

## Studi Prilaku Pengguna Layanan *Financial Technology (Fintech)* di Indonesia: Analisa Persepsi Risiko dan Manfaat

Verni Juita<sup>1\*</sup>, Firdaus<sup>2</sup>, Tria Najla Prima Hermanto<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Andalas

\*Corresponding author, e-mail: [verniakuntansi@gmail.com](mailto:verniakuntansi@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.24036/011100040>

Diterima: 07-10-2020

Revisi : 16-11-2020

Available Online: 30-11-2020

### KEYWORD

Financial Technology, *Fintech* risks and benefits, user's Perceived Risks and benefits of *Fintech*

### A B S T R A C T

*This study aims to understand why users want or reluctant to adopt Fintech services in Indonesia. In particular, it examines the positive factors (perceived benefits) and negative factors (perceived risks) that simultaneously affect user behaviors in adopting Fintech services. Furthermore, this research compares the impact of the perceived benefits and perceived risks on the Fintech adoption intention between users of different Fintech services. It uses the benefit-risk framework which integrates positive and negative factors associated with its adoption. This study survey around 450 respondents. The survey data is processed and analyzed using PLS Smart 3.0. This research found that the perceived benefits of using Fintech services outweigh its perceived risks. The results also suggest that convenience is the most beneficial factors determining the intention to use Fintech, while the legal risk is the most negative factors for the Fintech adoption intention.*



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). Some rights reserved

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi terkini telah mendorong meningkatnya penggunaan internet dan telepon pintar. Sejalan dengan itu, dalam beberapa tahun terakhir telah terjadi juga pembangunan dan perluasan yang pesat dari jasa pelayanan keuangan yang baru dan inovatif, yang biasa dikenal dengan sebutan teknologi finansial (*financial technology (fintech)*). *Fintech* adalah sebuah istilah baru yang menggabungkan “*financial*” dan “*technology*”. Istilah ini mengacu pada distrupsi digital yang dihadirkan oleh para pelaku pasar yang baru dan inovatif di sektor keuangan. *Fintech* telah membawa kesempatan baru untuk memberdayakan banyak orang dengan meningkatkan transparansi, mengurangi biaya-biaya atau memotong perantara, dan membuka akses informasi secara luas (Zavolokina et al., 2016).

Saat ini, *fintech* merupakan sebuah bidang yang inovatif dan sedang berkembang sehingga menarik perhatian publik dan mengundang pertumbuhan investasi yang tinggi. Berbagai perusahaan baru (*start-up*)

*Fintech* bermunculan dan menyediakan sistem dan proses jasa pelayanan keuangan yang luas, dari penyedia pinjaman dan pembayaran hingga *asset management* dan penukaran valuta asing Berdasarkan laporan dari Accenture (2016), investasi perusahaan *fintech* di seluruh dunia telah tumbuh sangat tinggi, yaitu naik sebesar 75 persen pada tahun 2015 sehingga mencapai \$22.3 milyar. Mereka lebih lanjut memperkirakan bahwa aktifitas pembiayaan dan keuangan *fintech* global akan tumbuh dari US\$ 3 milyar pada 2016 menjadi US\$ 6-8 pada tahun 2018.

Perusahaan atau *start-up fintech* saat ini terus memperluas cakupan usahanya, tidak hanya secara daring (*online*) menggunakan internet tapi juga secara *mobile* (melalui telepon selular), seperti *mobile payment*, dan tidak hanya pelayanan jasa perbankan *online* tradisional yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan keuangan, tapi juga pelayanan jasa-jasa keuangan yang inovatif dan berbeda yang disediakan oleh institusi non-keuangan. Meningkatnya penggunaan *mobile payment* yang disediakan oleh perusahaan-perusahaan *fintech* juga sejalan dengan semakin meningkatnya popularitas perdagangan elektronik (*e-commerce* atau *m-commerce*) yang melibatkan penjualan barang, jasa dan konten melalui prangkat telepon selular. *M-payment* ini merupakan evolusi natural dari *electronic payment* dan telah memungkinkan terjadinya transaksi *m-commerce* secara aman dan nyaman (Mallat, 2007)

Di Indonesia, industri *fintech* domestik juga berkembang sangat pesat sejalan dengan peningkatan penetrasi internet dan telepon selular. Pesatnya pertumbuhan *fintech* ini mengikuti proses digitalisasi yang telah terlebih dahulu hadir di bidang jasa transportasi on-line, seperti GO-JEK, Grab, dan Uber. Berdasarkan data statistika, pasar *fintech* di Indonesia diperkirakan telah mencapai US\$ 18.65 miliar pada tahun 2017 dan akan meningkat menjadi US\$37.15 miliar pada 2021. Dari jumlah tersebut, lebih dari 99 merupakan transaksi pembayaran digital (*digital payment*) dan sisanya merupakan bisnis keuangan dan keuangan personal. Adapun pembayaran digital 2017 terdiri atas: pembayaran perdagangan digital (*payment for digital commerce*) senilai US\$ 18.55 miliar, pembayaran *mobile* (*mobile payment*) sebesar US\$ 9 miliar, dan transfer uang P2P (*peer to peer money transfer*) senilai US\$ 48 miliar ((Databoks.katadata.co.id)

Terlepas dari pertumbuhan industri *fintech* yang pesat di atas, perkembangan tersebut telah juga menghadirkan beberapa masalah dan tantangan baru. Sebagian pihak masih skeptis dan ragu terhadap pengadopsian atau penggunaan jasa pelayanan *fintech*, terutama terkait dengan berbagai risiko yang terkait dengan penggunaan jasa pelayanan *fintech*. Beberapa risiko utama yang menghambat penggunaan *fintech* diantaranya meliputi risiko keuangan (contohnya kehilangan uang dan biaya extra), risiko peraturan (contohnya ketidakpastian peraturan untuk menggunakan), risiko keamanan dan privasi (kerentanan keamanan dari teknologi) dan risiko operasional (contohnya kekurangan dari proses atau sistem perusahaan *fintech*).

Kekhawatiran akan risiko tersebut saat ini telah dirasakan pula oleh konsumen di Indonesia. Menurut Studi Microsoft dan International Data Corporation (IDC) (Microsoft IDC, 2019), kesenjangan antara layanan digital dan kepercayaan konsumen di Indonesia masih sangat besar. Pada laporan mereka yang berjudul "*Understanding Consumer Trust in Digital Services in Asia Pacific*" memperlihatkan bahwa 46 persen konsumen Indonesia tidak percaya dengan layanan digital, termasuk *fintech*. Dalam laporan tersebut, terdapat lima faktor pertimbangan kepercayaan yang menyebabkan konsumen berhenti menggunakan layanan digital, yaitu: keamanan, privasi, realibilitas, etika dan pemenuhan. Dimana tiga yang disebutkan pertama merupakan faktor pertimbangan kepercayaan tertinggi: keamanan (59%), privasi (57%), dan realibilitas (53%).

Kenyataan masih tingginya tingkat ketidakpercayaan terkait dengan persepsi risiko penggunaan layanan digital, termasuk *fintech* di atas menjadi masalah yang penting untuk diteliti lebih lanjut, karena hal tersebut akan secara langsung mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan layanan *fintech*. Ketika akan mengadopsi atau menggunakan suatu layanan *fintech*, konsumen biasanya akan menentukan nilai harapan dari penggunaan layanan *fintech* dengan mempertimbangkan manfaat sekaligus risikonya dan berdasarkan pertimbangan tersebut akan dibuat keputusan menggunakan layanan *fintech* ketika manfaat yang diberikan lebih besar dibanding risikonya. Di sini, konsumen memiliki persepsi yang berbeda terhadap manfaat dan risiko tersebut, tergantung dari faktor-faktor sentral atau karakteristik penggunaannya dan tergantung jenis layanan atau karakteristik penyedia *fintech* yang digunakan, karena manfaat dan risiko dari tiap grup konsumen dan dari tiap jenis layanan dan penyedia juga berbeda-beda.

Perusahaan atau *start-up fintech*, beserta para praktisi di bidang ini, ditantang untuk mampu secara mendalam memahami perbedaan karakteristik dari setiap kelompok konsumen pengguna tiap layanan *fintech* agar mampu memberikan layanan yang terbaik yang dapat secara efektif memenuhi harapan dan permintaan dari para konsumennya dan meningkatkan penggunaan layanan *fintech*. Secara khusus, perusahaan atau *start-up fintech* ditantang untuk dapat meningkatkan potensial manfaat dan menurunkan potensial risiko ketika mereka memberikan pelayanan kepada konsumennya. Oleh karena itu, perlu adanya pemahaman yang baik tentang apakah dan mengapa para konsumen ingin atau enggan untuk menggunakan layanan *fintech* yang dapat menyediakan pengetahuan dan wawasan yang kritis bagi para praktisi di bidang *fintech*.

Berdasarkan pertimbangan di atas maka menjadi penting untuk melakukan studi tentang perilaku pengguna layanan *fintech* ini. Secara khusus, perlu ada studi perilaku pengguna *fintech* yang secara simultan menganalisa manfaat dan risiko dari layanan *fintech* yang saat ini sedang bertumbuh pesat di Indonesia. Walaupun telah terdapat banyak studi yang telah mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku pengguna untuk mengadopsi teknologi (misalnya, (Mallat, 2007); Luo et al., 2010);(Kim & Peterson, 2017; Chandra et al., 2010), hanya sedikit penelitian yang secara bersamaan atau simultan mencakup manfaat dan risikonya. Lebih lanjut, sejauh pengetahuan penulis belum ada penelitian sejenis yang dilakukan untuk kasus Indonesia, terutama yang tidak hanya sekaligus secara simultan menganalisa manfaat dan risiko layanan *fintech* secara umum tapi juga membedakannya berdasarkan kelompok jenis-jenis layanan *fintech* yang digunakan.

### **Tinjauan Literatur dan Pengembangan Hipotesis**

Sampai saat ini *Fintech* telah menjadi fenomena baru yang pesat perkembangannya di beberapa tahun terakhir dan masih berpotensi untuk terus bertumbuh dengan menarik minat pengguna baru di masa datang. Rasyid (2019) mempertegas bahwa fenomena *Fintech* yang ada di Indonesia tersebut selain didukung dengan semakin banyak berdirinya *startup* di bidang *fintech*, juga dikarenakan jenis jasa keuangan yang ditawarkan pun bervariasi seperti *peer to peer (P2P) lending* (peminjaman), *crowdfunding*, *payment gateway* (alat pembayaran), dan *manajemen investasi*. Selain itu, kemampuan untuk menyesuaikan proses bisnis dan layanan dengan perluasan penggunaan model *online* juga menjadi salah satu kunci sukses mereka, dimana Ryu (2018) menambahkan *Fintech* telah banyak yang memperluas area usaha mereka ke model aplikasi digital berbasis *mobile phone* dalam rangka berinovasi, mendiferensiasikan produk mereka sebagai lembaga keuangan bukan bank dan berupaya menjangkau pasar pengguna *mobile phone* yang lebih luas.

Sementara itu di dalam penggunaannya *Fintech* tidak hanya membawa manfaat dan keuntungan bagi penggunanya, akan tetapi juga memunculkan isu negatif dan kekhawatiran yang mengundang pro kontra seperti isu etika, privasi dan keamanan. Pembahasan dan penelitian mengenai *fintech* dan isu-isunya secara berimbang dari dua sisi (manfaat dan risiko) tersebut masih belum banyak dilakukan di Indonesia. Hal ini dikarenakan pembahasan mengenai *Fintech* serta fenomena yang melingkupinya masih lebih banyak tersedia melalui artikel-artikel pendek dengan data yang terbatas. Dari literatur yang terbatas tersebut, berikut adalah tinjauan literatur singkat yang terkait dan relevan untuk studi yang akan dilakukan ini.

### **Financial Technology (Fintech) dan Transaksi Digital**

Banyak terdapat definisi mengenai *Fintech* yang dirumuskan oleh berbagai ahli dan institusi. Dalam laporan penelitian Deutsch Bank, Dapp (2014) misalnya, menjelaskan *fintech* sebagai istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan digitalisasi yang terjadi di sektor keuangan. Secara umum mereka menjelaskan bahwa istilah ini mengacu pada perusahaan-perusahaan baru dan sangat inovatif yang bergerak di bidang *information technology* (IT) yang ingin merubah sektor keuangan tradisional sebagaimana yang kita tahu saat ini. Sementara itu, dalam laporannya pada Global Agenda Council on the future of Financing and Capital pada *World Economy Forum* menggambarkan *Fintech* sebagai perusahaan yang menyediakan atau memfasilitasi jasa keuangan dengan menggunakan teknologi. Saat ini bentuk *fintech* yang ada ditandai dengan perusahaan berbasis teknologi yang memotong jalur institusi keuangan formal dan menyediakan produk dan jasa langsung ke pengguna dengan menggunakan saluran *online* dan *mobile* (World Economic Forum, 2015).

Serupa dengan itu, Truong (2016) menjelaskan bahwa *fintech* seringkali mengacu pada perusahaan-perusahaan yang menyediakan pelayanan jasa usaha keuangan melalui platform atau sarana teknologi (internet)

yang membuat produk dan jasa keuangan menjadi lebih inovatif dan efisien. Menurutnya, *Fintech* adalah bentuk jasa keuangan yang baru dari perusahaan-perusahaan *start-up* yang mencoba merubah bentuk dan cara transaksi keuangan tradisional menjadi cara transaksi keuangan yang baru, modern dan lebih efektif dengan menggunakan perangkat teknologi tingkat tinggi, seperti sistem pembayaran bergerak (*mobile payments*), transfer uang, pinjaman kredit (*peer-to-peer lending/borrowing*), penggalangan dana (*fund raising*), dan bahkan pengelolaan aset atau kekayaan (*asset/wealth management*) dan *blockchain*.

Sementara itu, Dinardo (2015) dalam tesisnya juga menegaskan bahwa *fintech* berasal dari dua kata: keuangan dan teknologi dan mengacu ke semua perusahaan yang menerapkan inovasi teknologi ke industri jasa keuangan. Industri ini kemudian dibagi ke beberapa sektor yang menawarkan produk dan jasa pada berbagai jenis konsumen. Pada kasus-kasus jasa keuangan, *fintech* berada pada bagian keuangan alternatif yang membawa inovasi yang paling penting dan baru dengan memanfaatkan pasar *online* yang bekerja dengan mempertemukan kebutuhan peminjam dengan penawaran dari investor dan pemilik dana. Jasa keuangan alternatif di sini terdiri dari: *Crowdfunding*, *Online Invoice Trading*, *Merchant finance*, *Payments* and *Trade Finance*. Walaupun berbeda dalam bentuk bisnis model yang mereka miliki akan tetapi berbagai macam bentuk *Fintech* tersebut memiliki beberapa fitur yang sama yaitu: berbentuk *web-based* (menggunakan web) dan bukan bank. Lebih jauh lagi saat ini mereka juga melakukan ekspansi dengan merambah dunia *mobile* melalui penyediaan aplikasi digital berbasis *mobile*. Secara mendasar mereka menawarkan produk dan jasa seperti halnya bank akan tetapi menggunakan pengaruh atau kekuatan dari pengalaman konsumennya.

Lebih lanjut, hampir senada dengan defenisi yang telah dijabarkan diatas, Arner et al., (2016) menyimpulkan bahwa *fintech* mengacu kepada penggunaan teknologi untuk mendapatkan solusi keuangan. Berdasarkan sejarahnya mereka menjelaskan bahwa istilah ini dapat ditelusuri penggunaannya sejak tahun 1990an dan sekarang mengacu kepada sebuah industri yang berkembang dengan sangat cepat. Akan tetapi baru sejak tahun 2014 sektor ini menarik perhatian pembuat aturan dan regulasi, pelaku industri, konsumen dan akademisi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa teknologi keuangan (*Fintech*) adalah penggunaan inovasi teknologi dalam sector keuangan dengan menggunakan pasar *online* sebagai tempat untuk menawarkan solusi dari berbagai masalah keuangan yang dihadapi oleh konsumen digital. Semua aktivitas terkait teknologi ini berkaitan dengan transaksi melalui media digital. Dimana jenis transaksi digital jenis *Fintech* yang paling cepat berkembang adalah yang dapat memenuhi kebutuhan keuangan sehari hari konsumen seperti kebutuhan pendanaan dengan P2P *Lending* dan juga kebutuhan penggunaan uang dengan mudah untuk kebutuhan rutin dan mendesak dengan penggunaan digital / *mobile payment*.

### **Perilaku Konsumen Dalam Menerima dan Mengadopsi Teknologi Keuangan (Fintech): Kerangka Analisa Manfaat dan Risiko**

Penggunaan *Fintech* tidak selalu diyakini sebagai teknologi inklusi keuangan masa depan yang hanya membawa nilai positif. Ryu (2018) menegaskan meskipun banyak peneliti maupun praktisi yang percaya bahwa *Fintech* dapat mengubah masa depan industri keuangan namun keberhasilan adopsinya masih dipertanyakan. Sebagian pengguna masih bersikap skeptis dikarenakan kemungkinan risiko yang melingkupi adopsi teknologi ini. Hambatan utama adopsi adalah isu risiko keuangan seperti hilangnya penghasilan atau pendapatan ekstra, isu terkait regulasi seperti ketidakpastian hukum terkait adopsi, isu keamanan dan privasi seperti rapuhnya teknologi keamanan terkait IT terhadap serangan, dan isu operasional seperti ketidaksesuaian proses atau sistem yang ada dengan yang dimiliki oleh Perusahaan *Fintech*.

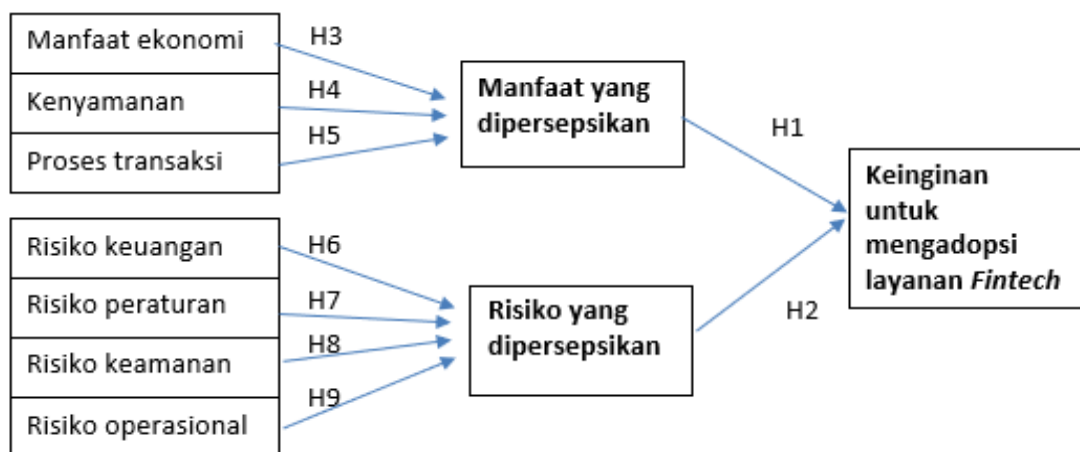
Sebelum membuat keputusan adopsi *Fintech*, konsumen selalu ingin memastikan nilai manfaat yang diharapkan dan membandingkan dengan risiko yang mungkin harus dihadapi jika mengambil pilihan adopsi tersebut. Jika potensi manfaat lebih besar dari risiko yang mungkin terjadi, maka perusahaan *Fintech* ditantang untuk menawarkan potensi keuntungan yang lebih besar dan menurunkan potensi risiko kepada konsumennya.

Teori utama yang mendasari analisa perilaku konsumen terkait manfaat dan risiko yang melingkupi penggunaan *Fintech* bagi konsumen adalah *theory of reasoned action (TRA)* and *theory of planned behavior (TPB)*. Teori ini banyak digunakan secara luas sebagai kerangka teori utama dalam memahami dan menjelaskan perilaku adopsi individu dalam bidang sistem informasi (Icek, 1991; Davis et al., 1989)). Berdasarkan kedua teori

tersebut diyakini bahwa keinginan individu untuk mengadopsi ditentukan oleh sikap dan norma subjektifnya yang dapat ditelusuri melalui keyakinan perilaku dan keyakinan normatif individu. Keyakinan perilaku direfleksikan dengan evaluasi positif atau negatif individu dalam melakukan perilaku, sementara keyakinan normatif mengacu pada persepsi individu tentang tekanan sosial untuk mengadopsi atau tidak mengadopsi sebuah inovasi. Kemudian dari kedua teori diatas Davis (1989) memunculkan sebuah model yaitu model penerimaan teknologi (Technology Acceptance Model-TAM) yang telah diuji dan digunakan di berbagai studi empiris ((Legris et al., 2003);Venkatesh & Davis, 2000;Wu et al., 2007; Wu & Wang, 2005), dll). Lebih lanjut Wu & Wang menjelaskan bahwa Model TAM mengecek peran mendasar dari persepsi kegunaan (Perceived of usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) serta hubungan mereka antara variabel eksternal dan kemungkinan adopsi sistem informasi. Untuk mendukung pendapat tersebut Legris et al. (2003) menegaskan bahwa TAM mampu membuktikan diri menjadi sebuah model teoritis yang sangat membantu dalam memahami dan menjelaskan perilaku penggunaan dalam implementasi sistem informasi secara umum.

Sementara itu, TRA dan TPB menjelaskan bahwa benefit penggunaan teknologi (manfaat) yang diwakili oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan menurut TAM tidak menjadi faktor penentu penggunaan IT bagi konsumen. Wu & Wang (2005) menjelaskan bahwa sisi negatif bagi pengguna pada transaksi digital. Untuk mengadopsi layanan pembayaran seluler, pengguna harus menanggung ketidakpastian dan risiko (pengeluaran non-moneter) terkait dengan keputusan adopsi, dan pada saat yang sama membayar biaya peralatan seluler aktual, biaya akses, dan biaya transaksi (pengeluaran moneter) terkait dengan adopsi teknologi. Dalam kerangka valensi tradisional, utilitas negatif yang terkait dengan perilaku adopsi tercermin melalui risiko yang dirasakan. Dimana makin tinggi persepsi risiko dimiliki oleh konsumen, maka akan semakin berkurang keinginan konsumen untuk membeli sesuatu atau bertransaksi secara digital.

Mengikuti studi-studi terdahulu yang telah meneliti mengenai perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi, khususnya layanan *fintech*, seperti Ryu (2018), penelitian ini akan menggunakan kerangka analisa yang mengintegrasikan faktor-faktor positif dan negatif yang terkait dengan keputusan untuk mengadopsi layanan *fintech*. Manfaat dan risiko yang dipersepsikan oleh konsumen dipahami sebagai konsep atau konstruksi yang bersifat multi-dimensional dalam studi ini. Sesuai dengan tahap penelitian Ryu (2018), studi ini akan menggunakan dan menguji kerangka analisa model perilaku pengguna layanan *fintech* yang secara simultan mengintegrasikan dan mengkombinasikan faktor-faktor manfaat dan risiko yang dipersepsikan oleh pengguna dalam mempengaruhi keputusan keinginan mereka untuk menggunakan layanan *fintech*. Kerangka analisa dari model penelitian pada studi ini, berikut hipotesisnya, secara singkat dijelaskan pada diagram/gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1: Model Penelitian: Kerangka Analisa Manfaat dan Risiko  
 Sumber: Diadopsi dari Ryu (2018)

Kerangka analisa model penelitian di atas secara esensi menjelaskan bahwa keinginan pengguna untuk menggunakan layanan *fintech* ditentukan secara simultan oleh persepsi mereka terhadap risiko dan manfaat dari layanan tersebut. Studi ini mengintegrasikan persepsi konsumen terhadap manfaat dan risiko dari layanan *fintech* ke dalam kerangka analisa dari model penelitian dengan mengasumsikan bahwa baik manfaat ataupun risiko secara bersama menjadi pertimbangan yang penting bagi pengguna dalam memutuskan penggunaan layanan suatu *fintech*. Di sini, ketika akan mengadopsi atau menggunakan suatu layanan *fintech*, pengguna diasumsikan membandingkan layanan *fintech* yang tersedia dan memilih layanan yang memberikan nilai manfaat paling besar. Dengan kata lain, pengguna membuat sebuah keputusan yang berisiko dengan tidak hanya mengambil atau mempertimbangkan risikonya sendiri, tetapi juga mengambil atau mempertimbangkan berbagai manfaatnya.

Selain risiko, manfaat yang dipersepsikan ini oleh konsumen juga telah secara luas digunakan sebagai faktor penentu langsung dari adopsi atas sebuah teknologi atau sistem informasi tertentu (D. J. Kim et al., 2008; Lee, 2009). Pada studi ini, manfaat yang dipersepsikan ini diartikan sebagai sebuah persepsi konsumen dari potensi bahwa pengadopsian atau penggunaan *fintech* akan menghasilkan keluaran yang positif. Sementara, risiko yang dipersepsikan merupakan sebuah hambatan yang penting untuk para pengguna yang mempertimbangkan apakah akan menggunakan layanan *fintech*. Akibatnya, studi ini mengartikan risiko yang dipersepsikan sebagai persepsi dari pengguna atas ketidakpastian dan kemungkinan hasil yang negatif yang ditimbulkan dari penggunaan layanan *fintech*.

Oleh karena itu, keinginan menggunakan layanan *fintech* akan secara positif dipengaruhi oleh berbagai manfaat yang dipersepsikan dan secara negatif dipengaruhi oleh berbagai risiko yang dipersepsikannya terkait penggunaan layanan *fintech* tersebut. Berdasarkan hal tersebut, berikut adalah hipotesis yang akan dites dalam studi ini.

H1: Manfaat yang dipersepsikan dari layanan *fintech* berhubungan positif dengan keinginan menggunakan layanan tersebut.

H2: Risiko yang dipersepsikan dari layanan *fintech* berhubungan negatif dengan keinginan menggunakan layanan tersebut

Sebagaimana yang telah dijelaskan pada bagian telaah pustaka di atas, berbagai manfaat dan risiko yang dipersepsikan dari penggunaan *fintech* telah dipahami sebagai sebuah konsep atau konstruksi yang bersifat multi-dimensi. Pada penelitian ini, terdapat tiga sumber manfaat yang dipersepsikan oleh pengguna layanan *fintech*, diantaranya meliputi manfaat ekonomi (*economic benefit*), kenyamanan (*convenience*), dan proses transaksi (*transaction process*). Ketiga sumber manfaat dari penggunaan layanan *fintech* ini menyusun dimensi manfaat yang dipersepsikan oleh pengguna. Manfaat ekonomi adalah motif yang paling umum dan sering diidentifikasi oleh para peneliti sebelumnya sebagai salah satu manfaat menggunakan *fintech* (D. K. C. Lee & Teo, 2015). Dibanding dengan layanan keuangan tradisional, layanan *fintech* mampu menurunkan biaya transaksi dan modal, dan oleh karenanya menguntungkan bagi para penggunanya (Mackenzie, 2015).

Kenyamanan juga merupakan manfaat lain yang sering dikemukakan sebagai salah satu dampak paling nyata dari layanan *fintech* yang didorong oleh keinginan untuk meningkatkan keuntungan dan mendapatkan akses yang lebih cepat (D. K. C. Lee & Teo, 2015; Sharma & Gutiérrez, 2010). Di sini, kenyamanan melalui perangkat mobile juga menentukan tingkat manfaat yang dipersepsikan oleh penggunaan layanan *fintech*, karena perangkat mobile (telepon selular) merupakan salah satu saluran yang paling penting dalam layanan *fintech* (Ryu, 2018). Selanjutnya, proses transaksi adalah manfaat lain yang dapat diperoleh dari penggunaan layanan *fintech*. Proses transaksi ini mengacu pada manfaat yang terkait dengan transaksi ketika menggunakan layanan *fintech* untuk transaksi keuangan (misalnya, pembelian, transfer uang, pinjaman, dan investasi). Selain itu, transaksi yang berjalan mulus/cepat yang merupakan ciri penting dari layanan *fintech* memberikan manfaat dengan memotong peranan perantara sehingga memungkinkan para pengguna untuk melakukan dan mengatur transaksi keuangan mereka dengan biaya sarana yang efektif dan murah (Chishti & Barberis, 2016; Zvolokina et al., 2016). Di sini, dibanding dengan transaksi keuangan tradisional, transaksi yang berjalan mulus dari layanan *fintech* memungkinkan penggunanya untuk dapat meningkatkan kecepatan dan efisiensi dari transaksi keuangan mereka.

Berdasarkan ketiga potensi manfaat dari penggunaan *fintech* tersebut maka penelitian ini mengasumsikan bahwa manfaat ekonomi, kenyamanan, dan proses akan berdampak pada keseluruhan manfaat yang

dipersepsikan terkait dengan manfaat positif dari penggunaan layanan *fintech*. Oleh karena itu maka hipotesa yang akan dites dari ketiga manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

H3: Manfaat ekonomi berhubungan positif dengan manfaat yang dipersepsikan dari penggunaan layanan *fintech*.

H4: Kenyamanan berhubungan positif dengan manfaat yang dipersepsikan dari penggunaan layanan *fintech*.

H5: Proses Transaksi berhubungan positif dengan manfaat yang dipersepsikan dari penggunaan layanan *fintech*.

Sementara itu, penelitian ini mengidentifikasi empat faktor utama yang digunakan sebagai sumber dan representasi ukuran dari risiko yang dipersepsikan dari penggunaan layanan *fintech*, yaitu: risiko-risiko keuangan (*financial*), hukum atau regulasi (*legal*), keamanan (*security*), dan operasional (*operational*). Risiko keuangan adalah potensi kerugian keuangan yang bisa terjadi pada hampir semua transisi keuangan dari layanan *fintech* (Forsythe et al., 2006). Tingchi Liu et al. (2013) berpendapat bahwa risiko keuangan yang dipersepsikan dari layanan *fintech* adalah faktor prediksi yang paling konsisten dari perilaku pengguna internet atau perangkat telepon selular. Sementara itu, risiko peraturan/regulasi mengacu pada ketidakjelasan status hukum dan kurangnya atau tiadanya peraturan yang bersifat universal yang terkait dengan layanan *fintech* (Ryu, 2018). Berbagai peraturan keuangan dan peraturan yang terkait telah menghambat masuk dan berkembangnya pertumbuhan industri di banyak negara di dunia, termasuk Indonesia.

Risiko keamanan dan risiko operasional juga merupakan faktor lain yang berdampak negatif terhadap potensi penggunaan layanan *fintech*. Risiko keamanan didefinisikan sebagai potensi kerugian yang diakibatkan oleh penipuan (*fraud*) dan peretasan (*hacking*) yang mengorbankan keamanan dari transaksi keuangan dari layanan *fintech* (Ryu, 2018). (M. C. Lee, 2009) berpendapat bahwa penipuan dan peretasan ini tidak hanya menyebabkan kerugian uang dari para pengguna, tapi keduanya juga melanggar privasi dari para pengguna yang merupakan kekhawatiran terbesar dari banyak pengguna internet dan telepon selular. Terakhir, risiko operasional mengacu pada seluruh potensi kerugian dari ketidakcukupan atau kegagalan proses internal, pekerja, dan sistem di dalam perusahaan atau *start-up* penyedia layanan *fintech* (Barakat & Hussainey, 2013). Sebagaimana dijelaskan lebih lanjut oleh Ryu (2018), para potensial pengguna layanan *fintech* tidak akan menggunakan layanan *fintech* jika perusahaan atau *start-up fintech* memiliki masalah dalam sistem keuangan dan operasionalnya. Lebih lanjut, kurangnya keterampilan operasional dan respon yang lambat atas masalah-masalah sistem dan transaksi akan menghasilkan ketidakpercayaan dan ketidakpuasan dari para pengguna dan pada akhirnya menghambat penggunaan/adopsi layanan *fintech*.

Berdasarkan penjelasan dari keempat sumber risiko di atas, keempatnya dapat secara signifikan berdampak pada risiko yang dipersepsikan dari penggunaan layanan *fintech*. Pada akhirnya keempatnya berpengaruh negatif pada penggunaan atau pengadopsian layanan *fintech*. Oleh karena itu, penelitian ini mengajukan hipotesa sebagai berikut:

H6: Risiko keuangan berhubungan positif terhadap risiko yang dipersepsikan dari penggunaan layanan *fintech*

H7: Risiko regulasi berhubungan positif terhadap risiko yang dipersepsikan dari penggunaan layanan *fintech*

H8: Risiko keamanan berhubungan positif terhadap risiko yang dipersepsikan dari penggunaan layanan *fintech*

H9: Risiko operasional berhubungan positif terhadap risiko yang dipersepsikan dari penggunaan layanan *fintech*

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengkonstruksikan beberapa pengukuran instrumen penelitian yang didasarkan telaah literatur di atas dan secara khusus mengikuti apa yang telah dilakukan oleh Ryu (2018) untuk mendapatkan validitas konten. Studi ini menggunakan berbagai ukuran dari berbagai item atau variabel yang akan diteliti, dimana masing-masing variable diukur menurut 5 poin skala Likert (dari sangat tidak setuju=1 ke sangat setuju =5). Item-item pertanyaan dalam instrumen survey tersebut dibuat berdasarkan adaptasi dari ukuran-ukuran yang telah tervalidasi dari penelitian-penelitian terdahulu atau dengan cara mengkonversikan definisi dari dimensi dan variabel yang telah dijelaskan di atas kedalam format pertanyaan survei. Studi-Studi terdahulu terkait dengan inovasi dan sistem informasi digunakan oleh penelitian ini mengukur tiga manfaat yang dipersepsikan dari penggunaan layanan *fintech* (yaitu: manfaat ekonomi, kenyamanan dan proses transaksi) dan empat risiko yang dipersepsikan dari penggunaan layanan *fintech* (yaitu: risiko keuangan, regulasi, keamanan dan operasional).

Penelitian ini melakukan survey untuk menguji hipotesa-hipotesa yang telah dibuat sebelumnya. Dimana sebelum melakukan survey utama, penelitian ini akan melakukan pre-test survey untuk meneliti kembali

validitas dan reliabilitas dari instrumen survey telah dibuat. Kuesioner online pada penelitian ini di buat melalui google form pada link berikut: <http://bit.ly/kuesionerstudifintech>, kemudian link ini bisa diisi dan disebar oleh siapapun yang bersedia berpartisipasi pada penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode *snowball sampling*. Teknik tersebut dapat digunakan jika populasinya tidak diketahui secara jelas dan sulit untuk mengumpulkan bagian dari populasi yang akan digunakan sebagai sampel. Dimana dengan metode pemilihan sampel ini subjek/ responden awal yang telah ada akan merekrut responden lain yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Sehingga jumlah sampel akan membesar seiring dengan berjalannya waktu sampai peneliti mendapatkan jumlah data yang cukup untuk diuji dan dianalisa dalam rangka menjawab masalah yang ada di dalam penelitian ini (Sekaran & Bougie, 2013; Sekaran & Bougie, 2016). Selanjutnya dengan metode ini, kuesioner online yang telah dibuat disebar melalui berbagai media sosial yang populer digunakan oleh berbagai kalangan seperti: Instagram, Facebook, Twitter, Facebook, Whatsapp dan satu media sosial investasi saham bernama stockbit. Setiap responden yang sudah mengisi kuesioner kemudian diminta untuk menyebarkan nya lagi ke lingkaran pertemanannya di *social media* sehingga diharapkan akan semakin banyak data yang terkumpul dari berbagai sebaran pertemanan diantara responden.

Dari pengumpulan data selama periode penelitian, berhasil dikumpulkan respon dari 446 orang responden selama waktu penyebaran 3 Minggu. Jumlah ini lebih besar dari target sebesar 100 hingga 300 responden yang diharapkan dapat berpartisipasi menjawab kuesioner survei yang disebar melalui berbagai media *online*.

Selain menggunakan analisa statistik sederhana, hasil survei pada penelitian ini juga diolah menggunakan program atau *software* PLS Smart 3.0. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode dua tahap (*two-step method*) untuk mengetes model penelitian, yaitu: model pengukuran (*the measurement model*) dan model struktural (*structural model*). Untuk itu, penelitian ini akan menggunakan metode *partial least square* (PLS), yaitu teknik *structural equation model* (SEM model). Metode tersebut akan mengetes dan mengestimasi hubungan kausalitas dengan menggunakan kombinasi data statistik dan asumsi-asumsi kualitatif. Secara lebih spesifik, PLS adalah sebuah teknik yang didasari atas perhitungan *variance* (*variance-based technique*). Sesuai dengan penjelasan dari Ghazali & Latan (2015) yang disarikan dari Wold et al (1987) menyatakan bahwa PLS adalah metode analisis yang kuat dan sering disebut *soft modelling* karena meniadakan asumsi asumsi *ordinary least squares* (OLS) regresi, seperti data harus terdistribusi normal secara multivariat dan tidak adanya masalah multikolinieritas antar variabel eksogen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Responden Penelitian

Data responden yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 446, yang akan dibagi berdasarkan kelompok dan karakter umum yang mereka miliki. Kelompok data responden dibagi atas beberapa karakteristik yaitu: Jenis kelamin (Gender), Status penggunaan layanan *fintech* (pengguna dan non pengguna) serta latar belakang pendidikan. Olahan hasil pengelompokan menggunakan aplikasi statistik sederhana Microsoft Excel versi 2016 dapat dilihat pada table 1 dibawah ini.

Dari tabel diatas dapat dipahami bahwa sebaran berdasarkan *gender* cukup dominan responden perempuan dibanding laki-laki dengan perbedaan persentasi sebesar 18%. Sementara dilihat dari penggunaan layanan teknologi keuangan ternyata dari total partisipan yang mengisi kuesioner, hanya 13 persen yang bukan pengguna. Hal ini memperlihatkan bahwa layanan ini merupakan layanan yang sudah tidak asing lagi bagi para pengguna layanan digital. Sementara latar belakang pendidikan memperlihatkan 70 persen dari pengguna merupakan orang yang berpendidikan dengan variasi pendidikan terakhir yang mereka miliki berupa: diploma (13%), Strata 1 (S1) sebanyak 40% dan pasca sarjana (17%). Sementara yang berlatar pendidikan SMA jika ditelusuri lebih lanjut 50% lebih ber profesi sebagai mahasiswa. Sehingga dari data diatas bisa disimpulkan bahwa responden penelitian ini rata-rata merupakan orang dengan latar pendidikan yang baik dan sebagian besar sudah memiliki pengalaman dengan layanan teknologi keuangan.



Tabel 1. Gambaran Umum Responden

Kriteria	Jumlah Responden	%
<b>Gender</b>		
Responden Perempuan	262	59%
Responden Laki-Laki	184	41%
<b>Total Responden</b>	<b>446</b>	<b>100%</b>
<b>Penggunaan <i>Fintech</i></b>		
Pengguna <i>Fintech</i>	388	87%
Non Pengguna <i>Fintech</i>	58	13%
<b>Total Responden</b>	<b>446</b>	<b>100%</b>
<b>Pendidikan Terakhir</b>		
SMA	133	30%
Diploma	58	13%
S1	179	40%
Pasca Sarjana	76	17%
<b>Total Responden</b>	<b>446</b>	<b>100%</b>

Sumber: Diolah sendiri dengan Ms. Excel, 2019

### Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Construct	Cronbach's Alpha	CR	AVE
<i>Fintech</i> adoption Intention	0,875	0.915	0.730
Convenience	0,911	0.944	0.848
Economic Benefit	0,811	0.888	0.725
Perceived Benefit	0,920	0.934	0.613
Transaction Processing	0,797	0.881	0.714
Security Risk	0,859	0.914	0.780
Financial Risk	0,845	0.906	0.763
Operational Risk	0,897	0.936	0.829
Legal Risk	0,876	0.915	0.730
Perceived Risks	0,936	0.945	0.569

Sumber: Diolah sendiri dengan SEM PLS 3.0, 2019

Tabel 3. Hasil Uji validitas Diskriminan dengan Fornell-Larcker Criterion

Variabel	Keinginan untuk Mengadopsi Layanan <i>Fintech</i>	Manfaat yang dipersepsikan	Risiko yang dipersepsikan
Keinginan untuk Mengadopsi Layanan <i>Fintech</i>	<b>0.855</b>		
Manfaat yang dipersepsikan	0.689	<b>0.783</b>	
Risiko yang dipersepsikan	-0.201	-0.029	<b>0.754</b>

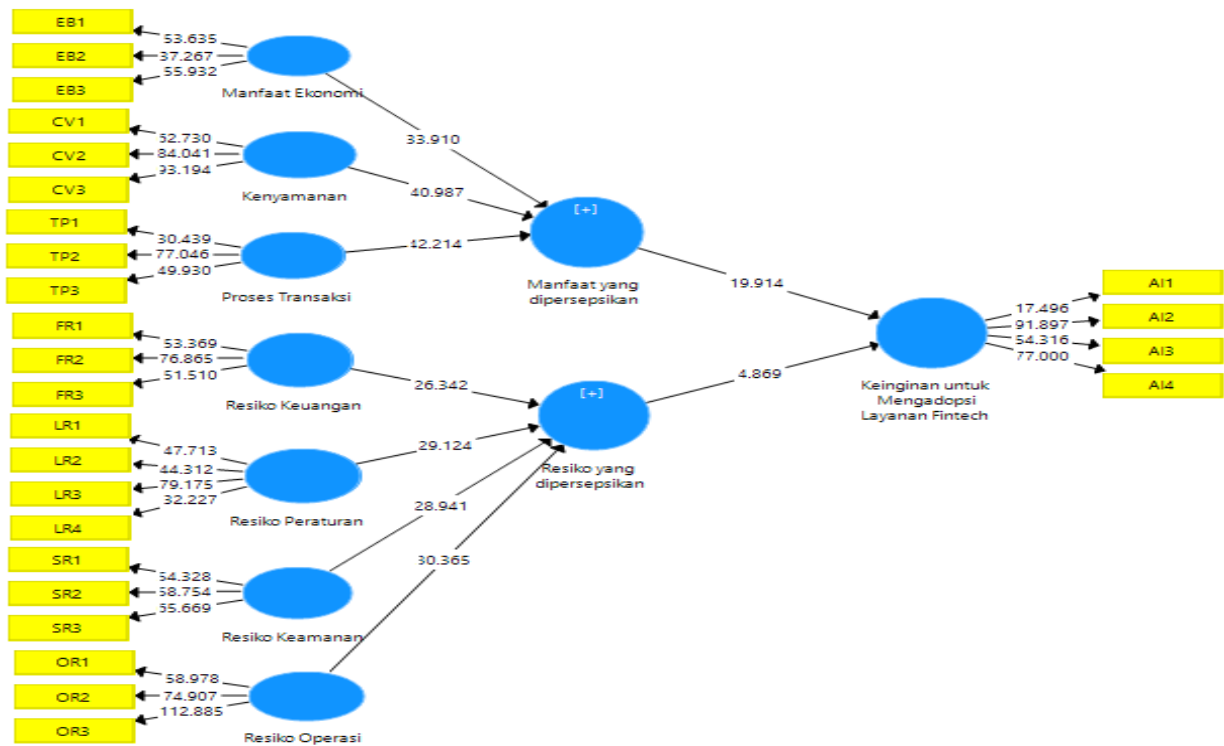
Sumber: Diolah sendiri dengan SEM PLS 3.0, 2019

Jogiyanto dan Abdillah (2015) menjelaskan bahwa, validitas dari suatu data dapat dilihat dengan menggunakan validitas konvergen dan validitas diskriminan, dimana validitas konvergen dapat dianalisis dengan

melihat nilai AVE (average variance extracted). Hasil pengujian terhadap data menghasilkan angka AVE seperti tabel di bawah. Angka AVE pada semua indikator terlihat memenuhi parameter yaitu lebih besar dari 0.5. Sehingga bisa disimpulkan bahwa dengan tercapainya validitas konvergen berarti konstruk yang ada saling berkorelasi tinggi. Sementara itu, untuk validitas diskriminan bisa dianalisis dari hasil matriks pada tabel fornell lacrker. Tabel ini memperlihatkan korelasi latent variable yang memenuhi *rule of thumb* nya yang berkorelasi tinggi di konstruksya dan berkorelasi rendah pada konstruk lain. Selain itu, untuk uji reliabilitas, dapat dilihat dengan menggunakan nilai composite reliability karena penelitian ini menggunakan *second order construct/model*. Pada hasil dari uji reliabilitas menunjukkan semua angka besar dari 0.6 yang artinya memenuhi. Dan bisa disimpulkan bahwa data yang dipakai dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel.

**Hasil Uji Hipotesis**

Hasil pengujian hipotesa pada PLS, memiliki standar yang disampaikan oleh Sofyani (2019) yaitu: *Rule of thumb*s dari terdukungnya suatu hipotesis penelitian adalah: (1) jika koefisien atau arah hubungan variable (ditunjukkan oleh nilai *original sample*) sejalan dengan yang dihipotesiskan, dan (2) jika nilai *t-statistic* lebih dari 1.64 (*two-tiled*) atau 1.96 (*one-tiled*) dan *probability value* (p-value) kurang dari 0.05 atau 5%.



Gambar 2. Hasil pengujian Hipotesis  
 Sumber: Diolah sendiri dengan SEM PLS 3.0, 2019

Untuk pengolahan data keseluruhan dan berdasarkan nilai beta koefisien dan nilai t-statistic dari tabel diatas, maka hasil uji dari masing-masing hipotesis dapat dijabarkan sebagai berikut.

Hasil pada tabel menunjukkan bahwa manfaat yang dipersepsikan dari layanan *fintech* berhubungan positif dengan keinginan menggunakan layanan tersebut dan nilainya signifikan, dengan koefisien beta ( $\beta$ ) 0.684, p-value < 0.01, dan t-value 20.016. Artinya, hipotesa 1 DITERIMA. Sementara itu risiko yang dipersepsikan dari layanan *fintech* terlihat memiliki hubungan negatif dengan keinginan menggunakan layanan tersebut dan nilai hasilnya signifikan, dengan koefisien beta ( $\beta$ ) -0.181, p-value <0.01, dan t-value 5.145. Artinya, hipotesa 2 DITERIMA.

Hasil pada tabel juga menunjukkan bahwa ketiga factor dari kelompok manfaat, yaitu manfaat ekonomi, kenyamanan, dan proses transaksi berhubungan positif dengan manfaat yang dipersepsikan dari penggunaan layanan *fintech* dan hasilnya berpengaruh secara signifikan ( $\beta=0.355$ ;  $p\text{-value}<0.01$ ,  $t\text{-value } 34.382$ ;  $\beta=0.407$ ;  $p\text{-value}<0.01$ ;  $t\text{-value } 42.038$ ;  $\beta= 0.352$ ;  $p\text{-value}<0.01$ ;  $t\text{-value } 41.784$ ). Artinya, hipotesa 3,4, dan 5 DITERIMA.

Di sisi lain Faktor risiko keuangan, risiko regulasi, risiko keamanan, dan risiko operasional pada tabel juga menunjukan hubungan yang positif terhadap risiko yang dipersepsikan dari penggunaan layanan *fintech* dan berpengaruh secara signifikan ( $\beta=0.253$ ;  $p\text{-value}<0.01$ ;  $t\text{-value } 26.016$ ;  $\beta=0.343$ ;  $p\text{-value}<0.01$ ;  $t\text{-value } 29.645$ ;  $\beta=0.273$ ;  $p\text{-value}<0,01$ ;  $t\text{-value } 30.960$ ;  $\beta= 0.295$ ;  $p\text{-value}<0,01$ ;  $t\text{-value } 30.177$ ). Artinya, hipotesa 6,7,8 dan 9 DITERIMA.

Selain hasil dari pengujian hipotesa diatas yang membuktikan bahwa semua Hipotesa diterima. Koefisien beta dari masing-masing variable dapat dianalisa untuk membandingkan mana yang lebih berpengaruh dalam persepsi konsumen untuk memutuskan menggunakan jasa layanan Fintech. Hasil yang ada menunjukkan bahwa pengaruh manfaat yang dipersepsikan LEBIH BESAR dari pengaruh risiko yang dipersepsikan terhadap keinginan untuk mengadopsi layanan *Fintech*. Sehingga bisa dinyatakan bahwa jika faktor manfaat secara keseluruhan lebih besar dari resiko yang mungkin dihadapi maka konsumen akan memilih menggunakan Fintech.

Sementara jika dilihat pada masing-masing kelompok manfaat dan risiko maka pada kelompok manfaat faktor yang paling mempengaruhi persepsi manfaat dari responden secara berurutan adalah: kenyamanan, manfaat ekonomi dan pemrosesan transaksi. Di lain pihak pada kelompok risiko, faktor risiko yang paling besar pengaruhnya terhadap persepsi risiko secara berurutan adalah: risiko peraturan, risiko operasi, risiko keamanan dan risiko keuangan.

**Pengujian Pada kelompok Responden Pengguna dan Non-Pengguna**

Selain melihat pengaruh manfaat dan risiko yang dipersepsikan pada keseluruhan responden, penelitian ini juga ingin melihat bagaimana faktor-faktor manfaat dan risiko tersebut mempengaruhi persepsi manfaat dan risiko terhadap keinginan mengadopsi layanan *fintech* pada responden pengguna *Fintech* dan responden non pengguna *Fintech*. Berikut hasil uji statistic dan koefisien beta pada kedua kelompok responden tersebut:

Tabel 4. Hasil pengujian hipotesis untuk pengguna *fintech*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
kenyamanan -> manfaat yang dipersepsikan	0.426	0.426	0.012	34.485	0.000
manfaat ekonomi -> manfaat yang dipersepsikan	0.357	0.359	0.014	25.285	0.000
manfaat yang dipersepsikan -> keinginan untuk menggunakan layanan <i>Fintech</i>	0.640	0.639	0.037	17.270	0.000
proses transaksi -> manfaat yang dipersepsikan	0.353	0.353	0.011	31.743	0.000
risiko keamanan -> risiko yang dipersepsikan	0.278	0.277	0.011	25.981	0.000
risiko keuangan -> risiko yang dipersepsikan	0.252	0.252	0.012	21.291	0.000
risiko operasi -> risiko yang dipersepsikan	0.306	0.306	0.012	24.860	0.000
risiko peraturan -> risiko yang dipersepsikan	0.350	0.350	0.013	26.678	0.000
risiko yang dipersepsikan -> keinginan untuk menggunakan layanan <i>Fintech</i>	-0.168	-0.173	0.041	4.111	0.000

Sumber: Diolah sendiri dengan SEM PLS 3.0, 2019

Tabel 5. Hasil pengujian hipotesis untuk non pengguna *fintech*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Kenyamanan -> Manfaat Yang diPersepsikan	0.352	0.353	0.014	25.085	0.000
Manfaat Ekonomi -> Manfaat Yang diPersepsikan	0.372	0.376	0.022	17.080	0.000
Manfaat Yang diPersepsikan -> Keinginan Untuk Mengadopsi Layanan <i>Fintech</i>	0.749	0.749	0.098	7.660	0.000
Proses Transaksi -> Manfaat Yang diPersepsikan	0.360	0.359	0.016	23.004	0.000
Risiko Keamanan -> Risiko yang diPersepsikan	0.251	0.249	0.012	20.597	0.000
Risiko Keuangan -> Risiko yang diPersepsikan	0.253	0.254	0.018	13.873	0.000
Risiko Operasi -> Risiko yang diPersepsikan	0.245	0.244	0.009	26.499	0.000
Risiko Peraturan -> Risiko yang diPersepsikan	0.309	0.311	0.023	13.519	0.000
Risiko yang diPersepsikan -> Keinginan Untuk Mengadopsi Layanan <i>Fintech</i>	-0.282	-0.280	0.091	3.111	0.002

Sumber: Diolah sendiri dengan SEM PLS 3.0, 2019

Hasil yang didapat pada pengujian hipotesa yang melibatkan kedua kelompok responden memperlihatkan signifikansi dan arah hubungan yang sama dengan pengujian pada data keseluruhan. Sementara itu besaran pengaruh dari faktor-faktor yang ada terhadap manfaat yang dipersepsikan bagi responden pengguna secara berurutan sama dengan hasil sebelumnya yaitu: kenyamanan, manfaat ekonomi dan pemrosesan transaksi. Di sisi lain bagi kelompok non pengguna yang paling mempengaruhi persepsi manfaat mereka adalah manfaat ekonomi, yang diikuti pemrosesan transaksi dan kenyamanan menjadi faktor terakhir yang mempengaruhi persepsi manfaat mereka dalam membentuk keinginan untuk mengadopsi layanan *Fintech*.

Sementara dari sisi risiko yang dipersepsikan oleh pengguna berbeda-beda bagi kelompok pengguna dan non-pengguna layanan. Terlihat bahwa bagi kelompok pengguna risiko yang paling mereka perhitungkan dan waspadai dalam keputusan adalah risiko peraturan yang diikuti oleh risiko operasi, keamanan dan keuangan. Sementara pada kelompok non pengguna *fintech* atau yang belum menggunakan *Fintech*, sangat mempertimbangkan dan mempelajari lebih banyak informasi mengenai risiko peraturan selanjutnya diikuti oleh risiko keuangan, keamanan dan operasi sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan jasa layanan teknologi keuangan (*Fintech*).

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi pengguna untuk mengadopsi layanan *fintech* di Indonesia. Secara khusus studi ini meneliti faktor-faktor yang dianggap positif (manfaat yang dipersepsikan) ataupun faktor-faktor negatif (risiko yang dipersepsikan) yang secara bersama mempengaruhi perilaku pengguna dalam mengadopsi layanan *fintech*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat dan risiko yang dipersepsikan oleh pengguna secara signifikan mempengaruhi keinginan pengguna untuk mengadopsi layanan *fintech*. Akan tetapi dari hasil yang didapat manfaat lebih menjadi pertimbangan utama dibanding risiko bagi para pengguna dan calon pengguna dalam mempengaruhi keinginan mereka untuk mengadopsi layanan *fintech*. Kemudian, faktor-faktor manfaat yang secara khusus mempengaruhi keinginan konsumen untuk mengadopsi layanan *fintech* berdasarkan persepsi konsumennya sesuai dengan besaran pengaruhnya adalah kenyamanan, manfaat ekonomi dan pemrosesan transaksi. Selanjutnya, faktor-faktor risiko yang secara khusus mempengaruhi keinginan konsumen untuk mengadopsi layanan *fintech* berdasarkan persepsi konsumennya adalah risiko peraturan yang diikuti oleh risiko operasi, risiko keamanan dan risiko keuangan.

Kenyamanan yang dipersepsikan oleh pengguna merupakan faktor utama yang mempengaruhi persepsi bagi pengguna dalam keputusannya menggunakan jasa layanan *Fintech*, sementara bagi non pengguna manfaat ekonomi lebih besar pengaruhnya dalam menentukan keinginan mereka untuk mengadopsi layanan *fintech*.

Risiko yang paling mempengaruhi dan menjadi pertimbangan utama adalah sama bagi pengguna dan bukan pengguna layanan *fintech* yaitu risiko peraturan. Kepastian peraturan dan Undang-Undang dari pemerintah dan Lembaga yang berwenang terhadap segala aspek yang mendasari pelaksanaan dan operasi *fintech* menjadi faktor risiko yang paling utama yang membentuk persepsi pengguna (user) dalam memutuskan apakah mereka akan dan akan terus mengadopsi *Fintech* di masa datang.

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan waktu penyebaran dan luas dari sebaran data. Untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya, diharapkan faktor ini bisa diukur dengan data yang berasal dari sebaran waktu yang luas dan menggunakan media platform yang lebih beragam baik online maupun manual untuk bisa mendapatkan data dengan variasi dan jangkauan yang lebih luas. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dan disarankan juga untuk melibatkan lebih banyak faktor manfaat dan risiko yang mungkin bisa diikutsertakan untuk melihat persepsi konsumen/ *user* secara lebih luas dan variatif.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Accenture. (2016). *Fintech and the Evolving Landscape: Landing Points for the Industry*.
- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2016). 150 years of Fintech : An evolutionary analysis. *Jassa The Finsia Journal of Applied Finance*, 3, 22.
- Barakat, A., & Hussainey, K. (2013). Bank governance, regulation, supervision, and risk reporting: Evidence from operational risk disclosures in European banks. *International Review of Financial Analysis*, 30, 254–273.
- Chandra, S., Srivastava, S. C., & Theng, Y.-L. (2010). Evaluating the Role of Trust in Consumer Adoption of Mobile Payment Systems: An Empirical Analysis. *Communications of the Association for Information Systems*, 27(1). <https://doi.org/10.17705/1cais.02729>
- Chishti, S., & Barberis, J. (2016). *The Fintech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries*. John Wiley & Sons.
- Dapp, T. (2014). Fintech – The digital (r)evolution. *Deutsche Bank Research*. [www.dbresearch.com](http://www.dbresearch.com)
- Databoks.katadata.co.id. (n.d.). *Pembayaran Digital Dominasi Fintech Nasional*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/25/pembayaran-digital-dominasi-fintech-nasional>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Dinaro, F. (2015). *The Rise of Alternative Finance: How Fintech Companies are Revolutionizing The Financial Service and The Traditional Bank Financing*. Universitas Degli Studi Di Padova.
- Forsythe, S., LIU, C., SHANNON, D., & GARDNER, L. C. (2006). Development of a scale to measure the perceived benefits and risks of online shopping. *Journal of Interactive Marketing*, 20(2), 55–75.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS*, 3. Universitas Diponegoro.
- Icek, A. (1991). The Theory of Planned Behavior Organizational Behavior and Human Decision Processes. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- IDC, M. (n.d.). *Understanding Consumer Trust in Digital Services in Asia Pacific*. Retrieved November 21, 2019, from <https://news.microsoft.com/apac/features/trust-in-asia/>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Kim, Y., & Peterson, R. A. (2017). A Meta-analysis of Online Trust Relationships in E-commerce. *Journal of Interactive Marketing*, 38, 44–54. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2017.01.001>
- Lee, D. K. C., & Teo, E. G. S. (2015). Emergence of Fintech and the Lasic Principles. *SSRN Electronic Journal*, 1–17. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2668049>
- Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with

- perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130–141. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2008.11.006>
- Legris, P., Ingham, J., & Colletette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information and Management*, 40(3), 191–204. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00143-4](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00143-4)
- Liu, T., Brock, M., L., J., Cheng Shi, G., Chu, R., & Tseng, T. H. (2013). Perceived benefits, perceived risk, and trust: Influences on consumers' group buying behaviour. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 25(2), 225–248. <https://doi.org/10.1108/13555851311314031>
- Luo, X., Li, H., Zhang, J., & Shim, J. P. (2010). Examining multi-dimensional trust and multi-faceted risk in initial acceptance of emerging technologies: An empirical study of mobile banking services. *Decision Support Systems*, 49(2), 222–234. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2010.02.008>
- Mackenzie, A. (2015). the Fintech Revolution. *London Business School Review*, 26(3), 50–53. <https://doi.org/10.1111/2057-1615.12059>
- Mallat, N. (2007). *Exploring Consumer Adoption of Mobile Payments - A Qualitative Study*. 6(2006).
- Microsoft IDC. (2019). *Understanding Consumer Trust in Digital Services in Asia Pacific*. <https://news.microsoft.com/apac/features/trust-in-asia/>
- Rasyid, A. (2019). *SEKILAS PERKEMBANGAN FINTECH DI INDONESIA*. <https://business-law.binus.ac.id/2019/03/19/sekilas-perkembangan-fintech-di-indonesia/>
- Ryu, H.-S. (2018). Understanding Benefit and Risk Framework of Fintech Adoption: Comparison of Early Adopters and Late Adopters. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*, 3864–3873. <https://doi.org/10.24251/hicss.2018.486>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business* (6th Editio).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Sharma, S., & Gutiérrez, J. A. (2010). An evaluation framework for viable business models for m-commerce in the information technology sector. *Electronic Markets*, 20(1), 33–52. <https://doi.org/10.1007/s12525-010-0028-9>
- Truong, O. (2016). *How fintech industry is changing the world*. November, 1–54. [http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/123633/TRUONG\\_OANH.pdf?sequence=1](http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/123633/TRUONG_OANH.pdf?sequence=1)
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wold, S., Geladi, P., Esbensen, K., & Öhman, J. (1987). Multi-way principal components-and PLS-analysis. *Journal of Chemometrics*, 1(1), 41–56.
- World Economic Forum. (2015). The Future of Fintech: A Paradigm Shift in Small Business Finance. *Global Agenda Council on the Future of Financing & Capital*, October, 1–36. [http://www3.weforum.org/docs/IP/2015/FS/GAC15\\_The\\_Future\\_of\\_FinTech\\_Paradigm\\_Shift\\_Small\\_Business\\_Finance\\_report\\_2015.pdf](http://www3.weforum.org/docs/IP/2015/FS/GAC15_The_Future_of_FinTech_Paradigm_Shift_Small_Business_Finance_report_2015.pdf)
- Wu, J. H., & Wang, S. C. (2005). What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Information and Management*, 42(5), 719–729. <https://doi.org/10.1016/j.im.2004.07.001>
- Wu, J. H., Wang, S. C., & Lin, L. M. (2007). Mobile computing acceptance factors in the healthcare industry: A structural equation model. *International Journal of Medical Informatics*, 76(1), 66–77. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2006.06.006>
- Zavolokina, L., Dolata, M., & Schwabe, G. (2016). The FinTech phenomenon: antecedents of financial innovation perceived by the popular press. *Financial Innovation*, 2(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-016-0036-7>