

## Eksplorasi Kesadaran dan Minat Reseller Makanan Terhadap Fintech Syariah Sebagai Sumber Modal Usaha di Kabupaten Probolinggo

Urifatul Komariyah<sup>1\*</sup>, Ahdiyati Agus Susila<sup>2</sup>, Moh. Abd. Rahman<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Zainul Hasan Genggong, Indonesia

\*E-mail: urifaqomariah@gmail.com

### Information Article

*History Article*

*Submission: 29-05-2026*

*Revision: 30-06-2026*

*Published: 02-07-2026*

### DOI Article:

10.62421/jibema.v4i1.296

### ABSTRAK

Perkembangan inovasi teknologi keuangan (fintech) syariah berpotensi besar menjadi solusi permodalan bagi pelaku usaha mikro. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam kesadaran dan minat pelaku usaha mikro (reseller makanan) terhadap Fintech Syariah sebagai alternatif sumber modal usaha di Kabupaten Probolinggo. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi deskriptif, data primer dihimpun melalui wawancara mendalam terhadap 13 informan kunci reseller makanan aktif yang dipilih secara purposive sampling. Tahapan analisis data mengikuti prosedur model Moustakas dan Creswell yang meliputi Epoche, Horizontalization, Clustering into themes, hingga sintesis esensi makna. Hasil penelitian mengungkap adanya paradoks struktural: akar keagamaan masyarakat Probolinggo yang kuat tidak linear dengan tingkat pemahaman inovasi finansial syariah digital. Kesadaran reseller makanan didominasi oleh tingkat kesadaran pasif, di mana 11 dari 13 informan belum familier dengan skema akad dan legalitas fintech syariah. Sementara itu, minat pelaku usaha bersifat kondisional karena dipengaruhi oleh persepsi risiko yang tinggi terhadap maraknya modus penipuan digital.

**Kata Kunci:** Kesadaran, Minat, Reseller Makanan, Fintech Syariah, Modal Usaha, Fenomenologi

### ABSTRACT

*The development of Islamic financial technology (fintech) innovation holds great potential as a capital solution for micro-enterprises. This study aims to deeply explore the awareness and interest of micro-business actors (food resellers) toward Islamic Fintech as an alternative source of business capital in Probolinggo Regency. Employing a qualitative approach with a descriptive phenomenological design, primary data were gathered through in-depth interviews with 13 key informants of active food resellers selected via purposive sampling. The data analysis followed Moustakas and Creswell procedures, incorporating Epoche, Horizontalization, Clustering into themes, and synthesis of essential meanings. The findings reveal a structural paradox: the strong religious roots of the Probolinggo community do not linearly translate into a high understanding of digital Islamic financial innovation. Resellers' awareness is dominated by passive awareness, where 11 out of 13 informants are unfamiliar with the contract schemes and legality*

### Acknowledgment

---

*of Islamic fintech. Meanwhile, their interest is conditional due to high perceived risk related to widespread digital fraud.*

**Key word:** *Awareness, Interest, Food Resellers, Islamic Fintech, Business Capital, Phenomenology*

---

©2026 Published by JIBEMA. Selection and/or peer-review under responsibility of JIBEMA

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi keuangan (fintech) di Indonesia tumbuh sangat pesat, namun belum diimbangi dengan peningkatan literasi dan inklusi keuangan syariah. Berdasarkan SNLIK 2022, indeks literasi keuangan syariah nasional baru mencapai 9,14% dengan tingkat inklusi 12,12%, jauh tertinggal dibandingkan sektor konvensional yang telah mencapai 85,10% (OJK, 2022). Kesenjangan ini menjadi tantangan strategis dalam mendorong inklusi keuangan syariah, khususnya bagi pelaku usaha mikro di daerah seperti para reseller makanan di Kabupaten Probolinggo.

Kondisi ini tergambar nyata di Kabupaten Probolinggo, di mana data BPS tahun 2025 mencatat jumlah UMKM telah mencapai lebih dari 73.115 unit usaha (BPS Kabupaten Probolinggo, 2025). Besarnya jumlah pelaku usaha ini menunjukkan potensi sekaligus tantangan dalam mendorong penggunaan teknologi keuangan syariah secara merata. Kenyataannya, banyak pelaku usaha makanan di Probolinggo masih mengandalkan pola pendanaan tradisional atau modal sendiri akibat keterbatasan informasi mengenai akses pembiayaan digital (Indra Prawana, dkk, 2024), sehingga pertumbuhan jumlah reseller sering kali tidak disertai kekuatan modal yang memadai untuk menyetok barang atau memperluas pasar (Wahyuni & Haryono, 2021).

Di sinilah Fintech Syariah hadir sebagai solusi permodalan alternatif yang sesuai prinsip Islam. Efektivitas pemanfaatannya sangat bergantung pada kesadaran pelaku usaha, mengingat pemahaman terhadap produk keuangan merupakan faktor kunci penentu minat bertransaksi (Adji, dkk, 2023). Kondisi di lapangan menunjukkan banyak reseller yang memiliki perangkat digital namun belum memahami akad dan legalitas Fintech Syariah Alam, dkk., (2021), sehingga tanpa awareness yang kuat potensinya sebagai solusi permodalan tidak akan terserap optimal (Habibah & Rahmawati, 2023). Selain kesadaran, rendahnya pemanfaatan juga dipengaruhi oleh faktor minat yang erat kaitannya dengan kepercayaan, persepsi kemudahan, dan keamanan produk.

Transformasi digital pelaku UMKM di Kabupaten Probolinggo sebetulnya bukan hal baru, sebagaimana dibuktikan oleh kajian strategi pengembangan UMKM era digital Bahrudin & Rahman, (2024) dan riset strategi promosi digital pelaku usaha lokal (Roifah, et al, 2023). Namun penggunaan teknologi tersebut belum menjangkau aspek permodalan melalui Fintech Syariah yang sesungguhnya

menjadi kunci keberlangsungan dan pengembangan usaha.

Beberapa penelitian terdahulu menjadi landasan utama penelitian ini, antara lain Damayanti, (2023) yang mengkaji pemahaman UMKM terhadap produk pembiayaan bank, Prawana et al, (2024) yang meneliti peran literasi keuangan dan fintech dalam inklusi UMKM, Bahrudin & Rahman, (2024) yang membahas strategi pengembangan UMKM digital di Probolinggo, serta Roifah et al, (2023) yang mengkaji strategi promosi digital pelaku usaha lokal. Selain itu, kajian mengenai dinamika keuangan syariah di lingkup internal institusi dan UMKM secara umum di Indonesia juga telah diteliti oleh Billah & Nuntupa (2021) yang membedah peran dan kendala fintech syariah, serta Syuhri (2024) yang menyoroti eksistensi Koperasi Syariah BMT INZAH sebagai alternatif permodalan di Probolinggo.

Namun, dari aspek metodologi, riset-riset tersebut mayoritas menggunakan metode kuantitatif atau deskriptif umum, berbeda dengan Aqidah (2023) yang telah menerapkan pendekatan fenomenologi untuk mengeksplorasi perilaku konsumen di era digital. Namun seluruh studi tersebut terfokus pada pemasaran digital dan belum menyentuh aspek akses permodalan syariah, sementara kajian fenomenologis mengenai pengalaman pelaku usaha kecil terhadap keuangan syariah digital di wilayah religius seperti Probolinggo juga masih sangat terbatas (Nasution, dkk., 2023).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi deskriptif untuk mengeksplorasi secara mendalam esensi pengalaman, tingkat kesadaran, serta kecenderungan minat reseller makanan terhadap pemanfaatan teknologi keuangan berbasis syariah sebagai sumber modal usaha (Bado, 2022). Sumber data terdiri dari data primer yang diperoleh melalui purposive sampling dengan 13 informan kunci reseller makanan aktif yang dipilih berdasarkan kriteria: (1) telah menjalankan usaha minimal 1 tahun, (2) berdomisili di Kabupaten Probolinggo, dan (3) bersedia memberikan informasi secara mendalam. Jumlah 13 informan dipilih untuk memenuhi standar saturasi data dalam penelitian kualitatif fenomenologis, sebagaimana direkomendasikan oleh Creswell & Poth (2018) bahwa saturasi minimal dicapai pada 13 informan. Informan terdiri dari laki-laki dan perempuan, berusia antara 21 hingga 50 tahun, dengan lama usaha berkisar 2 hingga 23 tahun, omzet bulanan antara Rp250.000 hingga Rp2.000.000, dan berasal dari berbagai kecamatan di Kabupaten Probolinggo meliputi Kecamatan Pajarakan, Kecamatan Maron, Kecamatan Kraksaan, dan Kecamatan Gading. Data sekunder berupa literatur, dokumen resmi, dan artikel ilmiah terkait perkembangan Fintech Syariah digunakan sebagai penguat validitas temuan (Creswell, 2007). Karakteristik dan profil mendalam dari 13 informan yang terlibat dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1 berikut:

**Tabel 1. Karakteristik dan profil**

| No. | Nama       | Gender | Usia   | Wilayah (kecamatan) | Lama Usaha | Omzet Perbulan | Status Pengguna Fintech Syariah |
|-----|------------|--------|--------|---------------------|------------|----------------|---------------------------------|
| 1.  | Supiyati   | P      | 42 thn | Pajajaran           | 8 thn      | Rp. 500.000    | Non-Pengguna (berminat)         |
| 2.  | Irul       | L      | 35 thn | Maron               | 5 thn      | Rp. 800.000    | Non-Pengguna (tidak berminat)   |
| 3.  | Bayu       | L      | 22 thn | Gading              | 4 thn      | Rp. 700.000    | Pengguna Aktif                  |
| 4.  | Jaka       | L      | 21 thn | Gading              | 3 thn      | Rp. 900.000    | Pengguna Aktif                  |
| 5.  | Fajar R.   | P      | 28 thn | Pajajaran           | 5 thn      | Rp. 600.000    | Non-Pengguna (berminat)         |
| 6.  | Ririn      | P      | 30 thn | Kraksaan            | 8 thn      | Rp. 500.000    | Non-Pengguna (berminat)         |
| 7.  | Sufiyati   | P      | 39 thn | Gading              | 7 thn      | Rp. 800.000    | Non-Pengguna (berminat)         |
| 8.  | Fatimah    | P      | 32 thn | Pajajaran           | 10 thn     | Rp. 600.000    | Non-Pengguna (berminat)         |
| 9.  | Susmiati   | P      | 29 thn | Maron               | 12 thn     | Rp. 1.000.000  | Non-Pengguna (tidak berminat)   |
| 10. | Mama Rafa  | P      | 34 thn | Maron               | 14 thn     | Rp. 900.000    | Non-Pengguna (tidak berminat)   |
| 11. | Zulfa      | P      | 36 thn | Gading              | 23 thn     | Rp. 300.000    | Non-Pengguna (tidak berminat)   |
| 12. | Urifatun   | P      | 28 thn | Gading              | 2 thn      | Rp. 550.000    | Non-Pengguna (tidak berminat)   |
| 13. | Sibahuddin | L      | 50 thn | Gading              | 18 thn     | Rp. 400.000    | Non-Pengguna (tidak berminat)   |

Sumber: data diolah (2026)

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik yaitu observasi lapangan, wawancara mendalam (*in-depth interview*) semi-terstruktur, dan dokumentasi (Creswell, 2007). Data kemudian dianalisis

menggunakan model fenomenologi Clark Moustakas (Moustakas, 1994) yang disinkronkan dengan prosedur Creswell dan Poth melalui lima tahapan: (1) Epoche, yakni peneliti melakukan refleksi diri untuk menanggukkan prasangka dan asumsi awal agar data diperoleh secara murni dari perspektif informan; (2) Horizontalization, yakni seluruh pernyataan bermakna dari transkrip wawancara diidentifikasi dan diperlakukan setara tanpa hierarki; (3) Clustering into themes, yakni pernyataan-pernyataan tersebut dikelompokkan berdasarkan kemiripan makna melalui proses open coding, axial coding, dan selective coding hingga terbentuk tema-tema inti; (4) Deskripsi tekstural-struktural, yakni peneliti menyusun narasi yang menggambarkan apa yang dialami informan (tekstural) dan bagaimana pengalaman tersebut terbentuk secara kontekstual (struktural); dan (5) Sintesis makna dan esensi, yakni temuan dari seluruh informan dipadukan untuk menghasilkan deskripsi esensi pengalaman bersama.

Validasi tema dilakukan melalui member checking kepada tiga informan terpilih untuk memastikan kesesuaian interpretasi peneliti dengan pengalaman yang dimaksud informan (Creswell & Poth, 2018). Keabsahan data dijamin melalui triangulasi yang dilaksanakan secara spesifik sebagai berikut: (a) triangulasi sumber, dengan membandingkan data dari tiga kategori informan yaitu pengguna aktif fintech, pengguna lembaga konvensional, dan non-pengguna; (b) triangulasi teknik, dengan mengkonfirmasi data wawancara menggunakan hasil observasi lapangan dan dokumentasi usaha informan; dan (c) triangulasi waktu, dengan melakukan verifikasi ulang kepada empat informan kunci pada tahap kedua pengumpulan data yang dilaksanakan dua minggu setelah sesi wawancara pertama (Creswell, 2008).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Masyarakat Religius Tetap Rendah Literasi Fintech Syariah**

Temuan penelitian ini menghadirkan paradoks yang mendasar dan layak dikaji secara mendalam: Kabupaten Probolinggo dikenal sebagai wilayah dengan akar keagamaan yang sangat kuat, di mana pondok pesantren dan majelis taklim menjadi urat nadi kehidupan sosial masyarakat. Namun justru di lingkungan yang seharusnya paling reseptif terhadap produk ekonomi Islam ini, literasi terhadap Fintech Syariah berada pada titik yang sangat rendah. Dari 13 informan yang diwawancarai terdiri dari 10 perempuan dan 3 laki-laki, berusia antara 21 hingga 50 tahun, dengan lama usaha 2 hingga 23 tahun. Sebanyak 11 informan menyatakan belum pernah mendengar atau mengenal istilah Fintech Syariah sebelumnya.

Supiyati (perempuan, 42 tahun, lama usaha 8 tahun, Kecamatan Pajarakan) mengungkapkan, "Saya belum pernah mendengar ataupun mengenal istilah Fintech Syariah sebelumnya dalam kegiatan usaha saya." Senada dengan itu, Irul (laki-laki, 35 tahun, Kecamatan Maron) menyatakan, "Saya belum pernah mendengar informasi atau mengenal istilah Fintech Syariah sebelumnya." Pernyataan serupa

juga dikemukakan oleh Fajar Rahmawati, Fatimah, Mama Rafa, Susmiati, Ririn, Sufiyati, Urifatun Hasanah, Zulfa, dan Sibahuddin. Hanya Bayu Sukma dan Jaka yang mengaku telah mengenal dan aktif menggunakan layanan Fintech Syariah.

Paradoks ini bukan sekadar anomali statistik, melainkan cerminan kegagalan distribusi pengetahuan ekonomi syariah yang bersifat struktural. Nilai-nilai religius yang kuat ternyata tidak secara otomatis bertransformasi menjadi literasi keuangan syariah digital, karena keduanya berada pada jalur sosialisasi yang berbeda—satu melalui institusi keagamaan, yang lainnya melalui kanal teknologi yang belum menjangkau komunitas ini secara sistematis. Dalam kerangka Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis dalam (Marikyan & Papagiannidis, 2025), penerimaan individu terhadap teknologi baru sangat ditentukan oleh dua persepsi utama: *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan).

Ketika kedua persepsi tersebut belum terbentuk akibat minimnya paparan informasi melalui jalur keagamaan maupun teknologi, kesadaran terhadap Fintech Syariah pun terhenti sebelum berkembang lebih lanjut. Hal ini sejalan dengan temuan (Habibah & Rahmawati, 2023) yang menegaskan bahwa tanpa awareness yang kuat, potensi Fintech Syariah sebagai solusi permodalan tidak akan terserap secara optimal. Diperlukan perubahan pendekatan menuju model edukasi yang bersifat bottom-up, komunitas-sentris, dan terintegrasi dengan otoritas moral lokal seperti ulama pesantren dan tokoh majelis taklim agar kesadaran aktif terhadap Fintech Syariah benar-benar dapat terbentuk.

Adapun pada dimensi minat, temuan penelitian ini memperlihatkan pola yang lebih variatif: sebagian besar informan yang menolak Fintech Syariah sesungguhnya telah aktif menggunakan platform digital seperti Shopee dan TikTok untuk berjualan, namun secara bersamaan menolak layanan keuangan digital dengan alasan ketakutan penipuan. Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi di kalangan reseller makanan Probolinggo bersifat parsial dan asimetris.

Dari 11 informan yang belum mengenal Fintech Syariah, 5 di antaranya menyatakan berminat mencoba layanan tersebut setelah mendapat penjelasan singkat selama wawancara, apabila prosesnya mudah dan sesuai prinsip syariah, yaitu Supiyati, Fajar Rahmawati, Ririn, Sufiyati, dan Fatimah. Sebaliknya, 6 informan yakni Irul, Mama Rafa, Susmiati, Zulfa, Urifatun Hasanah, dan Sibahuddin menyatakan tidak berminat. Pola minat yang kondisional ini konsisten dengan kerangka Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan Ajzen dalam (Purwanto dkk, 2022). Pada informan yang berminat, sikap positif muncul dari keyakinan bahwa layanan berbasis syariah bebas riba, norma subjektif terbentuk dari nilai-nilai keagamaan yang kuat, dan persepsi kontrol perilaku terwakili oleh harapan terhadap kemudahan proses. Sebaliknya, pada informan yang tidak berminat, persepsi kontrol perilaku yang lemah akibat rendahnya literasi digital menjadi penghalang utama.

### **Paradoks Digitalisasi vs Ketidakpercayaan**

Paradoks paling mencolok yang ditemukan dalam penelitian ini adalah kontradiksi antara akselerasi digitalisasi dan persistensi ketidakpercayaan terhadap layanan keuangan digital. Sebagian besar informan yang menolak Fintech Syariah sesungguhnya telah aktif menggunakan platform digital seperti Shopee dan TikTok untuk berjualan, namun secara bersamaan menolak layanan keuangan digital dengan alasan ketakutan penipuan. Zulfa (perempuan, 36 tahun, lama usaha 23 tahun, Kecamatan Gading) menyampaikan, "Saya tidak mau mencoba karena takut penipuan. Saya sudah pernah jualan online di Shopee dan TikTok dan tidak pernah kekurangan stok, jadi tidak merasa butuh pinjaman digital."

Dalam perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM), paradoks ini dapat dijelaskan melalui konsep *perceived risk* yang bersifat domain-spesifik. Reseller menerima teknologi pemasaran karena persepsi manfaatnya konkret dan risikonya terasa terkendali, namun menolak teknologi keuangan karena persepsi risikonya jauh lebih tinggi dan dampaknya dirasakan lebih fatal, yakni kehilangan uang. Susmiati mengungkapkan, "Saya merasa khawatir ditipu, saya lebih terbiasa bertransaksi langsung melalui sales atau transfer manual." Sufiyati mendeskripsikan, "Saya merasa takut terhadap modus penipuan digital, seperti pengiriman tautan atau link mencurigakan yang dapat merugikan." Mama Rafa menambahkan, "Kendala utamanya adalah adanya rasa khawatir akan potensi penipuan serta memang kurang adanya ketertarikan pribadi."

Kondisi ini memperkuat temuan (Wahyuni & Haryono, 2021) bahwa tingkat kepercayaan merupakan faktor kunci dalam adopsi layanan keuangan digital. Implikasi strukturalnya adalah bahwa strategi pemasaran digital yang berfokus pada kemudahan teknologi saja tidak cukup. Yang dibutuhkan adalah strategi membangun kepercayaan yang menjembatani jurang antara penggunaan teknologi pemasaran dan penerimaan teknologi keuangan, melalui regulasi yang terpublikasi secara luas, testimoni komunitas yang nyata, serta pendampingan langsung yang mengurangi persepsi risiko (Alam dkk, 2021).

### **Hubungan Budaya Lokal dengan Kepercayaan terhadap Fintech**

Temuan penelitian ini secara konsisten menunjukkan bahwa ketidakpercayaan reseller terhadap Fintech Syariah tidak dapat dipisahkan dari akar budaya lokal Kabupaten Probolinggo. Masyarakat Probolinggo memiliki budaya transaksi yang sangat berbasis kepercayaan personal dan tatap muka, pola yang telah tertanam jauh sebelum era digital dan diperkuat oleh nilai-nilai komunal dalam tradisi pesantren serta majelis taklim. Ketika Fintech Syariah menawarkan transaksi tanpa pertemuan fisik dan tanpa figur terpercaya yang dikenal secara personal, ia berbenturan secara mendasar dengan logika kepercayaan yang berlaku di komunitas ini.

Bagi informan yang sudah aktif menggunakan, keunggulan Fintech Syariah tergambar konkret dan terukur. Bayu Sukma menegaskan, "Meminjam modal melalui aplikasi syariah jauh lebih mudah prosesnya dan yang terpenting adalah tanpa adanya bunga (riba)." Jaka memperkuat, "Meminjam modal melalui aplikasi syariah jauh lebih praktis, tidak rumit, dan yang terpenting adalah terbebas dari sistem bunga." Keduanya juga menyoroti kemudahan akses melalui ponsel sebagai pembeda utama dibandingkan perbankan konvensional. Dari perspektif ekonomi syariah, pengalaman Bayu Sukma dan Jaka membuktikan bahwa prinsip kemudahan (taysir) dan keadilan ('adalah) yang menjadi fondasi Fintech Syariah bukan sekadar narasi teoritis, melainkan benar-benar dapat dirasakan manfaatnya secara konkret dalam pengelolaan modal usaha mikro.

Budaya lokal Probolinggo yang berakar pada tradisi pesantren menempatkan tokoh agama, ulama, dan figur komunal sebagai sumber otoritas yang dipercaya. Dari perspektif Theory of Planned Behavior (TPB) Ajzen dalam (Purwanto dkk, 2022), norma subjektif yang terbentuk dari lingkungan sosial keagamaan ini memiliki pengaruh sangat kuat terhadap minat perilaku. Ketika 5 dari 11 informan non-pengguna menyatakan berminat "asalkan mudah dan sesuai syariah", ini adalah sinyal nyata bahwa hambatan utama bukan pada penolakan terhadap konsep syariah, melainkan pada absennya endorsement dari figur komunal yang dipercaya.

Implikasi yang paling kuat dari temuan ini adalah bahwa budaya lokal Probolinggo seharusnya tidak dipandang sebagai hambatan terhadap adopsi Fintech Syariah, melainkan sebagai modal sosial yang dapat dan harus diintegrasikan ke dalam desain strategi adopsinya. Fintech Syariah perlu hadir melalui figur-figur yang sudah dipercaya komunitas, yaitu ulama lokal, kepala desa, atau pedagang senior sebagai jembatan kepercayaan yang kontekstual (Ambarwati dkk., 2023).

## **SIMPULAN**

Berdasarkan eksplorasi fenomenologis terhadap 13 reseller makanan di Kabupaten Probolinggo, penelitian ini menyimpulkan tiga hal utama. Pertama, kesadaran reseller terhadap Fintech Syariah didominasi oleh kesadaran pasif; 11 dari 13 informan belum pernah mendengar istilah tersebut. Sementara minat bersifat kondisional dan sangat bergantung pada kemudahan proses serta jaminan kepatuhan prinsip syariah. Kedua, terdapat tiga penghambat struktural yang saling memperkuat: keterbatasan informasi, ketakutan terhadap penipuan digital, dan rendahnya literasi teknologi aplikasi. Ketiga, keunggulan konkret Fintech Syariah seperti kemudahan akses, bebas riba, dan proses yang efisien baru dipahami secara empiris oleh pengguna aktif, sementara non-pengguna belum memiliki referensi persepsi yang memadai meskipun telah memiliki predisposisi positif terhadap konsep syariah.

Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya program edukasi literasi keuangan syariah yang menasar langsung komunitas reseller makanan di tingkat kecamatan, disertai pendampingan teknik

penggunaan aplikasi dan pembangunan kepercayaan melalui testimoni pengguna nyata dari komunitas lokal. Kolaborasi antara penyedia Fintech Syariah, lembaga keagamaan, dan pemerintah daerah Kabupaten Probolinggo menjadi kunci untuk mengubah potensi minat yang bersifat kondisional menjadi penggunaan nyata yang berkelanjutan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alam, M. M., dkk. (2021). Factors influencing Islamic financial technology adoption of MSMEs. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 14(4), 711.
- Ambarwati, S. D. A., dkk. (2023). Peran fintech bagi perkembangan UMKM di Indonesia. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Amelia, R. (2021). Analisis literasi keuangan terhadap minat UMKM menggunakan fintech. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, 7(2), 45.
- Aqidah, W. (2023). Analisis impulsive buying Gen-Z pada Shopee Live: Sebuah studi fenomenologi. *Ar-Ribhu: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(2). (Dosen UNZAH - Baru)
- Asmiranti, A. (2025). Analisis hukum Islam terhadap pengambilan keuntungan oleh reseller dalam jual beli online perspektif hukum Islam. Skripsi. IAIN Parepare.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Probolinggo. (2025). Kabupaten Probolinggo dalam angka 2025. Probolinggo: BPS.
- Bado, B. (2022). Model pendekatan kualitatif: Telaah dalam metode penelitian ilmiah. Klaten: Tahta Media Group.
- Bahrudin, B., & Abd Rahman, M. (2024). Analisis strategi pengembangan UMKM pada era digital di Kabupaten Probolinggo. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 10(2), 213.
- Billah, Z. I., & Nuntupa. (2021). Peran dan kendala Fintech Syariah pada UMKM. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 2(2), 256–266. (Dosen UNZAH - Diperbarui)
- Chrisna, H., Hernawaty, & Noviani. (2023). Literasi keuangan syariah untuk perkembangan UMKM. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). California: Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2008). *Narrative research designs. Dalam Educational research* (3rd ed.). USA: Pearson Education.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Damayanti, N. (2023). Pemahaman pelaku UMKM pada produk pembiayaan di bank terhadap minat bertransaksi. *Jurnal Perbankan Syariah*.
- Farhan, M. (2024). Analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan) serta evaluasi terhadap manajemen ZIS: Studi Baznas Kabupaten Probolinggo. *Ar-Ribhu: Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*, 5(1), 121–130.

- Farida, E. A. (2023). Strategi pemasaran produk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi syariah dalam persaingan global. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(1), 1–19.
- Habibah, U., & Rahmawati, D. (2023). Kesadaran dan perilaku keuangan syariah pada pelaku usaha mikro di era digital. *Jurnal Ekonomi Islam*, 14(2), 112.
- Marikyan, D., & Papagiannidis, S. (2025). *Technology Acceptance Model: A review*. TheoryHub Book, 1.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Nasution, M. R., dkk. (2023). Digital transformation and Islamic financial technology: A phenomenological study on small business owners. *Journal of Islamic Economic and Business*, 6(1), 15.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) 2022*. Jakarta: OJK.
- Prawana, I., Yusri, D., & Sakdiah, K. (2024). Peran literasi keuangan dan fintech syariah dalam mendorong inklusi keuangan pada pelaku UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3(3), 16.
- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). *Theory of planned behavior: Implementasi perilaku electronic word of mouth pada konsumen marketplace*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Rahmania, dkk. (2025). Penerapan prinsip larangan maysir, gharar, dan riba dalam bank syariah. *Al-Muqaranah: Jurnal Hukum dan Pemikiran Islam*, 3(2), 9.
- Roifah, T. N., Fadil, N., & Hoirunnas. (2023). Strategi promosi dalam meningkatkan penjualan di Toko Metro Store dan Fashion Banyuwangi Probolinggo. *ESA: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 5(2), 65.
- Sumarlin K., A., & Nuryati. (2024). *Fintech dan perbankan: Kolaborasi inovatif untuk masa depan keuangan*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Syuhri, S. (2024). Koperasi Syariah BMT INZAH Probolinggo. *Ar-Ribhu: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(2). (Dosen UNZAH - Baru)
- Wahyuni, S., & Haryono, T. (2021). Hambatan dan peluang adopsi teknologi keuangan bagi pelaku UMKM Muslim Indonesia. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 15(2), 201.
- Wulandari, M., & Rifqiawan, R. A. (2025). Islamic financial literacy and regulatory framework in the implementation of equity crowdfunding in Indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 10(1), 130.
- Adji, Y. B., dkk. (2023). Perkembangan inovasi fintech di Indonesia. *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 5(1), 47.