

Efek Impresi *Fintech* Terhadap Perilaku Keuangan UKM**Gendro Wiyono^{*}, Kusuma Chandra Kirana***Program Studi Magister Manajemen, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa**Jl. Kusumanegara No.121 Yogyakarta 55165, Indonesia****Email:** gendrowiyono@ustjogja.ac.id**Artikel Info****ABSTRAK**

Dikirim:
24 Desember 2019
Revisi:
30 Maret 2020
Diterima:
20 April 2020

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui *Impresi finance technology (Fintech)* yang berupa manfaat serta kemudahan *fintech* yang berdampak terhadap niat UKM untuk menggunakannya, walapun terindikasi permasalahan dalam implementasinya. Sampel yang digunakan 80 UKM tersebar di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengumpulan data menggunakan teknik purposive sampling dengan ketentuan responden yang dipilih sudah menggunakan *fintech*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat *fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan UKM untuk berniat menggunakannya. Semakin manfaatnya bertambah, perilaku penggunaan *fintech* semakin berkembang. Merupakan sifat rasional manusia bahwa yang bermanfaat terhadap dirinya akan mendorong untuk berperilaku. Adapun impresi kemudahan penggunaan *fintech* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan. Secara umum diketahui bahwa sikap terhadap penggunaan komputer adalah penentu yang signifikan dari niat untuk menggunakan *fintech*. Akan tetapi impresi kemudahan tidak mendorong niat untuk memanfaatkan *fintech*. Walaupun *fintech* dipersepsikan mudah namun jika manfaatnya rendah, UKM tidak berniat menggunakan. Problem *implemantation* tidak terbukti berpengaruh menghambat UKM untuk menggunakan *fintech*. Kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan belum menjadi pertimbangan, hal ini disebabkan masyarakat belum pernah merasakan impresi dampak risiko siber. Bahwa problem implementasi *fintech* disadari merupakan risiko yang memberikan efek negatif terhadap niat adopsi *fintech*. Walaupun demikian, masalah yang timbul tidak menurunkan minat UKM untuk menggunakan *fintech*.

Kata Kunci : *Fintech*, Manfaat, Kegunaan, Niat Berperilaku, Problem Implementation.

Effects of Fintech's Impression on SME Financial Behavior**ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the Impression of finance technology (Fintech) in the form of benefits as well as the ease to use that has an impact on SME intentions to use it, even though problems in its implementation are indicated. The sample used was 80 SMEs spread in the Special Region of Yogyakarta. Data collection using purposive sampling technique provided that the respondents chosen already use fintech. Data analysis using SmartPLS software. The results showed that the benefits of fintech had a positive and significant effect on the financial behavior of SMEs to intend to use it. The more the benefits increase, the behavior of using fintech is growing. It is human's rational nature that what is beneficial to him will encourage behavior. The impression of ease of use of fintech has no positive and significant effect. It is generally known that the attitude towards computer use is a significant determinant of the intention to use fintech. However, the impression of simplicity did not encourage the intention to utilize fintech. Although fintech is perceived as easy, if the benefits are low, UKM does not intend to use it. The implementation problem has not been proven to have an effect on preventing SMEs from using fintech. Public awareness of the importance of security has not been considered, this is because the community has never felt the impression of the impact of cyber risk. That the problem of fintech implementation is realized is a risk that has a negative effect on the intention of adopting fintech. However, the problems that arise do not reduce the interest of SMEs to use fintech.

keywords : *Fintech*, Usefulness, Ease To Use, Behavioral Intention, Problem Implementation

Cara Sitasi :

Wiyono, G., & Kirana, K. C. (2020). Efek Impresi *Fintech* Terhadap Perilaku Keuangan UKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 69-81. <https://doi.org/10.30596/jimb.v21i1.3889>.

PENDAHULUAN

Teknologi informasi saat ini sudah menjadi kebutuhan dan telah merupakan bagian dari proses kegiatan tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia, perkembangan teknologi informasi berdampak signifikan pada kehidupan masyarakat, baik individu maupun organisasi. Teknologi informasi dibidang keuangan digunakan untuk membantu masyarakat mengakses produk dan layanan keuangan. Inovasi di bidang teknologi informasi memberikan peluang bagi kita melakukan kegiatan keuangan dimanapun, kapanpun, mudah, dan aman. Inovasi teknologi informasi dibidang layanan jasa keuangan adalah *Fintech*, yaitu *Financial Technology* yang memiliki arti inovasi dalam memberikan layanan keuangan.

Hasil penelitian Nursiah (2017) menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan) sebagai impresi *fintech* berhubungan positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku). Penelitian Bangkara, Putu, & Harta (2016) juga mendukung bahwa *Perceived Usefulness* berhubungan positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*, hal ini merupakan sifat rasional manusia bahwa segala sesuatu yang bermanfaat terhadap dirinya akan mendorong berperilaku untuk kepentingannya. Secara prinsip bahwa *Perceived Usefulness* berhubungan dengan *Behavioral Intention* juga dinyatakan dari hasil penelitian yang dilakukan Putri & Jumhur (2019). Impresi lain yang ditimbulkan oleh *fintech* adalah *Perceived Easy to use* (kemudahan yang dirasakan). Hasil penelitian Nursiah (2017) menunjukkan hubungan positif dan signifikan *Perceived Easy to use* dengan *Behavioral Intention*. Penelitian yang dilakukan oleh Bangkara, Putu, & Harta (2016) juga mendukung bahwa *Perceived Easy to use* berhubungan positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. *Perceived Easy to use* berhubungan dengan *Behavioral Intention* juga dibuktikan oleh Putri & Jumhur (2019). Bahwa persepsi

kegunaan dan sikap terhadap penggunaan komputer adalah penentu yang signifikan dari niat untuk menggunakan *fintech*.

Namun demikian, sebagaimana isu yang beredar bahwa pengembangan *Fintech* memunculkan beberapa masalah dalam implementasinya ("Ragam Masalah Hukum *Fintech* yang Jadi Sorotan di 2018," 2018). Penelitian Perdani, Widyawan, & Santoso (2018) menunjukkan bahwa pengalaman UKM merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan *Fintech*. Kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan sebagai impresi *fintech* menjadi pangkal persoalan dan bisa jadi menjadi penghambat perkembangan *fintech*. Perubahan teknologi berpengaruh kuat terhadap perilaku UKM dalam hal menggunakan sistem pembayaran. Kondisi ini juga terjadi pada industri keuangan yang selama ini didominasi perbankan. Apabila pertumbuhan praktik penggunaan pembayaran berbasis *fintech* tidak diantisipasi dari aspek regulasi dan supervisi akan menyebabkan timbulnya risiko bagi masyarakat. Pemerintah dan otoritas jasa keuangan diharapkan membangun tatakelola sistem keuangan dan pembayaran mengambil kelebihan dari *fintech*, namun dalam saat yang bersamaan mengantisipasi adanya kelemahan dari perkembangan tersebut (Suhartono, 2017). Sementara itu, dalam *Acces '18 Accounting Competition & Strategic Seminar: The Transformative Power Of Fintech*, salah satu materi menggaris bawahi bahwa *Fintech* dan *Cashless Society: Sebuah Revolusi Pendongkrak Ekonomi Kerakyatan* (Himmaugm, 2018). Bahwa problem implementasi *fintech* merupakan risiko yang memberikan efek negatif terhadap niat adopsi *Fintech* (Ryu, 2018). Bahwa kepercayaan terhadap layanan *FinTech* yang tidak bermasalah dapat meningkatkan niat terhadap adopsi *fintech*, sehingga berpengaruh besar pada niat seseorang untuk menggunakan layanan *fintech* (Meyliana, And, & 2019, 2019).

Implementasi *Fintech* pada industri perbankan telah memudahkan dan mendekatkan pelaku UKM mengakses produk layanan keuangan yang ditawarkan. Model ini selain mempermudah mendapatkan akses keuangan, juga meningkatkan keuangan inklusif serta dapat meningkatkan kinerja perbankan (Muzdalifa et. al., 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Huei, Cheng, Seong, Khin, & Leh Bin (2018) tentang model penerimaan teknologi mengidentifikasi faktor-faktor potensial yang mempengaruhi niat konsumen mengadopsi layanan *finTech*. Kajian yang dilakukan meliputi faktor-faktor: manfaat, kemudahan penggunaan, keunggulan kompetitif, risiko yang dirasakan, dan biaya yang dirasakan yang berpotensi mempengaruhi sikap menggunakan layanan *FinTech*. Studi ini berupaya menciptakan pengetahuan baru yang mengarahkan perilaku untuk menggunakan produk *FinTech* di Malaysia sehingga mendapatkan keunggulan kompetitif. Studi ini menurut penulisnya akan berfungsi sebagai panduan berharga dan memberikan wawasan untuk penelitian berikutnya.

Menurut Hifan (2017), kehadiran perusahaan *fintech* turut berkontribusi dalam pengembangan UKM. Tidak hanya sebatas membantu pembiayaan modal usaha, peran *fintech* juga sudah merambah ke berbagai aspek seperti layanan pembayaran digital dan pengaturan keuangan, Seperti: (1).Pinjaman modal : *fintech* hadir memberikan layanan pinjaman modal dengan proses pengajuan yang lebih sederhana; (2).Layanan pembayaran digital : *fintech* menyediakan sistem pembayaran digital yang lebih mudah dan aman bagi pebisnis; (3).Layanan pengaturan keuangan:*fintech* membantu mengatur keuangan perusahaan; (4). Tantangan di era digital:layanan gadai instan yang memberikan layanan cepat dan mobile bagi nasabah individu maupun UKM, sebagai solusi pembiayaan bagi masyarakat yang belum terlayani oleh perbankan.

Kemudahan penggunaan (*easy of use*) didefinisikan sejauh mana penggunaan teknologi informasi terbebas dari kesulitan dalam penggunaannya (Aditya & Wardhana, 2018). Semakin sering pengguna memakai sistem informasi, biasanya diikuti oleh semakin banyak tingkat pembelajaran (*degree of learning*) yang dilalui (Aditya & Wardhana, 2018). Peningkatan tingkat pembelajaran ini merupakan salah satu indikator bahwa terdapat pengaruh antara kualitas sistem terhadap pengguna. Namun penelitian S.K & Pawirosumarto (2017) memberikan bukti empiris bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan, walaupun berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian lain yang dilakukan Septiani, Handayani, & Azzahr (2017) menemukan bahwa faktor persepsi internal (persepsi kemudahan penggunaan), pengaruh eksternal (norma subjektif), karakteristik inovasi (kompatibilitas), kenikmatan yang dirasakan dan beragam layanan mempengaruhi niat perilaku pengguna *fintech* di Indonesia. Demikian juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Aditya & Wardhana (2016) menyimpulkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention.

Menurut Aditya & Wardhana (2018), *behavioral intention* adalah keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Keinginan terhadap penggunaan *fintech* berkorelasi kuat dengan manfaat yang akan diperoleh serta kemudahan dalam penggunaannya. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa minat perilaku (*behavioral intention*) merupakan prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pemakai sistem informasi. Selain itu terdapat korelasi yang kuat antara niat berperilaku dengan perilaku yang sebenarnya (Aditya & Wardhana, 2018). Hasil penelitian Suarjana (2018), menyimpulkan bahwa: (1) Sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku secara parsial berpengaruh positif pada intensi

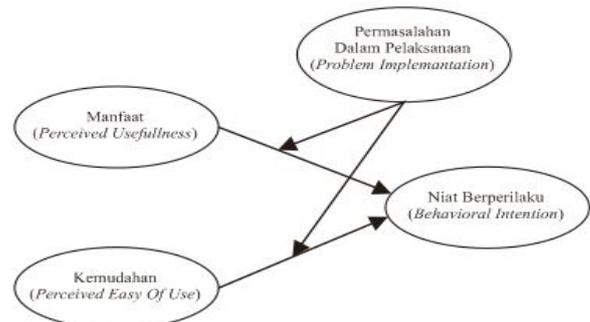
perilaku; (2) Sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku secara simultan berpengaruh positif terhadap intensi perilaku. Pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku sebesar 0,98 termasuk kategori sangat kuat. Kontribusi pengaruh antara sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku (Suarjana, 2018).

Manfaat atau kegunaan yang dirasakan juga memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap niat perilaku pelanggan untuk berbelanja *on line*. Kurangnya kepercayaan, seperti yang disebutkan oleh banyak peneliti, memiliki efek negatif yang signifikan secara statistik niat untuk berbelanja online. Menurut Yoon (2015) persepsi kegunaan memiliki efek yang lebih besar pada niat beli untuk berbelanja online daripada kemudahan penggunaan, sebuah temuan yang mirip dengan kebanyakan studi TAM. Kurangnya kepercayaan adalah salah satu konstruksi utama dalam model penelitian ini yang secara negatif mempengaruhi niat pembeli membeli produk secara online. Berbagai faktor membangun kepercayaan harus dipertimbangkan ketika merancang dan mengembangkan toko belanja online.

Namun demikian, memang tidak dipungkiri terdapat beberapa masalah seiring dalam implementasinya dengan perkembangan *Fintech* yang terjadi saat ini ("Ragam Masalah Hukum *Fintech* yang Jadi Sorotan di 2018," 2018) antara lain: (1). *Fintech* Ilegal: pinjaman online atau *financial technology peer to peer lending (fintech P2P)* yang tidak berijin. (2). Penagihan Intimidatif : perusahaan *Fintech* sering menagih dengan cara intimidasi serta menggunakan kata tidak patut hingga ancaman kekerasan. (3). Suku Bunga Pinjaman). *Fintech* Ilegal: pinjaman online atau *financial technology peer to peer lending (fintech P2P)* yang tidak berijin. (2). Penagihan Intimidatif: perusahaan *Fintech* sering menagih dengan cara intimidasi serta

menggunakan Tinggi: industri *Fintech* mengenakan bunga pinjaman lebih tinggi dibandingkan perbankan dan perusahaan pembiayaan. Perusahaan *Fintech* ilegal ada yang mengenakan bunga 2-3 persen per hari. (4). Penggunaan Data Pribadi: penagihan menggunakan data pribadi dianggap lumrah. Penggunaan data pribadi ini juga mengganggu pihak lain yang tidak terlibat dalam pinjaman nasabah.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *Fintech* memberikan manfaat dan mudah digunakan sehingga mempengaruhi minat berperilaku UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta untuk menggunakannya. Berdasarkan penjelasan tersebut diatas, selanjutnya kerangka pikir dan hipotesis yang dikembangkan dijelaskan berikut ini.



Gambar 1. Kerangka Pikir

Hasil penelitian Nursiah (2017) menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan) berhubungan positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* (Niat Perilaku). Penelitian Bangkara, Putu, & Harta (2016) juga mendukung bahwa *Perceived Usefulness* berhubungan positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*, hal ini merupakan sifat rasional manusia bahwa segala sesuatu yang bermanfaat terhadap dirinya akan mendorong berperilaku untuk kepentingannya. Secara prinsip bahwa *Perceived Usefulness* berhubungan dengan *Behavioral Intention* juga dinyatakan dari hasil penelitian yang dilakukan Putri &

Jumhur (2019). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka dikembangkan hipotesis berikut ini.

H1. *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*

Hasil penelitian Nursiah (2017) menunjukkan bahwa *Perceived Easy to use* (kemudahan yang dirasakan) berhubungan positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Bangkara, Putu, & Harta (2016) juga mendukung bahwa *Perceived Easy to use* berhubungan positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Secara prinsip bahwa *Perceived Easy to use* berhubungan dengan *Behavioral Intention* juga dinyatakan dari hasil penelitian yang dilakukan Putri & Jumhur (2019). Bahwa persepsi kegunaan dan sikap terhadap penggunaan komputer adalah penentu yang signifikan dari niat untuk menggunakan *fintech*. Sementara itu persepsi kemudahan penggunaan juga mempengaruhi niat (Teo & Zhou, 2014).

H2. *Perceived Easy of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*

Sebagaimana telah diketahui bahwa pengembangan *Fintech* terdapat beberapa masalah dalam implementasinya ("Ragam Masalah Hukum *Fintech* yang Jadi Sorotan di 2018," 2018). Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Perdani, Widyawan, & Santoso (2018) yang diseminarkan nasional menyatakan bahwa pengalaman kerja pengusaha merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan *startup* (termasuk *Fintech*). Kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan menjadi pangkal persoalan dan bisa jadi hal ini disebabkan masyarakat belum pernah merasakan adanya dampak serangan siber. Oleh karena itu dibutuhkan edukasi keamanan siber bagi masyarakat guna meningkatkan kesadaran pentingnya keamanan dalam menggunakan *fintech*. Perubahan teknologi memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku

masyarakat dalam hal menggunakan sistem pembayaran. Kondisi ini juga terjadi pada industri keuangan yang selama ini didominasi perbankan. Apabila pertumbuhan praktik penggunaan pembayaran berbasis *fintech* tidak diantisipasi dari aspek regulasi dan supervisi akan menyebabkan timbulnya risiko bagi masyarakat. Pemerintah dan otoritas jasa keuangan diharapkan membangun tatakelola sistem keuangan dan pembayaran mengambil kelebihan dari *fintech*, namun dalam saat yang bersamaan mengantisipasi adanya kelemahan dari perkembangan tersebut (Suhartono, 2017). Sementara itu, dalam *Acces '18 Accounting Competition & Strategic Seminar: The Transformative Power Of Fintech*, salah satu materi menggaris bawahi bahwa *Fintech* dan *Cashless Society: Sebuah Revolusi Pendongkrak Ekonomi Kerakyatan* (Himmaugm, 2018). Bahwa problem implementasi *fintech* merupakan risiko yang memberikan efek negatif terhadap niat adopsi *Fintech* (Ryu, 2018). Bahwa kepercayaan terhadap layanan *FinTech* yang tidak bermasalah dapat meningkatkan niat terhadap adopsi *fintech*, sehingga berpengaruh besar pada niat seseorang untuk menggunakan layanan *FinTech* (Meyliana, And, & 2019, 2019). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, maka dikembangkan hipotesis berikut ini.

H3. *Perceived Usefulness* dimoderasi *problem implementation* menghasilkan efek negatif terhadap *behavioral intention*.

H4. *Perceived Easy of use* dimoderasi *problem implementation* menghasilkan efek negatif *behavioral intention*

METODE

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari sumber aslinya dengan metode survey terhadap UKM di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Responden dipilih secara *Purposive sampling* dengan kriteria telah menggunakan *fintech* dalam proses bisnisnya. Penetapan jumlah

sampel merujuk metode Hair (2010) yaitu sebanyak 20 dikalikan jumlah variabel atau sebesar 80 UKM. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner tertutup dengan alternatif jawaban skala 5 metode Likert. Sebelum kuesioner didistribusikan kepada seluruh responden, dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen terlebih dahulu. Untuk melakukan uji validitas, menggunakan teknik analisis korelasi *bivariate pearson*. Dinyatakan signifikan apabila nilai sig. dua sisi dibawah 0,05 — atau nilai *pearson correlation* (r hitung) diatas r tabel. Koefisien korelasi item-total dengan *Bivariate Pearson* dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][n \sum x^2 - (\sum x)^2]}} \dots\dots\dots (1)$$

Dimana:

- R_{ix} = Koefisien korelasi item-total (*bivariate pearson*)
- i = Skor item
- x = Skor Total
- n = Banyaknya subyek

Pengujian dilakukan dengan bantuan *software SPSS ver. 21.0*

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas, menggunakan metode *Alpha (Cronbach's)* dengan taraf signifikansi 0,05 (Wiyono, 2011). Instrument dikatakan reliabel apabila nilai $\alpha >$ nilai r *product moment*. Menurut Sekaran & Bougie (2017), reliabilitas kurang baik jika diperoleh nilai α kurang dari 0,6, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Adapun rumus reliabilitas dengan metode *Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right] \dots\dots\dots (2)$$

Dimana:

- r_{11} = Reliabilitas instrument

- k = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir
- σ_1^2 = Varian total

Pengujian dilakukan dengan bantuan *software SPSS ver. 21.0*

Guna mengetahui kualitas variabel dilakukan analisis deskriptif dengan menghitung interval terlebih dahulu dengan rumus

$$\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Skala}} = \frac{5-4}{5} = 0,80. (3)$$

Berdasarkan hasil tersebut, maka kategori penilaian menghasilkan interval sebagai berikut: Sangat Rendah (1,00-1,80), Rendah (1,81-2,60), Cukup (2,61-3,40), Tinggi (3,41-4,20), dan Sangat Tinggi (4,21-5,00).

Adapun analisis data dilakukan menggunakan alat bantu Smart PLS 3.2.8 dengan tahapan berikut: (1) Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk (*Confirmatory Factor Analysis*) menurut Wiyono (2011) meliputi: *Convergence Validity*: dilakukan untuk mengukur korelasi antara indikator dengan konstruknya. Indikator individu dianggap valid jika memiliki nilai korelasi di atas 0,60. Apabila ada indikator yang tidak memenuhi syarat ini maka harus dibuang; *Discriminant Validity*: dilakukan untuk mengukur *cross loading* antara indikator dengan konstruknya. Indikator dinyatakan valid jika korelasi indikator dengan konstruknya lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk yang lain; *Composite Reliability* :konstruk dinyatakan reliabel apabila *composite reliability* memiliki nilai diatas 0,70. (2) Uji Model Fit. Pengujian model fit dilakukan dengan melihat hasil estimasi *output* SmartPLS dibandingkan dengan kriteria seperti penjelasan pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Kriteria Model Fit

Fit Summary	Kriteria
SRMR	<i>Standardized Root Mean Square Residual</i> (SRMR). Nilai kurang dari 0,10 dianggap sesuai (Dijkstra & Henseler, 2015) yang merupakan <i>goodness of fit measure</i> .
Chi-Square	χ^2 Statistik < χ^2 Tabel,
NFI	<i>Normed Fit Index</i> (NFI) semakin mendekati NFI nilai 1, semakin baik kecocokannya.
RMS Theta	<i>The root mean squared residual covariance matrix of the outer model residuals</i> (RMS_theta). Ukuran harus mendekati nol untuk menunjukkan model yang baik. Nilai RMS_theta di bawah 0,12 mengindikasikan model yang pas.

Sumber: (Dijkstra & Henseler, 2015)

Uji Hipotesis (*inner model*), *Inner Model* atau *structural model*, persamaannya dapat dituliskan seperti dibawah ini.

$$\eta = \beta_0 + \beta\eta + r\xi + \zeta \dots \dots \dots (4)$$

Dimana:

 η = vector endogen (dependen) variabel laten ξ = vector exogen variabel laten ζ = vector residual

Oleh karena PLS didesain untuk model *recursive*, maka hubungan antar variabel laten dapat dispesifikasikan sebagai berikut:

$$\eta_j = \sum_i \beta_{ji} \eta_i + \sum_i \gamma_{jb} \xi_b + \zeta_j \dots \dots \dots (5)$$

Dimana:

β_{ji} dan γ_{jb} adalah koefisien jalur yang menghubungkan predictor endogen dan variabel laten exogen ξ_b dan η_i ; sepanjang range indeks I dan b. Sedangkan ζ_j adalah *inner residual variabel*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen (kuesioner) Variabel Manfaat dinyatakan valid karena semua butir kuesioner variabel manfaat dinyatakan valid

karena $P_{Value} < \alpha = 0.05$, dan reliabel dengan hasil nilai *Cronbach's Alpha*(0,877) > 0.60. Variabel Kemudahan pada butir butir d dan k dinyatakan tidak valid ($P_{Value} > \alpha = 0.05$), sedangkan butir kuesioner lainnya valid ($P_{Value} < \alpha = 0.05$) dan reliabel dengan hasil nilai *Cronbach's Alpha*(0,898) > 0.60. Variabel Minat Berperilaku, semua butir kuesioner dinyatakan valid ($P_{Value} < \alpha = 0.05$), dan reliabel dengan hasil nilai *Cronbach's Alpha* (0,734) > 0.60. Variabel Permasalahan dalam Pelaksanaan, semua butir kuesioner dinyatakan valid ($P_{Value} < \alpha = 0.05$), dan reliabel dengan hasil nilai *Cronbach's Alpha*(0,820) > 0.60 (Wiyono, 2011).

Deskripsi dari masing-masing variabel memiliki kualitas seperti terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Hasil Kualitas Variabel

No	Variabel	Skore Rerata	Kualitas
1	Manfaat (<i>Perceived Usefulness</i>)	3,84	Tinggi
2	Kemudahan (<i>Perceived Easy To Use</i>)	3,69	Tinggi
3	Minat Berperilaku (<i>Behavioral Intention</i>)	4,04	Sangat Tinggi
4	Permasalahan Dalam Pelaksanaan (<i>Problem Implementation</i>)	3,12	Cukup

Tabel 2, memperlihatkan bahwa nilai Manfaat (*Perceived Usefulness*) sebesar 3,84 yang berarti rata-rata responden memiliki persepsi tinggi terhadap manfaat yang diperoleh dari penggunaan *fintech*. Nilai Kemudahan (*Perceived Easy To Use*) sebesar 3,69 yang berarti rata-rata responden memiliki persepsi tinggi terhadap kemudahan penggunaan *fintech*. Nilai minat berperilaku (*Behavioral Intention*) sebesar 4,04 yang berarti rata-rata responden memiliki niat yang sangat tinggi untuk menggunakan *fintech* dalam proses bisnis yang digeluti. Sementara itu Permasalahan Dalam Pelaksanaan (*Problem Implementation*) sebagai sebuah risiko memiliki nilai 3,12 yang berarti rata-rata responden memiliki persepsi cukup

terhadap risiko yang timbul dari penggunaan *fintech*. Kualitas cukup dalam hal ini dapat diartikan bahwa sebagian UKM mengkhawatirkan terjadinya risiko sedangkan sebagian yang lain tidak masalah.

Uji Indikator (*Confirmatory Factor Analysis*) meliputi pengujian terhadap: *Convergence Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability* dengan hasil seperti pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Convergent Validity (Outer Loading)

Indikator	Kemudahan (X1)	Manfaat (X2)	Behavioral Intention (Y)	Problem Implementation (Z)	Status
X1.1	0,741				Valid
X1.2	0,709				Valid
X1.3	0,760				Valid
X1.4	0,244				Tidak Valid
X1.5	0,791				Valid
X1.6	0,786				Valid
X1.7	0,696				Valid
X1.8	0,626				Valid
X1.9	0,505				Tidak Valid
X1.10	0,676				Valid
X1.11	0,402				Tidak Valid
X1.12	0,545				Tidak Valid
X1.13	0,653				Valid
X1.14	0,744				Valid
X2.1		0,695			Valid
X2.2		0,716			Valid
X2.3		0,702			Valid
X2.4		0,635			Valid
X2.5		0,752			Valid
X2.6		0,642			Valid
X2.7		0,624			Valid
X2.8		0,571			Tidak Valid
X2.9		0,789			Valid
X2.10		0,502			Tidak Valid
X2.11		0,383			Tidak Valid
X2.12		0,802			Valid
Y1			0,738		Valid
Y2			0,833		Valid
Y3			0,682		Valid
Y4			0,752		Valid
Z1				0,844	Valid
Z2				0,786	Valid
Z3				0,547	Tidak Valid
Z4				0,855	Valid
Z5				0,749	Valid

Pengujian *convergent validity* menghasilkan beberapa indikator yang tidak valid dengan *loading value* < 0,6 (Wiyono,

2011) yaitu: X1.4, X1.9, X1.11, X1.12, sedangkan indikator yang lain valid yang ditunjukkan dengan hasil *loading value* > 0,6.

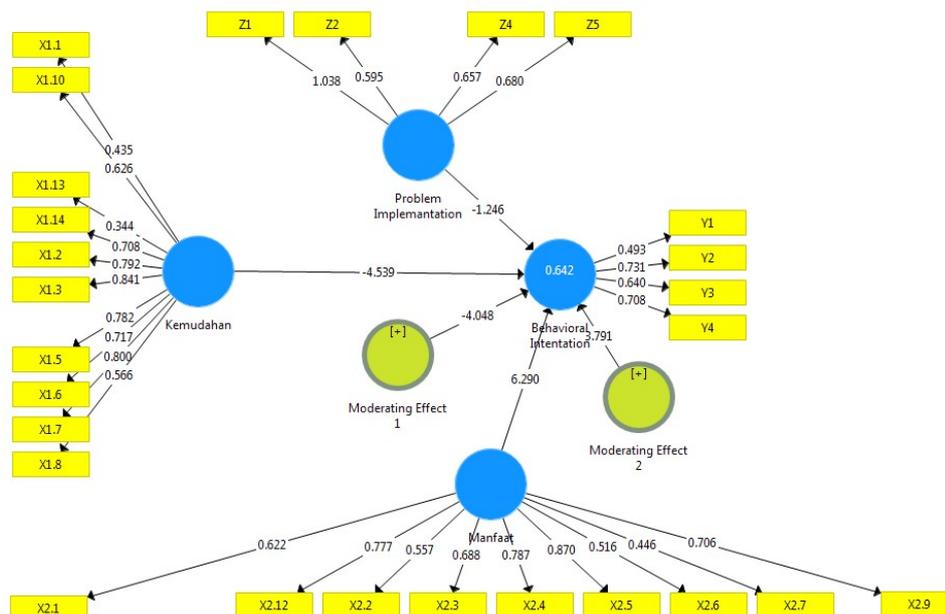
Tabel 4. Discriminant Validity (Cross Loading)

Indikator	Kemudahan (X1)	Manfaat (X2)	Behavioral Intention (Y)	Problem Implementation (Z)	Status
X1.1	0,741	0,548	0,252	0,548	Valid
X1.2	0,709	0,659	0,461	0,484	Valid
X1.3	0,760	0,621	0,500	0,447	Valid
X1.4	0,244	0,269	0,430	-0,067	Tidak Valid
X1.5	0,791	0,665	0,467	0,413	Valid
X1.6	0,786	0,679	0,434	0,341	Valid
X1.7	0,696	0,534	0,473	0,234	Valid
X1.8	0,626	0,450	0,332	0,395	Valid
X1.9	0,505	0,485	0,212	0,355	Valid
X1.10	0,676	0,637	0,367	0,448	Valid
X1.11	0,402	0,426	0,251	0,361	Tidak Valid
X1.12	0,545	0,519	0,325	0,447	Valid
X1.13	0,653	0,596	0,201	0,498	Valid
X1.14	0,744	0,672	0,410	0,403	Valid
X2.1	0,699	0,695	0,457	0,518	Valid
X2.2	0,736	0,716	0,411	0,547	Tidak Valid
X2.3	0,573	0,702	0,508	0,355	Valid
X2.4	0,513	0,635	0,581	0,261	Valid
X2.5	0,629	0,752	0,647	0,460	Valid
X2.6	0,525	0,642	0,376	0,520	Valid
X2.7	0,615	0,624	0,328	0,422	Valid
X2.8	0,509	0,571	0,485	0,384	Valid
X2.9	0,687	0,789	0,513	0,574	Valid
X2.10	0,403	0,502	0,296	0,143	Valid
X2.11	0,311	0,383	0,275	0,039	Valid
X2.12	0,641	0,802	0,573	0,524	Valid
Y1	0,291	0,393	0,738	0,123	Valid
Y2	0,499	0,633	0,833	0,233	Valid
Y3	0,554	0,527	0,682	0,186	Valid
Y4	0,442	0,565	0,752	0,470	Valid
Z1	0,470	0,520	0,368	0,844	Valid
Z2	0,382	0,438	0,210	0,786	Valid
Z3	0,385	0,298	0,197	0,547	Valid
Z4	0,541	0,604	0,226	0,855	Valid
Z5	0,376	0,462	0,237	0,749	Valid

Pengujian *discriminant validity* menghasilkan beberapa indikator yang tidak valid yaitu: X1.4, X1.11, X2.2 yang ditunjukkan dengan hasil *cross loading* indikator berkorelasi lebih tinggi dengan variabel lainnya dibandingkan dengan variabel induknya. Adapun indikator yang dinyatakan valid berkorelasi lebih tinggi dengan variabel induknya dibandingkan dengan variabel lain (Wiyono, 2011). *Composite Reliability* Variabel manfaat sebesar 0,900, Kemudahan (*Easy To Use*) sebesar 0,907, *Behavioral Intention* sebesar 0,839, *Problem Implementation* sebesar 0,873 semua variabel dinyatakan memenuhi Kriteria *Composite Reliability* karena semua

konstruk memiliki nilai *composite reliability* >0,70.

Setelah melalui pengujian *confirmatory factor analysis*, beberapa indikator yang tidak valid dihilangkan sehingga gambar model terlihat seperti dibawah ini.

**Gambar 2. Model Penelitian**

Hasil pengujian model fit seperti pada tabel berikut.

Tabel 5 . Uji Model Fit

Fit Summary	Estimated	Cut Value	Status
SRMR	0,104	< 0,10	Baik
Chi-Square	1,067	7,81	Sangat Baik
NFI	0,478	Mendekati 1	Kurang Baik
Rms Theta	0,182	< 0,12	Sedang

Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) merupakan ukuran nilai absolut rata-rata residu kovarians. Nilai kurang dari 0,10 dianggap sesuai (Dijkstra & Henseler, 2015) yang merupakan *goodness of fit measure* untuk PLS-SEM yang dapat digunakan untuk menghindari *misspecification model*. Hasil pengujian dengan SRMR= 0,104 menunjukkan model yang baik. Pengujian *Chi-Square* menghasilkan χ^2 Statistik (1,067) < χ^2 Tabel (7,81), artinya jumlah variabel manifes dalam model jalur PLS dan jumlah variabel independen dalam model matriks kovarian tercukupi. Adapun Hasil pengujian NFI = 0,478.

Normed Fit Index(NFI) yang merupakan ukuran kesesuaian. Semakin besar hasil NFI, semakin baik model. Selanjutnya *The root mean squared residual covariance matrix of the outer model residuals* (RMS_theta) menilai sejauh mana residu model luar berkorelasi. Ukuran harus mendekati nol untuk menunjukkan model yang baik. Nilai RMS_theta di bawah 0,12 mengindikasikan model yang pas ((Dijkstra & Henseler, 2015)). Hasil pengujian rms Theta = 0,18 menunjukkan model sedang.

Hasil pengujian hipotesis ditunjukkan pada tabel 11 sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sample	P _{Value}	Status
H1. <i>Perceived Usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>	0,568	0,000	Terbukti
H2. <i>Perceived Easy of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Behavioral Intention</i>	0,150	0,324	Tidak Terbukti

Hipotesis	Original Sample	P _{Value}	Status
H3. <i>Perceived Usefulness</i> dimoderasi <i>problem implementation</i> menghasilkan efek pengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>	0,493	0,005	Tidak Terbukti
H4. <i>Perceived Easy of use</i> dimoderasi <i>problem implementation</i> menghasilkan efek pengaruh terhadap <i>behavioral intention</i>	0,423	0,000	Tidak Terbukti

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pada Tabel 6, menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Artinya, manfaat *fintech* mendorong minat UKM untuk menggunakannya dalam praktek bisnis yang dilakukan. Semakin manfaatnya bertambah, perilaku penggunaan *fintech* semakin berkembang. Hasil penelitian ini mendukung (Nursiah, 2017; Bangkara, Putu, & Harta, 2016; Putri & Jumhur, 2019).

Hasil pengujian hipotesis 2, menunjukkan bahwa *Perceived Easy of use* (kemudahan yang dirasakan) tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Artinya, kemudahan tidak memberikan dorongan terhadap minat UKM untuk menggunakan *fintech* dalam bisnis yang digeluti. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun penggunaan *fintech* mudah dilakukan, namun sejauh tidak bermanfaat untuk menunjang bisnis UKM, maka tidak memberikan motivasi terhadap minat UKM untuk menggunakannya. Hasil penelitian ini adalah temuan terbaru yang tidak mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nursiah (2017), Bangkara, Putu, & Harta (2016), maupun Putri & Jumhur (2019).

Hasil pengujian hipotesis 3, menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan) yang dimoderasi *problem implementation* tidak memiliki efek pengaruh negatif terhadap *Behavioral*

Intention. Artinya, meskipun terdapat permasalahan dalam praktek implementasinya, sepanjang UKM merasakan bermanfaat bagi bisnis mereka, penggunaan *fintech* tetap dilakukan. Demikian pula dengan hasil pengujian hipotesis 4, menunjukkan bahwa *Perceived Easy of use* yang dimoderasi *problem implementation* tidak memiliki efek pengaruh negatif terhadap *Behavioral Intention*. Artinya, meskipun terdapat permasalahan dalam praktek implementasinya, sepanjang UKM merasakan mudah digunakan untuk kepentingan bisnis mereka, penggunaan *fintech* tetap dilakukan.

Temuan penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat tentang pentingnya keamanan menjadi persoalan tidak berkembangnya *fintech*. Perubahan teknologi telah mempengaruhi perilaku masyarakat dalam menggunakan alat pembayaran dan sistem pembayaran. Kondisi ini juga terjadi pada industri keuangan yang selama ini didominasi perbankan. Apabila pertumbuhan praktik pembayaran berbasis *fintech* tidak diantisipasi dari sisi regulasi dan pengawasan akan menyebabkan risiko bagi masyarakat. Pemerintah dan otoritas keuangan diharapkan mampu membangun tatakelola sistem keuangan dan pembayaran yang bisa mengambil kelebihan dari *fintech*, namun secara bersamaan mengantisipasi kelemahan dari perkembangan tersebut (Suhartono, 2017).

SIMPULAN

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*. Manfaat *fintech* mendorong minat UKM untuk menggunakannya dalam praktek bisnis yang dilakukan. Sementara itu *Perceived Easy of use* (kemudahan yang dirasakan) tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention*. Artinya, kemudahan tidak memberikan dorongan terhadap minat UKM

untuk menggunakan *fintech* dalam bisnis yang digeluti. Adapun *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan) yang dimoderasi *problem implementation* tidak memiliki efek pengaruh negatif terhadap *Behavioral Intention*, Tidak ubahnya *Perceived Easy of use* yang dimoderasi *problem implementation* juga tidak memiliki efek pengaruh negatif terhadap *Behavioral Intention*. Atas hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa masalah yang timbul dalam praktek penggunaan *fintech* tidak menurunkan minat UKM untuk menggunakannya sepanjang memberikan manfaat untuk bisnis mereka. Sehubungan dengan temuan tersebut, disarankan bagi UKM, walaupun manfaatnya cukup besar dalam mempercepat transaksi keuangan akan tetapi perlu tetap memperhitungkan risiko yang timbul. Sedangkan saran teoritis bagi para peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang *risk and benefit* penggunaan *fintech* oleh UKM.

REFERENSI

- Aditya, R., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use terhadap behavioral intention dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) pada pengguna Instant Messaging LINE di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 24–32.
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art3>
- Aditya, R., & Wardhana, A. (2018). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna. *Siasat Bisnis*, (April 2016).
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art3>
- Bangkara, R. P., Putu, N., & Harta, S. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use Pada Minat Pengguna Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), 2408–2434.
- BI, G. B. *PBI Nomor: 18/40/PBI/2016*. , (2016).
- Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). Consistent and Asymptotically Normal PLS Estimators for Linear Structural Equations. *Computational Statistics & Data Analysis*, 81(1), 10–23. Retrieved from <http://weekly.cnbnnews.com/news/article.html?no=124000>
- Hair, J. F. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th Editio). Harlow: England.
- Hifan, N. (2017). Layanan Fintech Untuk UMKM.
- Himmaugm. (2018). The Transformative Power Of Fintech. *Acces '18 Accounting Competation & Strategic Seminar*, 1–90. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Huei, C. T., Cheng, L. S., Seong, L. C., Khin, A. A., & Leh Bin, R. L. (2018). Preliminary study on consumer attitude towards fintech products and services in malaysia. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(2), 166–169.
<https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.13310>
- Meyliana, M., And, E. F.-C. (Communication, & 2019, U. (2019). The Influence of Perceived Risk and Trust in Adoption of FinTech Services in Indonesia. *Journal.Binus.Ac.Id*, 13(1), 31–37. Retrieved from <https://journal.binus.ac.id/index.php/commit/article/view/5708>
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1).
- Nursiah, N. (2017). Pengaruh Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Behavior Intention To Use.

- Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 3(2).
- Perdani, M. D. K., Widyawan, & Santoso, P. I. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan startup di yogyakarta. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi 2018, 2018*(Sentika), 23–24. Yogyakarta 23-24 Maret 2018: SENTIKA 2018.
- Putri, R. A., & Jumhur, H. M. (2019). Peminat Aplikasi Blibli.COM Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), 16–23.
- Ragam Masalah Hukum Fintech yang Jadi Sorotan di 2018. (2018).
- Report, I., Schwab, K., & Forum, W. E. (2015). *The Global Competitiveness Report*.
- Ryu, H.-S. (2018). Understanding Benefit and Risk Framework of Fintech Adoption: Comparison of Early Adopters and Late Adopters. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*, 3864–3873. <https://doi.org/10.24251/hicss.2018.486>
- S.K, P., & Pawirosumarto, S. (2017). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Penggunaan Sistem E-Learning Di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. *Jurnal Manajemen/Volume, XXI*(02), 282–305.
- Sari, P. B., & Dwilita, H. (2016). Prospek Financial Technology (Fintech) Di Sumatera Utara Dilihat Dari Sisi Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Kemiskinan. *Kajian Akuntansi*, 19(2), 9–17.
- Septiani, R., Handayani, P. W., & Azzahro, F. (2017). Factors that Affecting Behavioral Intention in Online Transportation Service: Case study of GO-JEK. *Procedia Computer Science*, 124, 504–512. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.1>
- 83
- Sofyan, P. (2018). Edukasi fintech bagi masyarakat desa bojong sempu bogor. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(2), 1–10.
- Suarjana, A. A. G. M. (2018). Pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi perilaku penyalahgunaan narkoba pada mahasiswa politeknik negeri bali. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 14(2), 131–138.
- Suhartono. (2017). Antisipasi perubahan teknologi keuangan. *Majalah Info Singkat, Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, IX(21), 43–46.
- Teo, T., & Zhou, M. (2014). Explaining the intention to use technology among university students: A structural equation modeling approach. *Journal of Computing in Higher Education*, 26(2), 124–142. <https://doi.org/10.1007/s12528-014-9080-3>
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0* (Pertama). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yoon C., C. (2015). Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust, And Purchase Intention In The Online Environment. *International Journal of Management & Information System*, 19(1), 21–35.