegrasikan teknologi dengan berbagai bentuk layanan keuangan (Puspitasari et al., 2024). *Fintech* telah menjadi fenomena dunia memberikan dampak signifikan, terutama dalam memperoleh keterjangkauan akses keuangan serta menciptakan layanan keuangan yang lebih efektif (Arestha et al., 2025). Transformasi tersebut

menciptakan sistem keuangan baru yang memungkinkan proses transaksi dan operasional usaha dilakukan secara otomatis melalui program digital. Menurut Bailusy et al. (2025) adopsi teknologi keuangan memberikan berbagai manfaat seperti inovasi, fleksibilitas dan efisiensi biaya bagi pelaku UKM. Kecanggihan teknologi pada perusahaan *fintech* mempercepat penyediaan layanan keuangan secara lebih efisien dengan biaya yang terjangkau (Nugraha et al., 2022).

Mayoritas pertimbangan utama publik menggunakan layanan *fintech* di Indonesia adalah karena metode pembayaran yang mudah dengan persentase sebesar 65% (Wafa, 2025). Aspek kemudahan ini berkaitan erat dengan penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), karena teknologi tersebut menyediakan metode pembayaran secara praktis bagi konsumen. Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPw BI) Provinsi Jawa Timur mencatat adanya peningkatan pengguna QRIS selama enam tahun terakhir dan didominasi oleh sektor UMKM dengan jumlah mencapai 93% hingga Maret 2025 (Pratama, 2025).

Fintech sebagai bentuk inovasi keuangan berperan dalam mendorong UMKM untuk beralih ke transaksi digital guna mendukung efisiensi aktivitas bisnisnya (Mutamimah, & Indriastuti, 2023). Adopsi *fintech* memberikan fleksibilitas kepada pelaku UMKM melalui penggunaan QRIS yang mendigitalisasi proses pembayaran serta meminimalkan kesalahan manusia (*human error*) pada sistem pencatatan sehingga lebih akurat. Relevansi adaptasi teknologi ini diperkuat oleh siaran pers Bank Indonesia (2025), gelaran Karya Kreatif Indonesia (KKI) mencatat total omzet penjualan mencapai Rp98,7 miliar, dimana sebesar Rp78,7 miliar atau sekitar 80% merupakan hasil dari penjualan

secara online. Fenomena ini menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha UMKM sangat bergantung pada transformasi model pemasaran dari konvensional ke digital. Tingginya angka penjualan online ini juga diikuti dengan peningkatan penggunaan sistem pembayaran digital, yang membuktikan bahwa integrasi teknologi finansial (*fintech*) menjadi kunci utama bagi UMKM untuk menjaga stabilitas arus kas dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Kinerja UMKM dipengaruhi secara positif oleh adopsi layanan *fintech*. Menurut Lontchi et al., (2023) *financial technology* secara signifikan dan menguntungkan memengaruhi kinerja UKM, dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi antara penggunaan teknologi dan peningkatan kinerja UKM. Menurut Kurniasari et al., (2025) adopsi *financial technology* berpengaruh positif signifikan terhadap akses keuangan, yang berdampak pada kinerja dan keberlanjutan usaha UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa UMKM mampu menjaga keberlanjutannya melalui penggunaan *fintech*, yang pada gilirannya mempengaruhi kinerja perusahaan.

Meskipun demikian, tingginya penggunaan *financial technology* seringkali hanya sebatas sebagai alat bantu transaksi tanpa adanya pemanfaatan data digital untuk mengevaluasi bisnis secara mendalam. Kondisi tersebut menunjukkan kesenjangan, dimana meskipun pelaku UMKM sudah melek teknologi, mereka belum mampu mengolah data tersebut ke dalam sistem pencatatan dan penyusunan laporan keuangan. Fenomena ini membuktikan bahwa penggunaan teknologi tidak menjamin kualitas manajemen bisnis jika tidak dibarengi dengan pemahaman fungsi data yang dihasilkan.

Jika pelaku usaha memiliki kemampuan manajemen keuangan yang memadai, khususnya dalam hal perencanaan, pencatatan, dan pengendalian keuangan untuk memungkinkan pengambilan keputusan yang tepat, maka kemampuan teknologi keuangan akan memberikan keuntungan yang maksimal. Menurut penelitian oleh Srihandoko et al., (2025) Pengelolaan keuangan yang efektif sangat berdampak pada peluang kelangsungan hidup usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Martono & Febriyanti (2023) juga membuktikan bahwa pengelolaan keuangan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM di Kota Salatiga. Melalui tata kelola keuangan yang efektif memungkinkan UMKM untuk meningkatkan profitabilitas, mempertahankan stabilitas likuiditas, dan meminimalisir resiko kegagalan usaha.

Disisi lain, upaya menjaga keberlanjutan bisnis menuntut pelaku UMKM untuk terus beradaptasi dan menyempurnakan manajemen keuangan guna menghadapi dinamika pasar dan persaingan bisnis yang semakin ketat. Dengan demikian, keberlanjutan usaha bukan sekedar hasil dari manajemen keuangan yang baik, melainkan sebuah proses yang memperkuat praktik keuangan, di mana dalam kerangka administrasi bisnis, kedua elemen tersebut membentuk sebuah kesatuan yang saling berkaitan. Terlepas dari pentingnya aspek tersebut, manajemen keuangan masih menjadi salah satu tantangan utama bagi UMKM. Hal ini dikarenakan pengelolaan keuangan yang buruk tidak sekedar menghambat efektivitas kinerja tapi juga menyulitkan pelaku usaha dalam mendapatkan pembiayaan untuk pengembangan bisnis (Munthay & Sembiring, 2024).

Penerapan manajemen keuangan yang efektif merupakan instrumen krusial bagi pelaku usaha untuk menilai kinerja bisnis, membuat keputusan strategis, serta untuk mendapatkan akses permodalan atau kredit (Harianto & Andayani, 2025). Tanpa pengelolaan keuangan yang baik pelaku UMKM akan mengalami kesulitan memantau arus kas operasional secara akurat. Kondisi ini tidak hanya mengganggu kegiatan operasional jangka pendek, tetapi juga memperlemah UMKM ketika mengakses pembiayaan.

Namun, dibalik peluang besar tersebut, pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan signifikan. Sebagian pelaku usaha masih terjebak dalam keterbatasan akses keuangan tradisional dan cenderung ragu untuk menggunakan *fintech* secara konsisten akibat persepsi risiko yang mungkin terjadi (Arestha et al., 2025). Meskipun memiliki peran strategis dalam penyerapan tenaga kerja, sektor ini masih menghadapi berbagai kendala. Sebagaimana dalam penelitian Winarsih et al. (2021) menyatakan bahwa masalah yang dihadapi UMKM adalah kekurangan modal, kesulitan dalam mengurus perizinan usaha, rendahnya literasi pemasaran digital, serta kinerja keuangan yang lemah.

Berbagai kendala tersebut secara langsung menjadi penghambat tercapainya keberlanjutan usaha. Menurut (Basar et al., 2024) keberlanjutan adalah kemampuan suatu bisnis untuk terus bertahan, berkembang serta berjalan secara konsisten dalam jangka waktu yang lama. Konsep ini tidak hanya sekedar menitikberatkan pada keuntungan semata, melainkan juga kecakapan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan mengelola risiko keuangan secara efektif. UMKM dengan tingkat keberlanjutan yang baik ditandai dengan

kemampuan menjaga efisiensi serta stabilitas operasional dan finansial, sehingga usaha yang dijalankan tidak hanya bertahan di tengah ketatnya daya saing pasar, tapi juga dapat terus tumbuh secara berkelanjutan dalam jangka waktu yang panjang. Merujuk Winarsih et al. (2024) keberlanjutan usaha diukur dengan tiga indikator utama, yaitu: 1) Peningkatan angka penjualan, 2) Peningkatan keuntungan atau laba, dan 3) Pertumbuhan Pemasaran.

Di Kota Surabaya, indikator keberlanjutan dapat dilihat pada keberadaan UMKM dalam perekonomian yang menunjukkan tren pertumbuhan yang positif. Hal ini dibuktikan dengan adanya kenaikan jumlah pelaku usaha sebesar 40% sejak tahun 2021 (Patoppoi, 2025). Pertumbuhan tersebut salah satunya karena keberadaan *marketplace* lokal, yakni E-Peken Surabaya. Dengan adanya E-Peken ini, pelaku usaha Kota Surabaya seperti UMKM sektor perdagangan dapat bangkit dari Pandemi COVID-19. Penjualan sektor ini mencapai Rp 189,5 miliar terhitung sejak Juli 2021 sampai Juni 2025 (Salman, 2025). Keberhasilan tersebut membuktikan bahwa perpaduan antara adopsi teknologi, akses modal yang tepat, dan manajemen operasional yang profesional menjadi pondasi utama bagi UMKM untuk naik kelas serta menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Meskipun UMKM di Kota Surabaya menunjukkan pertumbuhan yang pesat, tantangan strategis seperti keterbatasan akses terhadap modal formal, ketatnya persaingan pasar, rendahnya tingkat inovasi model bisnis, dan literasi digital yang belum merata tetap menjadi hambatan nyata bagi keberlanjutan usaha (Rahmasari, 2025). Kondisi tersebut diperkuat oleh adanya temuan bahwa

sejumlah program pemberdayaan yang belum optimal dan dinilai hanya sebatas pelatihan serta berhenti di tataran kegiatan tanpa jaminan keberlanjutan. Kritik terhadap program ini disampaikan oleh pihak legislatif Kota Surabaya yang menyoroti bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya bergantung pada ketersediaan anggaran, namun juga pada jaminan pangsa pasar pasca-produksi. Sebagai contoh, model pemberdayaan produktif di wilayah Sukolilo, Rungkut, dan Tenggilis Mejoyo menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha dapat dicapai melalui integrasi manajemen operasional yang baik dan perluasan akses pasar, seperti kolaborasi dengan ritel modern serta sektor perhotelan sebagai pembeli tetap produk UMKM (Sudarmadji, 2025). Hal ini mengindikasikan bahwa sinergi antara adopsi teknologi pemasaran dan manajemen rantai pasok yang profesional merupakan determinan utama dalam menciptakan pelaku UMKM yang tangguh dan mampu menjaga keberlangsungan usahanya di ekosistem ekonomi digital Kota Surabaya.

Kesenjangan antara pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan realitas di lapangan muncul akibat pemberdayaan UMKM saat ini dinilai belum menjamin keberlanjutan usaha secara maksimal. Kondisi ini mengakibatkan sulitnya UMKM untuk mempertahankan stabilitas usahanya di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Pencapaian keberlanjutan akan memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis dan berkontribusi secara signifikan terhadap stabilitas dan pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya.

Berdasarkan uraian latar belakang, meskipun penelitian terdahulu sudah banyak menguji pengaruh adopsi teknologi keuangan dan manajemen keuangan terhadap keberlanjutan usaha, masih jarang penelitian yang secara spesifik

meneliti dalam suatu sektor. Urgensi penelitian ini semakin diperkuat dengan karakteristik pelaku UMKM di Surabaya yang mengadopsi teknologi digital namun masih menghadapi kendala pada manajemen keuangannya. Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti terhadap 12 pelaku usaha, ditemukan bahwa mayoritas manajemen keuangan mereka masih tergolong rendah. Berikut merupakan tabulasi data dari survei awal penelitian

Tabel 1.2 Tabulasi Data Survei Awal Penelitian

No.	Jenis Usaha	Digitalisasi Pemasaran	Tantangan Usaha
1.	Minuman	WA	● Tidak memiliki pencatatan keuangan yang terstruktur ● Tidak memisahkan keuangan pribadi dan usaha
2.	Minuman	WA	● Kesulitan membuat laporan keuangan
3.	Makanan	WA dan Instagram	● Tidak memiliki pencatatan transaksi harian, ● Tidak memisahkan uang pribadi dan uang usaha
4.	Makanan	WA, Instagram, Facebook, dan Tiktok	● Tidak memisahkan uang pribadi dan uang usaha
5.	Makanan	Wa, Instagram, Facebook, Shopee, Tokopedia, dan Tiktok	● Tidak memiliki pencatatan transaksi harian ● Tidak membedakan uang pribadi dan uang usaha, ● Kesulitan membuat laporan keuangan, ● Tidak paham cara

			● menghitung laba rugi ● Masih belum bisa menertibkan keuangan
6.	Fashion	WA	● Tidak paham cara menghitung laba rugi
7.	Makanan, Minuman dan Toko	WA	● Tidak memiliki pencatatan transaksi harian ● Tidak membedakan uang pribadi & uang usaha
8.	Makanan	WA	● Tidak memiliki pencatatan transaksi harian ● Tidak membedakan uang pribadi dan uang usaha
9.	Fashion	Instagram	● Tidak memiliki pencatatan transaksi harian ● Tidak membedakan uang pribadi & uang usaha
10.	Fashion	Instagram	-
11.	Makanan	WA, Instagram, Facebook, Tiktok	● Tidak memiliki pencatatan transaksi harian
12.	Makanan	WA, Shopee, Facebook	-

Sumber: Data Primer Pra-Penelitian, diolah (2025)

Data pra-penelitian menunjukkan bahwa 10 dari 12 UMKM (83,33%) pelaku usaha masih menghadapi tantangan dalam manajemen keuangan. Sebagian besar mereka tidak memiliki pencatatan keuangan dan tidak memisahkan antara uang pribadi dengan uang usaha. Selain itu, sebagian UMKM belum memahami penyusunan laporan keuangan.

Kondisi tata kelola yang masih belum optimal secara langsung berdampak negatif pada kinerja bisnis. Fakta bahwa pelaku UMKM ini sebenarnya sudah memiliki literasi digital dasar (terbukti dari penggunaan media sosial dan *e-commerce*) menunjukkan bahwa mereka memiliki kapasitas untuk mengadopsi teknologi lebih lanjut di sektor keuangan. Realitas tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan yang nyata antara tingginya pemanfaatan teknologi untuk pemasaran dan rendahnya adopsi teknologi untuk tata kelola keuangan internal. Kesenjangan inilah yang mendasari pentingnya peralihan menuju sistem pembayaran digital guna menciptakan efisiensi dan efektivitas operasional UMKM.

Penelitian ini dilandasi oleh dua teori utama. Pertama, *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan Davis (1989) digunakan untuk menerangkan bagaimana persepsi kemudahan dan persepsi manfaat memengaruhi adopsi *fintech* oleh pelaku UMKM. Kedua, *Resource Based View* (RBV) Barney (1991) digunakan untuk menjelaskan bagaimana teknologi (*fintech*) dan manajemen keuangan mampu menumbuhkan daya saing yang berkelanjutan bagi pelaku UMKM. Penggabungan kedua teori ini diperlukan untuk mengetahui bagaimana pelaku usaha dalam menerima teknologi digital dan mengelola sumber daya modal dengan efektif. Dengan demikian, kerangka teori ini diharapkan dapat memberi gambaran tentang faktor-faktor yang dapat mendorong keberlanjutan usaha UMKM di Kota Surabaya.

Berdasarkan pembahasan tersebut, peneliti memiliki ketertarikan untuk mengkaji lebih mendalam topik tersebut melalui judul **“Analisis Pengaruh**

Adopsi *Fintech* dan Manajemen Keuangan terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM di Kota Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah diuraikan, penulis merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Adopsi *Fintech* memiliki pengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM di Kota Surabaya?
2. Apakah Manajemen Keuangan memiliki pengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM di Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah diuraikan, maka penelitian memiliki tujuan untuk:

1. Untuk menguji pengaruh Adopsi *Fintech* terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM di Kota Surabaya
2. Untuk menguji pengaruh Manajemen Keuangan terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM di Kota Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan tidak sekedar menjadi solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, tetapi juga mampu memberikan nilai tambah bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta kebijakan di masa depan. Adapun manfaat dari penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Temuan penelitian ini memberikan landasan untuk menerapkan ajaran perkuliahan, khususnya di bidang teori akuntansi dan manajemen keuangan.

b. Bagi Pelaku UMKM

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan keunggulan teknologi keuangan dan manajemen keuangan dalam mendorong transformasi digital pada pelaku usaha. Hal ini akan membantu mengelola keuangan dengan tepat, termasuk pemisahan dana pribadi dan usaha. Sehingga pelaku UMKM dapat mengevaluasi kinerja mereka, menjaga stabilitas arus kas dan menjaga pertumbuhan usaha jangka panjang.

c. Bagi Akademisi

Temuan studi ini diharapkan dapat mendukung adanya implementasi ilmiah dan menjadi rujukan untuk penelitian di masa mendatang tentang topik terkait, terutama yang berkaitan dengan pengaruh teknologi keuangan terhadap kelangsungan bisnis jangka panjang.

d. Bagi Instansi/Pemerintah

Temuan studi ini diharapkan akan membantu pemerintah kota Surabaya menilai dan memandu pengembangan program dukungan edukasi teknologi keuangan digital dan manajemen keuangan bagi pelaku UMKM.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur di bidang Akuntansi Manajemen dan Akuntansi Sektor Publik, khususnya mengenai penerapan teori penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) dalam

konteks UMKM. Selain itu, dengan konsep *Resource-Based View* (RBV), studi ini memperkuat landasan teoritis bahwa manajemen keuangan, baik konvensional maupun digital, merupakan aset tidak berwujud strategis yang memungkinkan entitas bisnis memiliki sumber daya potensial untuk terus tumbuh, berkembang, dan mempertahankan keberlanjutan usaha (*business sustainability*) di masa mendatang. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan pelaku usaha mengenai penggunaan teknologi keuangan. Konsep dan temuan dalam studi ini diharapkan akan digunakan sebagai landasan teoretis atau referensi komparatif untuk penelitian ilmiah yang sejenis di masa mendatang.