

Anteseden Minat Penggunaan *Fintech* Sebagai Alat Pembayaran pada UMKM

Oktavia Prihartanti¹, Nur Laila Yuliani^{1*}

¹Universitas Muhammadiyah Magelang; oktavia336017@gmail.com, nurlailay@unimma.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.103>

*Correspondensi: Nur Laila Yuliani

Email: nurlailay@unimma.ac.id

Published: Mei, 2022



Copyright: © 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, transparansi, akuntabilitas, risiko dan efektivitas terhadap minat penggunaan *fintech* sebagai alat pembayaran UMKM Kota Magelang. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada *owner* atau pengelola UMKM. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*, sehingga sampel penelitian diperoleh sebanyak 91 responden. Metode analisis yang digunakan meliputi uji statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji-F dan uji-t. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech payment*. Sedangkan transparansi, akuntabilitas, risiko, dan efektivitas tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech payment*.

Keywords: Transparansi; Akuntabilitas; Risiko; Efektivitas; dan *Fintech Payment*

PENDAHULUAN

Dunia sedang dilanda oleh pandemi, yaitu *Covid-19*. Virus ini di Indonesia sudah ada sejak akhir tahun 2019 yang tentunya membawa dampak yang sangat luar biasa bagi masyarakat. Seiring berkembangnya teknologi informasi pada masa pandemi seperti ini, masyarakat cenderung ingin melakukan aktivitasnya secara praktis dan cepat. Perkembangan teknologi informasi telah memasuki pada berbagai sektor, salah satunya sektor keuangan. Hasil dari perkembangan teknologi informasi di sektor keuangan yaitu *fintech*. *Fintech* merupakan sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. Produk *fintech* ini biasanya berupa suatu sistem yang dibangun guna menjalankan mekanisme transaksi keuangan yang spesifik (OJK, 2021).

Perkembangan sistem pembayaran didorong oleh semakin besarnya volume dan nilai transaksi, peningkatan risiko, kompleksnya transaksi, dan juga perkembangan teknologi (Ulurrosyad & Jayanto, 2020). Pada masa pandemi seperti ini, menghasilkan sebuah tantangan baru bagi UMKM untuk memiliki jiwa *entrepreneurship* berbasis teknologi (Marlinah, 2020). Selain tantangan baru yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM, terdapat beberapa manfaat lain dari penggunaan *fintech* bagi UMKM sehingga hal tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu faktor pendorong bagi UMKM untuk memanfaatkannya.

Jumlah perkembangan UMKM di Kota Magelang selama tiga tahun terakhir telah mengalami penurunan. Tahun 2019 jumlah UMKM di Kota Magelang sebanyak 2.251 menjadi 1.678 di tahun 2021. Perkembangan UMKM di Kota Magelang ini turut terpengaruh oleh pesatnya perkembangan *fintech*, namun tidak semua UMKM telah memanfaatkan layanan *fintech* tersebut. Pemerintah Kota Magelang belum memberikan edukasi mengenai pentingnya penggunaan *fintech* sebagai alat pembayaran dan dapat meningkatkan literasi dan inklusi keuangan UMKM. Oleh karena itu, sebagian besar *owner* masih belum

yakin dalam menggunakan dan memanfaatkan *fintech* sebagai sumber modal maupun penggunaan untuk pembayaran. Minimnya pengetahuan menjadi alasan bagi para pelaku UMKM dalam hal tidak memanfaatkan layanan *fintech*.

Pandemi *Covid-19* seperti ini memang mengharuskan para pelaku UMKM untuk melakukan sebuah pembaruan dalam menjalankan usahanya. Beberapa UMKM harus merubah pola usahanya, dengan begitu suatu usaha dapat bertahan di nasa pandemi seperti saat ini. Perluasan jaringan pemasaran yang dilakukan pemilik UMKM ini yaitu dengan membuat sosial media melalui *Facebook*, *Instagram*, dan mendaftarkan usahanya di *market place*. Besarnya manfaat teknologi digital di masa pandemi seperti ini, bagi para pelaku UMKM untuk dapat selalu berinovasi dalam usahanya. *Owner* UMKM merasakan bahwa dengan adanya layanan *fintech* ini mereka sangat terbantuan dalam hal bertransaksi yang dapat dilakukan dimana saja, jaringan mendapatkan konsumen lebih luas, dan tentunya para pemilik UMKM secara efektif dapat melakukan promosi *online* melalui aplikasi *fintech*. Namun, tantangan akan selalu ada dalam berwirausaha yaitu, sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa *owner* UMKM, mereka menyampaikan bahwa terdapat kendala yang dihadapi saat menggunakan *fintech*.

Adanya kendala yang dialami oleh para pengguna *fintech payment* dan kurangnya sumber daya manusia (SDM) pada UMKM Kota Magelang, tidak menutup kemungkinan akan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan kembali layanan *fintech* tersebut. Tujuan adanya penelitian ini perlu dilakukannya sosialisai mengenai penggunaan *fintech* terhadap UMKM di Kota Magelang guna mendorong perkembangan pada sektor keuangan UMKM. Pemerintah Kota Magelang khususnya Disperindag perlu mengedukasi mengenai layanan *fintech* pada UMKM karena selain menjadi alat pembayaran *fintech* dapat membantu para pelaku UMKM menyediakan pasar digital untuk memasarkan produknya, membantu mengurangi risiko pembayaran konvensional.

Davis et al., (1989) menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem informasi. Teori TAM diharapkan dapat membantu memprediksi sikap dan penerimaan seseorang terhadap teknologi dan dapat memberikan informasi mendasar yang diperlukan mengenai faktor-faktor yang menjadi pendorong sikap seseorang. TAM memiliki teori yaitu niat seseorang dalam menggunakan teknologi ditentukan oleh faktor persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan.

Penelitian Ulurrosyad & Jayanto (2020), Lidiawan et al., (2021), Amalia & Purwantini (2021), Yanto et al., (2020), Suyanto & Kurniawan (2019), Rahayu (2018), dan Amalia (2018), terkait persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan *fintech* menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*. Sedangkan hasil penelitian Cahyani et al., (2020) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh kegunaan persepsian minat penggunaan. Penelitian yang dilakukan Rismawati (2021), Lidiawan et al., (2021), Ulurrosyad & Jayanto (2020), Noviyanti & Erawati (2021), Nurdin et al., (2020), Yanto et al., (2020), Mariasa O (2020), Suyanto & Kurniawan (2019), dan Rahayu (2018) menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech*.

Persepsi risiko merupakan persepsi yang terkait dengan ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan ketika menggunakan sebuah produk atau layanan (Rahayu, 2018). Tingkatan risiko menjadi salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan oleh seseorang dalam mengadopsi produk atau layanan. Penelitian yang dilakukan oleh Lidiawan et al., (2021), Amalia & Purwantini (2021) memberikan hasil bahwa adanya pengaruh signifikan kuat risiko terhadap minat penggunaan, sedangkan penelitian Rahayu (2018) menunjukkan bahwa persepsi risiko berhubungan negatif terhadap minat menggunakan *Go-Pay*.

Sebagai salah satu perusahaan yang berskala nasional, PT Aplikasi Karya Anak Bangsa dan PT Visionet Internasional dalam menyajikan data dapat dilakukan secara transparansi. Hal ini dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan adanya keterbukaan perusahaan kepada para konsumen andalannya terhadap transaksi yang terjadi dalam penggunaan Go-Pay dan OVO. Penelitian Ulurrosyad & Jayanto (2020), Pangestu & Jayanto (2017), Alfin (2021), dan Munawaroh (2019) memberikan hasil bahwa transparansi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech*, sedangkan penelitian Nugraha (2019) menunjukkan bahwa transparansi berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *fintech*.

Ketidaktransparansian perusahaan dalam menyajikan dan mengungkapkan data terhadap pihak yang berkepentingan, dapat dicegah dengan prinsip akuntabilitas. Faktor akuntabilitas ini ditunjukkan untuk dapat membangun kepercayaan pengguna atau para *owner* UMKM dalam menggunakan layanan *fintech*. Penelitian yang dilakukan oleh Pangestu & Jayanto (2017), Nugraha (2019), dan Alfin (2021) menunjukkan bahwa akuntabilitas memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech*, sedangkan penelitian Ulurrosyad & Jayanto (2020), dan Athifah et al., (2018) menunjukkan bahwa akuntabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *fintech*.

Teknologi informasi memiliki layanan guna memfasilitasi bisnis untuk membantu dalam menjalankan strategi bisnisnya. Kendala yang dihadapi para pemilik UMKM dalam menggunakan layanan *fintech*, merupakan salah satu tantangan dalam meningkatkan efektivitas. Sehingga semakin tinggi tingkat efektivitas yang diberikan oleh para pemilik UMKM maka akan semakin tinggi minat penggunaan *fintech* sebagai alat pembayaran. Namun sebaliknya, semakin rendah efektivitas yang diberikan maka akan semakin rendah pula minat penggunaan *fintech* sebagai alat pembayaran. Penelitian Noviyanti & Erawati (2021), Marias O (2020), Rohmah et al., (2020), dan Setiawan et al., (2020) menunjukkan bahwa efektivitas berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech*. Sedangkan penelitian Nasir (2021), dan Immawati & Dadang (2019) menunjukkan bahwa efektivitas berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *fintech*.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Ulurrosyad & Jayanto (2020). Perbedaan penelitian ini yaitu menambahkan variabel efektivitas, objek penelitian dan alat analisis yang digunakan. Penambahan variabel efektivitas dikarenakan semakin efektif penggunaan produk *fintech* maka pengguna akan semakin berkeinginan untuk menggunakannya (Noviyanti & Erawati, 2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, transparansi, akuntabilitas, risiko, efektivitas terhadap minat penggunaan *fintech payment* pada UMKM Kota Magelang. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi peneliti atau akademisi dalam mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat UMKM menggunakan *fintech payment* sebagai sistem pembayaran dalam usahanya dan menambah sumber referensi yang bisa dijadikan pembandingan bagi penelitian selanjutnya. Sedangkan manfaat praktis, bagi pemerintah dapat digunakan menjadi referensi dalam mengambil kebijakan untuk mengembangkan kemajuan UMKM di Indonesia dan bagi penyedia layanan *fintech payment* diharapkan dapat menghadirkan teknologi sesuai faktor yang mendorong UMKM menggunakan *fintech payment*.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari responden yang merupakan *owner* atau pengelola UMKM di Kota Magelang yang sudah menggunakan layanan *fintech payment*. Data dikumpulkan dengan

menggunakan teknik *survei* yaitu memberikan kuesioner secara langsung kepada responden yang merupakan pengelola atau pemilik UMKM di Kota Magelang.

Populasi, Sampel, Sampling

Populasi pada penelitian ini adalah pemilik dan pengelola UMKM di Kota Magelang yang sudah menggunakan layanan *fintech payment*. Metode pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Adapun kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel adalah: 1) UMKM di Kota Magelang yang sudah menggunakan *fintech payment*; 2) UMKM di Kota Magelang dalam penggunaan *fintech payment* minimal 1 tahun; dan 3) UMKM di Kota Magelang yang berdiri minimal 1 tahun.

Instrumen Penelitian

Instrumen variabel penelitian yang digunakan merupakan instrumen dari penelitian-penelitian terdahulu. Instrumen secara rinci dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Instrumen Penelitian

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
Minat Penggunaan <i>Fintech</i>	<i>Intention to use</i> atau minat penggunaan adalah suatu keinginan individu untuk dapat melakukan suatu perilaku tertentu (Najib & Fahma, 2020).	Instrumen penelitian ini mengacu pada penelitian (Amalia & Purwantini, 2021) dengan 4 item pernyataan untuk indikator, yaitu: Peningkatan intensitas penggunaan pembayaran digital; dan selalu mencoba menggunakan pembayaran digital.
Persepsi Manfaat	<i>Perceived usefulness</i> sebagai probabilitas subyektif dari user potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerjanya dalam bekerja (Mulyadi et al., 2019).	Instrumen penelitian ini mengacu pada penelitian (Amalia & Purwantini, 2021) dengan 4 item pernyataan untuk indikator, yaitu: kegunaan layanan; kemudahan akses dan kenyamanan; peningkatan efektifitas kerja; dan kecepatan layanan.
Persepsi Kemudahan	Persepsi kemudahan merupakan persepsi pengguna dalam menggunakan teknologi akan diberikan kemudahan (Fernando et al., 2018).	Instrumen penelitian ini mengacu pada penelitian (Amalia & Purwantini, 2021) dengan 6 item pernyataan untuk indikator, yaitu: kemudahan untuk dipelajari; kemudahan untuk mendapatkan dan pengoperasian layanan pembayaran digital; sistem yang fleksibel; dan kemudahan penggunaan sistem.
Transparansi	Transparansi merupakan suatu proses keterbukaan dari para pengelola manajemen, dalam proses pengelolaannya sehingga arus informasi keluar dan masuk secara berimbang (Ulurrosyad & Jayanto, 2020).	Instrumen penelitian ini mengacu pada penelitian Alfin, (2021) dengan 5 item pernyataan untuk indikator, yaitu: tepat waktu; laporan yang mudah diakses; pemberian informasi; fasilitas usulan; dan publikasi publik.

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Pengukuran Variabel
Akuntabilitas	Akuntabilitas adalah mencari informasi terkait dengan pertanggungjawaban atas segala yang telah dilakukan dan harus sesuai dengan yang sebenarnya yang terjadi (Ulurrosyad & Jayanto, 2020).	Instrumen penelitian ini mengacu pada penelitian Alfin, (2021) dengan 4 item pernyataan untuk indikator, yaitu: kepatuhan prosedur; pelayanan responsif; pelayanan responsif; dan pelayanan dengan biaya murah.
Risiko	Persepsi risiko merupakan pertimbangan yang mengarah pada keadaan ketidakpastian seseorang dalam memutuskan untuk melakukan transaksi menggunakan <i>fintech</i> (Sijabat et al., 2019).	Instrumen penelitian ini mengacu pada penelitian Amalia & Purwantini, (2021) dengan 8 pernyataan untuk indikator, yaitu: Kekhawatiran terhadap fungsi sistem pembayaran digital; perasaan tidak aman dan nyaman saat menggunakan sistem pembayaran digital; pengurangan saldo tanpa sebab; dan banyak risiko dalam menggunakan sistem pembayaran digital.
Efektivitas	Efektivitas merupakan pencapaian tujuan dan sasaran yang sudah disepakati untuk mencapai tujuan usaha bersama. Tingkat tujuan dan sasaran itu menunjukkan tingkat efektivitas (Ghibson, 2000).	Instrumen penelitian ini mengacu pada penelitian Wildan, (2019) dengan 4 item pernyataan untuk indikator, yaitu: efek penggunaan <i>fintech</i> ; manfaat penggunaan <i>fintech</i> ; dan meningkatkan kinerja pengguna.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data meliputi statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Validitas dalam penelitian diuji dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dengan kriteria nilai *KMO and Barlett's test* dan nilai *cross loading* > 0,50. Sedangkan reliabilitas diuji dengan menghitung nilai *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Pengujian hipotesis meliputi uji koefisien determinasi (R^2) dengan melihat *adjustade r square*, uji ketepatan model (*goodness of fit test*) dengan uji F dan uji t, dengan tingkat signifikansi 5% (Ghozali, 2018). Berikut persamaan regresi linier berganda:

$$MPFP = \alpha + \beta_1PM + \beta_2PK + \beta_3T + \beta_4AKT + \beta_5R + \beta_6E + e$$

Keterangan:

MPFP = Minat Penggunaan *Fintech Payment*

α = Konstanta

β_{1-6} = Koefisien Regresi

PM = Persepsi Manfaat

PK = Persepsi Kemudahan

T = Transparansi

AKT = Akuntabilitas

R	= Risiko
E	= Efektivitas
e	= Standar Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Sampel penelitian ini adalah pemilik dan pengelola UMKM di Kota Magelang yang telah menggunakan layanan *fintech payment*. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* dan jumlah sampel yang dapat diolah sebanyak 91 responden (73%). Responden dalam penelitian ini sebagian berjenis kelamin perempuan dan berusia 20–30 tahun yang merupakan usia produktif kerja. Latar belakang pendidikan responden rata-rata SMA dengan presentase yang paling tinggi yaitu 64,8%. Jabatan dalam UMKM sebagian besar adalah pengelola sebesar 71,4%. Hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Manfaat	91	3	5	4	0,621
Persepsi Kemudahan	91	3	5	4	0,604
Transparansi	91	2	5	4	0,600
Akuntabilitas	91	2	5	4	0,544
Risiko	91	2	5	3	0,554
Efektivitas	91	3	5	4	0,620
Minat Penggunaan <i>Fintech Payment</i>	91	2	5	4	0,702

Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini memiliki nilai *cross loading* > 0,50 sehingga pernyataan kuesioner dinyatakan valid. Namun, terdapat 4 pernyataan yang tidak valid sebesar 11,4% pada instrument Risiko 1, Risiko 5, Risiko 7, dan Risiko 8 sehingga tidak digunakan dalam analisis data selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* > 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,729	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,875	Reliabel
Transparansi	0,762	Reliabel
Akuntabilitas	0,764	Reliabel
Risiko	0,769	Reliabel
Efektivitas	0,722	Reliabel
Minat Penggunaan <i>Fintech Payment</i>	0,844	Reliabel

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Regresi Linier Berganda

Keterangan	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	-0,351	2,719		-0,129	0,898
Persepsi Manfaat	0,390	0,137	0,314	2,845	0,006
Persepsi Kemudahan	0,251	0,091	0,319	2,784	0,007
Transparansi	0,071	0,118	0,075	0,601	0,550
Akuntabilitas	0,203	0,151	0,164	1,339	0,184
Risiko	0,103	0,085	0,109	1,209	0,230
Efektivitas	-0,095	0,131	-0,077	-0,725	0,470

Berdasarkan hasil koefisien regresi pada tabel 5 diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$MPFP = -0,351 + 0,390PM + 0,251PK + 0,071T + 0,203AKT + 0,103R - 0,095E + e$$

Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi akan melihat seberapa besar pengaruh variabel yang digunakan dipenelitian ini. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa 36,9% dipengaruhi oleh variabel yang digunakan sedangkan 63,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.641 ^a	0,411	0,369	2.066

Uji F (Goodness of Fit Test)

Pengujian ini digunakan untuk melihat kelayakan model pada penelitian ini. Hasil pengujian menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini fit atau layak. Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Hasil Uji F

Keterangan	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	250,409	6	41,735	9,777	0.000 ^b
Residual	358,580	84	4,269		
Total	608,989	90			

Uji t

Pengujian t dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7 Hasil Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Persepsi Manfaat	2,845	1,986	0,006	H1 diterima
Persepsi Kemudahan	2,748	1,986	0,010	H2 diterima
Transparansi	0,601	1,986	0,526	H3 tidak diterima
Akuntabilitas	1,339	1,986	0,147	H4 tidak diterima
Risiko	1,209	-1,986	0,204	H5 tidak diterima
Efektivitas	-0,725	1,986	0,529	H6 tidak diterima

Pembahasan

a. Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan *Fintech Payment*

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa persepsi minat memiliki nilai t hitung = 2,845 > t tabel = 1,986 dan p value = 0,006. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech payment*, sehingga **H1 diterima**. Hal ini memberi arti bahwa semakin tinggi manfaat dari penggunaan *fintech payment* dalam UMKM maka akan mempengaruhi niat pengguna dalam hal ini diwujudkan dengan kesenangan para *owner* atau pengelola menggunakan teknologi tersebut dalam usahanya. Terdapat keuntungan yang dapat diterima oleh seseorang dalam memilih dan melakukan sesuatu untuk menunjang kinerjanya. Dimana setiap karyawan mampu menginterpretasikan bahwa persepsian kemanfaatan menjadi pendorong utama yang dapat mempengaruhi sikap dan niat menggunakan sistem pembayaran digital oleh UMKM. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori TAM yang menyebutkan bahwa persepsian kemanfaatan menjadi pendorong utama yang dapat mempengaruhi sikap dan niat menggunakan sistem pembayaran digital oleh UMKM. Kemanfaatan dari *fintech payment* dalam UMKM diwujudkan dengan adanya peningkatan kinerja, dimana dengan adanya penggunaan *fintech payment* banyak membantu responden untuk mempercepat transaksi pembayaran dalam usahanya. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa setiap UMKM tidak hanya menyediakan satu jenis *fintech payment* saja terlebih lagi untuk jenis *e-money*.

Penggunaan jenis *e-money* dalam penelitian ini meliputi *Go-Pay* dan *OVO*. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini merespon berbagai kemanfaatan dan kegunaan yang diberikan *fintech payment* untuk usaha, sehingga UMKM berusaha menyediakan layanan pembayaran tersebut untuk mendukung kegiatan usahanya. Hasil dalam penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ulurrosyad & Jayanto, (2020), Yanto et al., (2020), Sijabat et al., (2019), dan Rahayu, (2018) bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech payment*. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin baik persepsi manfaat penggunaan *fintech payment* dapat mempengaruhi minat penggunaan *fintech payment* UMKM Kota Magelang.

b. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan *Fintech Payment*

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki nilai t hitung = 2,784 > t tabel = 1,986 dan p value = 0,010. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech payment*, sehingga **H2 diterima**. Hal ini memberikan makna bahwa kemudahan-kemudahan yang terdapat pada penggunaan *fintech payment* telah memberikan pengaruh

langsung terhadap sikap seseorang. Sikap menunjukkan respon seseorang terhadap sebuah teknologi dalam bentuk perasaan senang atau tidak yang dapat memberikan pengaruh terhadap sikap seseorang terhadap teknologi dalam hal ini adalah *fintech payment*. Kemudahan dalam penggunaan sistem menjadi kunci utama dalam menarik seseorang, dimana *perceived ease of use* merupakan suatu tingkatan keyakinan bagi individu bahwa penggunaan sistem tertentu tidak diperlukan usaha keras untuk diterapkan di suatu UMKM.

Penelitian ini sesuai dengan teori TAM yang menjelaskan *perceived ease of use* masih digunakan, karena merupakan hal konstruk dasar yang akan mempengaruhi seseorang dalam mengadopsi sebuah teknologi. Hasil temuan dari penelitian ini dengan membandingkan penggunaan jenis *fintech payment* dan hasil pertanyaan kepada responden dapat disimpulkan bahwa kemudahan dalam penggunaan *fintech payment* sudah dapat diterima. Penggunaan *fintech payment* oleh *owner* dan pengelola UMKM Kota Magelang sebagian besar menggunakan *Go-Pay*, *OVO*, atau keduanya, dan yang terbaru saat ini yaitu munculnya *Shope-Pay*, yang mana penggunaannya dapat dilakukan dimana saja. Kemudahan pengguna *fintech payment* dalam mengoperasikan aplikasi dengan jelas dan dapat dipahami menyebabkan adanya pengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech payment*. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rismawati (2021), Noviyanti & Erawati (2021), Lidiawan et al., (2021), Nasir (2021), Ulurrosyad & Jayanto (2020), Nurdin et al., (2020), Yanto et al., (2020), Marias O (2020), Setiawan et al., (2020), Immawati & Dadang (2019), dan Rahayu, (2018) bahwa kemudahan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat pemakaian *fintech* dalam bertransaksi.

c. Pengaruh Transparansi terhadap Minat Penggunaan *Fintech Payment*

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa transparansi memiliki nilai t hitung = 0,601 < t tabel = 1,986 dan p value = 0,526. Hasil ini menunjukkan bahwa transparansi tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech payment*, sehingga **H3 tidak diterima**. Hasil ini memberikan makna bahwa transparansi pada *fintech payment* tersebut tidak akan memberikan pengaruh terhadap minat para pengguna *fintech payment*. UMKM yang menggunakan *fintech payment* dan menerapkan transparansi didalam usahanya tidak selalu dapat mendorong keberhasilan usahanya pada jangka panjang, karena para *owner* dan pengelola UMKM Magelang belum dapat melihat publikasi laporan keuangan *platform fintech* yang digunakan melalui website atau media masa lainnya.

Penelitian ini tidak sesuai dengan teori TAM, yang menyatakan bahwa apabila setiap transaksi terdapat transparansi maka dapat meningkatkan tingkat kepercayaan pengguna sistem informasi, dikarenakan kepercayaan merupakan salah satu pengaruh sosial. Namun, hasil temuan dari penelitian ini transparansi tidak berfungsi sebagai alat dasar dalam mengatasi ketidakpercayaan *stakeholder*. Tidak adanya sistem pemberian informasi kepada publik terkait dengan transaksi, minat para pengguna *fintech payment* cenderung rendah. Hasil dalam penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Munawaroh (2019), Athifah et al., (2018), dan Pangestu & Jayanto, (2017) bahwa transparansi berpengaruh terhadap minat membayar zakat, dan berpengaruh positif terhadap kepercayaan donatur.

d. Pengaruh Akuntabilitas terhadap Minat Menggunakan *Fintech Payment*

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa akuntabilitas memiliki nilai t hitung = 1,339 < t tabel = 1,986 dan p value = 0,147. Hasil ini menunjukkan bahwa akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech payment*, sehingga **H4 tidak diterima**. Hal ini memberikan makna bahwa pada lingkup UMKM Kota Magelang, akuntabilitas tidak memiliki peran penting didalam keberhasilannya menumbuhkan minat penggunaan *fintech payment* karena para pengguna *fintech payment* masih kesulitan untuk

mendapatkan pelayanan responsi atas pertanyaan yang diajukan pada platform *fintech payment* yang digunakan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori TAM, yang menyatakan apabila setiap transaksi terdapat akuntabilitas maka dapat meningkatkan tingkat kepercayaan pengguna sistem informasi, dikarenakan kepercayaan merupakan salah satu pengaruh sosial. Namun, akuntabilitas pada UMKM Kota Magelang minim diterapkan karena *fintech payment* yang digunakan dinilai belum mempunyai akuntabilitas yang baik. Akuntabilitas yang buruk atau rendah pada sistem transaksi maka minat dalam menggunakan *fintech payment* akan rendah. Tidak berpengaruhnya akuntabilitas terhadap minat penggunaan *fintech payment*, konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Munawaroh, (2019) bahwa akuntabilitas tidak berpengaruh terhadap minat membayar zakat. Namun, tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfin, (2021), Athifah et al., (2018), dan Pangestu & Jayanto, (2017) bahwa akuntabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi muslim milenial dalam membayar zakat secara online melalui *platform fintech*.

e. Pengaruh Risiko terhadap Minat Menggunakan *Fintech Payment*

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 6 menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 1,209 > t_{tabel} = -1,986$ dan $p\ value = 0,204$. Hasil ini menunjukkan bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech payment*, sehingga **H5 tidak diterima**. Hal ini memberikan makna bahwa pada dasarnya setiap penggunaan sistem teknologi tetap memiliki risiko namun tidak mempengaruhi sikap penggunanya. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa para pengguna *fintech payment* memiliki risiko yang paling sering terjadi dialami oleh *owner* atau pengelola UMKM Kota Magelang adalah kegagalan transaksi seperti adanya gangguan sistem layanan *fintech payment* itu sendiri, dan ketidakstabilan koneksi internet. Berbagai risiko tersebut sering kali membuat pengguna enggan menggunakan *fintech payment*, yang sejatinya penggunaan teknologi tersebut diharapkan memudahkan dan mempercepat transaksi malah sebaliknya. Hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa adopsi sebuah teknologi pembayaran oleh UMKM kurang begitu mempertimbangkan dengan keberadaan risiko dari teknologi tersebut. Responden menyebutkan bahwa alasan menggunakan *fintech payment* ini adalah adanya permintaan dari para konsumen yang dapat meningkatkan pelayanan kepada konsumen tersebut dan dapat bersaing dengan kompetitor.

Penelitian ini tidak sesuai dengan teori TAM, yang menyatakan bahwa risiko merupakan konstruk yang dapat mencerminkan perasaan ketidakpastian pada seseorang mengenai konsekuensi negatif dari pengguna teknologi baru. Namun, individu kurang mempertimbangkan informasi-informasi dari adanya proses sosial dalam menggunakan sebuah teknologi yang akan berpengaruh terhadap perilakunya terhadap teknologi baru. Mengingat penggunaan sistem informasi ini pastinya terdapat risiko yang tinggi pada saat penggunaan, dikarenakan seseorang tidak dapat melakukan transaksi tersebut secara tatap muka (langsung) antara pengguna dengan pengembang. Pengaruh proses sosial dalam penelitian ini yaitu persepsi risiko, dimana kehidupan sosial masa sekarang banyak terjadi tindakan kriminal. Oleh karena itu, hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nasir, (2021) dan Ulurrosyad & Jayanto, (2020) bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money (Go-Pay)*. Namun, tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurdin et al., (2020), Marias O, (2020), dan Setiawan et al., (2020) bahwa risiko terdapat pengaruh positif terhadap minat bertransaksi dengan menggunakan *financial technology*.

f. Pengaruh Efektivitas terhadap Minat Menggunakan *Fintech Payment*

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa efektivitas memiliki nilai t hitung = $-0,725 < t$ tabel = $1,986$ dan p value = $0,529$. Hasil ini menunjukkan bahwa efektivitas tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech payment*, sehingga **H6 tidak diterima**. Hal ini memberikan makna bahwa dari lingkup UMKM Kota Magelang, efektivitas tidak berpengaruh dalam peningkatan minat penggunaan *fintech payment* karena didalam aplikasi *fintech* terdapat banyak fitur yang membuat pengguna sulit untuk memahami aplikasi *fintech*. Dalam hal ini, efektivitas yang dimaksud adalah hasil yang di dapat dari pengguna suatu teknologi yang sesuai dengan tujuan penggunaannya.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori TAM, dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem teknologi perlu ditingkatkan karena semakin efektif penggunaan produk *fintech* maka pengguna akan semakin berkeinginan untuk menggunakan teknologi tersebut. Namun, temuan hasil dari penelitian ini efektivitas yang terjadi pada UMKM Kota Magelang belum memberikan kontribusi yang cukup baik pada suatu sistem teknologi. Jika *owner* atau pengelola UMKM dalam menggunakan *fintech payment* belum baik, maka efektivitas tidak akan tercapai secara maksimal. Hasil dalam penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Noviyanti & Erawati (2021), dan Marias O, (2020) bahwa efektivitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *fintech*. Namun, konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasir, (2021) bahwa efektivitas tidak berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan aplikasi OVO.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech payment*. Sedangkan transparansi, akuntabilitas, risiko, dan efektivitas tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *fintech payment*. Minat penggunaan *fintech payment* dapat ditingkatkan dengan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang dapat memberikan tingkat keyakinan dan kepuasan seseorang pada suatu sistem teknologi agar dapat membantu aktivitas dalam bekerja menjadi lebih efektif dan efisien. Perlu diketahui bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan merupakan konstruk dasar yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengadopsi sebuah teknologi baru. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan variabel penelitian, sehingga mampu untuk meningkatkan penjas variabel lain yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *fintech payment* seperti pengetahuan, karena pengetahuan yang dimiliki individu dapat menimbulkan suatu persepsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, R. S. (2021). Muslim Milenial Dalam Membayar Zakat Secara *Online* Melalui *Platform Fintech* (Studi Empiris Pada Muzaki Milenial Di Wilayah Jabodetabek). *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia.
- Amalia, R. D., & Purwantini, A. H. (2021). *Investigating the Intention To Use Financial Technology Payment in Micro , Small & Medium Enterprises*. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*. 19(1), 35–46.
- Amalia, S. N. A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap *Financial Technology (Fintech)* Syariah (*Paytren*) Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran: Pendekatan *Technology Acceptance Model* dan *Theory Of Planned Behavior*. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*. 41(1), 64–79. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/687>

- Athifah, A., Bayinah, A. N., & Bahri, E. S. (2018). Pengaruh Akuntabilitas Publik dan Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Kepercayaan Donatur pada Yayasan PPPA Daarul Qur'an Nusantara. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 2(1), 54–74. <https://doi.org/10.21070/perisai.v2i1.1496>
- Bank Indonesia. (2017). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/Pbi/2017*. 245, 1–16. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/financial-technology/default.aspx>
- Cahyani, S. D., Desiyanti, R., & Rahmawati, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bung Hatta Terhadap Penggunaan *Fintech* (Go-Pay). *Tesis*, Universitas Bung Hatta.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Disperindag Kota Magelang. (2021). *Data UMKM Kota Magelang*.
- Fernando, E., Surjandy, Meyliana, & Touriano, D. (2018). Development and Validation of Instruments Adoption FinTech services in Indonesia (Perspective of Trust and Risk). *3rd International Conference on Sustainable Information Engineering and Technology, SIET 2018 - Proceedings*, 283–287. <https://doi.org/10.1109/SIET.2018.8693192>
- Ghibson. (2000). Organisasi, Perilaku, Struktur dan Proses. *Jakarta: Penerbit Erlangga*. Edisi ke -5.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Immawati, S. A., & Dadang. (2019). Minat Masyarakat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Di Kota Tangerang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–8.
- Lidiawan, A. R., Laely, N., Nugroho, R. D., (2021). 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*, 2, 1–26. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/risk/article/view/1749>
- Marias O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology*. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.
- Mulyadi, Rosalina, D., Makmur, & Nurdin, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Elektronik Money. *Jurnal Akuntansi Multi Dimensi (Jamdi)*, 3(3), 475–487.
- Munawaroh, J., (2019). The Influences of Reputation, Financial Statement Transparency, Accountability, Religiosity, and Trust on Interest in Paying Zakat of Profession. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 11(1), 59–69. <https://doi.org/10.15294/jda.v11i1.18729>

- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating The Adoption Of Digital Payment System Through An Extended Technology Acceptance Model: An Insight From The Indonesian Small And Medium Enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), 1702–1708. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>
- Nasir, F. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO. *Jurnal Investasi*, 7(1), 36–43.
- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech)(Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*. 4(2), 6.
- Nugraha, E. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi Dan Kualitas Pelayanan Lembaga Pengelola Zakat Terhadap Komitmen Muzakki: Kepercayaan Muzakki Sebagai Variabel Intervening. *Akuntabilitas: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Akuntansi*. 13(2), 167–186. <https://doi.org/10.29259/ja.v13i2.9592>
- Nurdin, Winda Nur Azizah, & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Finansial Technology (Fintech)* Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199–222. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>
- OJK. (2021). *No Title.*
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20181021084038-37-38324/Bunga-Fintech-Lending-Mencekik-Ojk-Sebut-Masih-Demokratis>.
- Pangestu, I., & Jayanto, P. Y. (2017). Analysis in Factors Affecting Muzakki Motivation to Pay Zakat in Semarang City. *Accounting Analysis Journal*, 6(1), 90-99. Universitas Negeri Semarang.
- Rahayu, R. W. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Inovasi Teknologi Terhadap Aplikasi GO PAY Dari PT . GOJEK Indonesia (Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta). *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia.
- Rismawati, M. T. (2014). Pengaruh Kepercayaan, Promosi dan Kemudahan terhadap Minat Penggunaan OVO. *Jurnal Ilmu Dan Riset AKuntansi*, 3(12), 51–59. www.idx.co.id
- Rohmah, I. L., Ibdalsyah, I., & Kosim, A. M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi, Dan Efektivitas Penyaluran Menggunakan *Fintech Crowdfunding* Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqah. *KASABA: Jurnal Ekonomi Islam*. 13(1), 42–51.
- Setiawan, A., Rofingatun, S., & Patma, K. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Risiko Terhadap Minat Dan Penggunaan *Financial Technology (Fintech)* Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Daerah*, 15(2), 35–48. <https://doi.org/10.52062/jakd.v15i2.1623>

-
- Sijabat, Y. P., Hutajulu, D. M., & Sihombing, P. (2019). Determinasi *Technology Acceptance Model* Terhadap Niat Penggunaan *Fintech* Sebagai Alat Pembayaran (*Payment*). *Seminar Nasional Dan Call For Paper*, Magelang, 15 Oktober 2019.
- Suyanto, & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan *Fintech* pada UMKM dengan Menggunakan *Teknologi Acceptance Model* (TAM). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Akmenika*, 16(1), 175–186.
- Ulurrosyad, M. F., & Jayanto, P. Y. (2020). Faktor-Faktor Dalam Menggunakan *E-Money* (*Gopay*) Pada Masyarakat Muslim di Kota Semarang. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 105–112. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7634>
- Wildan, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology* (*Fintech*). *Universitas Islam Negeri Walisongo*.
- Yanto, W., Baskor, E., & Fitriani, F. (2020). Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian *Financial Technology* Pada Aplikasi OVO Sebagai *Digital Payment* (Study Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 1(1), 96–109. <https://doi.org/10.24127/akuntansi.v1i1.335>