

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori TAM (*Technology Acceptance Model*)

Theory of Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan oleh Davis (1989) sebagai pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Ajzen (1975). TAM dirancang untuk menjelaskan perilaku penerimaan dan penggunaan teknologi oleh individu. Model ini menyatakan bahwa niat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*.

1. *Perceived Usefulness* adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau produktivitasnya. Dalam konteks UMKM, *Perceived Usefulness* dapat berupa keyakinan bahwa *fintech* mampu mempercepat transaksi, mempermudah pencatatan keuangan, dan memperluas jangkauan pasar (Nizam, 2024).
2. *Perceived Ease of Use* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi dapat dilakukan tanpa memerlukan usaha yang besar. Bagi pelaku UMKM, kemudahan ini mencakup antarmuka aplikasi *fintech* yang intuitif, proses pendaftaran yang sederhana, dan kemudahan integrasi dengan aktivitas bisnis sehari-hari (Baba et al., 2023).

TAM mengasumsikan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat dan kemudahan suatu teknologi, semakin tinggi pula minat pengguna untuk mengadopsinya. Hubungan kausal ini memungkinkan model ini digunakan untuk memprediksi perilaku adopsi teknologi secara lebih akurat dibandingkan model umum seperti TRA. Dalam berbagai studi, TAM terbukti relevan untuk menjelaskan penerimaan teknologi di sektor keuangan, termasuk pada

penggunaan layanan pembayaran digital oleh UMKM (Acha Bella Firdayanti, Erna Puspita, and Andy Kurniawan, 2024)

Selain itu, penelitian-penelitian terbaru telah mengembangkan TAM dengan menambahkan variabel lain seperti Perceived Risk untuk mengakomodasi faktor penghambat adopsi teknologi. Hal ini penting karena pada layanan *fintech*, risiko terkait keamanan data, potensi penipuan, dan biaya tersembunyi dapat memengaruhi minat pengguna secara signifikan (Featherman & Pavlou, 2003; Edwin Zusrony et al., 2023). Integrasi faktor risiko ke dalam TAM menghasilkan model yang lebih komprehensif dalam menganalisis penerimaan *fintech* di kalangan UMKM.

2.1.2 Financial Technology

Financial Technology (fintech) adalah inovasi di bidang jasa keuangan yang mengintegrasikan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan kualitas layanan keuangan (Bank Indonesia, 2024). Teknologi ini mengubah transaksi konvensional yang mengandalkan interaksi fisik dan uang tunai menjadi sistem pembayaran digital yang dapat dilakukan secara cepat, kapan saja, dan di mana saja. Otoritas Jasa Keuangan (2023) menegaskan bahwa *fintech* menjadi solusi praktis dan efisien dalam mengakses berbagai jasa keuangan, mulai dari pembayaran digital, pembiayaan, hingga investasi, serta berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif.

Kecamatan Tembalang, yang dikenal sebagai kawasan pendidikan dan perdagangan di Kota Semarang, adopsi *fintech* memiliki peluang besar. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), sektor UMKM di Tembalang didominasi oleh usaha mikro dan kecil, dengan mayoritas pelaku usaha bergerak di bidang kuliner, ritel, dan jasa. Kehadiran *fintech* dapat membantu pelaku UMKM di wilayah ini mempercepat proses transaksi, mengurangi biaya administrasi, dan meningkatkan akurasi pencatatan keuangan. Menurut Affan (2022), UMKM yang mengadopsi *fintech* lebih mampu

memperluas pasar, khususnya melalui pembayaran digital yang terintegrasi dengan layanan pemasaran daring.

Relevansi *fintech* dalam konteks Tembalang terletak pada kemampuannya menjawab tantangan keterbatasan akses perbankan formal dan rendahnya literasi keuangan digital pada sebagian pelaku UMKM. Dengan pemahaman yang baik terhadap persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan risiko *fintech*, strategi penguatan adopsi dapat disesuaikan dengan karakteristik sosial ekonomi lokal.

2.1.3 *Fintech Payments*

Layanan *Fintech payments* merupakan subsektor *fintech* yang fokus pada penyediaan layanan pembayaran digital berbasis teknologi, seperti dompet digital (*e-wallet*), pembayaran dengan *QR code* (QRIS), transfer antarbank melalui aplikasi, dan *peer-to-peer transfer* (Bank Indonesia, 2023). Nizam (2024) menyatakan bahwa layanan ini memudahkan proses transaksi, mempercepat layanan, dan mengurangi ketergantungan pada uang tunai, sehingga selaras dengan tren *cashless society*.

Di Tembalang, penggunaan *fintech payments* semakin terlihat pada UMKM kuliner dan ritel yang melayani pelanggan dari kalangan mahasiswa dan pekerja. Berdasarkan laporan Bank Indonesia (2024), penggunaan QRIS di Kota Semarang mengalami peningkatan signifikan, dan Tembalang menjadi salah satu kecamatan dengan pertumbuhan pengguna aktif yang tinggi karena tingginya aktivitas ekonomi dan akses internet. Penelitian Laras et al. (2025) menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital oleh UMKM mampu meningkatkan efisiensi operasional dan kinerja usaha, terutama dalam pencatatan transaksi dan pengelolaan arus kas.

Konteks lokal menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar UMKM di Tembalang telah mulai menerima pembayaran digital, masih terdapat pelaku usaha yang belum bersedia beralih karena faktor keterbatasan pengetahuan,

biaya layanan, atau kekhawatiran keamanan transaksi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor seperti persepsi kemudahan, manfaat, dan risiko sangat penting untuk merumuskan strategi adopsi *fintech payments* yang efektif bagi UMKM di wilayah ini.

2.1.4 UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung perekonomian nasional. Keberadaannya berkontribusi besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan, mendorong pemerataan pendapatan, serta memperkuat pertumbuhan ekonomi di tingkat daerah. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, UMKM dikategorikan menurut jumlah kekayaan bersih dan pendapatan tahunan. Secara umum, UMKM berfungsi sebagai penggerak utama ekonomi rakyat serta penyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. Untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai UMKM, perlu dijelaskan lebih lanjut mengenai kriteria, klasifikasi, dan ragam jenis usahanya.

1. Kriteria UMKM Menurut UU No. 20 tahun 2008

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, klasifikasi UMKM ditentukan oleh kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha:

Tabel 2. 1 Kriteria UMKM Menurut UU No. 20 tahun 2008

Jenis Usaha	Kekayaan Bersih (aset)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	≤ Rp 50 juta	≤ Rp 300 juta
Usaha Kecil	> Rp 50 juta – Rp 500 juta	> Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar
Usaha Menengah	> Rp 500 juta – Rp 10 miliar	> Rp 2,5 miliar – Rp 50 miliar

Sumber : Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008

2. Klasifikasi UMKM

Menurut Departemen Koperasi dan UKM serta beberapa kajian akademik, UMKM dapat diklasifikasikan berdasarkan perkembangan dan karakteristik usahanya menjadi 4 kategori:

- a. *Livelihood Activities*, yaitu UMKM yang bertujuan sebagai sumber nafkah sehari-hari tergolong dalam sektor informal.
- b. *Micro Enterprise*, yaitu Usaha kecil dengan keterampilan pengrajin, belum memiliki manajemen bisnis.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, yaitu Usaha kecil yang mulai tumbuh, mampu menjalin kerja sama dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprises*, yaitu UMKM yang memiliki daya saing tinggi, tumbuh cepat, dan berpotensi berkembang menjadi usaha besar.

3. Jenis-jenis UMKM

Berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 19 Tahun 1998, UMKM dikategorikan sebagai usaha ekonomi rakyat skala kecil yang perlu mendapatkan perlindungan dari praktik persaingan tidak sehat. Beberapa jenis usaha yang termasuk dalam kategori UMKM antara lain:

- a. Usaha Kuliner
Usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman, seperti warung makan, katering, camilan, hingga minuman kekinian.
- b. Usaha Fashion
Usaha yang fokus pada produksi atau penjualan pakaian, tas, sepatu, dan aksesoris. Contohnya butik lokal, penjahit, dan konveksi.
- c. Usaha Kecantikan
Meliputi salon, skincare rumahan, jasa make-up, penjualan kosmetik, serta spa kecil di rumah.
- d. Usaha Kelontong
Menjual kebutuhan pokok masyarakat seperti sembako, perlengkapan rumah tangga, dan produk sehari-hari lainnya.

e. Usaha Otomotif

Usaha yang menyediakan layanan perawatan dan servis kendaraan, seperti bengkel, cuci motor/mobil, hingga toko onderdil.

f. Usaha Jasa

Usaha yang menawarkan layanan seperti laundry, servis elektronik, barbershop, desain grafis, hingga jasa berbasis digital.

g. Usaha Kerajinan Tangan

Produksi barang handmade seperti batik, anyaman, ukiran, rajutan, souvenir, dan produk kreatif berbasis budaya lokal.

h. Usaha Agribisnis

Usaha yang berfokus pada pertanian, peternakan, perikanan, atau pengolahan hasil tani seperti makanan olahan, pupuk, dan benih.

2.1.5 Minat Penggunaan *Fintech*

Minat merupakan dorongan psikologis yang mendorong individu untuk tertarik pada suatu objek atau aktivitas tertentu. Dalam konteks teknologi informasi, minat penggunaan merujuk pada keinginan seseorang untuk secara konsisten menggunakan teknologi tersebut, dengan asumsi bahwa individu tersebut memiliki akses terhadapnya. Menurut Veronica Nataliya¹ (2022), minat terhadap teknologi informasi mencerminkan niat seseorang untuk memanfaatkan teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Minat memiliki beberapa karakteristik, antara lain: (1) sikap yang mengarahkan perhatian secara selektif kepada objek tertentu, (2) perasaan bahwa aktivitas tersebut penting dan menyenangkan, serta (3) dorongan atau kesiapan untuk bertindak guna mencapai tujuan tertentu. (Sudiksa, Divayana, and Warpala 2020) menyatakan bahwa minat muncul karena adanya perhatian yang mendalam terhadap sesuatu, yang kemudian menimbulkan keinginan dan usaha untuk memperoleh objek tersebut. Minat ini bersifat internal, namun dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti lingkungan sosial dan teknologi.

Penelitian oleh Zusrony et al. (2023) menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat UMKM, sedangkan risiko dan kepercayaan tidak selalu menjadi hambatan utama. Hal ini selaras dengan kondisi Tembalang, di mana sebagian besar UMKM yang telah menggunakan QRIS atau e-wallet menyatakan transaksi menjadi lebih cepat dan efisien, meskipun sebagian pelaku usaha masih khawatir terkait keamanan data.

2.1.6 Persepsi Manfaat dan Kemudahan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), persepsi adalah penerimaan langsung dari sesuatu atau proses tanggapan seseorang mengetahui beberapa melalui panca inderanya. Salah satu komponen yang sangat penting bagi manusia adalah persepsi yang dapat membantu mereka merespon berbagai aspek dan gejala di sekitar mereka. Respon sebagai akibat dari persepsi yang dapat diambil dapat berbeda pada setiap individu.

Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Amalia et al. 2023). Penyedia layanan *fintech* harus memberikan tingkat manfaat yang tinggi kepada konsumennya agar dapat membangun tingkat minat yang kuat.

Kemudahan artinya keyakinan setiap individu apabila menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (Edwin Zusrony et al. 2023). Terdapat asumsi saat teknologi yang ada mudah digunakan mengakibatkan adanya ketertarikan untuk menggunakan teknologi tersebut. Dengan kata lain, teknologi muncul bukan untuk mempersulit kinerja, akan tetapi membantu mengurangi kinerja penggunaannya (G.A. Putri, A.K. Widagdo 2023).

2.1.7 Persepsi Risiko

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Risiko adalah suatu akibat yang kurang menyenangkan dari suatu tindakan. Risiko diartikan sebagai kondisi ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan. Risiko sering dipandang sebagai suatu hal yang negatif terhadap suatu produk yang mungkin akan menyebabkan konsumen mengalami kerugian.

Kekhawatiran dalam penggunaan *fintech*, seperti pengurangan saldo tanpa sebab, gangguan sistem, dan potensi penipuan digital, menjadi salah satu bentuk persepsi risiko yang dapat memengaruhi minat pelaku UMKM untuk menggunakannya. Pada UMKM di Tembalang, risiko yang dirasakan meliputi kekhawatiran saldo berkurang tanpa sebab, gangguan sistem, dan potensi penipuan digital. Namun, hasil survei penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun risiko tersebut ada, mayoritas pelaku usaha tetap memilih menggunakan *fintech* karena manfaat dan kemudahannya dianggap lebih besar dibandingkan potensi kerugiannya. (Rahmadani, Putri, and Defitri 2025).

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa rangkuman dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan, dapat dilihat pada Tabel 2.1:

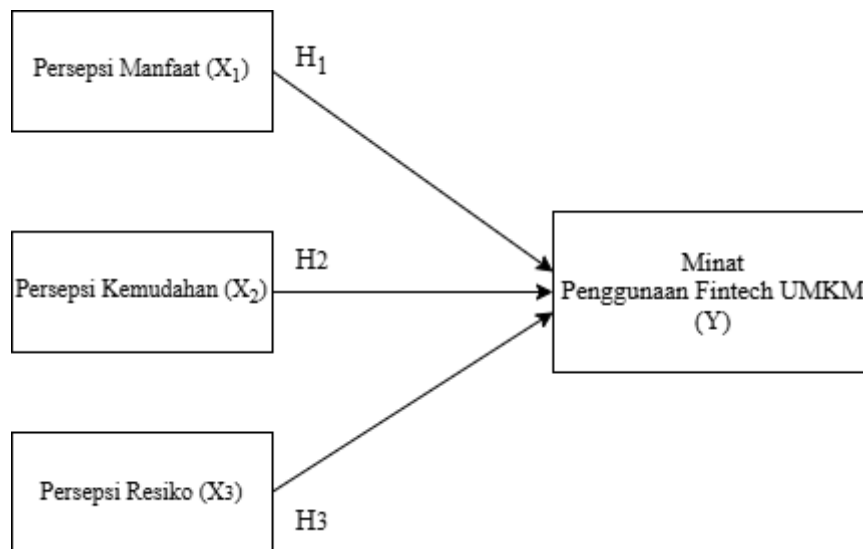
Tabel 2. 2 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Affan (2022)	Analisis Penggunaan <i>Fintech</i> : Perspektif Technology Acceptance Model	Independen: a. Perceived usefulness, b. perceived ease of use, c. perceived risk Dependen: Minat pelaku UMKM dalam penggunaan <i>fintech</i>	<i>Usefulness dan ease of use</i> berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>fintech</i> , sedangkan <i>perceived risk</i> tidak signifikan.
2	Zusrony et al. (2023)	Perceived Usefulness,	Independen: a. Perceived	Kemudahan dan kegunaan QRIS

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Perceived Ease of Use dan Perceived Risk Terhadap Minat Penggunaan QRIS	usefulness b. ease of use c. risk Dependen: Minat penggunaan QRIS	berpengaruh positif signifikan, namun risiko tidak memengaruhi secara signifikan.
3	Putri, Widagdo & Setiawan (2023)	Acceptance of P2P Lending Using Extended Technology Acceptance Model (TAM)	Independen: a. Usefulness b. Ease c. trust Dependen: Behavioral intention	Semua variabel signifikan terhadap minat, <i>trust</i> memperkuat model TAM.
4	Latifah & Jati (2023)	Use of Sharia <i>Fintech</i> on MSMEs Performance: Mediation of Interest	Independen: a. Penggunaan <i>fintech</i> syariah b. Minat penggunaan Dependen: Kinerja UMKM	Minat penggunaan memediasi secara signifikan pengaruh <i>fintech</i> terhadap kinerja.
5	Nataliya & Ompusunggu (2022)	Faktor-Faktor Minat Pengguna <i>Fintech</i> di Kota Batam	Independen: a. Ease b. Usefulness, trust c. risk Dependen: Minat penggunaan <i>fintech</i>	Ease dan trust dominan memengaruhi minat, <i>risk</i> tidak signifikan.
6	Laras et al. (2025)	Penggunaan QRIS dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM	Independen: a. Penggunaan QRIS b. Literasi keuangan Dependen: Kinerja UMKM	QRIS dan literasi keuangan mendukung efisiensi dan pengelolaan usaha secara signifikan.
7	Suyanto (2022)	Kinerja Keuangan UMKM: Inklusi Keuangan Sebagai Mediasi	Independen: a. Faktor Demograf b. Financial Technology Dependen: a. Inklusi Keuangan UMKM b. Kinerja keuangan UMKM	Inklusi keuangan menjadi variabel mediasi penting bagi efektivitas penggunaan <i>fintech</i> .
8	Puspita, E., &	Analisis Pengaruh	Independen: a. Persepsi	Persepsi kebermanfaatan

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Kurniawan, A. (2024)	Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat UMKM untuk Bertransaksi Menggunakan <i>Fintech</i> /Financial Technology Sebagai Layanan Pembayaran Digital : Studi pada UMKM Kabupaten Nganjuk	Kebermanfaatan b. Persepsi Kemudahan c. Persepsi Risiko Dependen: Minat penggunaan <i>Fintech</i> UMKM sebagai layanan pembayaran digital Kabupaten Nganjuk	berpengaruh positif signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan layanan pembayaran digital berbasis <i>fintech</i> . Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan layanan pembayaran digital berbasis <i>fintech</i> . Persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat UMKM dalam menggunakan layanan pembayaran digital berbasis <i>fintech</i> .
9	Maimuna et al. (2024)	Transformasi Digital dalam Kewirausahaan	Variabel Independen: a. Literasi b. Resistensi budaya c. Infrastruktur Variabel Dependen: Perkembangan ekonomi digital UMKM	Literasi mendukung adopsi, sementara resistensi budaya dan keterbatasan infrastruktur menjadi penghambat.
10	Hapiz et al. (2025)	Analisis Kebijakan Pengembangan UMKM Digital	Variabel Independen: a. Kebijakan pemerintah b. Ekosistem digital Variabel Dependen: Adopsi digital UMKM	Kebijakan terintegrasi antara pusat dan daerah lebih efektif dalam meningkatkan adopsi teknologi.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah penelitian (2025)

Pada Gambar 2.1 di atas terdapat kerangka pemikiran yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, dan persepsi risiko berpengaruh secara parsial UMKM tertarik menggunakannya *fintech*. Selain itu, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko juga berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap minat penggunaan UMKM *fintech*.

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan sementara terhadap suatu permasalahan penelitian yang kebenarannya masih memerlukan pembuktian secara empiris (Sugiyono, 2019). Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur ilmiah untuk menentukan apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak. Keberadaan hipotesis menjadi acuan dalam merancang instrumen, mengumpulkan data, dan menganalisis hasil penelitian. Dalam penelitian ini, hipotesis dirumuskan berdasarkan landasan teori, seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) (Davis, 1989), serta temuan empiris terdahulu (Affan, 2022). Dengan demikian, hipotesis berfungsi sebagai panduan untuk menguji hubungan

antarvariabel dan memastikan arah penelitian tetap konsisten dengan tujuan yang telah ditetapkan.

2.4.1 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat UMKM Menggunakan Layanan *Fintech* sebagai Pembayaran Digital

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi akan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kinerja mereka (Davis, 1989). Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), variabel ini menjadi salah satu faktor kunci yang memengaruhi keputusan seseorang untuk mengadopsi teknologi baru (Latifah and Waluya Jati 2023). Semakin tinggi manfaat yang dirasakan dari suatu inovasi, semakin besar pula kemungkinan individu atau organisasi untuk menggunakannya.

Dalam konteks UMKM, *fintech* dinilai mampu memberikan berbagai keuntungan, seperti mempercepat proses transaksi, mempermudah pengelolaan arus kas, dan menyediakan akses pendanaan yang lebih fleksibel (Maimuna et al. 2024). Keberadaan *fintech* juga memungkinkan pelaku usaha untuk mengintegrasikan sistem pembayaran digital yang lebih efisien, sehingga dapat meningkatkan daya saing di era ekonomi berbasis teknologi.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat adopsi *fintech*. Rahmadani, Putri, and Defitri (2025) menemukan adanya hubungan positif antara persepsi manfaat dengan minat UMKM menggunakan layanan pembayaran digital. Temuan serupa juga diungkapkan oleh (Affan 2022) , yang menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan menjadi pendorong utama dalam pengambilan keputusan adopsi teknologi finansial. Berdasarkan kajian teori dan temuan empiris tersebut, dirumuskan hipotesis:

H1: Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam menggunakan layanan *fintech* sebagai pembayaran digital.

2.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat UMKM Menggunakan Layanan *Fintech* sebagai Pembayaran Digital

Persepsi kemudahan penggunaan dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi dapat dilakukan dengan usaha yang minimal (Davis, 1989). Faktor ini merupakan salah satu determinan utama yang membentuk sikap dan minat pengguna terhadap adopsi teknologi baru. Pada konteks UMKM, persepsi bahwa layanan *fintech* mudah digunakan dapat meningkatkan kecenderungan pelaku usaha untuk memanfaatkannya dalam transaksi digital.

Kemudahan penggunaan yang dimaksud mencakup beberapa aspek, antara lain proses pendaftaran akun yang sederhana, antarmuka aplikasi yang intuitif, serta dukungan layanan pelanggan yang cepat dan responsive (Nizam 2024). Jika UMKM merasakan bahwa hambatan teknis dalam penggunaan *fintech* relatif rendah, maka adopsi teknologi ini akan lebih mungkin terjadi. Hal ini sejalan dengan teori bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar pula peluang pengguna untuk menerima dan menggunakannya.

Penelitian empiris mendukung pandangan tersebut. Nizam (2024) menemukan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *fintech* sebagai metode pembayaran. Temuan ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berkontribusi signifikan terhadap niat perilaku dalam konteks adopsi teknologi digital, termasuk sistem pembayaran elektronik. Berdasarkan kerangka konseptual dan bukti empiris yang ada, hipotesis yang diajukan adalah

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat UMKM dalam menggunakan layanan *fintech* sebagai pembayaran digital.

2.4.3 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat UMKM Menggunakan *Fintech* sebagai Pembayaran Digital

Persepsi risiko merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat memengaruhi keputusan individu dalam mengadopsi teknologi. Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), meskipun fokus awalnya pada persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, pengembangan model ini juga mempertimbangkan variabel eksternal seperti persepsi risiko sebagai penentu perilaku adopsi teknologi (Davis 1989). Dalam pengembangannya, faktor eksternal seperti persepsi risiko juga dipertimbangkan sebagai faktor yang dapat memengaruhi keputusan penggunaan teknologi (Baba et al. 2023).

Dalam konteks UMKM, risiko yang mungkin dirasakan meliputi ancaman terhadap keamanan data, kemungkinan terjadinya penipuan, dan ketidakstabilan sistem layanan *fintech*. Persepsi risiko yang tinggi dapat menimbulkan rasa enggan untuk beralih ke metode pembayaran digital karena dianggap berpotensi merugikan bisnis (Affan 2022). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *fintech* menawarkan berbagai manfaat, tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan dan keandalan sistem menjadi faktor krusial dalam pengambilan keputusan.

Temuan penelitian sebelumnya memberikan hasil yang beragam. Baba et al. (2023) melaporkan bahwa persepsi risiko justru memiliki pengaruh positif terhadap minat UMKM menggunakan *fintech*, yang mungkin disebabkan oleh persepsi bahwa risiko dapat diminimalkan melalui pengalaman dan pengetahuan teknologi. Sebaliknya, penelitian Affan (2022) menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan penggunaan *fintech*, yang konsisten dengan teori bahwa persepsi risiko dapat menurunkan minat adopsi teknologi baru. Berdasarkan temuan-temuan tersebut, hipotesis yang diajukan adalah

H3: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat UMKM dalam menggunakan layanan *fintech* sebagai pembayaran digital.