



Jurnal Politeknik Caltex Riau

<https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/>

| e- ISSN : 2476-9460 (Online) | p- ISSN : 2085-0751 (Print)

Peranan *Technology Acceptance Models* dalam Minat Penggunaan *Financial Technology* pada UMKM

Nia Tresnawaty¹, Indira Shinta Dewi², Christina³

¹Universitas Satya Negara Indonesia, Jurusan Akuntansi, email: niatresnawaty@usni.ac.id

²Universitas Satya Negara Indonesia, Jurusan Akuntansi, email: indirashinta76@gmail.com

³Universitas Satya Negara Indonesia, Jurusan Akuntansi, email: christina@usni.ac.id

Abstrak

Akhir-akhir ini terdapat sumber permodalan alternatif berbasis inovasi yang disebut FinTech, beberapa UMKM sudah mulai melibatkan FinTech sebagai sumber modal pilihan, namun ada juga beberapa UMKM lain yang memutuskan untuk tidak memanfaatkan FinTech karena adanya bahaya seperti privasi informasi, serangan peretas dan representasi yang salah. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji Peranan *Technology Acceptance Models* yang mencakup Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Norma Subjektif dalam minat penggunaan *Financial Technology* pada UMKM di Kebayoran Lama Utara, Jakarta Selatan. Populasi penelitian ini adalah UMKM yang ada di Kebayoran Lama Utara, Jakarta Selatan. Sampel ini diambil memakai teknik Simple Random Sampling tepatnya memakai rumus slovin yang mendapat 148 sampel. Data penelitian ini dianalisis memakai analisis regresi linier berganda didukung oleh SPSS. Hasil penelitian ini secara parsial dengan uji t maupun simultan dengan uji F yaitu variabel kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan norma subjektif mempengaruhi minat penggunaan *Financial Technology* pada UMKM secara signifikan.

Kata kunci: TAM, *Financial Technology*, UMKM.

Abstract

As of late there have been elective innovation based capital sources called FinTech, some MSMEs have started involving FinTech as an elective wellspring of capital, however a few other MSMEs have decided not to utilize FinTech due to dangers, for example, information privacy, programmer assaults and misrepresentation. The aims of this research is to examine the role of the *Technology Acceptance Model* which includes the influence of trust, perceived benefits, perceived convenience and subjective norms in interest in using financial technology among MSMEs in North Kebayoran Lama, South Jakarta. The populace in this study is MSMEs in North Kebayoran Lama, South Jakarta. This sample was taken using the Simple Random Sampling technique, precisely using the Slovin formula which obtained 148 samples. This research data was analyzed using multiple linear regression analysis supported by SPSS. The partial with the t test and simultaneous with the F test results of this research, namely the variables of trust, perceived usefulness, perceived ease of use, and subjective norms significantly influence interest in using *Financial Technology* in MSMEs.

Keywords: TAM, *Financial Technology*, MSMEs

1. Pendahuluan

Bisnis Fintech adalah bisnis yang melaju cepat di Indonesia, dimana dapat dibuktikan dengan data yang dipaparkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terkait perusahaan Fintech yang teregistrasi dari awal hingga akhir September 2019. Tren kenaikan perusahaan ini bertambah sebanyak 28 Perusahaan yang terdaftar di OJK. Seiring dengan kemajuan teknologi internet dan gadget yang mencakup handphone, smartphone, Fintech cukup berkembang secara pesat. Fintech membawa model baru di mana teknologi informasi menggalakkan inovasi dalam industri keuangan [1]. Skor transaksi sektor Fintech di Indonesia mendapat *Compound Annual Growth Rate (CAGR)* sebesar 39% dimana Indonesia menjadi negara tertinggi kedua di antara negara-negara G20 selama masa pandemi Covid-19 hingga tahun 2022. Pemakaian Fintech di Indonesia sudah disokong oleh dua lembaga resmi yaitu BI dan OJK dengan regulasi yang ditetapkan yaitu Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi pada akhir tahun 2016. Mengutip dari [2] data Statistik 2022, performa Fintech unggul dalam lima bagian *Fintech* utama yang melaksanakan digitalisasi sektor jasa keuangan di Indonesia yaitu bagian *Neobanking*, *Alternative Financing*, *Digital Assets*, *Digital Investment* dan *Digital Payments*. Hingga akhir tahun 2022, Kelima bagian tersebut mempunyai cakupan sekitar 73 persen dari total pasar *Fintech* di Indonesia.

Menyinggung laporan yang disampaikan UOB, PwC, dan Singapore Fintech Association (SFA), Angka perusahaan teknologi finansial di Indonesia terus bertambah secara konsisten [3]. Hal ini selaras dengan penerobosan keuangan digital di Indonesia yang berkembang pesat. Dimana hal tersebut dibuktikan bahwa Indonesia mempunyai 440 perusahaan Fintech di Tahun 2017 dan meningkat menjadi 583 perusahaan pada tahun 2018. Pada tahun 2019, jumlah perusahaan berkembang pesat menjadi 691 dan pada tahun 2020, naik menjadi 758 unit. Pada tahun 2021, perusahaan ini naik sebanyak 3,56% menjadi 785 perusahaan per September 2021. Volume perusahaan FinTech di Indonesia merupakan angka perusahaan terbanyak kedua di Asia Tenggara. Peningkatan perusahaan Fintech jika diselaraskan dengan peningkatan digital dikalangan UMKM akan mempercepat pemulihan ekonomi nasional. Akan tetapi, mengacu dari data Kementerian Koperasi dan UKM, 17,25 Juta atau kurang lebih 26,5% UMKM yang baru terkoneksi pada ekosistem digital dari sekitar 65 juta UMKM. Dalam hal ini, penggunaan internet dan transaksi online memberikan laba terhadap perusahaan Fintech maupun pengguna [4]. Teknologi dan ketepatan penggunaan memberikan kemudahan dan kecepatan dalam menjalankan setiap transaksi bagi konsumen. Sementara bagi perusahaan, tersedianya teknologi dapat menjadi solusi terjangkau bagi pengembangan infrastruktur. Akan tetapi, kecanggihan teknologi dalam melaksanakan transaksi memakai Fintech membuka peluang resiko dan masalah baru.

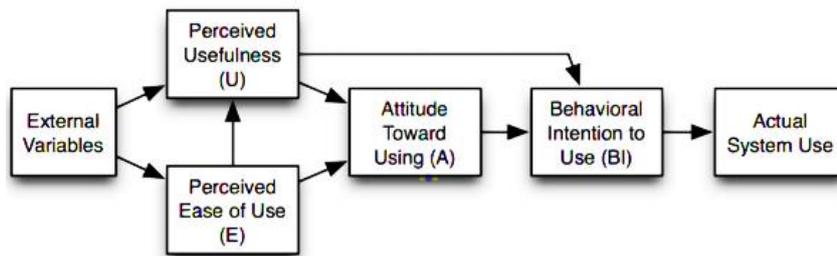
Dalam melihat indikator keberhasilan pengimplementasian teknologi dalam pelaksanaan transaksi pembayaran yang dilaksanakan oleh perusahaan Fintech diperlukan mengamati aspek perilaku. Aspek perilaku tersebut dapat dilihat dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* yang sedang dikembangkan [5]. Mengacu pada fenomena tingginya pemakai Fintech pada masyarakat Indonesia serta manfaat yang diberikan Fintech kepada UMKM lebih banyak serta kenyataan bahwa UMKM masih minim menggunakan Fintech, diperlukan adanya penelitian terkait apakah ada minat penggunaan Fintech pada UMKM dengan aspek kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan serta norma subjektif. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lidiawan [6], dkk, Lee dan Shin [1], Meyliana, dkk [7], Yang, dkk [8] dimana penelitian tersebut menghasilkan bahwa keempat indikator tidak semuanya berpengaruh pada penggunaan fintech. Oleh karena itu, peneliti melaksanakan penelitian dengan memakai objek penelitian serta jumlah sampel yang berbeda untuk melihat komparasi dengan penelitian sebelumnya tentang pemakaian fintech. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Peranan *Technology Acceptance Model* yang meliputi Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Norma Subjektif dalam minat

Penggunaan *Financial Technology* pada UMKM di wilayah Kebayoran Lama Utara Jakarta Selatan.

2. Tinjauan Pustaka

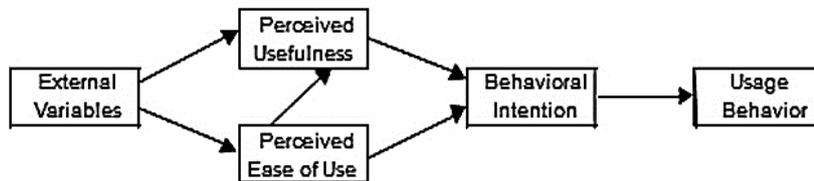
2.1 TAM (Technology Acceptance Model)

Technology Acceptance Models ialah teori yang dipakai untuk memprediksi maupun menguraikan efek faktor – faktor penerimaan teknologi oleh oleh pengguna [9]. Model ini awalnya diperkenalkan pada tahun 1986 oleh Davis [5] yang dimana model ini adalah merupakan lanjutan *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Ajzen dan Fishbein tahun 1967 [10].



Gambar 1. Theory of Reasoned Action (TRA) [10]

Namun pada tahun 1996, Venkatesh dan Davis memperbaiki TAM setelah temuan utama dari persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan yang dirasa ditemukan memiliki pengaruh langsung terhadap niat perilaku sehingga menghilangkan kebutuhan akan variabel sikap [5]. Dapat ditunjukkan dalam gambar berikut :



Gambar 2. Technology Acceptance Model (TAM) [5]

2.2 Pengembangan Hipotesis

Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan individu terhadap individu lain atau keyakinan pada sebuah produk, jasa, dan suatu layanan yang mampu memenuhi fungsi dan tanggung jawabnya. Terdapat tiga dimensi kepercayaan yaitu persepsi kualitas layanan, keyakinan, dan keamanan terhadap layanan [11] [12]. Kepercayaan diri merupakan kesediaan seseorang untuk menggunakan suatu produk atau merek tertentu [13]. Keyakinan dapat mempengaruhi minat menggunakan teknologi. Maka kepercayaan yang terbangun turut meningkatkan minat menggunakan *fintech*. Penelitian Meyliana dkk [7] menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan teknologi finansial. Penelitian Putra et al [14] memperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech*.

H₁ : Kepercayaan mempengaruhi terhadap minat pemakaian *fintech*

Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat adalah suatu tahapan individu meyakini bahwa pemakaian suatu sistem spesifik dapat menaikkan prestasi kerja individu tersebut. Dimana hal ini dapat dimaknai bahwa penggunaan teknologi informasi mempunyai manfaat yaitu meningkatkan kinerja serta prestasi seseorang yang memakainya [15]. Pemanfaatan teknologi informasi memiliki manfaat dalam meningkatkan kinerja dan prestasi pihak yang menggunakannya [15]. Penelitian Hanifah dan Mukhlis [16] menunjukkan bahwa variabel kemanfaatan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *fintech*. Pemanfaatan *fintech* menawarkan banyak promosi seperti fasilitas *cashback* dan promosi gratis ongkos kirim. Semakin banyak manfaat yang dirasakan masyarakat, semakin banyak pula masyarakat yang menggunakan *fintech* berulang kali. Penelitian Ardianto dan Azizah [17] menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan berpengaruh terhadap penggunaan teknologi finansial.

H₂ : Persepsi manfaat mempengaruhi terhadap minat pemakaian *fintech*

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan ialah tahapan individu yakin dengan memakai teknologi dapat mudah dimengerti. Mengacu pada definisi, kemudahan dalam pemakaian adalah kepercayaan dalam memutuskan suatu hal. Jika pemakai merasa percaya terkait sistem tersebut mudah dimengerti untuk dipakai, maka individu tersebut akan memakainya begitupun sebaliknya. Persepsi kemudahan juga diartikan sebagai sejauh mana subjek menanggapi bahwa suatu sistem maupun teknologi dapat dipakai dengan mudah [18]. Penelitian Linda dkk [19], menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan berdampak negatif terhadap penggunaan *fintech*. Temuan penelitian Mia Andika Sari dkk [20] menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak ada kaitannya dengan penggunaan *fintech* (e-wallet).

H₃ : Persepsi kemudahan pemakaian mempengaruhi terhadap minat pemakaian *fintech*

Norma Subjektif

Norma subjektif adalah anggapan individu terhadap keyakinan yang dipunyai oleh individu lain seperti orang tua, saudara, teman yang dapat berpengaruh terhadap seseorang untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan perilaku yang dipertimbangkan [21]. Dapat dipahami jika seseorang meyakini bahwa keputusan segala sesuatu adalah hak seseorang, maka individu tersebut akan mengabaikan faktor dan pendapat mengenai lingkungan disekitarnya. Penelitian Rivaldi dan Dinaroe [22] menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap minat menggunakan teknologi finansial. Penelitian Yoon dan Lim [23] terhadap norma subjektif memberikan dampak positif terhadap minat masyarakat menggunakan Internet banking.

H₄ : Norma subjektif mempengaruhi terhadap minat pemakaian *fintech*

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai gabungan dari dua metode penelitian yaitu kualitatif serta kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan 1.055 UMKM yang tercatat aktif di Adapun UMKM Wilayah Kebayoran Lama Utara. Simple Random Sampling dengan rumus slovin merupakan Teknik pengambilan sampel. Berikut rumus *Slovin* :

$$n = \frac{1.055}{1.055 (0,1)^2 + 1} = 91,34$$

Hasil perhitungan slovin dengan taraf error 10% maka data sample minimal sebanyak 91 sample. Dalam penelitian ini menyebarkan kuesioner sebanyak 185, namun hanya sebanyak 148 kuesioner yang di isi dan dapat diolah. Kuesioner dengan Skala Likert 5 Poin

merupakan instrumen dalam penelitian serta menggunakan Regresi Linear Berganda dengan Uji Hipotesis dan Uji Asumsi Klasik sebagai metode analisis datanya. Teknik analisis data menggunakan *Software* SPSS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas penelitian ini membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk derajat kebebasan (df) = $n - 2$. Penelitian ini $df = 148 - 2$ atau $df = 146$ dengan tingkat signifikansi α sebesar 0,05, $r_{tabel} = 0,1614$. Hasil perhitungan validitas bahwa Kepercayaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Norma Subjektif sudah valid dengan $sig >$ dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Variabel dikatakan reliabel apabila mengasih nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$. Regulasi pada pada uji reliabilitas yakni :

- a. Jika skor *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$ maka dikatakan reliabel.
- b. Jika skor *Cronbach's Alpha* $< 0,70$ maka dikatakan tidak reliabel.

Dari hasil diperoleh kelima variabel dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$. Dengan uraian sebagai berikut: Kepercayaan (X_1) = 0,812. Persepsi Manfaat (X_2) = 0,832, Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_3) = 0,819, Norma Subjektif (X_4) = 0,774, Minat Penggunaan Fintech (Y) = 0,841. Mengacu pada hasil uji instrument validitas serta reliabilitas maka didapatkan hasil adalah valid dan reliabel. Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis data dengan melalui pengujian asumsi klasik.

Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai hasil yang menunjukkan bahwa $0,121 > 0,05$ sehingga ditarik kesimpulannya data mempunyai distribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Mengacu terhadap hasil uji heterokedastisitas diperoleh hasil Kepercayaan (X_1) = 0,060. Persepsi Manfaat (X_2) = 0,117, Persepsi Kemudahan Penggunaan (X_3) = 0,761, Norma Subjektif (X_4) = 0,852. Membuktikan tidak adanya heterokedastisitas karena nilai Sig $>$ dari 0,05 atau 5%.

Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel DW, nilai dL diperoleh 1,6762 serta dU sejumlah 1,7871 didapatkan. Memperlihatkan bahwa skor DW (Durbin-Watson) didapatkan skor 1,883 dimana $>$ dari batas atas (dU) 1,7871 serta $<$ dari 2,2129 (4-dU). Maka kesimpulannya tidak terdapat autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Mengacu kepada hasil uji Multikolinearitas dari ke empat variabel. nilai tolerance berada diatas 0,10 serta nilai VIF berada dibawah 10, sehingga kesimpulannya tidak terdapat multikolinieritas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variable	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	0,406	0,986	
Kepercayaan (X1)	0,152	0,084	0,139
Persepsi Manfaat (X2)	0,170	0,067	0,220
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)	0,222	0,041	0,029
Norma Subjektif (X4)	0,237	0,055	0,292

Dari tabel diatas dihasilkan model persamaan regresi linier berganda yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 0,406 + 0,152X_1 + 0,170X_2 + 0,222X_3 + 0,237X_4 + e$$

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilaksanakan melalui cara mengkomparasikan $f_{hitung} > f_{tabel}$ dimana f_{hitung} didapatkan hasil dalam tabel ANOVA, sedangkan f_{tabel} didapatkan dari df penyebut = $n-k-1 = 148-4-1 = 143$, df pembilang = $k = 4$

Nilai F_{tabel} sebesar 2,33. Sedangkan uji F yang terdapat pada tabel ANOVA output SPSS jika $p\ values < 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak. Maka kesimpulannya terdapat dampak yang besar antar variabel bebas bersamaan kepada variabel terikat. Hasil output untuk uji F yaitu :

Tabel 2. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	313,766	4	60,583	42,566	.000 ^b
	Residual	220,474	143	1,562		
	Total	514,240	147			

Mengacu kepada output hasil pengujian SPSS, dapat dikatakan bahwa hasil F_{hitung} 42,566 artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $42,566 > 2,33$ serta tingkat sig $0,000 < 0,05$. Hasilnya yaitu H_a diterima dan H_o ditolak, sehingga terbukti dimana kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subyektif berdampak terhadap minat penggunaan *fintech*.

Uji Parsial (Uji t)

Dalam uji parsial (uji t) dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ maupun $df = 148-4-1 = 143$. t_{tabel} sebesar 1,9769 dengan pembulatan 1,977 sedangkan nilai t_{hitung} mengacu pada yang tertera pada tabel *Coefficients* :

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	B	t	Sig	Kesimpulan
Kepercayaan	0,152	1,986	0,023	H1 Diterima
Persepsi Manfaat	0,170	2,561	0,011	H2 Diterima
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,222	2,533	0,045	H3 Diterima
Norma Subjektif	0,237	4,325	0,000	H4 Diterima

Mengacu pada hasil uji parsial (uji t) dari semua variable untuk t hitung > dari t tabel dan nilai Sig semua dibawah 0,05. Sehingga kesimpulannya masing-masing variabel independen berdampak kepada variable dependen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil perhitungan nilai Adjusted R Square sebesar 0,876 membuktikan bahwa sebesar 87,6% secara simultan variabel kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, norma subyektif mempunyai pengaruh yang cukup terhadap pemakaian fintech, sedangkan variabel lain yang tidak tertera dala, penelitian mengaruhi penelitian ini.

Mengacu kepada hasil olahan data, maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Persepsi kepercayaan berdampak pada keinginan pemakaian *financial technology* pada UMKM. Diketahui nilai t hitung 1,986 memakai signifikansi 0,023 berarti nilainya < dari 0,05 maka H_{01} ditolak. Hal ini menyatakan secara individual variable persepsi kepercayaan penggunaan fintech berpengaruh kepada minat pemakaian *financial technology*. Kepercayaan merupakan keyakinan dimana setiap individu atau kelompok memiliki ketergantungan dan kebutuhan yang dapat berpengaruh kepada minat untuk menggunakan suatu teknologi. Citra layanan fintech sudah baik dikalangan UMKM untuk membantu proses pembayaran yang aman, cepat dan praktis atau tercipta efisien dalam system pembayaran. Kepercayaan yang telah timbul membuat minat penggunaan fintech juga semakin tinggi. Penelitian ini mendukung penelitian yang memberitahukan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh minat pemakaian fintech. Selanjutnya, penelitian [16] dan [24] memberitahukan bahwa pandangan terkait kepercayaan tidak mempengaruhi minat penggunaan *financial technology*.
2. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat pemakaian *financial technology* pada UMKM. Diketahui nilai t hitung 2,561 memakai signifikansi 0,011 berarti nilainya < dari 0,05 maka H_{02} ditolak. Hal ini membuktikan secara individual variable persepsi manfaat penggunaan fintech berpengaruh terhadap minat pemakaian *financial technology*. Individu meyakini bahwa suatu sistem berguna dan berpengaruh, maka individu tersebut akan memakainya. Hal ini memberikan makna jika seseorang merasa bahwa aplikasi yang digunakan bermanfaat bagi kelancaran transaksi pembayaran maka ia akan menggunakan fintech tersebut. Bahkan kemungkinan penggunaan tersebut dapat dilakukan secara berulang. Penelitian ini selaras dengan penelitian [17] bahwa persepsi manfaat mempengaruhi minat penggunaan *financial technology*. Selanjutnya penelitian [25] memberitahukan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh pada minat pemakaian *financial technology*.
3. Persepsi kemudahan berdampak terhadap keinginan pemakaian *financial technology* Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Diketahui nilai t hitung 2,533 memakai signifikansi 0,045 berarti nilainya < dari 0,05 maka H_{03} ditolak. Hal ini membuktikan secara individual variable persepsi kemudahan pemakaian berdampak terhadap keinginan penggunaan *financial technology*. Perspektif kemudahan penggunaan diartikan sebagai ukuran seberapa jauh individu memakai teknologi dapat terbebas dari usaha. Apabila individu memiliki keyakinan atau rasa yakin bahwa sistem teknologi mudah dipakai, maka akan cenderung ingin terus memakainya. Sebaliknya, apabila seorang merasa bahwa teknologi sulit dipakai maka tidak akan memakainya. Semakin percaya akan kemudahan penggunaan *technology* maka minat seseorang untuk menggunakan *technology* semakin besar. UMKM terbiasa dengan teknologi maka semakin tinggi menggunakan *financial technology* mengingat fintech memiliki fitur yang mudah dimengerti dan proses yang cepat. Penelitian ini selaras dengan penelitian [6] dimana persepsi kemudahan berdampak terhadap pemakaian *financial technology*. Selanjutnya penelitian [26] memberitahukan bahwa persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat pemakaian *financial technology*.

4. Norma subjektif berpengaruh terhadap keinginan pemakaian *financial technology* pada UMKM. Diketahui nilai t hitung 4,325 memakai signifikansi 0,000 berarti nilainya < dari 0,05 maka H_{04} ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwa secara individual variable norma subjektif berpengaruh terhadap minat pemakaian *financial technology*. Berkaitan dengan pandangan setiap individu yang berkaitan dengan kepercayaan orang lain yang akan berpengaruh terhadap keinginan untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan sikap menjadi pertimbangan. Hal ini memberikan makna bahwa seseorang akan mengikuti lingkungannya jika percaya bahwa penggunaan suatu aplikasi akan bermanfaat baginya maka ia akan turut menggunakan aplikasi tersebut untuk meningkatkan kenyamanan dan efisien dalam pembayaran setiap transaksi keuangan yang ia lakukan. Penelitian ini selaras dengan penelitian [22] bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap minat pemakaian *financial technology*. Selanjutnya penelitian [27] memberitahukan bahwa persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat pemakaian *financial technology*.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulannya secara parsial maupun simultan keempat variabel independen yang mencakup persepsi kepercayaan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan kegunaan, serta norma subjektif mempunyai dampak yang signifikan kepada minat penggunaan fintech. Dari hasil penelitian ini, UMKM yang ada di wilayah Kebayoran Lama Utara sudah memiliki wawasan yang memadai dan memiliki minat terhadap penggunaan fintech.

5.2 Saran

Penelitian yang akan datang diharuskan untuk memperluas cakupan daerah riset dan tidak hanya pada UMKM yang terdapat wilayah Kebayoran Lama Utara sehingga cakupan penelitiannya lebih luas. Selain itu, kepada pihak yang mempunyai keperluan seperti Dinas UMKM dan penyedia layanan FinTech untuk melaksanakan sosialisasi kemudahan serta manfaat yang ditawarkan kepada UMKM untuk meningkatkan penggunaan FinTech kedepannya oleh UMKM.

Daftar Pustaka

- [1] I. Lee and Y. J. Shin, "Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges," *Bus Horiz*, vol. 61, no. 1, pp. 35–46, Jan. 2018, doi: 10.1016/j.bushor.2017.09.003.
- [2] J. G. Plate, "Menkominfo: Lima Segmen Fintech Indonesia Capai CAGR 39% Meski Masuki Tech Winter," Jakarta, Dec. 2022.
- [3] A. Karnadi, "Jumlah Fintech di Indonesia Terus Meningkat hingga 2021," Dec. 2021.
- [4] Kementerian Koperasi dan UKM, "Pentingnya Kolaborasi Fintech dan UMKM dalam Mempercepat Pemulihan Ekonomi Nasional," Apr. 2021.
- [5] F. D. Davis, "A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems," 1986.
- [6] A. R. Lidiawan, N. Laely, R. D. Nugroho, and N. A. Chandra, "Pengaruh Kemudahan, Kegunaan, Kepercayaan dan Faktor Risiko Penggunaan Financial Technology dalam Proses Bisnis UMKM Bidang Fashion di Kota Kediri," *Risk* :

- Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, vol. 2, no. 1, pp. 1–24, 2021, [Online]. Available: <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/risk>
- [7] Meyliana, E. Fernando, and Surjandy, “The Influence of Perceived Risk and Trust in Adoption of FinTech Services in Indonesia,” *Communication & Information Technology) Journal*, vol. 13, no. 1, pp. 31–37, 2019.
- [8] Q. Yang, C. Pang, L. Liu, D. C. Yen, and J. M. Tarn, “Exploring consumer perceived risk and trust for online payments: An empirical study in China’s younger generation,” *Comput. Human Behav*, vol. 50, pp. 9–24, 2015.
- [9] S. R. Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. 2022. [Online]. Available: www.fb.com/cv.seribu.bintang
- [10] I. Ajzen, “From intentions to actions: A theory of planned behavior,” *In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), Action-control: From cognition to behavior. Heidelberg: Springer.*, pp. 1–39, 1985.
- [11] L. dan K. Chuang, “The Adoption of Fintech Service: TAM Perspective,” *International Journal of Management and Administrative Science*, vol. 3, 2016.
- [12] I. Khoiriyah, D. A. Kusumawati, and I. Indriasari, “Analisis Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Di Jawa Tengah,” *Stability : Journal of Management & Business*, vol. 3, no. 2, pp. 48–57, 2020, [Online]. Available: <http://journal.upgris.ac.id/index.php/stability>
- [13] A. Mujahidin and R. P. F. Astuti, “Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial,” *Inovbiz : Jurnal Inovasi Bisnis*, vol. 8, pp. 143–150, 2020.
- [14] A. A. S. Putra, N. W. S. Suprpti, N. N. K. Yasa, and I. P. G. Sukaatmadja, “Technology Acceptance Model And Trust In Explaining Customer Intention To Use Internet Banking,” *Russ J Agric Socioecon Sci*, vol. 91, no. 7, pp. 254–262, Jul. 2019, doi: 10.18551/rjoas.2019-07.29.
- [15] B. Santoso and E. Zusrony, “Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Payment Berbasis Fintech Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM),” *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, vol. 11, pp. 49–54, 2020, [Online]. Available: www.cnbcindonesia.com
- [16] T. R. Hanifah and I. Mukhlis, “Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Menggunakan Layanan ShopeePay: Pendekatan Technology Acceptance Model,” *ECOBISMA : Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, vol. 9, no. 2, pp. 69–83, 2022.
- [17] K. Ardianto and N. Azizah, “Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya,” *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, vol. 23, no. 1, p. 13, May 2021, doi: 10.33370/jpw.v23i1.511.
- [18] H. J. Asja, S. Susanti, and A. Fauzi, “Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta,” *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, vol. 2, no. 4, pp. 309–325, Sep. 2021, doi: 10.35912/jakman.v2i4.495.

- [19] M. Linda and N. Marlina Br Purba, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penggunaan Financial Teknologi Di Kota Batam," *Jurnal EMBA*, vol. 8, no. 1, pp. 922–934, 2020.
- [20] M. A. Sari, R. Listiawati, Novitasari, and R. Vidyasari, "Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet (Studi Kasus Produk Gopay Dan Link Aja Pada Masyarakat Pengguna Di Wilayah Jabodetabek)," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 18, no. 2, pp. 126–134, 2019.
- [21] B. Fadly and N. Saragih, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Program Studi S-1 Akuntansi Di STIE IBBI Untuk Berkarir Di Bidang Perpajakan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi S-1 Akuntansi di STIE IBBI)," *Jurnal Bina Akuntansi IBBI*, vol. 28, no. 1, pp. 99–111, 2018.
- [22] S. Rivaldi and Dinaroe, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Fintech Pada UMKM Di Kota Banda Aceh Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, vol. 7, no. 1, pp. 1–15, 2022.
- [23] C. Yoon and D. Lim, "An empirical study on factors affecting customers' acceptance of internet-only banks in Korea," *Cogent Business and Management*, vol. 7, no. 1, Jan. 2020, doi: 10.1080/23311975.2020.1792259.
- [24] D. C. Kumala, J. W. Pranata, and S. Thio, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Trust, Dan Security Terhadap Minat Penggunaan Gopay Pada Generasi X Di Surabaya," *JMP : Jurnal Manajemen Perhotelan*, vol. 6, no. 1, pp. 19–29, 2020, doi: 10.9744/jmhot.6.1.19-29.
- [25] K. Juhri and C. K. Dewi, "Kepercayaan Dan Penerimaan Layanan Mobile Money T-Cash Di Bandung Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)," *Jurnal Pro Bisnis*, vol. 10, no. 1, pp. 36–51, 2017.
- [26] A. S. Qulub, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Cirebon)," 2019.
- [27] T. A. Putri, Nurbaiti, and J. Nasution, "Pengaruh Norma Subjektif dan Persepsi Manfaat Terhadap Intensitas Menggunakan Fintech Payment dengan Sikap Pengguna Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara)," *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, vol. 3, no. 1, pp. 375–395, 2023.