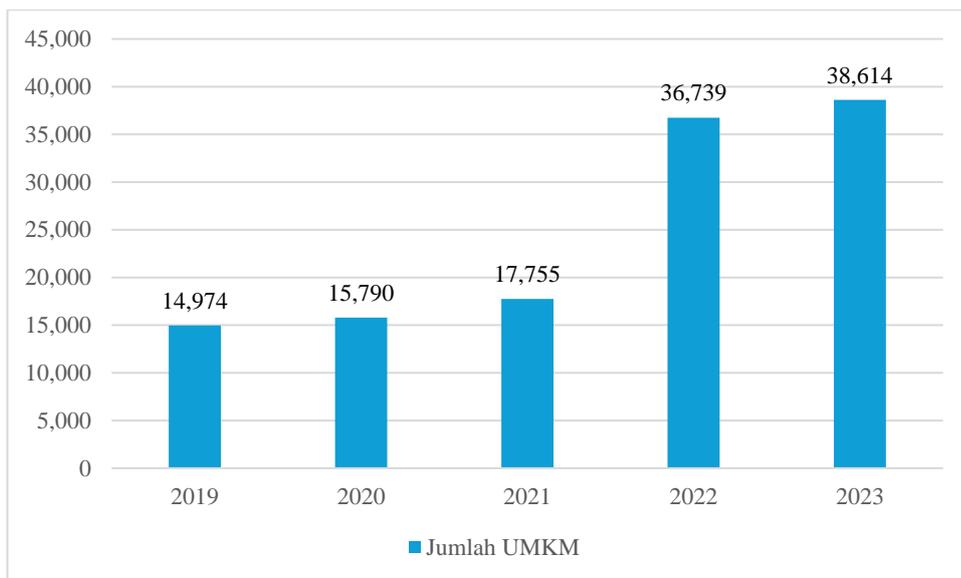


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Menurut data dari Databoks (2022) “Bandung merupakan ibu kota dari provinsi Jawa Barat dan juga merupakan kota terbesar nomor tiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya dengan luas wilayah sebesar 167,3 km².” Kepadatan penduduk di Kota Bandung menempati posisi nomor dua di Indonesia setelah Jakarta dengan kepadatan penduduk mencapai 15.051 jiwa/km². Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2022) “jumlah penduduk Kota Bandung dari hasil sensus penduduk tahun 2021 mencapai 2.527.854 jiwa yang terdiri dari 1.267.661 jiwa merupakan penduduk laki-laki dan 1.260.193 jiwa penduduk perempuan. Apabila dibandingkan dengan jumlah penduduk pada tahun 2020, penduduk di Kota Bandung mengalami pertumbuhan pertahun sebesar 0,48% (Badan Pusat Statistik, 2022).” Adapun peningkatan UMKM di Kota Bandung terbilang mengalami peningkatan yang pesat dari tahun 2019 hingga 2023, hal tersebut dapat dilihat dari grafik pertumbuhan jumlah UMKM di Kota Bandung pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan UMKM di Kota Bandung

Sumber: DISKOPUKM (2024)

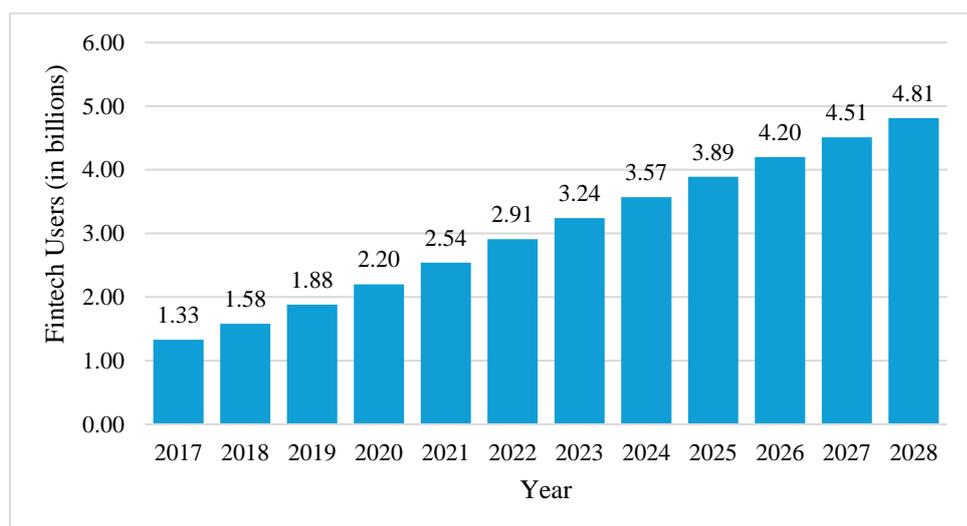
Berdasarkan gambar 1.1, UMKM di Kota Bandung mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2019 hingga 2023. Pada tahun 2019 UMKM di Kota Bandung berjumlah 14.974 ribu, kemudian pada tahun 2022 jumlah UMKM di Kota Bandung meningkat dengan signifikan hingga 36.739 ribu. Pada tahun 2023, UMKM di Kota Bandung tetap mengalami peningkatan yang signifikan hingga 38.614 ribu. Pertumbuhan tersebut juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung sendiri. Dimana pada tahun 2021 ekonomi Kota Bandung naik sebesar 3,76% dan pada tahun 2022 naik hingga 5,41% (Badan Pusat Statistik, 2023). Menurut Badan Pusat Statistik (2023), “sektor-sektor ekonomi berikut ini memiliki pertumbuhan yang menonjol: penginapan dan konsumsi makanan (13,94%), transportasi dan pergudangan (12,86%), dan jasa-jasa lainnya (11,01%).” Adapun definisi UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah menurut Peraturan “Pemerintah Republik Indonesia No. 7 tahun 2021 adalah usaha ekonomi produktif milik orang perorangan atau badan usaha yang berdiri sendiri dan tidak menjadi bagian dari perusahaan ataupun cabang perusahaan. ”

1.2 Latar Belakang Penelitian

Inovasi, teknologi, dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mempengaruhi setiap aspek kehidupan manusia karena membawa perubahan bertahap pada perekonomian. Kemajuan ini pun telah membawa perubahan yang disruptif di sektor keuangan. Kemunculan *Financial Technology*, atau “*Fintech*”, telah memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi keuangan dengan cepat dan sederhana. *Fintech* juga memberikan jangkauan pengguna yang lebih luas dalam menawarkan layanan keuangan dan basis pengguna yang berkembang pesat di seluruh dunia (Setiawan, 2022). Keuntungan dari penerapan *Fintech* bagi masyarakat juga sejalan dengan *Sustainable Development Goals (SDGs)* dari *UNDP (United Nations Development Programme)*, yang meliputi mengurangi kelaparan, mendorong nol kemiskinan, dan memastikan ketahanan pangan. Hal ini juga mendukung tujuan melestarikan lingkungan dan beralih ke energi hijau (Hudaefi, 2021). Selain itu, pertumbuhan penggunaan *Fintech* juga didorong oleh beberapa faktor. Pertama, meningkatnya penggunaan ponsel pintar dan internet yang membuat solusi digital lebih mudah diakses oleh konsumen, sehingga

menyebabkan lonjakan permintaan terhadap layanan *Fintech*. Kedua, pandemi *Covid-19* telah mempercepat peralihan ke arah pembayaran dan investasi digital, karena konsumen harus beradaptasi dengan transaksi jarak jauh. Ketiga, perubahan peraturan atau regulasi telah memungkinkan perusahaan *Fintech* bersaing dengan lembaga keuangan tradisional dalam persaingan yang lebih setara. Terakhir, kemajuan teknologi seperti *Artificial Intelligence* (AI) dan *blockchain* telah membuka kemungkinan baru bagi inovasi *Fintech*, sehingga mendorong pertumbuhan lebih lanjut di pasar (Statista, 2023).

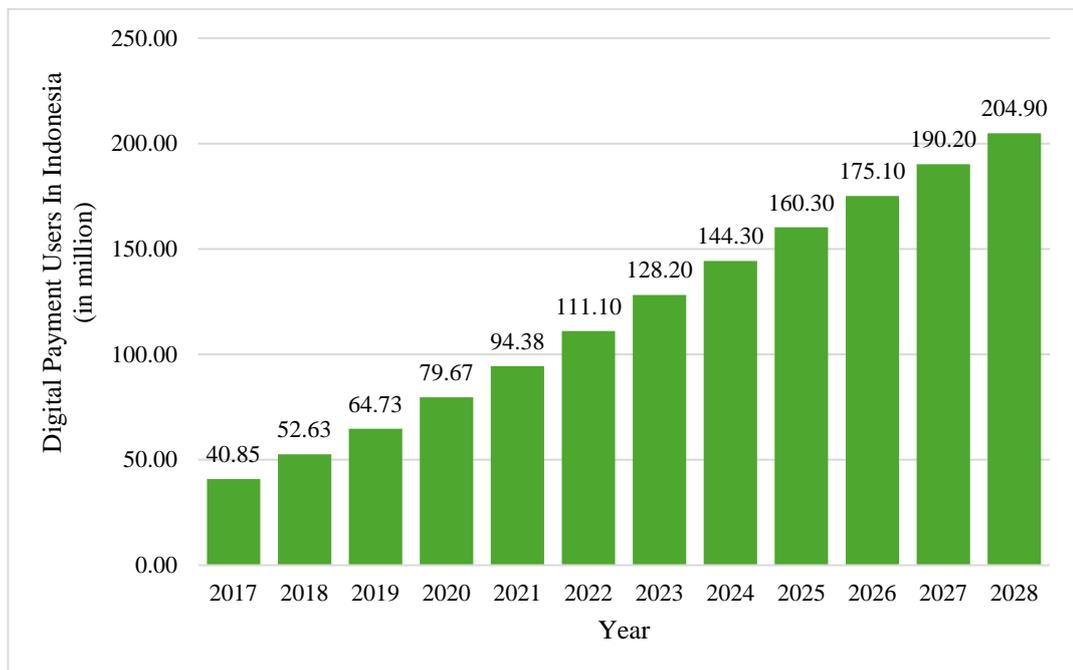
Pertumbuhan pengguna *Fintech* di seluruh dunia sendiri diperkirakan meningkat setiap tahun dari tahun 2017 hingga 2028 (Statista, 2023). Peningkatan tersebut khususnya terjadi pada segmen industri *digital payments*. Pada tahun 2024, diperkirakan terdapat 3,52 miliar pengguna *Fintech* secara global, dengan segmen pembayaran digital. Kemudian pada tahun 2028, jumlah pengguna *Fintech* diperkirakan akan mencapai 4,81 miliar berdasarkan gambar 1.2. Kemudian, nilai transaksi global pasar *Fintech* diperkirakan juga akan terus meningkat antara tahun 2023 dan 2027 dengan total USD 4.5 triliun (Statista, 2023). Setelah peningkatan sepuluh tahun berturut-turut, indikator tersebut diperkirakan akan mencapai USD 9.2 triliun dan mencapai puncak baru pada tahun 2027.



Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan Pengguna *Fintech* di Seluruh Dunia

Sumber: Statista (2023)

Selanjutnya, di Indonesia sendiri jumlah pengguna segmen pembayaran digital pasar *Fintech* diperkirakan akan terus meningkat antara dari tahun 2017 hingga 2028 sebanyak 50,8 juta pengguna atau bertambah sebanyak 25,85% (Statista, 2023). Setelah peningkatan selama empat tahun berturut-turut, jumlah pengguna diperkirakan mencapai 204,90 juta pengguna dan mencapai puncak pada tahun 2028 berdasarkan dengan grafik pada gambar 1.3. Selain itu, menurut data yang diperoleh dari Statista (2023) penetrasi pengguna pembayaran digital *Fintech* juga diperkirakan akan terus meningkat antara tahun 2023 dan 2027 dengan total sebesar 14,9%. Dimana penetrasi pengguna pembayaran digital akan mencapai 84,65% pada tahun 2027 (Statista, 2023). Hal ini mungkin disebabkan oleh pertumbuhan pengguna internet di Indonesia, yang diperkirakan akan mencapai 215.626.156 dari 275.773.901 penduduk Indonesia pada tahun 2023, atau 78,19% dari total populasi (APJII, 2023).

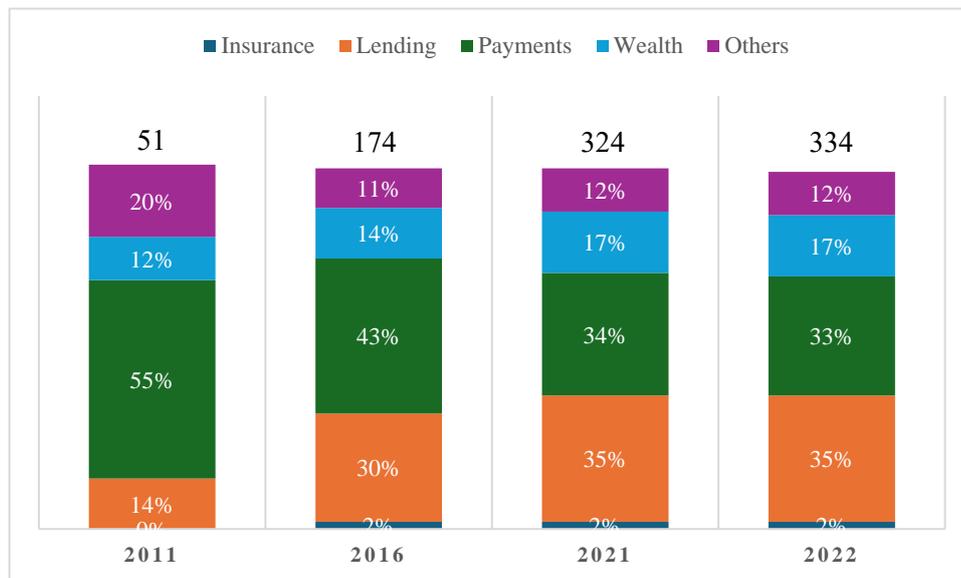


Gambar 1.3 Grafik Jumlah Pengguna Pembayaran Digital di Indonesia

Sumber: Statista (2023)

UMKM merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia. Setelah epidemi *Covid-19*, industri ini menjadi sangat penting dalam proses pemulihan ekonomi Indonesia. Berdasarkan pernyataan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia Airlangga Hartanto, yang mengatakan “bahwa UMKM memberikan kontribusi mencapai 61,07% atau Rp 8.573,89 triliun terhadap PDB nasional dan menyerap hingga 97% dari total tenaga kerja” (Hidayat, 2022). Kemudian, menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), terdapat 64,2 juta pelaku UMKM di Indonesia pada tahun 2021 (Nurhaliza, 2022). Sebagai hasilnya, pemerintah Indonesia telah menetapkan sejumlah target untuk pertumbuhan UMKM di dalam negeri, dengan fokus pada penerimaan digital dan target 24 juta di tahun 2023 dan 30 juta di tahun 2024. (OJK, 2022).

Wakil ketua Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH) yaitu Aldi Haryoprato turut menyampaikan bahwa “selama pandemi *Covid-19* telah menunjukkan bahwa potensi *Fintech* dalam mendukung program percepatan pemulihan ekonomi nasional” (Nurhaliza, 2021). Selain memberikan akses pasar yang lebih luas kepada UMKM, kerja sama antara perusahaan *Fintech* dan pelaku UMKM akan memberikan mereka akses ke sumber pendanaan alternatif dan solusi keuangan lainnya yang mungkin tidak ditawarkan oleh bank. Selain itu, kolaborasi antara penyelenggaran *Fintech* dengan pelaku UMKM dapat membantu peningkatan inklusi keuangan nasional melalui proses digitalisasi yang terdapat pada *Fintech*. Industri *Fintech* di Indonesia pun mengalami pertumbuhan pesat selama satu dekade terakhir, dengan jumlah pemain atau penyelenggara *Fintech* yang meningkat sebanyak 7 kali lebih besar dari hanya 51 pada tahun 2011 menjadi 334 pada tahun 2022 (Kumar et al., 2023). Hal tersebut dapat dilihat pada grafik di gambar 1.4.



Gambar 1.4 Pertumbuhan Industri *Fintech* di Indonesia

Sumber: Boston Consulting Group (2023)

Kemudian pengguna internet di Kota Bandung sendiri mencapai 2,1 juta warga atau sebesar 85,2% dari total populasi kota (Diskominfo, 2023). Tingkat penggunaan pembayaran digital di Kota Bandung jauh lebih tinggi, berbeda dengan beberapa kota lain di Indonesia. Hal tersebut dapat terjadi karena Kota Bandung sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Barat memiliki pertumbuhan ekonomi yang melebihi rata-rata nasional hingga mencapai 6,21% dan investasi digital di Provinsi Jawa Barat merupakan yang tertinggi. Selanjutnya, terjadi peningkatan transaksi *e-commerce* di Kota Bandung sebesar 50,75 persen antara tahun 2020 dan 2021. Pada tahun 2020, nilai transaksi sebesar Rp 266 triliun, namun pada tahun 2021 diperkirakan akan mencapai Rp 401 triliun. (Ripaldi, 2022).

Peningkatan UMKM dan transaksi perdagangan secara digital di Kota Bandung yang mengalami peningkatan pesat, bertambah hingga 180.000 usaha baru dan peningkatan perdagangan digital hingga 150 % (Ray, 2022). Oleh karena itu, tingkat penggunaan pembayaran digital di Kota Bandung menjadi salah satu yang tertinggi dibandingkan dengan kota-kota lain di Indonesia seperti dijelaskan pada tabel 1.1 dimana Kota Bandung memiliki potensi pertumbuhan dalam teknologi, termasuk pembayaran digital.

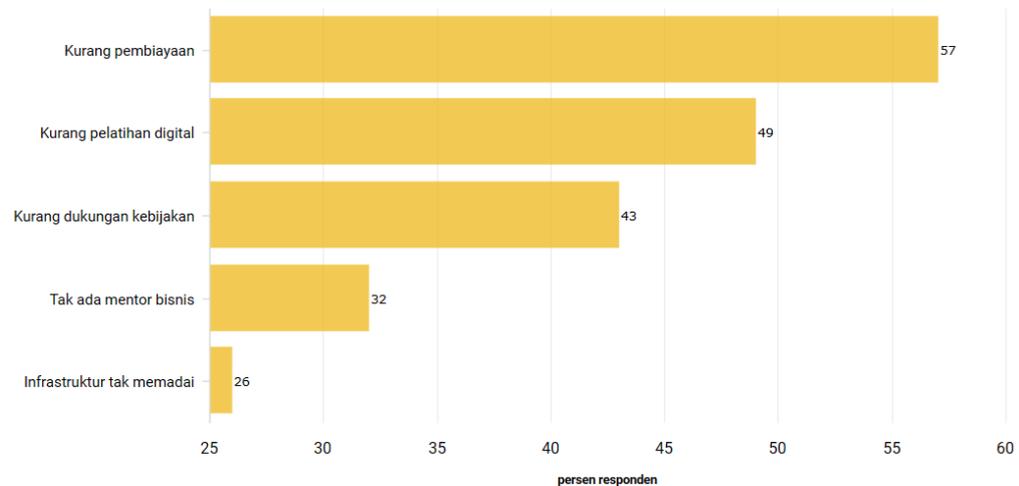
Tabel 1.1
Peringkat Global Ekosistem *startup* berdasarkan kota di Indonesia

<i>Global ranking out of 1.000 cities</i>	
Jakarta	29
Bandung	386
Denpasar	874
Yogyakarta	931
Surabaya	938

Sumber: Statista (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 Kota Bandung menempati peringkat ke-386 dalam ekosistem *startup* global pada tahun 2023. Pertumbuhan UMKM di Kota Bandung berkorelasi dengan peningkatan ini, karena UMKM sering menjadi bagian penting dari ekosistem *startup* lokal. Keterkaitan antara ekosistem *startup* yang kuat dan pertumbuhan UMKM dapat dilihat dari inisiatif pemerintah dan investasi yang mendukung inovasi di kota-kota seperti Bandung. Hal tersebut mencerminkan tren positif dalam ekonomi digital Indonesia dan potensi pertumbuhan yang berkelanjutan di masa depan (Dhewanto et al., 2023). Namun, hal ini tidak mengesampingkan potensi bahwa UMKM di Indonesia, khususnya di Kota Bandung, dapat menghadapi kendala atau keterbatasan dalam menerapkan pembayaran digital.

Menurut laporan yang dikeluarkan oleh *Asian Development Bank* (2023) dengan judul “*Online Platforms, Pandemic, and Business Resilience in Indonesia*” salah satu tantangan yang dihadapi adalah kurangnya kemampuan beradaptasi dan penggunaan teknologi di kalangan sebagian pedagang yang berpendidikan rendah dan memiliki lokasi usaha yang jauh dari metropolitan. Kemudian, berdasarkan temuan dan observasi survei dari laporan ADB disebutkan bahwa pemilik UMKM tidak mengetahui atau tidak dapat mengakses program bantuan pemerintah yang dapat membantu mereka mendigitalkan usahanya, dimana laporan tersebut juga mengatakan bahwa terdapat frustrasi atau kebingungan terhadap prosedur atau persyaratan dalam pendaftaran (Iskandar & Elhan-Kayalar, 2023). Selain itu, menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) UMKM di Indonesia yang mampu berbisnis secara *online* baru sekitar 19 juta unit usaha atau 29% dari total UMKM yaitu sebanyak 64 juta unit (Ahdiat, 2022).



Gambar 1.5 Kendala UMKM Indonesia dalam Digitalisasi

Sumber: Databoks (2023)

Grafik pada Gambar 1.5 kemudian menunjukkan bahwa, sebagai akibat dari kurangnya pendanaan, 57% UMKM di Indonesia tidak dapat sepenuhnya menerapkan transformasi digital. Kemudian diikuti dengan kurangnya pelatihan digital sebesar 49% , dukungan kebijakan yang kurang sebesar 43%, tidak memiliki mentor bisnis sebesar 32%, dan infrastruktur yang tak memadai sebesar 26% (Ahdiat, 2022). Selain itu, menurut laporan yang dikeluarkan oleh Boston Consulting Group (BCG) terdapat hambatan utama dalam mengadopsi *Fintech* bagi masyarakat Indonesia. Pertama-tama, ada terlalu banyak aplikasi yang tersedia. Rintangan pertama bagi pengguna adalah memilih platform yang sesuai, karena hal tersebut disebabkan dengan banyaknya pilihan dan kurangnya diferensiasi (Kumar et al., 2023).

Pengguna khawatir tentang keamanan dan keselamatan saat menggunakan aplikasi. Hal tersebut menyangkut penyimpanan dana pada lembaga non-tradisional khususnya penyelenggara *Fintech* (Kumar et al., 2023). Kemudian terdapat biaya yang lebih tinggi dibandingkan dengan bank. Menurut laporan oleh Boston Consulting Group (2023) pengguna mengasosiasikan *Fintech* dengan biaya yang lebih tinggi dan lebih suka menggunakan alternatif yang lebih murah yang disediakan oleh bank konvensional. Terakhir, masyarakat Indonesia dengan kelompok usia 31 hingga 40 tahun kurang memiliki pemahaman tentang *Fintech*.

Sementara masyarakat dengan kelompok usia di atas 40 tahun tidak mengetahui cara menggunakan atau mendaftar di platform *Fintech* dan kurangnya kepercayaan pada *Fintech* (Kumar et al., 2023) Hambatan lain yang membuat minimnya adopsi *Fintech* oleh UMKM di Indonesia adalah rendahnya literasi keuangan. Menurut laporan yang dikeluarkan oleh World Bank Group (2021) literasi keuangan yang rendah adalah hambatan terbesar dari sisi permintaan terhadap inklusi keuangan di Indonesia.

Skor literasi dan inklusi keuangan Indonesia adalah 49,68%, menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 yang diselenggarakan oleh OJK. Angka ini masih jauh dari angka 98% di Singapura, 85% di Malaysia, dan 82% di Thailand (Karunia & Pratama, 2021). Kurangnya literasi keuangan tersebut dapat berkontribusi terhadap paparan individu dengan maraknya risiko dan penipuan di Indonesia, selain itu dapat menghambat pertumbuhan dan produktivitas bisnis (World Bank Group, 2021).

Beberapa penelitian sebelumnya hanya mengaitkan adopsi *Fintech* dari sudut pandang pengguna individu di Indonesia . Meskipun demikian, UMKM masih kurang mendapat perhatian, meskipun kontribusi ekonominya cukup besar bagi Indonesia. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Nugraha *et al* (2022) menemukan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *government support*, *trust*, dan *user innovativeness* memiliki pengaruh langsung terhadap niat untuk mengadopsi *Fintech* oleh UMKM. Kemudian Najib *et al* (2021) yang meneliti faktor-faktor penentu adopsi *Fintech* oleh UMKM di Indonesia, penelitian tersebut menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, dampak sosial, situasi fasilitasi, pengetahuan, persepsi keselamatan, dan nilai harga semuanya berdampak pada niat perilaku dalam mengadopsi teknologi berbasis keuangan. Studi ini memperluas paradigma *Technology Acceptance paradigm* (TAM) untuk menguji elemen-elemen yang mendorong adopsi *Fintech* untuk UMKM di Indonesia, termasuk literasi keuangan, kreativitas pengguna, dukungan pemerintah, dan kepercayaan.

Dengan memahami faktor-faktor yang mendorong adopsi *Fintech*, dapat memainkan peran penting dalam mempercepat akses keuangan bagi UMKM di Indonesia. Para pengambil kebijakan dapat mempertimbangkan pendorong adopsi *Fintech* untuk merancang strategi yang mutakhir dalam mempromosikan layanan *Fintech* guna meningkatkan akses keuangan yang dekat dan sejalan dengan kebutuhan UMKM. Kebaruan pada penelitian ini dapat memperluas teori TAM dengan mengetahui korelasi antara persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, literasi keuangan, inovasi pengguna, dukungan pemerintah, kepercayaan, dan niat perilaku dalam mengadopsi *Fintech* di seluruh UMKM di Indonesia. Oleh karena itu berdasarkan pemaparan fenomena, data, dan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *government support*, *trust*, dan *user innovativeness*, maka penelitian ini berjudul **“PENGARUH *PERCEIVED EASE TO USE*, *FINANCIAL LITERACY*, *USER INNOVATIVENESS*, DAN *TRUST* TERHADAP *FINTECH ADOPTION* DENGAN *PERCEIVED USEFULLNESS* DAN *GOVERNMENT SUPPORT* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA PELAKU UMKM DI KOTA BANDUNG)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Dengan adanya perkembangan *Financial Technology (Fintech)* yang merupakan sebuah inovasi dapat membantu masyarakat melakukan transaksi keuangan dengan mudah dan cepat. *Fintech* juga memberikan jangkauan pengguna yang lebih luas dalam menawarkan layanan keuangan dan basis pengguna yang berkembang pesat di seluruh dunia (Setiawan, 2022). Pertumbuhan pengguna *Fintech* di seluruh dunia diperkirakan meningkat setiap tahun dari tahun 2017 hingga 2027 (Statista, 2023). Peningkatan tersebut terjadi pada pada semua segmen industri. Pada tahun 2023, diperkirakan terdapat 5.62 miliar pengguna *Fintech* secara global, dengan segmen pembayaran digital merupakan pangsa pengguna terbesar sebanyak 4.4 miliar. Kemudian pada tahun 2027, jumlah pengguna *Fintech* diperkirakan akan melebihi 7 miliar berdasarkan gambar 1.2. Kemudian, nilai transaksi global pasar *Fintech* diperkirakan juga akan terus meningkat antara tahun 2023 dan 2027 dengan total USD 4.5 triliun (Statista, 2023).

Pengguna internet di Kota Bandung sendiri mencapai 2,1 juta warga atau sebesar 85,2% dari total populasi kota (Diskominfo, 2023). Kemudian, dibandingkan dengan kota-kota lain di Indonesia, Kota Bandung memiliki tingkat pemanfaatan pembayaran digital yang jauh lebih besar. Hal ini dimungkinkan karena investasi digital di Provinsi Jawa Barat merupakan yang terbesar dan Bandung sebagai ibukota provinsi memiliki pertumbuhan ekonomi di atas rata-rata nasional sebesar 6,21%. Kemudian, dari tahun 2020 hingga 2021, transaksi e-commerce Kota Bandung tumbuh sebesar 50,75 persen; pada tahun 2020, nilai transaksinya sebesar Rp266 triliun, namun pada tahun 2021 melonjak menjadi Rp401 triliun (Ripaldi, 2022). Peningkatan UMKM dan transaksi perdagangan secara digital di Kota Bandung yang mengalami peningkatan pesat, bertambah hingga 180.000 usaha baru dan peningkatan perdagangan digital hingga 150 % (Ray, 2022). Oleh karena itu, tingkat penggunaan pembayaran digital di Kota Bandung lebih tinggi dibandingkan kota-kota lain.

Namun, menurut laporan yang dikeluarkan oleh Asian Development Bank (2023) dengan judul *“Online Platforms, Pandemic, and Business Resilience in Indonesia”* salah satu tantangan yang dihadapi adalah kurangnya kemampuan beradaptasi dan penggunaan teknologi di kalangan sebagian pedagang yang berpendidikan rendah dan memiliki lokasi usaha yang jauh dari metropolitan. Kemudian, berdasarkan temuan dan observasi survei dari laporan ADB disebutkan bahwa pemilik UMKM tidak mengetahui atau tidak dapat mengakses program bantuan pemerintah yang dapat membantu mereka mendigitalkan usahanya, dimana laporan tersebut juga mengatakan bahwa terdapat frustrasi atau kebingungan terhadap prosedur atau persyaratan dalam pendaftaran (Iskandar & Elhan-Kayalar, 2023). Selain itu, menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) “UMKM di Indonesia yang mampu berbisnis secara online baru sekitar 19 juta unit usaha atau 29% dari total UMKM yaitu sebanyak 64 juta unit” (Ahdiat, 2022). Hambatan lain yang membuat minimnya adopsi *Fintech* oleh UMKM di Indonesia adalah rendahnya literasi keuangan. Menurut laporan yang dikeluarkan oleh World Bank Group (2021) literasi keuangan yang rendah adalah hambatan terbesar dari sisi permintaan terhadap inklusi keuangan di Indonesia.

Skor literasi dan inklusi keuangan Indonesia adalah 49,68%, menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 yang diselenggarakan oleh OJK. Angka ini masih jauh dari angka 98% di Singapura, 85% di Malaysia, dan 82% di Thailand (Karunia & Pratama, 2021).

Menurut penelitian Nugraha *et al* (2022) menyebutkan bahwa “*perceived usefulness, perceived ease of use, government support, trust, dan user innovativeness* memiliki pengaruh langsung terhadap niat untuk mengadopsi *Fintech* oleh UMKM.” Kemudian, *perceived usefulness* dalam konteks teknologi secara signifikan dan positif mempengaruhi niat untuk mengadopsi *Fintech* oleh UMKM (Moreira-Santos *et al.*, 2022). Menurut penelitian Wismanoro *et al* (2021) juga menyebutkan bahwa “*perceived ease of use dan perceived usefulness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *Fintech* oleh UMKM. Dimana *trust* memiliki pengaruh positif langsung terhadap niat UMKM untuk mengadopsi *Fintech*.” Pengurangan kecemasan berkorelasi dengan kepercayaan semacam ini, dan ini dapat meningkatkan kepercayaan diri pengguna untuk menggunakan teknologi baru.

Adapun penggunaan variabel mediasi *perceived usefulness* dan *government support* dalam penelitian ini sangat penting karena keduanya berperan krusial dalam memperjelas hubungan antara faktor-faktor utama dengan adopsi *Fintech*. *Perceived usefulness* membantu menjelaskan bagaimana pengguna menilai manfaat nyata dari teknologi *Fintech*, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakannya (Kurniawan *et al.*, 2023). Di sisi lain, *government support* menjadi faktor pendukung eksternal yang dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pengguna dalam mengadopsi *Fintech*, terutama di lingkungan yang membutuhkan regulasi yang jelas dan perlindungan konsumen (Istan, 2023). Dengan mengintegrasikan kedua variabel ini sebagai variabel mediasi, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *Fintech*, serta menunjukkan interaksi antara persepsi pengguna dan dukungan pemerintah dalam mendorong penggunaan teknologi keuangan pada pelaku UMKM di Kota Bandung.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian pada tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *fintech adoption*?
2. Bagaimana pengaruh antara *perceived usefulness* terhadap *fintech adoption*?
3. Bagaimana *perceived ease of use* dapat dimediasi oleh *perceived usefulness* terhadap *fintech adoption*?
4. Bagaimana pengaruh antara *financial literacy* terhadap *fintech adoption*?
5. Bagaimana pengaruh antara *user innovativeness* terhadap *fintech adoption*?
6. Bagaimana *financial literacy* dapat dimediasi oleh *government support* terhadap *fintech adoption*?
7. Bagaimana pengaruh antara *government support* terhadap *fintech adoption*?
8. Bagaimana *user innovativeness* dapat dimediasi oleh *government support* terhadap *fintech adoption*?
9. Bagaimana pengaruh antara *trust* terhadap *fintech adoption*?

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan adanya perumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengukur mengenai sebagai berikut:

1. Pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *fintech adoption*.
2. Pengaruh antara *perceived usefulness* terhadap *fintech adoption*.
3. *Perceived ease of use* yang dimediasi oleh *perceived usefulness* terhadap *fintech adoption*.
4. Pengaruh antara *financial literacy* terhadap *fintech adoption*.
5. Pengaruh antara *user innovativeness* terhadap *fintech adoption*.

6. *Financial literacy* yang dimediasi oleh *government support* terhadap *fintech adoption*.
7. Pengaruh antara *government support* terhadap *fintech adoption*.
8. *User innovativeness* yang dimediasi oleh *government support* terhadap *fintech adoption*.
9. Pengaruh antara *trust* terhadap *fintech adoption*.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Praktis

1. Temuan Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai bagaimana UMKM menggunakan teknologi finansial, dan dapat menjadi sumber informasi bagi para penulis di masa depan.
2. Temuan pada penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi pengembangan ilmu bagi universitas, khususnya mengenai pentingnya *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *government support*, *trust*, dan *user innovativeness* terhadap *Fintech adoption*.

1.6.2 Aspek Akademis

1. Melengkapi konsep tentang hubungan antara *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *government support*, *trust*, *user innovativeness*, dan *Fintech adoption*.
2. Memberikan penjelasan yang lebih rinci terkait dimensi apa saja yang memiliki pengaruh kuat dan signifikan
3. Membentuk model penelitian yang mapan pada penelitian yang telah ada sebelumnya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi *Fintech adoption* oleh UMKM.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika pada penulisan tugas akhir dibuat untuk memberikan gambaran umum secara rinci tentang penulisan yang dilakukan dengan tujuan untuk kejelasan penulisan, kelengkapan penulisan, dan membuat hasil tulisan lebih terstruktur. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan topik penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian. Bab ini juga mencakup pendekatan metodis untuk membuat tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Temuan-temuan dari tinjauan literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti disajikan dalam bab ini. Bab ini menguraikan landasan teori yang menjadi dasar tinjauan teori, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini pendekatan, teknik, dan prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan dan memeriksa data untuk mengatasi dan mengklarifikasi masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memberikan gambaran umum tentang temuan studi, karakteristik peserta, dan pembahasan. Informasi disusun secara kronologis dan metodis untuk menyelaraskan dengan tujuan dan ruang lingkup studi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Studi dan perdebatan dari bab sebelumnya diulas dalam bab ini, bersama dengan kesimpulan atau esensi dan hasil akhirnya. Selanjutnya, bagian ini berisi rekomendasi yang dapat diberikan kepada pelaku usaha, sektor-sektor ekonomi, atau pihak-pihak lain yang berkepentingan.