

***FINANCIAL TECHNOLOGY* DAN PERANNYA DALAM
PENINGKATKAN AKSES LAYANAN KEUANGAN
PADA MASYARAKAT *UNBANKED*
DI INDONESIA**

TESIS



Oleh:

**QIYQIY FITHRI AWAMIRILLAH
NIM 501200018**

**PROGRAM MAGISTER
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO
2022**

ABSTRAK

Financial Technology (FinTech) is defined as financial services integration and solutions based on technology. Unbanked is a group of people who do not have savings in the bank. There is a huge potential increase of financial services of unbanked by utilizing FinTech in Indonesia. It is seen from the young population and the high growth of internet access. However, compared to other countries, the growth of FinTech access in Indonesia is still far behind.

The theory used in this research is the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2). The data were analyzed using the path analysis method using the smart partial last square (Smart-PLS) software. Respondents in this study amounted to 304 people from all over Indonesia. The variable constructs used in this study are usefulness, ease of access, preference, behavioral intention to use and actual system use.

The results of this study explain that usefulness has a significant positive effect on ease of access; usefulness has a positive effect on behavioral intention to use, but the value is not significant; ease of access has a positive effect on preference and has a significant value; preference harms behavioral intention to use, but the value is not significant; preference has a positive effect on actual system use, but the value is not significant and behavioral intention to use has a positive effect on actual system use, but the value is not significant.

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Setelah melalui pengkajian dan telah mendalam dalam proses bimbingan intensif terhadap tesis yang ditulis oleh **Qiyqiy Fithri Awamirillah, NIM 510200018, Program Magister Prodi Ekonomi Syariah** menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis dengan judul: “*Financial Technology dan Perannya dalam Meningkatkan Akses Layanan Keuangan pada Masyarakat Unbanked di Indonesia*”, maka tesis ini sudah dipandang layak diajukan dalam agenda ujian tesis pada sidang Majelis *Munâqashah* Tesis.

Ponorogo, 04 April 2022

Pembimbing,



Dr. Shinta Maharani, M.AK.

NIP 197905252003122002





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
PASCASARJANA**

Terakreditasi B Sesuai SK BAN-PT Nomor: 2619/SK/BAN-PT/Ak-SURV/PT/XI/2016
Alamat: Jln. Pramuka 156 Ponorogo 63471 Telp. (0352) 481277 Fax. (0352) 461893
Website: www.iaimonorogo.ac.id Email: pascasarjana@stainonorogo.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis yang ditulis oleh Qiyqiy Fithri Awamirillah, NIM 501200018, Program Magister Prodi Ekonomi Syariah dengan judul: "*Financial Technology dan Perannya dalam Meningkatkan Akses Layanan Keuangan pada Masyarakat Unbanked di Indonesia*" telah dilakukan ujian tesis dalam sidang Majelis *Munâqashah* Tesis Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada Hari Senin, tanggal 23 Mei 2022 dan dinyatakan LULUS.

Dewan Penguji

| No | Nama Penguji | Tandatangan | Tanggal |
|----|---|-------------|------------|
| 1 | Iza Hanifuddin, Ph.D. NIP 196906241998031002 Ketua Sidang | | 07-05-2022 |
| 2 | Dr. Wirawan Fadly, M.Pd NIP 198707092015031009 Penguji Utama | | 25-05-2022 |
| 3 | Dr. Shinta Maharani, M. Ak NIP 197905252003122002 Anggota Penguji | | 02-06-2022 |

Ponorogo, 8 Juni 2022
Direktur Pascasarjana,

Dr. Miftahul Huda, M.Ag.
NIP 197605172002121002

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI


Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Qiyqiy Fithri Awamirillah
NIM : 501200018
Fakultas : Pascasarjana
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Pascasarjana
Jenis karya : *Financial Technology* dan Perannya dalam Peningkatkan Akses Layanan Keuangan pada Masyarakat *Unbanked* di Indonesia

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Ponorogo, 14 Juni 2022

Penulis


Qiyqiy Fithri Awamirillah
NIM 501200018

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Dengan ini, saya, **Qiyqiy Fithri Awamirillah**, NIM **510200018**, Program Magister Prodi Ekonomi Syariah menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis dengan judul: *“Financial Technology dan Perannya dalam Meningkatkan Akses Layanan Keuangan pada Masyarakat Unbanked di Indonesia”* ini merupakan hasil karya mandiri yang diusahakan dari kerja-kerja ilmiah saya sendiri kecuali beberapa kutipan dan ringkasan yang saya rujuk di mana tiap-tiap satuan dan catatannya telah saya nyatakan dan jelaskan sumber rujukannya. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti lain tentang adanya plagiasi, saya bersedia mempertanggungjawabkannya secara akademik dan secara hukum.

Ponorogo, 29 Maret 2022

Pembuat Pernyataan,



Qiyqiy Fithri Awamirillah
NIM 501200018

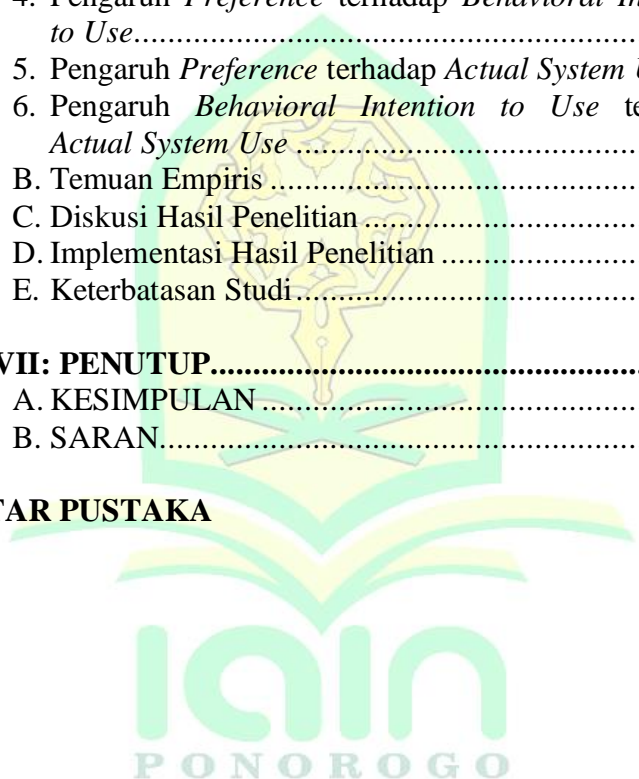
DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| ABSTRAK..... | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN..... | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI | v |
| PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN | vi |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| | |
| BAB I: PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 16 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 17 |
| D. Kegunaan Penelitian | 18 |
| E. Definisi Operasional | 20 |
| F. Penelitian Terdahulu | 24 |
| G. Sistematika Penulisan | 40 |
| | |
| BAB II: TINJAUAN PUSTAKA TEORI..... | 41 |
| A. Landasan Teori..... | 41 |
| 1. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)</i> | 41 |
| 2. <i>Preference (Z)</i> | 47 |
| 3. <i>Behavioral Intention to Use (Y)</i> | 51 |
| 4. <i>Ease of Acces (X₁)</i> | 52 |
| 5. <i>Usefulness (X₁)</i> | 54 |
| B. Kajian Teori | 57 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III: KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS | 63 |
| | |
| A. Kerangka Konseptual..... | 63 |
| B. Hipotesis | 65 |
| | |
| BAB IV: METODE PENELITIAN..... | 68 |
| A. Rancangan Penelitian..... | 68 |
| B. Populasi dan Sampel..... | 69 |
| C. Instrumen Penelitian | 71 |
| D. Lokasi Penelitian dan Pengumpulan Data | 72 |
| E. Pengujian Instrumen Penelitian | 72 |
| 1. Uji Validitas | 72 |
| 2. Reliabilitas | 73 |
| F. Teknik Analisis Data | 74 |
| 1. Pengujian <i>Outer model</i> | 74 |
| 2. Pengujian <i>Inner model</i> | 77 |
| | |
| BAB V: ANALISIS HASIL PENELITIAN..... | 78 |
| A. Gambaran Umum Peran <i>FinTech</i> pada Masyarakat <i>Unbanked</i> di Indonesia | 78 |
| B. Deskripsi Umum Responden Penelitian | 85 |
| C. Deskripsi Penilaian Responden | 93 |
| 1. <i>Ease of acces</i> (X_1)..... | 93 |
| 2. <i>Usefulness</i> (X_2)..... | 98 |
| 3. <i>Preference</i> (Z) | 102 |
| 4. <i>Behavioral Intention to Use</i> (Y_1)..... | 106 |
| 5. <i>Actual System Use</i> (Y_2)..... | 107 |
| D. Validitas dan Reliabilitas | 108 |
| 3. Pengujian <i>Outer model</i> | 112 |
| 4. Pengujian <i>Inner model</i> | 119 |
| 5. Uji t..... | 122 |

| | |
|--|------------|
| BAB VI: PEMBAHASAN | 130 |
| A. Pembahasan Hasil Penelitian | 130 |
| 1. Pengaruh <i>Usefulness</i> terhadap <i>Ease of Acces</i> | 132 |
| 2. Pengaruh <i>Usefulness</i> terhadap <i>Behavioral Intention to Use</i> | 133 |
| 3. Pengaruh <i>Ease of Acces</i> terhadap <i>Preference</i> | 134 |
| 4. Pengaruh <i>Preference</i> terhadap <i>Behavioral Intention to Use</i> | 135 |
| 5. Pengaruh <i>Preference</i> terhadap <i>Actual System Use</i> | 137 |
| 6. Pengaruh <i>Behavioral Intention to Use</i> terhadap <i>Actual System Use</i> | 138 |
| B. Temuan Empiris | 140 |
| C. Diskusi Hasil Penelitian | 146 |
| D. Implementasi Hasil Penelitian | 152 |
| E. Keterbatasan Studi | 153 |
| | |
| BAB VII: PENUTUP..... | 155 |
| A. KESIMPULAN | 155 |
| B. SARAN..... | 157 |

DAFTAR PUSTAKA



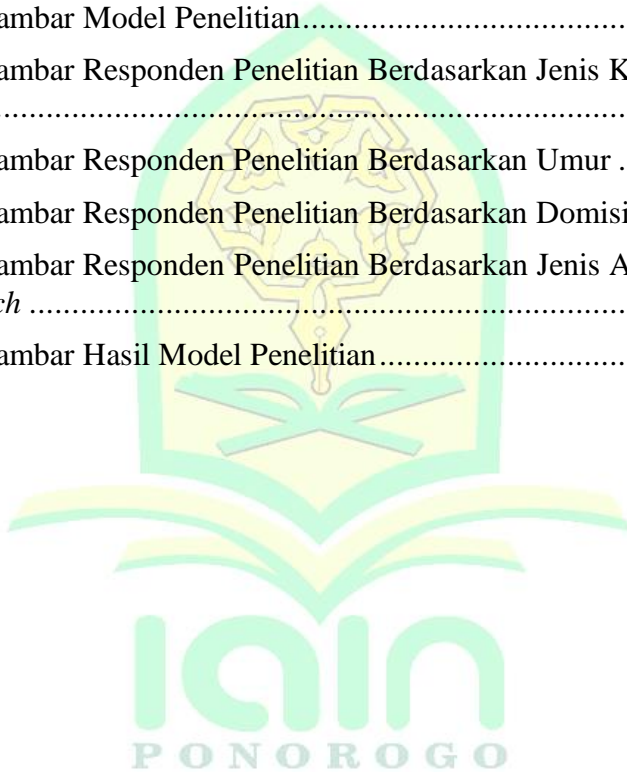
DAFTAR TABEL

| | |
|---|---------|
| 1.1. Tabel Definisi Operasional Variabel | 21 |
| 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu | 31 |
| 4.1. Tabel Skala Pengukuran..... | 70 |
| 5.1. Tabel Hasil Uji Validitas..... | 108-109 |
| 5.2. Tabel Hasil Uji Reliabilitas | 110-111 |
| 5.3. Tabel Hasil Uji Validitas Konvergen | 113-114 |
| 5.4. Tabel Hasil Uji Reliabilitas Komposit | 115 |
| 5.5. Tabel Hasil Uji Validitas Diskriminan | 116 |
| 5.6. Tabel Hasil Uji <i>Loading Outer model</i> | 117-118 |
| 5.7. Tabel Hasil Uji Reliabilitas | 119-120 |
| 5.8. Tabel Hasil Uji Koefisien Detreminasi | 121 |
| 5.9. Tabel Hasil <i>Uji Loading Outer model</i> | 123-124 |
| 5.10. Tabel Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis | 128-129 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| 1.1. Gambar Akses <i>FinTech</i> pada Masyarakat <i>Unbanked</i> di Indonesia | 7 |
| 3.1. Gambar Model Penelitian..... | 64 |
| 5.1. Gambar Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin | 88 |
| 5.2. Gambar Responden Penelitian Berdasarkan Umur | 89 |
| 5.3. Gambar Responden Penelitian Berdasarkan Domisili | 91 |
| 5.4. Gambar Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Aplikasi <i>FinTech</i> | 92 |
| 5.5. Gambar Hasil Model Penelitian..... | 123 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Financial technology (FinTech) secara sederhana didefinisikan sebagai integrasi *financial service* dan *solution based on technology*.¹ *FinTech* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah teknologi penyedia layanan jasa keuangan non-perbankan berupa aplikasi *wallets* misalnya aplikasi Dana.² Masyarakat membutuhkan layanan keuangan yang cepat dan mudah.³ *FinTech* mampu mengubah sistem layanan keuangan⁴ menjadi lebih sederhana⁵ dengan berorientasi pada

¹ Bernardo Nicoletti, *the Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Service* (Roma: Springer Nature, 2017), 3.

² Dana, Semua Transaksi Dapat di Satu Dompot Digital Dana, diakses 1 Oktober 2021, <https://www.dana.id/>

³ Agus Mujiyono, Pegawai BRI Unit Mlarak, *Wawancara*, di BRI Unit Mlarak 29 Oktober 2021, Pukul 10.15 WIB.

⁴ Nafis Alam, Lokesh Gupta dan Abdolhossein Zamani, *FinTech and Islamic Finance: Digitalization, Development and Disruption* (Malaysia: Palgrave Macmillan, 2019), 13.

⁵ Alam, Gupta dan Zamani, *FinTech and Islamic Finance: Digitalization, Development and Disruption*, 24-32.

kebutuhan pengguna.⁶ *Unbanked* ialah kelompok masyarakat yang tidak memiliki tabungan di bank,⁷ mayoritas dari mereka tidak dapat mengakses layanan keuangan.⁸ *FinTech* memungkinkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* dengan dukungan teknologi dan internet.⁹ Peningkatan akses layanan keuangan mendorong terwujudnya siklus ekonomi berkelanjutan.¹⁰ Model penerimaan dan penggunaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* tidak dapat dijelaskan secara sederhana. Pada prinsipnya, *FinTech* adalah layanan yang benar-benar baru dan terus berkembang sementara penelitian tentang *FinTech* pada masyarakat *unbanked* masih sangat sedikit.

⁶ Bernardo Nicoletti, *the Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Service* (Roma: Springer Nature, 2017), 3.

⁷ Booz-Allen & Hamilton Shugoll, "Mandatory EFT Demographic Study," *Research, A report prepared for the U.S. Department of Treasury*, Sept 15 (1997), 1-26.

⁸ John P. Caskey, "Bringing Unbanked Households into the Banking System," *A Capital Exchange Journal Article Prepared for the Brookings Institution Center on Urban and Metropolitan Policy Harvard University* (2002), accessed april 2, 2021, <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/caskey.pdf>

⁹ Ahmad Arisatul Cholik, "Teori Efisiensi dalam Ekonomi Islam", *Islamic Economics Journal*, Ponorogo: *University of Darussalam Gontor*, Volume 1 Nomor 2 (2013), 167-182.

¹⁰ Osamu Saito, *Sharing Ecosystem Service: Building more Sustainable and Resilience Society* (Tokyo: Springer Nature Singapore, 2020), 1.

Krisis ekonomi global tahun 2008 membuat prosedur layanan keuangan perbankan lebih selektif.¹¹ Prosedur yang lebih selektif menciptakan kesenjangan antara jangkauan layanan perbankan dengan kemampuan akses masyarakat *unbanked*.¹² Namun, kesenjangan ini justru memberikan ruang bagi perkembangan layanan *FinTech*. *FinTech* memberikan layanan yang sederhana dan dapat diakses siapa saja dan dimana saja.¹³ *FinTech* terus tumbuh dan meningkatkan efisiensi.¹⁴ *FinTech* berkembang pesat baik di negara maju, maupun negara berkembang.¹⁵ Layanan *FinTech* yang dinilai paling berhasil adalah layanan *wallets*.¹⁶ Layanan *wallets* yang

¹¹ Daniela Selloni, *CoDesign for Public Interest Service* (Milan: Springer International Publishing, 2017), 14-15.

¹² Pia A. Albinsson and B. Yasanthi Perera, *the Rise of the Teknologi: Exploring the Challenges and Opportunities of Collaborative Consumption* (California: Praeger, 2018), 9.

¹³ Alam, Gupta dan Zamani, *FinTech and Islamic Finance: Digitalization, Development and Disruption*, 12.

¹⁴ Kominfo, "Teknologi Tumbuh di Tengah Ketidakefisienan," accessed Feb 7, 2020, https://www.kominfo.go.id/content/detail/12412/sharing-economy-tumbuh-di-tengah-ketidakefisienan/0/berita_satker

¹⁵ Parag Y. Arjunwankar, *FinTech: The Technology Driving Disruption in the Financial Services Industry* (Florida: CRC Press, 2018), 32.

¹⁶ Arjunwankar, *FinTech: The Technology Driving Disruption in the Financial Services Industry*, 31.

terbukti berhasil ialah M-PESA.¹⁷ M-PESA mampu meningkatkan 40% akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* di Kenya dalam kurun waktu 2 tahun.¹⁸

Populasi masyarakat *unbanked* di Indonesia termasuk tinggi,¹⁹ 40% dari masyarakat *unbanked* sebenarnya memenuhi standar kelayakan perbankan, namun hanya 10% dari mereka yang mendapatkan akses layanan keuangan.²⁰ Kesulitan akses ini disebabkan banyak faktor di antaranya, bank memerlukan biaya operasional yang tinggi untuk menjangkau masyarakat *unbanked*,²¹ dan hal ini telah mampu tersebuti oleh layanan *FinTech* dengan mengembangkan akses layanan keuangan berbasis internet. Namun, perkembangan *FinTech* bukan tanpa masalah, tingkat keamanan yang rendah berdampak terhadap

¹⁷ Alam, Gupta dan Zamani *FinTech and Islamic Finance: Digitalization, Development and Disruption*, 25.

¹⁸ William Jack and Tavneet Suri, “*The Economics of M-PESA*,” *Journal of Georgetown University* (2010), 1-20.

¹⁹ Bain & Company, “*Fulfilling its Promise – The Future of Southeast Asia’s Digital Financial Services*, accessed Mar 28, 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/08/92-juta-penduduk-dewasa-indonesia-belum-tersentuh-layanan-finansial>

²⁰ Don Johnston, Jr., Jonathan Morduch, “*The Unbanked: Evidence from Indonesia*,” *Jurnal the World Bank Economic Review*, Volume 22, Nomor 3 (2008), 517-537

²¹ Stefani Kristina Putri, “Tingkat Minat Penggunaan *Financial Technology (FinTech)* terhadap *Less Cashless Society (LCS)* di Lingkungan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Se-Ponorogo),” (Tangerang selatan: Universitas Terbuka, 2020), 1-8.

tingginya jumlah layanan bermasalah.²² Totalnya mencapai 4.78% pada tahun 2020, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan perbankan syariah yang hanya 0.06%.²³ Hal ini disebabkan karena keterbatasan fasilitas *FinTech*.²⁴ Peningkatan akses *FinTech* juga berdampak buruk terhadap stabilitas sistem keuangan²⁵ karena menyebabkan peningkatan akumulasi *intangible capital* yang berdampak pada kerapuhan sistem ekonomi.²⁶ Selain itu, beberapa layanan *FinTech* tidak didukung dengan informasi yang utuh²⁷ sehingga berpotensi

²² Otoritas Jasa Keuangan, “Statistik Penyelenggaraan LPMUBTI,” *accessed* Feb 7, 2020, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/FinTech/Pages/-Statistik-FinTech-Lending-Periode-Desember-2020.aspx>

²³ Afif Amirillah, “Efisiensi Perbankan Syariah di Indonesia,” *Jejak: Journal of Economics and Policy*, Semarang: Universitas Negeri Semarang Volume 7 Nomor 2 (2014), 141-150.

²⁴ Ridwan Muchlis, “Analisis SWOT *Financial Technology* (*FinTech*) Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan),” *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam* Volume 3 Nomor 2 (2018), 1-23.

²⁵ Fitri Rusdianasari, “Peran Inklusi Keuangan melalui Integrasi *FinTech* dalam Stabilitas Sistem Keuangan Indonesia”, *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, Jember: Universitas Jember Volume 11 Nomor 2 (2018), 252.

²⁶ Dwi Irawati, “*FinTech* dan Perubahan Struktur Industri Keuangan di Indonesia,” *Segmen: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Purworejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo Volume 14 Nomor 2 (2018), 70.

²⁷ Hida Hiyanti dkk, “Peluang dan Tantangan *FinTech* (*Financial Technology*) Syariah di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi*

merugikan pengguna.²⁸ Di sisi lain akses terhadap data-data pribadi pengguna juga seringkali disalahgunakan dan berdampak merugikan.²⁹

Jumlah institusi perbankan di Indonesia mencapai lebih dari 1.600 entitas, baik konvensional maupun syariah.³⁰ Namun, populasi masyarakat *unbanked* di Indonesia menempati posisi tertinggi keempat di dunia, dengan jumlah 92.1 juta orang.³¹ Berikut data akses transaksi menggunakan *FinTech* saat dibandingkan dengan data jumlah peningkatan akses internet dan penggunaan *smartphone* di Indonesia dalam kurun waktu 5 tahun terakhir.

Islam, Surakarta: STIE AAS Surakarta. Volume 5 Nomor 3 (2019), 326-333.

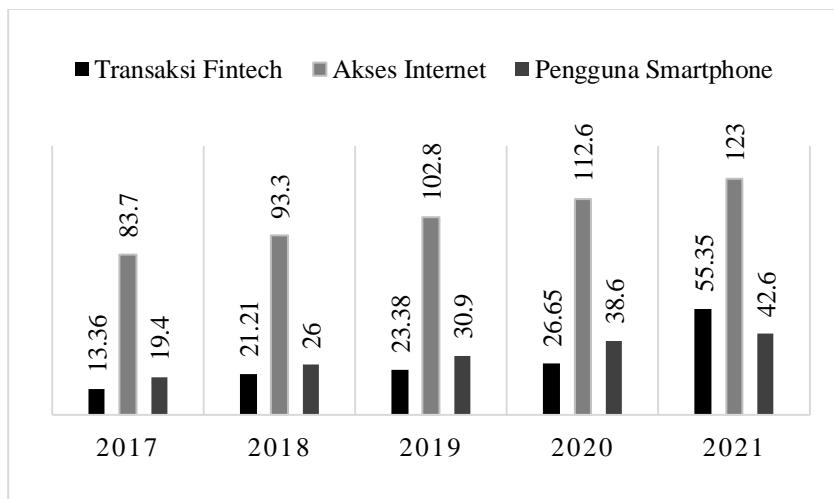
²⁸ Bayu Novendra dan Sarah Safira Aulianiasa, “Konsep dan Perbandingan *Buy Now, Pay Later* dengan Kredit Perbankan di Indonesia: Sebuah Keniscayaan di Era Digital dan Teknologi keuangan,” *Jurnal Rechts Vinding*, Jakarta: Universitas Indonesia Volume 9 Nomor 2 (2020), 182-201.

²⁹ Ryan Randy Suryono, “Financial Technology (*FinTech*) dalam Perspektif Aksiologi”, *Jurnal Masyarakat Telematik dan Informasi*, Lampung: Universitas Tekhnokrat Indonesia Volume 10 Nomor 1 (2019), 60-61.

³⁰ Jahja Setiaatmadja dan Batara Sianturi, *Oxford Bussiness Group*, accessed Mar 28, 2021, <https://oxfordbusinessgroup.com/indonesia-2020/banking>

³¹ *Bain & Company*, “*Fulfilling its Promise – The Future of Southeast Asia’s Digital Financial Services*”, accessed Mar 28, 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/08/92-juta-penduduk-dewasa-indonesia-belum-tersentuh-layanan-finansial>

1.1. Gambar Akses *FinTech* pada Masyarakat *Unbanked* di Indonesia



Sumber: Data Penelitian Diolah, 2022³²

Jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2017 meningkat 83,7,8%.³³ Jumlah ini naik 39,3 juta atau 46,95%

³² Winarto, Wahid. 2020. "Peran Fintech Dalam Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)". *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)* 3 (1), 61-73., <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.132.>, Detik, Pengguna Internet RI Meningkat, tapi Akses Internet belum Merata, accessed 06 Juni 2022, <https://inet.detik.com/law-and-policy/d-5250733/pengguna-internet-ri-meningkat-tapi-akses-internet-belum-merata>

³³ Krisna Wijata dan Eva Hendriyanti, "Analisis Faktor yang memengaruhi *Behavioral Intention* pada *Online Marketplace* Menggunakan Model UTAUT (Studi Kasus: Shopee)," *Jurnal*,

bila dibandingkan dengan tahun 2021. Sedangkan jika dilihat dari transaksi *FinTech* dalam kurun waktu lima tahun tersebut maka jumlahnya meningkat dari 13,36 juta di tahun 2017 menjadi 123 juta pada tahun 2021, atau meningkat 109,6 juta orang. Berdasarkan data tersebut dapat dinyatakan bahwa potensi peningkatan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* dengan memanfaatkan *FinTech* di Indonesia sangat besar dilihat dari jumlah populasi penduduk muda dan pertumbuhan akses internet yang tinggi.³⁴ Faktanya, *FinTech* terbukti dapat meningkatkan inklusi keuangan sebesar 1.9% di tahun 2019.³⁵ Namun, jika dibandingkan dengan negara lain pertumbuhan akses *FinTech* di Indonesia masih tertinggal.³⁶

FinTech terbukti berdampak signifikan terhadap masyarakat *unbanked*, misalnya di Tanzania, Kenya dan Brazil,

Researchgate, Malang: Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia, 2020, accessed 4 November 2021, https://www.researchgate.net/publication/344770891_Analisis_Faktor_yang_Memengaruhi_Behavioral_Intention_pada_Online_Marketplace_Menggunakan_Model_UTAUTStudi_Kasus_Shoppe

³⁴ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Survei pengguna internet periode 2019-kuartal II 2020, accessed Apr 9, 2021, <https://tekno.kompas.com/read/2020/11/10/07160027/pengguna-internet-indonesia-mendekati-angka-200-juta>

³⁵ Lorentino Togar Laut dan Dinar Melani Hutajulu, “*FinTech* dan E-Commerce untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM dan Industri Kreatif,” Jurnal Untidar, Magelang: Universitas Tidar (2019), 326-336.

³⁶ Ibid., 334.

namun hal ini tidak terjadi di Indonesia.³⁷ Artinya, terdapat perbedaan model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Berdasarkan paparan tersebut, maka Peneliti menjelaskan bahwa masyarakat *unbanked* Indonesia memiliki model penerimaan yang unik terhadap *FinTech* dan sangat menarik untuk diteliti.

Teori yang digunakan untuk mengukur penerimaan dan penggunaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* dalam penelitian ini ialah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang dikemukakan Venkatesh pada tahun 2012.³⁸ Teori ini digunakan untuk mengukur penerimaan seseorang terhadap teknologi informasi dari sisi psikologis individu. UTAUT 2 memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan teori UTAUT karena indikator di dalamnya sesuai dengan model adopsi teknologi pada masyarakat umum. Teori ini merupakan pengembangan lanjutan dari dari *Technology Acceptance Model* (TAM).³⁹

³⁷ Ibid., 335.

³⁸ Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis and Fred D. Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota* Volume 27 Nomor 3 (2012), 425-478.

³⁹ F.D. Davis, "A technology acceptance model for empirically testing new end-user information system: theory and result," *Doctoral Dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.* (1986).

Teori ini sangat pas digunakan untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan sistem informasi dalam penelitian ini karena memiliki ruang lingkup yang lebih luas dan cocok dengan tujuan penelitian ini. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka konstruk 3 yang diuji dalam penelitian ini di antaranya pertama, *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *facilitating condition* yang kemudian menjadi indikator yang membentuk variabel *ease of acces*. Kedua, *Hedonic motivation*, *habit* dan *trust* yang kemudian menjadi indikator yang membentuk variabel *usefulness*. Ketiga, variabel *preference* konstruk ini digunakan untuk menguji dampak pemahaman seseorang terhadap ekonomi Islam serta pengaruhnya terhadap kecenderungan untuk memilih layanan transaksi keuangan *FinTech*. Seluruh variabel tersebut diuji pengaruhnya terhadap variabel *behavioral intention to use* dan *actual system use* sesuai dengan teori UTAUT 2.⁴⁰

FinTech telah mengubah mekanisme layanan keuangan konvensional.⁴¹ *FinTech* terbukti dapat meningkatkan akses⁴²

⁴⁰ Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis and Fred D. Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *Management Information Systems Research Center*, 425-478.

⁴¹ Gregor Dorfleitner, Lars Hornuf, Matthias Schmitt and Martina Weber, *FinTech in Germany* (Roma: Springer Nature, 2017), 18.

dan efisiensi layanan keuangan⁴³ dengan memanfaatkan jangkauan yang lebih luas melalui jaringan internet.⁴⁴ *FinTech* menjadi solusi untuk menjangkau masyarakat *unbanked* dengan memberikan pelayanan keuangan yang lebih sederhana.⁴⁵ *FinTech* mengubah model pelayanan dengan menawarkan kemudahan, efisiensi dan kenyamanan dalam bidang layanan keuangan⁴⁶ tanpa mengorbankan privasi.⁴⁷ Transaksi dikatakan efisien jika dilakukan dengan biaya

⁴² Wasyith, “*Does Technology Matter? Literature Review Adopsi Teknologi keuangan dalam Riset Ekonomi Keuangan Syariah*,” *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Islam dan Filantropi*, Semarang: Universitas Islam Negeri Semarang, Volume 3 Nomor 2 (2019), 118.

⁴³ Rachel Botsman and Roo Rogers, *What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* (New York: Harper Collins, 2010), 10.

⁴⁴ Zhifu Mi and Maris D’coffman, “*The Technology Promotes Sustainable Societies*,” *Jurnal Nature Communication* Volume 10 Nomor 1214 (2019), 1-3, accessed Jan 29, 2021, <https://www.nature.com/articles/s41467-019-09260-4>.

⁴⁵ Nafis Alam, Lokesh Gupta dan Abdolhossein Zamani, *FinTech and Islamic Finance: Digitalization, Development and Disruption*, 24-32.

⁴⁶ Hadad, *Financial Technology (FinTech) di Indonesia*, 2.

⁴⁷ Botsman and Rogers, *What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, 6-15.

rendah.⁴⁸ *FinTech* menawarkan biaya rendah dengan performa tinggi, kaya fungsi dan kemudahan akses.⁴⁹

Jumlah institusi perbankan di Indonesia mencapai lebih dari 1.600 entitas, baik konvensional maupun syariah.⁵⁰ Namun, hal tersebut tidak berdampak signifikan terhadap jumlah populasi masyarakat *unbanked* yang ada totalnya mencapai 92 juta orang yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia.⁵¹ Faktanya, 40% dari masyarakat *unbanked* memenuhi standar kelayakan perbankan, namun hanya 10% dari mereka yang mendapatkan layanan keuangan. Sisanya belum mendapatkan layanan tersebut karena diperlukan biaya operasional yang terlalu tinggi untuk menjangkau mereka.⁵²

⁴⁸ Tucker, A.L., Madura, J., dan Chiang, T.C., *International Financial Markets*, West Publishing Com4rr4pany, S. Paul. (1991), 10.

⁴⁹ Pia A. Albinsson and B. Yasanthi Perera, *the Rise of the Teknologi: Exploring the Challenges and Opportunities of Collaborative Consumption*, 75-77.

⁵⁰ Jahja Setiaatmadja dan Batara Sianturi, Oxford Bussiness Group, accessed March 28, 2021, <https://oxfordbusinessgroup.com/indonesia-2020/banking>

⁵¹ *Bain & Company*, "Fulfilling its Promise – The Future of Southeast Asia's Digital Financial Services, accessed March 28, 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/08/92-juta-penduduk-dewasa-indonesia-belum-tersentuh-layanan-finansial>

⁵² Don Johnston, Jr., Jonathan Morduch, "The Unbanked: Evidence from Indonesia," *Jurnal the World Bank Economic Review*, Volume 22, Nomor 3 (2008), 517-537

FinTech berperan besar dalam meningkatkan akses layanan keuangan.⁵³

Berdasarkan teori, penerimaan terhadap *FinTech* pada masyarakat *unbanked* mampu meningkatkan akses layanan keuangan.⁵⁴ Namun, hal ini tidak terjadi di Indonesia.⁵⁵ Artinya penelitian ini perlu menjelaskan lebih mendalam tentang model penerimaan *FinTech* dan perannya dalam peningkatkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

FinTech dapat meningkatkan efisiensi layanan keuangan⁵⁶ dengan memanfaatkan jangkauan yang lebih luas melalui internet.⁵⁷ *FinTech* menawarkan biaya rendah dengan

⁵³ Hadad, *Financial Technology (FinTech) di Indonesia*, 2.

⁵⁴ Bernardo Nicoletti, *the Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Service*, 12.

⁵⁵ Stefani Kristina Putri, “Tingkat Minat Penggunaan *Financial Technology (FinTech)* terhadap *Less Cashless Society (LCS)* di Lingkungan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Se-Ponorogo),” (Tangerang selatan: Universitas Terbuka, 2020), 1-8.

⁵⁶ Rachel Botsman and Roo Rogers, *What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* (New York: Harper Collins, 2010), 10.

⁵⁷ Zhifu Mi and Maris D’coffman, “*The teknologi promotes sustainable societies*,” *Nature Communication* 10 no. 1214 (2019): 1-3, accessed Jan 29, 2021, <https://www.nature.com/articles/s41467-019-09260-4>.

performa tinggi, kaya fungsi dan kemudahan akses.⁵⁸ Sebuah transaksi dikatakan efisien jika dilakukan dengan biaya minimum.⁵⁹ Namun, biaya implementasi dan infrastruktur *FinTech* sangat tinggi⁶⁰ yang mengakibatkan jumlah layanan bermasalah *FinTech*⁶¹ jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan layanan bermasalah perbankan.⁶² Hal tersebut di antaranya disebabkan oleh proses analisis layanan yang tidak dapat dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang semestinya.⁶³ Berdasarkan hal tersebut maka, dapat dijelaskan bahwa

⁵⁸ Pia A. Albinsson and B. Yasanthi Perera, *the Rise of the Teknologi: Exploring the Challenges and Opportunities of Collaborative Consumption*, 75-77.

⁵⁹ Tucker, A.L., Madura, J., dan Chiang, T.C., *International Financial Markets*, West Publishing Company, S. Paul. (1991), 10.

⁶⁰ Diardo Luckandi, “Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan *FinTech* pada UMKM di Indonesia: Pendekatan *Adaptive Structuration Theory*,” Tesis, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia (2018), 57.

⁶¹ Otoritas Jasa Keuangan, “Statistik Penyelenggaraan LPMUBTI,” accessed February 7, 2020, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/FinTech/Pages/-Statistik-FinTech-Lending-Periode-Desember-2020.aspx>

⁶² Afif Amirillah, “Efisiensi Perbankan Syariah di Indonesia,” Jejak: *Journal of Economics and Policy*, Semarang: Universitas Negeri Semarang Volume 7 Nomor 2 (2014), 141-150.

⁶³ Ridwan Muchlis, “Analisis SWOT *Financial Technology (FinTech)* Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan),” *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam* Volume 3 Nomor 2 (2018), 1-23.

terdapat faktor yang tidak berpengaruh secara maksimal dalam model adopsi *Fintech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

FinTech mendorong kegiatan ekonomi yang lebih efisien dan berkelanjutan.⁶⁴ Namun, dalam penelitian sebelumnya diketahui bahwa akses *FinTech* justru berdampak buruk terhadap stabilitas sistem keuangan.⁶⁵ Peningkatan akses *FinTech* dapat meningkatkan akumulasi *intangible capital* yang berdampak pada kerapuhan sistem ekonomi.⁶⁶ Kedua, layanan keuangan berbasis teknologi ini tidak didukung oleh keterbukaan informasi yang utuh⁶⁷ serta skema yang jelas sehingga berpotensi merugikan pengguna.⁶⁸ Ketiga, *FinTech*

⁶⁴ Saito, *Sharing Ecosystem Service: Building More Sustainable and Resilience Society*, 1.

⁶⁵ Fitri Rusdianasari, "Peran Inklusi Keuangan melalui Integrasi *FinTech* dalam Stabilitas Sistem Keuangan Indonesia", *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, Jember: Universitas Jember Volume 11 Nomor 2 (2018), 252.

⁶⁶ Dwi Irawati, "*FinTech* dan Perubahan Struktur Industri Keuangan di Indonesia," *Segmen: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Purworejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo Volume 14 Nomor 2 (2018), 70.

⁶⁷ Hida Hiyanti dkk, "Peluang dan Tantangan *FinTech* (*Financial Technology*) Syariah di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Surakarta: STIE AAS Surakarta. Volume 5 Nomor 3 (2019), 326-333.

⁶⁸ Bayu Novendra dan Sarah Safira Aulianiasa, "Konsep dan Perbandingan *Buy Now, Pay Later* dengan Kredit Perbankan di Indonesia: Sebuah Keniscayaan di Era Digital dan Teknologi keuangan," *Jurnal Rechts*

seharusnya dapat melindungi data-data penggunanya,⁶⁹ namun dalam beberapa kasus akses terhadap data-data pribadi pengguna seringkali disalahgunakan dan berakibat merugikan.⁷⁰ Hal tersebut menyebabkan perbedaan model adopsi *FinTech* di Indonesia dengan model adopsi di negara-negara lain.

Berdasarkan paparan tersebut, maka Peneliti tertarik untuk membahas mengenai “*Financial Technology* dan Perannya dalam Meningkatkan Akses Layanan Keuangan pada Masyarakat *Unbanked* di Indonesia”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *usefulness* berpengaruh terhadap *ease of acces* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia?

Vinding, Jakarta: Universitas Indonesia Volume 9 Nomor 2 (2020), 182-201.

⁶⁹ Botsman and Rogers, *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, 6-15.

⁷⁰ Ryan Randy Suryono, “Financial Technology (*FinTech*) dalam Perspektif Aksiologi”, *Jurnal Masyarakat Telematik dan Informasi*, Lampung: Universitas Tekhnokrat Indonesia Volume 10 Nomor 1 (2019), 60-61.

2. Apakah *usefulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia?
3. Apakah *ease of acces* berpengaruh terhadap *preference* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia?
4. Apakah *preference* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia?
5. Apakah *preference* berpengaruh terhadap *actual system use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia?
6. Apakah *behavioral intention to use* berpengaruh terhadap *actual system use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *usefulness* terhadap *ease of acces* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

2. Menguji dan menganalisis pengaruh *usefulness* terhadap *behavioral intention to use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh *ease of acces* terhadap *preference* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh *preference* terhadap *behavioral intention to use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.
5. Menguji dan menganalisis pengaruh *preference* terhadap *actual system use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.
6. Menguji dan menganalisis pengaruh *behavioral intention to use* berpengaruh terhadap *actual system use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia?

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka manfaat dan kegunaan penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

- a. Memberikan sumbangan pemikiran tentang model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di

Indonesia, peran *FinTech* agar tetap sesuai dengan standar pelayanan jasa keuangan serta faktor dan resiko yang menghambat layanan keuangan berbasis *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

- b. Menjadi rujukan dan referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai *FinTech* dan perannya dalam meningkatkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

2. Secara Praktis

- a. Perubahan layanan konvensional menjadi layanan keuangan berbasis teknologi tidak dapat dihindari, namun pembahasan tentang hal ini masih sangat sedikit terutama dalam kajian-kajian ekonomi Islam. Penelitian ini memberikan gambaran sistematis tentang *FinTech* dan perannya dalam meningkatkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* di Indonesia dengan tetap berpedoman kepada standar pelayanan keuangan dan nilai-nilai ekonomi Islam. Penelitian ini memberikan alternatif tentang cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* melalui *FinTech*. Tujuannya untuk menurunkan akses terhadap layanan keuangan informal, meningkatkan literasi dan inklusi keuangan khususnya pada masyarakat *unbanked*.

E. Definisi Operasional

Terdapat 4 konstruk dalam penelitian ini, 2 konstruk variabel indikator yakni *ease of acces* yang diwakili X_1 dan *usefulness* yang diwakili X_2 , 1 konstruk variabel moderasi dan 1 konstruk variabel laten. Terdapat empat indikator yang membentuk *ease of acces* yakni $X_{1.1}$ mewakili *Performance Expectancy* (PE), $X_{1.2}$ mewakili *Effort Expectancy* (EE), $X_{1.3}$ mewakili *Social Influence* (SI) dan $X_{1.4}$ mewakili *Facilitating Condition* (FC). Indikator pembentuk variabel *usefulness* ada 3 yakni $X_{2.1}$ mewakili *Hedonic Motivation* (HM), $X_{2.2}$ mewakili *Habit* (H) dan $X_{2.3}$ mewakili *Trust* (T). Variabel moderasi dalam penelitian ini yakni Z mewakili *Preference*. Indikator pembentuk variable *Preference* ada 3 yakni Tanggapan, Pendapat dan Penilaian. Variabel laten endogen dalam penelitian ini ada 2 yakni Y_1 yang mewakili *Behavioral Intention to use* dan Y_2 yang mewakili *Actual system use*. Teori ini mengukur sisi psikologis pengguna dalam mengadopsi *FinTech* dari sisi motivasi dan pengaruh dari luar yang kemudian membentuk keputusan penggunaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

Berikut definisi operasional masing-masing konstruk tersebut:

Tabel 1.1
Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Indikator | Butir Soal | Sumber |
|---------------------------------|-----------------------------------|--|----------------|
| Ease of Acces (X ₁) | 1. <i>Performance Expectancy</i> | <i>FinTech</i> dapat digunakan untuk mengakses layanan keuangan | Venkatesh 2012 |
| | | <i>FinTech</i> memberikan keuntungan pada masyarakat <i>unbanked</i> dalam penggunaannya | |
| | 2. <i>Effort Expectancy</i> | Menu aplikasi <i>FinTech</i> sederhana dan mudah difahami oleh masyarakat <i>unbanked</i> | Venkatesh 2012 |
| | | <i>FinTech</i> mudah digunakan oleh masyarakat <i>unbanked</i> | |
| | 3. <i>Social Influence</i> | <i>FinTech</i> tidak melanggar hukum dan norma sosial | Venkatesh 2012 |
| | | Banyak orang mulai beralih menggunakan <i>FinTech</i> | |
| | 4. <i>Facilitating Conditions</i> | Mayoritas transaksi keuangan dilakukan melalui internet sehingga mendorong penggunaan <i>FinTech</i> | Venkatesh 2012 |
| | | Setiap orang memiliki | |

| Variabel | Indikator | Butir Soal | Sumber |
|--------------------------------|------------------------------|--|--------------------------------|
| | | smartphone sehingga akses <i>FinTech</i> menjadi lebih mudah | |
| <i>Usefulness</i> (X_2) | 1. <i>Hedonic Motivation</i> | Masyarakat <i>unbanked</i> merasa senang dapat mengakses layanan keuangan melalui <i>FinTech</i> | Venkatesh 2012 |
| | | Kemampuan akses <i>FinTech</i> dapat menimbulkan kepuasan pengguna pada masyarakat <i>unbanked</i> | |
| | 2. <i>Habit</i> | Masyarakat <i>unbanked</i> menggunakan <i>FinTech</i> karena terbiasa | Venkatesh 2012 |
| | | Masyarakat <i>unbanked</i> menggunakan <i>FinTech</i> karena tampilannya aplikasi mirip dengan aplikasi lain | |
| | 3. <i>Trust</i> | Masyarakat <i>unbanked</i> percaya bahwa penggunaan <i>FinTech</i> aman | Kim 2009 dan Riffai 2012 |
| | | Masyarakat <i>unbanked</i> tidak merasa khawatir data mereka bocor jika mengakses <i>FinTech</i> | |
| <i>Preference</i> (Z) | 1. Tanggapan | Seluruh transaksi <i>FinTech</i> dilakukan dengan jelas dan dapat dipahami | Abu Ahmadi 1982, |

| Variabel | Indikator | Butir Soal | Sumber |
|--|--------------------------------|---|--|
| | 2.Pendapat | <i>FinTech</i> mempermudah layanan keuangan sesuai prosedur proses transaksi | Kartini Kartono 1991, Alo |
| | 3.Penilaian | Layanan berbasis <i>FinTech</i> sesuai tidak melanggar aturan transaksi dalam hukum Islam | Liliweri, 1994 |
| <i>Behavioral Intention to Use (Y₁)</i> | 1. <i>Mobile Self-efficacy</i> | <i>FinTech</i> adalah pilihan pertama masyarakat <i>unbanked</i> untuk mengakses layanan keuangan | Fred D. Davis 1993, Chao C.M. 2019 |
| | 2. <i>Perceived Enjoyment</i> | Masyarakat <i>unbanked</i> merasa lebih nyaman mengakses layanan keuangan menggunakan <i>FinTech</i> | |
| | 3. <i>Satisfaction</i> | Masyarakat <i>unbanked</i> merasa puas saat mengakses layanan keuangan menggunakan <i>FinTech</i> | |
| | 4. <i>Perceived Risk</i> | Masyarakat <i>unbanked</i> merasa aman saat mengakses layanan keuangan menggunakan <i>FinTech</i> | |
| <i>Actual System Use (Y₂)</i> | | Apa jenis <i>FinTech</i> yang digunakan oleh masyarakat <i>unbanked</i> dalam transaksi keuangan mereka dan | Fred D. Davis 1993 |

| Variabel | Indikator | Butir Soal | Sumber |
|----------|-----------|----------------------------|--------|
| | | pertimbangan pemilihannya. | |

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Hida Hiyanti dkk tahun 2019 tentang peluang dan tantangan *FinTech* syariah di Indonesia. Hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat peluang dan tantangan *FinTech* syariah di Indonesia yang terdiri dari: regulasi, sumber daya manurur dan penguasaan teknologi dari masyarakat. Tantangan yang muncul di antaranya *FinTech* syariah yang terdaftar masih sedikit, kemudahan akses *FinTech* berbanding terbalik dengan pengetahuan masyarakat tentang layanan keuangan dan tingkat pemahaman tentang *FinTech* syariah masih rendah. Sementara peluangnya adalah pertumbuhan teknologi membuka persaingan di masa depan masih pesat.⁷¹ Persamaannya ialah objek kajian dalam penelitian dan salah satu factor yang digunakan dalam penelitian yakni faktor kemudahan. Sementara perbedaannya ialah penelitian ini menggunakan faktor yang lebih lengkap untuk merumuskan model

⁷¹ Hida Hiyanti dkk (2019), “Peluang dan Tantangan *FinTech* (*Financial Technology*) Syariah di Indonesia”,

penerimaan *FinTech* yang lebih baik pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Ryan Randy Suryono tahun 2019 tentang *FinTech* dalam perspektif aksiologi. Penelitian ini mencoba merumuskan pengertian tentang *FinTech*, ragam, tren, inovasi serta masalah yang muncul sebagai akibat inovasi dari tersebut beserta solusinya. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat masalah terkait problem nilai dan pengaruh sosial tentang *FinTech*. Problem yang dimaksud mengenai etika dan estetika.⁷² Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut dapat dilihat dari perspektif yang digunakan yakni perspektif aksiologi sementara penelitian ini menggunakan perspektif *unified theory of acceptance and use of technology 2*.

Penelitian oleh Narcisa Roxana Moșteanu, Alessio Faccia, Luigi Pio Leonardo Cavaliere and Saurav Bhatia tahun 2020 tentang perubahan dalam permintaan dan penawaran layanan disebabkan oleh situasi pandemi, digitalisasi keuangan, dan manfaat digitalisasi bagi individu dan bisnis di tingkat yang sama. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa pandemi berdampak terhadap pembatasan kegiatan yang berakibat pada

⁷² Ryan Randy Suryono (2019), *Financial Technology (FinTech)* dalam Perspektif Aksiologi,

peningkatan akses layanan keuangan berbasis *FinTech*. Perkembangan akses *FinTech* sebelumnya sangat lambat, namun pandemi disisi lain memberikan kesempatan untuk berhenti sejenak dan mendesain kembali sistem layanan keuangan yang benar-benar dibutuhkan.⁷³ Perbedaannya terletak pada fokus penelitian karena penelitian ini melihat *FinTech* dan perannya pada masyarakat *unbanked* secara luas, sementara penelitian tersebut membandingkan bagaimana akses *FinTech* sebelum dan sesudah adanya pandemi. Perbedaan lainnya terdapat pada lokasi penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Bambang Sugiharto, Sri Mulyati dan Aprillia Verra Puspita tahun 2020 tentang persepsi *performance expectancy FinTech* dalam perkembangan penjualan pada bisnis UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan antara penggunaan *FinTech* dengan perkembangan UMKM, dimana *FinTech* mendorong peningkatan penjualan dengan mempermudah mekanisme

⁷³ Narcisa Roxana Moşteanu, Alessio Faccia, Luigi Pio Leonardo Cavaliere and Saurav Bhatia, “*Digital Technologies’ Implementation within Financial and Banking System during Socio Distancing Restrictions – Back to the Future*” *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET)* Volume 11, Issue 6, June (2020), 307-315.

pembayaran.⁷⁴ Perbedaanya dengan penelitian ini ialah penelitian tersebut fokus pada penerapan *FinTech* pada UMKM dan peningkatan penjualannya sementara penelitian ini mengambil fokus pada peran dan penerimaan *FinTech* pada masyarakat di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Bayu Novendra dan Sarah Safira Aulianiasa tahun 2020 tentang sisi persamaan konsep *buy now pay later* dengan kredit perbankan dan *potensial issue* di dalamnya. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa layanan keuangan berbasis teknologi memiliki banyak kekurangan, misalnya kecepatan akses tidak diberengi dengan skema dan prinsip layanan yang jelas menyebabkan nilai efisiensi layanan yang diberikan menjadi rendah dan ketidakjelasan skema layanan berdampak merugikan pengguna.⁷⁵ Perbedaannya dengan penelitian ini ialah analisis yang digunakan. Penelitian tersebut menganalisa skema *FinTech*, *potensial issue* di dalamnya dan dampaknya terhadap pengguna dengan mengambil standar layanan perbankan sebagai bahan perbandingan. Sementara penelitian ini fokus

⁷⁴ Bambang Sugiharto, Sri Mulyati dan Aprillia Verra Puspita (2020), *Perceptions in Easienes in Using FinTech in MSMEs*,

⁷⁵ Bayu Novendra dan Sarah Safira Aulianiasa, "Konsep dan Perbandingan Buy Now, Pay Later dengan Kredit Perbankan di Indonesia: Sebuah Keniscayaan di Era Digital dan Teknologi," *Jurnal Rechts Vinding*, Jakarta: Universitas Indonesia Volume 9 Nomor 2 (2020), 182-201.,

pada penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Lyubov Anatolyevna Petrova, Sofya Anatolyevna Eremina, Tatyana Evgenievna Kuznetsova dan Oleg Anatolyevich Kalachev tahun 2020 tentang perkembangan perbankan digital di berbagai negara dan perbandingannya dengan modernisasi perbankan di Rumur dengan berbagai manfaat dan permasalahannya. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa sektor perbankan di berbagai negara sedang mengalami proses modernisasi. Sementara regulasi perbankan dari tahun ke tahun semakin ketat. Dampaknya biaya operasional perbankan lebih tinggi dibandingkan *FinTech*, sementara *FinTech* mendapat keuntungan dengan masih longgarnya regulasi dan biaya operasional yang masih rendah. Keadaan ini memaksa perbankan mempercepat adopsi teknologi dan strategi baru.⁷⁶ Persamaannya dengan penelitian ini adalah melihat potensi *FinTech* yang sangat besar sebagai solusi peningkatan akses layanan keuangan, perbedaannya penelitian ini berfokus pada masyarakat *unbanked*.

⁷⁶ Lyubov Anatolyevna Petrova, Sofya Anatolyevna Eremina, Tatyana Evgenievna Kuznetsova and Oleg Anatolyevich Kalachev, “*Digital Bank of the Future*,” III International Scientific and Practical Conference Digital Economy and Finances Volume 137 Nomor 8624 (2020), 57-60.,

Penelitian yang dilakukan oleh Wassan Abdullah Alkhowaiter tahun 2020 tentang perkembangan internet dan akses *mobile* berdampak terhadap peningkatan akses *FinTech*. Hasilnya faktor yang paling berpengaruh terhadap penggunaan layanan *FinTech* di negara-negara teluk adalah keamanan dan manfaat penggunaan. Faktor tambahan yang ditemukan turut serta berpengaruh adalah pengaruh sosial dan kemudahan.⁷⁷ Perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian, sementara persamaannya terletak pada beberapa faktor yang digunakan dalam penelitian, yakni manfaat penggunaan, kemudahan dan pengaruh pengaruh sosial. Penelitian ini berbeda karena faktor yang digunakan lebih luas dengan menambahkan faktor pengaruh sosial, fasilitas dan resiko.

Penelitian yang dilakukan oleh S. Ananda, Sonal Davesh and Anis Moosa Al-Lawati tahun 2020 tentang faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *FinTech* oleh nasabah retail di Oman. Hasil penelitian variabel *awareness*, *web features* dan *perceived usefulness* berpengaruh signifikan

⁷⁷ Wassan Abdullah Alkhowaiter, "Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A systematic literature review," *Jurnal Elsevier: International Journal of Information Management* Volume 53 Nomor 102102 (2020),

terhadap penggunaan *FinTech*.⁷⁸ Perbedaannya terdapat pada lokasi, populasi dan faktor yang digunakan dalam penelitian. Penelitian tersebut fokus pada penggunaan *FinTech* oleh nasabah retail, sementara penelitian ini fokus pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Saripudin, Prameswara Samofa Nadya dan Muhammad Iqbal tahun 2021 tentang upaya *FinTech* syariah mendorong Akselerasi pertumbuhan UMKM di Indonesia. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa *FinTech* syariah memiliki beberapa keunggulan dalam mempercepat pertumbuhan UMKM di Indonesia. Meski demikian, keberadaan *FinTech* syariah tidak lepas dari berbagai permasalahan, seperti aspek regulasi, aspek sumber daya manufaktur, serta persepsi masyarakat dan potensi kecurangan.⁷⁹ Perbedaannya dengan penelitian ini terletak pada aspek pembahasan dan teori yang digunakan. Jadi, meskipun

⁷⁸ S. Ananda, Sonal Davesh and Anis Moosa Al-Lawati, “*What factors drive the adoption of digital banking? An empirical study from the perspective of Omani retail banking.*” *Journal of Financial Marketing* Volume 1 Nomor 25 (2020),

⁷⁹ Saripudin, Nadya Prameswara Samofa dan Iqbal Muhammad, “Upaya *FinTech* Syariah Mendorong Akselerasi Pertumbuhan UMKM di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Jakarta: Perbanas Institut. Volume 7 Nomor 1 (2021), 41-50.

objek yang diangkat dalam penelitian sama-sama *FinTech* di Indonesia namun aspek yang dianalisa berbeda.

Secara sederhana persamaan dan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No | Penulis dan Judul Penelitian | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|----|---|---|---|--|
| 1. | Hida Hiyanti dkk tahun 2019 tentang peluang dan tantangan <i>FinTech</i> syariah di Indonesia | Tema kajian yakni <i>FinTech</i> dan X ₁ yang digunakan dalam penelitian yakni kemudahan | Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT sementara penelitian ini melihat model penerimaan dan penggunaan <i>FinTech</i> menggunakan teori UTAUT 2 pada masyarakat <i>unbanked</i> . Jadi, objek dan alat kajian sangat | Hasil penelitian menjelaskan <i>FinTech</i> syariah yang terdaftar masih sedikit, kemudahan akses <i>FinTech</i> berbanding terbalik dengan pengetahuan dan tingkat pemahaman rendah. Sementara peluangnya persaingan di masa depan. |

| No | Penulis dan Judul Penelitian | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|----|---|--|---|---|
| | | | berbeda. | |
| 2. | Ryan Randy Suryono tahun 2019 tentang <i>FinTech</i> dalam perspektif aksiologi | Tema penelitian yang digunakan sama yakni tentang penerimaan dan penggunaan <i>FinTech</i> . | Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut dapat dilihat dari perspektif yang digunakan yakni perspektif aksiologi sementara penelitian ini menggunakan perspektif <i>unified theory of acceptance and use of technology 2</i> . | Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat masalah terkait problem nilai dan pengaruh sosial tentang <i>FinTech</i> . Problem yang dimaksud mengenai etika dan estetika. |
| 3. | Narcisa Roxana Moşteanu, Alessio Faccia, Luigi Pio Leonardo | Tema penelitian yang digunakan sama yakni | Perbedaan terletak pada fokus penelitian dimana | Hasil penelitian ini mengatakan bahwa pandemi berdampak terhadap pembatasan kegiatan yang |

| No | Penulis dan Judul Penelitian | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|----|--|--|---|--|
| | Cavaliere and Saurav Bhatia tahun 2020 tentang perubahan dalam permintaan dan penawaran layanan disebabkan oleh situasi pandemi, digitalisasi keuangan, dan manfaat digitalisasi bagi individu dan bisnis di tingkat yang sama | tentang penerimaan dan penggunaan <i>FinTech</i> . | penelitian ini melihat <i>FinTech</i> dan perannya pada masyarakat <i>unbanked</i> secara luas, sementara penelitian tersebut membandingkan bagaimana akses <i>FinTech</i> sebelum dan sesudah adanya pandemi. Perbedaan lainnya terdapat pada lokasi penelitian. | berakibat pada peningkatan akses layanan keuangan berbasis <i>FinTech</i> . Perkembangan akses <i>FinTech</i> sebelumnya sangat lambat, namun pandemi disisi lain memberikan kesempatan untuk berhenti sejenak dan mendesain kembali sistem layanan keuangan yang benar-benar dibutuhkan |
| 4. | Bambang Sugiharto, Sri Mulyati dan Aprillia Verra | Tema penelitian yakni tentang | Perbedaanya dengan penelitian ini ialah penelitian | Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan antara penggunaan |

| No | Penulis dan Judul Penelitian | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|----|--|--|---|--|
| | Puspita tahun 2020 tentang persepsi <i>performance expectancy FinTech</i> dalam perkembangan penjualan pada bisnis UMKM | penerimaan dan penggunaan <i>FinTech</i> dan konstruk variabel yang digunakan. | tersebut fokus pada penerapan <i>FinTech</i> pada UMKM dan peningkatan penjualannya sementara objek penelitian ini adalah akses <i>FinTech</i> masyarakat <i>unbanked</i> . | <i>FinTech</i> dengan perkembangan UMKM, dimana <i>FinTech</i> mendorong peningkatan penjualan dengan mempermudah mekanisme pembayaran |
| 5. | Bayu Novendra dan Sarah Safira Aulianiasa tahun 2020 tentang sisi persamaan konsep <i>buy now pay later</i> dengan kredit perbankan dan <i>potensial issue</i> di dalamnya | Tema penelitian yang digunakan sama yakni tentang <i>FinTech</i> . | Perbedaannya dengan penelitian ini ialah analisis yang digunakan. Penelitian tersebut menganalisa skema <i>FinTech</i> , <i>potensial issue</i> di dalamnya | Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa layanan keuangan berbasis teknologi memiliki banyak kekurangan, misalnya kecepatan akses tidak diberengi dengan skema dan prinsip layanan yang jelas menyebabkan nilai efisiensi layanan yang diberikan menjadi |

| No | Penulis dan Judul Penelitian | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|----|--|--|---|---|
| | | | <p>dan dampaknya terhadap pengguna dengan mengambil standar layanan perbankan sebagai bahan perbandingan. Sementara penelitian ini fokus pada penerimaan <i>FinTech</i> pada masyarakat <i>unbanked</i> di Indonesia.</p> | <p>rendah dan ketidakjelasan skema layanan berdampak merugikan pengguna</p> |
| 6. | <p>Lyubov Anatolyevna Petrova, Sofya Anatolyevna Eremina, Tatyana Evgenievna Kuznetsova dan Oleg</p> | <p>penelitian ini adalah melihat potensi <i>FinTech</i> yang sangat besar sebagai solusi</p> | <p>Lokasi penelitian, teori dan analisis yang digunakan serta objek kajian yang berbeda. Penelitian ini berfokus pada</p> | <p>Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa sektor perbankan di berbagai negara sedang mengalami proses modernisasi. Sementara regulasi perbankan dari tahun ke tahun semakin</p> |

| No | Penulis dan Judul Penelitian | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|----|--|---|--|--|
| | Anatolyevich Kalachev tahun 2020, <i>Digital Bank of the Future,” III International Scientific and Practical Conference Digital Economy and Finances</i> | peningkatan akses layanan keuangan | masyarakat <i>unbanked</i> , | ketat. Dampaknya biaya operasional perbankan lebih tinggi dibandingkan <i>FinTech</i> , sementara <i>FinTech</i> mendapat keuntungan dengan masih longgarnya regulasi dan biaya operasional yang masih rendah. Keadaan ini memaksa perbankan mempercepat adopsi teknologi dan strategi baru. |
| 7. | Wassan Abdullah Alkhowaiter tahun 2020, <i>Digital payment and banking adoption research in Gulf countries:</i> | Teori yang digunakan sama yakni UTAUT 2 | Konstruk variabel yang digunakan dan lokasi penelitian | Hasilnya faktor yang paling berpengaruh terhadap penggunaan layanan <i>FinTech</i> di negara-negara teluk adalah keamanan dan manfaat penggunaan. Faktor tambahan yang ditemukan turut serta berpengaruh adalah |

| No | Penulis dan Judul Penelitian | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|----|---|---|--|--|
| | A systematic literature review | | | pengaruh sosial dan kemudahan |
| 8. | S. Ananda, Sonal Davesh and Anis Moosa Al-Lawati tahun 2020, <i>What factors drive the adoption of digital banking? An empirical study from the perspective of Omani retail banking</i> | Teori TAM menjadi dasar pengembangan UTAUT 2 yang digunakan dalam penelitian ini. | Penelitian tersebut fokus pada penggunaan <i>FinTech</i> oleh nasabah retail, sementara penelitian ini fokus pada masyarakat <i>unbanked</i> di Indonesia. | Hasil penelitian variabel <i>awareness</i> , <i>web features</i> dan <i>perceived usefulness</i> berpengaruh signifikan terhadap penggunaan <i>FinTech</i> |
| 9. | Saripudin, Prameswara Samofa Nadya dan Muhammad Iqbal tahun 2021, <i>Upaya <i>FinTech</i></i> | Tema penelitian yakni <i>FinTech</i> dan masyarakat Indonesia. | Fokus penelitian yakni <i>FinTech</i> pada pertumbuhan UMKM, sementara penelitian ini | Penelitian tersebut menjelaskan bahwa <i>FinTech</i> mempercepat pertumbuhan UMKM namun memiliki permasalahan, seperti aspek regulasi, aspek SDM, serta persepsi |

| No | Penulis dan Judul Penelitian | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|----|---|-----------|---|---------------------------------------|
| | syariah mendorong Akselerasi pertumbuhan UMKM di Indonesia | | pada masyarakat <i>unbanked</i> . | masyarakat dan potensi kecurangan. |

Definisi *FinTech* telah jauh bergeser dari makna yang sebenarnya. *FinTech* didefinisikan sangat sederhana sebagai layanan pinjaman *online* yang meresahkan bagi masyarakat. Definisi ini kemudian menghambat masyarakat untuk lebih mengenal *FinTech* apalagi menggunakan layanannya. Masyarakat *unbanked* menjadi kelompok yang paling rentan terhadap dampak buruk pergeseran pemahaman ini. Mereka akan semakin tertinggal dalam mengakses layanan keuangan, sementara di sisi lain layanan keuangan telah bertransformasi menjadi bagian yang sulit dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Penelitian ini berperan penting untuk mengembalikan *FinTech* pada definisi asalnya sehingga manfaat layanannya dapat dikenal luas, khususnya pada masyarakat *unbanked*.

Penelitian tentang penggunaan sistem teknologi informasi terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Penggunaan sistem informasi yang paling banyak

diteliti terutama pada sisi penerimaan dan minat penggunaannya. Pada sisi penerimaan dan penggunaan teknologi misalnya *e-learning*, *e-government*, *social media*, dan *e-commerce*. Namun, penelitian tentang *FinTech* masih sangat sedikit, terutama pada masyarakat *unbanked*. Populasi *unbanked* ini memiliki karakteristik yang unik karena literasi keuangan mereka masih rendah dan sebagian besar berasal dari *FinTech*. Hal ini sangat berbeda dengan masyarakat *banked* yang sebelum bermigrasi ke *FinTech* sebelumnya telah mengenal layanan keuangan konvensional.

Penelitian ini menjadi penting karena masyarakat *unbanked* ini akan ketinggalan jika tidak memiliki akses terhadap layanan keuangan mulai dari sekarang. Namun, di sisi lain penerimaan dan penggunaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* ini tidak dapat dijelaskan secara sederhana. Pada prinsipnya, *FinTech* adalah layanan yang benar-benar baru bagi masyarakat *unbanked*. Penelitian ini menjadi sangat penting karena menjelaskan tentang model penerimaan dan penggunaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* serta variabel-variabel yang memengaruhinya. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan tentang pengembangan *FinTech* selanjutnya, terutama pada masyarakat *unbanked*.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini ialah:

1. Bab I ialah pendahuluan yang di dalamnya berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian
2. Bab II merupakan tinjauan pustakan yang di dalamnya berisi landasan teori dan penelitian terdahulu
3. Bab III berisi kerangka konseptual dan hipotesis penelitian
4. Bab IV berisi metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode kuantitatif dengan analisis faktor. Bab ini berisi rancangan penelitian, populasi dan sampel, lokasi penelitian dan pengumpulan data, pengujian instrumen penelitian dan teknik analisis data
5. Bab V merupakan analisis hasil penelitian, di dalamnya berisi gambaran umum layanan berbasis *FinTech*, deskripsi umum responden penelitian, deskripsi penilaian responden, validitas dan reliabilitas, uji *outer model* dan uji *inner model*.
6. Bab VI merupakan pembahasan, di dalamnya berisi pembahasan hasil penelitian, pengaruh *FinTech* terhadap efisiensi layanan keuangan, analisis faktor yang

memengaruhi efisiensi layanan keuangan berbasis *FinTech*, temuan empiris dan keterbatasan studi.

7. Bab VII merupakan penutup, di dalamnya berisi kesimpulan dan saran.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA TEORI

A. Landasan Teori

1. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2)

Financial technology (FinTech) secara sederhana didefinisikan sebagai integrasi *financial service* dan *solution based on technology*.¹ *FinTech* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah teknologi penyedia layanan jasa keuangan non-perbankan berupa aplikasi dompet digital misalnya aplikasi Dana.² Masyarakat membutuhkan layanan keuangan yang cepat dan mudah.³ *FinTech* mampu mengubah sistem layanan keuangan⁴ menjadi lebih sederhana⁵ dengan

¹ Bernardo Nicoletti, *the Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Service* (Roma: Springer Nature, 2017), 3.

² Dana, Semua Transaksi Dapat di Satu Dompet Digital Dana, diakses 1 Oktober 2021, <https://www.dana.id/>

³ Agus Mujiyono, Pegawai BRI Unit Mlarak, *Wawancara*, di BRI Unit Mlarak 29 Oktober 2021, Pukul 10.15 WIB.

⁴ Nafis Alam, Lokesh Gupta dan Abdolhossein Zameni, *FinTech and Islamic Finance: Digitalization, Development and Disruption* (Malaysia: Palgrave Macmillan, 2019), 13.

⁵ Alam, Gupta dan Zameni, *FinTech and Islamic Finance: Digitalization, Development and Disruption*, 24-32.

berorientasi pada kebutuhan pengguna.⁶ *Unbanked* ialah kelompok masyarakat yang tidak memiliki tabungan di bank,⁷ mayoritas dari mereka tidak dapat mengakses layanan keuangan.⁸ *FinTech* memungkinkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* dengan dukungan teknologi dan internet.⁹ Peningkatan akses layanan keuangan mendorong terwujudnya siklus ekonomi berkelanjutan.¹⁰

Teori tentang penerimaan *FinTech* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang dikemukakan Venkatesh

⁶ Bernardo Nicoletti, *the Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Service* (Roma: Springer Nature, 2017), 3.

⁷ Booz-Allen & Hamilton Shugoll, "Mandatory EFT Demographic Study," *Research, A report prepared for the U.S. Department of Treasury*, Sept 15 (1997), 1-26.

⁸ John P. Caskey, "Bringing Unbanked Households into the Banking System," *A Capital Exchange Journal Article Prepared for the Brookings Institution Center on Urban and Metropolitan Policy Harvard University* (2002), accessed april 2, 2021, <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/caskey.pdf>

⁹ Ahmad Arisatul Cholikh, "Teori Efisiensi dalam Ekonomi Islam", *Islamic Economics Journal*, Ponorogo: *University of Darussalam Gontor*, Volume 1 Nomor 2 (2013), 167-182.

¹⁰ Osamu Saito, *Sharing Ecosystem Service: Building more Sustainable and Resilience Society* (Tokyo: Springer Nature Singapore, 2020), 1.

pada tahun 2012.¹¹ Teori ini merupakan pengembangan dari teori sebelumnya *Technology Acceptance Model* (TAM) yang pertama kali dikemukakan oleh Davis tahun 1986.¹² Viswanath Venkatesh merupakan seorang ahli teknologi dan informasi bisnis di universitas Pamplin, Virginia. Beliau merupakan peneliti senior di bidang *e-services*, *information systems* dan *technology adoption*.¹³

Menurut teori TAM penerimaan pengguna atas teknologi informasi diukur dengan dua persepsi yakni *ease of acces* dan *usefulness*.¹⁴ Venkatesh menjelaskan dalam UTAUT bahwa *effort expectancy*, *performance expectancy*, *fasilitas*, *social influence*, *facilitating condition* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dan *use of behavior*. UTAUT merupakan

¹¹ Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis and Fred D. Davis, "*User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*," *Management Information Systems Research Center*, University of Minnesota Volume 27 Nomor 3 (2012), 425-478.

¹² F.D. Davis, "*A technology acceptance model for empirically testing new end-user information system: theory and result*," *Doctoral Dissertation*, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA. (1986), 1-87.

¹³ Google Cendekia, Profil Dr Viwanath Vikatesh, accessed March 21, 2021 <https://scholar.google.com/citations?user=C-7sFjEAAAAJ&hl=en>

¹⁴ .D. Davis, "*A technology acceptance model for empirically testing new end-user information system: theory and result*," *Doctoral Dissertation*, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA. (1986), 3.

teori yang digunakan untuk mengukur model penerimaan dan penggunaan teknologi pada lingkungan kerja, teori ini dianggap kurang relevan jika digunakan dalam penerimaan teknologi pada masyarakat umum. Venkatesh kemudian menyempurnakan penelitiannya kembali dengan menambahkan 3 konstruk yakni, *hedonic motivation*, *habit* dan *trust*.

Hedonic motivation diambil dari konsep *perceived of enjoyment*,¹⁵ *habit* berasal dari *perceived of benefits*¹⁶ sedangkan *trust* merupakan bentuk lain dari *experience*.¹⁷ Kemudian Riek, Bohme dan Moore membuktikan secara empiris bahwa *trust* turut serta memengaruhi penerimaan.¹⁸ Berdasarkan pemaparan tersebut, maka konstruk yang diuji dalam penelitian ini di antaranya *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *facilitating*

¹⁵ Heijden, Hans van der. "User Acceptance of Hedonic Information Systems," 695–704., James Y.L. Thong, Se-Joon Hong, Kar Yan Tam, "The effects of post-adoption beliefs on the expectation-confirmation model for information technology continuance," 799-810.

¹⁶ Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D., "Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations", 307-319.

¹⁷ Kim, S. S., & Malhotra, N. K., "Predicting System Usage from Intention and Past Use: Scale Issues in the Predictors," 187–196., Venkatesh, Viswanath, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, and Fred D. Davis. "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," 425.

¹⁸ M. Riek, R. Bohme and T. Moore, "Measuring the Influence of Perceived Cybercrime Risk on Online Service Avoidance," in *IEEE Transactions on Dependable and Secure Computing*, Volume 13 Nomor 2 (2015), 261-273.

condition, *hedonic motivation*, *habit* dan *trust* yang diuji pengaruhnya terhadap variabel *behavioral intention to use* dan *actual system use*.

Variabel-variabel tersebut kemudian menjadi indikator yang membentuk variabel laten *usefulness* dan *ease of acces*.¹⁹ Sedangkan variabel *use of bahaviour* pada teori Venkatesh tahun 2012 dalam penelitian ini diganti dengan menggunakan variabel *actual system use* sesuai dengan yang dikemukakan Davis pada teori TAM. Hal ini dilakukan mengingat bahwa penelitian ini menjelaskan penggunaan *FinTech* dalam kegiatan transaksi sehari-hari pada masyarakat *unbanked*.²⁰ Sementara variabel *use behavior* hanya menjelaskan tentang proses adopsinya saja. Variabel lain yang ditambahkan dalam penelitian ini adalah *preference*, hal ini karena faktor *preference* merupakan factor yang penting dalam melihat model penggunaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

¹⁹ Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis and Fred D. Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *Management Information Systems Research Center*, University of Minnesota Volume 27 Nomor 3 (2012), 425-478.

²⁰ F.D. Davis, "A technology acceptance model for empirically testing new end-user information system: theory and result," *Doctoral Dissertation*, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA. (1986), 1-87.

Pembahasan tentang *FinTech* bukan sesuatu yang sepenuhnya modern, perkembangannya dimulai sejak pertengahan abad ke-19. *FinTech* mulai dikenal setelah kemunculan telegraf pada tahun 1838 dan selesainya pembangunan jaringan kebel transatlantik pada tahun yang mempermudah akses informasi.²¹ Pada tahun 1990 perubahan transmisi analog ke transmisi digital memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan *FinTech*.²² Pada tahun 2009 ATM disebut sebagai inovasi *FinTech* yang paling berpengaruh.²³ Layanan ini merupakan gambaran terbaik antara layanan keuangan dan teknologi.²⁴ Setelah krisis keuangan tahun 2008, layanan keuangan perbankan banyak dibatasi oleh regulasi, sementara *FinTech* dengan modal yang kecil dapat sangat gesit bergerak.²⁵ Perkembangan *smartphone*

²¹ *Ibid.*, 14.

²² *Ibid.*, 16.

²³ Paul Volcker, *The Only Thing Useful Banks have Invented in 20 Years is The ATM*, *The New York Post*, accessed March 14, 2021, <https://nypost.com/2009/12/13/the-only-thing-useful-banks-have-invented-in-20-years-is-the-atm/>

²⁴ Bernardo Nicoletti, *the Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Service*, 15.

²⁵ Parag Y. Arjunwankar, *FinTech: The Technology Driving Disruption in the Financial Services Industry*, 28.

memungkinkan *FinTech* bertransformasi menjadi aplikasi-aplikasi dengan dukungan *artificial intelligence*.²⁶

FinTech bukan hanya inovasi layanan di negara-negara maju, namun juga solusi akses layanan keuangan untuk negara-negara berkembang.²⁷ *FinTech* memberikan layanan keuangan yang efisien dan dapat diakses oleh semua orang.²⁸ *FinTech* kemudian menjadi bagian dari industri pelayanan keuangan paling menjanjikan pada tahun 2016.²⁹

2. *Preference* (Z)

Preference didefinisikan sebagai kecenderungan untuk mendahulukan sesuatu.³⁰ *Preference* juga dapat diartikan sebagai minat yang lebih terhadap sesuatu disertai asumsi bahwa hal itu lebih baik untuk dipilih.³¹ *Preference* yang

²⁶ *Ibid.*, 30.

²⁷ *Ibid.*, 32.

²⁸ Alam, Gupta dan Zamani, *FinTech and Islamic Finance: Digitalization, Development and Disruption*, 12.

²⁹ Susanne Christi dan Janos Barberis, *The FinTech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries* (Chichester: 2016, Wiley), 6.

³⁰ Meidar FM, *Kamus Lengkap Exclusive Inggris-Indonesia* (Jakarta: ESKA Media, 1997)133.

³¹ Putu Sihendra, Analisa Tingkat *Preference* Pegawai Negeri Sipil Pemerintah Kabupaten Badung Terhadap Perumahan Menyongosong Pupem Baru. *Jurnal Teknik Sipil*. 2007. Volume 11. Nomor 2: 124.

dimaksud dalam penelitian ini ialah pertimbangan seseorang tentang kesesuaian *FinTech* dengan standar dan nilai-nilai layanan ekonomi Islam. Konstruk ini menjadi penting karena seringkali sebuah layanan keuangan tidak dipilih karena terbentur dengan *preference*. *Preference* yang dimaksud adalah kecenderungan subjektif tentang hukum layanan *FinTech*. Adapaun indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *preference* ialah tanggapan,³² pendapat³³ dan penilaian.³⁴

FinTech didefinisikan secara umum sebagai inovasi di bidang teknologi yang memungkinkan perubahan dalam model bisnis, aplikasi, produk dan layanan keuangan yang lebih efisien.³⁵ *FinTech* memberikan mendukung revolusi dalam bidang pembayaran, tabungan, fasilitas konsultasi keuangan yang lebih cepat, murah dari segi biaya dan mudah diakses melalui teknologi.³⁶ Perkembangan layanan keuangan berbasis

³² Abu Ahmadi, *Psikologi Umum* (Surabaya: Bina Ilmu, 1982) 43.

³³ Kartini Kartono, *Psikologi Sosial untuk Manajemen, Perusahaan dan Industri* (Jakarta: Rajawali, 1991) 304.

³⁴ Alo Liliweri, *Persepsi Teoritis, Komunikasi antar Pribadi* (Bandung: Cipta Aditya Bakti, 1994) 173.

³⁵ Nicoletti, *the Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Service*, 3.

³⁶ Musa Gün, "Impact of Financial Technology (*FinTech*) on Islamic Finance and Financial Stability: The Path to *FinTech* Development Research on Islamic Finance in Turkey," Recep Tayyip Erdogan

FinTech memiliki tantangan tersendiri, hal ini terlihat dari aturan transaksi dalam ekonomi Islam yang mensyaratkan beberapa hal dalam mekanisme transaksi dan hal ini dapat menimbulkan dampak beragam dalam adopsi *FinTech* di beberapa negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam misalnya Oman dan Turki.

Oman menjadi negara dengan adopsi *fintech* yang rendah dengan faktor keamanan menjadi pertimbangan utama.³⁷ Hal ini berbeda dengan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam lain misalnya Turki. Akses *FinTech* di Turki dengan penduduk mayoritas beragama Islam lebih tinggi dari rata-rata mayoritas negara lain di Eropa. Preferensi menjadi salah satu factor penting yang memengaruhi adopsi *FinTech*.³⁸ Negara dari kawasan Asia yang berhasil menerapkan adopsi *FinTech* dengan baik lainnya adalah

University, Turkey, 2020, hlm 32, accessed 1 Maret 2022, <https://www.igi-global.com/chapter/the-path-to-fintech-development-research-on-islamic-finance-in-turkey/236799>

³⁷ S. Ananda, Sonal Davesh and Anis Moosa Al-Lawati, “*What factors drive the adoption of digital banking? An empirical study from the perspective of Omani retail banking,*” *Journal of Financial Marketing* Volume 1 Nomor 25 (2020),

³⁸ Musa Gün, “*Impact of Financial Technology (FinTech) on Islamic Finance and Financial Stability: The Path to FinTech Development Research on Islamic Finance in Turkey,*” Recep Tayyip Erdogan University, Turkey, 2020, hlm 32, accessed 1 Maret 2022, <https://www.igi-global.com/chapter/the-path-to-fintech-development-research-on-islamic-finance-in-turkey/236799>

Bangladesh. Bangladesh dan Turki adalah dua contoh negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam yang menjadi gambaran nyata bahwa faktor preferensi ekonomi Islam memberikan dampak yang berbeda-beda dalam memengaruhi model adopsi *FinTech* pada negara-negara dengan penduduk mayoritas beragama Islam.³⁹

Preferensi nilai-nilai ekonomi syariah tetap menjadi faktor terpenting dalam pertimbangan pilihan transaksi.⁴⁰ Namun, masyarakat tetap tidak dapat mengabaikan nilai-nilai ekonomis dalam betransaksi.⁴¹ Artinya, dalam menganalisis model penerimaan *fintech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia preferensi menjadi *variable* yang sangat penting untuk mendiskripsikan model dengan lebih baik. Pertama, karena mayoritas penduduk beragama Islam dunia berada di

³⁹ Syed Magfur Ahmad dan Abdullah Al Mamun, “Opportunities of Islamic Fintech: the Case of Bangladesh and Turkey”, *CenRaPS Journal of Social Science* Volume 3 Nomor 1 (2021), accessed

01

⁴⁰ Hassan, M.K., Hossain, S. and Unsal, O. (2018), "Religious Preference and Financial Inclusion: The Case for Islamic Finance", Hassan, M.K. and Rashid, M. (Ed.) *Management of Islamic Finance: Principle, Practice, and Performance (International Finance Review, Vol. 19)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 93-111

⁴¹ Delta Khairunnisa, *Consumer's Preference towards Islamic Banking*, *Tazkia Islamic Finance and Business Review* Volume, 10.1, 2019, 50-60.

Indonesia,⁴² artinya potensi preferensi nilai-nilai ekonomi Islam menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan mekanisme transaksi keuangan di Indonesia tinggi. Kedua, ada faktor lain yang sangat mungkin dipertimbangkan yakni faktor efisiensi transaksi keuangan dengan menggunakan *fintech*.

Pertumbuhan *fintech* di China hamper mencapai dua kali lipat pertumbuhan *Gross Domestic Product* dalam waktu 5 tahun.⁴³ Artinya di negara lain, adopsi *fintech* dapat dijelaskan menggunakan faktor ekonomi saja, sedangkan di Indonesia faktor preferensi menjadi sangat penting mengingat latar belakang ekonomi Islam yang sangat kental di Indonesia.

3. Behavioral Intention to Use (Y)

Behavioral Intention to Use diartikan sebagai niat masyarakat *unbanked* untuk menggunakan *FinTech* dalam mengakses layanan keuangan.⁴⁴ *Behavioral intention to use*

⁴² *The Royal Islamic Strategic Studies Centre*, RISSC: Populasi Muslim Indonesia Terbesar di Dunia, accessed 22 February 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/rissc-populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia#:~:text=Indonesia%20menjadi%20negara%20dengan%20populasi,7%25%20dari%20total%20penduduk%20Indonesia.>

⁴³ Cathie Wood, Investing in Disruptive Innovation, SingularityU ExFin South Africa Summit, 2019 accessed 22 February 2022, <https://www.youtube.com/watch?v=eE6u67Ph768>

⁴⁴ Hu 199

juga didefinisikan sebagai niat untuk menggunakan kembali *FinTech* di masa mendatang.⁴⁵ *Behavioral intention to use* pertama kali dikemukakan oleh Davis sebagai bagian dari teori TAM, namun kemudian Venketesh tetap mempertahankannya sebagai variabel yang berpengaruh pada teorinya UTAUT 2. Berdasarkan data tersebut maka, variabel *behavioral intention to use* menjadi variabel dependen dalam penelitian ini.

4. *Ease of Acces* (X_1)

Berikut adalah indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel *ease of acces*:

- a. *Performance expectancy* mendefinisikan bahwa penggunaan *FinTech* dapat membantu masyarakat *unbanked* dalam mengakses layanan keuangan.⁴⁶ *Performance expectancy* dapat diukur menggunakan 2 indikator yakni kegunaan⁴⁷ dan keuntungan relatif.⁴⁸

⁴⁵ Venkatesh, Viswanath, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, and Fred D. Davis. "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," 426.

⁴⁶ *Ibid.*, 465.

⁴⁷ Davis, F. D, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS quarterly*, (1989), 319-340.

⁴⁸ Moore, G. C., & Benbasat, I, "Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology

- b. *Effort expectancy* mendefinisikan bahwa penggunaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* dapat menghemat waktu dan tenaga untuk mengakses layanan keuangan.⁴⁹ *Effort expectancy* diukur menggunakan indikator efisiensi layanan⁵⁰ dan kemudahan penggunaan.⁵¹
- c. *Social influence* penggunaan *FinTech* karena adanya dorongan pengaruh sosial pada masyarakat *unbanked*.⁵² Indikator yang digunakan untuk mengukur *social influence* adalah nilai subjektif⁵³ dan faktor-faktor sosial.⁵⁴

innovation,” Information systems research Volume 2 Nomor 3 (1991), 192-222.

⁴⁹ Venkatesh, Viswanath, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, and Fred D. Davis. “*User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View,*” 474.

⁵⁰ Boyd, C. E., Tucker, C., McNevin, A., Bostick, K., & Clay, J, “Indicators of resource use efficiency and environmental performance in fish and crustacean aquaculture,” *Reviews in Fisheries science* Volume 15 Nomor 4 (2007), 327-360.

⁵¹ Moore, G. C., & Benbasat, I, “*Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation,*” 197.

⁵² Venkatesh, Viswanath, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, and Fred D. Davis. “*User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View,*” 477.

⁵³ Ajzen, I., & Fishbein, M, “*A Bayesian analysis of attribution processes,*” *Psychological bulletin* Volume 82 Nomor 2 (1975), 261., Davis, F. D, “*Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,*” *MIS quarterly*, (1989), 319-340. Ajzen, I, “*The theory of planned behavior,*” *Organizational behavior and human decision processes* Volume 50 Nomor 2 (1991), 179-211., Mathieson, K, “*Predicting*

d. *Facilitating condition* adalah dukungan fasilitas baik berupa internet atau *smartphone* yang dimiliki masyarakat *unbanked* untuk mengakses *FinTech*. Indikator yang digunakan untuk mengukur *facilitating condition* adalah kontrol perilaku⁵⁵ dan dan kondisi-kondisi yang memfasilitasi.⁵⁶

5. *Usefulness* (X₁)

Berikut indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel *usefulness* dalam penelitian ini:

a. *Hedonic motivation* adalah perasaan senang yang dirasakan masyarakat *unbanked* saat mengakses *FinTech*.⁵⁷ *Hedonic motivation* memberikan pengaruh yang signifikan dalam

user intentions: comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior,” Information systems research Volume 2 Nomo 3 (1991), 173-191.,

⁵⁴ Brown, P., Rothwell, J. C., Thompson, P. D., Britton, T. C., Day, B. L., & Marsden, C. D, “*New observations on the normal auditory startle reflex in man,*” *Brain*, Volume 114 Nomor 4 (1991), 1891-1902.

⁵⁵ Ajzen, I, “*The theory of planned behavior,*” , 182.

⁵⁶ Brown, P., Rothwell, J. C., Thompson, P. D., Britton, T. C., Day, B. L., & Marsden, C. D, “*New observations on the normal auditory startle reflex in man,*” 1895.

⁵⁷ Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X, “*Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology,*” *MIS quarterly*, (2012), 157-178.

pembentukan *preference* pada penerimaan *FinTech*.⁵⁸ Perasaan ini muncul karena fintech merupakan inovasi teknologi baru⁵⁹ yang mampu mendorong *behavioral intention to use*.⁶⁰ *Hedonic motivation* terbukti sebagai salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap *behavioral intention to use*.⁶¹

b. *Habit* dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan masyarakat *unbanked* untuk menggunakan *FinTech* dalam mengakses layanan keuangan.⁶² *Habit* terbukti merupakan salah satu konstruk dasar yang membentuk perilaku

⁵⁸ Dabholkar, P. A., & Bagozzi, R. P., “An attitudinal model of technology-based self-service: moderating effects of consumer traits and situational factors,” *Journal of the academy of marketing science*, Volume 30 Nomor 3 (2002), 184-201

⁵⁹ Riffai, M. M. M. A., Grant, K., & Edgar, D., “Big TAM in Oman: Exploring the promise of on-line banking, its adoption by customers and the challenges of banking in Oman,” *International journal of information management*, Volume 32 Nomor 3 (2012), 239-250.

⁶⁰ Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X., “Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology,” 175.

⁶¹ Curran, J. M., & Meuter, M. L., “Encouraging existing customers to switch to self-service technologies: put a little fun in their live,” *Journal of Marketing Theory and Practice*, Volume 15 Nomor 4 (2007), 283-298.

⁶² Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X., “Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology,” 161.

seseorang.⁶³ *Habit* dibentuk oleh perilaku seseorang yang dilakukan terus-menerus sehingga secara otomatis menjadi kecenderungan.⁶⁴ *Habit* terbukti secara empiris berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use*.⁶⁵

- c. *Trust* didefinisikan sebagai kemauan masyarakat *unbanked* untuk menggunakan *FinTech* berdasarkan keyakinan mereka keandalannya.⁶⁶ *Trust* merupakan bagian penting dari *behavioral intention to use*.⁶⁷ *Trust* menjadi penting karena mengandung pertimbangan-pertimbangan tentang ketidakpastian, heterogenitas dan ketidakjelasan terutama pada *FinTech* yang berbasis layanan *online*.⁶⁸ Layanan keuangan merupakan aspek yang sensitif sehingga

63 *Ibid.*, 177.

64 Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M., "How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance," *MIS quarterly*, (2007), 705-737.

65 Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X., "Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology," 161.

66 Kim, S. S., & Malhotra, N. K., "Predicting System Usage from Intention and Past Use: Scale Issues in the Predictors," 187-196.,

67 Flavián, C., Guinalú, M., & Gurrea, R., "The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty," *Information & management* Volume 43 Nomor 1 (2006), 1-14.

68 Boudreau, M. C., Gefen, D., & Straub, D. W., "Validation in information systems research: A state-of-the-art assessment," *MIS quarterly*, (2001), 1-16.

masyarakat *unbanked* memerlukan *trust* untuk menggunakan *FinTech* sebagai alat akses mereka.⁶⁹ *Trust* merupakan faktor yang penting dan berpengaruh besar terhadap *behavioral intention to use*.⁷⁰

B. Kajian Teori

Teori tentang penerimaan *FinTech* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang dikemukakan Venkatesh tahun 2012.⁷¹ Teori ini merupakan pengembangan dari teori sebelumnya *Technology Acceptance Model* (TAM) yang pertama kali dikemukakan oleh Davis tahun 1986.⁷² Viswanath Venkatesh merupakan seorang ahli teknologi dan informasi bisnis di universitas Pamplin, Virginia. Beliau merupakan

⁶⁹ Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W., "Trust and TAM in online shopping: An integrated model," *MIS quarterly* (2003), 51-90.

⁷⁰ Flavián, C., Guinaliú, M., & Gurrea, R., "The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty," *Information & management* Volume 43 Nomor 1 (2006), 1-14.

⁷¹ Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis and Fred D. Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota* Volume 27 Nomor 3 (2012), 425-478.

⁷² F.D. Davis, "A technology acceptance model for empirically testing new end-user information system: theory and result," *Doctoral Dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.* (1986), 1-87.

peneliti senior di bidang *e-services, information systems dan technology adoption*.⁷³

Menurut teori TAM penerimaan pengguna atas teknologi informasi diukur dengan dua persepsi yakni *ease of acces* dan *usefulness*.⁷⁴ Venkatesh menjelaskan dalam UTAUT tahun 2003 bahwa *effort expectancy, performance expectancy, fasilitas, social influence, facilitating condition* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dan *use of behavior*. UTAUT merupakan teori yang digunakan untuk mengukur model penerimaan dan penggunaan teknologi pada lingkungan kerja, teori ini dianggap kurang relevan jika digunakan dalam penerimaan teknologi pada masyarakat umum. Venkatesh kemudian menyempurnakan penelitiannya kembali dengan menambahkan 3 konstruk, *hedonic motivation, habit* dan *trust*.

Hedonic motivation diambil dari konsep *perceived of enjoyment*,⁷⁵ *habit* berasal dari *perceived of benefits*⁷⁶

⁷³ Google Cendekia, Profil Dr Viwanath Vikatesh, accessed March 21, 2021 <https://scholar.google.com/citations?user=C-7sFjEAAAAJ&hl=en>

⁷⁴ .D. Davis, "A *technology acceptance model for empirically testing new end-user information system: theory and result*," *Doctoral Dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA*. (1986), 3.

⁷⁵ Heijden, Hans van der. "User Acceptance of Hedonic Information Systems." *MIS Quarterly* 28, no. 4 (2004), 695–704. James Y.L. Thong, Se-Joon Hong, Kar Yan Tam, "The effects of post-adoption beliefs on the

sedangkan *trust* merupakan bentuk lain dari *experience*.⁷⁷ Kemudian Riek, Bohme dan Moore membuktikan secara empiris bahwa *trust* turut serta memengaruhi penerimaan.⁷⁸

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka konstruk yang diuji dalam penelitian ini adalah *ease of acces* dan *usefulness*. Kedua konstruk tersebut tidak dapat berdiri sendiri melainkan harus diukur menggunakan indikator-indikator. Indikator yang digunakan untuk mengukur *ease of acces* ialah *effort expectancy*, *performance expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*. Sementara indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk *usefulness* ialah *hedonic motivation*, *habit* dan *trust*.

expectation-confirmation model for information technology continuance," *International Journal of Human-Computer Studies*, Volume 64, Issue 9 (2006), 799-810.

⁷⁶ Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D., "Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations", *Journal of Marketing Research*, Nomor 28 Volume 3 (1991). 307-319.

⁷⁷ Kim, S. S., & Malhotra, N. K., "Predicting System Usage from Intention and Past Use: Scale Issues in the Predictors," *Decision Sciences*, Volume 36 Nomor 1 (2005), 187-196. Venkatesh, Viswanath, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, and Fred D. Davis. "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View." *MIS Quarterly* Volume 27 Nomor 3 (2003), 425.

⁷⁸ M. Riek, R. Bohme and T. Moore, "Measuring the Influence of Perceived Cybercrime Risk on Online Service Avoidance," in *IEEE Transactions on Dependable and Secure Computing*, Volume 13 Nomor 2 (2015), 261-273.

Pembahasan tentang *FinTech* bukan sesuatu yang sepenuhnya modern, perkembangannya dimulai sejak pertengahan abad ke-19. *FinTech* mulai dikenal setelah kemunculan telegraf pada tahun 1838 dan selesainya pembangunan jaringan kabel trans atlantik pada tahun yang mempermudah akses informasi.⁷⁹ Pada tahun 1990 perubahan transmisi analog ke transmisi digital memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan *FinTech*.⁸⁰ Pada tahun 2009 ATM disebut sebagai inovasi *FinTech* yang paling berpengaruh.⁸¹ Layanan ini merupakan gambaran terbaik antara layanan keuangan dan teknologi.⁸²

Setelah krisis keuangan tahun 2008, layanan keuangan perbankan banyak dibatasi oleh regulasi, sementara *FinTech* dengan modal yang kecil dapat sangat gesit bergerak.⁸³ Perkembangan *smartphone* memungkinkan *FinTech*

⁷⁹ *Ibid.*, 14.

⁸⁰ *Ibid.*, 16.

⁸¹ Paul Volcker, *The Only Thing Useful Banks have Invented in 20 Years is The ATM*, *The New York Post*, accessed March 14, 2021, <https://nypost.com/2009/12/13/the-only-thing-useful-banks-have-invented-in-20-years-is-the-atm/>

⁸² Bernardo Nicoletti, *the Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Service*, 15.

⁸³ Parag Y. Arjunwankar, *FinTech: The Technology Driving Disruption in the Financial Services Industry*, 28.

bertransformasi menjadi aplikasi-aplikasi dengan dukungan *artificial intelligence*.⁸⁴

FinTech bukan hanya inovasi layanan di negara-negara maju, namun juga solusi akses layanan keuangan untuk negara-negara berkembang.⁸⁵ *FinTech* memberikan layanan keuangan yang efisien dan dapat diakses oleh semua orang.⁸⁶ *FinTech* kemudian menjadi bagian dari industri pelayanan keuangan paling menjanjikan pada tahun 2016.⁸⁷ Tanzania merupakan negara yang berhasil mengembangkan *FinTech* untuk menjangkau masyarakat *unbanked* melalui layanan *wallets*.⁸⁸ *FinTech* juga tumbuh signifikan di negara berkembang melalui layanan M-PESA. M-PESA telah meningkatkan 40% akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* di Kenya dalam kurun waktu 2 tahun.⁸⁹ Peningkatan penggunaan M-PESA

⁸⁴ *Ibid.*, 30.

⁸⁵ *Ibid.*, 32.

⁸⁶ Alam, Gupta dan Zamani, *FinTech and Islamic Finance: Digitalization, Development and Disruption*, 12.

⁸⁷ Susanne Christi dan Janos Barberis, *The FinTech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries* (Chicester: 2016, Wiley), 6.

⁸⁸ Parag Y. Arjunwankar, *FinTech: The Technology Driving Disruption in the Financial Services Industry*, 31.

⁸⁹ William Jack and Tavneet Suri, "The Economics of M-PESA," *Journal of Georgetown University* (2010), 1-20.

menurunkan kecenderungan orang untuk menggunakan mekanisme layanan jasa keuangan informal.⁹⁰



⁹⁰ Isaac Mbiti and David N. Weil, “*Mobile Banking: The Impact of M-Pesa in Kenya*,” *National Bureau of Economic Research, Massachusetts Avenue Cambridge* Volume 2 Nomor 17129 (2011), 1-57.

BAB III

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

A. Kerangka Konseptual

FinTech telah mengubah sistem layanan keuangan sebagaimana internet mengubah industri percetakan.¹ *Unbanked* ialah kelompok masyarakat yang tidak memiliki tabungan di bank,² *FinTech* memungkinkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* dengan memanfaatkan jaringan internet.³ *FinTech* menjadi bagian dari industri keuangan dengan pertumbuhan paling menjanjikan pada tahun 2016.⁴ *FinTech* terbukti dapat menjangkau masyarakat *unbanked* melalui layanan *wallets* dengan meningkatkan 40%

¹ Nafis Alam, Lokesh Gupta dan Abdolhossein Zamani, *FinTech and Islamic Finance: Digitalization, Development and Disruption*, 13.

² Booz-Allen & Hamilton Shugoll, "Mandatory EFT Demographic Study," *Research, A report prepared for the U.S. Department of Treasury*, 1-26.

³ Ahmad Arisatul Cholik, "Teori Efisiensi dalam Ekonomi Islam", 167-182.

⁴ Susanne Christi dan Janos Barberis, *The FinTech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries*, 6.

akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* di Kenya dalam kurun waktu 2 tahun.⁵

Potensi peningkatan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* dengan memanfaatkan *FinTech* di Indonesia sangat besar dilihat dari jumlah penduduk muda dan pertumbuhan akses internet yang tinggi.⁶ Jika dibandingkan dengan negara lain, pertumbuhan akses *FinTech* di Indonesia masih jauh tertinggal.⁷ *FinTech* terbukti berdampak signifikan terhadap masyarakat *unbanked*, misalnya di Tanzania, Kenya dan Brazil⁸, namun hal ini tidak terjadi di Indonesia. Artinya, terdapat faktor yang menyebabkan perbedaan model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

Secara sederhana model penerimaan *FinTech* dan perannya dalam meningkatkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* di Indonesia dalam penelitian ini digambarkan dalam skema berikut:

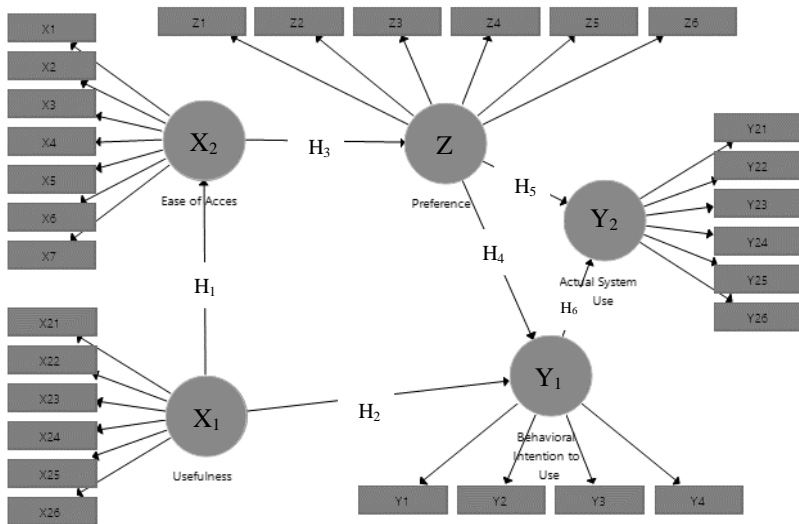
⁵ William Jack and Tavneet Suri, “*The Economics of M-PESA*,” 1-20.

⁶ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Survei pengguna internet periode 2019-kuartal II 2020, *accessed* Apr 9, 2021, <https://tekno.kompas.com/read/2020/11/10/07160027/pengguna-internet-indonesia-mendekati-angka-200-juta>

⁷ Lorentino Togar Laut dan Dinar Melani Hutajulu, “*FinTech* dan E-Commerce untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM dan Industri Kreatif,” 334.

⁸ *Ibid.*, 336.

3.1. Gambar Model Penelitian



Sumber: Data Primer Diolah, 2022

B. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. H_0 : *Usefulness* tidak berpengaruh terhadap *ease of acces* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia

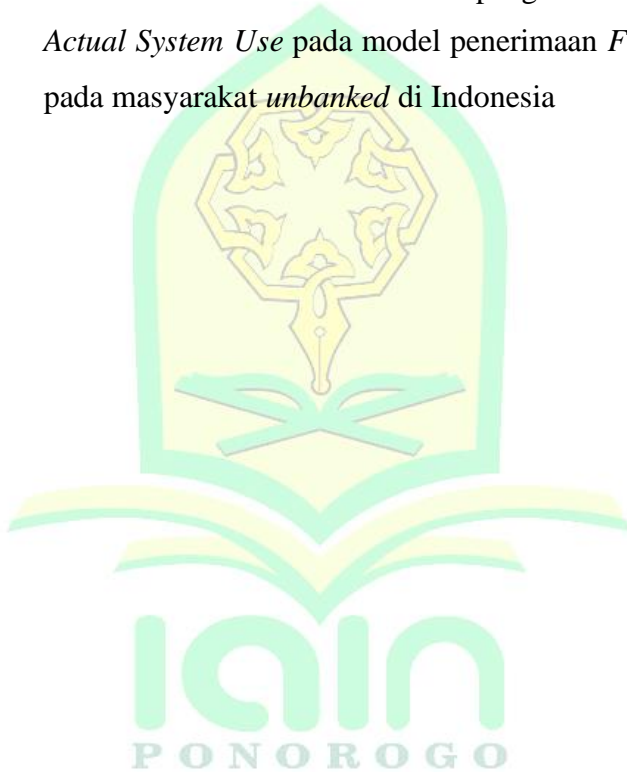
H_1 : *Usefulness* berpengaruh terhadap *ease of acces* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia

- b. H_0 : *Usefulness* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia
- H_1 : *Usefulness* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia
- c. H_0 : *Ease of Acces* tidak berpengaruh terhadap *Preference* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia
- H_1 : *Ease of Acces* berpengaruh terhadap *Preference* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia
- d. H_0 : *Preference* tidak berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia
- H_1 : *Preference* berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia
- e. H_0 : *Preference* tidak berpengaruh terhadap *Actual System Use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia
- H_1 : *Preference* tidak berpengaruh terhadap *Actual System Use* pada model penerimaan *FinTech* pada

masyarakat *unbanked* di Indonesia

f. H_0 : *Behavioral Intention to Use* tidak berpengaruh terhadap *Actual System Use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia

H_1 : *Behavioral Intention to Use* berpengaruh terhadap *Actual System Use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia



BAB IV

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif analitis.¹ Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah UTAUT 2 dengan konstruk yang telah dimodifikasi. Terdapat 4 konstruk dalam penelitian ini, 2 konstruk variabel indikator yakni *ease of acces* yang diwakili X_1 dan *usefulness* yang diwakili X_2 , 1 konstruk variabel moderasi dan 1 konstruk variabel laten. Terdapat empat indikator yang membentuk *ease of acces* yakni $X_{1.1}$ mewakili *Performance Expectancy* (PE), $X_{1.2}$ mewakili *Effort Expectancy* (EE), $X_{1.3}$ mewakili *Social Influence* (SI) dan $X_{1.4}$ mewakili *Facilitating Condition* (FC). Indikator pembentuk variabel *Usefulness* ada 3 yakni $X_{2.1}$ mewakili *Hedonic Motivation* (HM), $X_{2.2}$ mewakili *Habit* (H) dan $X_{2.3}$ mewakili *Trust* (T). Variabel moderasi dalam penelitian ini yakni Z mewakili *Preference*. Variabel laten endogen dalam penelitian ini yakni Y_1 yang mewakili *behavioral intention to use* dan Y_2 yang mewakili *actual system use*.

¹ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 173.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis jalur dengan menggunakan bantuan *software smart partial last square* (Smart-PLS). Metode ini dipilih karena dianggap mampu mengukur konstruk melalui indikator-indikator yang ada. Smart-PLS juga mampu menganalisis variabel indikator, variabel laten serta derajat kesalahan pengukurannya. Teori ini digunakan untuk mengukur adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* dari sisi motivasi keputusan dan perilaku pengguna dalam proses adopsi *FinTech*. Teori ini mengidentifikasi perilaku pengguna dalam mengadopsi *FinTech* dengan melihat dua sisi yakni sisi internal dalam bentuk niat, motivasi dan preferensi serta sisi eksternal misalnya pengaruh sosial, kondisi fasilitas, performa aplikasi dan usaha yang dibutuhkan.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ialah masyarakat *unbanked* di Indonesia dengan rentang umur 17-45 tahun. Kriteria ini dipilih karena termasuk dalam umur produktif sehingga mereka membutuhkan akses terhadap layanan

keuangan untuk mendukung aktifitasnya. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 92.100.000 orang.²

Perhitungan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{92.100.000}{1 + 92.100.000(0.1)^2}$$

$$n = 100 \text{ orang}^3$$

Perhitungan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus *Slovin* karena data dalam penelitian diasumsikan berdistribusi normal.⁴ Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik *random sampling*, dimana responden terlebih dahulu dipastikan memenuhi kriteria yang sesuai dengan penelitian ini. *Random sampling* memberikan kesempatan kepada setiap responden memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel dalam penelitian ini.

² Bain & Company, "Fulfilling its Promise – The Future of Southeast Asia's Digital Financial Services, accessed March 28, 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/08/92-juta-penduduk-dewasa-indonesia-belum-tersentuh-layanan-finansial>

³ Data sampel responden penelitian setelah dihitung menggunakan rumus Slovin dengan nilai signifikansi 0,1.

⁴ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, 181.

C. Instrumen Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data primer⁵ yang berasal dari jawaban responden yang diperoleh melalui penyebaran angket kuisisioner.⁶ Kuisisioner ini ialah butir-butir pernyataan yang diolah berdasarkan indikator masing-masing konstruk dalam penelitian ini. Penyebaran kuisisioner dan pengumpulan data dilaksanakan melalui formulir *online* dengan pertimbangan efektifitas jangkauan luas wilayahnya serta waktu dan biaya yang lebih efisien. Responden penelitian diambil menggunakan teknik *random sampling*.⁷ Data diukur menggunakan skala likert, skala ini berhubungan dengan pernyataan seseorang tentang sikap seseorang terhadap sesuatu⁸ dengan rentangan sebagai berikut:

Tabel 4.1

Skala pengukuran

| Sangat tidak setuju | Tidak setuju | Setuju | Sangat setuju |
|---------------------|--------------|--------|---------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |

⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, 103.

⁶ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 110.

⁷ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 185.

⁸ *Ibid.*, 154.

D. Lokasi Penelitian dan Pengumpulan Data

Populasi masyarakat *unbanked* di Indonesia menempati posisi tertinggi keempat di dunia. Kebutuhan layanan keuangan di Indonesia sangat besar, sementara kemampuan perbankan terbatas. Potensi peningkatan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* dengan memanfaatkan *FinTech* di Indonesia sangat besar. Hal ini dapat dilihat dari jumlah populasi penduduk muda dan pertumbuhan akses internet yang tinggi.⁹ Namun, kenyataannya hal ini tidak terjadi. Berdasarkan data tersebut, maka lokasi penelitian ini adalah di seluruh wilayah Indonesia dengan mengambil responden dari masing-masing wilayah.

E. Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah kuesioner pada penelitian ini dapat mengukur variabel penelitian.¹⁰ Pengujian validitas dalam penelitian ini

⁹ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Survei pengguna internet periode 2019-kuartal II 2020, *accessed* April 9, 2021, <https://tekno.kompas.com/read/2020/11/10/07160027/pengguna-internet-indonesia-mendekati-angka-200-juta>

¹⁰ *Ibid.*, 129.

menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung (nilai *Pearson Correlation*) dengan nilai *r* tabel untuk *Degree of Freedom* ($df = n - 2$ (*n* ialah jumlah sampel)). Dengan jumlah sampel (*n*) ialah 30 dan tingkat signifikansi 0,05, maka nilai *r* tabel dalam penelitian ini ialah $r(0,05;30-2 =28) = 0,361$. Jika *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel dan berkorelasi positif, maka butir atau pertanyaan tersebut valid.¹¹ Konstruk yang diuji validitas dalam penelitian ini adalah *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, habit, trust, preference* dan *behavioral intention to use* dan *actual system use*.

2. Reliabilitas

Kuisisioner dalam penelitian ini reliabel atau handal jika jawaban responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.¹² Reliabilitas kuisisioner dapat dilihat dari nilai *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.¹³

¹¹ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 158.

¹² Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, 135.

¹³ *Ibid.*, 185.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan uji PLS dan analisis deskriptif. Uji PLS digunakan karena dianggap lebih sesuai digunakan untuk menggambarkan pengaruh konstruk-konstruk dalam penelitian ini. Uji PLS memberikan gambaran model yang lebih baik dibandingkan dengan model regresi tentang model penerimaan fintech dan perannya dalam peningkatan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Analisis deskriptif yang dimaksud ialah analisis ilmiah tentang hasil uji PLS dan kemudian menghubungkannya dengan fenomena yang ada di lapangan. Analisis dilanjutkan dengan menjelaskan lebih jauh tentang model penerimaan *FinTech* dan perannya dalam meningkatkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisis data penelitian sebagai berikut:

1. Pengujian *Outer model*

Model penelitian ini dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dan dibantu dengan software SmartPLS 3.0. PLS digunakan dalam penelitian ini karena mampu mengukur data yang memiliki hubungan yang

kompleks. PLS dapat digunakan untuk mengukur data dengan sampel kecil (30-100). PLS menggunakan asumsi non parametric sehingga tidak terfokus pada satu distribusi data tertentu.¹⁴ PLS mensyaratkan pengujian *outer model* dengan tahapan sebagai berikut:

a. Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dilakukan dengan melihat *item reliability* (indikator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. *Loading factor* adalah angka yang menunjukkan korelasi antara skor suatu item pertanyaan dengan skor indikator konstruk. Nilai *loading factor* dikatakan valid jika nilainya lebih besar dari 0,7. Terdapat rentangan nilai *loading factor* yakni 0,3 sebagai batas minimal dan nilai 0,5 dikategorikan sebagai batas validitas bernilai signifikan.

b. Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dilakukan dengan melihat nilai *cross loading* pengukuran konstruk. Nilai *cross loading* menunjukkan besarnya korelasi antara setiap konstruk dengan

¹⁴ Kurniawan, "Partial Least Square (PLS) Sebagai Metode Alternatif SEM Berbasis Varians (LISREL) dalam Eksplorasi Data Survey dan Data Mining," *Jurnal Telematika*, Volume 7 Nomor 1 (2011), 12.

indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Suatu model pengukuran memiliki validitas diskriminan yang baik apabila korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari konstruk blok lainnya.

Evaluasi selanjutnya, yaitu dengan membandingkan nilai akar AVE dengan korelasi antar konstruk. Hasil yang direkomendasikan adalah nilai akar AVE harus lebih tinggi dari korelasi antar konstruk.¹⁵ Model memiliki discriminant validity yang lebih baik apabila akar kuadrat AVE untuk masing-masing konstruk lebih besar dari korelasi antara dua konstruk di dalam model. Nilai AVE yang baik disyaratkan memiliki nilai lebih besar dari 0,50.

c. Uji Reliabilitas Komposit

Outer model selain diukur dengan menilai validitas konvergen dan validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan melihat reliabilitas konstruk atau variabel laten yang diukur dengan nilai reliabilitas komposit. Konstruk dinyatakan reliabel jika *composite reliability* mempunyai nilai > 0.7 .

¹⁵ *Ibid.*, 15.

d. Loading Outer model

Loading outer model dapat dilihat melalui tabel *loading outer model* pada hasil uji menggunakan *smart-PLS*. Standar yang digunakan dengan melihat nilai *P values*. Jika nilai *P values* kurang dari 0,05 artinya, *Loading Outer model* dalam penelitian ini baik.

2. Pengujian Inner model

Setelah pengujian *outer model* yang telah memenuhi, berikutnya dilakukan pengujian *inner model* (model structural). *Inner model* dapat dievaluasi dengan melihat *r-square* (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen dan nilai *t*-statistik dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Semakin tinggi nilai *r-square* berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai *path coefficients* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis.

a. Koefisien Inner model

Koefisien *inner model* dilihat untuk menjelaskan seberapa besar hubungan antara konstruk dalam penelitian ini saling memengaruhi berdasarkan jalur yang sudah dibuat. Koefisien *Inner model* dapat menjelaskan apakah pengaruh antar konstruk variabel yang ada bernilai positif atau negatif.

Koefisien *Inner model* juga dapat menjelaskan apakah pengaruh konstruk antar variable dalam peneitian ini bersifat signifikan atau tidak.

b. Uji t

Pengujian Hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian *Inner model* (model struktural) yang meliputi *output r-square*, koefisien parameter dan t-statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak di antaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antar konstruk, t-statistik, dan p-values. Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan bantuan software *Smart-PLS* (Partial Least Square) 3.0. Nilai-nilai tersebut dapat dilihat dari hasil *bootstrapping. Rules of thumb* yang digunakan pada penelitian ini adalah t-statistik $>1,96$ dengan tingkat signifikansi *p-value* 0,05 (5%) dan koefisien beta bernilai positif

c. Koefisien Determinasi

Analisis Variant (R²) atau Uji Determinasi yaitu untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut dengan melihat nilai dari koefisien determinasi.

BAB V

ANALISIS HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Peran *FinTech* pada Masyarakat *Unbanked* di Indonesia

Financial technology dijelaskan sebagai integrasi *financial service* dan *solution based on technology*.¹ Masyarakat membutuhkan layanan keuangan yang cepat dan mudah.² *Technology* menyederhanakan proses layanan keuangan³ yang fokus melayani kebutuhan pengguna.⁴ *Unbanked* dalam penelitian ini adalah bagian dari masyarakat yang tidak memiliki akun di bank⁵ sehingga tidak memiliki

¹ Bernardo Nicoletti, *the Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Service* (Roma: Springer Nature, 2017), 3.

² Agus Mujiyono, Pegawai BRI Unit Mlarak, *Wawancara*, di BRI Unit Mlarak 29 Oktober 2021, Pukul 10.15 WIB.

³ Nafis Alam, Lokesh Gupta dan Abdolhossein Zamani, *FinTech and Islamic Finance: Digitalization, Development and Disruption* (Malaysia: Palgrave Macmillan, 2019), 13.

⁴ Bernardo Nicoletti, *the Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Service* (Roma: Springer Nature, 2017), 3.

⁵ Booz-Allen & Hamilton Shugoll, "Mandatory EFT Demographic Study," *Research, A report prepared for the U.S. Department of Treasury*, Sept 15 (1997), 1-26.

akses terhadap layanan keuangan.⁶ *FinTech* memungkinkan layanan keuangan dapat diakses semua orang selama mereka memiliki akses terhadap internet.⁷ Teknologi *block chain* memungkinkan masyarakat dapat melakukan transaksi keuangan secara langsung tanpa melalui perantara perbankan. Secara global, *block chain* menjadi perantara yang menghubungkan seluruh orang di dunia dalam satu sistem keuangan yang terdesentralisasi dan sangat efisien. Efisiensi layanan keuangan mendorong terwujudnya siklus ekonomi berkelanjutan.⁸

Decentralized finance (Defi) merujuk pada subjek yang sering dibahas tentang perkembangan *FinTech* di masa depan.⁹ *FinTech* diartikan sebagai sebuah teknologi yang memungkinkan akses layanan keuangan yang tersebar melalui

⁶ John P. Caskey, “*Bringing Unbanked Households into the Banking System*,” *A Capital Exchange Journal Article Prepared for the Brookings Institution Center on Urban and Metropolitan Policy Harvard University* (2002), accessed april 2, 2021, <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/caskey.pdf>

⁷ Ahmad Arisatul Cholik, “Teori Efisiensi dalam Ekonomi Islam”, *Islamic Economics Journal*, Ponorogo: *University of Darussalam Gontor*, Volume 1 Nomor 2 (2013), 167-182.

⁸ Osamu Saito, *Sharing Ecosystem Service: Building more Sustainable and Resilience Society* (Tokyo: Springer Nature Singapore, 2020), 1.

⁹ Dirk A Zetzsche, Douglas W Amer, Ross P Buckley, “*Decentralized Finance*,” *Journal of Financial Regulation*, Volume 6, Nomor 2, 2020, accessed 28 Nov 2021, 172–203,

jaringan *block chain* tanpa memerlukan intermediasi perbankan. Perbankan yang lebih selektif menciptakan kesenjangan antara memiliki keterbatasan dalam memberikan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked*.¹⁰ Keterbatasan ini kemudian memberikan ruang bagi perkembangan *FinTech*.¹¹ *FinTech* berkembang pesat baik di negara maju dan negara berkembang.¹² El Salvador adalah negara pertama yang menggunakan teknologi *FinTech* secara resmi sebagai sistem keuangan mereka.¹³ China, menjadi negara berhasil yang mengadopsi *FinTech* dalam transaksi keuangan. Transaksi keuangan berbasis *FinTech* di China tumbuh dari \$1T di tahun 2014 menjadi \$26T di tahun 2018 atau dua kali lipat dari pertumbuhan GDP negara tersebut

¹⁰ Pia A. Albinsson and B. Yasanthi Perera, *the Rise of the Teknologi: Exploring the Challenges and Opportunities of Collaborative Consumption* (California: Praeger, 2018), 9.

¹¹ Kominfo, “*Teknologi Tumbuh di Tengah Ketidakefisienan*,” accessed Feb 7, 2020, https://www.kominfo.go.id/content/detail/12412/sharing-economy-tumbuh-di-tengah-ketidakefisienan/0/berita_satker

¹² Parag Y. Arjunwankar, *FinTech: The Technology Driving Disruption in the Financial Services Industry* (Florida: CRC Press, 2018), 32.

¹³ The New York Times, “*in Global First, El Salvador Adopts Bitcoin as Currency*,” accessed 28 Nov 2021, <https://www.nytimes.com/2021/09/07/world/americas/el-salvador-bitcoin.html>

dalam kurun waktu 5 tahun.¹⁴ *FinTech* memungkinkan masyarakat *unbanked* memiliki akses layanan keuangan perbankan dalam genggaman mereka.

Populasi masyarakat *unbanked* di Indonesia termasuk tinggi¹⁵ dengan pertumbuhan akses internet paling tinggi di Asia.¹⁶ Potensi peningkatan akses layanan keuangan berbasis *FinTech* di Indonesia sangat besar dilihat dari jumlah populasi penduduk muda dan pertumbuhan akses internet.¹⁷ *FinTech* diterima dengan baik misalnya di China, Tanzania, Kenya dan Brazil, namun hal ini tidak terjadi di Indonesia.¹⁸

¹⁴ Cathie Wood, “Investing in Disruptive Innovation,” Singularity University ExFin South Africa Summit, accessed 28 Nov 2021, [https://www.youtube.com/watch?v=eE6u67Ph768&ab_channel=Singularity University](https://www.youtube.com/watch?v=eE6u67Ph768&ab_channel=Singularity%20University)

¹⁵ Bain & Company, “Fulfilling its Promise – The Future of Southeast Asia’s Digital Financial Services, accessed Mar 28, 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/08/92-juta-penduduk-dewasa-indonesia-belum-tersentuh-layanan-finansial>

¹⁶ Hanadian Nurhayati, “Internet Usage in Indonesia: Statistics and Facts,” accessed 28 Nov 2021, <https://www.statista.com/topics/2431/internet-usage-in-indonesia/#:~:text=Indonesia%20has%20one%20of%20the%20highest%20numbers%20of,of%20over%20270%20million%20were%20active%20internet%20users.>

¹⁷ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Survei pengguna internet periode 2019-kuartal II 2020, accessed Apr 9, 2021, <https://tekno.kompas.com/read/2020/11/10/07160027/pengguna-internet-indonesia-mendekati-angka-200-juta>

¹⁸ *Ibid.*, 335.

Masyarakat dalam perekonomian itu rasional dengan menyesuaikan harapan dan perilaku berdasarkan pemahaman terhadap dampak sebuah teknologi ekonomi.¹⁹ Sudut pandang yang dimaksud misalnya konsep *trust* yang terbentuk dari pola interaksi ekonomi yang berulang dengan berlandaskan rasionalitas.²⁰ Secara sederhana tindakan rasional dalam ekonomi dapat dilihat dari proses perhitungan untung rugi dalam kegiatan ekonomi.²¹ Seseorang cenderung bersikap rasional dan mementingkan dirinya sendiri untuk memperoleh manfaat maksimal.²²

Rasionalitas dalam ekonomi juga dapat dipengaruhi oleh interaksi antara kebutuhan dan alat yang tersedia.²³ Tindakan ini sulit bergeser jika tidak diberikan alternatif yang lain, misalnya penggunaan *FinTech* di Indonesia sangat sulit

¹⁹ Robert E. Lucas Jr. "Expectations and the neutrality of money." *Journal of Economic Theory*, University of Chicago, Volume 4, 1972, 103-124.

²⁰ *Ibid.*, 105.

²¹ Pheni Chadid, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Center for Social Economic Studies Press, 2009), 1-3.

²² David Dequech, "Uncertainty and Economic Sociology: a Preliminary Discussion Focus on Economic Sociology," *Jurnal: American Economics and Sociology*, 2003.

²³ Pheni Chadid, *Sosiologi Ekonomi*, 10-12.

diterapkan tanpa memberikan contoh keberhasilan penggunaannya terlebih dahulu.²⁴

Konsep *FinTech* di Indonesia sangat jauh berbeda artinya dengan teknologi *FinTech* yang dibahas dalam penelitian ini. *FinTech* diterjemahkan sebagai *decentralized finance* atau pemerataan pengelolaan keuangan yang dikelola oleh pemerintah daerah atau secara sederhana dipahami sebatas sebagai pinjaman *online* yang kemudian disingkat “pinjol” dengan berbagai macam dampak negatifnya.²⁵ *FinTech* mempunyai potensi perkembangan yang jauh lebih besar, namun masih sangat sedikit dari masyarakat Indonesia yang menyadarinya. Mereka hanya melihat teknologi *FinTech* sebagai fenomena sesaat.²⁶

FinTech terbukti dapat meningkatkan inklusi keuangan sebesar 1.9% di tahun 2019.²⁷ *FinTech* masih digunakan dengan sangat sederhana di Indonesia misalnya untuk

²⁴ *Ibid*, 13-15.

²⁵ Douglas S. Paauw, “*The Case of Decentralized Financing of Economic Development in Indonesia*,” *Jurnal, the Journal of Asian Studies*, Cambridge University Volume 15 Nomor 1 (2011), 77-95.

²⁶ Nofie Iman, “*Assesing the Dynamics of FinTech in Indonesia*,” *Jurnal, Investment Management and Financial Innovations*, volume 4, nomor 15 (2018), 296-303.

²⁷ Lorentino Togar Laut dan Dinar Melani Hutajulu, “*FinTech dan E-Commerce untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM dan Industri Kreatif*,” *Jurnal Untidar, Magelang: Universitas Tidar* (2019), 326-336.

pembiayaan konsumtif melalui skema yang dikenal luas sebagai *peer to peer*.²⁸ Jika dibandingkan dengan negara-negara lain, adopsi *FinTech* di Indonesia masih jauh tertinggal bahkan dengan negara-negara afrika misalnya Kenya dan Tanzania²⁹ *FinTech* terbukti berdampak signifikan terhadap masyarakat *unbanked*, misalnya di Tanzania, Kenya dan Brazil, namun hal ini tidak terjadi di Indonesia.³⁰

Orang-orang dalam ekonomi membentuk ekspektasi rasional tentang peristiwa di masa mendatang.³¹ Jika kita melihat fenomena ini, maka hasilnya bertentangan. Rasionalitas mendorong masyarakat untuk melakukan kegiatan ekonomi yang efisien, baik secara waktu, tenaga maupun biaya. Berdasarkan teori ini seharusnya *FinTech* banyak digunakan oleh masyarakat *unbanked* di Indonesia. Disini, dapat dinyatakan bahwa masyarakat *unbanked* di Indonesia kehilangan sisi *trust* dalam penerapan *FinTech*. Alasannya, penerapan *FinTech* yang mereka ketahui banyak menimbulkan

²⁸ Leon Abdillah, "an Overview of Indonesian *FinTech* Application," *Jurnal, Elsevier*, Universitas Bina Darma (2020), 1-6.

²⁹ *Ibid.*, 334.

³⁰ *Ibid.*, 335.

³¹ Robert E Lucas Jr. "Expectations and the neutrality of money." *Journal of Economic Theory*, University of Chicago, Volume 4, 1972, 103-124.

masalah, inilah yang kemudian menjadi dasar kesalahan pemahaman mereka tentang *FinTech*. Hasilnya *FinTech* yang seharusnya menjadi pilihan pertama, kehilangan posisi tersebut karena bertentangan dengan konsep *trust*.

Orang-orang dalam perekonomian itu rasional karena dapat menyesuaikan harapan dan perilaku berdasarkan pemahaman terhadap dampak sebuah kegiatan ekonomi.³² *FinTech* berpotensi memberikan dampak yang baik dalam perekonomian. Namun, kenyataannya hal ini tidak menjadi faktor utama yang mampu mendorong penggunaan *FinTech* di Indonesia. Faktor utama yang menyebabkan hal ini adalah banyaknya permasalahan dalam penerapan teknologi *FinTech* di Indonesia misalnya penyempitan definisi *FinTech* sebagai “pinjol” lengkap dengan segala permasalahannya. Kedua, adalah kurangnya contoh keberhasilan dalam penerapan teknologi *FinTech* di Indonesia.

B. Deskripsi Umum Responden Penelitian

1. Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat *unbanked* yang ada di Indonesia. Responden dalam penelitian ini berasal dari seluruh wilayah di Indonesia. Tujuan ialah untuk memberikan gambaran yang menyeluruh tentang peran

FinTech pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Responden dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *random sampling* dengan sebelumnya menentukan kriteria-kriteria yang sesuai dengan penelitian ini. *Random sampling* dipilih karena setiap orang dapat memiliki kesempatan yang sama untuk memberikan pendapatnya tentang *financial technology* dan perannya dalam peningkatan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan memanfaatkan media sosial dengan angket yang telah dibuat dalam formulir *online*. Media online dipilih karena lebih efisien secara waktu dan biaya serta jangkauannya yang lebih luas mengingat penelitian ini memerlukan gambaran dari seluruh perwakilan masyarakat *unbanked* di seluruh daerah. Responden dalam penelitian ini berjumlah 304 orang, jumlah ini jauh lebih banyak dibandingkan dengan prediksi awal sampel penelitian yang telah ditentukan menggunakan perhitungan *Slovin*. Jumlah responden yang lebih banyak dapat memberikan gambaran yang lebih rinci sehingga dalam penelitian ini seluruh sampel yang masuk dianalisis.

Data dalam penelitian ini diambil menggunakan kuesioner yang sebelumnya telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Adapun pernyataan yang termuat

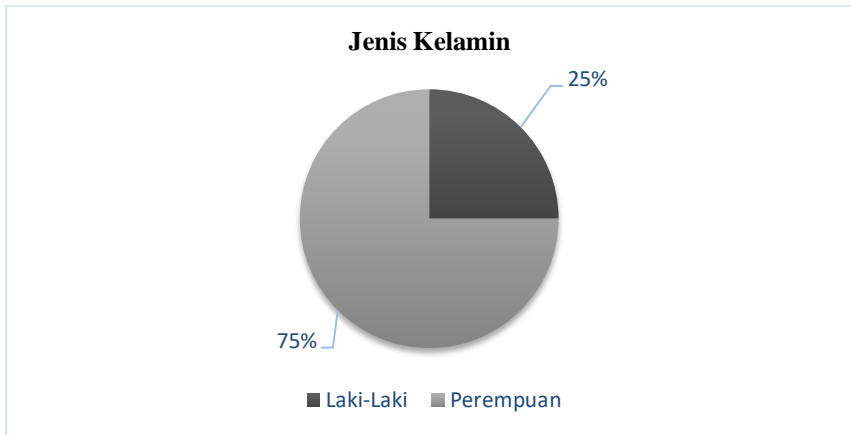
dalam kuesioner terdiri dari dua bagian, yaitu pertanyaan mengenai identitas responden dan pertanyaan mengenai variabel dalam penelitian ini yakni pengaruh *ease of acces* yang dimoderasi oleh *preference* terhadap *behavioral intention to use FinTech* pada masyarakat *unbanked* dan pengaruh *usefulness* yang dimoderasi oleh *preference* terhadap *behavioral intention to use FinTech* pada masyarakat *unbanked*.

Pada bagian ini dijelaskan mengenai identitas responden berdasarkan jenis kelamin, umur, domisili dan jenis *FinTech* yang digunakan. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian untuk menjelaskan tentang akses masyarakat *unbanked* terhadap *FinTech*. Jenis *FinTech* yang digunakan memberikan gambaran terbaik tentang bagaimana tahap adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Gambaran umum responden dalam penelitian ini diuraikan dengan perincian sebagai berikut:

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada diagram berikut:

5.1. Gambar Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin



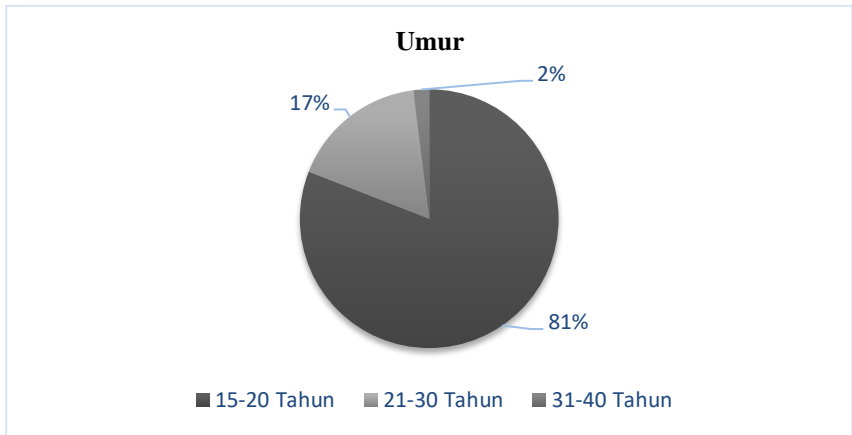
Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Responden dalam penelitian ini berjumlah 304 orang yang terdiri dari 76 responden laki-laki dan 228 responden perempuan. Berdasarkan data tersebut dapat dinyatakan bahwa mayoritas responden adalah perempuan dengan persentase 75%. Persentase responden laki-laki adalah 25%.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan umur dalam penelitian ini dapat dilihat pada diagram berikut:

5.2. Gambar Responden Penelitian Berdasarkan Umur



Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat *unbanked* di Indonesia dengan rentang umur 15-40 tahun. Rentang umur ini dipilih karena merupakan umur produktif sehingga aktif melakukan transaksi keuangan. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa mayoritas umur responden dalam penelitian ini adalah 15 hingga 20 tahun dengan berjumlah 246 orang dengan prosentase 80,6%. Artinya, bahwa masyarakat *unbanked* di umur yang masih sangat muda mayoritas menggunakan *FinTech*, ini menjadi hal yang baik dari sisi adopsi teknologi keuangan namun juga mengkonfirmasi bahwa bank berpotensi kehilangan banyak

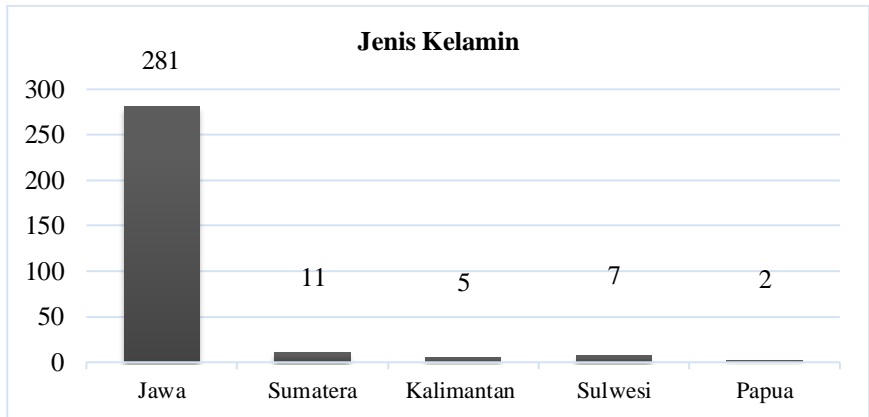
nasabah jika tidak segera mengadopsi teknologi layanan keuangan berbasis *FinTech*.

Sementara ada 17,1% responden dalam penelitian ini yang berumur 21-30 tahun atau 52 orang. Rentang umur terendah yang menggunakan *FinTech* adalah umur 31-40 tahun, persentasenya 2 persen dari total responden penelitian ini atau 6 orang. Artinya, dapat dinyatakan bahwa penggunaan *FinTech* berbanding terbalik dengan pertambahan umur responden, semakin tua umur seseorang maka, semakin rendah tingkat aksesnya terhadap *FinTech*. Hal ini terjadi karena *FinTech* belum memiliki aturan yang jelas sehingga resiko penggunaannya juga tinggi, sementara semakin tua seseorang maka asetnya juga bertambah. Kekhawatiran keamanan asset inilah yang menyebabkan masyarakat *unbanked* di rentang umur 31-40 tahun cenderung memiliki tingkat akses yang rendah terhadap *FinTech*.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan domisili dalam penelitian ini dapat dilihat pada diagram berikut:

5.3. Gambar Responden Penelitian Berdasarkan Domisili



Sumber: Data Primer Diolah, 2022

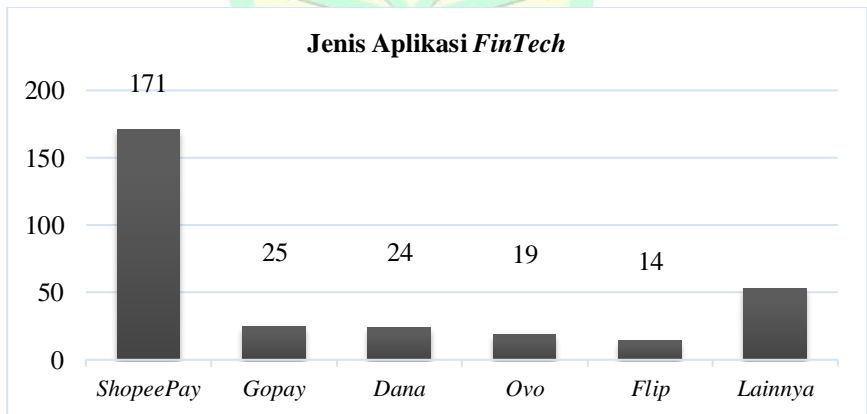
Berdasarkan data tersebut dapat dinyatakan bahwa mayoritas masyarakat *unbanked* dalam penelitian ini berdomisili di Jawa dengan jumlah prosentase 92,4% atau 281 orang. Sumatera menjadi tempat domisili terbanyak kedua dengan jumlah 11 orang atau 3,6%. Jumlah terbanyak ketiga adalah responden masyarakat *unbanked* yang berdomisili di Sulawesi dengan total 7 orang atau 1,6%. Berdasarkan sebaran responden ini dapat dijelaskan bahwa mayoritas akses *FinTech* berada di Jawa. Sementara Sumatera dan Sulawesi memiliki jumlah masyarakat *unbanked* dengan akses *FinTech* di peringkat kedua. Berdasarkan hasil data tersebut dapat

dinyatakan bahwa Jawa memiliki tingkat akses yang lebih baik terhadap *FinTech* dibandingkan wilayah lain di Indonesia.

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis *FinTech*

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis *FinTech* yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada diagram berikut:

5.4. Gambar Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Aplikasi *FinTech*



Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan data tersebut dapat dinyatakan bahwa masyarakat *unbanked* dalam penelitian ini mengakses *FinTech*

menggunakan beberapa aplikasi berbeda di antaranya *ShopeePay* 56,3% sejumlah 171 responden, *Gopay* 8,2% sejumlah 25 responden, *Dana* 7,9% sejumlah 24 responden, *Ovo* 6,3% sejumlah 19 responden, *Flip* 4,6% sejumlah 14 responden dan sisanya menggunakan berbagai aplikasi lainnya.

Mayoritas masyarakat *unbanked* dalam penelitian ini mengakses *FinTech* menggunakan aplikasi *ShopeePay* artinya, *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia mayoritas digunakan untuk kegiatan transaksi pembayaran yang bersifat konsumtif. Hal ini berbanding lurus dengan pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Meskipun *FinTech* sebenarnya memiliki potensi lain yang lebih besar dan sifatnya produktif jika dibandingkan dengan transaksi konsumtif. *FinTech* telah jauh berkembang di banyak sektor layanan keuangan terutama di bidang investasi produktif dengan menawarkan akses ke berbagai macam asset di seluruh dunia.

C. Deskripsi Penilaian Responden

1. *Ease of acces* (X_1)

Ada 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *Ease of acces* di antaranya, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions*.

Berikut hasil penilaian responden untuk masing-masing Indikator dalam variabel *ease of acces*.

a. *Performance Expectancy*

Performance expectancy dalam penelitian ini dideskripsikan menjadi dua hal yakni kemudahan akses dan keuntungan yang ditawarkan *FinTech*. Pertama, pada sisi kemudahan akses pernyataan yang didapatkan adalah 46,1% responden menyatakan bahwa mereka sangat setuju menggunakan *FinTech* karena faktor kemudahan akses yang ditawarkan. Sementara 145 responden atau 47,7% responden menyatakan bahwa mereka setuju dengan pernyataan tersebut. Artinya, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa *ease of acces* menjadi faktor yang mendorong mereka untuk menggunakan *FinTech*.

Kedua, berdasarkan keuntungan yang ditawarkan *FinTech* berupa potongan pembayaran melalui promo-promo yang ada. Hasilnya, 138 orang atau 45,5% menyatakan setuju dan 109 orang atau 35,9% menyatakan sangat setuju. Sementara disisi lain, 51 orang atau 16,8% menyatakan tidak setuju dan 2% sisanya atau 6 orang menyatakan sangat tidka setuju. Artinya, dapat dijelaskan bahwa keuntungan yang

ditawarkan oleh *FinTech* tidak menjadi alasan utama bagi masyarakat *unbanked* untuk menggunakan *FinTech*.

b. Effort Expectancy

Effort Expectancy dalam penelitian ini diukur menggunakan 2 pernyataan yakni menu aplikasi yang sederhana dan mudah difahami dan kesulitan yang ditemukan saat menggunakan *FinTech*. Pertama, pernyataan tentang menu aplikasi *FinTech* yang mudah difahami sehingga menjadi faktor yang membuat masyarakat *unbanked* menggunakan *FinTech*. Hasilnya, 157 orang responden atau 51,6% responden menyatakan setuju dan 125 orang responden atau 41,1% menyatakan sangat setuju. Artinya, mayoritas responden dalam penelitian ini setuju bahwa menu aplikasi *FinTech* yang mudah difahami sehingga menjadi faktor yang membuat masyarakat *unbanked* menggunakan *FinTech*.

Kedua, pernyataan tentang menu aplikasi *FinTech* yang sederhana sehingga mudah digunakan oleh masyarakat *unbanked*. Hasilnya, 50,3% atau 153 orang responden menyatakan setuju bahwa mereka tidak menemukan kesulitan dalam menggunakan menu *FinTech* sementara 90 orang responden atau 29,6% menyatakan sangat setuju dengan pendapat tersebut. Sementara disisi lain 57 orang responden

atau 18,8% menyatakan tidak setuju dan 1 orang responden menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Artinya, responden dalam penelitian ini memiliki pendapat yang beragam tentang kesulitan yang mereka temukan dalam akses *FinTech* menjadi pertimbangan untuk menggunakan *FinTech*.

c. Social Influence

Social Influence dalam penelitian ini diukur menggunakan 2 pernyataan yakni bahwa adopsi *FinTech* tidak melanggar nilai-nilai sosial yang ada di masyarakat dan bahwa masyarakat *unbanked* ini menggunakan *FinTech* karena termotivasi oleh banyaknya orang disekitar mereka yang menggunakan *FinTech*. Hasilnya, 106 orang responden atau 34,9% menyatakan sangat setuju dan 148 orang responden atau 48,7% menyatakan setuju. Artinya total nilai persetujuan terhadap pernyataan ini mencapai 83,6% atau 254 orang responden. Sementara 46 orang responden atau 15,1% menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Artinya responden dalam penelitian ini tidak memilih menggunakan *FinTech* karena pengaruh sosial di sekitar mereka saja.

d. Facilitating Conditions

Facilitating conditions dalam penelitian ini diukur menggunakan 2 pernyataan yakni mayoritas transaksi keuangan dilakukan melalui internet sehingga mendorong penggunaan *FinTech* dan setiap orang memiliki *smartphone* sehingga akses *FinTech* menjadi lebih mudah.

Pernyataan pertama bahwa mayoritas transaksi keuangan dilakukan melalui internet sehingga mendorong penggunaan *FinTech*. Hasilnya, 139 orang responden atau 45,7% menyatakan sangat setuju dan 91 orang responden atau 29,9%. Sementara ada cukup banyak responden yang tidak setuju dengan pernyataan ini, jumlahnya mencapai 63 orang responden atau 20,7%. Artinya, internet bukan menjadi pendorong utama untuk menggunakan *FinTech*. Hasil ini bukan merupakan suara mayoritas, namun kita tetap dapat melihat dengan terperinci bahwa fasilitas internet tidak lagi menjadi faktor yang dominan dan satu-satunya yang mendorong seseorang untuk menerima atau mengadopsi sebuah teknologi baru.

Kedua adalah pernyataan tentang setiap orang memiliki *smartphone* sehingga akses *FinTech* menjadi lebih mudah. Hasilnya, 158 orang responden atau 52% dari keseluruhan responden dalam penelitian ini menyatakan setuju dan 125

orang responden lainnya atau 41,1% menyatakan setuju. Artinya, *smartphone* menjadi kunci yang mendorong akses *FinTech* pada masyarakat *unbanked*. Hal ini mengkonfirmasi data sebelumnya yang telah diperoleh bahwa mayoritas pengguna *FinTech* di Indonesia adalah mereka yang rentang umurnya antara 15-30 tahun dimana rentang umur ini merupakan pengguna *smartphone* tertinggi. Internet tidak lagi menjadi faktor penentu karena layanan *FinTech* telah bertransformasi menjadi layanan mobile yang lebih mudah sementara di sisi lain layanan keuangan berbasis internet atau *website* dalam hal ini memiliki teknis penggunaan yang rumit.

2. Usefulness (X₂)

Ada 3 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *usefulness* dalam penelitian ini di antaranya, *hedonic motivation*, *habit* dan *trust*. Berikut hasil penilaian responden untuk masing-masing Indikator dalam variabel *usefulness*.

a. Hedonic Motivation

Terdapat dua pernyataan untuk menjelaskan indikator *Hedonic Motivation* dalam akses *FinTech* pada masyarakat *unbanked* pada penelitian ini yakni masyarakat *unbanked* merasa senang dapat mengakses layanan keuangan melalui

FinTech dan kemampuan akses *FinTech* dapat menimbulkan kepuasan pengguna pada masyarakat *unbanked*. Pertama bahwa masyarakat *unbanked* merasa senang dapat mengakses layanan keuangan melalui *FinTech*. Hasilnya, 129 orang responden atau 42,4% menyatakan sangat setuju dan 48,7% atau 148 orang menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut. Artinya mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka menyetujui bahwa masyarakat *unbanked* pada penelitian ini yakni masyarakat *unbanked* merasa senang dapat mengakses layanan keuangan melalui *FinTech*.

Kedua, pernyataan bahwa kemampuan akses *FinTech* dapat menimbulkan kepuasan pengguna pada masyarakat *unbanked*. Hasilnya, 56,3% responden menyatakan setuju sementara 34,2% atau 104 orang responden menyatakan sangat setuju. Artinya, hal ini sesuai dengan teori *venkatesh* bahwa masyarakat *hedonic motivation* pada adopsi teknologi dapat dijelaskan dengan rasa senang dan puas saat masyarakat mampu menggunakan teknologi tersebut dalam kegiatannya.

b. Habit

Indikator *habit* dalam penelitian ini dijelaskan dengan dua pernyataan pertama masyarakat *unbanked* menggunakan *FinTech* karena terbiasa kedua, masyarakat *unbanked*

menggunakan *FinTech* karena tampilannya aplikasi mirip dengan aplikasi lain. Hasil penilaian responden untuk pernyataan pertama adalah 43 orang responden atau 14,1% menyatakan tidak setuju sementara 151 orang responden menyatakan setuju dan 34,5% lainnya menyatakan sangat setuju. Artinya, habit memberikan ruang yang lebih personal terhadap adopsi *FinTech* karena habit atau kebiasaan berasal dari diri sendiri dan terbentuk dalam waktu yang lama. Hal ini menyebabkan tingkat prosentase penilaian yang seimbang antara tingkat setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju dalam pernyataan ini.

Kedua, pernyataan tentang masyarakat *unbanked* menggunakan *FinTech* karena tampilannya aplikasi mirip dengan aplikasi lain. Hasilnya, 54,9% responden atau 167 orang dari total responden atau lebih dari setengah responden dalam penelitian ini menyatakan setuju bahwa mereka menggunakan *FinTech* karena tampilannya mirip dengan aplikasi lain. Hal ini merupakan transformasi layanan keuangan berbasis website yang telah berkembang menjadi lebih sederhana. Tampilan yang lebih sederhana ini mengkonfirmasi hasil penilaian responden sebelumnya tentang alasan mereka menggunakan *FinTech* adalah karena *facilitating conditions* atau akses *smartphone* yang berkembang pesat.

c. Trust

Trust menjadi indikator terpenting dalam melihat adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked*. *Trust* menjadi penting karena indikator-indikator lain akan menjadi tidak berguna jika masyarakat *unbanked* tidak memiliki *trust* untuk menggunakan teknologi tersebut. ada 2 pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur nilai *trust* masyarakat *unbanked* terhadap *FinTech*.

Pertama, masyarakat *unbanked* percaya bahwa penggunaan *FinTech* aman dan yang kedua masyarakat *unbanked* tidak merasa khawatir data mereka bocor jika mengakses *FinTech*. Pernyataan pertama hasilnya 51,3% responden atau 156 orang menyatakan setuju dan 103 orang responden atau 33,9% menyatakan sangat setuju. Namun disisi lain 40 orang responden atau 13,2% menyatakan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Artinya, mayoritas responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa *FinTech* aman namun jumlah responden yang masih memiliki persektif negative tentang tingkat *trust* terhadap aplikasi *FinTech* masih tinggi. Berdasarkan data tersebut dapat dijelaskan bahwa indikator *trust* mendapatkan penilaian yang beragam dari responden dalam penelitian ini.

Kedua, masyarakat *unbanked* tidak merasa khawatir data mereka bocor jika mengakses *FinTech*. Hasilnya, 18,8% responden dalam penelitian ini atau 57 orang menyatakan tidak setuju. Meskipun nilai pendapat setuju terhadap pernyataan ini tinggi totalnya mencapai 76,6% responden, namun tingkat ketidaksetujuannya menjadi yang tertinggi dalam seluruh pernyataan dalam penelitian ini.

Hal ini mengkonfirmasi beberapa penelitian sebelumnya bahwa *FinTech* yang mayoritas dikembangkan oleh perusahaan-perusahaan *start-up* belum memiliki standar keamanan yang jelas. Baik dari sisi keamanan data platform maupun keamanan dari sisi regulasi. Hal ini berdampak terhadap pertimbangan yang lebih mendalam sebelum masyarakat *unbanked* memutuskan untuk menerima dan menggunakan *FinTech* sebagai alat untuk transaksi keuangan mereka. Hal ini dapat difahami mengingat bahwa keputusan finansial termasuk akses *FinTech* memerlukan pertimbangan yang benar-benar matang.

3. Preference (Z)

Preference menjadi variabel yang sangat penting untuk melihat model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Masyarakat Indonesia memiliki pertimbangan

yang sangat besar dari sisi nilai untuk mengadopsi sesuatu yang baru, terutama *FinTech* yang mendisrupsi layanan keuangan secara massif dalam kehidupan sehari-hari. Nilai-nilai yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai-nilai ekonomi Islam.

Muslim Indonesia cenderung pasif terhadap inovasi *FinTech* yang ada, sehingga *preference* turut menjadi variabel utama yang turut serta mempengaruhi model penerimaan dan adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Variabel *Preference* dalam penelitian ini dijelaskan dalam tiga pernyataan. Pertama, seluruh transaksi *FinTech* dilakukan dengan jelas dan dapat dipahami, kedua, *FinTech* mempermudah layanan keuangan sesuai prosedur proses transaksi dan ketiga bahwa layanan berbasis *FinTech* sesuai tidak melanggar nilai-nilai dalam ekonomi Islam.

a. Tanggapan

Hasil data responden untuk pernyataan pertama menunjukkan bahwa 51,3% atau 156 orang responden menyatakan setuju dan 127 orang responden lainnya atau jumlahnya mencapai 41,8% menyatakan sangat setuju bahwa *FinTech* telah memberikan layanan yang jelas. Hal ini menjadi jawaban atas beberapa penelitian sebelumnya yang

menjelaskan bahwa layanan keuangan berbasis *FinTech* berpotensi menimbulkan permasalahan karena skema layanan yang belum jelas. Pada penelitian lain juga dijelaskan bahwa peningkatan akses *FinTech* meningkatkan nilai *intangible asset* yang berpotensi merugikan sistem ekonomi secara umum. Namun, saat ini *FinTech* telah mengubah hal tersebut di mana *intangible asset* telah menjadi asset yang menjanjikan dan memiliki sistem manajemen yang lebih baik dibandingkan *tangible asset* melalui sistem yang kita kenal dengan NFT (*Non Fungible Token*) dalam jaringan *blockchain* dan *metaverse*.

b. Pendapat

Kedua, pernyataan bahwa *FinTech* mempermudah layanan keuangan sesuai prosedur proses transaksi atau *FinTech* memberikan layanan yang legal dan valid. Mayoritas responden menyatakan setuju, jumlahnya mencapai 87,2% atau 265 orang responden. Namun, jumlah pernyataan ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan ini juga tinggi. 10 orang responden atau 3,3% responden menyatakan sangat tidak setuju, artinya dalam beberapa aspek layanan *FinTech* masih memiliki kelemahan. Hal ini dapat dipahami mengingat belum ada regulasi yang jelas yang mengatur *FinTech* di Indonesia, bahkan di negara-negara lain pun masih banyak

dperdebatkan tentang definisi *FinTech* itu sendiri dan siapa badan yang bertanggungjawab untuk mengawasinya.

c. Penilaian

Ketiga, bahwa layanan berbasis *FinTech* sesuai dengan aturan transaksi dalam hukum Islam. Pernyataan ini menjadi yang paling penting karena pada kenyataannya segala jenis sisi efektifitas dan efisiensi *FinTech* menjadi tidak berarti jika dalam kesesuaiannya dengan nilai-nilai ekonomi Islam tidak dapat dipenuhi. *FinTech* memiliki jenis yang bermacam-macam serta pengembang dengan berbagai macam latar belakang ekonomi yang berbeda. Artinya, dimungkinkan bahwa teknologi *FinTech* yang sebenarnya sesuai dengan kebutuhan kita menjadi tidak digunakan disebabkan oleh *preference* kita yang tidak sesuai misalnya karena *FinTech* tersebut dikembangkan oleh perusahaan/bank konvensional. Hasil penilaian responden untuk pernyataan ini adalah 162 orang atau 53,3% responden menyatakan setuju dan 27,3% lainnya atau 83 orang menyatakan sangat setuju. Artinya, dapat dijelaskan bahwa mayoritas responden menyatakan persetujuannya bahwa layanan *FinTech* yang berkembang di Indonesia sesuai tidak melanggar nilai-nilai ekonomi Islam.

4. *Behavioral Intention to Use (Y₁)*

Behavioral Intention to Use diartikan sebagai niat masyarakat *unbanked* untuk menggunakan *FinTech* dalam mengakses layanan keuangan. *Behavioral intention to use* juga didefinisikan sebagai niat untuk menggunakan kembali *FinTech* di masa mendatang. Variabel ini penting untuk menjelaskan tentang pilihan yang diambil oleh masyarakat *unbanked* saat mereka membutuhkan akses terhadap layanan keuangan. Niat menggunakan kembali dapat menjelaskan bahwa *FinTech* telah menjadi pilihan dan memiliki model adopsi yang baik pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

Hasil data responden menunjukkan bahwa 140 orang responden atau 46,1% menyatakan setuju dan 108 orang responden atau 35,5 menyatakan sangat setuju. Artinya, mayoritas responden menyatakan persetujuannya bahwa *FinTech* menjadi pilihan pertama saat mereka membutuhkan akses terhadap layanan keuangan. Namun, jumlah responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan ini cukup tinggi totalnya mencapai 18,4% atau 56 orang responden. Artinya, *FinTech* perlu melakukan banyak inovasi lain dan perbaikan di berbagai kelemahan pada sisi layanannya untuk meraih lebih banyak perhatian dan adopsi masyarakat *unbanked* di Indonesia.

5. *Actual System Use (Y₂)*

Actual system use dalam penelitian ini digunakan untuk melihat tentang aplikasi yang benar-benar digunakan oleh masyarakat *unbanked* di Indonesia dalam kegiatan keuangannya sehari-hari. Responden dalam penelitian ini menggunakan berbagai jenis *FinTech* dalam kegiatan keuangan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 56,3% atau 171 orang responden menggunakan sejumlah *ShopeePay*, 8,2% responden atau sejumlah 25 responden menggunakan *Gopay*, 7,9% responden atau 24 orang menggunakan *Dana*, *Ovo* 6,3% sejumlah atau 19 responden, *Flip* mencapai 4,6% atau 14 orang responden dan sisanya menggunakan berbagai aplikasi lainnya.

Mayoritas masyarakat *unbanked* dalam penelitian ini mengakses *FinTech* menggunakan aplikasi *ShopeePay* artinya, *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia mayoritas digunakan untuk kegiatan transaksi pembayaran yang bersifat konsumtif. Hal ini berbanding lurus dengan pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Meskipun *FinTech* sebenarnya memiliki potensi lain yang lebih besar dan sifatnya produktif jika dibandingkan dengan transaksi konsumtif. *FinTech* telah jauh berkembang di banyak sektor layanan keuangan terutama di bidang investasi produktif dengan menawarkan akses ke berbagai macam asset di seluruh dunia.

Jenis *FinTech* yang digunakan secara actual oleh responden ini menunjukkan bahwa *FinTech* bukan hanya menjadi prioritas pilihan pada masyarakat *unbanked* namun lebih jauh *FinTech* telah menjad bagian dari kehidupan keuangan mereka. Jika melihat tingkat adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia berdasarkan data jenis pilihan *FinTech* mereka, hal ini menunjukkan bahwa sektor *FinTech* yang diadopsi di Indonesia masih jauh tertinggal dibandingkan negara-negara lain. Hal ini tidak mengejutkan mengingat *FinTech* telah mengalami pergeseran definisi yang sangat besar.

D. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Berikut hasil uji validitas dari 30 responden dalam penelitian ini:

5.1. Tabel Hasil Uji Validitas

| Variabel | Item | Sig Hitung | Sig Tabel | Keterangan |
|---|------------------|------------|-----------|------------|
| <i>Ease of acces</i> (X ₁) | X _{1,1} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | X _{1,2} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | X _{1,3} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | X _{1,4} | 0,05 | 0,000 | Valid |

| Variabel | Item | Sig Hitung | Sig Tabel | Keterangan |
|--|------------------|------------|-----------|------------|
| | X _{1,5} | 0,05 | 0,006 | Valid |
| | X _{1,6} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | X _{1,7} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| <i>Usefulness (X₂)</i> | X _{2,1} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | X _{2,2} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | X _{2,3} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | X _{2,3} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | X _{2,5} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | X _{2,6} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| <i>Preference (Z)</i> | Z _{1,1} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | Z _{1,2} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | Z _{2,1} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | Z _{2,2} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | Z _{3,1} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | Z _{3,3} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| <i>Behavioral Intention to Use (Y₁)</i> | Y _{1,1} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | Y _{1,2} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | Y _{2,1} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | Y _{2,2} | 0,05 | 0,005 | Valid |
| <i>Actual System Use (Y₂)</i> | Y _{2,1} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | Y _{2,2} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | Y _{2,3} | 0,05 | 0,006 | Valid |
| | Y _{2,4} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | Y _{2,5} | 0,05 | 0,000 | Valid |
| | Y _{2,6} | 0,05 | 0,001 | Valid |

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan angka tersebut, diketahui bahwa nilai Signifikansi masing-masing item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan pada kuesioner valid, sehingga item-item tersebut layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil dari uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

5.2. Tabel Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Item | Cronbach Alpha | 0,6 | Keterangan |
|---|------------------|----------------|-----|------------|
| <i>Ease of acces</i> (X ₁) | X _{1,1} | 0,740 | 0,6 | Reliabel |
| | X _{1,2} | 0,710 | 0,6 | Reliabel |
| | X _{1,3} | 0,739 | 0,6 | Reliabel |
| | X _{1,4} | 0,698 | 0,6 | Reliabel |
| | X _{1,5} | 0,783 | 0,6 | Reliabel |
| | X _{1,6} | 0,748 | 0,6 | Reliabel |
| | X _{1,7} | 0,723 | 0,6 | Reliabel |
| <i>usefulness</i> (X ₂) | X _{2,1} | 0,813 | 0,6 | Reliabel |
| | X _{2,2} | 0,804 | 0,6 | Reliabel |
| | X _{2,3} | 0,759 | 0,6 | Reliabel |
| | X _{2,3} | 0,769 | 0,6 | Reliabel |
| | X _{2,5} | 0,735 | 0,6 | Reliabel |

| Variabel | Item | Cronbach Alpha | 0,6 | Keterangan |
|---|------------------|----------------|-----|------------|
| | X _{2,6} | 0,809 | 0,6 | Reliabel |
| Preference (Z) | Z _{1,1} | 0,819 | 0,6 | Reliabel |
| | Z _{1,2} | 0,814 | 0,6 | Reliabel |
| | Z _{2,1} | 0,822 | 0,6 | Reliabel |
| | Z _{2,2} | 0,827 | 0,6 | Reliabel |
| | Z _{3,1} | 0,807 | 0,6 | Reliabel |
| | Z _{3,2} | 0,815 | 0,6 | Reliabel |
| Behavioral Intention to Use (Y ₁) | Y _{1,1} | 0,709 | 0,6 | Reliabel |
| | Y _{1,2} | 0,734 | 0,6 | Reliabel |
| | Y _{2,1} | 0,735 | 0,6 | Reliabel |
| | Y _{2,2} | 0,719 | 0,6 | Reliabel |
| Actual System Use (Y ₂) | Y _{2,1} | 0,822 | 0,6 | Reliabel |
| | Y _{2,2} | 0,735 | 0,6 | Reliabel |
| | Y _{2,3} | 0,809 | 0,6 | Reliabel |
| | Y _{2,4} | 0,698 | 0,6 | Reliabel |
| | Y _{2,5} | 0,783 | 0,6 | Reliabel |
| | Y _{2,6} | 0,827 | 0,6 | Reliabel |

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan angka tersebut, diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* masing-masing item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan pada kuesioner reliabel, sehingga item-item tersebut layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

3. Pengujian *Outer model*

Model penelitian ini dianalisis menggunakan metode Smart-PLS menggunakan software SmartPLS 3.0. PLS karena model adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia memiliki hubungan yang kompleks. Pengujian *outer model* dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat uji validitas konvergen, uji reliabilitas komposit, uji validitas diskriminan dan *loading outer model* dengan hasil sebagai berikut:

a. Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dilakukan dengan melihat *item reliability* yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. *Loading factor* adalah angka yang menunjukkan korelasi antara skor suatu item pertanyaan dengan skor indikator konstruk. Nilai *loading factor* dikatakan valid jika nilainya lebih besar dari 0,7. Terdapat rentangan nilai *loading factor* yakni 0,3 sebagai batas minimal dan nilai 0,5 dikategorikan sebagai batas validitas bernilai signifikan.³²

³² Hair 1998

5.3 Tabel Hasil Uji Validitas Konvergen

| Variabel | Nilai Loading Factor | Convergent Validity | Keterangan |
|--|----------------------|---------------------|------------|
| <i>Ease of acces (X₁)</i> | 22.833 | 0,7 | Valid |
| | 15.652 | 0,7 | Valid |
| | 17.091 | 0,7 | Valid |
| | 16.576 | 0,7 | Valid |
| | 16.896 | 0,7 | Valid |
| | 21.391 | 0,7 | Valid |
| | 24.030 | 0,7 | Valid |
| <i>usefulness (X₂)</i> | 20.011 | 0,7 | Valid |
| | 24.989 | 0,7 | Valid |
| | 36.069 | 0,7 | Valid |
| | 29.105 | 0,7 | Valid |
| | 27.522 | 0,7 | Valid |
| | 13.257 | 0,7 | Valid |
| <i>Preference (Z)</i> | 23.136 | 0,7 | Valid |
| | 13.402 | 0,7 | Valid |
| | 12.197 | 0,7 | Valid |
| | 13.321 | 0,7 | Valid |
| | 13.241 | 0,7 | Valid |
| | 16.558 | 0,7 | Valid |
| <i>Behavioral Intention to Use (Y₁)</i> | 17.652 | 0,7 | Valid |
| | 27.739 | 0,7 | Valid |
| | 20.629 | 0,7 | Valid |

| Variabel | Nilai <i>Loading Factor</i> | <i>Convergent Validity</i> | Keterangan |
|---|-----------------------------|----------------------------|------------|
| | 23.254 | 0,7 | Valid |
| <i>Actual System Use</i> (Y ₂) | 15.758 | 0,7 | Valid |
| | 14.461 | 0,7 | Valid |
| | 22.332 | 0,7 | Valid |
| | 32.646 | 0,7 | Valid |
| | 26.914 | 0,7 | Valid |
| | 18.791 | 0,7 | Valid |

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil Uji validitas konvergen tersebut, dapat dijelaskan bahwa nilai *loading factor* setiap indikator dari konstruk variabel laten seluruhnya lebih dari 0,7. Berdasarkan hasil uji tersebut maka, dapat dinyatakan bahwa seluruh indikator yang menjelaskan konstruk variabel laten dalam penelitian ini valid.

b. Uji Reliabilitas Komposit

Outer model dalam penelitian ini juga diukur menggunakan uji reliabilitas komposit. Pengambilan keputusan dapat diambil dengan membandingkan nilai *cronbach's alpha* dengan nilai *construct reliability*. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* mempunyai nilai > 0.7 . Berikut hasil uji reliabilitas komposit dalam penelitian ini:

5.4. Tabel Hasil Uji Reliabilitas Komposit

| Variabel | Cronbach's Alpha | Construct Reliability | Keterangan |
|--|------------------|-----------------------|------------|
| <i>Ease of acces</i> (X_1) | 0,878 | 0,7 | Reliabel |
| <i>usefulness</i> (X_2) | 0,887 | 0,7 | Reliabel |
| <i>Preference</i> (Z) | 0,818 | 0,7 | Reliabel |
| <i>Behavioral Intention to Use</i> (Y_1) | 0,827 | 0,7 | Reliabel |
| <i>Actual System Use</i> (Y_2) | 0,874 | 0,7 | Reliabel |

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil output uji validitas dan reliabilitas tersebut dijelaskan bahwa nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,7. Berdasarkan hasil uji tersebut dapat dinyatakan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik.

c. Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dilakukan dengan cara melihat nilai *cross loading* pengukuran konstruk. Nilai *cross loading* menunjukkan besarnya korelasi antara setiap konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Suatu model pengukuran memiliki validitas diskriminan yang baik apabila korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih

tinggi daripada korelasi dengan indikator dari kontrak blok lainnya. Berikut hasil uji validitas diskriminan dalam penelitian ini:

5.5. Tabel Hasil Uji Validitas Diskriminan

| Variabel | <i>Fornell Larcker</i> | Nilai AVE | HTMT | Standar < 0,9 | Keterangan |
|--|------------------------|-----------|-------|---------------|------------|
| <i>Ease of acces</i> (X ₁) | 1,066 | 0,547 | 0,715 | 0,9 | Valid |
| <i>usefulness</i> (X ₂) | 1,042 | 0,544 | 0,677 | 0,9 | Valid |
| <i>Preference</i> (Z) | 1,003 | 0,511 | 0,836 | 0,9 | Valid |
| <i>Behavioral Intention to Use</i> (Y ₁) | 0,996 | 0,433 | | | Valid |
| <i>Actual System Use</i> (Y ₂) | 0,737 | 0,572 | | | Valid |

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Validitas diskriminan dalam penelitian ini dapat dilihat dari dua sisi, pertama dengan menggunakan standar *Fornell Larcker* yakni dengan membandingkannya nilai akar AVE pada hasil uji reliabilitas komposit. Langkah kedua adalah dengan membandingkan nilai korelasi variable X₁ dengan variabel setelahnya. Berdasarkan hasil uji tersebut diketahui bahwa nilai akar AVE pada table hasil uji reliabilitas komposit 0,547 lebih besar dibandingkan dengan nilai akar AVE pada

variabel dibawahnya. Kedua, jika dilihat pada tabel *Fornell Larcker* diketahui bahwa nilai korelasi variabel X_1 1,066 lebih besar jika dibandingkan dengan nilai korelasi variabel X_2 1,042. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa syarat validitas diskriminan dalam penelitian ini dapat terpenuhi.

Uji validitas dikriminan selanjutnya dalam penelitian ini dapat dilihat melalui nilai *Heterotrait-Monotriat Ratio of Correlations* (HTMT). Jika nilai HTMT $< 0,9$ hasil uji validitas diskriminan dapat dinyatakan valid. Berdasarkan hasil uji tersebut diketahui bahwa nilai validitas diskriminan seluruh konstruk $< 0,9$ dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa validitas dikriminan variabel dalm penelitian ini baik.

d. Loading Outer model

Berikut hasil uji untuk melihat *Outer Loadings* dalam penelitian ini:

5.6. Tabel Hasil Uji Loading Outer model

| <i>Outer Loadings</i> | <i>P Values</i> | Keterangan |
|-------------------------------------|-----------------|-------------------|
| $X_{1,1} <- \textit{Ease of Acces}$ | 0,000 | Baik |
| $X_{1,2} <- \textit{Ease of Acces}$ | 0,000 | Baik |
| $X_{2,1} <- \textit{Usefulness}$ | 0,000 | Baik |
| $X_{2,2} <- \textit{Usefulness}$ | 0,000 | Baik |
| $X_{2,3} <- \textit{Usefulness}$ | 0,000 | Baik |

| Outer Loadings | P Values | Keterangan |
|---|-----------------|-------------------|
| $X_{2,4}$ <- <i>Usefulness</i> | 0,000 | Baik |
| $X_{2,5}$ <- <i>Usefulness</i> | 0,000 | Baik |
| $X_{2,6}$ <- <i>Usefulness</i> | 0,000 | Baik |
| $X_{1,3}$ <- <i>Ease of Acces</i> | 0,000 | Baik |
| $X_{1,4}$ <- <i>Ease of Acces</i> | 0,000 | Baik |
| $X_{1,5}$ <- <i>Ease of Acces</i> | 0,000 | Baik |
| $X_{1,6}$ <- <i>Ease of Acces</i> | 0,000 | Baik |
| $X_{1,7}$ <- <i>Ease of Acces</i> | 0,000 | Baik |
| $Y_{1,1}$ <- <i>Behavioral Intention to Use</i> | 0,000 | Baik |
| $Y_{1,2}$ <- <i>Behavioral Intention to Use</i> | 0,000 | Baik |
| $Y_{2,1}$ <- <i>Actual System Use</i> | 0,000 | Baik |
| $Y_{2,2}$ <- <i>Actual System Use</i> | 0,000 | Baik |
| $Y_{2,3}$ <- <i>Actual System Use</i> | 0,000 | Baik |
| $Z_{1,5}$ <- <i>Preference</i> | 0,000 | Baik |
| $Z_{1,6}$ <- <i>Preference</i> | 0,000 | Baik |
| $Y_{2,4}$ <- <i>Actual System Use</i> | 0,000 | Baik |
| $Y_{2,5}$ <- <i>Actual System Use</i> | 0,000 | Baik |
| $Y_{2,6}$ <- <i>Actual System Use</i> | 0,000 | Baik |
| $Y_{1,3}$ <- <i>Behavioral Intention to Use</i> | 0,000 | Baik |
| $Y_{1,4}$ <- <i>Behavioral Intention to Use</i> | 0,000 | Baik |
| $Z_{1,1}$ <- <i>Preference</i> | 0,000 | Baik |
| $Z_{1,2}$ <- <i>Preference</i> | 0,000 | Baik |
| $Z_{1,3}$ <- <i>Preference</i> | 0,000 | Baik |
| $Z_{1,4}$ <- <i>Preference</i> | 0,000 | Baik |

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji *outer loading* tersebut, dapat dijelaskan bahwa seluruh indikator variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *P values* kurang dari 0,05. Artinya, *Loading Outer model* dalam penelitian ini baik.

4. Pengujian *Inner model*

Setelah pengujian *outer model* yang telah terpenuhi, berikutnya dilakukan pengujian *inner model*. Uji *Inner model* dapat dievaluasi dengan melihat nilai *r-square* (reliabilitas indikator) untuk konstrak dependen dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Semakin tinggi nilai *r-square* berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Nilai *path coefficients* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Pengujian *inner model* dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat koefisien *inner model*, Uji t dan koefisien determinasi.

a. Koefisien *Inner model*

Berikut hasil uji untuk melihat nilai koefisien *Inner model*.

5.7. Tabel Hasil Uji *Loading Outer model*

| Variabel | <i>T-Statistics</i> | Pengaruh |
|---|---------------------|----------|
| <i>Usefulness (X₂) -> Ease of acces (X₁)</i> | 69.831 | Positif |
| <i>usefulness (X₂) -> Behavioral Intention to</i> | 0,125 | Positif |

| Variabel | T-Statistics | Pengaruh |
|--|--------------|----------|
| Use (Y ₁) | | |
| Ease of acces (X ₁) -> Preference (Z) | 66,309 | Positif |
| Preference (Z) -> Behavioral Intention to Use (Y ₁) | 0,095 | Positif |
| Preference (Z) -> Actual System Use (Y ₂) | 0,834 | Positif |
| Behavioral Intention to Use (Y ₁) -> Actual System Use (Y ₂) | 0,809 | Positif |

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji tersebut dapat dijelaskan bahwa koefisien *inner model Usefulness* terhadap *Ease of Acces* sebesar 69,831, koefisien *inner model* variabel *Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use* sebesar 0,125, koefisien *inner model Ease of Acces* terhadap *Preference* sebesar 66,309, koefisien *inner model Preference* terhadap *Behavioral Intention to Use* sebesar 0,095, koefisien *inner model Preference* terhadap *Actual System Use* sebesar 0,834 dan koefisien *inner model Behavioral Intention to Use* terhadap *Actual System Use* sebesar 0,809. Berdasarkan data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh variabel laten dalam penelitian ini berpengaruh positif.

b. Koefisien Determinasi

Uji Determinasi dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan melihat nilai dari koefisien determinasi. Berikut hasil analisis varian dalam penelitian ini:

5.8. Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Variabel | <i>R Square</i> | Keterangan pengaruh dalam % |
|--|-----------------|-----------------------------|
| <i>Ease of acces</i> (X_1) | 0,095 | 9,5% |
| <i>Preference</i> (Z) | 0,107 | 10,7% |
| <i>Behavioral Intention to Use</i> (Y_1) | 0,128 | 12,8% |
| <i>Actual System Use</i> (Y_2) | 0,103 | 10,3% |

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji tersebut dapat dijelaskan bahwa variasi *preference* dijelaskan oleh variasi *ease of acces* dan variasi *usefulness* masing-masing sebesar 10,7 % dan 9,55 %. Artinya, pengaruh variabel *usefulness* terhadap *preference* sebesar 10,7% dan pengaruh variabel *ease of acces* terhadap *preference* sebesar 9,55. Sementara sisanya yakni 79,75 variabel *preference* dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Behavioral intention to use dijelaskan oleh variasi *preference* sebesar 12,8%. Artinya, pengaruh variabel *preference* terhadap *behavioral intention to use* sebesar 12,8%. Sementara sisanya yakni 87,2% variabel *behavioral intention to use* dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

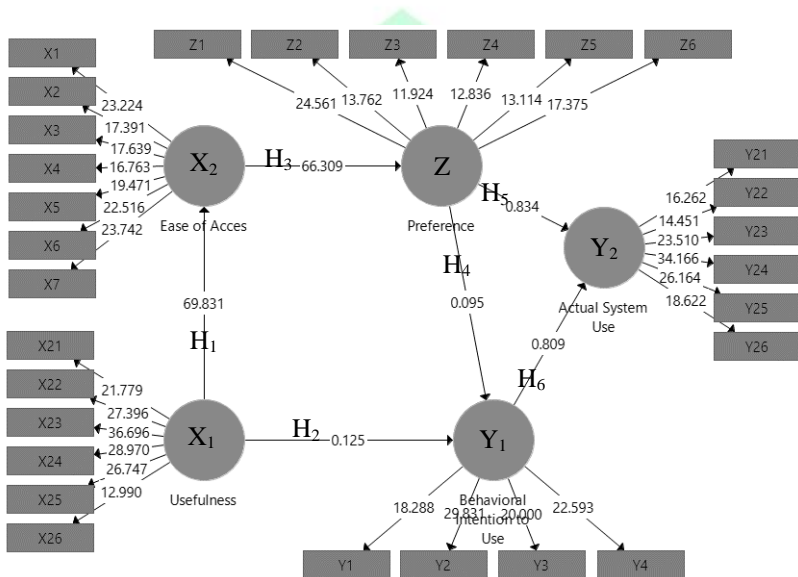
Actual system use dijelaskan oleh variasi *behavioral intention to use* sebesar 10,3 %. Artinya, pengaruh variabel *behavioral intention to use* terhadap *actual system use* sebesar 10,3%. Sementara sisanya yakni 89,7% variabel *behavioral intention to use* dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa pengaruh antar variabel dalam penelitian ini terhadap variabel laten dependen rendah.

5. Uji t

Pengujian Hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian *Inner model* (model struktural) yang meliputi *output r-square*, koefisien parameter dan t-statistik. Untuk melihat apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak di antaranya dengan memperhatikan nilai signifikansi antar kontrak, t-statistik, dan p-values. *Rules of thumb* yang digunakan pada penelitian ini adalah t-statistik >1,96 dengan

tingkat signifikansi *p-value* 0,05 (5%) dan koefisien beta bernilai positif. Berikut adalah hasil uji t dalam penelitian ini:

5.5. Gambar Hasil Model Penelitian



Sumber: Data Primer Diolah, 2022

5.9. Tabel Hasil Uji Loading Outer model

| | Variabel | Original Sample | Sample Mean | Standard Deviation | T-Statistics | P-Values |
|---|---------------------------------------|-----------------|-------------|--------------------|---------------|--------------|
| 1 | (X ₂ -> (X ₁)) | 0,977 | 0,978 | 0,014 | 69,831 | 0,000 |
| 2 | (X ₂ -> (Y ₁)) | 4,077 | -0,346 | 32,560 | 0,125 | 0,900 |

| | Variabel | Original Sample | Sample Mean | Standard Deviation | T-Statistics | P-Values |
|---|---------------------------------------|-----------------|-------------|--------------------|--------------|----------|
| 3 | (X ₁)->(Z) | 1,039 | 1,040 | 0,016 | 66,309 | 0,000 |
| 4 | (Z) ->(Y ₁) | -3,105 | 1,319 | 32,561 | 0,095 | 0,924 |
| 5 | (Z) ->(Y ₂) | 0,530 | 0,490 | 0,635 | 0,834 | 0,405 |
| 6 | (Y ₁) ->(Y ₂) | 0,513 | 0,544 | 0,634 | 0,809 | 0,419 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Hipotesis pertama menguji apakah *usefulness* berpengaruh terhadap *ease of acces* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai nilai koefisien beta *usefulness* terhadap *ease of acces* sebesar 0,977 dan t-statistik sebesar 69,831. Berdasarkan hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa *usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *ease of acces* dengan nilai t-statistik $69,831 > 1,96$ dan pengaruh tersebut bersifat positif dilihat dari nilai koefisien beta 0,977 yang bersifat positif. Berdasarkan nilai signifikansi *p-values* sebesar $0,000 < 0,05$ maka, **H₀ ditolak dan H₁ diterima**. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dibuktikan bahwa *usefulness* berpengaruh terhadap *ease of acces* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

- b. Hipotesis kedua menguji apakah *usefulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta *usefulness* terhadap *behavioral intention to use* sebesar 4,077 dan t-statistik sebesar 0,125. Berdasarkan hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa *usefulness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention to use* dengan nilai t-statistik $0,125 < 1,96$ dan variabel tersebut bersifat positif dilihat dari nilai koefisien beta 4,077 yang bersifat positif. Berdasarkan nilai signifikansi *p-values* sebesar $0,900 > 0,05$ maka, **H₀ diterima dan H₁ ditolak**. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dibuktikan bahwa *usefulness* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.
- c. Hipotesis ketiga menguji apakah *ease of acces* berpengaruh terhadap *preference* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta *ease of acces* terhadap *preference* sebesar 1,039 dan t-statistik sebesar 66,309. Berdasarkan hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa *ease of acces* berpengaruh secara signifikan terhadap

preference dengan nilai t-statistik $66,309 > 1,96$ dan pengaruh tersebut bersifat positif dilihat dari nilai koefisien beta $1,039$ yang bersifat positif. Berdasarkan nilai signifikansi *p-values* sebesar $0,000 < 0,05$ maka, **H₀ ditolak dan H₁ diterima**. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dibuktikan bahwa *ease of acces* berpengaruh terhadap *preference* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

- d. Hipotesis keempat menguji apakah *preference* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta *preference* terhadap *behavioral intention to use* sebesar $-3,105$ dan t-statistik sebesar $0,095$. Berdasarkan hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa *preference* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *behavioral intention to use* dengan nilai t-statistik $0,095 < 1,96$ dan variabel tersebut bersifat negatif dilihat dari nilai koefisien beta $-3,105$ yang bersifat negatif. Berdasarkan nilai signifikansi *p-values* sebesar $0,924 > 0,05$ maka, **H₀ diterima dan H₁ ditolak**. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dibuktikan bahwa *preference* tidak berpengaruh terhadap *behavioral*

intention to use pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

- e. Hipotesis kelima menguji apakah *preference* berpengaruh terhadap *actual system use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta *preference* terhadap *actual system use* sebesar 0,530 dan t-statistik sebesar 0,809. Berdasarkan hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa *preference* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *actual system use* dengan nilai t-statistik $0,834 < 1,96$ dan variabel tersebut bersifat positif dilihat dari nilai koefisien beta 0,530 yang bersifat positif. Berdasarkan nilai signifikansi *p-values* sebesar $0,405 > 0,05$ maka, **H₀ diterima dan H₁ ditolak**. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dibuktikan bahwa *preference* tidak berpengaruh terhadap *actual system use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.
- f. Hipotesis kelima menguji apakah *behavioral intention to use* berpengaruh terhadap *actual system use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien beta *behavioral intention to use* terhadap *actual system use* sebesar 0,513 dan t-statistik sebesar 0,809.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa *behavioral intention to use* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *actual system use* dengan nilai t-statistik $0,809 < 1,96$ dan variabel tersebut bersifat positif dilihat dari nilai koefisien beta 0,513 yang bersifat positif. Berdasarkan nilai signifikansi *p-values* sebesar $0,419 > 0,05$ maka, **H₀ diterima dan H₁ ditolak**. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dibuktikan bahwa *behavioral intention to use* tidak berpengaruh terhadap *actual system use* pada model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

5.10. Tabel Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

| Rumusan Masalah | Hasil | Keterangan |
|--|---|---|
| 1. Apakah <i>usefulness</i> berpengaruh terhadap <i>ease of acces</i> pada model penerimaan <i>FinTech</i> pada masyarakat <i>unbanked</i> di Indonesia? | koefisien beta 0,977, t-statistik 69,831, <i>p-values</i> 0,000 | H ₀ ditolak, H ₁ diterima |
| 2. Apakah <i>usefulness</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention to use</i> pada model penerimaan <i>FinTech</i> pada masyarakat <i>unbanked</i> di Indonesia? | Tidak ada pengaruh | H ₀ diterima, H ₁ ditolak |

| | | |
|---|--|-----------------------------------|
| 3. Apakah <i>ease of acces</i> berpengaruh terhadap <i>preference</i> pada model penerimaan <i>FinTech</i> pada masyarakat <i>unbanked</i> di Indonesia? | koefisien beta 1,039, t-statistik 66,309, <i>p-values</i> 0,000 | H_0 ditolak, H_1 diterima |
| 4. Apakah <i>preference</i> berpengaruh terhadap <i>behavioral intention to use</i> pada model penerimaan <i>FinTech</i> pada masyarakat <i>unbanked</i> di Indonesia? | Tidak ada pengaruh | H_0 diterima, H_1 ditolak. |
| 5. Apakah <i>preference</i> berpengaruh terhadap <i>actual system use</i> pada model penerimaan <i>FinTech</i> pada masyarakat <i>unbanked</i> di Indonesia? | Tidak ada pengaruh | H_0 diterima, H_1 ditolak |
| 6. Apakah <i>behavioral intention to use</i> berpengaruh terhadap <i>actual system use</i> pada model penerimaan <i>FinTech</i> pada masyarakat <i>unbanked</i> di Indonesia? | Tidak ada pengaruh | H_0 diterima, H_1 ditolak |

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama dan ketiga dalam penelitian ini ditolak, sedangkan sisannya hipotesis diterima.

BAB VI

PEMBAHASAN

A. Pembahasan Hasil Penelitian

Venkatesh menjelaskan bahwa *effort expectancy*, *performance expectancy*, *fasilitas*, *social influence*, *facilitating condition* berpengaruh terhadap *behavioral intention* dan *use of behavior*. Kemudian, ditambahkan 3 konstruk lainnya yakni, *hedonic motivation*, *habit* dan *trust*. Variabel-variabel tersebut kemudian menjadi indikator yang membentuk variabel laten *usefulness* dan *ease of acces* pada teori UTAUT 2 tahun 2012.¹

Variabel *use of bahaviour* dalam penelitian ini diganti dengan menggunakan variabel *actual system use*. Hal ini dilakukan mengingat bahwa penelitian ini menjelaskan penggunaan *FinTech* dalam kegiatan transaksi sehari-hari pada

¹ Viswanath Venkatesh, Michael G. Morris, Gordon B. Davis and Fred D. Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *Management Information Systems Research Center*, University of Minnesota Volume 27 Nomor 3 (2012), 425-478.

masyarakat *unbanked*.² Sementara variabel *use behavior* hanya menjelaskan tentang proses adopsinya saja sedangkan indikator yang ada dalam variabel *actual system use* terbukti lebih relevan. Variabel lain yang ditambahkan dalam penelitian ini adalah *preference*, hal ini karena faktor *preference* merupakan factor yang penting dalam melihat model penggunaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.

Preference yang dimaksud adalah kecenderungan subjektif tentang hukum Islam dalam mempertimbangkan penggunaan layanan *FinTech*.³ Preferensi nilai-nilai ekonomi syariah tetap menjadi faktor terpenting dalam pertimbangan

² F.D. Davis, "A technology acceptance model for empirically testing new end-user information system: theory and result," *Doctoral Dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.* (1986), 1-87.

³ Musa Gün, "Impact of Financial Technology (*FinTech*) on Islamic Finance and Financial Stability: The Path to *FinTech* Development Research on Islamic Finance in Turkey," Recep Tayyip Erdogan University, Turkey, 2020, hlm 32, accessed 1 Maret 2022, <https://www.igi-global.com/chapter/the-path-to-fintech-development-research-on-islamic-finance-in-turkey/236799>

pilihan transaksi.⁴ Namun, masyarakat tetap tidak dapat mengabaikan nilai-nilai ekonomis dalam betransaksi.⁵ Berdasarkan uraian tersebut dapat dinyatakan bahwa teori dalam penelitian ini menjelaskan bahwa variabel *usefulness*, *ease of acces* dan *preference* berpengaruh terhadap *behavioral intention to use* dan *actual system to use*. Berdasarkan teori tersebut maka hasil penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Usefulness* terhadap *Ease of Acces*

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *usefulness* berpengaruh secara positif terhadap *ease of acces* secara signifikan. *Usefulness* berpengaruh positif artinya jika terjadi peningkatan akses *FinTech* pada variabel *usefulness* maka nilai variabel *ease of acces* juga meningkat. Model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia sangat dipengaruhi oleh perubahan nilai variabel *usefulness*, artinya ini sesuai dengan

⁴ Hassan, M.K., Hossain, S. and Unsal, O. (2018), "Religious Preference and Financial Inclusion: The Case for Islamic Finance", Hassan, M.K. and Rashid, M. (Ed.) *Management of Islamic Finance: Principle, Practice, and Performance (International Finance Review, Vol. 19)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 93-111

⁵ Delta Khairunnisa, *Consumer's Preference towards Islamic Banking, Tazkia Islamic Finance and Business Review* Volume, 10.1, 2019, 50-60.

teori yang ada *usefulness* dan *ease of acces* berpengaruh terhadap model adopsi *FinTech*.

Berdasarkan nilai koefisien *inner model* yang didapat dalam model penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa *usefulness* memiliki nilai koefisien yang tinggi terhadap *ease of acces*. Artinya, terdapat hubungan sebab akibat yang sangat kuat di antara kedua variabel tersebut. *Usefulness* memiliki pengaruh yang besar dalam menentukan nilai adopsi variabel *ease of acces*. Artinya, nilai koefisien *inner model* ini menguatkan tentang pengaruh positif dan regresi yang signifikan antara *usefulness* terhadap *ease of acces*.

2. Pengaruh *Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use*

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *usefulness* tidak berpengaruh secara positif terhadap *behavioral intention to use* dan nilainya juga tidak signifikan. Hal ini membuktikan, bahwa terdapat model adopsi *FinTech* yang unik pada masyarakat Indonesia. Berdasarkan teori yang ada dan beberapa penelitian

sebelumnya di negara-negara lain, *usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use* namun berdasarkan hasil uji dalam penelitian ini, itu tidak terjadi. Artinya, dapat dibuktikan secara empiris bahwa model adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia unik.

Berdasarkan nilai koefisien *inner model* yang didapat dalam model penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa *usefulness* memiliki nilai koefisien yang rendah terhadap *behavioral intention to use*. Artinya, terdapat hubungan sebab akibat yang lemah diantara kedua variabel tersebut. *Usefulness* memiliki sedikit pengaruh dalam menentukan nilai variabel *behavioral intention to use*. Artinya, nilai koefisien *inner model* ini menguatkan tentang pengaruh positif dan regresi yang lemah antara *usefulness* terhadap *behavioral intention to use*.

3. Pengaruh *Ease of Acces* terhadap *Preference*

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *ease of acces* berpengaruh secara positif terhadap *preference* dan bernilai signifikan. *Ease of acces* berpengaruh positif artinya, jika terjadi peningkatan akses *FinTech* pada variabel *ease of acces* maka nilai variabel *preference* juga meningkat. Model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia

dipengaruhi oleh perubahan nilai variabel *ease of acces* sesuai dengan teori UTAUT 2.

Berdasarkan nilai koefisien *inner model* yang didapat dalam model penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa *ease of acces* memiliki nilai koefisien yang signifikan terhadap *preference*. Artinya, terdapat hubungan sebab akibat yang kuat di antara kedua variabel tersebut. *Ease of acces* memiliki pengaruh yang besar dalam menentukan nilai variabel *preference*. Artinya, nilai koefisien *inner model* dalam penelitian ini menguatkan tentang pengaruh positif dan regresi yang signifikan antara *ease of acces* terhadap *preference*.

4. Pengaruh *Preference* terhadap *Behavioral Intention to Use*

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *preference* berpengaruh secara negatif terhadap *behavioral intention to use* namun nilainya tidak signifikan. *Preference* berpengaruh negatif artinya jika terjadi peningkatan akses *FinTech* pada variabel *preference* maka nilai variabel *behavioral intention to use*

menurun. Model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan nilai variabel *preference* sesuai dengan teori UTAUT 2.

Namun, terdapat perbedaan dalam hasil penelitian ini karena pengaruh tersebut nilainya negatif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa, terdapat model adopsi *FinTech* yang unik pada masyarakat Indonesia. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya di negara-negara lain, *preference* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention to use* namun berdasarkan hasil uji dalam penelitian ini, hal itu tidak dapat dibuktikan. Artinya, secara empiris dapat dijelaskan bahwa model adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia sangat berbeda dengan model adopsi di negara lain.

Berdasarkan nilai koefisien *inner model* yang didapat dalam model penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa *preference* memiliki nilai koefisien yang sangat rendah terhadap *behavioral intention to use*. Artinya, terdapat hubungan sebab akibat yang sangat lemah. *Preference* dapat dinyatakan hampir tidak memiliki pengaruh dalam menentukan nilai variabel *behavioral intention to use*. Jika ada pengaruh *preference* terhadap *behavioral intention to use* maka, pengaruh tersebut sifatnya negatif. Artinya, nilai koefisien *inner model* ini

menguatkan tentang pengaruh negatif dan regresi yang sangat lemah antara *preference* terhadap *behavioral intention to use*.

5. Pengaruh *Preference* terhadap *Actual System Use*

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *preference* berpengaruh positif terhadap *actual system use* namun nilainya tidak signifikan. *Preference* berpengaruh positif artinya ada hubungan searah antara variabel *preference* variabel *actual system use*. Jika nilai *preference* bertambah maka, nilai *actual system use* juga meningkat. Model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan nilai variabel *preference* terhadap *actual system use* sesuai dengan teori UTAUT 2.

Namun, terdapat perbedaan dalam hasil penelitian ini karena pengaruh tersebut nilainya tidak signifikan. Hal ini membuktikan bahwa, terdapat model adopsi *FinTech* yang unik pada masyarakat Indonesia. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, *preference* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual system use* namun berdasarkan hasil uji dalam

penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda. Artinya, secara empiris dapat dijelaskan bahwa dalam model adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia unik karena *preference* tidak berpengaruh signifikan terhadap *actual system use*.

Berdasarkan nilai koefisien *inner model* yang didapat dalam model penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa *preference* memiliki nilai koefisien yang rendah terhadap *actual system use*. Artinya, terdapat hubungan sebab akibat yang lemah. *Preference* dapat dinyatakan memiliki sedikit pengaruh dalam menentukan nilai variabel *actual system use*. Artinya, nilai koefisien *inner model* ini menguatkan tentang pengaruh positif dan regresi yang lemah antara *preference* terhadap *actual system use*.

6. Pengaruh *Behavioral Intention to Use* terhadap *Actual System Use*

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *behavioral intention to use* berpengaruh positif terhadap *actual system use* namun nilainya tidak signifikan. *Behavioral intention to use* berpengaruh positif artinya ada hubungan searah antara variabel *behavioral intention to use* variabel *actual system use*. Jika nilai *behavioral intention to use* bertambah maka, nilai

actual system use juga meningkat. Model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan nilai variabel *behavioral intention to use* terhadap *actual system use* sesuai dengan teori UTAUT 2.

Namun, terdapat perbedaan dalam hasil penelitian ini karena pengaruh tersebut nilainya tidak signifikan. Hal ini membuktikan bahwa, terdapat model adopsi *FinTech* yang unik pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, *behavioral intention to use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *actual system use* namun berdasarkan hasil uji dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda. Artinya, secara empiris dapat dijelaskan bahwa dalam model adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia unik karena *behavioral intention to use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *actual system use*.

Berdasarkan nilai koefisien *inner model* yang didapat dalam model penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa *behavioral intention to use* memiliki nilai koefisien yang rendah terhadap *actual system use*. Artinya, terdapat hubungan sebab akibat yang lemah. *Behavioral intention to use* dapat dinyatakan

memiliki sedikit pengaruh dalam menentukan nilai variabel *actual system use*. Artinya, nilai koefisien *inner model* ini menguatkan tentang pengaruh positif dan regresi yang lemah antara *behavioral intention to use* terhadap *actual system use*.

B. Temuan Empiris

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *usefulness* berpengaruh secara positif terhadap *ease of acces* secara signifikan. Berdasarkan nilai koefisien *inner model* yang didapat dalam model, dapat dijelaskan bahwa *usefulness* memiliki nilai koefisien yang tinggi terhadap *ease of acces*. Artinya, terdapat hubungan sebab akibat yang sangat kuat diantara kedua variabel tersebut. *Usefulness* memiliki pengaruh yang besar dalam menentukan nilai adopsi variabel *ease of acces*. Artinya, nilai koefisien *inner model* ini menguatkan tentang pengaruh positif dan regresi yang signifikan antara *usefulness* terhadap *ease of acces*.

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *usefulness* berpengaruh secara positif terhadap *behavioral intention to use* namun nilainya tidak signifikan. Model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan

nilai variabel *usefulness* sesuai dengan teori UTAUT 2. Namun, terdapat perbedaan dalam hasil penelitian ini karena pengaruh tersebut nilainya tidak signifikan. Hal ini membuktikan dugaan peneliti sebelumnya, bahwa terdapat model adopsi *FinTech* yang unik pada masyarakat Indonesia. Artinya, dapat dibuktikan secara empiris bahwa model adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia unik. Nilai koefisien *inner model* ini menguatkan tentang pengaruh positif dan regresi yang lemah antara *usefulness* terhadap *behavioral intention to use*.

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *ease of acces* berpengaruh secara positif terhadap *preference* dan bernilai signifikan. Model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan nilai variabel *ease of acces* sesuai dengan teori UTAUT 2. *Ease of acces* memiliki pengaruh yang besar dalam menentukan nilai variabel *preference*. Artinya, nilai koefisien *inner model* dalam penelitian ini menguatkan tentang pengaruh positif dan regresi yang signifikan antara *ease of acces* terhadap *preference*.

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *preference* berpengaruh secara negatif terhadap *behavioral intention to use* namun nilainya tidak signifikan. Model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan nilai variabel *preference* sesuai dengan teori UTAUT 2. Namun, terdapat perbedaan dalam hasil penelitian ini karena pengaruh tersebut nilainya negatif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa, terdapat model adopsi *FinTech* yang unik pada masyarakat Indonesia. Secara empiris dapat dijelaskan bahwa model adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia sangat berbeda dengan model adopsi di negara lain. Berdasarkan nilai koefisien *inner model preference* dapat dinyatakan hampir tidak memiliki pengaruh dalam menentukan nilai variabel *behavioral intention to use*. Jika ada maka, pengaruh tersebut sifatnya negatif. Artinya, nilai koefisien *inner model* ini menguatkan tentang pengaruh negatif dan regresi yang sangat lemah antara *preference* terhadap *behavioral intention to use*.

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *ease of acces* berpengaruh secara positif terhadap *preference* dan bernilai signifikan. Model penerimaan *FinTech* pada masyarakat

unbanked di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan nilai variabel *ease of acces* sesuai dengan teori UTAUT 2. *Ease of acces* memiliki pengaruh yang besar dalam menentukan nilai variabel *preference*. Artinya, nilai koefisien *inner model* dalam penelitian ini menguatkan tentang pengaruh positif dan regresi yang signifikan antara *ease of acces* terhadap *preference*.

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *preference* berpengaruh secara negatif terhadap *behavioral intention to use* namun nilainya tidak signifikan. Model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan nilai variabel *preference* sesuai dengan teori UTAUT 2. Namun, terdapat perbedaan dalam hasil penelitian ini karena pengaruh tersebut nilainya negatif dan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa, terdapat model adopsi *FinTech* yang unik pada masyarakat Indonesia. Secara empiris dapat dijelaskan bahwa model adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia sangat berbeda dengan model adopsi di negara lain. Berdasarkan nilai koefisien *inner model preference* dapat dinyatakan hampir tidak memiliki pengaruh dalam menentukan

nilai variabel *behavioral intention to use*. Jika ada maka, pengaruh tersebut sifatnya negatif. Artinya, nilai koefisien *inner model* ini menguatkan tentang pengaruh negatif dan regresi yang sangat lemah antara *preference* terhadap *behavioral intention to use*.

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *preference* berpengaruh positif terhadap *actual system use* namun nilainya tidak signifikan. Model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan nilai variabel *preference* terhadap *actual system use* sesuai dengan teori UTAUT 2. Namun, terdapat perbedaan dalam hasil penelitian ini karena pengaruh tersebut nilainya tidak signifikan. Hal ini membuktikan bahwa, terdapat model adopsi *FinTech* yang unik pada masyarakat Indonesia. Secara empiris dapat dijelaskan bahwa dalam model adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia unik karena *preference* tidak berpengaruh signifikan terhadap *actual system use*. Berdasarkan nilai koefisien *inner model* yang didapat dalam model penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa *preference* memiliki nilai koefisien yang rendah terhadap *actual system use*.

Berdasarkan hasil uji menggunakan *path analisis* pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa *behavioral intention to use* berpengaruh positif terhadap *actual system use* namun nilainya tidak signifikan. Model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia dipengaruhi oleh perubahan nilai variabel *behavioral intention to use* terhadap *actual system use* sesuai dengan teori UTAUT 2. Namun, terdapat perbedaan dalam hasil penelitian ini karena pengaruh tersebut nilainya tidak signifikan. Hal ini membuktikan bahwa, terdapat model adopsi *FinTech* yang unik pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Secara empiris dapat dijelaskan bahwa dalam model adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia unik karena *behavioral intention to use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *actual system use*.

Berdasarkan nilai koefisien *inner model* yang didapat dalam model penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa *behavioral intention to use* memiliki nilai koefisien yang rendah terhadap *actual system use*. Artinya, terdapat hubungan sebab akibat yang lemah. Nilai koefisien *inner model* ini menguatkan

tentang pengaruh positif dan regresi yang lemah antara *behavioral intention to use* terhadap *actual system use*.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dinyatakan bahwa hanya terdapat dua variabel dalam penelitian ini yang memiliki pengaruh terhadap *behavioral intention to use* dan *actual system use* pada model penerimaan *Fintech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia yakni *ease of acces* dan *usefulness*. Sementara variabel lainnya yakni *preference* dan *behavioral intention to use* tidak berpengaruh terhadap *actual system use*.

C. Diskusi Hasil Penelitian

FinTech yang menjadi objek kajian dalam penelitian ini meliputi seluruh jenis layanan *FinTech* yang ada di Indonesia. Jenis layanan yang dimaksud meliputi berbagai bidang diantaranya *e-commerce*, *wallet*, *investment* dan transaksi keuangan lainnya. Secara umum masyarakat dikategorikan menjadi *banked*, *underbanked* dan *unbanked* berdasarkan tingkat akses mereka terhadap layanan keuangan. Akses masyarakat Indonesia terhadap internet dan penggunaan *smartphone* meningkat pesat dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Berdasarkan data tersebut maka dikatakan bahwa Indonesia merupakan negara dengan potensi adopsi *Fintech* yang baik.

FinTech di Indonesia hanya berkembang di beberapa lapisan masyarakat saja, jenis layanan utama yang paling banyak diakses adalah layanan *e-commerce*. Hal ini dibuktikan dengan data dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa mayoritas masyarakat *unbanked* yang menggunakan *FinTech* bersal dari jalur *e-commerce* ini. Artinya, *FinTech* yang berkembang di Indonesia masih berada di tahap paling awal, yakni masih berada di tahap konsumtif masyarakat, belum menjadi layanan keuangan yang bersifat produktif. Hal ini juga yang menyebabkan *FinTech* memiliki kesan yang negatif dalam beberapa kajian ekonomi Islam karena mendorong perilaku hidup konsumtif.

Padahal, jika kita mengenal *FinTech* lebih jauh, sebenarnya *FinTech* memiliki manfaat yang lebih beragam jenisnya. Namun, sayangnya layanan yang semacam ini hanya dikenal dan diakses oleh kalangan yang terbatas saja, misalnya layanan *FinTech* yang berjenis *investment*. Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian ini jenis layanan ini masih belum banyak diakses oleh masyarakat di Indonesia. Sedangkan jika dilihat dari beberapa penelitian terdahulu

tentang perkembangan investasi, layanan *FinTech* menjadi pilihan utama khususnya bagi masyarakat muda dengan rentang umur 20 sampai 30 tahun.

FinTech menjadi bagian dari program untuk menghadirkan layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* di berbagai negara berkembang. Indonesia menjadi negara dengan potensi pertumbuhan *FinTech* yang sangat baik. Namun, penelitian yang menjelaskan dan menganalisa tentang adopsi *FinTech* di Indonesia masih sangat terbatas. Khususnya, pada masyarakat *unbanked* dengan menggunakan sudut pandang ekonomi Islam.

Hal ini tidak dapat dipungkiri mengingat banyaknya kesalahan persepsi tentang *FinTech* di Indonesia. *FinTech* tidak dipandang sebagai sebuah revolusi teknologi keuangan yang benar-benar baru melainkan sebagai penyedia jasa pinjaman keuangan dengan aturan yang mengikat dan bunga yang sangat tinggi. Hal ini disebabkan berbagai layanan *FinTech* didominasi oleh layanan penyedia jasa pinjaman dengan reputasi yang buruk. Kesalahan interpretasi tentang *FinTech* ini kemudian berdampak terhadap kurangnya penelitian yang mengkaji lebih jauh tentang *FinTech* terlebih lagi dalam sudut pandang ekonomi Islam.

FinTech di Indonesia telah bertransformasi dengan menyediakan layanan keuangan yang sesuai dengan masyarakat di Indonesia. Berdasarkan data dalam penelitian ini, diketahui bahwa variabel *preference* memiliki nilai yang negatif terhadap adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. *Preference* dalam hal ini dapat diartikan pada kecenderungan masyarakat *unbanked* di Indonesia untuk memilih jenis-jenis layanan yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. *FinTech* memberikan kemudahan misalnya dalam layanan pembayaran infaq dan zakat dalam beberapa aplikasinya. *FinTech* juga menjadi media yang mengenalkan investasi sejak dini misalnya *Ovo* yang memberikan menu layanan investasi reksadana yang sangat ringan yang dapat dimulai dengan nominal Rp 10.000,- saja.

FinTech juga memberikan dampak yang sangat besar terhadap industri perbankan. Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian ini layanan transaksi keuangan perbankan secara perlahan mulai digantikan oleh *FinTech*. Khususnya pada transaksi dengan nominal yang kecil dibawah Rp 1.000.000,- dan transaksi-transaksi lain yang erat kaitannya

dengan *e-commerce*. Keadaan yang demikian membuat perbankan saat ini banyak melakukan kerjasama dengan *FinTech* misalnya layanan pembayaran *e-commerce* menjadi menu yang muncul di aplikasi-aplikasi perbankan. Perbankan juga memberikan layanan *top-up* saldo layanan *FinTech* dengan berbagai promo menarik.

FinTech mendorong transformasi perbankan untuk mengadopsi teknologi keuangan secara masif, diantaranya dengan munculnya agenda transformasi perbankan digital pada tahun 2020. Berdasarkan data dalam penelitian ini kondisi pandemi dengan berbagai pembatasan kegiatannya telah mendorong transformasi transaksi keuangan berbasis teknologi. Pandemi juga membuat masyarakat dapat berhenti sejenak dan mempertimbangkan keputusan-keputusan keuangan mereka untuk mengambil pilihan-pilihan yang lebih baik.

Bank yang bekerjasama dengan *FinTech* misalnya Bank Yudha Bhakti yang mengubah namanya menjadi Bank *Neo Commerce* Tbk. pada tahun 2018 dan melakukan kerjasama PT. Akulaku Silvr Indonesia. Contoh lain misalnya PT. Bank Artos Indonesia Tbk yang berubah menjadi perbankan digital dengan melakukan perubahan pemegang saham pengendali berubah menjadi PT Bank Jao Tbk yang selanjutnya diakuisisi

oleh *Gojek* melalui layanan keuangan dan pembayaran digitalnya yakni *Gopay*. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dijelaskan bahwa industri perbankan juga terdampak perkembangan *FinTech*. Dampak positif yang dimaksud adalah transformasi perbankan menjadi perbankan digital dengan berbagai jenis kerjasama dengan *FinTech* untuk memberikan layanan keuangan yang lebih fleksibel dan pada akhirnya memudahkan masyarakat.

Berdasarkan uraian penjelasan tersebut maka, dapat dinyatakan bahwa *FinTech* di Indonesia telah melakukan banyak penyesuaian. Penyesuaian yang dimaksud misalnya perubahan menu-menu pada transaksi yang memunculkan transaksi-transaksi keuangan syariah sesuai dengan preference keuangan masyarakat Indonesia. *FinTech* di Indonesia juga telah melakukan berbagai kerjasama dengan industry perbankan, dimana perbankan memiliki keunggulan dari sisi jaminan keamanan dan kepercayaan sedangkan *FinTech* memiliki keunggulan dalam hal efisiensi dan fleksibilitas.

D. Implementasi Hasil Penelitian

Implementasi *FinTech* dalam perkembangan ekonomi Islam di Indonesia dapat dijelaskan ke dalam beberapa aspek. Pertama, dari sisi pengguna layanan *FinTech* memberikan kesempatan serta jangkauan akses yang mudah dengan cakupan yang lebih luas. Kedua dari sisi penyedia jasa layanan keuangan *FinTech* memberikan kesempatan untuk mengembangkan layanan melalui inovasi-inovasi yang ruangnya masih sangat luas untuk dikembangkan. *FinTech* syariah diharapkan mampu memberikan pilihan agar industri keuangan Islam memiliki lebih banyak pilihan oleh perbankan ataupun BPRS dan BMT. Lebih jauh, industri keuangan Islam diharapkan mampu dapat tumbuh sehingga mampu mengurangi dominasi industri keuangan konvensional berdasarkan basis kinerja keuangan yang lebih baik.

FinTech memberikan kesempatan untuk merestrukturisasi sistem layanan keuangan dan menjangkau masyarakat unbanked yang memiliki potensi market share yang belum tersentuh. Jika setiap transaksi keuangan dapat dimaksimalkan dengan teknologi digitasi maka, akan lebih mudah untuk menghitung seberapa besar nilai inklusi ekonomi Islam yang ada di masyarakat Indonesia. Data inklusi

keuangan masyarakat ekonomi Islam di Indonesia ini dapat dijadikan sebagai rujukan serta pertimbangan untuk pengembangan sektor-sektor keuangan Islam secara lebih menyeluruh.

E. Keterbatasan Studi

Penelitian ini telah menjelaskan tentang model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Kerangka penelitian ini dibangun menggunakan dasar teori teknologi informasi yang dibangun oleh Venkatesh tahun 2012. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena diluar variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini sangat dimungkinkan masih banyak variabel lain yang berpengaruh terhadap model adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam hal responden penelitian yang terbatas, sehingga *output* data yang dihasilkan juga terbatas. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan diri peneliti baik secara waktu, tenaga dan sumberdaya manusia dalam menyelesaikan penelitian ini.

Rekomendasi peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah untuk menjelaskan lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain di luar penelitian ini yang berpengaruh terhadap model penerimaan *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu menjelaskan secara lebih rinci mengenai karakteristik masyarakat *unbanked* di Indonesia serta implementasi layanan keuangan berbasis *FinTech* serta dampaknya terhadap akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked*.



BAB VII

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. *Usefulness* berpengaruh secara positif terhadap *ease of acces* secara signifikan, dengan demikian diketahui bahwa faktor *usefulness* pada layanan *FinTech* berperan dalam meningkatkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* di Indonesia.
2. *Usefulness* berpengaruh secara positif terhadap *behavioral intention to use* namun nilainya tidak signifikan. Artinya, faktor *usefulness* pada layanan *FinTech* berperan dalam meningkatkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* di Indonesia dengan memengaruhi *behavioral intention to use*. Artinya, *FinTech* pada masyarakat *unbanked* mendapatkan kesan yang baik dari masyarakat *unbanked* sehingga akses terhadap *FinTech* tinggi dan potensinya untuk meningkatkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* tinggi.
3. *Ease of Acces* berpengaruh secara positif terhadap *Preference* dan bernilai signifikan. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa, salah satu faktor yang

dipertimbangkan oleh masyarakat *unbanked* di Indonesia dalam mengakses *FinTech* adalah *ease of acces* atau kemudahan aksesnya. Sehingga, penelitian ini dapat menjelaskan bahwa *ease of acces* secara tidak langsung turut meningkatkan akses layanan keuangan melalui *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia melalui variabel *preference*.

4. *Preference* berpengaruh secara negatif terhadap *behavioral intention to use* namun nilainya tidak signifikan. Artinya, nilai-nilai ekonomi syariah yang dimiliki dan difahami oleh masyarakat *unbanked* di Indonesia tidak dapat menimbulkan kesan/ niat yang baik dalam mengakses *FinTech*. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa *preference* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia berperan negatif namun nilainya tidak signifikan sehingga menurunkan nilai akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked*.
5. *Preference* berpengaruh positif terhadap *actual system use* namun nilainya tidak signifikan. Artinya, *preference* pada layanan *FinTech* berperan dalam meningkatkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* namun nilainya tidak signifikan. Hal ini dapat terjadi karena setelah masyarakat *unbanked* menggunakan *FinTech* secara

langsung (diukur menggunakan variabel *actual system use*) mereka kemudian merasakan bahwa layanan *FinTech* tersebut berperan dalam meningkatkan akses layanan keuangan mereka.

6. *Behavioral intention to use* berpengaruh positif terhadap *actual system use* namun nilainya tidak signifikan. Artinya kesan/ niat masyarakat *unbanked* untuk menggunakan *FinTech* berperan positif terhadap penggunaan aktual mereka terhadap layanan *FinTech* meskipun nilainya tidak signifikan. Berdasarkan hasil tersebut maka, *FinTech* terbukti dapat meningkatkan akses layanan keuangan pada masyarakat *unbanked* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia melalui variabel *behavioral intention to use* meskipun nilainya tidak signifikan.

B. SARAN

1. Pengaruh *Usefulness* terhadap *Behavioral Intention to Use* dapat ditingkatkan nilai signifikansinya melalui dukungan fasilitas dan teknik penggunaan yang jelas pada *FinTech*. Misalnya, mayoritas masyarakat *unbanked* ini rata-rata

sudah memiliki akses terhadap *FinTech* namun, dalam kegiatan sehari-hari hanya digunakan untuk transaksi *e-commerce* saja. Hal ini berdampak pada nilai *usefulness* yang tinggi namun tidak diikuti oleh dampak yang signifikan terhadap *behavioral intention to use*. Jika, lebih banyak toko selain *e-commerce* yang menerima pembayaran berbasis *FinTech*, maka otomatis variabel *usefulness* dapat dimanfaatkan secara maksimal sehingga *behavioral intention to use* meningkat signifikan.

2. *Preference* berpengaruh secara negatif terhadap *Behavioral Intention to Use* dapat berasal dari berbagai aspek misalnya kurangnya literasi yang dapat menimbulkan gharar dalam penggunaan *FinTech* pada beberapa pihak. Akibatnya, *preference* yang seharusnya objektif justru menjadi sisi negatif yang menghambat adopsi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* di Indonesia. Saran peneliti adalah masyarakat *unbanked* harus distimulasi untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya tentang *FinTech* sehingga mereka memiliki bekal pertimbangan yang seimbang tentang *FinTech*. Pengaruh negatif *Preference* terhadap *Behavioral Intention to Use* memang tidak signifikan, namun jika dibiarkan ini dapat menjadi penghambat yang berarti di

masa mendatang. Mengingat perkembangan teknologi keuangan yang sangat pesat dari waktu ke waktu.

3. *Preference* berpengaruh positif terhadap *Actual system use* namun nilainya tidak signifikan. Hal ini dapat diselesaikan dengan meningkatkan literasi *FinTech* pada masyarakat *unbanked* karena seringkali sebuah pilihan tidak dipilih bukan karena tidak baik namun karena keterbatasan literasi seseorang untuk mengetahui seberapa baiknya pilihan tersebut.
4. *Behavioral Intention to Use* berpengaruh positif terhadap *Actual system use* namun nilainya tidak signifikan. Hal ini dapat terjadi karena jenis-jenis *FinTech* yang diketahui oleh masyarakat *unbanked* terbatas sehingga niat mereka untuk menggunakan *FinTech* tidak dapat didukung oleh jenis fintech tidak dapat didukung oleh jenis *FinTech* yang sesuai, sehinggalah *actual system use* tidak terjadi. Saran peneliti adalah semakin banyak masyarakat *unbanked* mengenal *FinTech* maka semakin banyak kebutuhan keuangan mereka yang terakomodasi sehingga tingkat *actual system use* juga meningkat.

5. *FinTech* telah menjadi solusi untuk berbagai keterbatasan layanan keuangan, banyak negara yang telah mengadopsi *FinTech*. *FinTech* telah menjadi ancaman nyata bagi industry keuangan konvensional yang masih jauh dari efisiensi dan efektifitas. Masyarakat *unbanked* dapat mengejar ketertinggalan mereka dalam hal akses layanan keuangan dengan memanfaatkan *FinTech* yang ada. Saran peneliti adalah semakin banyak keingintahuan masyarakat *unbanked* tentang *FinTech* berdampak baik terhadap peningkatan adopsi mereka terhadap *FinTech*.
6. Masyarakat *unbanked* di Indonesia tertinggal dari masyarakat *unbanked* di negara-negara lain dalam hal adopsi *FinTech*. Salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya adopsi *FinTech* ini adalah preferensi. Preferensi ini merupakan tahapan penerimaan, penilaian dan respon seseorang terhadap suatu teknologi informasi. Preferensi dapat diperbaiki jika bahan yang ada untuk mempertimbangkan inovasi tersebut lebih beragam. Preferensi tidak dapat diperkaya tanpa adanya proses literasi yang memadai untuk mendukung adopsi. Jadi, dalam hal meningkatkan adopsi layanan keuangan berbasis *FinTech* di Indonesia tidak dapat terlepas dari proses literasi yang baik tentang *FinTech* pada masyarakat *unbanked*.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Ilmiah:

- Abdillah, Leon. *“an Overview of Indonesian FinTech Application,”* Jurnal, Elsevier, Universitas Bina Darma (2020), 1-6.
- Ajzen, I, *“The theory of planned behavior,”* *Organizational behavior and human decision processes* Volume 50 Nomor 2 (1991), 179-211.,
- Ajzen, I., & Fishbein, M, *“A Bayesian analysis of attribution processes,”* *Psychological bulletin* Volume 82 Nomor 2 (1975), 261.,
- Alkhowaiter, Wassan Abdullah. *“Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A systematic literature review,”* Jurnal Elsevier: *International Journal of Information Management* Volume 53 Nomor 102102 (2020).
- Amirillah, Afif. *“Efisiensi Perbankan Syariah di Indonesia,”* Jejak: *Journal of Economics and Policy*, Semarang: Universitas Negeri Semarang Volume 7 Nomor 2 (2014), 141-150.
- Ananda, S., Davesh, Sonal. and Al-Lawati, Anis Moosa. *“What factors drive the adoption of digital banking? An empirical study from the perspective of Omani retail banking,”*

Journal of Financial Marketing Volume 1 Nomor 25
(2020),

Booz-Allen. dan Shugoll, Hamilton. "*Mandatory EFT Demographic Study*," *Research, A report prepared for the U.S. Department of Treasury*, Sept 15 (1997), 1- 26.

Boudreau, M. C., Gefen, D., & Straub, D. W, "*Validation in information systems research: A state-of-the-art assessment*," *MIS quarterly*, (2001), 1-16.

Boyd, C. E., Tucker, C., McNevin, A., Bostick, K., & Clay, J, "Indicators of resource use efficiency and environmental performance in fish and crustacean aquaculture," *Reviews in Fisheries science* Volume 15 Nomor 4 (2007), 327-360.

Brown, P., Rothwell, J. C., Thompson, P. D., Britton, T. C., Day, B. L., & Marsden, C. D, "*New observations on the normal auditory startle reflex in man*," *Brain*, Volume 114 Nomor 4 (1991), 1891-1902.

Caskey, John P. "*Bringing Unbanked Households into the Banking System*," *A Capital Exchange Journal Article Prepared for the Brookings Institution Center on Urban and Metropolitan Policy Harvard University* (2002), accessed april 2, 2021, <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/caskey.pdf>

Cholik, Ahmad Arisatul. "Teori Efisiensi dalam Ekonomi Islam", *Islamic Economics Journal*, Ponorogo: University of Darussalam Gontor, Volume 1 Nomor 2 (2013), 167-182.

Curran, J. M., & Meuter, M. L., “*Encouraging existing customers to switch to self-service technologies: put a little fun in their live,*” *Journal of Marketing Theory and Practice*, Volume 15 Nomor 4 (2007), 283-298.

Dabholkar, P. A., & Bagozzi, R. P., “*An attitudinal model of technology-based self-service: moderating effects of consumer traits and situational factors,*” *Journal of the academy of marketing science*, Volume 30 Nomor 3(2002), 184-201.

Davis, D. “*A technology acceptance model for empirically testing new end-user information system: theory and result,*” *Doctoral Dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.* (1986), 3.

Davis, F. D., “*Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,*” *MIS quarterly*, (1989), 319-340.

Davis, F. D., “*Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,*” *MIS quarterly*, (1989), 319-340.

Delta Khairunnisa, “*Consumer’s Preference towards Islamic Banking,*” *Tazkia Islamic Finance and Business Review*,” Volume, 10.1, 2019, 50-60.

Dequech, David. *“Uncertainty and Economic Sociology: a Preliminary Discussion Focus on Economic Sociology,”* *Jurnal: American Economics and Sociology*, 2003.

Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D., *“Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers’ Product Evaluations”*, *Journal of Marketing Research*, Nomor 28 Volume 3 (1991). 307-319.

Don Johnston Jr., Morduch, Jonathan. *“The Unbanked: Evidence from Indonesia,”* *Jurnal the World Bank Economic Review*, Volume 22, Nomor 3 (2008), 517-537

Flavián, C., Guinalú, M., & Gurrea, R, *“The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty,”* *Information & management* Volume 43 Nomor 1 (2006), 1-14.

Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W, *“Trust and TAM in online shopping: An integrated model,”* *MIS quarterly* (2003), 51-90.

Hassan, M.K., Hossain, S. and Unsal, O. (2018), *“Religious Preference and Financial Inclusion: The Case for Islamic Finance”*, Hassan, M.K. and Rashid,

M. (Ed.) *Management of Islamic Finance: Principle, Practice, and Performance (International Finance Review, Vol. 19)*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 93-111

Heijden, Hans van der. "User Acceptance of Hedonic Information Systems." *MIS Quarterly* 28, no. 4 (2004), 695–704.

Hiyanti, Hida dkk. "Peluang dan Tantangan *FinTech* (*Financial Technology*) Syariah di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Surakarta: STIE AAS Surakarta. Volume 5 Nomor 3 (2019), 326-333.

Iman, Nofie. "Assesing the Dynamics of *FinTech* in Indonesia," *Jurnal, Investment Management and Financial Innovations*, volume 4, nomor 15 (2018), 296-303.

Irawati, Dwi. "*FinTech* dan Perubahan Struktur Industri Keuangan di Indonesia," *Segmen: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Purworejo: Universitas Muhammadiyah Purworejo Volume 14 Nomor 2 (2018), 70.

Jack, William. and Suri, Tavneet. "The Economics of M-PESA," *Journal of Georgetown University* (2010), 1-20.

James Y.L. Thong, Se-Joon Hong, Kar Yan Tam, "The effects of post-adoption beliefs on the expectation-confirmation model for information technology continuance," *International Journal of Human-Computer Studies*, Volume 64, Issue 9 (2006), 799-810.

- Kim, S. S., & Malhotra, N. K. (2005). *Predicting System Usage from Intention and Past Use: Scale Issues in the Predictors*. *Decision Sciences*, 36(1), 187–196.
- Kurniawan, “Partial Least Square (PLS) Sebagai Metode Alternatif SEM Berbasis Varians (LISREL) dalam Eksplorasi Data Survey dan Data Mining,” *Jurnal Telematika*, Volume 7 Nomor 1 (2011).
- Laut, Lorentino Togar. dan Hutajulu, Dinar Melani. “*FinTech dan E-Commerce untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM dan Industri Kreatif*,” *Jurnal Untidar*, Magelang: Universitas Tidar (2019), 326-336.
- Limayem, M., Hirt, S. G., & Cheung, C. M, “*How habit limits the predictive power of intention: The case of information systems continuance*,” *MIS quarterly*, (2007), 705-737.
- Lucas Jr., Robert E. "*Expectations and the neutrality of money*." *Journal of Economic Theory*, University of Chicago, Volume 4, 1972, 103-124.
- M. Riek, R. Bohme and T. Moore, "*Measuring the Influence of Perceived Cybercrime Risk on Online Service Avoidance*," in *IEEE Transactions on Dependable and Secure Computing*, Volume 13 Nomor 2 (2015), 261- 273.
- Mathieson, K, “*Predicting user intentions: comparing the technology acceptance model with the theory of planned behavior*,” *Information systems research* Volume 2 Nomo 3 (1991), 173-191.,

Mbiti, Isaac. And Weil, David N. “*Mobile Banking: The Impact of M-Pesa in Kenya,*” *National Bureau of Economic Research, Massachusetts Avenue Cambridge* Volume 2 Nomor 17129 (2011), 1-57.

Mi, Zhifu. and D’coffman, Maris. “*The Technology Promotes Sustainable Societies,*” *Jurnal Nature Communication* Volume 10 Nomor 1214 (2019), 1-3, accessed Jan 29, 2021, <https://www.nature.com/articles/s41467-019-09260-4>.

Moore, G. C., & Benbasat, I, “*Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation,*” *Information systems research* Volume 2 Nomor 3 (1991), 192-222.

Moşteanu, Narcisa Roxana., Faccia, Alessio., Cavaliere, Luigi Pio Leonardo. and Bhatia, Saurav. “*Digital Technologies’ Implementation within Financial and Banking System during Socio Distancing Restrictions – Back to the Future*” *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET)* Volume 11, Issue 6, June 2020 (307-315).

Muchlis, Ridwan. “*Analisis SWOT Financial Technology (FinTech) Pembiayaan Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Kasus 4 Bank Syariah Di Kota Medan),*” *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam* Volume 3 Nomor 2 (2018), 1-23.

Musa Gün, “*Impact of Financial Technology (FinTech) on Islamic Finance and Financial Stability: The Path to FinTech Development Research on Islamic Finance in Turkey*,” Recep Tayyip Erdogan University, Turkey, 2020, hlm 32, accessed 1 Maret 2022, <https://www.igi-global.com/chapter/the-path-to-fintech-development-research-on-islamic-finance-in-turkey/236799>

Novendra, Bayu. dan Aulianiasa, Sarah Safira. “Konsep dan Perbandingan *Buy Now, Pay Later* dengan Kredit Perbankan di Indonesia: Sebuah Keniscayaan di Era Digital dan Teknologi keuangan,” *Jurnal Rechts Vinding*, Jakarta: Universitas Indonesia Volume 9 Nomor 2 (2020), 182-201.

Paauw, Douglas S. “*The Case of Decentralized Financing of Economic Development in Indonesia*,” *Jurnal, the Journal of Asian Studies, Cambridge University* Volume 15 Nomor 1 (2011), 77-95.

Petrova, Lyubov Anatolyevna., Eremina, Sofya Anatolyevna., Kuznetsova, Tatyana Evgenievna. and Kalachev, Oleg Anatolyevich. “*Digital Bank of the Future*,” *III International Scientific and Practical Conference Digital Economy and Finances* Volume 137 Nomor 8624 (2020), 57-60.,

Putri, Stefani Kristina. “Tingkat Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech) terhadap *Less Cashless Society* (LCS) di Lingkungan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Se-Ponorogo),” (Tangerang selatan: Universitas Terbuka, 2020), 1-8.

Riek, M. Bohme, R. dan Moore, T. *Measuring the Influence of Perceived* (2015),

Riffai, M. M. M. A., Grant, K., & Edgar, D, “*Big TAM in Oman: Exploring the promise of on-line banking, its adoption by customers and the challenges of banking in Oman,*” *International journal of information management*, Volume 32 Nomor 3 (2012), 239-250.

Rosandi, Fitra Hasri. “Perilaku Ekonomi Rasional Pengusaha Kain Tenun Songket Sasak (Studi Kasus UD.Dharma Setya Di Desa Puyung, Kecamatan Jonggat, NTB),” *Jurnal, Surabaya: Universitas Airlangga*, Volume 2 Nomor 2 2013, 146-156.

Saripudin., Samofa, Nadya Prameswara. dan Muhammad, Iqbal. “Upaya *FinTech* Syariah Mendorong Akselerasi Pertumbuhan UMKM di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Jakarta: Perbanas Institut. Volume 7 Nomor 1 (2021), 41-50.

Sihendra, Putu. Analisa Tingkat *Preference* Pegawai Negeri Sipil Pemerintah Kabupaten Badung Terhadap Perumahan Menyongosong Pupem Baru. *Jurnal Teknik Sipil*. 2007. Volume 11. Nomor 2: 124.

Sugiharto, Bambang., Mulyati, Sri. dan Puspita, Aprillia Verra. (2020), *Perseptions in Easienes in Using FinTech in MSMEs*,

Suryono, Ryan Randy. “*Financial Technology (FinTech) dalam Perspektif Aksiologi*”, Jurnal Masyarakat Telematik dan Informasi, Lampung: Universitas Tekhnokrat Indonesia Volume 10 Nomor 1 (2019), 60-61.

Syed Magfur Ahmad dan Abdullah Al Mamun, “*Opportunities of Islamic Fintech: the Case of Bangladesh and Turkey*”, CenRaPS Journal of Social Science Volume 3 Nomor 1 (2021), accessed 01

Tasmil. dan Herman. “Penerapan Model TAM untuk Menilai Tingkat Penerimaan Nelayan terhadap Penggunaan GPS untuk nelayan tangkap di Kabupaten Bulukumba,” Jurnal Pekommas: Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika, Jakarta: Kementrian Komunikasi dan Informatika Volume 18 Nomor 3 (2015), 161-170.

Tucker, A.L., Madura, J., dan Chiang, T.C., *International Financial Markets*, West Publishing Company, S. Paul. (1991), 10.

Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X., “*Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology*,” *MIS quarterly*, (2012), 157-178.

Venkatesh, Viswanath., Morris, Michael G., Davis, Gordon B. and Davis, Fred D. “*User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*,” *Management*

Information Systems Research Center, University of Minnesota Volume 27 Nomor 3 (2012), 425-478.

Wasyith. “*Does Technology Matter? Literature Review Adopsi Teknologi keuangan dalam Riset Ekonomi Keuangan Syariah,*” *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Islam dan Filantropi*, Semarang: Universitas Islam Negeri Semarang, Volume 3 Nomor 2 (2019), 118.

Wijata, Krisna. dan Hendriyantini, Eva. “Analisis Faktor yang memengaruhi *Behavioral Intention* pada *Online Marketplace* Menggunakan Model UTAUT (Studi Kasus: *Shopee*),” *Jurnal, Researchgate*, Malang: Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia, 2020, accessed 4 November 2021, https://www.researchgate.net/publication/344770891_Analisis_Faktor_yang_Memengaruhi_Behavioral_Intention_pada_Online_Marketplace_Menggunakan_Model_UTAUTStudi_Kasus_Shoppee

Zetsche, Dirk A., Arner, Douglas W., Buckley, Ross P. “*Decentralized Finance,*” *Journal of Financial Regulation*, Volume 6, Nomor 2, 2020, accessed 28 Nov 2021, 172–203,

Buku:

Alam, Nafis., Gupta, Lokesh., dan Zamani, Abdolhossein. *FinTech and Islamic Finance: Digitalization, Development and Disruption*, Malaysia: Palgrave Macmillan, 2019.

Ahmadi, Abu. *Psikologi Umum*, Surabaya: Bina Ilmu, 1982.

Albinsson, Pia A. and Perera, B. Yasanthi *the Rise of the Teknologi: Exploring the Challenges and Opportunities of Collaborative Consumption*, California: Praeger, 2018.

Arjunwankar, Parag Y. *FinTech: The Technology Driving Disruption in the Financial Services Industry*, Florida: CRC Press, 2018.

Booz-Allen. & Shugoll, Hamilton. "Mandatory EFT Demographic Study," *Research, A report prepared for the U.S. Department of Treasury*, Sept 15, 1997.

Botsman, Rachel. and Rogers, Roo. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, New York: Harper Collins, 2010.

Chadid, Pheni *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta: Center for Social Economic Studies Press, 2009.

Christi, Susanne. dan Barberis, Janos. *The FinTech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries*, Chicester: 2016.

Dorfleitner, Gregor., Hornuf, Lars., Schmitt, Matthias. and Weber, Martina. *FinTech in Germany*, Roma: Springer Nature, 2017.

FM, Meidar. *Kamus Lengkap Exclusive Inggris-Indonesia*, Jakarta: Eska Media, 1997.

Kartono, Kartini. *Psikologi Sosial untuk Manajemen, Perusahaan dan Industri*, Jakarta: Rajawali, 1991.

Liliweri, Alo. *Persepsi Teoritis, Komunikasi antar Pribadi*, Bandung: Cipta Aditya Bakti, 1994.

Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

Nicoletti, Bernardo. *the Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Service*, Roma: Springer Nature, 2017.

Riek, M., Bohme, R. dan Moore, T. *Measuring the Influence of Perceived*. 2015.

Saito, Osamu. *Sharing Ecosystem Service: Building more Sustainable and Resilience Society*, Tokyo: Springer Nature Singapore, 2020.

Selloni, Daniela. *CoDesign for Public Interest Service*, Milan: Springer International Publishing, 2017.

Sujarweni, V Wiratna *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Tucker, A.L., Madura, J., dan Chiang, T.C., *International Financial Markets*, West Publishing Company, S. Paul. 1991.

Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2017.

Sumber Artikel Internet:

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, Survei pengguna internet periode 2019-kuartal II 2020, accessed Apr 9, 2021, <https://tekno.kompas.com/read/2020/11/10/07160027/pengguna-internet-indonesia-mendekati-angka-200-juta>

Bain & Company, “Fulfilling its Promise – The Future of Southeast Asia’s Digital Financial Services, accessed Mar 28, 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/08/92-juta-penduduk-dewasa-indonesia-belum-tersentuh-layanan-finansial>

Cathie Wood, “Investing in Disruptive Innovation,” Singularity University ExFin South Africa Summit, accessed 28 Nov 2021,

https://www.youtube.com/watch?v=eE6u67Ph768&ab_channel=SingularityUniversity

Dana, Semua Transaksi Dapat di Satu Dompot Digital Dana, diakses 1 Oktober 2021, <https://www.dana.id/>

Google Cendekia, Profil Dr Viwanath Vikatesh, accessed March 21, 2021, <https://scholar.google.com/citations?user=C-7sFjEAAAAJ&hl=en>

Hanadian Nurhayati, “*Internet Usage in Indonesia: Statistics and Facts*,” accessed 28 Nov 2021, <https://www.statista.com/topics/2431/internet-usage-in-indonesia/#:~:text=Indonesia%20has%20one%20of%20the%20highest%20numbers%20of,of%20over%20270%20million%20were%20active%20internet%20users.>

Jahja Setiaatmadja dan Batara Sianturi, *Oxford BussinessGroup*, accessed Mar 28, 2021, <https://oxfordbusinessgroup.com/indonesia-2020/banking>

John P. Caskey, “*Bringing Unbanked Households into the Banking System*,” *A Capital Exchange Journal Article Prepared for the Brookings Institution Center on Urban and Metropolitan Policy Harvard University* (2002), accessed April 2, 2021, <https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/caskey.pdf>

Kominfo, “*Teknologi Tumbuh di Tengah Ketidakefisienan*,” accessed Feb 7, 2020, https://www.kominfo.go.id/content/detail/12412/sharin_g-

economy-tumbuh-di-tengah-
ketidakefisienan/0/berita_satker

Otoritas Jasa Keuangan, “ Statistik Penyelenggaraan LPMUBTI,” *accessed* Feb 7, 2020, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/FinTech/Pages/-Statistik-FinTech-Lending-Periode-Desember-2020.aspx>

Paul Volcker, The Only Thing Useful Banks have Invented in 20 Years is The ATM, The New York Post, *accessed* March 14, 2021, <https://nypost.com/2009/12/13/the-only-thing-useful-banks-have-invented-in-20-years-is-the-atm/>

The New York Times, “*in Global First, El Salvador Adopts Bitcoin as Currency,*” *accessed* 28 Nov 2021, <https://www.nytimes.com/2021/09/07/world/americas/el-salvador-bitcoin.html>

The Royal Islamic Strategic Studies Centre, RISSC: Populasi Muslim Indonesia Terbesar di Dunia, accessed 22 February 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/riissc-populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia#:~:text=Indonesia%20menjadi%20negara%20dengan%20populasi,7%25%20dari%20total%20penduduk%20Indonesia>

