

INTENSI PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH) SEBAGAI SISTEM PEMBAYARAN BAGI PELAKU UMKM PADA ASOSIASI PEARL NTB

SOFIATI WARDAH¹⁾, RUSLI AMRUL²⁾, NURUL ANISA³⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram

sofiatiw77@gmail.com

ABSTRAK

Financial technology merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi dimana pada akhirnya banyak digunakan di era digital saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi dan faktor sosial terhadap intensi penggunaan *financial technology*, sehingga variabel penelitian ini terdiri dari 4 (empat) variabel independen yaitu personalisasi (X1), kemampuan akses (X2), keinovatifan teknologi (X3) dan faktor sosial (X4) serta variabel dependen yaitu intensi penggunaan *financial technology* (Y). Metode penelitian menggunakan kuantitatif asosiatif dengan populasi adalah anggota asosiasi Pedagang dan Pengrajin Mutiara Lombok (PEARL) NTB sebanyak 120 UMKM. Sampel diambil menggunakan metode *sampling jenuh* dimana seluruh jumlah populasi adalah sampel. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner pada seluruh anggota asosiasi PEARL NTB. Kuesioner yang kembali dan dapat digunakan sebanyak 50 kuesioner. Data dianalisis menggunakan Regresi Linier Berganda dengan program SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi dan faktor sosial berpengaruh signifikan secara parsial terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel independen (personalisasi, kemampuan akses keinovatifan teknologi dan faktor sosial) mampu mempengaruhi variabel dependen (intensi penggunaan *financial technology*) sebesar 92,1%. Sedangkan sisanya sebesar 7,9% dipengaruhi variabel-variabel lain di luar model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Personalisasi; Kemampuan Akses; Keinovatifan Teknologi; Faktor Sosial, Intensi Penggunaan Financial Technology.*

ABSTRACT

Financial technology is the result of a combination of financial services with technology which is ultimately widely used in today's digital era. This study aims to examine the effect of personalization, access ability, technological innovation, and social factors on the intention to use financial technology so that this research variable consists of 4 (four) independent variables, namely personalization (X1), access ability (X2), technological innovation (X3) and social factors (X4) and the dependent variable is the intention to use financial technology (Y). The research method uses quantitative associative with the population members of the Association of Traders and Craftsmen Pearl Lombok (PEARL) NTB as many as 120 SMEs. Samples were taken using the saturated sampling method where the entire population is a sample. Data were obtained by distributing questionnaires to all members of the PEARL NTB association. Questionnaires that return and can be used as many as 50 questionnaires. The data were analyzed using Multiple Linear Regression with Statistic Program for Social Science (SPSS) version 20 program. The results of this study indicate that personalization, access capabilities, technological innovation, and social factors partially significantly influence the intention to use financial technology. The results of this study also show that the independent variables (personalization, ability to access, technology innovation, and social factors) can influence the dependent variable (intention to use financial technology) by 92,1%. While the remaining 7,9% is influenced by other variables outside the regression model used in this study.

Keywords: *Personalization; Accessibility; Technology Innovations; Social Factors, Intention to Use Financial Technology.*

PENDAHULUAN

Nusa Tenggara Barat (NTB) memiliki dua pulau yaitu pulau Lombok dan pulau Sumbawa, pulau Lombok memiliki beragam wisata (dikunjungi baik wisatawan dari mancanegara maupun wisatawan lokal). Selain kaya akan destinasi wisata, budaya dan kulinernya, kerajinan khas Lombok juga kerap menjadi target para wisatawan untuk dijadikan oleh-oleh. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus utamanya adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Mutiara, dikarenakan mayoritas wisatawan mancanegara cenderung berbelanja Mutiara sehingga transaksi dilakukan menggunakan *Financial Technology (fintech)*.

Lombok melalui kawasan wisata Mandalika masuk ke dalam 4 destinasi wisata unggulan yang ada di Indonesia dan masuk ke dalam kalender *MotoGP* seri kedua musim 2022 pada 20 Maret 2022. Pembangunan sirkuit dilakukan di Mandalika karna dianggap paling cocok diantara 3 wisata unggulan lainnya yaitu Labuan Bajo, Likupang, dan Danau Toba. (otomotif.kompas.com).

Perhelatan *MotoGP* yang digelar pada tanggal 18 -20 Maret 2022 di Mandalika membawa angin segar bagi pelaku usaha khususnya pelaku UMKM mengingat dua tahun terakhir hanya bisa pasrah akibat dampak dari pandemi Covid-19. Ajang balap motor bergengsi ini menjadi momentum yang tepat bagi UMKM untuk bangkit. Pasalnya, ajang ini bisa mendatangkan banyak wisatawan dan menyedot perhatian media sehingga UMKM lokal juga ikut menjadi sorotan. (ekbis.sindonews.com).

Berdasarkan data Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KemenkopUKM) pada bulan Maret 2021 lalu, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07 persen atau senilai dengan Rp. 8.573,89 triliun. UMKM mampu menyerap 97 persen dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42 persen dari total investasi di Indonesia. (www.kemenkeu.go.id). Berkenaan dengan ini, pemerintah NTB khususnya pulau Lombok menilai perhelatan *MotoGP* merupakan kesempatan dan bagian dari proses memperbaiki diri, melakukan kurasi juga kualitas UMKM yang ada di NTB khususnya yang ada di Lombok. (ekbis.sindonews.com).

Membahas tentang kualitas, tentu tidak jauh dengan kata perkembangan. Banyak hal yang dapat dilakukan untuk mengembangkan UMKM, seperti meningkatkan mutu pelayanan, menggunakan media sosial sebagai media promosi, survei atau melakukan observasi mengenai lokasi yang strategis untuk membuka usaha, mengikuti pameran-pameran atau festival produk UMKM, memanfaatkan kehadiran *e-commerce* dan menggunakan sistem keuangan digital. (www.haysia.com). Era teknologi digital mengharuskan para pelaku UMKM dapat mengadopsi dan menggunakan teknologi dalam transaksi bisnisnya, sehingga dapat meningkatkan pelayanan pada konsumen dengan berbagai strategi dan metode seperti dapat mengaplikasikan *fintech* dalam transaksi bisnisnya.

Fintech memiliki beberapa jenis diantaranya *digital payment, financing and investment, account aggregator, information and feeder site, dan personal finance*. *Digital payment* yang merupakan bagian dari *fintech* memberikan layanan berupa pembayaran transaksi secara daring sehingga proses tersebut menjadi lebih praktis, cepat, dan murah. Perusahaan penyedia layanan *digital payment* pada umumnya berbentuk dompet virtual yang disebut dengan *e-wallet* yang dilengkapi dengan berbagai fitur untuk mempermudah transaksi secara daring antara konsumen dan pemilik usaha atau antarpelaku usaha (B2B) dan *Fintech* jenis ini bisa berupa *payment gateway* dan *digital wallet*. (Wiwoho & Kharisma, 2021: 13-15). Berkaitan dengan hal ini, pada tanggal 14 Agustus 2014, Bank Indonesia mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Gerakan ini bertujuan untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien dan lancar, di mana akhirnya akan mampu mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif serta efisien. Gerakan ini juga diharapkan mampu memperkecil kendala dalam proses pembayaran secara tunai serta dapat membantu masyarakat saat harus bertransaksi dengan jumlah uang yang besar dari salah hitung ataupun dari tindak kriminalitas. (www.bi.go.id).

Hal ini merupakan sesuatu yang harus menjadi pertimbangan bagi pedagang dan pengrajin mutiara Lombok. Mutiara merupakan salah satu ikon Lombok sehingga pemerintah daerah mendirikan Monumen Mataram Metro dengan ikon mutiara setinggi 50 Meter di salah satu gerbang masuk menuju Kota Mataram. Kualitas mutiara Lombok yang tinggi mampu menembus pasar internasional. Mutiara Lombok terdiri dari 2 jenis yaitu mutiara air laut dan mutiara air tawar. *South Sea Pearl* adalah jenis mutiara yang tidak bisa dibudidayakan di sembarang tempat. Lombok, Sumbawa, dan Papua merupakan penghasil mutiara terbaik dari jenis ini. Untuk masalah harga, mutiara air laut dengan mutiara air tawar jauh berbeda harganya. Kisaran harga mutiara air laut mulai dari Rp.300.000,- sampai dengan Rp.500.000,- per gramnya, sementara untuk mutiara air tawar berada pada kisaran harga Rp. 50.000,- per gram. (travelingyuk.com).

Sepinya tingkat kunjungan wisatawan yang diakibatkan oleh Covid-19 sangat berdampak pada lesunya penjualan mutiara Lombok, ini dirasakan oleh hampir semua pengusaha mutiara di Lombok. Hal ini disampaikan oleh ketua Asosiasi Pedagang dan Pengrajin Mutiara Lombok (PEARL) NTB, H. M. Fauzi, S.E. Asosiasi PEARL NTB merupakan asosiasi yang dibentuk guna mewadahi para pedagang dan pengrajin mutiara yang ada di Lombok dengan jumlah anggota sebanyak 120 UMKM. Situasi ini memaksa para pengusaha mutiara untuk merubah strategi penjualan mereka agar dapat tetap bertahan pada situasi ekonomi yang kurang baik ini. Media online dengan

memanfaatkan berbagai jenis *marketplace* dan *digital payment* diharapkan akan menjadi solusi bagi pengusaha mutiara di Lombok khususnya anggota Asosiasi PEARL NTB.

Penelitian ini menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). UTAUT adalah sebuah model penerimaan teknologi terkini yang dicetuskan oleh Viswanath Venkatesh, dkk pada tahun 2003. Dalam UTAUT terdapat empat konstruk utama yang memainkan peran penting sebagai determinan dari *behavior intention* dan *use behavior* yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, serta *facilitating conditions*.

Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel independen yaitu personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, dan faktor sosial. Personalisasi diartikan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara lebih efektif dan efisien, membuat interaksi lebih cepat dan mudah sehingga mengakibatkan meningkatnya kepuasan pelanggan dan kemungkinan kunjungan yang berulang. Personalisasi termasuk ke dalam *performance expectancy*. Variabel ini dipilih karena saat ini pengguna *fintech* cenderung mempertimbangkan ketersediaan layanan yang sesuai dengan tujuan penggunaannya. Hal ini sesuai dengan penelitian Raihana (2021) yang mengatakan bahwa personalisasi merupakan suatu tingkatan di mana para pelanggan mengoperasikan internet sesuai dengan keinginannya seperti memiliki informasi dan isi informasi yang disajikan. Dengan itu dapat memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk menggunakan *fintech* sesuai dengan kebutuhan.

Kemampuan akses berkaitan dengan kemudahan penggunaan suatu sistem (*effort expectancy*) dan fasilitas pendukung akses (*facilitating conditions*). Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem dapat dilakukan dengan mudah. Sedangkan *facilitating conditions* diartikan sebagai sejauh mana seorang pengguna teknologi percaya bahwa infrastruktur tersedia untuk mendukung penggunaan teknologi (Venkatesh *et al.*, 2019). Kemampuan akses dipilih sebagai variabel dalam penelitian ini yaitu karena hal tersebut dapat dijadikan sebagai pertimbangan awal oleh pengguna dalam menggunakan *fintech*. Hal ini sesuai dengan penelitian Deameta (2019) yaitu *Effort expectancy* didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang dihubungkan dengan penggunaan suatu sistem, apabila sistem mudah digunakan maka usaha yang dilakukan tidak akan terlalu tinggi dan sebaliknya jika suatu sistem sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya.

Keinovatifan teknologi diartikan sebagai kecenderungan seseorang dalam menilai lebih pada teknologi baru dibandingkan dengan teknologi yang sedang berjalan (Venkatesh *et al.*, 2019). Keinovatifan teknologi dalam teori UTAUT termasuk dalam bagian *performance expectancy*. Variabel ini dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini karena peningkatan fitur layanan akan meningkatkan kepercayaan pengguna bahwa sistem akan memberikan manfaat bagi dirinya. Hal ini sesuai dengan penelitian Anugrah & Ompusunggu (2021) yaitu sejauh mana setiap individu percaya jika menggunakan sistem akan meningkatkan kinerja.

Faktor sosial merupakan salah satu faktor yang berpengaruh langsung terhadap penerimaan teknologi. Faktor sosial dalam UTAUT termasuk ke dalam *social influence*. Hal ini sesuai dengan penelitian Rahi *et al.*, (2018) yang mengatakan bahwa *social influence* didefinisikan sebagai pengaruh faktor lingkungan, misalnya pendapat teman dan kerabat pengguna.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mencari tahu sejauh mana empat variabel yang diangkat peneliti mempengaruhi intensi para pelaku UMKM mutiara Lombok dalam menggunakan *fintech* khususnya *digital payment* dalam sistem pembayarannya, sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat judul Intensi Penggunaan *Financial Technology* Sebagai Sistem Pembayaran Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Asosiasi Pedagang dan Pengrajin Mutiara Lombok (PEARL) NTB.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini yaitu “ bagaimana pengaruh personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi dan faktor sosial terhadap intensi penggunaan *financial technology* ? ”

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi dan faktor sosial terhadap intensi penggunaan *financial technology*,

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dimana jenis penelitian ini ingin menguji apakah ada atau tidak satu variabel mempengaruhi perubahan variabel yang lain. (Ghozali, 2016:90). Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh variabel personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, dan faktor sosial terhadap intensi penggunaan *financial technology* (*fintech*). Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang diperoleh melalui jawaban atas kuesioner yang dibagikan kepada para responden dan pernyataan dalam kuesioner diukur

menggunakan skala likert 4 dengan ketentuan sangat setuju (4), setuju (3), tidak setuju (2) dan sangat tidak setuju (1). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota asosiasi PEARL NTB yaitu sebanyak 120 UMKM. Metode pengambilan sampel menggunakan *sampling jenuh* sehingga seluruh jumlah populasi adalah sampel.

Indikator yang digunakan; variabel personalisasi (fitur untuk memudahkan memilih informasi dan fitur untuk memilih isi informasi), variabel kemampuan akses (pemakaian fleksibel setiap saat, pemakaian fleksibel dari manapun, fasilitas yang mendukung, fasilitas menentukan keberhasilan, dan mudah untuk digunakan), variabel keinovatifan teknologi (memenuhi kebutuhan, mempermudah penjual dalam bertransaksi, mempermudah pembeli dalam bertransaksi, kelengkapan fitur, inovasi teknologi yang mendukung, dan *relative advantage*), variabel faktor sosial (pengaruh lingkungan dan *behavior belief*) dan variabel intensi penggunaan *financial technology* (ragam kegunaan dan tujuan penggunaan).

Data dianalisis menggunakan uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (parsial) dan uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS versi 20

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran kuesioner dilakukan sejak tanggal 22 Juni sampai dengan 28 Juli 2022. Kendala yang menyebabkan kuesioner tidak kembali sepenuhnya yaitu karena tidak semua anggota asosiasi bersentuhan langsung dengan konsumen, di mana asosiasi ini terdiri dari pedagang dan pengrajin. Dikarenakan kuesioner dari penelitian ini lebih mengarah kepada *fintech* sebagai sistem pembayaran, maka para pengrajin agak kesulitan untuk menjawab pernyataan yang ada pada kuesioner karena pengrajin tidak bersentuhan langsung atau tidak melakukan transaksi dengan konsumen sehingga kuesioner yang kembali hanya berasal dari anggota asosiasi yang berprofesi sebagai pedagang saja.

Tabel 1. Tingkat Pengembalian Kuesioner

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah kuesioner yang disebar	120
2	Jumlah kuesioner yang tidak kembali	70
3	Jumlah kuesioner yang diolah/kembali	50

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Dari kuesioner yang terkumpul, diperoleh data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, lama berdirinya usaha, rata-rata pendapatan perbulan, dan frekuensi penggunaan *fintech* dalam satu minggu. Berikut tabel karakteristik responden :

Tabel 2. Karakteristik Responden

Berdasarkan Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	26	52%
Perempuan	24	48%
Total	50	100%
Berdasarkan Usia		
Usia	Frekuensi	Persentase
20-30 Tahun	4	8%
31-40 Tahun	13	26%
41-50 Tahun	18	36%
51-60 Tahun	15	30%
Total	50	100%
Berdasarkan Lama Berdiri Usaha		
Lama Berdirinya Usaha	Frekuensi	Persentase
5-10 Tahun	18	36%
11-15 Tahun	19	38%
16-20 Tahun	12	24%
21-25 Tahun	1	2%
Berdasarkan Pendapatan Perbulan		
Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Persentase
Rp.1.000.000 - Rp.10.000.000	33	66%
Rp.11.000.000 – Rp.50.000.000	14	28%
Rp.51.000.000 – Rp.100.000.000	3	6%
Total	50	100%

Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>Fintech</i>		
Frekuensi Penggunaan <i>Fintech</i> dalam satu minggu	Frekuensi	Persentase
Tidak Pernah	7	14%
1-5 Kali	40	80%
6-10 Kali	3	6%
Total	50	100%

Sumber: Data Diolah SPSS 20,2022

Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel personalisasi (X_1), kemampuan akses (X_2), keinovatifan teknologi (X_3), faktor sosial (X_4) dan intensi penggunaan *financial technology* (Y) yang akan di uji secara statistik deskriptif.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	Personalisasi (X_1)	X1.1	0,928	0,2787	Valid
2		X1.2	0,948		Valid
1	Kemampuan Akses (X_2)	X2.1	0,932	0,2787	Valid
2		X2.2	0,938		Valid
3		X2.3	0,859		Valid
4		X2.4	0,829		Valid
5		X2.5	0,933		Valid
1	Keinovatifan Teknologi (X_3)	X3.1	0,911	0,2787	Valid
2		X3.2	0,900		Valid
3		X3.3	0,890		Valid
4		X3.4	0,868		Valid
5		X3.5	0,909		Valid
6		X3.6	0,915		Valid
1	Faktor Sosial (X_4)	X4.1	0,912	0,2787	Valid
2		X4.2	0,922		Valid
3		X4.3	0,926		Valid
4		X4.4	0,925		Valid
5		X4.5	0,946		Valid
1	Intensi Penggunaan <i>Financial Technology</i> (Y)	Y.1	0,973	0,2787	Valid
2		Y.2	0,972		Valid

Sumber: Data Diolah SPSS 20, 2022

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai R_{hitung} dari semua item pernyataan lebih besar dari nilai R_{tabel} dan dapat ditarik kesimpulan bahwa kuesioner penelitian yang terkait dengan personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi, faktor sosial dan intensi penggunaan *financial technology* dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i> (α)	Batas Reliabilitas	Keterangan
Personalisasi	0,858	0,70	Reliabel
Kemampuan Akses	0,940		Reliabel
Keinovatifan Teknologi	0,973		Reliabel
Faktor Sosial	0,957		Reliabel
Intensi Penggunaan <i>Financial Technology</i>	0,943		Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS 20, 2022

Berdasarkan tabel 4 nilai *Cronbach's Alpha* (α) masing-masing variabel lebih besar dari batas nilai reliabilitas, hal ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner reliabel dan item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang artinya apabila item pernyataan tersebut diajukan kembali akan menghasilkan jawaban yang relatif sama.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual		
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std.Deviation	.24036466
Most Extreme Differences	Absolute	.145
	Positive	.125
	Negative	-.145
Kolmogorov-Smirnov Z		1.023
Asymp.Sig(2-tailed)		.246

Sumber: Data Diolah SPSS 20, 2022

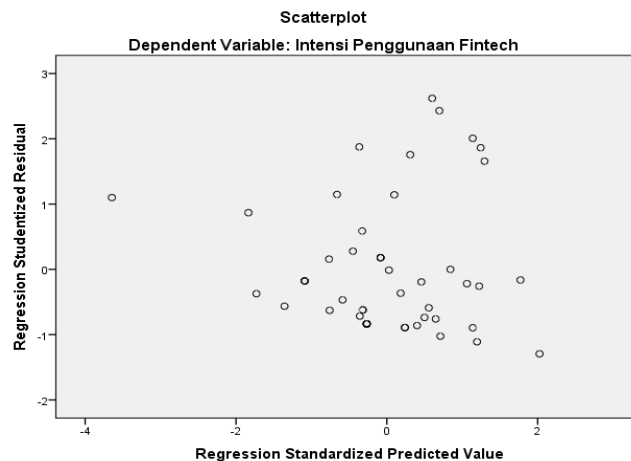
Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa hasil signifikan 0.246 lebih besar dari 0.05 dan dapat disimpulkan bahwa variabel berdistribusi normal.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Nama Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Personalisasi	.910	1.099
Kemampuan Akses	.195	5.120
Keinovatifan Teknologi	.187	5.350
Faktor Sosial	.203	4.917

Sumber: Data Diolah SPSS 20, 2022

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa variabel personalisasi memiliki nilai toleran $0.910 > 0.10$, nilai VIF $1.099 < 10$, variabel kemampuan akses memiliki nilai toleran $0.195 > 0.10$, nilai VIF $5.120 < 10$, variabel keinovatifan teknologi memiliki nilai toleran $0.187 > 0.10$, nilai VIF $5.350 < 10$, variabel faktor sosial memiliki nilai toleran $0.203 > 0.10$, nilai VIF $4.917 < 10$ sehingga tidak terjadi multikolinearitas.



Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *Scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi intensi penggunaan *financial technology*.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	-1.146	.344		-3.333	.002
Personalisasi	.114	.046	.099	2.505	.016
Kemampuan Akses	.131	.048	.279	2.760	.008
Keinovatifan Teknologi	.137	.043	.366	3.187	.003
Faktor Sosial	.135	.033	.328	4.071	.000

Sumber: Data Diolah SPSS 20, 2022

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa variabel personalisasi berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Pada penelitian ini, layanan yang diberikan oleh penyedia *fintech* khususnya *digital payment* memudahkan pengguna karena layanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan seperti memilih informasi dan isi dari informasi yang disajikan sehingga intensi dalam penggunaan *financial technology* menjadi meningkat. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Raihana (2021) dimana personalisasi berpengaruh positif signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology* sebagai sistem pembayaran bagi pelaku UMKM. Penelitian Rahi *et al.*, (2018) yang menyatakan bahwa variabel *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap niat pengguna mengadopsi *internet banking*.

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa variabel kemampuan akses berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Dengan adanya fasilitas pendukung yaitu koneksi internet yang baik atau stabil menyebabkan pengguna lebih mudah dalam menggunakan *fintech*. Semakin mudah *fintech* diakses dan digunakan maka dapat mengurangi upaya yang dilakukan untuk menggunakannya sehingga intensi dalam penggunaan *financial technology* menjadi meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Raihana (2021) yang menyatakan bahwa kemampuan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*.

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa variabel keinovatifan teknologi berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Dengan adanya inovasi, lebih memudahkan responden dalam menggunakan *financial technology* jika dibandingkan dengan versi sebelumnya atau yang sedang berjalan sehingga mampu mengatasi kesulitan penggunaan *financial technology*, juga fitur layanan meningkat dengan adanya inovasi sehingga kepercayaan pengguna bahwa *financial technology* akan memberi manfaat untuknya juga ikut meningkat. Pada penelitian ini, responden merasa dengan menggunakan *fintech* yang terbaru berdampak pada bisnis yang dijalankannya sehingga meningkatkan intensi dalam menggunakan *financial technology*. Penelitian ini didukung oleh penelitian Raihana (2021) yang menyatakan bahwa keinovatifan teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Penelitian Nurainina (2020) juga menyatakan bahwa variabel keinovatifan teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa variabel faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Dengan adanya dorongan yang tinggi dari lingkungan sosial responden untuk menggunakan *financial technology* maka intensi untuk menggunakan *financial technology* juga semakin tinggi. Pada penelitian ini, pelaku UMKM yang tergabung dalam asosiasi PEARL NTB menggunakan *financial technology* didorong oleh lingkungannya seperti rekan-rekan lain yang sudah lebih dulu menggunakan *financial technology* dalam kegiatan bisnisnya juga permintaan dari pihak perbankan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Raihana (2021) yang menyatakan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Penelitian Deameta (2019) juga menyatakan bahwa variabel *social influence* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile banking*.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	.963 ^a	.928	.921	.2508

Sumber: Data Diolah SPSS 20, 2022

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai *Adjust-R²* sebesar 0.921 atau 92,1%. Hal ini memiliki arti bahwa personalisasi, kemampuan akses, keinovatifan teknologi dan faktor sosial dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu intensi penggunaan *financial technology* sebesar 92,1%. Sedangkan 7,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa : 1) Personalisasi berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM pada asosiasi PEARL NTB menggunakan *financial technology* karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. 2) Kemampuan akses berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM pada asosiasi PEARL NTB menggunakan *financial technology* karena semakin mudah *fintech* diakses dan digunakan maka dapat mengurangi upaya yang dilakukan untuk menggunakannya sehingga intensi dalam penggunaan *financial technology* menjadi meningkat. 3) Keinovatifan teknologi berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM pada asosiasi PEARL NTB merasa dengan menggunakan *fintech* yang

terbarukanberdampak pada bisnis yang dijalaninya sehingga meningkatkan intensi dalam menggunakan *financial technology*. 4) Faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan *financial technology*. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM pada asosiasi PEARL NTB menggunakan *financial technology* karena adanya pengaruh dari orang disekitarnya, dan ketika suatu individu sudah menggunakan *financial technology* ada kemungkinan akan mempengaruhi rekan lain untuk menggunakan.

Saran

Berdasarkan pengkajian dari hasil penelitian di lapangan maka penulis bermaksud memberi saran diantaranya : 1) Bagi UMKM yang diteliti, seperti yang sudah dijelaskan, *fintech* mempermudah proses transaksi yang dilakukan yaitu menjadi lebih efisien, aman, dan nyaman, untuk itu hendaknya UMKM harus bisa beradaptasi dan memanfaatkan kemajuan teknologi dalam mengembangkan usaha, sehingga dapat mempermudah para pelaku UMKM dalam mengakses layanan keuangan bagi usahanya. Dan bagi UMKM yang telah menggunakan *fintech* sebagai metode pembayaran, agar dapat meningkatkan serta mempertahankan penggunaan teknologi tersebut agar memiliki daya saing yang tinggi. 2) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan intensi penggunaan *financial technology* bagi pelaku UMKM agar hasil penelitian yang diperoleh lebih baik dan lebih lengkap, menambah jumlah sampel guna memperkuat hasil penelitian, dan lebih lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data serta segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan baik tanpa hambatan yang berarti. Diharapkan juga menambahkn metode wawancara dengan sumber yang kompeten untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam mengenai objek yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, M. dwi, & Ompusunggu, H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Penggunaan E-Money Melalui Aplikasi Pembayaran Berbasis Digital Menggunakan Model Utaut. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 47–56. <https://doi.org/10.31849/jieb.v18i1.5465>
- Deameta, A. F. (2019). Prediksi Intensi Perilaku terhadap Penggunaan Mobile Banking Menggunakan THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY, TRUST, DAN NETWORK EXTERNALITIES. *Jurnal Akuntansi, Audit Dan Sistem Informasi Akuntansi*, 3(2), 205–217.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama.
- Luckandi, D. (2018). Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada UMKM Di Indonesia: Pendekatan Adaptive Structuration Theory. *Jiko - Stmik Akakom Yogyakarta*, 3(2), 1–86. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/9681>
- Nurainina, G. W. (2020). *Faktor-faktor yag Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Pengrajin Kain Flanel*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/29511>
- Rahi, S. (2018). *Surat Ilmu Manajemen*. 8, 173–186.
- Raihana, A. J. (2021). *Intensi Penggunaan Financial Technology (Fintech) Sebagai Sistem Pembayaran Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) DI Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)*.
- Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah. Tambahan Lembaran Negara RI Tahun 2008. No 4866. Sekretariat Negara. Jakarta. 2008
- Siregar, A. F. (2008). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengadopsian Teknologi Internet Banking oleh Nasabah di Indonesia., *Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*.
- Sudaryo, Y., & Sofiati, N. A. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia* (G. Rizky (ed.)). Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Venkatesh, P. V., Morris, M. G., Davis, G. B., Fred, M. I. S., & Triwulanan, M. I. S. (2019). *Penerimaan Pengguna terhadap Teknologi Informasi: Menuju Pandangan Terpadu Diterbitkan oleh: Pusat Penelitian Sistem Informasi Manajemen, University of Minnesota Stable URL: JSTOR adalah layanan nirlaba yang membantu para sarjana, peneliti, dan sisw. 3*.
- Wiwoho, J., & Kharisma, D. B. (2021). *Isu-isu Hukum di Sektor Fintech* (D. Ari & K. Sukmawati (eds.); Cetakan Pe). Setara Press.
- <https://www.inews.id/travel/destinasi/mengenal-wisata-halal-di-indonesia-lombok-terbaik-dunia>. diakses pada tanggal 14 April 2022.
- <https://bolastylo.bolasport.com/read/171645611/indonesia-resmi-menjadi-tuan-rumah-motogp-3-tahun-ini-6-fakta-sirkuit-mandalika-lombok-yang-akan-menjadi-venue-megah?page=all>. Diakses pada tanggal 6 Maret 2022

<https://ekbis.sindonews.com/read/693861/34/motogp-mandalika-jadi-angin-segar-yang-bangkitkan-semangat-pelaku-umkm-di-ntb-1645542126>. Diakses pada tanggal 20 April 2022.

<https://lombokpost.jawapos.com/feature/23/04/2021/jurus-jitu-perajin-mutiara-sekarbela-bertahan-saat-pandemi-covid-19/>. Diakses pada tanggal 5 April 2022.

<https://otomotif.kompas.com/read/2021/10/26/170200915/alasan-mengapa-sirkuit-motogp-dibangun-di-mandalika>. Diakses pada tanggal 20 Maret 2022.

<https://travelingyuk.com/sekarbela-mataram-lombok/229935>. Diakses pada tanggal 4 April 2022.

<https://wartaekonomi.co.id/read394990/umkm-nusa-tenggara-barat-nyatakan-diri-siap-sambut-motogp-2022?page=all>. Diakses pada tanggal 20 April 2022.

<https://www.bi.go.id/id/edukasi8/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>. Diakses pada tanggal 15 Mei 2022.

<https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sisem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>. Diakses pada tanggal 5 April 2022.

<https://www.haysia.com/article/2020/08/08/6-cara-mengembangkan-umkm-yang-efektif-dan-wajib-anda-coba>. Diakses pada tanggal 27 April 2022

<https://www.traveloka.com/id-id/explore/destination/keindahan-budaya-dan-alam-lombok-ini-bakal-bikin-kamu-makin-takjub-terhadap-indonesia/14777>. Diakses pada tanggal 20 April 2022.

<https://www.tribunnews.com/motogp-mandalika/2022/03/24/total-penonton-di-motogp-mandalika-capai-102801-orang-sepang-targetkan-lebih-banyak-lagi>. Diakses pada tanggal 20 April 2022.

<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/pemerintah-terus-perkuat-umkm-melalui-berbagai-bentuk-bantuan/>. Diakses pada tanggal pada tanggal 9 Februari 2022.

<https://www.wisatalombok.xyz/2021/02/kerajinan-tangan-khas-lombok.html>. Diakses pada tanggal 12 Mei 2022

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/04/25/191000865/kenapa-ada-istilah-life-begins-at-40-ini-penjelasan-psikologisnya>. Diakses pada tanggal 12 Agustus 2022.

<https://globalfmlombok.com/read/2021/10/26/tingkat-literasi-dan-inklusi-keuangan-ntb-diharapkan-terus-dipacu.html>. Diakses pada tanggal 12 Agustus 2022