

MENDORONG TRANSFORMASI DIGITAL UMKM: ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT ADOPSI FINTECH DI INDONESIA

Rully Arestha¹⁾, Nur Afifah²⁾, Mustaruddin³⁾

Doktor Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura, Pontianak^{1,2,3)}
e-mail: b3081241002@student.untan.ac.id¹⁾, nur.afifah@ekonomi.untan.ac.id²⁾,
mustaruddin@ekonomi.untan.ac.id³⁾

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat adopsi teknologi finansial (fintech) di kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Seiring dengan pesatnya perkembangan layanan fintech, pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong maupun menghambat adopsi teknologi ini menjadi krusial untuk meningkatkan inklusi keuangan dalam sektor UMKM. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menerapkan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menganalisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 300 responden yang merupakan pelaku UMKM di berbagai kota. Variabel yang diteliti mencakup persepsi kegunaan (PU), persepsi kemudahan (PEU), pengaruh sosial (SI), rasa aman (SF), dan literasi keuangan digital (DFL) serta variabel kontrol seperti tingkat pendidikan-EL, usia-AGE, dan domisili-DOM. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ekosistem fintech yang lebih inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

Kata kunci: Fintech, peran kegunaan, peran kemudahan, pengaruh sosial, rasa aman, literasi keuangan digital.

Abstract

The objective of this study is to identify and analyze the factors that influence the adoption intention of financial technology (fintech) among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. Concomitant with the accelerated evolution of fintech services, a profound comprehension of the factors that promote and impede the adoption of this technology is imperative to enhance financial inclusion within the MSME sector. This study employs a quantitative approach by implementing the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method to analyze data obtained through the administration of questionnaires to 300 respondents, who are MSME players in various cities. The variables under consideration encompass a range of constructs, including perceived usefulness (PU), perceived ease to use (PEU), social influence (SI), safety feeling (SF), and digital financial literacy (DFL). In addition to these primary variables, the study incorporates control variables such as education level (EL), age (AGE), and domicile (DOM). Consequently, the findings of this study are anticipated to contribute to the development of a more inclusive and sustainable fintech ecosystem in Indonesia.

Keywords: Fintech, perceived usefulness, perceived ease to use, social influence, safety feeling, and digital financial literacy.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat telah mengakibatkan perubahan dan ekspansi yang signifikan dalam bidang jasa keuangan. Sektor keuangan, sebagai salah satu pilar utama perekonomian, memainkan peranan penting dalam mendorong pertumbuhan

ekonomi. Financial technology (*fintech*) muncul sebagai fenomena global yang signifikan, terutama dalam konteks peningkatan inklusi keuangan dan efisiensi layanan keuangan. *Fintech*, yang merupakan kombinasi antara fitur keuangan dan teknologi, telah menjadi inovasi baru yang dinamis dalam sektor ini, mampu memunculkan berbagai model bisnis (Dorfleitner et al., 2017).

Di Indonesia, perkembangan *fintech* telah membawa perubahan signifikan dalam cara pelaku usaha, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mengakses layanan keuangan. Menurut data OJK per tahun 2023, sebanyak 35% UMKM di Indonesia telah memanfaatkan layanan *fintech* dalam proses pembiayaan dan pembayaran digital, sementara sisanya masih bergantung pada sistem konvensional. Namun, tingkat literasi keuangan digital di kalangan UMKM masih terbilang rendah, hanya sekitar 40% yang memahami produk *fintech* secara menyeluruh. Pertumbuhan *fintech* di Indonesia menunjukkan kenaikan pengguna aktif sebesar 20% per tahun sejak 2020, dengan volume transaksi mencapai triliunan rupiah, yang menjadi indikator penting dalam transformasi digital sektor UMKM.

Meskipun UMKM berperan penting dalam perekonomian, mereka sering kali menghadapi berbagai tantangan dalam mengakses layanan keuangan yang masih bersifat tradisional. Beberapa pelaku UMKM ragu untuk menggunakan *fintech* secara konsisten karena adanya persepsi risiko yang melekat. Namun, *fintech* menawarkan sejumlah manfaat, seperti kemudahan akses, yang dapat membantu UMKM mengatasi hambatan tersebut. Tantangan yang ada, seperti persepsi risiko dan rendahnya literasi keuangan di kalangan pengguna, tetap menjadi isu yang perlu diatasi (Odei-Appiah et al., 2022; Nugraha et al., 2024).

Persepsi kegunaan, yang merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan *fintech* akan meningkatkan kinerja usaha mereka, menjadi faktor kunci dalam adopsi teknologi ini. Penelitian oleh Iman (2018) menunjukkan bahwa UMKM yang merasakan manfaat nyata dari penggunaan *fintech* cenderung lebih terbuka untuk mengadopsi teknologi ini. Selain itu, persepsi kemudahan, yang diartikan sebagai kemudahan dalam menggunakan layanan *fintech*, juga berperan penting. Menurut Kim (2024), kemudahan akses dan penggunaan platform *fintech* dapat meningkatkan keinginan UMKM untuk bertransaksi secara digital.

Pengaruh sosial, yang mencakup norma dan tekanan dari lingkungan sosial, turut berkontribusi terhadap niat adopsi *fintech*. Temuan oleh Urus et al. (2022) menunjukkan bahwa dukungan dari komunitas dan rekan bisnis dapat mendorong UMKM untuk mengadopsi teknologi baru. Rasa aman, yang berkaitan dengan kepercayaan terhadap keamanan transaksi digital, menjadi faktor krusial dalam keputusan adopsi. Lina dan Nani (2020) menekankan bahwa kekhawatiran akan privasi dan keamanan dapat menghambat niat adopsi *fintech*.

Literasi keuangan digital berfungsi sebagai moderator yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara variabel independen dan niat perilaku dalam mengadopsi *fintech*. Individu dengan tingkat literasi keuangan digital yang lebih tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang manfaat dan penggunaan *fintech*, sehingga meningkatkan niat mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut (Nugraha and Putriani., 2023; Odei-Appiah et al., 2022). Penelitian oleh Ansori et al. (2024) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan digital yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan UMKM terhadap penggunaan *fintech*, sehingga mendorong adopsi yang lebih luas. Dengan demikian, literasi keuangan digital tidak hanya berperan sebagai faktor pendukung, tetapi juga sebagai penguat yang signifikan dalam proses adopsi *fintech*, menciptakan sinergi

antara persepsi kegunaan, kemudahan, dan niat perilaku adopsi (Niswah et al., 2019; Mascarenhas et al., 2021).

Penelitian ini juga mengintegrasikan tingkat pendidikan, usia, dan domisili sebagai variabel kontrol, yang dirancang untuk mengendalikan pengaruh faktor demografis yang dapat memoderasi hubungan antara variabel utama dan niat adopsi *fintech*. Tingkat pendidikan memengaruhi kapasitas kognitif individu dalam menganalisis manfaat dan risiko layanan *fintech*, berdampak pada kemampuan mereka dalam mengoptimalkan teknologi tersebut (Bajunaied et al., 2023; Iman, 2018). Usia, sebagai proksi dari siklus hidup individu, memiliki implikasi pada penerimaan teknologi, dengan individu yang lebih muda cenderung lebih adaptif terhadap inovasi (Choi & Loh, 2024). Domisili, yang mencerminkan lingkungan sosial-ekonomi dan aksesibilitas infrastruktur teknologi, turut memengaruhi eksposur dan kesiapan individu terhadap layanan *fintech*, terutama dalam konteks digital divide antara daerah perkotaan dan rural (Odei-Appiah et al., 2022; Alam et al., 2022). Dengan mempertimbangkan variabel kontrol ini, penelitian bertujuan memastikan bahwa pengaruh variabel utama terhadap niat adopsi *fintech* diukur lebih akurat, memberikan wawasan yang robust dalam analisis empiris.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku pelaku UMKM dalam mengadopsi *fintech* sebagai alat untuk melakukan transaksi pembayaran, dengan penekanan pada persepsi kegunaan, kemudahan, pengaruh sosial, dan literasi keuangan digital. Model yang digunakan dalam penelitian ini mengintegrasikan teori perilaku terencana dan resistensi inovasi, yang menunjukkan bahwa persepsi individu terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan *fintech* dapat secara signifikan memengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi teknologi ini (Rabaai et al., 2024; Ojiaku et al., 2024).

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada pendekatan holistik yang mengintegrasikan berbagai variabel yang memengaruhi adopsi *fintech*, dengan relevansi yang tinggi dalam konteks masyarakat Indonesia yang sedang bertransisi menuju digitalisasi keuangan. Penelitian ini juga mempertimbangkan faktor-faktor kontekstual yang unik di Indonesia, seperti budaya dan kebiasaan penggunaan teknologi, yang dapat memengaruhi adopsi *fintech* (Nugraha et al., 2024; Odei-Appiah et al., 2022). Selain itu, penelitian oleh Rabaai et al. (2024) menunjukkan bahwa faktor sosial dan kepercayaan juga memainkan peran penting dalam adopsi teknologi baru.

Meski berbagai penelitian telah mengkaji hubungan *fintech* terhadap kinerja UMKM, penelitian ini hadir dengan pendekatan model yang mengintegrasikan dimensi literasi keuangan digital sebagai variabel mediasi yang belum banyak dieksplorasi secara empiris, khususnya di populasi UMKM skala mikro di wilayah Indonesia bagian timur. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur yang ada dan menawarkan wawasan bagi pengambil kebijakan dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mendorong adopsi *fintech* di kalangan UMKM di Indonesia (Nugraha and Putriani., 2023; Ojiaku et al., 2024).

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kajian Pustaka

Teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) merupakan salah satu kerangka kerja yang paling banyak digunakan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi teknologi. TAM menyatakan bahwa dua variabel utama, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan, secara signifikan memengaruhi niat individu untuk menggunakan teknologi. Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai keyakinan bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitas

individu, sedangkan persepsi kemudahan merujuk pada seberapa mudah teknologi tersebut dapat digunakan tanpa mengalami kesulitan (Davis, 1989).

Model UTAUT yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003) menambahkan faktor-faktor lain seperti pengaruh sosial dan kondisi fasilitasi yang juga memengaruhi niat adopsi teknologi. Pengaruh sosial mencakup norma dan dukungan dari lingkungan sosial, sedangkan kondisi fasilitasi berkaitan dengan sumber daya dan infrastruktur yang mendukung penggunaan teknologi. Dalam konteks UMKM, dukungan dari komunitas dan rekan bisnis dapat berperan penting dalam mendorong adopsi *fintech* (Urus et al., 2022).

Literasi keuangan digital merujuk pada kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan informasi keuangan dalam konteks digital. Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), literasi keuangan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan individu terhadap penggunaan produk keuangan, termasuk *fintech*. Dalam konteks UMKM, literasi keuangan digital dapat berfungsi sebagai moderator yang memperkuat hubungan antara persepsi kegunaan, kemudahan, dan niat adopsi *fintech* (Nugraha et al., 2023). Penelitian oleh Ansori et al. (2024) menunjukkan bahwa pelatihan literasi keuangan digital dapat meningkatkan kepercayaan dan niat adopsi di kalangan UMKM.

Studi empiris sebelumnya menunjukkan bahwa UMKM yang merasakan manfaat nyata dari penggunaan *fintech* cenderung lebih terbuka untuk mengadopsi teknologi ini. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap niat adopsi *fintech*. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa UMKM yang memiliki pengalaman positif dengan *fintech* lebih cenderung untuk merekomendasikan penggunaan teknologi ini kepada rekan-rekan mereka (Iman, 2018). Kemudahan akses dan penggunaan *platform fintech* dapat meningkatkan keinginan UMKM untuk bertransaksi secara digital (Kim, 2024). Temuan ini mendukung hipotesis bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap niat adopsi *fintech*. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya desain antarmuka pengguna yang intuitif dalam meningkatkan pengalaman pengguna. Tingkat literasi keuangan digital yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan UMKM terhadap penggunaan *fintech*, sehingga mendorong adopsi yang lebih luas (Nugraha et al., 2023). Hasil ini mendukung hipotesis bahwa literasi keuangan digital memoderasi hubungan antara persepsi kegunaan, kemudahan, dan niat adopsi *fintech*. Penelitian ini juga menemukan bahwa pelatihan literasi keuangan digital dapat meningkatkan kepercayaan dan niat adopsi di kalangan UMKM.

Dalam penelitiannya, Ojiaku et al. (2024) mengatakan bahwa penelitian yang dilakukan mengintegrasikan model TAM dan UTAUT untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi niat adopsi *fintech* di kalangan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sosial dan kondisi fasilitasi memiliki dampak signifikan terhadap niat adopsi, mendukung hipotesis bahwa faktor-faktor eksternal juga berperan penting dalam keputusan adopsi teknologi. Pande et al. (2024) meneliti dampak dari adopsi *fintech* terhadap kinerja keuangan UMKM. Hasilnya menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi *fintech* mengalami peningkatan efisiensi operasional dan akses ke pasar yang lebih luas. Penelitian ini menekankan pentingnya pemahaman tentang manfaat *fintech* dalam mendorong adopsi di kalangan UMKM.

Pengembangan Hipotesis

Persepsi kegunaan merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. Dalam konteks UMKM, jika pelaku usaha merasa bahwa *fintech* dapat memberikan manfaat nyata, seperti efisiensi dalam proses transaksi, pengurangan biaya operasional, dan akses yang lebih cepat ke modal,

maka mereka akan lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi tersebut. Penelitian oleh Iman (2018) menunjukkan bahwa UMKM yang merasakan manfaat dari penggunaan *fintech*, seperti kemudahan dalam mengelola keuangan dan akses ke layanan perbankan yang lebih baik, memiliki niat yang lebih tinggi untuk mengadopsi teknologi ini. Selain itu, penelitian oleh Pande et al. (2024) menekankan bahwa adopsi *fintech* dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM, yang semakin memperkuat persepsi kegunaan. Selain itu, beberapa penelitian secara konsisten menegaskan bahwa adanya korelasi positif antara persepsi kegunaan dan adopsi *fintech* (Baba et al., 2023; Bich dan Thi., 2020; Singh et al., 2020; Talwar et al., 2020). Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap Niat Adopsi Fintech

Persepsi kemudahan mengacu pada seberapa mudah teknologi dapat digunakan tanpa mengalami kesulitan. Dalam konteks *fintech*, jika UMKM merasa bahwa *platform* yang mereka gunakan mudah dipahami dan dioperasikan, mereka akan lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi tersebut. Penelitian oleh Urus et al. (2022) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berhubungan positif dengan niat adopsi *fintech*. Kemudahan penggunaan dapat mencakup berbagai aspek, seperti antarmuka pengguna yang intuitif, dukungan teknis yang memadai, dan pelatihan yang tersedia untuk pengguna. Penelitian oleh Kim (2024) juga menunjukkan bahwa pengalaman positif dalam menggunakan aplikasi *fintech*, seperti kemudahan dalam melakukan transaksi dan akses informasi, berkontribusi pada niat adopsi yang lebih tinggi. Penelitian sebelumnya juga mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi kemudahan dengan niat adopsi *fintech* (Abdul-Halim et al., 2022; Agyei et al., 2020; Baba et al., 2023; Chawla dan Joshi, 2023; Jain dan Chowdary, 2021; Igamo et al., 2024). Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H2 : Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Niat Adopsi Fintech

Pengaruh sosial mencakup norma, dukungan, dan pengaruh dari lingkungan sosial, termasuk teman, keluarga, dan rekan bisnis, yang dapat memengaruhi keputusan individu untuk mengadopsi teknologi. Dalam konteks UMKM, dukungan dan rekomendasi dari orang-orang terdekat dapat berperan penting dalam membentuk niat adopsi *fintech*. Penelitian oleh Hoque et al. (2024) menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki dampak signifikan terhadap niat adopsi teknologi, di mana individu yang mendapatkan dukungan positif dari lingkungan sosial mereka lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi baru. Namun, pengaruh sosial ini tidak terlepas dari konteks budaya yang ada di masyarakat. Budaya dapat memengaruhi bagaimana individu merespons pengaruh sosial. Chandran dan Alammari (2021) dalam beberapa budaya, keputusan individu sangat dipengaruhi oleh kelompok sosial mereka. Alam et al. (2022) juga menemukan bahwa dalam konteks budaya tertentu, seperti di beberapa daerah di Asia Tenggara, pengaruh sosial dapat berkurang karena adanya ketidakpercayaan terhadap teknologi baru. Mereka mencatat bahwa 50% responden merasa bahwa meskipun teman atau keluarga mereka merekomendasikan penggunaan *fintech*, mereka tetap ragu untuk mengadopsi karena kekhawatiran akan keamanan dan privasi. Namun, Venkatesh et al. (2003) dalam model UTAUT mereka menyatakan bahwa pengaruh sosial adalah salah satu faktor kunci yang memengaruhi niat adopsi teknologi. Mereka menemukan bahwa individu yang merasa didukung oleh orang-orang di sekitar mereka lebih cenderung untuk mengadopsi teknologi baru. Oleh karena itu hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H3 : Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap Niat Adopsi Fintech

Rasa aman dalam konteks penggunaan teknologi keuangan merujuk pada keyakinan pengguna bahwa data dan informasi keuangan mereka akan terlindungi dari risiko pencurian, penipuan, dan penyalahgunaan. Dalam adopsi *fintech*, rasa aman menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan UMKM untuk menggunakan layanan tersebut. Penelitian oleh Pande et al. (2024) menunjukkan bahwa UMKM yang merasa aman dalam menggunakan platform *fintech* cenderung lebih terbuka untuk mengadopsi teknologi ini. Ketika pelaku UMKM memiliki kepercayaan bahwa sistem keamanan yang diterapkan oleh penyedia layanan *fintech* cukup kuat, mereka akan lebih cenderung untuk melakukan transaksi dan menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

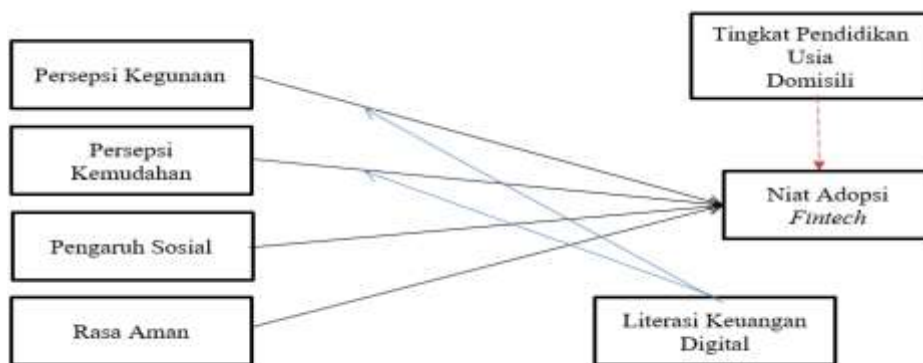
H4 : Rasa Aman berpengaruh positif terhadap Niat Adopsi Fintech

Literasi keuangan digital merujuk pada kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan informasi keuangan dalam konteks digital. Dalam konteks UMKM, literasi keuangan digital dapat berfungsi sebagai faktor moderator yang memperkuat hubungan antara persepsi kegunaan dan niat adopsi *fintech*. UMKM dengan tingkat literasi keuangan digital yang tinggi cenderung lebih mampu memahami manfaat yang ditawarkan oleh *fintech*, sehingga meningkatkan persepsi kegunaan mereka. Penelitian oleh Nugraha et al. (2023) menunjukkan bahwa pelatihan literasi keuangan digital dapat meningkatkan kepercayaan dan pemahaman UMKM terhadap teknologi keuangan, yang pada gilirannya dapat memperkuat niat mereka untuk mengadopsi *fintech*. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H5 : Literasi Keuangan Digital memoderasi hubungan antara Persepsi Kegunaan dan Niat Adopsi Fintech

Literasi keuangan digital juga dapat memoderasi hubungan antara persepsi kemudahan dan niat adopsi *fintech*. UMKM yang memiliki literasi keuangan digital yang baik akan lebih mampu memahami dan memanfaatkan kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi *fintech*. Ketika UMKM merasa bahwa mereka memiliki pengetahuan yang cukup tentang cara menggunakan teknologi keuangan, mereka akan lebih percaya diri dalam menggunakan platform *fintech*, yang dapat meningkatkan niat mereka untuk mengadopsi teknologi tersebut. Penelitian oleh Hoque et al. (2024) menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki pengalaman yang lebih baik dalam menggunakan teknologi, yang berkontribusi pada niat adopsi yang lebih tinggi. Beberapa penelitian lain juga mengindikasikan bahwa pentingnya literasi keuangan digital dalam adopsi *fintech* (Arora, 2020; Choung et al., 2023; Ravikumar et al., 2022). Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H6 : Literasi Keuangan Digital memoderasi hubungan antara Persepsi Kemudahan dan Niat Adopsi Fintech



Gambar 1. Kerangka Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena tujuan penelitian ini ingin menguji hubungan antar variabel dalam populasi UMKM secara sistematis dan dapat digeneralisasikan. Desain survei online dipilih walaupun terdapat tantangan literasi digital, karena metode ini memungkinkan pengumpulan data secara efisien, menjangkau UMKM di berbagai wilayah, khususnya di daerah yang sulit dijangkau secara fisik, serta mengurangi bias interviewer. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelaku UMKM. Karena jumlah pengguna *fintech* di kalangan UMKM di Indonesia tidak diketahui secara pasti, teknik pengambilan sampel yang digunakan mengikuti aturan 10 kali lipat. Pendekatan ini menentukan bahwa ukuran sampel harus 10 kali jumlah variabel laten dalam model penelitian. (Igamo et al., 2024). Penelitian ini memiliki 6 variabel laten, yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, literasi keuangan digital, rasa aman, pengaruh sosial, dan niat adopsi *fintech*. Oleh karena itu, ukuran sampel minimal yang diperlukan adalah 60 responden.

Selain itu, Hair et al. (2019) merekomendasikan ukuran sampel untuk analisis faktor berkisar antara 100 hingga 200 responden. Mengingat kompleksitas model dan untuk memastikan hasil yang lebih akurat serta representatif, penelitian ini akan menargetkan jumlah responden sebanyak 300 UMKM yang telah menggunakan atau memiliki pengetahuan tentang layanan *fintech*.

Untuk memastikan bahwa sampel representatif terhadap populasi, digunakan teknik purposive sampling. Kriteria inklusi ditetapkan sebagai berikut, responden adalah pemilik atau pengelola usaha yang telah beroperasi minimal satu tahun. Responden telah menggunakan atau memiliki pengetahuan dasar tentang layanan *fintech*.

Kuesioner akan disebarakan melalui *platform* online untuk menjangkau lebih banyak responden. Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya yang relevan. Sebelum disebarakan secara luas, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya melalui pilot testing dengan 30 responden UMKM. Uji validitas dilakukan menggunakan analisis faktor eksploratori (EFA) untuk memastikan bahwa setiap item mengukur konstruk yang dimaksud, sementara reliabilitas diuji menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan nilai cut-off ≥ 0.7 sebagai indikasi konsistensi internal yang baik.

Selanjutnya, dilakukan pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis SEM-PLS dengan alat analisis smartPLS 3.0. Analisis data dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu pengujian outer model untuk menilai validitas konvergen melalui skor Average Variance Extracted (AVE), validitas diskriminan, dan reliabilitas komposit. Selanjutnya, inner model dianalisis dengan mempertimbangkan nilai R^2 yang menunjukkan kekuatan prediksi variabel dependen, Q^2 sebagai ukuran prediksi relevansi model, serta Goodness of Fit (GoF) untuk menilai kesesuaian keseluruhan model. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji signifikansi path coefficient dengan bootstrapping

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dengan skala Likert 7 poin (1 = sangat tidak setuju hingga 7 = sangat setuju) untuk mengukur persepsi kegunaan, kemudahan, literasi keuangan digital, rasa aman, pengaruh sosial, dan niat adopsi *fintech*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 300 responden pelaku UMKM yang memiliki pengetahuan tentang layanan *fintech*. Mayoritas responden adalah laki-laki (60%) dan perempuan (40%), mencerminkan dominasi pelaku usaha laki-laki di Indonesia. Dari segi usia, 40% responden

berusia 31-40 tahun dan 30% berusia 20-30 tahun, menunjukkan potensi besar dalam adopsi teknologi baru.

Tingkat pendidikan responden bervariasi, dengan 40% memiliki latar belakang SMP/SMA, 30% lulusan Diploma, 25% sarjana (S1), dan hanya 5% yang memiliki gelar pascasarjana (S2/S3). Ini mencerminkan keberagaman pendidikan yang dapat memengaruhi pemahaman dan kesiapan mereka dalam mengadopsi *fintech*.

Lokasi usaha sebagian besar berada di wilayah perkotaan, dengan 30% responden di Jakarta dan 30% di kota-kota besar lainnya. Sebanyak 25% berada di kota menengah, dan 15% di kota kecil, menunjukkan pentingnya infrastruktur digital untuk mendukung adopsi *fintech*.

Berdasarkan lama usaha, 35% responden telah beroperasi selama 1-3 tahun, 30% selama 4-6 tahun, 20% selama 7-10 tahun, dan 15% lebih dari 10 tahun. Dominasi UMKM dengan usia usaha yang relatif muda ini menunjukkan potensi pertumbuhan dan kebutuhan akan solusi *fintech* untuk mendukung perkembangan usaha mereka.

Hasil pengujian validitas dan reliabilitas mengkonfirmasi bahwa instrumen penelitian memenuhi seluruh kriteria psikometrik yang dipersyaratkan, memberikan landasan yang kuat untuk analisis lebih lanjut. Kualitas pengukuran yang baik ini menjamin bahwa temuan-temuan penelitian yang dihasilkan dapat diandalkan dan mencerminkan fenomena yang diteliti dengan akurat.

Hasil pengujian hipotesis memberikan wawasan mendalam mengenai pengaruh masing-masing variabel, termasuk nilai R-Square yang menunjukkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi niat adopsi, serta koefisien jalur, T-statistik, dan P-value untuk setiap hipotesis.

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Variabel Endogen	R-squared	Adj R-squared
BI	0.683	0.677

Sumber : Data olahan, 2025

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa model penelitian dapat menjelaskan sebesar 68,3% variasi dalam Niat Adopsi *Fintech*, sisanya 31,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Tabel 2. Path Coefficients dan Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Path Coefficient	T-Statistics	P-Value	Hasil
H1	PU→BI	0.312	4.876	0.000	Diterima
H2	PEU→BI	0.284	4.234	0.000	Diterima
H3	SI→BI	0.198	3.654	0.000	Diterima
H4	SF→BI	0.176	3.123	0.002	Diterima
H5	PU*DFL→BI	0.245	3.987	0.000	Diterima
H6	PEU*DFL→BI	0.223	3.765	0.000	Diterima

Sumber : Data olahan, 2024

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa semua hipotesis yang diajukan diterima, yang artinya PU, PEU, SI, dan SF memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap BI. Sementara itu, hipotesis berikut menyatakan bahwa DFL memperkuat hubungan antara PU dan BI, begitu juga dengan DFL yang memperkuat hubungan antara PEU dan BI.

Tabel 4. Efek Moderasi Literasi Keuangan Digital (DFL)

Hubungan	Efek Langsung	Efek Moderasi	Total Efek
PU→BI	0.312	0.245	0.557
PEU→BI	0.284	0.223	0.507

Sumber : Data olahan, 2024

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa efek moderasi literasi keuangan digital terbukti signifikan dalam memperkuat hubungan antara PU terhadap BI dan PEU terhadap BI.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini mengungkapkan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terkuat ($\beta = 0.312$, $p < 0.001$) terhadap niat adopsi *fintech* di kalangan UMKM. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Iman (2018) yang menemukan bahwa UMKM yang merasakan manfaat nyata dari penggunaan *fintech* cenderung lebih terbuka untuk mengadopsi teknologi tersebut. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Singh et al. (2020) yang mengkonfirmasi adanya korelasi positif antara persepsi kegunaan dan adopsi *fintech*. Lebih lanjut, Pande et al. (2024) dalam penelitiannya mengidentifikasi bahwa UMKM yang mengadopsi *fintech* mengalami peningkatan efisiensi operasional dan akses ke pasar yang lebih luas. Pengaruh kuat dari persepsi kegunaan ini terutama tercermin dalam peningkatan efisiensi operasional, kemudahan akses ke layanan keuangan formal, pengurangan biaya transaksi, dan peningkatan transparansi dalam pencatatan keuangan.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan ($\beta = 0.284$, $p < 0.001$) terhadap niat adopsi *fintech*. Temuan ini mendukung penelitian Kim (2024) yang mendemonstrasikan bahwa kemudahan akses dan penggunaan platform *fintech* dapat meningkatkan keinginan UMKM untuk bertransaksi secara digital. Abdul-Halim et al. (2022) dalam penelitiannya juga menemukan hubungan positif antara kemudahan penggunaan dan niat adopsi teknologi keuangan. Faktor-faktor yang mendukung pengaruh kemudahan penggunaan meliputi antarmuka pengguna yang intuitif, proses transaksi yang sederhana, dan dukungan teknis yang memadai. Penelitian Agyei et al. (2020) dan Baba et al. (2023) turut mengkonfirmasi pentingnya aspek kemudahan penggunaan dalam adopsi teknologi keuangan.

Pengaruh sosial terbukti memiliki dampak positif signifikan ($\beta = 0.198$, $p < 0.001$) terhadap niat adopsi *fintech*. Hasil ini konsisten dengan temuan Urus et al. (2022) yang menunjukkan bahwa dukungan dari komunitas dan rekan bisnis dapat mendorong UMKM untuk mengadopsi teknologi baru. Chandran dan Alammari (2021) dalam penelitiannya menekankan pentingnya konteks budaya dalam adopsi teknologi, di mana dalam beberapa budaya, keputusan individu sangat dipengaruhi oleh kelompok sosial mereka. Namun, temuan Alam et al. (2022) menunjukkan bahwa dalam konteks budaya tertentu, seperti di beberapa daerah di Asia Tenggara, pengaruh sosial dapat berkurang karena adanya ketidakpercayaan terhadap teknologi baru.

Aspek keamanan yang tercermin dalam variabel rasa aman menunjukkan pengaruh positif signifikan ($\beta = 0.176$, $p < 0.01$) terhadap niat adopsi *fintech*. Temuan ini mendukung penelitian Lina dan Nani (2020) yang menekankan bahwa kekhawatiran akan privasi dan keamanan dapat menghambat niat adopsi *fintech*. Lebih lanjut, Ojiaku et al. (2024) mengkonfirmasi pentingnya aspek keamanan dalam adopsi teknologi keuangan, terutama dalam konteks negara berkembang. Rabaai et al. (2024) juga menemukan bahwa faktor kepercayaan dan keamanan memainkan peran penting dalam adopsi teknologi pembayaran mobile.

Peran moderasi literasi keuangan digital muncul sebagai temuan penting dalam penelitian ini, di mana terbukti memperkuat hubungan antara persepsi kegunaan ($\beta = 0.245$, $p < 0.001$) dan kemudahan penggunaan ($\beta = 0.223$, $p < 0.001$) dengan niat adopsi *fintech*. Hasil ini sejalan dengan penelitian Nugraha et al. (2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital dapat meningkatkan kepercayaan UMKM terhadap penggunaan *fintech*. Ansori et al. (2024) menemukan bahwa pelatihan literasi keuangan digital dapat meningkatkan kepercayaan dan niat adopsi di kalangan UMKM. Temuan ini juga didukung oleh penelitian Choung et al. (2023) dan Ravikumar et al. (2022) yang menegaskan pentingnya literasi keuangan digital dalam adopsi *fintech*.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dengan memperkuat model Technology Acceptance Model (TAM) dalam konteks adopsi *fintech* untuk UMKM, sekaligus mengintegrasikan aspek keamanan dan literasi digital. Venkatesh et al. (2003) dalam model UTAUT mereka telah menekankan pentingnya faktor-faktor sosial dan kondisi fasilitasi dalam adopsi teknologi, yang diperkuat oleh temuan penelitian ini. Secara praktis, hasil penelitian memberikan implikasi penting bagi penyedia layanan *fintech* untuk fokus pada pengembangan fitur yang bermanfaat dan mudah digunakan, serta memperkuat aspek keamanan. Bagi pembuat kebijakan, temuan ini menekankan pentingnya program literasi keuangan digital dan pengembangan regulasi yang mendukung, sebagaimana direkomendasikan oleh Odei-Appiah et al. (2022) dalam penelitian mereka tentang *fintech* dan inklusi keuangan.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Persepsi kegunaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat adopsi *fintech* di kalangan UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman pelaku UMKM tentang manfaat konkret dari penggunaan *fintech* menjadi faktor krusial dalam keputusan adopsi teknologi tersebut.
2. Persepsi kemudahan penggunaan juga menunjukkan pengaruh positif yang signifikan, menegaskan pentingnya sistem yang mudah dipahami dan dioperasikan dalam mendorong adopsi *fintech*.
3. Pengaruh sosial memiliki dampak positif signifikan terhadap niat adopsi *fintech*, menunjukkan bahwa keputusan adopsi teknologi di kalangan UMKM tidak terlepas dari pengaruh komunitas dan lingkungan sosial mereka.
4. Rasa aman terbukti berpengaruh positif terhadap niat adopsi *fintech*, mengonfirmasi bahwa aspek keamanan dan privasi menjadi pertimbangan penting bagi UMKM dalam mengadopsi teknologi finansial.

Temuan penting lainnya adalah peran moderasi literasi keuangan digital yang secara signifikan memperkuat hubungan antara persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan dengan niat adopsi *fintech*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman pelaku UMKM tentang keuangan digital berperan penting dalam meningkatkan efektivitas faktor-faktor yang mendorong adopsi *fintech*.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi penting yang dapat diberikan kepada berbagai pemangku kepentingan dalam ekosistem *fintech*. Bagi penyedia layanan *fintech*, fokus utama perlu diarahkan pada pengembangan fitur-fitur yang benar-benar menjawab kebutuhan UMKM, terutama dalam hal efisiensi operasional dan akses ke layanan keuangan. Penyedia layanan juga perlu meningkatkan kemudahan penggunaan melalui desain antarmuka yang intuitif dan proses transaksi yang sederhana. Aspek

keamanan dan transparansi harus diperkuat untuk meningkatkan kepercayaan pengguna, disertai dengan penyediaan program edukasi dan pelatihan yang komprehensif tentang penggunaan layanan *fintech*. Hal ini sejalan dengan temuan Ojiaku et al. (2024) yang menekankan pentingnya aspek keamanan dan kemudahan penggunaan dalam adopsi teknologi keuangan.

Pembuat kebijakan memiliki peran krusial dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi adopsi *fintech*. Pengembangan kerangka regulasi yang mendukung pertumbuhan ekosistem *fintech* sekaligus melindungi kepentingan UMKM menjadi prioritas utama. Program literasi keuangan digital yang terstruktur dan berkelanjutan perlu diinisiasi bagi pelaku UMKM, sebagaimana direkomendasikan oleh Nugraha et al. (2023). Penguatan infrastruktur digital, terutama di daerah-daerah yang masih mengalami kesenjangan digital, juga perlu mendapat perhatian khusus. Pemberian insentif bagi UMKM yang mengadopsi *fintech* dapat menjadi katalis untuk mendorong digitalisasi sektor UMKM secara lebih luas. Hal ini sejalan dengan temuan Odei-Appiah et al. (2022) tentang pentingnya mengatasi kesenjangan digital dalam mendorong inklusi keuangan.

Pelaku UMKM sendiri perlu mengambil langkah proaktif dalam menghadapi transformasi digital. Peningkatan pemahaman tentang manfaat dan risiko penggunaan *fintech* melalui partisipasi aktif dalam program literasi keuangan digital menjadi langkah awal yang penting. Membangun jejaring dengan komunitas UMKM untuk berbagi pengalaman dan pembelajaran dalam penggunaan *fintech* juga dapat membantu mempercepat proses adopsi, sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Urus et al. (2022). Pendekatan bertahap dalam mengadopsi *fintech*, dimulai dari fitur-fitur dasar sebelum beralih ke yang lebih kompleks, dapat membantu memastikan transisi yang lebih mulus. Aspek keamanan dalam penggunaan *fintech* juga perlu menjadi perhatian utama dengan menerapkan praktik-praktik keamanan yang direkomendasikan.

Untuk pengembangan penelitian selanjutnya, beberapa area yang perlu dieksplorasi lebih lanjut mencakup perluasan cakupan penelitian dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain seperti karakteristik usaha dan faktor teknologi. Studi longitudinal dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang perubahan pola adopsi *fintech* dari waktu ke waktu, sementara penelitian komparatif antara berbagai sektor UMKM atau wilayah geografis yang berbeda dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif. Pendalaman aspek moderasi lain yang mungkin memengaruhi hubungan antar variabel dalam model penelitian juga dapat memperkaya pemahaman tentang adopsi *fintech* di kalangan UMKM, sebagaimana disarankan oleh Rabaai et al. (2024) dalam penelitian mereka tentang adopsi teknologi pembayaran mobile.

Implementasi rekomendasi-rekomendasi ini membutuhkan kolaborasi yang erat antara berbagai pemangku kepentingan. Dengan pendekatan yang terkoordinasi dan komprehensif, diharapkan dapat tercipta ekosistem *fintech* yang lebih inklusif dan berkelanjutan bagi sektor UMKM di Indonesia. Transformasi digital yang efektif di sektor UMKM tidak hanya akan meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan inklusi keuangan secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul-Halim, N.-A., Vafaei-Zadeh, A., Hanifah, H., Teoh, A.P., Nawaser, K., 2022. Understanding the determinants of e-wallet continuance usage intention in Malaysia. *Qual. Quant.* 56 (5), 3413–3439. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01276-7>

- Agyei, J., Sun, S., Abrokwah, E., Penney, E.K., Ofori-Boafo, R., 2020. Mobile banking adoption: examining the role of personality traits, 215824402093291 SAGE Open 10 (2). <https://doi.org/10.1177/2158244020932918>
- Alam, A., Tri Ratnasari, R., Mua'awanah, C., & Aribatul Hamidah, R. (2022). Generation Z perceptions in paying Zakat, Infaq, and Sadaqah using Fintech: A comparative study of Indonesia and Malaysia. *Investment Management and Financial Innovations*, 19(2), 320–330. [https://doi.org/10.21511/imfi.19\(2\).2022.28](https://doi.org/10.21511/imfi.19(2).2022.28)
- Arora, R.U., 2020. Digital Financial Services to Women: Access and Constraints. In: Arora, R.U. (Ed.), *Gender Bias and Digital Financial Services in South Asia*. Emerald Publishing Limited, pp. 51–72. <https://doi.org/10.1108/978-1-83867-855-520201004>
- Baba, M. A., Haq, Z. U., Dawood, M., & Aashish, K. (2023). FinTech Adoption of Financial Services Industry: Exploring the Impact of Creative and Innovative Leadership. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(10), 453. <https://doi.org/10.3390/jrfm16100453>
- Bajunaied, K., Hussin, N., & Kamarudin, S. (2023). Behavioral intention to adopt FinTech services: An extension of unified theory of acceptance and use of technology. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100010. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100010>
- Chandran, D., Alammari, A.M., 2021. Influence of culture on knowledge sharing attitude among academic staff in eLearning virtual communities in Saudi Arabia. *Inf. Syst. Front.* 23, 1563–1572.
- Chawla, D., Joshi, H., 2023. Role of Mediator in Examining the Influence of Antecedents of Mobile Wallet Adoption on Attitude and Intention. *Glob. Bus. Rev.* 24 (4), 609–625. <https://doi.org/10.1177/0972150920924506>
- Choi, H.-S., & Loh, R. K. (2024). Physical Frictions and Digital Banking Adoption. *Management Science*, 70(10), 6597–6621. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2023.4972>
- Choung, Y., Chatterjee, S., Pak, T.-Y., 2023. Digital financial literacy and financial wellbeing. *Financ. Res. Lett.* 58, 104438 <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104438>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dorfleitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M., & Weber, M. (2017). *FinTech in Germany*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-54666-7>
- Hoque, M. Z., Chowdhury, N. J., Hossain, A. A., & Tabassum, T. (2024). Social and facilitating influences in fintech user intention and the fintech gender gap. *Heliyon*, 10(1), e23457. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e23457>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. 8th Edition. Pearson Education.
- Igamo, A. M., Rachmat, R. A., Siregar, M. I., Gariba, M. I., Cheron, V., Wahyuni, A. S., & Setiawan, B. (2024). Factors influencing Fintech adoption for women in the post-Covid-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100236. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100236>
- Iman, N. (2018). Assessing the dynamics of fintech in Indonesia. *Investment Management and Financial Innovations*, 15(4), 296–303. [https://doi.org/10.21511/imfi.15\(4\).2018.24](https://doi.org/10.21511/imfi.15(4).2018.24)
- Jain, K., Chowdhary, R., 2021. A Study on Intention to Adopt Digital Payment Systems in India: Impact of COVID-19 Pandemic. *Asia Pac. J. Inf. Syst.* 31 (1), 76–101.
- Kim, H. (2024). An empirical analysis of navigation behaviors across stock and cryptocurrency trading platforms: Implications for targeting and segmentation

- strategies. *Electronic Commerce Research*, 24(3), 2113–2141. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09612-1>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Mascarenhas, A., Perpétuo, C., Barrote, E., & Perides, M. (2021). The Influence of Perceptions of Risks and Benefits on the Continuity of Use of Fintech Services. *Brazilian Business Review*, 18(1), 1–21. <https://doi.org/10.15728/bbr.2021.18.1.1>
- Moh. Asep Zakariya Ansori, M. Wanri Wahyudin, Neng Ila Nurbaet, Muhamad Rama Isagozi, Siti Azkya Diva, Nadina Amira Zahra, Guslianti Nur, Muhammad Yusuf, & Muhammad Tabroni. (2024). Analisis Literasi Keuangan Penggunaan Fintech Payment Bagi Pelaku Usaha UMKM. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 210–225. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.130>
- Nani, D. A., & Lina, L. F. (2020). Kekhawatiran Privasi pada Kesuksesan Adopsi FinTech menggunakan Model DeLone dan McLean. *Performance*, 27(1), 60. <https://doi.org/10.20884/1.jp.2020.27.1.2250>
- Ngoc Bich DO, & Hai Ninh Thi DO. (2020). An investigation of Generation Z's Intention to use Electronic Wallet in Vietnam. *Journal of Distribution Science*, 18(10), 89–99. <https://doi.org/10.15722/JDS.18.10.202010.89>
- Niswah, F. M., Mutmainah, L., & Legowati, D. A. (2019). MUSLIM MILLENNIAL'S INTENTION OF DONATING FOR CHARITY USING FINTECH PLATFORM. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(3), 623–644. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i3.1080>
- Nugraha, D. P., Setiawan, B., Emilda, E., Masyhuri, M., Quynh, M. N., Nathan, R. J., Fekete-Farkas, M., & Hágen, I. (2024). Role of Financial Literacy and Saving Habits on Fintech Adoption post Covid-19. *ETIKONOMI*, 23(1), 63–80. <https://doi.org/10.15408/etk.v23i1.37856>
- Nugraha, H., & Putriani, S. (2023). Does Fintech Lending And ICT Development Index Affect Poverty? Evidence From Indonesia. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 13(1), 171–184. <https://doi.org/10.22219/jrak.v13i1.25921>
- Odei-Appiah, S., Wiredu, G., & Adjei, J. K. (2022). Fintech use, digital divide and financial inclusion. *Digital Policy, Regulation and Governance*, 24(5), 435–448. <https://doi.org/10.1108/DPRG-09-2021-0111>
- Ojiaku, O. C., Ezenwafor, E. C., & Osarenkhoe, A. (2024). Integrating TTF and UTAUT models to illuminate factors that influence consumers' intentions to adopt financial technologies in an emerging country context. *International Journal of Technology Marketing*, 18(1), 113–135. <https://doi.org/10.1504/IJTMKT.2024.135674>
- Pande, S., Shahid Mazhar, S., Sardar Khan, F., Ali Khan, B., Haque, E., & Ahmad Mir, M. (2024). EXPLORING TWO DECADES OF PERSONAL FINANCIAL PLANNING: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 4(57), 519–530. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.57.2024.4470>
- Rabaai, A. A., Maati, S. A. A., Muhammad, N. B., & Eljamal, E. M. (2024). Understanding mobile payments through the lens of innovation resistance and planned behavior theories. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(1), 45–64. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.10.018>

- Ravikumar, T., Suresha, B., Prakash, N., Vazirani, K., Krishna, T.A., 2022. Digital financial literacy among adults in India: Measurement and validation. *Cogent Econ. Financ.* 10 (1), 2132631 <https://doi.org/10.1080/23322039.2022.2132631>
- Singh, S., Sahni, M.M. and Kovid, R.K. (2020), "What drives FinTech adoption? A multi-method evaluation using an adapted technology acceptance model", *Management Decision*, Vol. 58 No. 8, pp. 1675-1697. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1318>
- Tajul Urus, S., Kurniasari, F., Syed Mustapha Nazri, S. N. F., Utomo, P., Othman, I. W., Jimmy, S. Y., & Abd Hamid, N. (2022). A comparative study of fintech payment services adoption among Malaysian and Indonesian fresh graduates: Through the lens of UTAUT theory. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 5(13 (119)), 73–88. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2022.265662>
- Talwar, S., Dhir, A., Khalil, A., Mohan, G., & Islam, A. K. M. N. (2020). Point of adoption and beyond. Initial trust and mobile-payment continuation intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102086. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102086>
- Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>