

ABSTRAK

Perkembangan teknologi secara disruptif menyentuh sebagian besar aspek kehidupan dan didukung dengan keberadaan *Artificial Intelligence* (AI) melahirkan inovasi terbaru berbasis teknologi yang semakin tak terbendung dalam bidang keuangan atau biasa disebut *financial technology* (*fintech*). Penggunaan teknologi digital yang didukung oleh lembaga jasa keuangan dan perusahaan yang memanfaatkan *financial technology* mengubah perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari hampir pada semua aspek kehidupan, seperti jual beli secara *online* (*e-commerce*), interaksi sosial secara digital, buku dan koran elektronik, transportasi publik (taksi dan ojek), layanan pendukung pariwisata, dan juga *Financial Technology*. Perkembangan teknologi yang mengakibatkan pola konsumsi masyarakat bergeser ke teknologi digital juga telah mendorong berkembangnya alat pembayaran dari yang semula *cash based* menjadi *non cash based*. Tren transaksi nontunai sejalan dengan program pemerintah untuk mendorong Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dicanangkan oleh BI sejak 2014.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu menggunakan atau mengadopsi layanan *fintech* LinkAja dengan kerangka *Innovation Diffusion Theory* (IDT). Faktor – faktor tersebut yaitu *Relative Advantage* (Keuntungan relatif), *Compatibility* (Kesesuaian), *Complexity* (Kerumitan), *Trialability* (Ketercobaan), dan *Observability* (Keterlihatan).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan sampel penelitian sebanyak 400 pengguna layanan *fintech* LinkAja yang diperoleh dengan teknik *non probability sampling*. Pengumpulan data berdasarkan sumber datanya yaitu sumber primer, bila dilihat dari teknik pengumpulan data peneliti menggunakan teknik kuesioner (angket). Analisis data dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS statistics 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor *Relative Advantage*, *Compatibility*, *Trialability*, dan *Observability* berpengaruh secara signifikan terhadap minat individu menggunakan atau mengadopsi layanan *fintech* LinkAja, sedangkan *Complexity* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat individu menggunakan atau mengadopsi layanan *fintech* LinkAja.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku usaha bisnis digital khususnya bagi pihak yang diteliti yaitu PT. Fintek Karya Nusantara sebagai bahan penilaian terhadap produk LinkAja yang disediakan sebagai sarana pembayaran untuk memudahkan pelanggan.

Kata kunci : *Innovation Diffusion Theory* (IDT), Layanan *Financial Technology*, LinkAja.