

Pengaruh Privasi, Keamanan, Keandalan, dan Transparansi Terhadap Minat Penggunaan *Payment Fintech* UMKM di Watukelir

Setiyawati Budi Utami¹, Andy Dwi Bayu Bawono^{2*}, Noer Sasongko^{3*}

¹Magister Akuntansi, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

^{2,3} Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Jl. A. Yani, Mendungan, Pabelan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57162

e-mail: ¹setiyawatiibudi@gmail.com, ²andy.Bawono@ums.ac.id, ³ns243@ums.ac.id

Informasi Artikel

Diterima: 01-06-2023

Direvisi: 31-08-2023

Disetujui: 02-09-2023

Abstrak

Teknologi informasi yang semakin berkembang membuat perusahaan-perusahaan *fintech* semakin bermunculan. Hal ini tidak lepas dari perubahan gaya hidup masyarakat dari sistem keuangan tradisional menjadi keuangan elektronik. Hal ini turut membuat minat pelaku UMKM dalam penggunaan *fintech* harus terus ditingkatkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi terhadap minat penggunaan *fintech*, baik secara parsial maupun simultan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Theory of planned behaviour, privasi, keamanan, keandalan, transparansi, dan intention to use. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan metode purposive sampling dan menghasilkan sebanyak 150 sampel. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam menggunakan *fintech*, baik secara parsial maupun simultan. Kesimpulan ini memperlihatkan bahwa privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi memiliki peran yang penting dalam mendorong adopsi teknologi *fintech* oleh masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya privasi yang terjaga, sistem yang aman, layanan yang dapat diandalkan, serta transparansi dalam operasi menjadi faktor-faktor utama yang meningkatkan tingkat kenyamanan dan kepercayaan pengguna dalam mengadopsi *fintech*. Oleh karena itu, para pengembang *fintech* dan pemangku kepentingan lainnya perlu memberikan perhatian khusus untuk memastikan bahwa aspek-aspek ini diperkuat dalam pengembangan dan pemasaran *fintech* guna membangun hubungan yang kuat dengan para pengguna.

Kata Kunci: *Fintech*; Privasi; Keamanan; Keandalan; Transparansi

Abstract

The development of information technology has led to the emergence of *fintech* companies. This cannot be separated from the change in people's lifestyles from traditional financial systems to electronic finance. This also makes the interest of MSME players in using *fintech* must continue to be improved. This study aims to determine the effect of privacy, security, reliability, and transparency on interest in using *fintech*, both partially and simultaneously. The theory used in this study is Theory of planned behavior, privacy, security, reliability, transparency, and intention to use. The research method used is descriptive quantitative. The sample in this study was selected using purposive sampling method and resulted in 150 samples. The data analysis used is multiple linear regression analysis using SPSS. The results of this study state that privacy, security, reliability, and transparency have a positive and significant influence on the interest of MSME actors in using *fintech*, both partially and simultaneously. This conclusion shows that privacy, security, reliability, and transparency play an important role in driving people's adoption of *fintech* technology. The results of this study show that privacy, secure systems, reliable services, and transparency in operations are the main factors that increase users' comfort level and trust in adopting *fintech*. Therefore, *fintech* developers and other stakeholders need to pay special attention to ensure these aspects are reinforced in *fintech* development and marketing to build strong relationships with users.

Keywords: *Fintech*; Privacy; Security; Reliability; Transparency



1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat membuat perusahaan-perusahaan startup tumbuh dan berkembang dengan pesat. Hal ini turut pula membuat perusahaan financial teknologi (*Fintech*) di Indonesia semakin berkembang. *Fintech* dengan cepat mengubah cara layanan keuangan tradisional. *Fintech* juga memiliki dampak signifikan pada industri perbankan. Selain itu, *fintech* memiliki dampak yang meningkat pada ekonomi riil (Nasir dkk., 2021). Pada tahun 2006 *fintech* di Indonesia dimulai, namun pada waktu itu masih sedikit perusahaan yang tertarik pada bidang ini. Pada tahun 2015 berdiri Asosiasi *fintech* di Indonesia, dan sejak saat itu, *fintech* di Indonesia mulai berkembang (Bank OCBC NISP, 2022).

Bank Indonesia menjelaskan financial teknologi (*fintech*) adalah hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi sehingga mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat. Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 menerangkan *fintech* adalah penggunaan teknologi sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan dan keandalan sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2022).

Menurut *The National Digital Research Centre* (NDRC), *fintech* merupakan “*Innovation in Financial Services*” atau “Inovasi dalam Layanan Keuangan Fintek” yang merupakan suatu inovasi pada sektor finansial yang mendapat sentuhan teknologi modern. Keberadaan *fintech* dapat mendatangkan proses transaksi keuangan yang lebih praktis dan aman (Chrisardani, 2016). Sedangkan Bank Indonesia mendefinisikan *financial technology* sebagai hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja (Bank Indonesia, 2019).

Fintech muncul dan mulai mempengaruhi gaya hidup masyarakat yang saat ini dikuasai oleh penggunaan teknologi informasi yang serba cepat (Dewi & Aslami, 2022). *Fintech* juga menjawab permasalahan dalam bertransaksi jual-beli seperti pembayaran online, mentransfer dana, hingga dapat membantu pelanggan agar dapat bertransaksi dengan lebih efisien dan efektif (Asiyah, 2023). Dengan adanya uang elektronik maka dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi tanpa harus mengeluarkan uang konvensional sebagai alat pembayaran yang sah. Meskipun tidak ada perbedaan nilai tukar antara uang elektronik dan uang konvensional, akan tetapi uang elektronik memiliki fleksibilitas dan aksesibilitas tanpa batas sehingga dapat mempermudah penggunaannya (Chan dkk., 2021).

Berkembangnya *fintech* di Indonesia membuat masyarakat khususnya para pelaku usaha atau UMKM harus beradaptasi dengan cepat. Hal ini karena gaya hidup masyarakat yang telah berubah dan lebih menganggap bahwa uang elektronik lebih praktis. Apabila pelaku UMKM tidak cepat beradaptasi dalam menghadapi perubahan ini, maka semakin lama tentu akan kalah bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang lebih inovatif dan lebih cepat beradaptasi dengan perubahan teknologi dan gaya hidup masyarakat.

UMKM harus ada pendampingan melekat dan terstruktur agar dapat meningkatkan perekonomian dan daya tahannya dalam menghadapi persaingan. Di sisi lain, pelaku UMKM juga perlu membuka diri terhadap kebaruan teknologi, khususnya dalam memanfaatkan berbagai solusi digital yang dapat memperluas pasar. Jumlahnya yang sangat banyak dan besarnya perannya dalam menyediakan lapangan pekerjaan yang secara umum bagi orang yang tidak berpendidikan tinggi, dan yang tidak mempunyai modal untuk membuka usaha, UMKM mempunyai peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia.

Intention to use merupakan ukuran keinginan seseorang untuk melakukan perilaku atau ukuran dari kemungkinan seseorang menggunakan aplikasi dan bisa juga didefinisikan sebagai probabilitas subjektif seseorang bahwa ia akan melakukan beberapa perilaku (Setiawan & Sulistiowati, 2017). Selanjutnya, menurut (Gunawan & Aprianingsih, 2017), *intention to use* adalah suatu keinginan seseorang untuk menggunakan suatu produk. Minat tersebut muncul akibat adanya keinginan, kesukaan terhadap produk tersebut dan memberikan sesuatu hal positif yang menyenangkan.

Terdapat beberapa faktor yang turut mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam menggunakan *fintech*, di antaranya adalah privasi dan keamanan. Privasi dan keamanan merupakan dua faktor penting yang diperhatikan konsumen sebelum menggunakan *fintech*. Hal ini karena dalam pelaksanaannya ternyata bisnis *Fintech* memiliki potensi risiko, setidaknya ada dua potensi risiko yaitu risiko privasi dan keamanan data konsumen. Kedua risiko tersebut kemudian akan membawa kerugian pada masing-masing pihak dalam bisnis *Fintech*. Timbulnya aksi kejahatan online seperti penyadapan, pembobolan dan *cybercrime* dalam transaksi finansial perbankan menjadikan masyarakat menjadi ragu untuk melakukan transaksi berbasis online (Benuf dkk., 2019).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Privasi adalah kebebasan dan keleluasan pribadi. Privasi menurut UU Teknologi Informasi ayat 19 adalah hak individu untuk mengendalikan penggunaan informasi tentang identitas pribadi baik oleh dirinya sendiri atau oleh pihak lainnya. Ketentuan privasi sudah diatur dalam UUD 1945 Pasal 28 G ayat (1) yaitu setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi (privasi), keluarga, kehormatan, martabat, dan

harta bendanya (termasuk data-data pribadi). Perlindungan privasi dikembangkan untuk mengatur perilaku orang lain yang dapat mengganggu dengan berbagai cara pada kehidupan seseorang.

(Park & Kim, 2006) mendefinisikan keamanan sebagai kemampuan toko online dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Lebih lanjut (Park & Kim, 2006) mengatakan bahwa jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika level jaminan keamanan dapat diterima dan memenuhi harapan konsumen, maka seorang konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman. Masalah keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Keamanan transaksi online adalah bagaimana dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Sangat pentingnya nilai sebuah informasi menyebabkan seringkali informasi yang diinginkan hanya boleh diakses oleh orang-orang tertentu. Jatuhnya informasi ke tangan pihak lain dapat menimbulkan kerugian bagi pemilik informasi. Untuk itu keamanan dari sistem informasi yang digunakan harus terjamin dalam batas yang dapat diterima.

Selain itu, keandalan dan transparansi juga turut mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam menggunakan *fintech*. Keandalan atau reliability dapat didefinisikan sebagai probabilitas bahwa suatu komponen/sistem akan menginformasikan suatu fungsi yang dibutuhkan dalam periode waktu tertentu ketika digunakan dalam kondisi operasi (Ebeling, 1995). Definisi keandalan menurut (Kapoor dkk., 1997) adalah probabilitas di mana ketika operasi berada pada kondisi lingkungan tertentu, sistem akan menunjukkan kemampuannya sesuai dengan fungsi yang diharapkan dalam selang waktu tertentu.

Menurut Toren dalam (Kurniawan, 2019) keandalan sistem distribusi sebagai kemungkinan perangkat atau sistem melakukan fungsi itu memadai, untuk periode waktu yang dimaksudkan, di bawah kondisi operasi dimaksudkan, dalam pengertian ini, tidak hanya kemungkinan kegagalan tetapi juga besarnya durasi dan frekuensi. Secara fisik tidak mungkin memperoleh keandalan 100% karena kegagalan sistem yang kadang terjadi, peluang terjadinya pemadaman dapat dikurangi secara perlahan dengan menambah biaya selama masa perencanaan dan masa operasi atau keduanya.

Transparansi berasal dari kata *transparent* yang memiliki arti jelas, nyata dan bersifat terbuka. Istilah transparansi dapat diartikan sebagai kejelasan atau keterbukaan informasi. Transparansi adalah prinsip yang menjamin akses atau kebebasan bagi setiap orang untuk memperoleh informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan, yakni informasi

tentang kebijakan, proses pembuatan dan pelaksanaannya, serta hasil-hasil yang dicapai (Krina & Lalolo, 2003). Transparansi adalah suatu hal yang tidak ada maksud tersembunyi di dalamnya, disertai dengan ketersediaan informasi yang lengkap yang diperlukan untuk kolaborasi, kerjasama, dan bersifat bebas, jelas dan terbuka.

Untuk mengembangkan suatu kerangka adopsi e-commerce integratif, *the theory planned behavior* (TPB), seperti yang diusulkan oleh (Ajzen, 1991) digunakan sebagai pendekatan dalam penelitian ini. *Theory of Planned Behavior* memberikan pandangan tentang bagaimana manusia membuat keputusan dan mengarahkan perilaku *mereka*. Dalam konteks minat penggunaan layanan fintech pembayaran, TPB dapat diaplikasikan dengan menghubungkan faktor-faktor kunci seperti sikap terhadap layanan, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku. Privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi memainkan peran penting dalam persepsi kendali perilaku. Privasi mencakup perlindungan data pribadi dan risiko penggunaan, sementara keamanan melibatkan keyakinan terhadap perlindungan dari ancaman siber. Keandalan layanan fintech dalam transaksi dan operasionalnya juga berpengaruh, begitu pula dengan transparansi dalam biaya dan kebijakan. Semua faktor ini bersama-sama membentuk sikap individu terhadap layanan, memengaruhi persepsi norma subjektif berdasarkan pandangan orang lain, dan mempengaruhi keyakinan tentang kontrol atas perilaku. Dengan memahami interaksi kompleks antara TPB dan elemen-elemen tersebut, penyedia layanan fintech dapat merancang pengalaman yang menarik, aman, dan tepercaya bagi para pengguna.

Studi oleh (Mascarenhas dkk., 2021) yang dilakukan di Brazil menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan fintech. Namun, variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan fintech. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan oleh pengguna memiliki peran penting dalam meningkatkan minat mereka untuk menggunakan fintech. Penelitian oleh (Yanto dkk., 2020) menunjukkan bahwa variabel manfaat, kemudahan, dan keamanan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan fintech, khususnya aplikasi ovo sebagai digital payment. Ini menunjukkan bahwa persepsi tentang manfaat, kemudahan, dan keamanan dalam penggunaan fintech dapat mendorong minat pengguna.

Namun, penelitian oleh (Nurdin dkk., 2020) menemukan bahwa variabel pengetahuan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa bertransaksi menggunakan fintech, sementara kemudahan dan risiko memiliki pengaruh signifikan. Ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang fintech mungkin bukan faktor utama dalam memengaruhi minat pengguna.

Penelitian yang dilakukan oleh (Marisa, 2020) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, efektivitas, dan risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan financial technology pada konsumen di Pasar Tomang Barat, Jakarta Barat. Ini menekankan pentingnya persepsi tentang kemudahan dan efektivitas dalam memengaruhi minat pengguna.

Penelitian (Rodiah & Melati, 2020) menemukan bahwa persepsi kemudahan, manfaat, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet, sementara risiko memiliki pengaruh negatif. Ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap faktor-faktor ini dapat meningkatkan minat pengguna. Namun, penelitian oleh (Noviyanti & Erawati, 2021) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh negatif terhadap minat menggunakan fintech. Ini menyoroti peran kompleks dari kepercayaan dalam konteks penggunaan fintech,

Selain itu, beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh (Al Nawayseh, 2020) dan (Jangir dkk., 2022), menemukan bahwa perceived reliability memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan fintech. Sementara itu, variabel transparansi, seperti yang ditunjukkan oleh penelitian oleh (Azizah dkk., 2021), (Khuong dkk., 2022), dan (Bourne, 2020), memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan fintech, baik secara parsial maupun simultan.

Terakhir, dalam konteks UMKM, privasi dan keamanan juga memiliki peran penting. Studi oleh (Irawan & Affan, 2020) dan (Sahi dkk., 2022) menunjukkan bahwa persepsi privasi berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech. Selain itu, penelitian oleh (Mahardika dkk., 2021), (Aditya & Mahyuni, 2022), (Aseng, 2020), dan (Nangin dkk., 2020) menemukan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan fintech oleh pelaku UMKM.

Berdasarkan penelitian sebelumnya apat dilihat bahwa faktor-faktor psikologis seperti persepsi privasi, keamanan, keandalan, transparansi, manfaat, kemudahan, risiko, dan kepercayaan berperan penting dalam memengaruhi minat penggunaan Fintech di berbagai konteks dan populasi. Namun, terdapat variasi dalam temuan-temuan tersebut tergantung pada populasi yang diteliti dan lingkungan budaya serta regulasi yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap Fintech.

Dilihat dari penelitian terdahulu diatas, bahwa peneliti melakukan penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian terdahulu dan sebelumnya, yang dimaksudkan untuk mengetahui persamaan serta perbedaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaannya dengan penelitian terdahulu adalah peneliti melakukan penelitian dengan studi pada masyarakat Watukelir dalam penggunaan *Payment Fintech* dengan menggunakan variabel bebas diantaranya yaitu

Privasi, Keamanan, Keandalan, Dan Transparansi. Pasti nya ada perbedaan dengan penelitian sebelumnya, dimana penelitian sebelumnya meneliti minat bertransaksi menggunakan *fintech* akan tetapi tidak secara keseluruhan. Kemudian ada yang meneliti minat dalam menggunakan *fintech* secara keseluruhan, namun bervariasi dalam variabel penelitiannya. Pada penelitian sebelumnya ada yang meneliti dengan berfokus kepada mahasiswa dan UMKM sedangkan penelitian ini lebih berfokus ke studi masyarakat wilayah atau kabupaten Watukelir dengan menggunakan 150 sampel sebagai responden dalam penelitian ini. Dengan adanya beberapa perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, sehingga dapat dijadikan referensi untuk saling melengkapi.

Dalam hal keterbaharuan penelitian saat ini, penelitian ini berfokus pada hubungan antara faktor-faktor seperti privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi dengan minat dan penggunaan Fintech di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di wilayah Watukelir. Dalam pendekatan ini, peneliti juga menggunakan beberapa teori seperti Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) untuk menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Fintech. Studi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi adopsi Fintech di kalangan UMKM.

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada pendekatan dan cakupannya. Beberapa penelitian sebelumnya mungkin lebih umum dalam konteksnya, sementara penelitian ini lebih fokus pada masyarakat di wilayah atau kabupaten Watukelir dan UMKM-UMKM di dalamnya. Penelitian sebelumnya juga mungkin telah memeriksa minat atau faktor yang mempengaruhi penggunaan Fintech, tetapi penelitian ini tampaknya lebih khusus dalam mengeksplorasi faktor-faktor tersebut dalam konteks UMKM dan dalam wilayah yang lebih terbatas.

Kesenjangan dalam penelitian terletak pada kurangnya penelitian yang secara mendalam menganalisis penggunaan Fintech di wilayah atau kabupaten tertentu, serta hubungannya dengan faktor-faktor seperti privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi. Oleh karena itu, penelitian ini berpotensi mengisi kesenjangan tersebut dengan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana faktor-faktor tersebut berperan dalam memengaruhi minat dan adopsi Fintech di kalangan UMKM di wilayah Watukelir.

Dalam hal kekurangan penelitian sebelumnya, beberapa penelitian belum menyelidiki secara menyeluruh bagaimana faktor-faktor privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi mempengaruhi minat penggunaan Fintech di kalangan UMKM. Selain itu, mungkin ada juga kekurangan dalam mengkaji wilayah tertentu dengan cakupan yang lebih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini

dapat mengatasi kekurangan tersebut dengan fokus pada aspek-aspek tersebut dan menerapkannya pada konteks yang lebih terlokalisasi.

Sehingga, penelitian ini berusaha mengisi kesenjangan penelitian sebelumnya dengan mengeksplorasi faktor-faktor privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi dalam konteks penggunaan Fintech di kalangan UMKM di wilayah Watukelir. Dengan menggunakan teori dan model yang telah ada, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap minat dan adopsi Fintech di tingkat lokal.

Berdasarkan keseluruhan uraian di atas, merujuk pada urgensitas meneliti sejauh mana privasi, keamanan, keandalan dan transparansi turut mempengaruhi minat penggunaan *fintech*, maka penelitian ini bertujuan untuk mempengaruhi pengaruh privasi, keamanan, keandalan dan transparansi terhadap minat penggunaan *fintech* oleh pelaku UMKM di Watukelir.

2. Metode Penelitian

Menjelaskan kronologis penelitian, termasuk desain Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini dimaksudkan untuk menggali fakta tentang pengaruh variabel untuk direfleksikan dalam koefisien korelasi (Sugiyono, 2020). Kemudian, untuk pendekatan penelitian, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif untuk mengungkapkan gambaran masalah dari apa yang terjadi ketika penelitian sedang berlangsung dan sedang diuji. Sehingga, penelitian kuantitatif deskriptif digunakan dalam penelitian dengan tujuan untuk menilai hubungan kausalitas atau dampak langsung dari masing-masing variabel dalam hal ini mengenai hubungan antara variabel privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi terhadap intention to use.

Lokasi penelitian ini yaitu di Desa Watukelir, Kecamatan Weru, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Pemilihan lokasi ini karena di Desa Watukelir terdapat sentra UMKM yang mana pelaku UMKM nya telah banyak menggunakan pembayaran digital (*fintech*) dalam melakukan transaksi keuangan. Kemudian, untuk waktu penelitian dilakukan mulai September hingga Oktober 2022.

Populasi dalam penelitian adalah jumlah UMKM di Watukelir 256 UMKM, data tersebut diambil dari Dinas Perdagangan dan Koperasi UMKM kabupaten Sukoharjo (DISPERINDAG). Selanjutnya, teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* (Sugiyono, 2020).

Tabel 1. Kriteria Pemilihan Sampel

Kriteria	Jumlah
UMKM di daerah Waktukelir	256
Pernah menggunakan <i>Payment Fintech</i>	194
Menggunakan lebih dari 1 <i>Payment Fintech</i>	155
Jumlah sampel akhir	155

Berdasarkan kriteria sampel di atas, maka UMKM yang memenuhi syarat untuk dijadikan sampel sebanyak 155 UMKM. Namun, setelah dilakukan pengumpulan data, maka kuesioner yang dianggap lengkap berjumlah 150. Sehingga sampel penelitian sebanyak 150 responden. Selain didasarkan pada kriteria yang ditetapkan, jumlah sampel sebanyak 150 UMKM juga dipilih karena menurut Hair dkk. (2015) jumlah sampel yang baik berdasarkan Maximum Likelihood Estimation (MLE) berkisar antara 100-200 sampel.

Data primer dalam penelitian ini adalah diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner tentang pengaruh privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi terhadap minat penggunaan *payment fintech* di UMKM Watukelir. Sementara data sekunder dalam penelitian ini melalui dokumen-dokumen, buku-buku, laporan-laporan yang berkaitan dengan penelitian tentang pengaruh privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi terhadap minat penggunaan *payment fintech* di UMKM Watukelir.

Jenis data yang digunakan penulis dalam kuesioner tersebut ialah data interval, yang disebutkan dalam angka-angka yaitu mulai dari skala terkecil sampai yang terbesar serta terdapat jarak yang sama antara angka yang satu dengan yang lainnya (Sugiyono, 2013). Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Dalam penelitian ini menggunakan skala dari 1 sampai 5, dengan keterangan 1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= netral, 4= setuju dan 5= sangat setuju. Kuesioner tersebut disebarkan dengan melalui media internet. Peneliti berharap dengan menyebarkan kuesioner ini akan memberikan data yang relevan sesuai tujuan penelitian.

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas). Yang dimaksud dengan variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat penggunaan *paymnet fintech*. Kemudian variabel bebas dalam penelitian ini adalah privasi, keamanan, keandalan dan transparansi.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden dan atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2017). Menurut Siregar (2014), Pada penelitian kuantitatif kegiatan analisis datanya meliputi pengolahan data dan penyajian data, melakukan penghitungan untuk mendeskripsikan data dan melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Uji statistik yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan perangkat SPSS 25.

Instrumen uji coba dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan uji realibilitas. Regresi linier berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel independen dalam suatu model matematis. Dalam regresi linier berganda, kita mencari persamaan garis lurus yang dapat memprediksi nilai variabel terikat berdasarkan nilai-nilai variabel prediktor. Persamaan tersebut memiliki

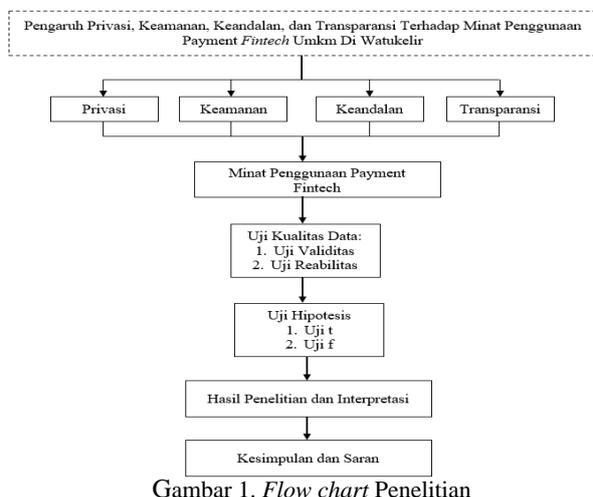
parameter yang harus diestimasi, yaitu koefisien regresi. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi dan memodelkan hubungan linier antara variabel terikat dan prediktor. Keuntungan utama dari metode ini meliputi kemampuan untuk menganalisis hubungan simultan antara berbagai variabel prediktor, melakukan prediksi berdasarkan nilai-nilai prediktor baru, dan memberikan informasi tentang signifikansi statistik dari setiap prediktor. Langkah penggunaannya melibatkan pengumpulan data, analisis data menggunakan perangkat lunak statistik, interpretasi hasil untuk mendapatkan wawasan tentang pengaruh masing-masing prediktor, serta validasi dan penggunaan model yang dihasilkan untuk tujuan prediksi dan pengambilan keputusan. Dalam konteks ini, uji statistik seperti uji t dan uji F digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi individu dan model secara keseluruhan, sementara koefisien determinasi memberikan gambaran tentang sejauh mana model cocok dengan data yang diamati. Pada penelitian ini, terdapat 4 (empat) variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat. Maka rumusan matematis dari regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$P_{Fin} = a + \beta_1Priv + \beta_2Sec + \beta_3Rel + \beta_4Trs + e$$

Keterangan:

- P_{fin} = Minat penggunaan payment fintech
 a = constanta
 β_1 = Koefisien regresi antara privasi dengan minat penggunaan payment fintech
 β_2 = Koefisien regresi antara keamanan dengan minat penggunaan payment fintech
 β_3 = Koefisien regresi antara keandalan dengan minat penggunaan payment fintech
 β_4 = Koefisien regresi antara transparansi dengan minat penggunaan payment fintech
 $Priv$ = Variabel privasi
 Sec = Variabel keamanan
 Rel = Variabel keandalan
 Trs = Variabel transparansi
 e = Error disturbance

Flow chart dan Hipotesis



Gambar 1. Flow chart Penelitian

Keterangan :

- ▶ = Pengaruh variabel secara parsial
 - - - - -▶ = Pengaruh variabel secara simultan

- H1= Pengaruh tingkat privasi UMKM dalam minat penggunaan *Payment Fintech*
 H2= Pengaruh tingkat keamanan dalam minat penggunaan *Payment Fintech*
 H3= Pengaruh tingkat keandalan terhadap minat penggunaan *Payment Fintech*
 H4= Pengaruh tingkat transparansi terhadap minat penggunaan *Payment Fintech*

3. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Pada penelitian ini, untuk menguji validitasnya, data-data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan dengan alpha sebesar 5%, diketahui tingkat kepercayaan sebesar 95% sehingga dengan total responden (n) sebanyak 150 responden, didapatkan r tabel sebesar 0,160. Kemudian dasar pengambilan keputusan pada uji validitas sebagai berikut:

- Jika r hitung positif, serta r hitung > r tabel, maka butir pertanyaan atau variabel dinyatakan valid
- Jika r hitung negatif, serta r hitung < r tabel, maka butir pertanyaan atau variabel dinyatakan tidak valid.

1. Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Privasi (X1)

Pada variabel privasi (X1) diukur melalui pernyataan yang berjumlah 5 pernyataan dengan menggunakan bantuan perhitungan aplikasi olah data SPSS versi 25, didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Privasi (X1)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,463	0,160	Valid
2	0,570	0,160	Valid
3	0,612	0,160	Valid
4	0,674	0,160	Valid
5	0,482	0,160	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 5 pernyataan variabel privasi (X1), Indikator ke-1, nilai R hitung adalah 0,463 dan nilai R tabel yang sesuai dengan tingkat signifikansi 0,160. Indikator ke-2, nilai R hitung adalah 0,570 dan nilai R tabel tetap 0,160. Indikator ke-3, nilai R hitung adalah 0,612 dan tetap dibandingkan dengan R tabel 0,160. Indikator ke-4, nilai R hitung adalah 0,674 dan R tabel masih 0,160. Indikator ke-5, nilai R hitung adalah 0,482 dan R tabel tetap 0,160. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel "Privasi" valid dalam analisis ini karena nilai R hitung untuk setiap pengamatan lebih besar dari nilai kritis yang diberikan oleh R tabel pada tingkat signifikansi 0,160.

2. Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Keamanan (X2)

Pada variabel Keamanan (X2) diukur melalui pernyataan yang berjumlah 5 pernyataan dengan menggunakan bantuan perhitungan aplikasi olah data SPSS versi 25, didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Keamanan (X2)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,448	0,160	Valid
2	0,606	0,160	Valid
3	0,815	0,160	Valid
4	0,789	0,160	Valid
5	0,652	0,160	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 5 pernyataan variabel keamanan (X2) dinyatakan bahwa Indikator ke-1, nilai R hitung adalah 0,448 dan nilai R tabel yang sesuai dengan tingkat signifikansi 0,160 adalah 0,160. Indikator ke-2, nilai R hitung adalah 0,606 dan nilai R tabel tetap 0,160. Indikator ke-3, nilai R hitung adalah 0,815 dan tetap dibandingkan dengan R tabel 0,160. Indikator ke-4, nilai R hitung adalah 0,789 dan R tabel masih 0,160. Indikator ke-5, nilai R hitung adalah 0,652 dan R tabel tetap 0,160. Karena 0,652 lebih besar dari 0,160. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel "Keamanan" valid dalam analisis ini karena nilai R hitung untuk setiap pengamatan lebih besar dari nilai kritis yang diberikan oleh R tabel pada tingkat signifikansi 0,160.

3. Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Keandalan (X3)

Pada variabel Keandalan (X3) diukur melalui pernyataan yang berjumlah 5 pernyataan dengan menggunakan bantuan perhitungan aplikasi olah data SPSS versi 25, didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Keandalan (X3)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,694	0,160	Valid
2	0,763	0,160	Valid
3	0,747	0,160	Valid
4	0,462	0,160	Valid
5	0,407	0,160	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 5 pernyataan variabel keandalan (X3) dinyatakan bahwa indikator ke-1, nilai R hitung adalah 0,694 dan nilai R tabel yang sesuai dengan tingkat signifikansi 0,160 adalah 0,160. Indikator ke-2, nilai R hitung adalah 0,763 dan nilai R tabel tetap 0,160. Indikator ke-3, nilai R hitung adalah 0,747 dan tetap dibandingkan dengan R tabel 0,160. Indikator ke-4, nilai R hitung adalah 0,462 dan R tabel masih 0,160. Indikator ke-5, nilai R hitung adalah 0,407 dan R tabel tetap 0,160. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel "Keandalan" valid dalam analisis ini karena nilai R

hitung untuk setiap pengamatan lebih besar dari nilai kritis yang diberikan oleh R tabel pada tingkat signifikansi 0,160.

4. Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Transparansi (X4)

Pada variabel Transparansi (X4) diukur melalui pernyataan yang berjumlah 5 pernyataan dengan menggunakan bantuan perhitungan aplikasi olah data SPSS versi 25, didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Transparansi (X4)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,625	0,160	Valid
2	0,866	0,160	Valid
3	0,785	0,160	Valid
4	0,613	0,160	Valid
5	0,532	0,160	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 5 pernyataan variabel transparansi (X4) dinyatakan bahwa indikator ke-1, nilai R hitung adalah 0,625 dan nilai R tabel yang sesuai dengan tingkat signifikansi 0,160 adalah 0,160. Indikator ke-2, nilai R hitung adalah 0,866 dan nilai R tabel tetap 0,160. Karena 0,866 lebih besar dari 0,160. Indikator ke-3, nilai R hitung adalah 0,785 dan tetap dibandingkan dengan R tabel 0,160. Indikator ke-4, nilai R hitung adalah 0,613 dan R tabel masih 0,160. Karena 0,613 lebih besar dari 0,160. Indikator ke-5, nilai R hitung adalah 0,532 dan R tabel tetap 0,160. Karena 0,532 lebih besar dari 0,160. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel "Transparansi" valid dalam analisis ini karena nilai R hitung untuk setiap pengamatan lebih besar dari nilai kritis yang diberikan oleh R tabel pada tingkat signifikansi 0,160.

5. Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan *Fintech* (Y)

Pada variabel minat penggunaan *fintech* (Y) diukur melalui pernyataan yang berjumlah 5 pernyataan dengan menggunakan bantuan perhitungan aplikasi olah data SPSS versi 25, didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan *Fintech* (Y)

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	0,434	0,160	Valid
2	0,535	0,160	Valid
3	0,575	0,160	Valid
4	0,696	0,160	Valid
5	0,564	0,160	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 5 pernyataan variabel minat penggunaan *fintech* (Y) menunjukkan bahwa indikator ke-1, nilai R hitung adalah 0,434 dan nilai R tabel yang sesuai dengan tingkat signifikansi 0,160 adalah 0,160. Indikator ke-

2, nilai R hitung adalah 0,535 dan nilai R tabel tetap 0,160. Karena 0,535 lebih besar dari 0,160. Indikator ke-3, nilai R hitung adalah 0,575 dan tetap dibandingkan dengan R tabel 0,160. Indikator ke-4, nilai R hitung adalah 0,696 dan R tabel masih 0,160. Karena 0,696 lebih besar dari 0,160. Indikator ke-5, nilai R hitung adalah 0,564 dan R tabel tetap 0,160. Karena 0,564 lebih besar dari 0,160. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel "Minat Penggunaan Fintech" valid dalam analisis ini karena nilai R hitung untuk setiap pengamatan lebih besar dari nilai kritis yang diberikan oleh R tabel pada tingkat signifikansi 0,160.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner reliabel atau tidak. Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Diketahui dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,6 maka data dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai *Alpha Cronbach* < 0,6 maka data dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 7. Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Reliability Statistics	
	Cronbach's Alpha	N of Items
X1	.616	150
X2	.648	150
X3	.689	150
X4	.605	150

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Hasil dari reliabilitas variabel memiliki koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* <0,6 yaitu sebesar 0,616 maka data dinyatakan reliabel. Selanjutnya, hasil dari reliabilitas variabel keamanan (X2) memiliki koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* <0,6 yaitu sebesar 0,448 maka data dinyatakan reliabel. Kemudian, hasil dari reliabilitas variabel keandalan (X3) memiliki koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* >0,6 yaitu sebesar 0,689 maka data dinyatakan reliabel. Selanjutnya, hasil dari reliabilitas variabel transparansi (X4) memiliki koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* >0,6 yaitu sebesar 0,605 maka data dinyatakan reliabel. Dan hasil dari reliabilitas variabel minat penggunaan *fintech* (Y) memiliki koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* >0,6 yaitu sebesar 0,724 maka data dinyatakan reliabel.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan untuk menguji masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat serta menguji secara parsial variabel bebas dengan variabel terikat. Uji hipotesis ini dilakukan dengan uji t dan uji f. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS yang disajikan di bawah ini.

1. Uji t

Uji t adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen

secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

Menurut kriteria pengujian:

H0 ditolak apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel} (1,655)$

Ha diterima apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel} (1,655)$

Tabel 8. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
	Beta			
1 (Constant)	.146	.141	1.029	.306
Total X1	.233	.100	.236	2.344 .021
Total X2	.335	.103	.719	3.146 .000
Total X3	.270	.077	.297	3.524 .001
Total X4	.286	.068	.102	2.275 .005

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan pengujian uji t di atas, dapat diketahui sebagai berikut:

a. Pengaruh Privasi Terhadap Minat Penggunaan *Fintech*

Variabel privasi (X1) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.021 dengan nilai α (derajat signifikansi) 0.05 artinya $0.021 < 0.05$ atau terdapat pengaruh yang signifikan dan t hitung menunjukkan $2.344 > t \text{ tabel} (1,655)$. Artinya privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik privasi yang dapat dijaga, maka semakin tinggi pula minat penggunaan terhadap *fintech*.

b. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *Fintech*

Variabel keamanan (X2) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.000 dengan nilai α (derajat signifikansi) 0.05 artinya $0.000 < 0.05$ atau terdapat pengaruh yang signifikan dan t hitung menunjukkan $3.146 > t \text{ tabel} (1,655)$. Artinya keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan, maka semakin tinggi pula minat penggunaan *fintech*.

c. Pengaruh Keandalan Terhadap Minat Penggunaan *Fintech*

Variabel keandalan (X3) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.000 dengan nilai α (derajat signifikansi) 0.05 artinya $0.001 < 0.05$ atau terdapat pengaruh yang signifikan dan t hitung menunjukkan $3.524 > t \text{ tabel} (1,655)$. Artinya keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat

keandalan maka minat penggunaan *fintech* pun akan semakin tinggi.

d. Pengaruh Transparansi Terhadap Minat Penggunaan *Fintech*

Variabel transparansi (X3) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.000 dengan nilai α (derajat signifikansi) 0.05 artinya $0.005 < 0.05$ atau terdapat pengaruh yang signifikan dan t hitung menunjukkan $2.275 > t$ tabel (1,655). Artinya transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*. Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat transparansi, maka semakin tinggi pula minat dalam penggunaan *fintech*.

2. Uji f

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apabila semua variabel independen atau bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai ketepatan model terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2015). Di mana pada uji f terdapat kriteria uji hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Tabel 9. Hasil Uji f

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	109.993	4	27.498	6.956	.000 ^b
Residual	573.180	145	3.953		
Total	683.173	149			

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas maka didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya $0,000 < 0,05$. Kemudian dari uji statistik f didapatkan nilai statistik f hitung 6.956 di mana hasil ini lebih besar dari f tabel (2,07) pada n sebesar 148, sehingga H_0 ditolak yang mana dapat disimpulkan bahwa privasi, keandalan, keamanan, dan transparansi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*.

Berdasarkan uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan minat penggunaan payment *fintech*. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik privasi yang dapat dijaga, maka semakin tinggi pula minat penggunaan payment *fintech*. Artinya responden merasa bahwa dalam minat penggunaan payment *fintech* seperti *mobile banking*, *Payment* dan *ATM* dapat menjadi privasi datanya tersimpan dengan aman dan tidak akan tersebarluaskan kepada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Meskipun responden merasa privasinya terjaga, namun tetap ada kekhawatiran bahwa privasi datanya akan disalahgunakan oleh pihak ketiga. Pihak ketiga ini bisa jadi dari pengelola *fintech* yang mengetahui data-

data konsumen atau bisa juga hacker. Sehingga perlu ditingkatkan untuk menyakinkan konsumen jika privasi data-data mereka terjaga dan tidak akan disalahgunakan oleh pihak ketiga. Peneliti mengkonfirmasi dan menguatkan teori dan kajian empiris yang menyatakan bahwa privasi mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan payment *fintech*. Dengan diterimanya hipotesis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan payment *fintech* ditentukan oleh tingkat privasi

Penelitian ini mengungkapkan bahwa konsep-konsep yang terdapat dalam *Theory of Planned Behavior* memiliki relevansi yang kuat dengan minat penggunaan *fintech*. Sikap individu terhadap *fintech*, yang tercermin dalam pandangan mereka terhadap privasi, memainkan peran sentral dalam memengaruhi minat penggunaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu cenderung lebih tertarik untuk mengadopsi *fintech* jika mereka yakin bahwa privasi mereka akan terjaga dengan baik dalam penggunaannya. Hal ini sejalan dengan prinsip TPB yang menyatakan bahwa sikap yang positif terhadap suatu perilaku cenderung meningkatkan minat untuk melaksanakan perilaku tersebut. Faktor kedua dari TPB, yaitu norma subjektif (*subjective norm*), dapat juga berlaku di sini. Jika individu merasa bahwa orang-orang di sekitarnya juga mendukung penggunaan *fintech* yang memperhatikan privasi, maka minat mereka untuk mengadopsi *fintech* akan semakin meningkat.

Selanjutnya, keamanan, keandalan, dan transparansi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech*. Dalam konteks ini, keamanan merujuk pada keyakinan individu bahwa penggunaan *fintech* tidak akan membahayakan kerahasiaan informasi pribadi atau keuangan mereka.

Hasil analisis menunjukkan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan payment *fintech*. Sehingga, dalam hal ini peneliti memberikan analisa bahwa keamanan memiliki hubungan dengan minat penggunaan payment *fintech* dikarenakan jika pengelola *fintech* mampu memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi menggunakan *fintech*, maka konsumen akan lebih yakin dan percaya untuk menggunakan *fintech*. Dan sebaliknya, jika banyak kasus mengenai ketidakamanan data, maka konsumen akan berpikir berkali-kali lipat terlebih dahulu untuk menggunakan *fintech*.

Keandalan mengacu pada keyakinan bahwa *fintech* akan berfungsi sesuai dengan harapan dan tidak akan mengalami gangguan atau kegagalan yang signifikan. Peneliti mengkonfirmasi dan menguatkan teori dan kajian empiris yang menyatakan bahwa tingkat keandalan memiliki hubungan dengan minat penggunaan payment *fintech*. Hal ini dikarenakan keandalan merupakan salah satu poin yang diperhitungkan oleh konsumen sebelum memutuskan untuk menggunakan *fintech* atau tidak. Jika, konsumen yakin jika *fintech* mampu diandalkan dalam segala situasi dan memudahkan konsumen,

maka konsumen juga akan lebih yakin dan berminat untuk menggunakan *fintech*.

Transparansi, di sisi lain, mengacu pada keterbukaan dan jelasnya informasi yang diberikan oleh platform *fintech* kepada pengguna. Peneliti mengkonfirmasi dan menguatkan teori dan kajian empiris yang menyatakan bahwa transparansi memiliki hubungan dengan minat penggunaan *payment fintech*. Hal ini dikarenakan transparansi maupun keterbukaan membuat konsumen merasa lebih yakin untuk menggunakan *fintech*. Apabila transparansi dirasa kurang, maka konsumen bisa jadi ragu atau justru memilih menggunakan produk *fintech* yang lain yang lebih mampu terbuka kepada konsumen. Dalam TPB, faktor-faktor ini berdampak pada persepsi kendali perilaku (*perceived behavioral control*). Jika seseorang merasa bahwa penggunaan *fintech* aman, dapat diandalkan, dan transparan, mereka akan merasa memiliki kendali yang lebih besar terhadap tindakan mereka dalam mengadopsi teknologi tersebut. Faktor ini saling berinteraksi dengan dua komponen lain dari TPB, yaitu sikap (*attitude*) dan norma subjektif (*subjective norm*).

Sikap mencakup perasaan positif atau negatif seseorang terhadap penggunaan *fintech*. Jika individu memiliki sikap positif terhadap *fintech*, maka persepsi kendali perilaku yang positif terkait keamanan, keandalan, dan transparansi *fintech* akan semakin meningkatkan minat mereka untuk menggunakannya. Selain itu, norma subjektif mengacu pada persepsi individu terhadap dukungan sosial terkait penggunaan *fintech*. Jika seseorang merasa didukung oleh norma sosial untuk menggunakan *fintech*, persepsi kendali perilaku yang positif juga akan semakin memperkuat minat mereka dalam mengadopsi teknologi ini. Dengan demikian, keamanan, keandalan, dan transparansi bukan hanya faktor-faktor penting dalam mempengaruhi minat individu terhadap *fintech*, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi kendali perilaku yang akan memperkuat pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap minat penggunaan *fintech*.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini secara konsisten mendukung konsep-konsep yang terkandung dalam Teori Perilaku Terencana. Faktor-faktor seperti sikap, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku berperan dalam membentuk minat individu untuk menggunakan *fintech*, dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa (1) Terdapat pengaruh signifikan positif antara privasi terhadap penggunaan *fintech* dengan nilai signifikansi 0,021 (sig.<0,05). (2) Terdapat pengaruh signifikan positif antara keamanan terhadap penggunaan *fintech* dengan angka signifikansi 0,000 (sig.<0,05). (3) Terdapat pengaruh signifikan positif antara keandalan terhadap penggunaan *fintech* dengan angka signifikansi 0,001 (sig.<0,05). (4) Terdapat pengaruh signifikan positif antara transparansi terhadap

penggunaan *fintech* dengan angka signifikansi 0,005 (sig.<0,05).

Beberapa keterbatasan yang patut diperhatikan oleh peneliti berikutnya guna mengembangkan dan menyempurnakan penelitian ini. Mengingat adanya kelemahan dalam penelitian ini yang harus terus diatasi, beberapa keterbatasan yang teridentifikasi adalah sebagai berikut: Pertama, jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini hanya sebanyak 150 orang. Jumlah ini dirasa masih kurang untuk mewakili keseluruhan gambaran situasi yang sebenarnya. Kedua, dalam proses pengumpulan data melalui kuesioner, terdapat kendala di mana respons yang diberikan oleh responden tidak selalu mencerminkan pandangan sebenarnya. Hal ini disebabkan oleh variasi pemikiran, pandangan, dan pemahaman yang berbeda antara satu responden dengan yang lainnya. Faktor lain yang juga berkontribusi adalah tingkat kejujuran responden dalam mengisi kuesioner. Ketiga, penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu yang relatif singkat, sehingga keterbatasan waktu mungkin membatasi kemampuan peneliti untuk menggali aspek-aspek lebih dalam dari fenomena yang sedang diamati.

Dalam rencana penelitian mendatang, langkah-langkah yang akan diambil untuk lebih mendalamnya pengaruh privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi terhadap minat penggunaan *Payment Fintech* UMKM. Pertama, ekspansi sampel akan dilakukan dengan melibatkan lebih banyak responden atau sampel, bertujuan untuk mewakili populasi UMKM yang menggunakan *Payment Fintech* secara lebih representatif. Selanjutnya, pendekatan analisis kualitatif seperti wawancara atau studi kasus dapat diterapkan untuk memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *Payment Fintech*. Tambahkan variabel-variabel kontekstual seperti pendapatan rata-rata UMKM, tingkat literasi digital, dan preferensi pembayaran saat ini juga akan dimasukkan untuk melengkapi kerangka analisis. Pengamatan terhadap perubahan minat penggunaan dari waktu ke waktu juga akan menjadi aspek penting untuk melihat tren atau fluktuasi dalam minat tersebut.

Pada sisi kekurangan dari penelitian ini, ada beberapa potensi peningkatan yang dapat diterapkan dalam penelitian selanjutnya, terutama terkait dengan variabel dependen dan independen yang digunakan. Adalah penting untuk memberikan definisi operasional yang lebih jelas tentang "minat penggunaan *Payment Fintech*" dan bagaimana konsep ini diukur secara konkret. Selain itu, pertimbangan untuk menggunakan variabel dependen alternatif seperti "aktual penggunaan *Payment Fintech*" atau "kepuasan pengguna" dapat memberikan sudut pandang yang lebih luas.

Variabel independen yang sudah dipertimbangkan, seperti privasi, keamanan, keandalan, dan transparansi, bisa diperkaya dengan faktor-faktor lain yang memengaruhi minat penggunaan, seperti kenyamanan, biaya, dan kemudahan penggunaan. Pemilihan instrumen pengukuran yang sudah teruji validitas dan reliabilitasnya juga perlu diperhatikan untuk memastikan kualitas data yang akurat. Terakhir, potensi variabel pemoderasi yang mempengaruhi hubungan antar faktor juga harus diperhitungkan agar hasil penelitian lebih komprehensif dan akurat. Dengan mempertimbangkan saran-saran ini, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih berharga dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *Payment Fintech* UMKM.

Referensi

- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *FORUM EKONOMI*, 24(2), 245–258.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179–211.
- Al Nawayseh, M. K. (2020). Fintech in COVID-19 and beyond: what factors are affecting customers' choice of fintech applications? *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 153.
- Aseng, A. C. (2020). Factors Influencing Generation Z Intention in Using FinTech Digital Payment Services. *Cogito Smart Journal*, 6(2), 155–166.
- Asiyah, S. (2023). Tokopedia E-Commerce Retail Business Innovation in the Transformation Retail Industrial Era 4.0. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 7(2), 145–150.
- Azizah, N., Hasbi, S., & Yetty, F. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan ZIS Di KITABISA. COM. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 111–125.
- Bank Indonesia. (2022). Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI. 2017. *Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial*.
- Bank OCBC NISP. (2022). *Financial Fitness Index 2022*.
- Benuf, K., Mahmudah, S., & Priyono, E. A. (2019). Perlindungan Hukum Terhadap Keamanan Data Konsumen Financial Technology Di Indonesia. *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum*, 3(2), 145–160.
- Bourne, C. (2020). Fintech's transparency–publicity nexus: Value cocreation through transparency discourses in business-to-business digital marketing. *American Behavioral Scientist*, 64(11), 1607–1626.
- Chan, C., Wang, H., Kong, Y., & Lin, J. W. (2021). An analysis of COVID-19 impacts on S&P 500 and FinTech index. *International Journal of Financial Engineering*, 8(02), 2141003.
- Dewi, M. S., & Aslami, N. (2022). Marketing Strategy Analysis of Ovo Digital Wallet Customers Interest. *CASHFLOW: Current Advanced Research On Sharia Finance And Economic Worldwide*, 1(3), 23–28.
- Ebeling, C. (1995). *Reliability and Maintainability model(RAM) user and maintenance manual(Annual Report)*.
- Gunawan, F., & Aprianingsih, A. (2017). Assessing Customer Acceptance Toward Intention To Use E-Toll Card Using Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Business and Management*, 6(2), 311–320.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pengaruh privasi dan keamanan terhadap niat menggunakan payment Fintech. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 4(1), 52–62.
- Jangir, K., Sharma, V., Taneja, S., & Rupeika-Apoga, R. (2022). The Moderating Effect of Perceived Risk on Users' Continuance Intention for FinTech Services. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1), 21.
- Kapoor, K., Mugwara, D., & Chidavaenzi, I. (1997). *Empowering small enterprises in Zimbabwe* (Vol. 379). World Bank Publications.
- Khuong, N. V., Phuong, N. T. T., Liem, N. T., Thuy, C. T. M., & Son, T. H. (2022). Factors Affecting the Intention to Use Financial Technology among Vietnamese Youth: Research in the Time of COVID-19 and Beyond. *Economies*, 10(3), 57.
- Krina, L. L., & Lalolo, L. (2003). Indikator dan alat ukur prinsip akuntabilitas, transparansi dan partisipasi. *Jakarta: Badan Perencanaan Pembangunan Nasional*.
- Kurniawan, R. (2019). Examination of the factors contributing to financial technology adoption in Indonesia using technology acceptance model: case study of peer to peer lending service platform. *2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 1, 432–437.
- Mahardika, M. ., F, A., & Mardi. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech) Payment Linkaja Syariah. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 1(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.53067/ijebe>
- Marisa, O. (2020). Persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko berpengaruh terhadap

- minat bertransaksi menggunakan financial technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152.
- Mascarenhas, A. B., Perpétuo, C. K., Barrote, E. B., & Perides, M. P. (2021). The influence of perceptions of risks and benefits on the continuity of use of fintech services. *BBR. Brazilian Business Review*, 18, 1–21.
- Nangin, M. A., Barus, I. R. G., & Wahyoedi, S. (2020). The effects of perceived ease of use, security, and promotion on trust and its implications on fintech adoption. *Journal of Consumer Sciences*, 5(2), 124–138.
- Nasir, A., Shaukat, K., Iqbal Khan, K., A. Hameed, I., Alam, T. M., & Luo, S. (2021). Trends and directions of financial technology (Fintech) in society and environment: A bibliometric study. *Applied Sciences*, 11(21), 10353.
- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech)(Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 4(2), 65–74.
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh pengetahuan, kemudahan dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan finansial technology (fintech) pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah Vol*, 2(2).
- Park, C.-H., & Kim, Y.-G. (2006). The effect of information satisfaction and relational benefit on consumers' online shopping site commitments. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 4(1), 70–90.
- Rodiah, S. R., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 1(2), 66–80.
- Sahi, A. M., Khalid, H., & Abbas, A. F. (2022). Barriers to Using Mobile Payment Technology. In *Artificial Neural Networks and Structural Equation Modeling: Marketing and Consumer Research Applications* (hal. 245–273). Springer.
- Setiawan, A., & Sulistiowati, L. H. (2017). Penerapan modifikasi technology acceptance model (TAM) dalam e-business. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 171–186.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono, S. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Yanto, W., Baskor, E., & Fitriani, F. (2020). Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology pada Aplikasi OVO sebagai Digital Payment (Study Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 1(1), 96–109.