

# **SKRIPSI**

## **ANALISA PENGGUNAAN *FINTECH* DI KALANGAN PELAKU UMKM DI KOTA MAKASSAR**

Disusun dan diajukan oleh:

**ANNISA VANIA SYAHBANY WAIROOY**

**A021181506**



**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2022**

# **SKRIPSI**

## **ANALISA PENGGUNAAN *FINTECH* DI KALANGAN PELAKU UMKM DI KOTA MAKASSAR**

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana

Disusun dan diajukan oleh:

**ANNISA VANIA SYAHBANY WAIROOY**

**A021181506**



Kepada:

**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2022**

# SKRIPSI

## ANALISA PENGGUNAAN FINTECH DI KALANGAN PELAKU UMKM DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

**ANNISA VANIA SYAHBANY WAIROOY**

**A021181506**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 20 April 2022

Pembimbing I



Prof. Dr. Haris Maupa, SE., Ms. Si  
NIP. 19590605 198601 1 001

Pembimbing II



Dr. Andi Nur Baumaseppe, SE., MM.  
NIP. 19780428 200912 1 001

Ketua Departemen Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Hasanuddin



Prof. Dra. Hj. Dian Anggaraece Sigit Parawansa, M.Si., Ph.D., CWM  
NIP. 19620405 198702 2 001

# SKRIPSI



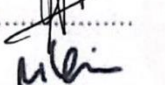

## ANALISA PENGGUNAAN FINTECH DI KALANGAN PELAKU UMKM DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

**ANNISA VANIA SYAHBANY WAIROOY**  
**A021181506**

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi  
pada tanggal 03 Juni 2022 dan  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,  
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prof. Dr. Haris Maupa, SE., Ms. Si	Ketua	1. 
2	Dr. Andi Nur Baumaseppe, SE., MM.	Sekretaris	2. 
3	Prof. Dr. Otto R. Payangan, SE., M.Si	Anggota	3. 
4	Dr. Haeriah Hakim, S.E., M.Mktg	Anggota	4. 

Ketua Departemen Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Hasanuddin



Prof. Dra. Hj. Dian Anggaraece Sigit Parawansa, M.Si., Ph.D., CWM  
NIP. 19620405 198702 2 001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Vania Syahbany Wairooy

NIM : A021181506

Jurusan/ Program Studi : Manajemen S1

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:

### **ANALISA PENGGUNAAN FINTECH DI KALANGAN PELAKU UMKM DI KOTA MAKASSAR**

adalah hasil karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya dalam naskah skripsi ini, tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan unsur-unsur jiplakan dalam naskah skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Makassar, 20 April 2022

Yang Membuat Pernyataan



Annisa Vania Syahbany Wairooy

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan Nabi Muhammad SAW atas berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Penggunaan FinTech di Kalangan Pelaku UMKM di Kota Makassar.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi S1 pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.

Tentunya selama proses penyusunan skripsi ini terdapat berbagai macam hambatan yang penulis alami, namun hal tersebut dapat penulis lewati dengan baik berkat dukungan, doa, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun ucapan terima kasih penulis berikan kepada:

1. Terima kasih kepada Allah SWT. yang selalu menyertai serta melindungi
2. Terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya, bapak Ibrahim Wairooy dan Ibu Andi Fatma yang selalu memberikan doa, bantuan, dukungan, kasih sayang yang melimpah dalam mendidik dan membesarkan penulis dengan banyak pengorbanan. Terima kasih juga kepada adik-adik penulis, Alfaiz Muhammad, Abdullah Bintang, dan Almira Meihira yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis yang begitu besar.
3. Terima kasih kepada kedua pembimbing, Bapak Prof. Dr. Haris Maupa, SE., M.Si dan bapak Dr. Andi Nur Baumassepe, SE., MM atas bimbingan, saran, arahan, dan dukungan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

4. Terima kasih kepada kedua penguji, Bapak Prof. Dr. Otto R. Payangan, SE., M.Si. dan Ibu Dr. Haeriah Hakim, S.E., M.Mktg. yang telah meluangkan waktu dan memberikan saran kepada penulis.
5. Terima kasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, Prof. Dr. Abdul Rahman Kadir, SE., M. Si beserta jajarannya terkhusus pada Wakil Dekan I, II, dan III. Serta seluruh dosen yang telah mencurahkan ilmu pengetahuannya selama peneliti belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Terima kasih kepada Ibu Prof. Dr. Hj. Dian Anggraecce Sigit Parawansa M.Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
7. Terima kasih kepada Ibu Dr. Erlina Pakki SE., MA. sebagai penasihat akademik yang telah memberikan banyak nasihat kepada penulis terkait akademik penulis
8. Terima kasih kepada seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah begitu banyak membantu dalam hal administrasi.
9. Terima kasih kepada 138 responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan bersedia menjadi sampel dalam penelitian ini.
10. Terima kasih kepada member Super Junior atas segala motivasi serta hiburannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
11. Terima kasih kepada Andi Ika, Andi Dindha, Andi St. Kalda, dan Alike Tasya yang telah memberikan banyak bantuan dan doa hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

12. Terima kasih kepada Hesti Indah, Isti Meilianti, Tasya Ramaeta, dan Ardhana Prautami yang telah memberikan bantuan, motivasi, dan doa dari awal memasuki perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
13. Terima kasih kepada Tiffany Kayla atas segala bantuan dan motivasi dari awal masuk SMA hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
14. Terima kasih kepada Rias, Shinta, Alya, Ifa, Evi, Fathur, dan Dhani atas segala kebersamaan, kerja sama, dan hiburannya selama masa kepengurusan hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
15. Terima kasih kepada teman-teman Manajemen 2018 (terkhusus kepada Nura, Catharine, Echy, Irham, Taufiq, Fatah, Arham, Dadan, Inna dkk) atas segala bantuan, kesenangan, dan kebersamaannya
16. Terima kasih kepada Pengurus IMMAJ periode 2021 atas segala kebersamaannya selama menjalankan masa kepengurusan.
17. Terima kasih kepada semua pihak yang mengenal dan membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Makassar, 20 April 2022



Annisa Vania Syahbany Wairooy



## **ABSTRAK**

### **“ANALISA PENGGUNAAN FINTECH DI KALANGAN PELAKU UMKM DI KOTA MAKASSAR”**

**Annisa Vania Syahbany Wairooy**

**Haris Maupa**

**Andi Nur Baumassepe**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *trust* terhadap *behavioral intention* pelaku UMKM di kota Makassar ketika menggunakan layanan FinTech. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner (primer). Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jenis *judgement sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan sejumlah 138 pelaku UMKM di Kota Makassar yang menggunakan FinTech. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis linear berganda dengan aplikasi IBM SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pelaku UMKM di Kota Makassar yang menggunakan layanan FinTech, sedangkan variabel *perceived usefulness* berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap *behavioral intention* pelaku UMKM di Kota Makassar.

**Kata Kunci:** *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust, Behavioral Intention*

## **ABSTRACT**

### **"ANALYSIS OF THE USE OF FINTECH AMONG MSME ACTORS IN MAKASSAR CITY"**

**Annisa Vania Syahbany Wairooy**

**Haris Maupa**

**Andi Nur Baumassepe**

*This study aims to analyze perceived usefulness, perceived convenience, and brand trust on the behavioral intention of MSME actors in Makassar when using FinTech services. The data used in this study were obtained from a questionnaire (primary). The sampling method used purposive sampling method with the type of judgment sampling. The number of samples used is 138 MSME actors in Makassar City who use FinTech. The analytical method used is descriptive analysis method and multiple linear analysis with the IBM SPSS version 26 application. The results show that the perceived convenience and trust variables have a positive and significant impact on the behavioral intention of MSME actors in Makassar City who use FinTech services, while the perceived usefulness variable has a negative and insignificant effect on the behavioral intention of MSME actors in Makassar City.*

**Keywords:** *Perceived Usefulness, Perception of Ease, Trust, Behavioral Intention*

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN_PERNYATAAN KEASLIAN .....	iv
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
1.3.1    Tujuan Penelitian .....	7
1.3.2    Manfaat Penelitian .....	7
1.4    Sistematika Penelitian .....	8
BAB II .....	9
2.1 <i>Financial Technology</i> .....	9
2.2    UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).....	11
2.3 <i>Technology Acceptance Model</i> .....	12
2.2.1    Persepsi Kegunaan ( <i>Perceived Usefulness</i> ) .....	13
2.2.2    Persepsi Kemudahan Menggunakan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ).....	13
2.4 <i>Trust</i> .....	14
2.5 <i>Behavioral Intention</i> .....	15
2.6    Penelitian Terdahulu.....	15
2.7    Kerangka Pemikiran .....	18
2.8    Hipotesis .....	20
BAB III .....	21

3.1	Rancangan Penelitian .....	21
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	21
3.3	Populasi dan Sampel.....	21
3.3.1	Populasi.....	21
3.3.2	Sampel .....	22
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	23
3.4.1	Jenis Data .....	23
3.4.2	Sumber Data .....	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.6	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	25
3.6.1	Variabel Penelitian.....	25
3.6.2	Definisi Operasional.....	25
3.7	Instrumen Penelitian.....	27
3.7.1	Uji Validitas.....	28
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	28
3.8	Teknik Analisis Data .....	28
3.8.1	Analisis Deskriptif .....	28
3.8.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	29
3.9	Pengujian Hipotesis.....	29
3.9.1	Uji Simultan (Uji F).....	30
3.9.2	Uji Parsial (Uji T).....	30
BAB IV.....		31
4.1	Gambaran Umum.....	31
4.2	Analisis Karakteristik Responden .....	32
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Bidang Usaha.....	32
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama dilakukannya Usaha	33
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Omset dalam Setahun.....	34
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis <i>E-Payment</i> yang Digunakan.....	35
4.3	Analisis Deskriptif .....	36
4.3.1	Penentuan <i>Range</i> .....	36
4.3.2	Deskripsi Variabel dan Perhitungan Skor Variabel.....	36
4.4	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	43
4.4.1	Uji Validitas.....	43
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	47
4.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
4.6	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49
4.7	Uji Hipotesis .....	50
4.7.1	Uji Simultan (Uji F).....	50

4.7.2	Uji Parsial (Uji T).....	50
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
4.8.1	Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> (X1) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Y) Pelaku UMKM di Kota Makassar ketika Menggunakan <i>FinTech</i> .....	52
4.8.2	Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> (X2) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Y) Pelaku UMKM di Kota Makassar ketika Menggunakan <i>FinTech</i> .....	53
4.8.3	Pengaruh <i>Trust</i> (X3) terhadap <i>Behavioral Intention</i> (Y) Pelaku UMKM di Kota Makassar ketika Menggunakan <i>FinTech</i> .....	54
BAB V	.....	56
5.1	Kesimpulan .....	56
5.2	Saran .....	57
DAFTAR PUSTAKA	.....	59
LAMPIRAN	.....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Tedahulu.....	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Usaha.....	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Usaha.....	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Omset dalam Setahun.....	34
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan E-Payment yang Digunakan.....	35
Tabel 4.5 Tanggapan Responden mengenai <i>Perceived Usefulness</i> .....	36
Tabel 4.6 Tanggapan Responden mengenai <i>Perceived Ease of Use</i> .....	38
Tabel 4.7 Tanggapan Responden mengenai <i>Trust</i> .....	41
Tabel 4.8 Tanggapan Responden mengenai <i>Behavioral Intention</i> .....	42
Tabel 4.9 Uji Validitas.....	43
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4.13 Uji Simultan (Uji F).....	50
Tabel 4.14 Uji Parsial (Uji T).....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini, teknologi berkembang dengan sangat cepat. Perkembangan teknologi dapat mempermudah masyarakat, perusahaan, maupun lembaga dalam melakukan aktivitas-aktivitas mereka. Salah satu faktor berkembangnya teknologi yaitu perilaku konsumen ketika menggunakan teknologi. Perilaku konsumen merupakan tindakan nyata seseorang atau kumpulan orang, misalnya suatu organisasi dipengaruhi oleh aspek internal dan aspek eksternal yang menuntun mereka untuk memilih dan mengonsumsi barang atau jasa yang mereka inginkan (Setiadi (2019) dalam Situmorang (2021)). Perkembangan teknologi tersebut dapat dimanfaatkan oleh beberapa orang untuk terus mengembangkan inovasi-inovasi baru baik dalam bidang ekonomi, pendidikan, sosial, politik, dan budaya.

Dalam bidang ekonomi, terdapat banyak perkembangan teknologi yang sering digunakan oleh masyarakat, salah satu contoh perkembangan teknologi dalam bidang ekonomi yang sering digunakan masyarakat adalah *E-Commerce*. *E-Commerce* secara sederhana dipahami sebagai perdagangan *online*. Kegiatan *e-commerce* meliputi pembayaran pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, *www (world wide web)*, atau jaringan computer lainnya. Saat ini, *e-commerce* melibatkan transfer dana secara elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data secara otomatis (Baumassepe, 2016).



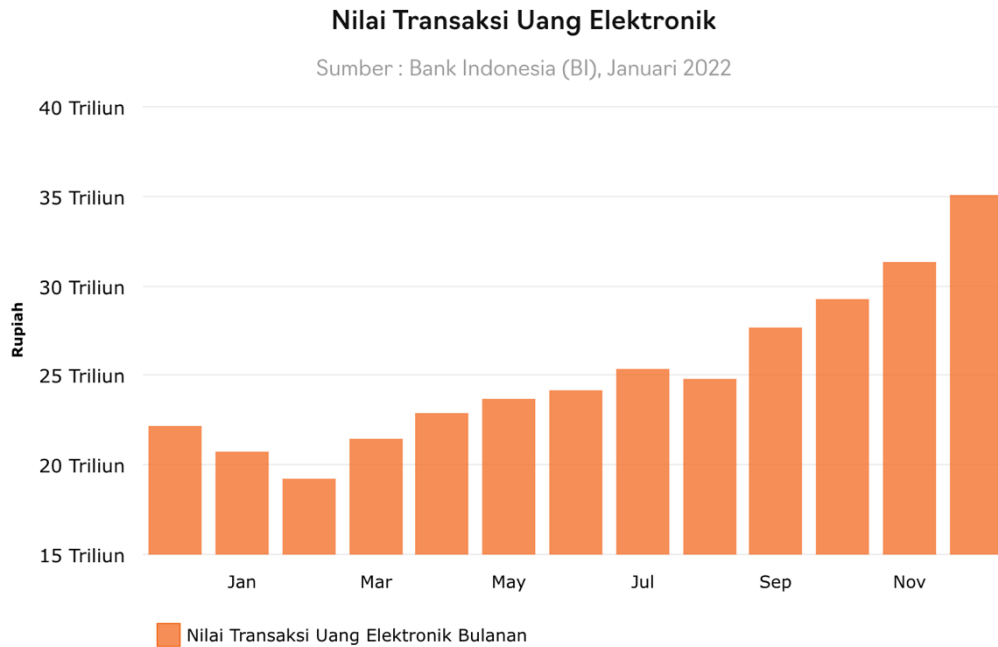
Contoh perkembangan teknologi lainnya dalam bidang ekonomi adalah *Financial Technology*. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) *Financial Technology* atau yang biasa disebut dengan istilah *FinTech* adalah sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. *Financial Technology (FinTech)* muncul seiring perubahan gaya hidup masyarakat saat ini yang sering menggunakan teknologi dalam melakukan segala aktivitas. *FinTech* dapat membantu masyarakat apabila seseorang tidak dapat melakukan pembelian secara langsung atau seseorang yang ingin melakukan transaksi pembayaran secara mudah. Singkatnya *FinTech* dapat membantu masyarakat untuk melakukan transaksi baik dalam jual-beli maupun dalam sistem pembayaran menjadi lebih efektif dan efisien.

*FinTech* merupakan sebuah teknologi di tahun 1966 yang memanfaatkan jejaring internet. Pada tahun 1980, bank memanfaatkan *FinTech* untuk mempermudah pekerjaan perbankan. Pada tahun 1990, penggunaan *FinTech* semakin berkembang dikarenakan teknologi jejaring internet yang semakin stabil. Pada tahun 1998, bank mulai mengenalkan *online banking* kepada nasabahnya. Metode pembayaran yang praktis dan berbeda dengan metode pembayaran konvensional membuat *FinTech* semakin mudah dikenal dan mudah digunakan oleh masyarakat (Suyanto & Kurniawan, 2019)

*FinTech* diperkirakan ada di Indonesia sejak tahun 2006. Pada tahun 2006, perusahaan *Financial Technology* di Indonesia hanya sekitar 16 perusahaan. Namun, seiring berkembangnya teknologi, jumlah perusahaan *FinTech* semakin mengalami peningkatan, sehingga pada tahun 2016 terdapat sekitar 140 perusahaan (Daily Social (2016) dalam Yuniarti (n.d)). Pada laporan Mckinsey & Company (2017) yang berjudul “*Digital Banking in Indonesia: Building Loyalty and Generating Growth*”

dalam Syafitri (2020) tingkat penetrasi penggunaan layanan keuangan melalui *FinTech* di Indonesia masih sekitar 5%.

**Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik**



*Sumber: databoks.katadata.co.id (2022)*

Berdasarkan data dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) (2022), nilai transaksi uang elektronik bulanan pada bulan Desember 2020 hingga bulan Februari 2021 terus mengalami penurunan. Nilai transaksi uang elektronik bulanan pada bulan Desember 2020 mencapai 22,1 triliun rupiah; bulan Januari 2021 mencapai 20,7 triliun rupiah; dan bulan Februari 2021 mencapai 19,2 triliun rupiah. Pada bulan Maret 2021 hingga bulan Juli 2021, nilai transaksi uang elektronik terus mengalami peningkatan. Nilai transaksi uang elektronik bulanan pada bulan Maret 2021 mencapai 21,4 triliun rupiah; bulan April 2021 mencapai 22,8 triliun rupiah; bulan Mei 2021 mencapai 23,7 triliun rupiah; bulan Juni 2021 mencapai 24,2 triliun rupiah; dan bulan Juli 2021 mencapai

25,4 triliun rupiah. Namun nilai transaksi uang elektronik bulanan pada bulan Agustus 2021 mengalami penurunan menjadi 24,8 triliun rupiah dan mengalami peningkatan pada bulan September 2021 hingga bulan Desember 2021. Nilai transaksi uang elektronik bulanan pada bulan September 2021 mencapai 27,6 triliun rupiah; bulan Oktober 2021 mencapai 29,2 triliun rupiah; bulan November 2021 mencapai 31,3 triliun rupiah; dan bulan Desember 2021 mencapai 35,1 triliun rupiah.

Metode penggunaan yang praktis dan mudah digunakan membuat *FinTech* banyak digunakan oleh masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi. Dikutip dari jurnal "*Attitude Toward Using FinTech among Millennials*" (Jiwasiddi et al., 2019), hasil penelitian dari jurnal ini menunjukkan bahwa *brand and service, perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* dapat mempengaruhi milenial dalam menggunakan layanan *FinTech*.

Kadence International Indonesia meluncurkan hasil penelitiannya yang berjudul "Penggunaan dan Perilaku Pengguna Pembayaran Digital dan Layanan Keuangan di Indonesia." Dalam riset tersebut, Kadence meneliti pola perilaku pengguna aktif 14 *platform* pembayaran digital. Hasil survey mengungkapkan 44% responden menggunakan pembayaran digital setidaknya empat kali dalam seminggu. Transaksi tersebut berupa pemesanan makanan, pembelian pulsa, belanja *online*, pembayaran tagihan dan transportasi (Republika.co.id (2021))

Selain masyarakat, para pelaku UMKM juga memanfaatkan *FinTech* sebagai alternatif pembiayaan. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Makassar (2022), terdapat 5.387 pelaku UMKM di Kota Makassar per-tahun 2019.

Dengan perkembangan jumlah pelaku UMKM yang semakin meningkat setiap tahunnya, membuat *FinTech* dapat membantu UMKM untuk mendapatkan keuangan dan secara efisien. Dikutip dari merdeka.com (2021), Jokowi menerangkan bahwa *FinTech* dapat mempermudah pengusaha kecil dalam mendapatkan pendanaan. *FinTech* juga dapat menjadi sumber alternatif karena prosedurnya yang dianggap singkat, mudah, dan sederhana. Jokowi berharap peran *FinTech* untuk memperluas jangkauan pemberian dana bagi para pelaku UMKM di berbagai wilayah di Indonesia. Hal tersebut diharapkan mampu mengembangkan UMKM di tengah pandemic COVID-19 saat ini

Kepala Pusat Kebijakan Sektor Keuangan (PKSK) Badan Kebijakan Fiskal (BKF) Kementerian Keuangan Adi Budiarso berpendapat bahwa penggunaan aplikasi finansial yang berbasis teknologi seperti *FinTech* akan memperluas bantuan untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Adi mengatakan dalam *webinar 'Asian Impact: ADB Research in Action'* di Jakarta “Jika kita dapat me-review program, program bantuan saat ini hanya dapat menjangkau 50 UMKM, namun kita dapat menjangkau 60 juta UMKM dengan menggunakan *FinTech*.” (antaranews.com (2021))

Penggunaan *FinTech* di kalangan UMKM telah banyak digunakan. Dikutip dari jurnal “Peran *FinTech* dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah” (Wachyu & Winarto, 2020), *FinTech* berperan dalam inklusi keuangan di UMKM kabupaten Pekalongan, kabupaten Batang, dan kabupaten Pemasang. Hal tersebut dapat dilihat dari para pemilik UMKM yang sudah banyak menggunakan aplikasi dan mulai bekerja sama dengan perbankan dan Koperasi Simpan Pinjam sehingga memberikan kemudahan mengakses berbagai layanan keuangan bank dan koperasi simpan pinjam.

Dikutip dari jurnal “Analisis Peluang dan Tantangan Penggunaan *Financial Technology* sebagai Upaya Optimalisasi Potensi UMKM (Studi Kasus UMKM di Gresik” (Ramadhon & Fitri, 2020), hasil penelitian dari jurnal ini menunjukkan bahwa secara umum para pelaku UMKM menganggap bahwa *FinTech* khususnya pada pembayaran digital yang merupakan suatu teknologi yang bermanfaat bagi pengembangan bisnis, walaupun tidak semua para pelaku UMKM memahami secara menyeluruh mengenai *FinTech*.

Berdasarkan uraian diatas yang menjelaskan penggunaan pelaku UMKM dalam menggunakan *FinTech*. Maka dilakukan penelitian dengan judul “**Analisa Penggunaan *FinTech* di kalangan Pelaku UMKM di Kota Makassar**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana *perceived usefulness* mempengaruhi *behavioral intention* terhadap penggunaan *FinTech* di kalangan UMKM di kota Makassar?
2. Bagaimana *perceived ease of use* mempengaruhi *behavioral intention* terhadap penggunaan *FinTech* di kalangan UMKM di kota Makassar?
3. Bagaimana *trust* mempengaruhi *behavioral intention* terhadap penggunaan *FinTech* di kalangan UMKM di kota Makassar?
4. Bagaimana *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *trust* berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan *FinTech* di kalangan UMKM di kota Makassar?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana *perceived usefulness* mempengaruhi *behavioral intention* terhadap penggunaan *FinTech* di kalangan UMKM di kota Makassar.
2. Untuk mengetahui bagaimana *perceived ease of use* mempengaruhi *behavioral intention* terhadap penggunaan *FinTech* di kalangan UMKM di kota Makassar
3. Untuk mengetahui bagaimana *trust* mempengaruhi *behavioral intention* terhadap penggunaan *FinTech* di kalangan UMKM di Kota Makassar
4. Untuk mengetahui bagaimana *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *trust* berpengaruh secara simultan terhadap *behavioral intention* penggunaan *FinTech* di kalangan UMKM di kota Makassar

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Ilmiah

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu referensi khususnya mengenai analisis penggunaan *FinTech* di kalangan pelaku UMKM.

2. Manfaat bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu sumber bagi perusahaan terkait apa saja yang harus diperhatikan untuk mempengaruhi *behavioral intention* pelaku UMKM dalam menggunakan *FinTech*.

### 3. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pemicu untuk penelitian selanjutnya dalam menemukan pengaruh lain yang mempengaruhi *behavioral intention* pelaku UMKM terhadap penggunaan *FinTech*.

## 1.4 Sistematika Penelitian

Adapun sistematika penulisan ini, sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari rancangan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel dan definisi operasional, dan metode analisis

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, analisis data dan interpretasi hasil

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran peneliti

## BAB II

### ISI

#### 2.1 *Financial Technology*

*Financial Technology* atau biasa dikenal dengan istilah *FinTech* berasal dari kata "*Finacial*" dan "*Technology*" yang mengacu pada inovasi di bidang jasa keuangan yang memanfaatkan kecanggihan teknologi modern (Chrismastianto, 2017) dalam (Yuniarti, n.d.). Menurut Bank Indonesia, *FinTech* adalah hasil penggabungan jasa keuangan dan teknologi sehingga mengubah model bisnis konvensional menjadi menjadi model bisnis moderat, yang awalnya ketika melakukan pembayaran harus bertatap-muka dan membawa uang kas, kini dapat melakukan transaksi dengan jarak yang jauh dan dapat dilakukan hanya dalam hitungan detik saja (Marginingsih, 2019). Pengertian *Financial Technology* menurut Pribadiono, Hukum, Esa, & Barat (2016) dalam Nurcholidah, L., & Harsono (2021) adalah perpaduan antara teknologi dan fitur keuangan atau dapat juga diartikan sebagai inovasi pada sektor finansial dengan sentuhan teknologi modern.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang terus berkembang dengan saat pesat, memunculkan inovasi-inovasi baru dalam *FinTech* agar dapat memberikan layanan yang lebih cepat, murah dan nyaman bagi penggunanya. Dikutip dari [cnbcindonesia.com](http://cnbcindonesia.com) (2018), menurut *Financial Stability Board (FSB)* terdapat 4 kategori *Financial Technology* berdasarkan inovasi yaitu:



1. *Payments, Clearing, dan Settlements*

*Payments, Clearing, dan Settlements* merupakan kategori *FinTech* yang memberikan layanan sistem pembayaran dan diselenggarakan oleh industri perbankan.

2. *Peer-to-Peer Lending*

*FinTech* dengan kategori *Peer-to-Peer Lending* merupakan kategori yang mempertemukan pemberi pinjaman dan pencari pinjaman dalam satu *platform*.

3. *E-Agrigator*

*E-Agrigator* adalah kategori *FinTech* yang digunakan untuk mengelolah dan mengumpulkan data yang kemudian bisa dimanfaatkan oleh konsumen untuk membantu konsumen dalam pengambilan keputusan. Kategori *FinTech* ini memberikan perbandingan produk kepada konsumen mulai dari fitur, harga hingga manfaat produk.

4. *Investment dan Risk Management*

Kategori *Investment dan Risk Management* merupakan kategori yang memberikan layanan perencanaan keuangan, *platform e-trading*, dan *e-insurance*.

Dengan munculnya inovasi-inovasi baru dalam *FinTech* membawa banyak manfaat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan dalam Nurcholidah, L., & Harsono (2021), terdapat beberapa manfaat *FinTech* di Indonesia, yaitu:

1. Mendorong distribusi pembiayaan Nasional yang belum merata di 17.000 pulau di Indonesia
2. Mendorong kemampuan ekspor UMKM yang masih rendah

3. Meningkatkan Inklusi keuangan Nasional
4. Mendorong pemerataan tingkat kesejahteraan penduduk
5. Membantu pemenuhan kebutuhan pembiayaan dalam negeri yang sangat besar

## **2.2 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)**

Dalam Suyanto & Kurniawan (2019) pada UU No. 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

### **1. Usaha Mikro**

Usaha mikro merupakan usaha produktif milik perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro seperti yang diatur dalam Undang-Undang, yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah). Kekayaan bersih tersebut tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

### **2. Usaha Kecil**

Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan sebuah cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari Usaha Menengah atau Usaha Besar dan memenuhi kriteria Usaha Kecil. Kriteria Usaha Kecil menurut Undang-Undang yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Kekayaan bersih tersebut tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil

penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai Rp. 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah)

### 3. Usaha Menengah

Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan orang atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan sebuah cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari Usaha Kecil atau Usaha Besar dan memenuhi kriteria Usaha Menengah. Kriteria Usaha Menengah menurut Undang-Undang yaitu memiliki kriteria bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah). Kekayaan bersih tersebut tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah)

### **2.3 Technology Acceptance Model**

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan salah satu teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) untuk menganalisis proses adopsi teknologi baru. TAM merupakan salah satu teori mengenai penggunaan sistem teknologi yang dianggap sangat berpengaruh dan digunakan untuk menjelaskan terkait penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Jogiyanto, 2008 dalam Islami, 2021).

*Technology Acceptance Model* (TAM) dalam Suyanto & Kurniawan (2019) dan Islami (2021) merupakan salah satu ekstensi paling berpengaruh dari teori aksi penalaran (*Theory of Reasoned Act*) oleh Ajzen dan Fishbein. TAM ditemukan oleh

Davis (1989). Davis mengatakan bahwa TAM menganggap niat perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap pribadi terhadap penggunaan sistem informasi. TAM memercayai bahwa pemanfaatan sebuah sistem dipengaruhi oleh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

### **2.2.1 Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)**

Vekantesh dan Moris (2000); Chen dan Barnes (2007) berpendapat dalam jurnal "*Exploring Trust and Responsiveness as Antecedents for Intention to Use FinTech Services*" (Singh et al., 2021) bahwa kegunaan yang dirasakan menjadi salah satu aspek penting dalam menentukan adopsi teknologi. Menurut Davis (2013) persepsi kegunaan adalah suatu keadaan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan pekerjaannya. Moon dan Kim (2001) dalam Hoang et al., (2021) berpendapat bahwa persepsi kegunaan dapat diyakini sebagai persepsi yang potensial bagi seorang pengguna terkait teknologi baru yang akan meningkatkan efisiensi kerja seseorang dan dapat menguntungkan di masa depan. Jika pengguna merasa bahwa layanan *FinTech* dapat berguna untuk mempermudah aktivitas mereka ataupun dapat membantu pekerjaan mereka, pengguna akan tetap menggunakan layanan *FinTech*.

### **2.2.2 Persepsi Kemudahan Menggunakan (*Perceived Ease of Use*)**

Menurut Davis (2013) persepsi kemudahan menggunakan merupakan suatu keadaan dimana seseorang percaya bahwa ketika menggunakan sebuah sistem tertentu tidak membutuhkan banyak usaha. Sistem sering digunakan maka hal tersebut menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih

dikenal, mudah digunakan dan dioperasikan oleh penggunanya (Adams et al., (1992) dalam Setiawan et al., (2020)). Chuang, Liu, dan Kao (2016) dalam Misissaifi & Sriyana (2021) berpendapat bahwa ketika pengguna merasa teknologi baru tersebut mudah digunakan, maka teknologi tersebut dapat diterima oleh pengguna. Jika pengguna merasa bahwa layanan *FinTech* memberikan kemudahan kepada pengguna dalam menggunakan layanan, pengguna akan tetap menggunakan layanan *FinTech*.

Menurut *Technology Acceptance Model*, keyakinan seorang individu adalah sebuah faktor penentu dari sikap individu agar menggunakan sistem dan akan berkembang menjadi niat untuk menggunakan sistem tersebut, dan niat tersebut yang akan memengaruhi pengguna untuk menggunakan sistem tersebut.

## **2.4 Trust**

Kepercayaan merupakan sebuah aspek penting seseorang untuk menentukan pilihan dalam menggunakan *FinTech* yang mereka gunakan secara berkala atau tidak. Hal tersebut dikarenakan pengguna harus percaya terhadap aplikasi tersebut ketika menitipkan uang atau melakukan transaksi di sebuah aplikasi *financial*,

Kepercayaan adalah tingkat kesediaan pengguna dalam menerima ketidakpastian berdasarkan keyakinannya bahwa sistem/ teknologi dapat memenuhi keinginannya (Mahfuroh et al., 2020). Kepercayaan *online* umumnya dianggap sebagai ketergantungan seseorang terhadap perusahaan tertentu oleh pemangku kepentingannya sehubungan dengan kegiatan bisnis perusahaan di media elektronik, melalui sebuah situs web atau sebuah aplikasi (Jiwasiddi et al., 2019).

## 2.5 Behavioral Intention

*Behavioral Intention* merupakan tingkah laku seseorang yang setia atau loyal terhadap suatu perusahaan sehingga bersedia merekomendasikannya kepada orang lain karena telah mendapatkan layanan yang baik dari perusahaan tersebut (Jang (2007); Purwianti & Tio, (2017)). Ketika sebuah layanan yang diberikan oleh sebuah teknologi dianggap dapat menguntungkan untuk seorang pengguna maka pengguna akan tetap menggunakan layanan teknologi tersebut.

Pengguna yang mendapatkan pelayanan yang baik dari *FinTech* dan memberikan respon positif terhadap layanan *FinTech* akan mempengaruhi pengguna untuk cenderung loyal atau setia untuk tetap menggunakan *FinTech*. Pengguna yang loyal atau setia untuk tetap menggunakan *FinTech* akan menyebarkan berita positif untuk mengajak orang lain agar ikut menggunakan layanan *FinTech*.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nurdin et al., (2020)	Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Financial Technology (FinTech)</i> pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>FinTech</i> .
2	Mahfuroh et al., (2020)	Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan <i>Financial</i>	Penelitian ini memiliki implikasi bagi para

		<p><i>Technology LinkAja</i> sebagai Alat Pembayaran Elektronik</p>	<p>penyedia <i>FinTech</i> untuk menyediakan aplikasi dompet elektronik yang mudah dioperasikan, tampilannya baik untuk dilihat (<i>user interface</i>), dan memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi. Sehingga dapat meningkatkan persepsi kemanfaatan dan dapat memberikan pengaruh kepada pengguna untuk meningkatkan intensi penggunaan dompet elektronik.</p>
3	Damayanti et al., (2021)	<p><i>The Analysis of Millenials' Intention to Use the OVO E-Payment</i></p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan dapat mendorong intensi milenial untuk menggunakan <i>FinTech E-Payment OVO</i></p>
4	Joan & Sitinjak, (2019)	<p>Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh</p>

		Minat Penggunaan Layanan Pembayaran <i>Digital Go-Pay</i>	langsung, positif, dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran <i>digital Go-Pay</i> . Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung serta tidak langsung, positif, dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan pembayaran <i>digital Go-Pay</i> .
5	Singh et al., (2021)	<i>Exploring Trust and Responsiveness as Antecedents for Intention to Use FinTech Services</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan daya tanggap berpengaruh positif yang signifikan terhadap intensi untuk menggunakan dan kemudian dimediasi melalui kegunaan dan kemudahan penggunaan.
6	Islami et al., (2021)	<i>Analysis of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use to the Actual System Usage through Attitude Using Online Guidance Application</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>actual usage</i> dengan <i>attitude</i>



			<i>toward using</i> sebagai variabel intervening pada aplikasi bimbingan belajar <i>online</i> Ruangguru.
--	--	--	---

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Perkembangan *Financial Technology* yang berkembang dengan sangat pesat tentu tidak terlepas dari *behavioral intention* pengguna. Menurut Jang (2007); Purwianti & Tio, (2017) *behavioral intention* merupakan tingkah laku seseorang yang setia atau loyal terhadap suatu perusahaan sehingga bersedia merekomendasikannya kepada orang lain karena telah mendapatkan layanan yang baik dari perusahaan tersebut. Dengan pengguna yang tetap loyal atau setia menggunakan *FinTech* dan merekomendasikannya ke orang lain untuk menggunakannya membuat *FinTech* berkembang dengan pesat.

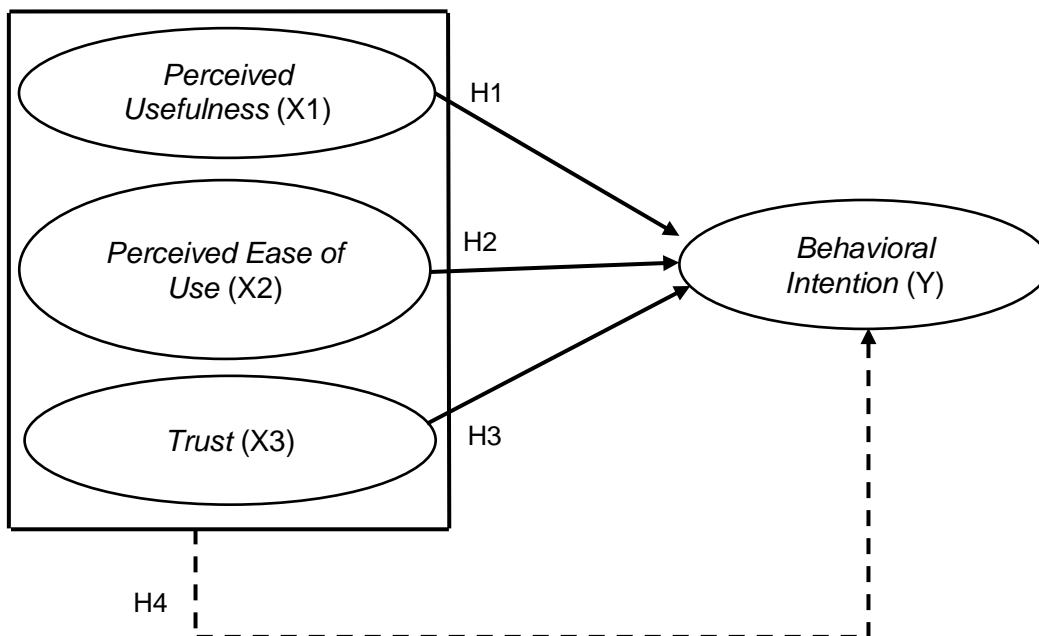
Salah satu faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* pengguna ketika menggunakan *FinTech* adalah persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Persepsi kegunaan adalah suatu keadaan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan pekerjaannya (Davis, 2013). Jika pengguna merasa bahwa layanan *FinTech* dapat berguna untuk mempermudah aktivitas mereka ataupun dapat membantu pekerjaan mereka, pengguna akan tetap menggunakan layanan *FinTech*.

Persepsi kemudahan menggunakan (*perceived ease of use*) juga menjadi faktor *behavioral intention* pengguna dalam penggunaan *FinTech*. Persepsi kemudahan menggunakan merupakan suatu keadaan dimana seseorang percaya bahwa ketika menggunakan sebuah sistem tertentu tidak membutuhkan banyak

usaha (Davis, 2013). Jika pengguna merasa bahwa layanan *FinTech* tersebut mudah untuk digunakan, maka pengguna akan tetap menggunakan layanan *FinTech*

*Trust* merupakan salah satu faktor *behavioral intention* pengguna dalam penggunaan *FinTech*. Mahfuroh et al., (2020) mendefinisikan kepercayaan sebagai tingkat kesediaan pengguna dalam menerima ketidakpastian berdasarkan keyakinannya bahwa sistem/ teknologi dapat memenuhi keinginannya. Jika pengguna percaya terhadap layanan *FinTech* yang mereka gunakan, maka pengguna akan terus bertransaksi menggunakan layanan *FinTech* tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka menghasilkan kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

## 2.8 Hipotesis

H1: *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pelaku UMKM ketika menggunakan layanan *FinTech*

H2: *Perceived Ease of Use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pelaku UMKM ketika menggunakan layanan *FinTech*

H3: *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* pelaku UMKM ketika menggunakan layanan *FinTech*

H4: Terdapat pengaruh secara simultan dari faktor *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *trust* terhadap *behavioral intention* pelaku UMKM ketika menggunakan layanan *FinTech*