

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT UMKM KOTA BATAM UNTUK MENGGUNAKAN *FINTECH*

Devin¹, Yulfiswandi²

^{1,2}Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia
e-mail: 2041215.devin@uib.edu

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *government support*, *financial literacy*, dan *trust* memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention to use*. Metode penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif dengan metode pengambilan sampel *non probabilitas sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 300 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Penelitian ini melakukan pengujian dengan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan dapat memengaruhi perilaku *intention to use*. *Perceived ease of use* dinyatakan dapat memengaruhi *behavioral intention of use*, pengguna atau konsumen akan cenderung tertarik dan ingin menggunakan produk *FinTech* apabila produk tersebut lebih menarik dan mudah untuk digunakan. *Government support* dapat memainkan peran penting dalam membentuk niat pengguna dalam menggunakan *FinTech* dengan memberikan dukungan berupa infrastruktur teknologi atau insentif keuangan. Variabel *financial literacy* dibuktikan dapat berpengaruh terhadap *behavioral intention to use*.

Kata kunci: *fintech*; niat penggunaan; UMKM

Abstract

This research was conducted to test whether *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *government support*, *financial literacy*, and *trust* have an influence on *behavioral intention to use*. The research method used is quantitative with a non-probability sampling method. The number of samples used was 300 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. This research conducted testing with SPSS software. The results of the research show that the variable *perceived usefulness* can influence intention to use behavior. *Perceived ease of use* is stated to influence *behavioral intention of use*, users or consumers will tend to be interested and want to use *FinTech* products if the product is more attractive and easy to use. *Government support* can play an important role in shaping users' intentions to use *FinTech* by providing support in the form of technological infrastructure or financial incentives. The financial literacy variable has been proven to influence *behavioral intention to use*.

Keywords : *fintech*; *behavioral intention*; SMEs

PENDAHULUAN

Industri *Financial Technology* (*FinTech*) telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, memungkinkan layanan perbankan online yang sederhana, aman, dan berkualitas tinggi (Kang, 2018). Teknologi finansial mengalami kemajuan karena pergeseran kebiasaan konsumen. Ini karena mereka sangat bergantung pada teknologi untuk melakukan tugas yang paling dasar sekalipun. Semakin meluasnya layanan *Financial Technology* (*FinTech*) mampu mempermudah UMKM dalam melakukan transaksi. UMKM saat ini masih banyak yang tidak menggunakan layanan *Financial Technology* (*FinTech*), karena kurangnya pengetahuan teknologi (Purnamasari et al., 2020).

FinTech pada dasarnya adalah aplikasi teknologi dalam industri keuangan yang diharapkan terus berkembang di masa depan, termasuk peningkatan praktiknya di Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Purnamasari et al., 2020). Layanan *Financial Technology* (*FinTech*) sangat berpotensi pada UMKM, oleh karena itu pemahaman karakter UMKM yang mendukung penerapan *FinTech* perlu dikaji lebih lanjut. Menurut studi Kadafi & Darma (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *FinTech* memiliki banyak potensi untuk meningkatkan keberlangsungan UMKM

berupa efisiensi dari aspek operasional dan kemudahan anggotanya untuk mengakses permodalan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu perekonomian masyarakat Indonesia yang memiliki lingkup kecil yang berdiri sendiri yang bisa di kelola secara perorangan atau berkelompok. Perkembangan UMKM di Indonesia ini merupakan salah satu menjadi prioritas dalam melakukan pembangunan ekonomi nasional. UMKM ini tidak hanya di tujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan pelaku usaha, juga dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural (Suryati, 2019). Secara umum, UMKM terbagi menjadi 3 yaitu usaha mikro, kecil, dan menengah. Usaha Mikro adalah salah satu kategori yang paling kecil dari UMKM karena dalam usaha mikro, aset tempat bangunan tidak terhitung ke dalam perhitungan bisnis. Usaha Mikro ini hanya memiliki omzet bisnisnya tidak lebih dari Rp 50.000.000,-. Usaha Kecil adalah suatu usaha ekonomi yang berdiri sendiri maupun berkelompok yang bukan sebagai badan usaha dari perusahaan utama, Jenis UMKM yang satu ini memiliki omzet di antara Rp 300.000.000,- sampai Rp 500.000.000,-. Usaha Menengah merupakan salah satu jenis usaha terbesar dalam UMKM dikarenakan bisnis yang dijalankan sudah pasti memiliki omzet yang sangat tinggi, mereka mampu mendapatkan omzet tahunan sekitar Rp 500.000.000,- sampai Rp 10.000.000.000,- (Fathina, 2022).

Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, salah satunya melalui sektor UMKM sangat berdampak bagi perekonomian di Indonesia. Hingga saat ini pemerintah berfokus pada program-program untuk mendukung UMKM, dengan program yang telah di buat pemerintah berharap dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mempercepat pemulihan ekonomi nasional. Itulah mengapa UMKM di Indonesia masih menjadi faktor utama dalam meningkatkan ekonomi nasional (Agnesia & Saputra, 2022).



Gambar 1. Perkembangan Pekerja UMKM di Kota Batam Tahun 2021-2022

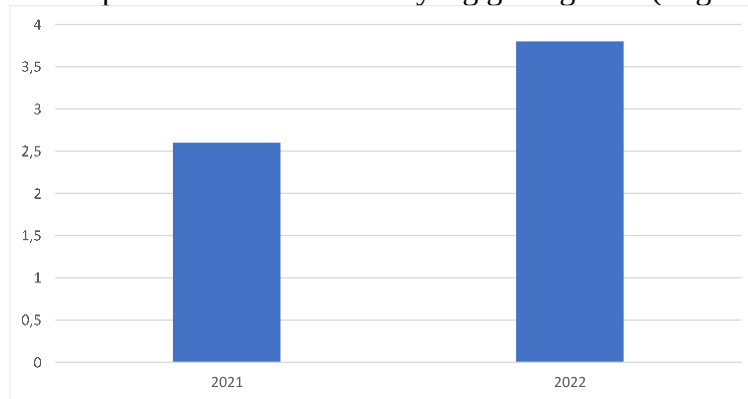
Sumber: Katadata (2022)

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa peningkatan jumlah pekerja dari setiap bulan dimulai dari november 2021 hingga maret 2022 begitu pesat perkembangannya. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia semakin banyak dan semakin banyak juga peluang untuk calon pekerja yang ingin bekerja pada UMKM tersebut.

Selama ini UMKM masih mengalami permasalahan yang belum sepenuhnya terpecahkan, sehingga dari berbagai permasalahan tersebut menjadi penghalang bagi pengembangan dan kemajuan UMKM. Fenomena atau masalah yang sering dialami oleh pelaku usaha UMKM diantaranya keterbatasan kapasitas sumberdaya manusia yang sangat rendah diimbangi minimnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi akan berdampak besar pada prospek UMKM (Alifa, 2020). *Financial Technology* menjadi data pendukung penelitian UMKM, karena masih terdapatnya permasalahan *Financial Technology* yang

terjadi pada UMKM, seperti ketidakmampuan para pelaku usaha UMKM menggunakan *Financial Technology* disebabkan oleh sebagian besar transaksi ekonomi UMKM masih berbasis uang tunai dengan lebih dari 90 persen dana berada di luar sektor perbankan. Ekonomi berbasis uang tunai dicirikan sebagai suatu budaya yang dikaitkan dengan kurangnya kesadaran, keamanan dan pemahaman pada manfaat pembayaran digital, serta tidak mahir dalam menggunakan *Financial Technology*, sehingga ketidakmampuan penggunaan *Financial Technology* dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM. Penggunaan media sosial menjadi data pendukung penelitian UMKM, karena masih terdapatnya permasalahan penggunaan media sosial yang terjadi pada UMKM, seperti para pelaku UMKM juga sebagian besar tidak mampu menggunakan media sosial oleh karena tidak kompetennya UMKM dalam melakukan promosi di media sosial dan UMKM, sehingga ketidakmampuan penggunaan media sosial dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan UMKM (Fajar & Larasati. 2021).

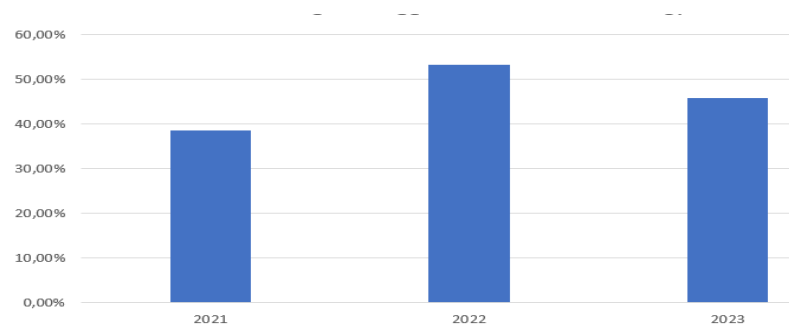
Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM tidak dapat diabaikan begitu saja, masih ada yang perlu diperhatikan untuk meminimalisir masalah salah satunya meneliti peningkatan pendapatan bagi pelaku usaha UMKM karena masih ditemukan penurunan pendapatan, hal tersebut di karenakan minimnya daya beli masyarakat menjadi salah satu alasan adanya beberapa UMKM di Indonesia yang gulung tikar (Sugiarti *et al.*, 2020).



Gambar 2. UMKM yang Mengalami Gulung Tikar di Kota Batam Tahun 2021-2022.

Sumber: BPS (2022)

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa UMKM banyak yang gulung tikar, karena omset penjualan menurun drastis, sehingga UMKM tidak mampu membayar gaji karyawan. Hal ini diperkuat dengan adanya berita Kumparan (2022) yang menyatakan bahwa UMKM tahun 2021 hingga 2022 memiliki persentase gulung tikar lebih besar. Hal ini dikarekan UMKM di Kota Batam tahun 2021 dan 2022 mengalami penurunan omset penjualan, hal ini terjadi karena sepi pesanan pada UMKM tersebut dan ketidakmampuan UMKM dalam melakukan promosi di media sosial, sehingga tidak terdapat daya tarik UMKM pada pelanggan karena kurangnya promosi di media sosial. Masalah yang terjadi pada UMKM tersebut dapat diselesaikan dengan adanya pelatihan penggunaan media sosial agar mampu membantu UMKM melakukan promosi, dan pendapatan UMKM dapat meningkat.



Gambar 3. Perkembangan Pengguna *Financial Technology*.

Sumber: Kontan (2023)

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa pada pengguna *Financial Technology* pada tahun 2021 sebesar 38,5%, sedangkan pada tahun 2022 meningkat hingga 53,1%. namun terjadi penurunan pada tahun 2023 menjadi 45,8%. Hasil ini diperkuat dengan adanya temuan dalam berita Kominfo terkait minimnya penggunaan *Financial Technology* karena kurangnya wawasan pengetahuan tentang *Financial Technology*. *Financial Technology* (*FinTech*) dapat menjadi solusi bagi UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Untuk itu, pelaku UMKM perlu mendapat pelatihan tambahan agar menguasai hal tersebut. Berdasarkan berita tersebut diinformasikan bahwa UMKM memiliki permasalahan produktivitas, kehadiran *FinTech* sekarang sudah mempermudah masalah tersebut. Namun ternyata UMKM masih membutuhkan pengetahuan yang harus ditingkatkan, seperti manajemen administrasi, *supply chain*, dan *sales invoice*. Prospek pengembangan UMKM di Indonesia sendiri terbilang tinggi. Berdasarkan data *peer-to-peer lending*, pendanaan di sektor produktif UMKM juga semakin meningkat. Pada Oktober 2021 kemarin tumbuh 52,74% dari total pendanaan, dimana pada tahun 2020 hanya sebesar 38,90%. Untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM terhadap *FinTech*, lanjut Dewi, perlu dilakukan pendampingan tetap seperti pelatihan digital. Hal itu bertujuan agar pelaku memiliki digital skills yang diharapkan berdampak pada kemampuan finansialnya(Kominfo, 2021).

FinTech sangatlah berguna untuk UMKM, guna untuk menubunakusur transaksi pembayaran cash. *FinTech* sangat sesuai untuk diteliti karena perkembangan teknologi saat ini berkembang pesat..Maraknya penggunaan *FinTech* saat ini, namun ternyata masih ada juga UMKM yang tidak memahami penggunaan *FinTech* sehingga ini menjadi masalah penelitian dan perlu ditelusuri lebih lanjut. Sehingga penulis tertarik mengambil judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM Kota Batam Untuk Menggunakan *FinTech*”.

METODE

Metode penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif dengan metode pengambilan sampel non probabilitas sampling dengan pendapatan penelitian yang bersifat kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 300 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Penelitian ini melakukan pengujian dengan software SPSS. ini jenis penelitiannya adalah kuantitatif dengan paradigma asosiatif untuk menguji pengaruh variabel-variabel sebab (*regressors*), terhadap variabel akibat (*regresand*). Penelitian ini menggunakan menghubungkan sebab akibat antar variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Government support*, *Financial Literacy* dan *Trust* yang sebagai variabel dependen terhadap *Behavioral Intention* yang sebagai variabel dependen.

Peneliti menggunakan UMKM di Batam sebagai objek dari penelitian ini dengan jumlah pengambilan sampel sebanyak 300 responden. Penentu sampel dengan

menggunakan rumus slovin. Peneliti mengumpulkan data dengan menawarkan responden dengan 21 pertanyaan skala likert menggunakan formulir Google. Adapun kriteria dalam penentuan sampel sebagai berikut :

- a. Pengumpulan data berdasarkan responden yang memiliki UMKM atau pemilik dari UMKM.
- b. Pengumpulan data berdasarkan UMKM yang masih aktif dan berada di Kota Batam.

Faktor independen mempengaruhi variabel dependen. Peneliti menggunakan *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Government support*, *Financial Literacy* dan *Trust* sebagai variabel independen. Dengan menyajikan 19 pertanyaan dalam bentuk skala likert dengan tingkatan dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Dengan tiap tingkatan yang memiliki poin dari 4 hingga 1. Variabel dependen adalah variabel yang berubah sebagai akibat dari perubahan variabel independen. Menggunakan survei skala Likert tiga pertanyaan dengan tanggapan mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, variabel dependen penelitian ini adalah *Behavioral Intention*. Data penelitian dikumpulkan dengan meminta peserta mengisi kuesioner formulir Google yang terdiri dari 21 item yang ditanyakan pada skala likert. Tabel berikut menampilkan jumlah responden yang merespons di masing-masing dari lima kategori skala likert, dari kesepakatan sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju, dengan point tertinggi diberikan skor 4 (SS) dan tingkatan sangat tidak setuju dengan point 1.

Terdapat beberapa tahapan kuesioner yang disajikan oleh peneliti kepada responden : Pertanyaan umum yang disajikan oleh peneliti kepada responden bersifat umum seperti umur responden, nama pemilik, jenis kelamin, nama UMKM dan bidang usahanya. Sedangkan Pertanyaan utama yang disajikan oleh peneliti kepada responden yang berkaitan dengan pengaruh *Perceived of Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Government Support*, *Financial Literacy* dan *Trust* terhadap niat perilaku UKM dalam pemakaian *FinTech* di Kota Batam.

a. Faktor Independen

Faktor Independen mempengaruhi variabel dependen. Peneliti menggunakan *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Government support*, *Financial Literacy* dan *Trust* sebagai variabel independen. Dengan menyajikan 19 pertanyaan dalam bentuk skala likert dengan tingkatan dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju. Dengan tiap tingkatan yang memiliki poin dari 4 hingga 1.

Perceived Usefulness

Menurut (Davis, 1989) Konsep Istilah *Perceived Usefulness* mengacu pada keyakinan individu bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan produktivitasnya. Lima pertanyaan pada skala likert dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju digunakan untuk memeriksa variabel ini.

Tabel 2. Pengukuran dari variabel *Perceived Usefulness*

<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	Layanan teknologi keuangan membantu saya melakukan transaksi dalam bisnis saya lebih cepat	(Perwitasari, 2022)
	PU2	Layanan <i>financial technology</i> menambah efektifitas bisnis saya (misalnya transaksi pembayaran lebih aman atau layanan dapat digunakan sesuai kebutuhan saya)	

PU3	Layanan <i>financial technology</i> membantu mempermudah saya dalam menjalankan bisnis (misalnya fitur pembayaran online seperti GoPay, OVO, dll), layanan pengelolaan keuangan online, layanan buku kas online, kredit online, dll
PU4	Menurut pendapat saya, layanan <i>financial teknologi</i> memberikan manfaat positif bagi bisnis saya karena keahliannya yang beragam.
PU5	Layanan <i>financial technology</i> membantu bisnis saya dalam meningkatkan produktivitas/penjualan (misalnya menggunakan layanan GoFood/GoPay, Ovo, ShopeePay untuk meningkatkan penjualan anda)

Perceived Ease of Use

Perceived ease of Use didefinisikan dalam penelitian ini sebagai efektivitas penggunaan layanan *FinTech*, termasuk memeriksa antarmuka layanan *FinTech* dan kesederhanaan layanan *FinTech* yang dapat diakses melalui berbagai jenis perangkat (Nugraha et al., 2022). Empat pertanyaan skala likert menguji variabel ini:

Tabel 3. Pengukuran dari variabel *Perceived Ease of Use*

Government Support	GS1	Saya percaya bahwa pemerintah mendukung dan meningkatkan penggunaan layanan <i>FinTech</i> untuk UKM	(Setiawan et al., 2021) (Nugraha et al., 2022)
	GS2	Saya percaya pemerintah telah menerapkan undang-undang dan peraturan yang menguntungkan untuk layanan <i>FinTech</i> untuk usaha kecil dan menengah.	
	GS3	Saya percaya pemerintah secara aktif menyiapkan berbagai jenis infrastruktur, termasuk infrastruktur jaringan telekomunikasi, yang berperan baik dalam mendukung layanan <i>FinTech</i> .	

Government Support

Tabel 4. Pengukuran dari variabel *Government Support*

<i>Perceived Ease of Use</i>	PEU1	Bagi saya, menggunakan layanan <i>financial teknologi</i> itu mudah dipelajari. Misalnya ada petunjuk atau akses cara menggunakan layanan <i>financial teknologi</i> tersebut.	(Perwitasari, 2022)
	PEU2	Layanan <i>financial teknologi</i> yang saya gunakan bersifat lugas dan mudah dipahami. Misalnya karena akses yang mudah dan tampilan aplikasi disertai petunjuk yang jelas sehingga mudah dipahami	
	PEU3	Saya dapat mengontrol layanan <i>financial teknologi</i> yang saya gunakan (penggunaan layanan <i>financial technology</i> dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan saya)	
	PEU4	Menurut saya, layanan <i>financial teknologi</i> yang saya gunakan mudah digunakan untuk bertransaksi	

Dukungan pemerintah memiliki peran penting dalam perkembangan industri *FinTech* (Setiawan et al., 2021). Tiga pertanyaan berikut mengukur karakteristik ini menggunakan skala likert dari sangat setuju menjadi sangat tidak setuju.

Financial Literacy

Literasi keuangan secara umum didefinisikan sebagai kesadaran dan pemahaman tentang keuangan dasar yang mencakup keterampilan keuangan yang berkaitan dengan pengelolaan uang dan perencanaan keuangan (Mufarih et al., 2020). Tiga pertanyaan berikutnya menggunakan skala likert mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju untuk menilai variabel ini.

Tabel 5. Pengukuran dari variabel *Financial Literacy*

<i>Financial Literacy</i>	FL1	Saya memiliki pengetahuan mengenai bunga majemuk (<i>Compound Interest</i>)	(Setiawan et al., 2021)
	FL2	Saya memiliki pengetahuan mengenai inflasi	
	FL3	saya memiliki pengetahuan mengenai diversifikasi risiko	

Trust

Salah satu definisi kepercayaan adalah kepercayaan pada karakter, moral, keterampilan, dan bakat orang lain (Zhang et al., 2018). Tiga pertanyaan berikutnya menggunakan skala likert mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju untuk menilai variabel ini.

Tabel 6. Pengukuran dari variabel *Trust*

<i>Trust</i>	T01	UMKM saya percaya pada keamanan layanan finansial kami gunakan	(Nugraha et al., 2022)
	T02	UMKM saya percaya bahwa data pribadi terlindungi saat pemakaian layanan financial teknologi	
	T03	Umumnya, UMKM saya percaya bahwa financial teknologi dapat dipercaya	

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang berubah sebagai akibat dari perubahan variabel independen. Menggunakan survei skala Likert tiga pertanyaan dengan tanggapan mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju, variabel dependen penelitian ini adalah *Behavioral Intention*.

Behavioral Intention

Variabel dependen penelitian ini adalah *Behavioral Intention*, yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi adopsi *FinTech* di kalangan UMKM di Kota Batam. Variabel dependen ini diukur dengan 3 pertanyaan sebagai berikut :

Tabel 7. Pengukuran dari variabel *Behavioral Intention*

<i>Behavioral Intention to Use</i>	BIU1	Saya tetap menggunakan layanan financial teknologi, meskipun telah terjadi berbagai perubahan fitur atau aturan	(Perwitasari, 2022)
	BIU2	Begitu menggunakan layanan financial teknologi, akan ada keinginan untuk terus menggunakannya	

BIU3	Setelah mengetahui bahwa ada berbagai jenis layanan financial teknologi, saya merasa ingin mencoba untuk lebih memanfaatkannya dengan menyesuaikan perkembangannya dengan bisnis saya ke depan
------	--

Metodologi kuantitatif digunakan dalam penyelidikan ini. (Sugiyono, 2017), menyatakan bahwa salah satu cara untuk mendapatkan informasi sebanyak mungkin dari sebuah penelitian atau untuk mengevaluasinya sepenuhnya adalah melalui teknik kualitatif. Tujuan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis data secara menyeluruh perbedaan perspektif dari berbagai fenomena yang terjadi. Jenis data yang dikumpul dengan menggunakan metode kualitatif melalui wawancara, survey dan lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Instrument

Berikut disajikan hasil uji validitas dan reliabilitas

Tabel 8. Uji Validitas

No	Variabel	Rhitung	Rtabel	Keputusan
1	Behavioral Intention To Use (Y)			
	1	0.794	0.1132	Valid
	2	0.755	0.1132	Valid
	3	0.744	0.1132	Valid
2	Perceived Usefulness (X1)			
	1	0.705	0.1132	Valid
	2	0.727	0.1132	Valid
	3	0.670	0.1132	Valid
	4	0.705	0.1132	Valid
	5	0.745	0.1132	Valid
3	Perceived Ease Of Use (X2)			
	1	0.774	0.1132	Valid
	2	0.696	0.1132	Valid
	3	0.767	0.1132	Valid
	4	0.758	0.1132	Valid
4	Government Support (X3)			
	1	0.783	0.1132	Valid
	2	0.771	0.1132	Valid
	3	0.788	0.1132	Valid
5	Financial Literacy (X4)			
	1	0.786	0.1132	Valid
	2	0.701	0.1132	Valid
	3	0.778	0.1132	Valid
6	Trust (X5)			
	1	0.760	0.1132	Valid
	2	0.766	0.1132	Valid
	3	0.740	0.1132	Valid

Sumber : Output SPSS

Seperti dapat dilihat pada tabel di atas, uji validitas koefisien korelasi menunjukkan bahwa semua item pada masing-masing variabel memiliki nilai rhitung lebih besar dari nilai rtabel. Hasilnya menunjukkan bahwa kita dapat melanjutkan ke tahap uji reliabilitas setelah menyatakan valid semua item pertanyaan di semua variabel.

b. Uji Realibilitas

Tabel 9. Hasil Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keputusan
Behavioral Intention To Use	0.651	Reliabel
Perceived Usefulness	0.753	Reliabel
Perceived Ease Of Use	0.739	Reliabel
Government Support	0.679	Reliabel
Financial Literacy	0.624	Reliabel
Trust	0.621	Reliabel

Sumber : Output SPSS

Semua variabel memiliki nilai Alpha Cronbach sebesar $> 0,60$, seperti yang ditunjukkan pada tabel hasil uji reliabilitas di atas. Oleh karena itu faktor-faktor ini harus dipercaya secara keseluruhan.

c. Statistika Deskriptif

Tabel 10. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Behavioral Intention To Use</i>	300	4	12	10.26	1.467
<i>Perceived Usefulness</i>	300	6	20	16.84	2.335
<i>Perceived Ease Of Use</i>	300	4	16	13.26	2.046
<i>Government Support</i>	300	4	12	10.02	1.552
<i>Financial Literacy</i>	300	6	12	10.01	1.480
<i>Trust</i>	300	3	12	10.00	1.498
<i>Valid N (listwise)</i>	300				

Tabel di atas menunjukkan hasil statistik deskriptif yang menjabarkan rincian nilai dari masing-masing variabel penelitian, dengan sampel sebanyak 300 observasi. Informasi yang diperoleh mencakup nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari masing-masing variable.

d. Uji Asumsi Klasik

Berikut disajikan hasil uji normalitas dan uji multikolineritas

1) Uji Normalitas

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residua	Kesimpulan
Asymp sig	0,063	Normal

Sumber : Output SPSS

Dengan menggunakan tabel berikut, Anda dapat menentukan apakah data Anda lulus atau gagal dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Ambang batas signifikansi untuk tes dua arah adalah 0,063. Nilai probabilitas 0,063 lebih dari nilai kritis 0,05 yang diperlukan untuk inferensi. Ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi. Analisis grafik, yaitu histogram dan P-Plot normal, juga dapat digunakan untuk mengamati uji normalitas dengan metode asumsi klasik.

2) Uji Multikolineritas

Tabel 12. Hasil Uji Multikolineritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
<i>Perceived Usefulness</i>	.348	2.870
<i>Perceived Ease Of Use</i>	.291	3.432
<i>Government Support</i>	.396	2.527

<i>Financial Literacy</i>	.385	2.597
<i>Trust</i>	.398	2.511

Sumber : Output SPSS

Informasi yang digunakan untuk uji multikolinearitas dalam penelitian ini berasal dari variabel independen itu sendiri. Kesimpulan berikut diambil dari data pada tabel di atas yaitu seluruh variabel menuju VIF dibawah 10 artinya tidak terjadi multikolineritas.

e. Hasil Uji Hipotesis

Berikut disajikan hasil uji hipotesis simultan dan parsial

Tabel 13. Hasil Uji Simultan

	Coef.F	Sig	Kesimpulan
<i>Behavioral Intention To Use</i>	5.2531	0,0000	Signifikan

Sumber : Output SPSS

Hasil dari tabel di atas menunjukkan bahwa ada dampak antara variabel independen (*perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *government support*, *financial literacy*, and *trust*) dan variabel dependen (*behavioral intention to use*). Oleh karena itu, niat perilaku untuk menggunakan secara signifikan dipengaruhi oleh variabel independen dari kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dukungan pemerintah yang dirasakan, literasi keuangan, dan kepercayaan.

Tabel. 14 Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	r	Sig	Kesimpulan
<i>Perceived Usefulness</i>	3990	.000	Signifikan Positif
<i>Perceived Ease Of Use</i>	2595	.010	Signifikan Positif
<i>Government Support</i>	3364	.001	Signifikan Positif
<i>Financial Literacy</i>	3118	.002	Signifikan Positif
<i>Trust</i>	2985	.003	Signifikan Positif

Sumber : Output SPSS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan dapat mempengaruhi perilaku *intention to use*, hal ini dapat dari bagaimana ketika pengguna percaya bahwa suatu instrumen keuangan dapat memudahkan kehidupan mereka dalam bertransaksi, tingkat keinginan mereka untuk menggunakan *FinTech* atau instrument tersebut menjadi lebih tinggi. *Perceived ease of use* dinyatakan dapat memengaruhi *behavioral intention of use*, pengguna atau konsumen akan cenderung tertarik dan ingin menggunakan produk *FinTech* apabila produk tersebut lebih menarik dan mudah untuk digunakan. *Government support* dapat memainkan peran penting dalam membentuk niat pengguna dalam menggunakan *FinTech* dengan memberikan dukungan berupa infrastruktur teknologi atau insentif keuangan, hal ini dapat membantu mengurangi resiko dalam penggunaan *FinTech*. Variabel *financial literacy* dibuktikan dapat berpengaruh terhadap *behavioral intention to use*, dengan pemahaman yang baik akan keuangan dan teknologi, pengguna dapat menggunakan produk *FinTech* dengan lebih nyaman dan lebih memungkinkan pengguna untuk mau mengadopsi layanan keuangan baru.

Salah satu cara untuk mengukur seberapa baik suatu model memperhitungkan varians dalam variabel dependennya adalah dengan menghitung koefisien determinasinya (Ghozali, 2018). Variasi koefisien determinasi dari minus satu menjadi plus satu. Semakin dekat nilai variabel independen mendekati satu, semakin banyak pengaruhnya terhadap nilai variabel

dependen. Di bawah ini adalah tabel yang menampilkan hasil koefisien determinasi (R^2).

Tabel 15. Hasil Koefisien Determinasi

Variabel	Adjusted R Square	Kesimpulan
Behavioral Intention To Use	0,64	Kuat

Sumber : Output SPSS

R^2 (*Adjusted R Squared*) adalah nilai model regresi yang digunakan untuk mengukur seberapa baik variabel bebas (independen) menggambarkan variabel terikat (dependen), sebagaimana ditentukan oleh hasil uji koefisien determinasi yang dijelaskan di atas. Tabel di atas menunjukkan bahwa lima faktor independen berikut menyumbang 64,0% dari varians dalam variabel dependen *Behavioral Intention To Use*, dengan nilai R^2 sebesar 0,640 yang terdiri dari variabel; *Perceived Usefulness*, *perceived Ease Of Use*, *Government Support*, *Financial Literacy* dan *Trust*. Sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 64\% = 36\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Perceived usefulness (persepsi kegunaan) adalah faktor penting yang dapat mempengaruhi intensi penggunaan *FinTech* (teknologi keuangan). Hal ini dikarenakan persepsi kegunaan menunjukkan sejauh mana teknologi tersebut dianggap bermanfaat bagi pengguna. Ketika pengguna percaya bahwa teknologi *FinTech* dapat membantu mempermudah transaksi keuangan mereka, maka kemungkinan besar mereka akan memiliki intensi yang lebih tinggi untuk menggunakannya. Dalam hal ini, persepsi kegunaan dapat memengaruhi intensi perilaku pengguna dalam menggunakan *FinTech*. Dengan demikian, *FinTech* yang memiliki persepsi kegunaan yang baik akan lebih cenderung diterima oleh pengguna dan berpotensi untuk sukses di pasar. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian oleh Pambudi (2019); Setyawati (2020), dan Udayana et al (2022). Akan tetapi, penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian oleh Sinaga et al (2021) menurut temuan penelitiannya, tidak ada korelasi antara kegunaan yang dirasakan dan niat perilaku untuk digunakan.

Jika variabel *Perceived Ease of Use* meningkat sebesar 1 poin dan semua faktor independen lainnya tetap konstan, variabel *Behavioral Intention to Use* akan meningkat sebesar 0,120. Selain itu, uji parsial mengungkapkan bahwa nilai signifikan untuk variabel *perceived ease of use* adalah 0,010, yang berada di bawah ambang signifikansi aktual sebesar 0,05. Artinya, *perceived ease to use* berpengaruh signifikan terhadap *behavioran intention to use FinTech*.

Kesederhanaan *FinTech* yang dirasakan merupakan faktor penting lainnya dalam menentukan serapannya (*financial technology*). Ini terkait dengan betapa sederhananya platform keuangan untuk digunakan. Pelanggan lebih cenderung mengadopsi teknologi keuangan baru jika mereka melihat kurva belajar yang rendah dan hambatan masuk yang rendah. Persepsi kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi perilaku pengguna dalam menggunakan *FinTech*, terutama bagi pengguna yang tidak terlalu akrab dengan teknologi keuangan. Oleh karena itu, *FinTech* yang dirancang dengan antarmuka yang mudah digunakan dan intuitif dapat lebih menarik bagi pengguna dan dapat meningkatkan intensi penggunaan. Dalam konteks ini, persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam meningkatkan adopsi *FinTech* oleh masyarakat. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian oleh Pambudi (2019); Setyawati (2020); dan Udayana et al (2022).

Jika tingkat *government support* (X3) naik signifikan sebesar 1 poin, tetapi semua variabel independen lainnya tetap sama, maka tingkat *Behavioral Intention* (Y) akan naik sebesar 0,175. Nilai signifikansi variabel *Government Support* pada analisis uji parsial t adalah 0.001 yang kurang dari taraf nyata 0.05. Artinya, *government support* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use FinTech*.

Penelitian menunjukkan bahwa dukungan pemerintah memainkan peran penting dalam membentuk niat penggunaan *FinTech*. Ketika pemerintah memberikan dukungan seperti regulasi yang jelas, insentif keuangan, dan pengembangan infrastruktur teknologi, ini dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dan membantu mengurangi risiko yang terkait dengan penggunaan *FinTech*. Dukungan pemerintah juga dapat mempromosikan aksesibilitas dan inklusivitas *FinTech*, sehingga mendorong adopsi oleh masyarakat yang lebih luas. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk mempertimbangkan dukungan mereka terhadap *FinTech* sebagai bagian dari strategi pengembangan ekonomi digital dan memperkuat adopsi *FinTech* sebagai solusi keuangan yang inovatif dan efektif. Temuan studi ini konsisten dengan Reni & Ahmad (2016), yang menemukan bahwa dukungan pemerintah berdampak besar pada penggunaan bank syariah di Indonesia.

Jika tingkat *Financial Literacy* (X4) tumbuh 1 poin dan semua variabel independen lainnya tetap sama, maka Behavioral Intention akan meningkat sebesar 0,173. Pada uji parsial t didapatkan informasi bahwa nilai signifikansi variabel *financial literacy* adalah 0.002 yang kurang dari taraf nyata 0.05, sehingga dapat dinyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use FinTech*.

Financial literacy diketahui memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk niat penggunaan *FinTech*. Melalui pemahaman yang lebih baik tentang konsep keuangan dan teknologi keuangan, pengguna dapat merasa lebih nyaman dalam menggunakan *FinTech* dan lebih mungkin untuk mengadopsi layanan baru. Kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan berbagai jenis produk dan layanan *FinTech* juga dapat meningkatkan kemampuan pengguna untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif, memperkuat kepercayaan diri, dan membantu mengurangi risiko dalam pengambilan keputusan keuangan. Selain itu, *financial literacy* dapat memberikan pengetahuan mengenai kelebihan dan kekurangan suatu *financial technology*, sehingga dalam hal ini dapat menumbuhkan minat masyarakat dalam penggunaan *FinTech* (Jonathan & Setyawan, 2022).

Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan melalui pendidikan dan pelatihan akan sangat membantu dalam meningkatkan niat penggunaan *FinTech* dan memperkuat inklusivitas keuangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Prasetyo & Kurniasari (2023) yang menjelaskan pentingnya *financial literacy* terhadap *behavioral intention to invest*. Untuk variabel X5 *Trust*, kita mendapatkan koefisien regresi yang signifikan secara statistik dan optimis sebesar 0,161. Artinya, peningkatan 1 poin pada variabel *Trust*, dengan variabel independen lainnya tetap konstan, akan menghasilkan peningkatan sebesar 0,161 poin pada variabel *Behavioral Intention To Use*. Jawaban 0,003 untuk tingkat signifikansi uji parsial yang dilakukan lebih rendah dari tingkat sebenarnya 0,05. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa kepercayaan atau *trust* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention to use FinTech*.

Trust atau kepercayaan dianggap sebagai faktor penting dalam membentuk niat penggunaan *FinTech*. Konsep kepercayaan dalam *FinTech* melibatkan sejumlah faktor, seperti kepercayaan terhadap sistem keamanan dan privasi, kepercayaan terhadap perusahaan *FinTech*, dan kepercayaan terhadap kemampuan teknologi untuk memberikan layanan yang baik dan andal. Kepercayaan ini dapat mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan *FinTech* karena kepercayaan yang rendah dapat meningkatkan risiko dan menurunkan niat penggunaan *FinTech*. Oleh karena itu, perusahaan *FinTech* harus terus meningkatkan dan memperkuat sistem keamanan dan privasi, serta melakukan upaya untuk meningkatkan transparansi dan komunikasi dengan pengguna untuk memperkuat kepercayaan mereka terhadap *FinTech*. Selain itu, regulasi yang jelas dan konsisten juga dapat membantu memperkuat kepercayaan pengguna dan mendorong adopsi *FinTech* yang lebih luas. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Chauhan (2015) dan Hu et al

(2019) yang menyatakan bahwa kepercayaan dapat memicu seseorang dalam menggunakan *financial technology*.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan dapat memengaruhi perilaku *intention to use*, hal ini dapat dari bagaimana ketika pengguna percaya bahwa suatu instrumen keuangan dapat memudahkan kehidupan mereka dalam bertransaksi, tingkat keinginan mereka untuk menggunakan *FinTech* atau instrument tersebut menjadi lebih tinggi. *Perceived ease of use* dinyatakan dapat memengaruhi *behavioral intention of use*, pengguna atau konsumen akan cenderung tertarik dan ingin menggunakan produk *FinTech* apabila produk tersebut lebih menarik dan mudah untuk digunakan. *Government support* dapat memainkan peran penting dalam membentuk niat pengguna dalam menggunakan *FinTech* dengan memberikan dukungan berupa infrastruktur teknologi atau insentif keuangan, hal ini dapat membantu mengurangi resiko dalam penggunaan *FinTech*. Variabel financial literacy dibuktikan dapat berpengaruh terhadap *behavioral intention to use*, dengan pemahaman yang baik akan keuangan dan teknologi, pengguna dapat menggunakan produk *FinTech* dengan lebih nyaman dan lebih memungkinkan pengguna untuk mau mengadopsi layanan keuangan baru. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah jurnal pendukungnya masih minim. Rekomendasinya adalah perlu penambahan jurnal pendukung yang mampu memperkuat penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandler, N., & Krajcsák, Z. (2021). Intrapreneurial fit and misfit: Enterprising behavior, preferred organizational and open innovation culture. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010061>
- Chang, Ping, Y., Lan, L. Y., & Zhu, D. H. (2018). Understanding the intention to continue use a mobile payment. *International Journal of Business and Information*, 12(4).
- Chauhan, S. (2015). Acceptance of mobile money by poor citizens of India: Integrating trust into the technology acceptance model. *Info*, 17(3), 58–68. <https://doi.org/10.1108/info-02-2015-0018>
- Fu, J., & Mishra, M. (2020). The Global Impact of COVID-19 on *FinTech* Adoption. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3588453>
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption intention of *FinTech* services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/sym11030340>
- Jonathan, N., & Setyawan, I. R. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Inclusion dan Financial Behaviour terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(4), 891–898. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i4.20540>
- Kadafi, M. A., Darma, D. C., Kadafi, M. A., & Lestari, D. (2020). *FinTech* and MSMEs Continuity: Applied in Indonesia Buku Monograf View project Dio Caisar Darma Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Samarinda, INDONESIA *FinTech* and MSMEs Continuity: Applied in Indonesia. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(4), 4676–4685.
- Kang, J. (2018). Mobile payment in *FinTech* environment: trends, security challenges, and services. *Human-Centric Computing and Information Sciences*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s13673-018-0155-4>
- Lu, L. (2018). Promoting SME Finance in the Context of the *FinTech* Revolution: A Case

- Study of the UK's Practice and Regulation. *Banking and Finance Law Review*, 33(3), 317–343.
- Mekinjić, B., Grujić, M., & Vujičić-Stefanović, D. (2020). Influence of digitalisation and technological innovations in the financial market on the development of the financial market. *Ekonomika Preduzeca*, 68(3–4), 269–279. <https://doi.org/10.5937/ekopre2004269m>
- Pambudi, A. R. (2019). Analisa Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness terhadap Behavior Intention pada Aplikasi Digital Payment OVO. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 6, 1–10.
- Prasetyo, T. G., & Kurniasari, F. (2023). *The Influence of Subjective Norms , Financial Literacy , Trust , and Government Regulation on Behavioral Intention to Invest in Crypto Assets*. January, 1–24. <https://doi.org/10.20944/preprints202301.0400.v1>
- PURNAMASARI, P., PRAMONO, I. P., HARYATININGSIH, R., ISMAIL, S. A., & SHAFIE, R. (2020). Technology Acceptance Model of Financial Technology in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 981–988. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.981>
- Reni, A., & Ahmad, N. H. (2016). Application of Theory Reasoned Action in Intention To Use Islamic Banking in Indonesia. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 8(1), 137–148. <https://doi.org/10.15408/aiq.v8i1.2513>
- Rosavina, M., Rahadi, R. A., Kitri, M. L., Nuraeni, S., & Mayangsari, L. (2019). P2P lending adoption by SMEs in Indonesia. *Qualitative Research in Financial Markets*, 11(2), 260–279. <https://doi.org/10.1108/QRFM-09-2018-0103>
- Ruangkanjanases, A., & Sirikulprasert, N. (2018). Predicting consumer intention to adopt near field communication enabled mobile payment in Thailand. *Journal of Telecommunication, Electronic and Computer Engineering*, 10(2–7), 147–152.
- Safitri, T. A. (2020). *The Development of FinTech in Indonesia*. 436, 666–670. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.139>
- Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease to Use terhadap Behavioral Intention to Use dengan Attitude Towards Using sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 21(1), 1–9.
- Sinaga, O. S., Marpaung, F. K., Dewi, R. S., & Sudirman, A. (2021). Kontribusi Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use dan Perceived Security terhadap Behavioral Intention to Use Aplikasi JAKET. *Insight Management Journal*, 1(3), 86–94.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Thakor, A. V. (2020). *FinTech and banking: What do we know?* *Journal of Financial Intermediation*, 41(July). <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2019.100833>
- Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Aqdella, F. A. (2022). The Effect Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use On Behavioral Intention To Use Through The Intervening Attitude Toward Using Variables In The Study Of ShopeePay E-Wallet Services (Case study on ShopeePay Users in Yogyakarta). *Journal of Applied Management and Business*, 8(March), 29–40.