

BAB II

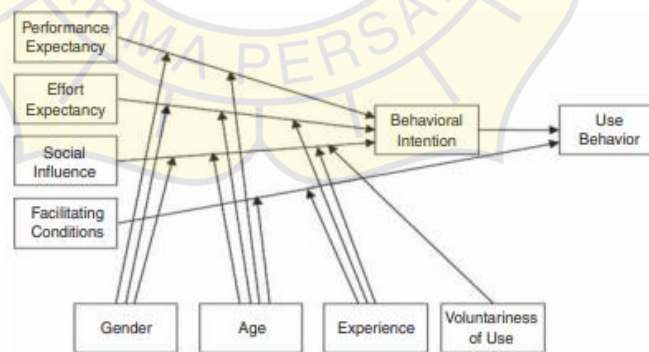
LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PENELITIAN

2.1 Landasan Teori

Landasan teori adalah sebuah konsep dengan pernyataan yang tertata rapi dan sistematis memiliki variabel dalam penelitian karena landasan teori menjadi landasan yang kuat dalam penelitian yang akan dilakukan.

2.1.1 Theory of Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT)

UTAUT merupakan model yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.*, (2003). Di dalamnya terdapat terdapat faktor yang dapat mempengaruhi kesiapan suatu organisasi atau individu dalam penerimaan dan penggunaan teknologi. Terdapat 4 (empat) faktor yang mempengaruhi yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Conditions*



Source: Venkatesh *et al.* (2003) Model

Gambar 2.1

Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology

i. *Performance Expectancy*

Performance Expectancy atau Harapan Kinerja menjelaskan bagaimana pengguna percaya bahwa teknologi akan mendukung mereka, ini konstruksi terkait dengan ‘kegunaan yang di rasakan’. (Bonanno., *et al* 2008) Menurut Vantakesh., *et al* (2003) Harapan Kerja adalah “sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantu untuk mencapai keuntungan dalam kinerja keuangan.”

ii. *Effort Expectancy*

Menurut Ventakesh., *et al* (2003) *Effort Expectancy* adalah tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan sistem.

iii. *Sosial Influence*

Sosial Influence atau Pengaruh Sosial adalah sejauh mana individu merasakan bahwa orang lain percaya bahwa dia harus menggunakan sistem baru. (Ventakesh., *et al* 2003).

iv. *Behavioral Intention*

Menurut Ventakesh., *et al* (2003) memiliki elemen terintegrasi dari berbagai model teoritis dan secara empiris di validasi dalam model UTAUT. Mereka mengeksplorasi bagaimana individu menerima dan menggunakan teknologi di lingkungan mereka. Ventakesh., *et al* (2003) berpendapat bahwa harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh social dan kondisi yang memfasilitasi adalah empat konstruksi utama yang dapat mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi.

2.1.2 *Financial Technology (Fintech)*

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016) *Fintech* adalah sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. Selain itu menurut Bank Indonesia (2019) *Fintech* adalah hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja.

Hal tersebut menjelaskan bahwa *fintech* merupakan inovasi baru dalam industry keuangan yang dapat memberikan manfaat terhadap perkembangan teknologi melalui transaksi keuangan dalam pembuatan model bisnis, aplikasi, proses atau produk yang memiliki kaitannya dengan layanan keuangan.

Klasifikasi *Financial Technology* :

Bank Indonesia sebagai regulator sistem pembayaran di Indonesia mengklasifikasikan *Fintech* sebagai berikut :

1. *Crowdfunding dan Peer to Peer (P2P) Lending*

Klasifikasi pertama ini merupakan *marketplace* yang menjadi sarana pertemuan pencari modal dan investor di bidang pinjaman. Dengan adanya portal pinjaman yang mudah diakses kapan saja dan dimana saja, *Fintech*

bisa menjangkau peminjam dan investor di seluruh Indonesia. *Crowdfunding* dan *Peer to Peer* (P2P) Lending adalah konsep finansial yang menggunakan bantuan teknologi informasi untuk menghadirkan layanan pinjam meminjam uang dengan mudah, dimana penyedia hanya menyediakan sarana yang memungkinkan pendana dan peminjam untuk melakukan proses p injam meminjam secara online. Disebut Peer to Peer (P2P) karena sarana pinjam meminjam uang ini disediakan bagi sesama pengguna awam.

2. *Market Aggregator*

Market aggregator merupakan portal yang mengumpulkan dan mengoleksi data finansial untuk disajikan kepada pengguna. Berbagai data finansial tersebut dapat Anda bandingkan untuk memilih produk keuangan terbaik. Dengan memanfaatkan jasa pembanding produk keuangan ini, bisa mengambil keputusan finansial dengan lebih baik.

3. *Risk and Investment Management*

Klasifikasi berikutnya adalah perencana keuangan dalam bentuk digital. Dengan kata lain, Pengguna akan dibantu untuk mengetahui kondisi keuangan serta melakukan perencanaan keuangan secara mudah dan cepat, hanya dengan cara membuka aplikasi di smartphone pengguna dan mengisi data-data terkait untuk mengetahui rencana keuangan yang tepat sesuai kebutuhan masing-masing individu.

4. *Payment, Settlement, and Clearing*

Klasifikasi yang terakhir menurut Bank Indonesia adalah *Payment, settlement, dan clearing* berada dalam ranah Bank Indonesia, dengan contoh *e-wallet* dan *payment gateway*. Portal pembayaran ini bertujuan untuk memudahkan dan mempercepat proses pembayaran atau transaksi via online. Dengan demikian, masyarakat dalam melakukan pembayaran melalui satu portal saja, misalnya via smartphone.

2.1.4 **Personalisasi**

Personalisasi memberikan suatu hubungan antara pelanggan dengan penyelenggara *fintech*. Hal tersebut karena penyelenggara memberikan kemudahan dalam penggunaan aplikasi yang memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Wang et al., 2017). Sedangkan pengertian personalisasi jika dilihat dari sudut pandang pemasaran yaitu usaha yang dilakukan oleh produsen/perusahaan untuk memberikan produk yang disesuaikan berdasarkan kebutuhan pelanggan.

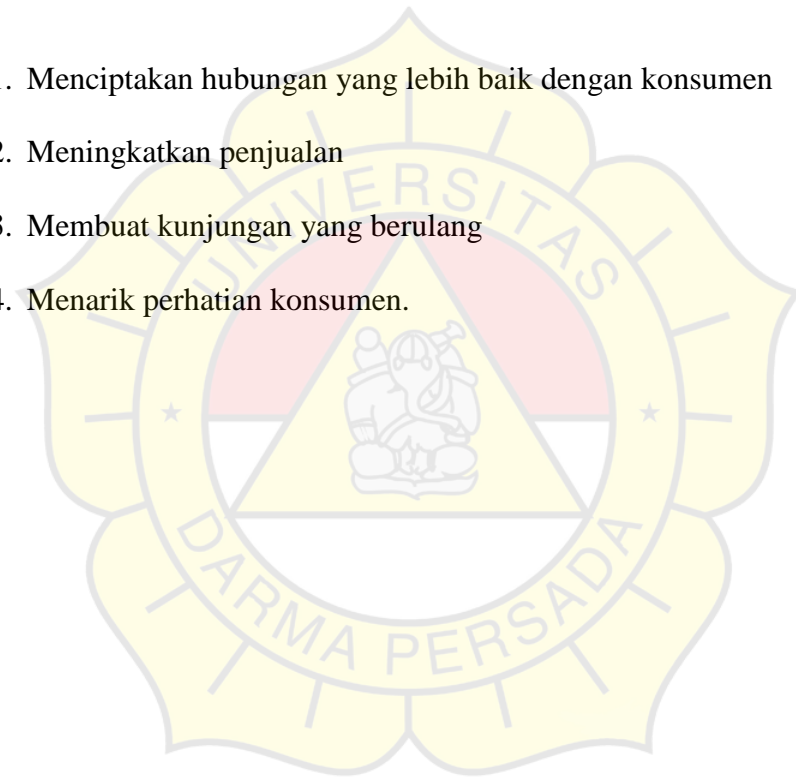
Tujuan dari personalisasi adalah untuk memahami preferensi konsumen dan memfokuskan pada konten yang relevan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, dan tujuan jangka panjangnya adalah untuk menghasilkan lebih banyak peluang bisnis dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Akibat adanya personalisasi yaitu :

- Mendorong loyalitas
- Meningkatkan layanan pelanggan
- Menyetarakan saluran pemasaran

Manfaat Personalisasi :

1. Menciptakan hubungan yang lebih baik dengan konsumen
2. Meningkatkan penjualan
3. Membuat kunjungan yang berulang
4. Menarik perhatian konsumen.



2.1.5 Keinovatifan Teknologi

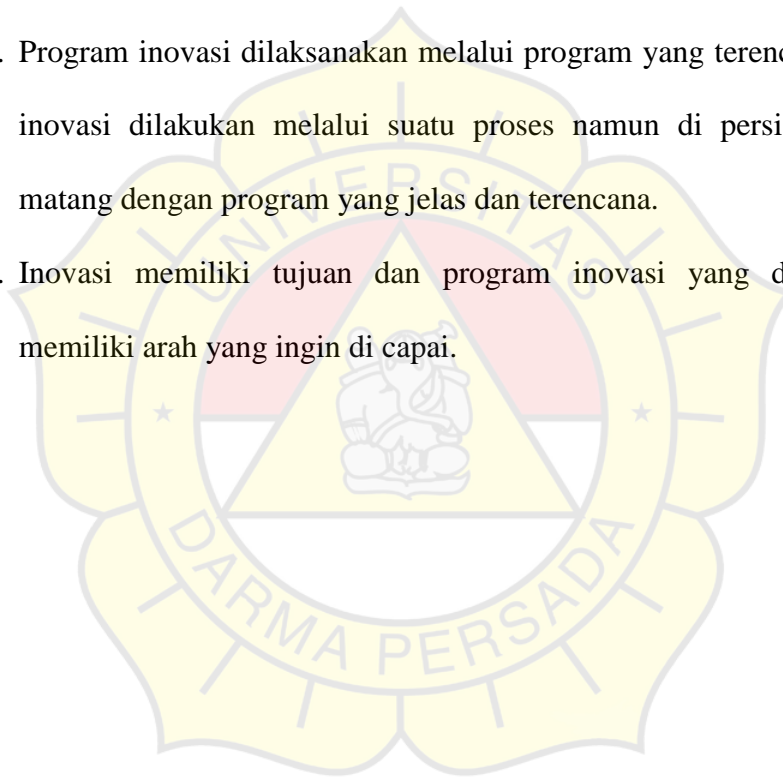
Secara konvensional inovasi di definisikan sebagai terobosan metode yang berkaitan dengan jenis produk baru. Menurut Undang-Undang No.19 Tahun 2002 Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan atau pun perekayasaan yang dilakukan dengan tujuan melakukan pengembangan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru ataupun cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah ada ke dalam produk atau proses produksinya.

Dalam *fintech* inovasi teknologi memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi di dalam kehidupan sehari-hari. Keinovatifan Teknologi merupakan kecenderungan seseorang untuk menghargai teknologi baru yang sedang berjalan. (Hatta, 2011). Seseorang pengguna merasa memiliki tingkat kesiapan yang baik, maka minat menggunakan sistem akan meningkat, sehingga memiliki keinginan untuk selalu memakai teknologi informasi tersebut. (Bella,2018).

Dalam *fintech* inovasi teknologi memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pada kehidupan sehari-hari. Keinovatifan Teknologi merupakan fasilitas pendukung dalam penggunaan aplikasi *fintech* yang terdapat dalam *mobile phone* pengguna (Raza., et al 2019).

Ciri – Ciri Inovasi :

1. Khusus artinya suatu inovasi memiliki ciri yang khas dalam arti ide, program, sistem, termasuk kemungkinan hasil yang di harapkan.
2. Memiliki ciri atau unsur kebaruan dalam arti suatu inovasi harus memiliki karakteristik sebagai buah pemikiran yang memiliki kadar kebaruan.
3. Program inovasi dilaksanakan melalui program yang terencana yaitu suatu inovasi dilakukan melalui suatu proses namun di persiapkan secara matang dengan program yang jelas dan terencana.
4. Inovasi memiliki tujuan dan program inovasi yang dilakukan harus memiliki arah yang ingin di capai.



2.1.6 *Competitive Pressure*

Tekanan perubahan lingkungan dan tekanan persaingan mengharuskan entrepreneur harus mampu mempertahankan usahanya. Tekanan persaingan menyebabkan pengusaha berfikir lebih kreatif untuk melakukan sesuatu yang baru dibandingkan dengan pesaingnya sehingga akan muncul kreativitas inovasi. *Competitive Pressure* merupakan suatu tekanan yang di rasakan oleh perusahaan dari para pesaing usaha. Tekanan ini dapat memaksa perusahaan untuk mengadopsi teknologi. Michael Porter (1985) menjelaskan bahwa terdapat lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industri, yaitu : Ancaraman dari pendatang baru (*threat of new entrants*), Ancaman dari produk pengganti (*threat of substitute products*), Kekuatan tawar – menawar dari pemasok (*bargaining power of suppliers*), Kekuatan tawar – menawar dari pembeli (*bargaining power of buyers*), Persaingann kompetitif di antara anggota industry (*rivalry among competitive firms*)

Menurut Aboelmaged & Hashem, (2018) telah diakui sebagai tujuan penting dalam asimilasi inovasi. Dengan kata lain, tekanan yang berasal dari asing akan memaksa perusahaan untuk berkembang dengan membuat inovasi.

2.1.7 Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Menurut Undang – Undang No. 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) :

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang – Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Klasifikasi UMKM

Klasifikasi UMKM dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam

goncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini adalah klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM):

a. Livelihood Activities

Merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.

b. Micro Enterprise

Merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan

c. Small Dynamic Enterprise

Merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

d. Fast Moving Enterprise

Merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

Sektor UMKM

Berdasarkan informasi dari website Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk jenisnya UMKM dibedakan menjadi beberapa sektor sesuai dengan ijin usahanya diantaranya:

1. Usaha di bidang kuliner

Makanan adalah salah satu kebutuhan pokok manusia yang tidak dapat tergantikan. Makanan akan terus dicari oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Oleh sebab itu, usaha di bidang kuliner ini adalah usaha yang terus berkembang. Beragamnya jenis makanan yang ditawarkan, membuat usaha ini tidak akan pernah berhenti.

2. Usaha di bidang Fashion

Selain makanan, pakaian merupakan kebutuhan sehari-hari manusia. Kebutuhan akan pakaian yang terus meningkat membuat para pelaku usaha dibidang ini menawarkan dengan model yang beragam. Tidak heran, membuat UMKM jenis ini meningkat setiap tahunnya.

3. Usaha di bidang Agribisnis.

Agribisnis merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan dan sumber daya alam secara umum. UMKM yang menjalankan mengenai agribisnis ini umumnya menjual pupuk, bibit tanaman, pestisida, serta lain-lain. UMKM agribisnis tersebut

juga biasanya terdapat di daerah yang mempunyai lahan dalam jumlah cukup banyak dan juga luas.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu adalah salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang digunakan (Randi, 2018).

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti / Tahun / Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti dan Dimensi	Hasil Penelitian
1	<i>Urgency Of Financial Technology Laws In Indonesia</i> (Karisma, 2020)	Variabel Dependen : Y : <i>Financial Technology</i> Variabel Independen : X1 : Hukum Di Indonesia	Hukum Di Indonesia berpengaruh terhadap <i>Financial Technology</i>
2	<i>Factors Determining Behavioral Intentions To Use Islamic Financial Technology</i> (Darmansyah, 2020)	Variabel Dependen : Y : <i>Financial Technology</i> Variabel Independen : X1 : Niat Perilaku	Niat Perilaku berpengaruh positif terhadap <i>Financial Technology</i>
3	<i>Fintech In The Time Of Covid-19 : Technological Adoption During Crises</i> (Fu, 2021)	Variabel Dependen : Y : <i>Financial Technology</i> Variabel Independen : X1 : Dampak Pandemi COVID 19	Dampak Pandemi Covid 19 berpengaruh positif terhadap <i>Financial Technology</i>
4	<i>Can FinTech Improve The Efficiency Of Comercial Banks : An Analysis Based</i>	Variabel Dependen : Y : Efisiensi Bank	<i>Financial Technology</i> berpengaruh positif terhadap Efisiensi Bank

	<i>On Big Data</i> (Wang, 2020)	Variabel Independen : X1 : <i>Financial Technology</i>	
5	<i>Friend or Foe : The Divergent effect of FinTech on Financial Stability</i> (Leea, 2020)	Variabel Dependen : Y : <i>Financial Technology</i> Variabel Independen : X1 : Stabilitas Keuangan	Stabilitas Keuangan berpengaruh positif terhadap <i>Financial Technology</i>
6	<i>FinTech and commercial banks performance in China : A Leap Forward Survival of The Fittest?</i> (Chen, 2021)	Variabel Dependen : Y : Komersial Kinerja Bank Variabel Independen : X1 : <i>Financial Technology</i>	<i>Financial Technology</i> berpengaruh positif terhadap Komersial Kinerja Bank
7	<i>FinTech Payments In The Area Of Covid-19 : Factors Influencing Behavioral Intentions Of "Generation X" in Hungary To Use Mobile Payment /</i> (Daragmeh, 2021)	Variabel Dependen : Y : <i>Financial Technology</i> Variabel Independen : X1 : Faktor - faktor niat perilaku	Faktor – Faktor Niat Perilaku berpengaruh terhadap <i>Financial Technology</i>
8	<i>Synergy Of Sharia Banks and Financial Technology In The Development Of Micro, Small And Medium Business in Indonesia</i> (Haris, 2020)	Variabel Dependen : Y : <i>Micro Small and Medium Sized Enterprises (SMEs)</i> Variabel Independen : X1 : <i>Synergy Of Sharia Bank</i> X2 : <i>Financial Technology</i>	<i>Synergy Of Sharia Bank</i> berpengaruh positif terhadap SMEs <i>Financial Technology</i> berpengaruh positif terhadap SMEs
9	<i>Mobile Apps For SME Business Sustainability During Covid-19 and Onwards</i> (Rakshit, 2021)	Variabel Dependen : Y : <i>Mobile Apps</i> Variabel Independen : X1 : <i>Business Sustainability</i>	<i>Business Sustainability</i> berpengaruh positif terhadap <i>Mobile Apps</i>

10	<p>Leo Paul Dana, Aidin Salamzadeh, Morteza Hadizadeh, Ghazaleh Heydari, Soroush Shamsoddin / <i>Urban Entrepreneurship and Sustainable Businesses in Smart Cities : Exploring The Role Of Digital Technologies</i></p> <p>(Dana, 2022)</p>	<p>Variabel Dependen : Y : <i>Business Sustainability</i></p> <p>Variabel Independen : X1 : <i>Urban Entrepreneurship</i> X2 : <i>Digital Technologies</i></p>	<p><i>Urban Entrepreneurship</i> berpengaruh positif terhadap <i>Business Sustainability</i></p> <p><i>Digital Technologies</i> berpengaruh positif terhadap <i>Business Sustainability</i></p>
11	<p><i>Technological Trust From The Perspective Of Digital Payment</i></p> <p>(Szumski, 2020)</p>	<p>Variabel Dependen : Y : <i>Payment Services</i></p> <p>Variabel Independen : X1 : <i>Technological Trust</i></p>	<p><i>Technological Trust</i> berpengaruh terhadap <i>Payment Services</i></p>
12	<p><i>Assesment Of The Readiness Of Micro Small and Medium Enterprises in Using E-Money Using The Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT) Method</i></p> <p>(Gunawan., et al, 2019)</p>	<p>Variabel Dependen : Y : <i>Behavioral Intention (BI)</i></p> <p>Variabel Independen : X1 : <i>Performance Expectancy</i> X2 : <i>Effort Expectancy</i> X3 : <i>Sosial Influence</i> X4 : <i>Facilitating Conditions</i> X5 : <i>Anxiety</i></p>	<p><i>Performances Expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p> <p><i>Effort Expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p> <p><i>Sosial Influence</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p> <p><i>Facilitating Conditions</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p> <p><i>Anxiety</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p>

13	<p><i>Integration Of UTAUT Model In Internet Banking Adoption Context The Mediating Role Of Performance Expectancy and Effort Expectancy</i></p> <p>(Rahi, 2019)</p>	<p>Variabel Dependen : Y : <i>Behavioral Intention (BI)</i></p> <p>Variabel Independen : X1 : <i>Performance Expectancy</i> X2 : <i>Effort Expectancy</i> X3 : <i>Sosial Influence</i> X4 : <i>Facilitating Conditions</i> X5 : <i>Anxiety</i> X6 : <i>Website Design</i> X7 : <i>Customer Services</i> X8 : <i>Assurance</i> X9 : <i>Reability</i></p>	<p><i>Performances Expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p> <p><i>Effort Expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p> <p><i>Sosial Influence</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p> <p><i>Facilitating Conditions</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p> <p><i>Anxiety</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p> <p><i>Website Design</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p> <p><i>Customer Services</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p> <p><i>Assurance</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p> <p><i>Reability</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i></p>

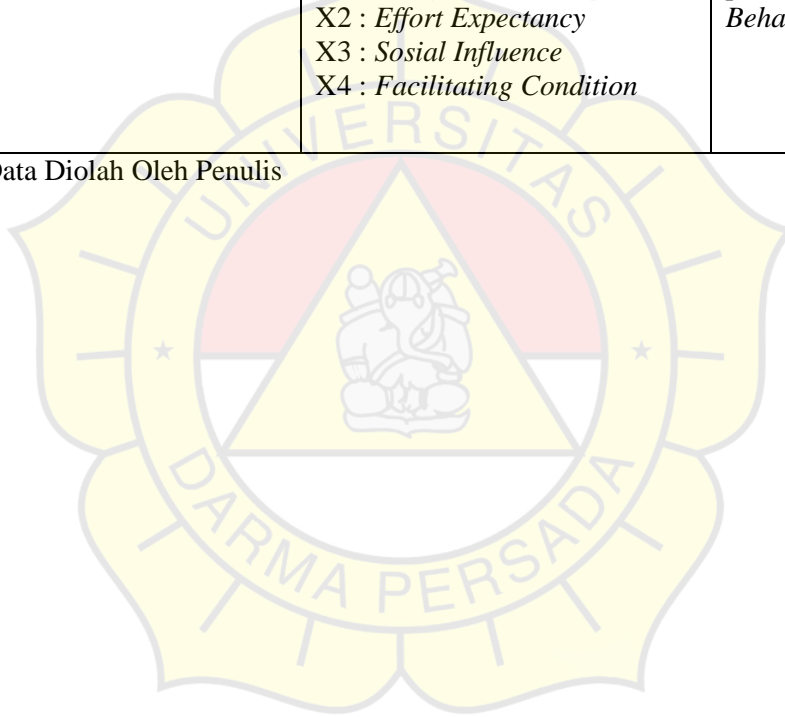
14	<p><i>Factors Affecting The Acceptance Of Financial Technology Among Asnaf For The Distribution Of Zakat In Selangor - A Study Using UTAUT</i></p> <p>(Yahaya, 2019)</p>	<p>Variabel Dependen : Y : Behavioral Intention,</p> <p>Variabel Independen : X1 : Performance Expectancy X2 : Effort Expectancy X3 : Social Influence</p>	<p>Performance Expectancy berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention</p> <p>Effort Expectancy berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention</p> <p>Sosial Influence berpengaruh positif terhadap Behavioral Expectancy</p>
15	<p>Mark Anthony Camilleri / <i>Exploring The Behavioral Intention To Use E-Government Services : Validating The Unified Theory Of Acceptance And Use Of technology</i></p> <p>(Camilleri, 2019)</p>	<p>Variabel Dependen : Y : Behavioral Intention,</p> <p>Variabel Independen : X1 : Performance Expectancy X2 : Effort Expectancy X3 : Social Influence X4 : Facilitating Conditions</p>	<p>Performance Expectancy berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention</p> <p>Effort Expectancy berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention</p> <p>Sosial Influence berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention</p> <p>Facilitating Conditions berpengaruh positif terhadap Behavioral Intention</p>
16	<p><i>Acceptance Of Mobile Banking In Islamic Banks : Evidence From Modified UTAUT Model</i></p> <p>(Raza, 2018)</p>	<p>Variabel Dependen : Y : Individual Intention</p> <p>Variabel Independen : X1 : Performance Expectancy X2 : Effort Expectancy X3 : Sosial Influence X4 : Facilitating Conditions X5 : Hedonic X6 : Motivation Perceived</p>	<p>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Sosial Influence, Facilitating Conditions, Hedonic, Motivation Perceived Value dan Habit berpengaruh positif terhadap Individual Intention</p>

		<i>Value</i> <i>X7 : Habit</i>	
17	<i>Financial Technology Application Succes In The 4.0 Era</i> (Suardhika, 2020)	Variabel Dependen : <i>Y : User Satisfaction Fintech</i> Variabel Independen : <i>X1 : System Quality</i> <i>X2 : Information Quality</i> <i>X3 : Services Quality</i>	<i>System Quality, Information Quality dan Services Quality</i> berpengaruh positif terhadap <i>User Satisfaction Fintech</i>
18	<i>Critical Factor Of Mobile Payment Acceptance In Millenial Generation</i> (Rosnidah, 2019)	Variabel Dependen : <i>Y : Behavioral Intention</i> Variabel Independen : <i>X1 : Performance Expectancy</i> <i>X2 : Effort Expectancy</i> <i>X3 : Social Influence</i> <i>X4 : Facilitating Condition</i>	<i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence dan Facilitating Condition</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i>
19	<i>The Impact Of Fintech Towards Financial Inclusion Development In UMKM In East Java</i> (Dewi, 2020)	Variabel Dependen : <i>Y : Financial Inclusion</i> Variabel Independen : <i>X1 : Fintech (risk and investment management and market provisioning)</i> <i>X2 : Fintech (cashless soecity)</i>	<i>Fintech (Risk and Investment Management and Market Provisioning)</i> tidak berpengaruh terhadap <i>Financial Inclusion</i> <i>Fintech (Cashless Soecity)</i> berpengaruh positif terhadap <i>Financial Inclusion</i>
20	Pengaruh Penggunaan <i>E-Commerce, Financial Technology</i> dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai	Variabel Dependen : <i>Y : Peningkatan Pendapatan UMKM</i> Variabel Independen : <i>X1 : E-Commerce</i> <i>X2 : Financial Technology</i>	<i>E-Commerce</i> dan <i>Financial Technology</i> tidak berpengaruh terhadap Peningkatan

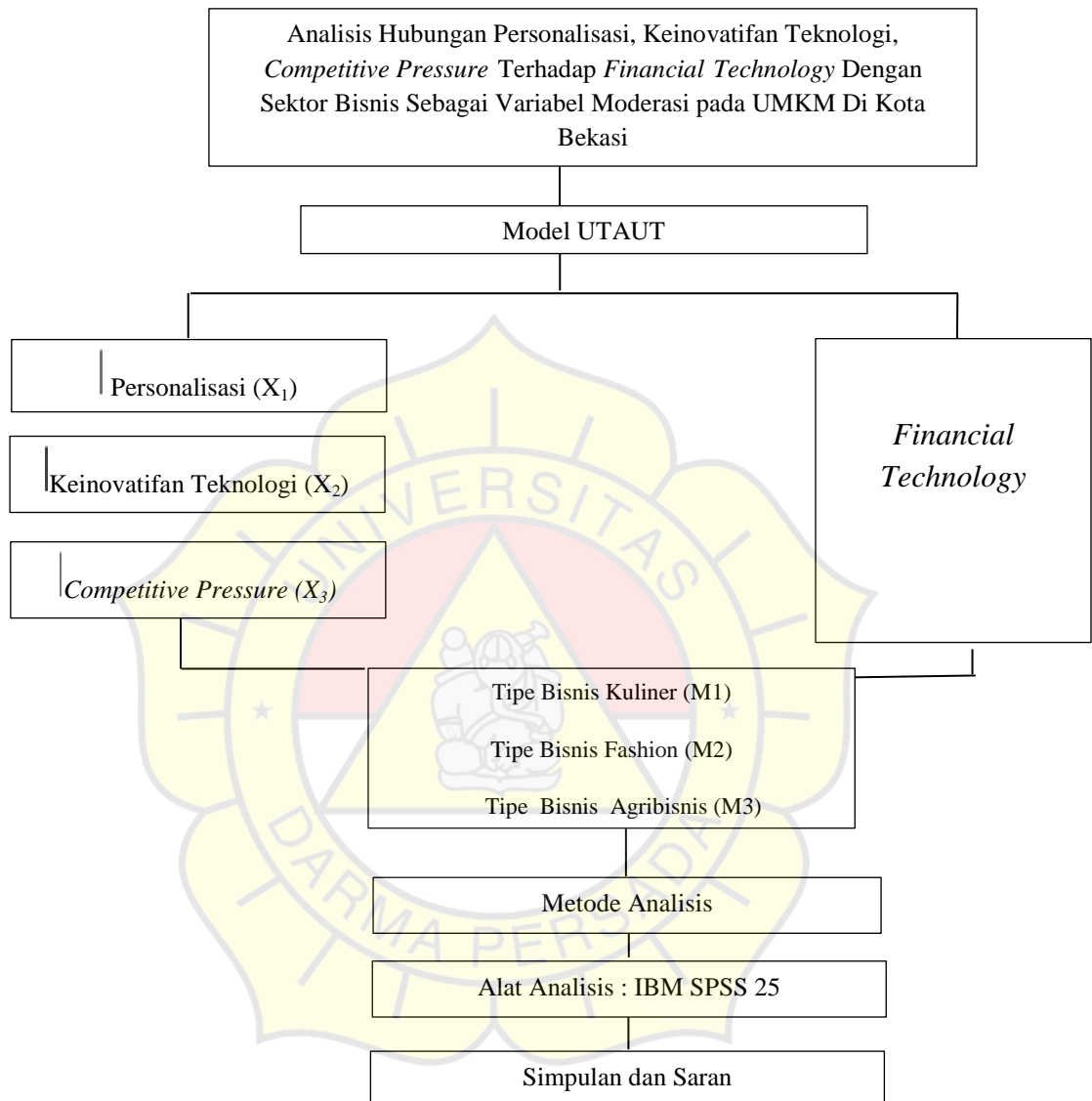
	(Agnesia, 2022)	X3 : Media Sosial	Pendapatan UMKM Media Sosial berpengaruh positif terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM
21	Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Financial Technology</i> , dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja Keuangan Pengusaha Muda (Putri, 2022)	Variabel Dependen : Y : Kinerja Keuangan. Variabel Independen : X1 : Literasi Keuangan X2 : <i>Financial Technology</i> X3 : Inklusi Keuangan	Literasi Keuangan, <i>Financial Technology</i> dan Inklusi Keuangan berpengaruh positif terhadap Kinerja Keuangan
22	<i>The Impact Of Personalization And Compability With Past Experience On E-Banking Usage</i> (Wang, 2018)	Variabel Dependen : Y : <i>E-Banking Services Users</i> Variabel Independen : X1 : <i>Personalization</i> X2 : <i>Effort Expectancy</i>	<i>Personalization</i> dan <i>Effort Expectancy</i> berpengaruh positif terhadap <i>E-Banking Services Users</i>
23	<i>Factor Affecting Palestinian Customers Use Of Online Banking Services</i> / Mohammed Z Saleem, Samir Baidoun, Grace Walsh	Variabel Dependen : <i>Online Banking Services</i> Variabel Independen : X1: <i>Technology Adoption Propensity</i> X2 : <i>Customers Value For Online Personalization</i> X3 : <i>Customers Privacy Concern</i>	<i>Technology Adoption Propensity</i> , <i>Customers Value For Online Personalization</i> , <i>Customers Privacy Concern</i> berpengaruh positif terhadap <i>Online Banking</i>
24	<i>Impact Of Demonetization On Diffusion Of Mobile Payment Services In India : Antecedents Of Behavioral Intention And Adoption Using Extended UTAUT Model</i>	Variabel Dependen : <i>Behavioral Intention</i> Variabel Independen : X1 : <i>Relationship Between Performance Expectation</i> X2 : <i>Relationship Between Effort Expectation</i>	<i>Relationship Between Performance Expectation</i> , <i>Relationship Between Effort Expectancy</i> , <i>Relationship Between Sosicial Influence</i> , <i>Relationship Between Perceived Risk</i> ,

	(Sobti, 2019)	X3 : <i>Relationship Between Social Influence</i> X4 : <i>Relationship Between Perceived Risk</i> X5 : <i>Relationship Between Perceived Cost</i>	<i>Relationship Between Perceived Cost</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i>
25	<i>Critical Factor Of Mobile Payment Acceptance In Milenial Generation</i> (Rosnidah, 2019)	Variabel Dependen : Behavioral Intention Variabel Independen : X1 : <i>Performance Expectancy</i> X2 : <i>Effort Expectancy</i> X3 : <i>Sosial Influence</i> X4 : <i>Facilitating Condition</i>	<i>Performance Expectancy, Effort Expectancy, Sosial Influence, Facilitating Condition</i> berpengaruh positif terhadap <i>Behavioral Intention</i>

Sumber : Data Diolah Oleh Penulis



2.3 Kerangka Pemikiran



Sumber : Diolah oleh penulis

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Personalisasi terhadap *Financial Technology*

Personalisasi merupakan suatu tingkatan di mana para pelanggan mengoperasikan internet sesuai dengan keinginan sesuai dengan memilih informasi dan isi informasi yang disajikan. Menggunakan model *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology* (UTAUT) yaitu model yang di dalamnya terdapat faktor yang dapat mempengaruhi kesiapan suatu organisasi dalam penerimaan dan penggunaan teknologi. Personalisasi dalam *performance expectancy* memberikan suatu hubungan antara pelanggan dengan penyelenggara *fintech*. Hal tersebut karena penyelenggara memberikan kemudahan dalam penggunaan aplikasi yang memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Wang., *et al* 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Sobti, Camilleri (2019) membuktikan bahwa personalisasi dalam *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile payment*, dengan ini maka personalisasi memberikan kemudahan dalam menggunakan teknologi sesuai dengan kebutuhannya, maka penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Personalisasi berpengaruh positif terhadap *Financial Technology*

2.4.2 Pengaruh Keinovatifan Teknologi terhadap *Financial Technology*

Keinovatifan Teknologi adalah kecenderungan seseorang untuk menghargai teknologi baru yang sedang berjalan (Hatta, 2011). Keinovatifan Teknologi merupakan bagian dari *facilitating conditions* yang merupakan salah satu faktor dari model UTAUT karena dengan adanya keinovatifan teknologi dapat mendukung teknologi yang sedang berjalan salah satunya dalam penggunaan aplikasi *fintech* dimana terdapat di dalam *mobile phone* pengguna (Raza., *et al* 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Rahi., *et al* (2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif *facilitating conditions* terhadap penggunaan layanan *e-banking*, maka keinovatifan teknologi memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi. Maka penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Keinovatifan Teknologi berpengaruh positif terhadap *Financial Technology*

2.4.3 *Competitive Pressure terhadap Financial Technology*

Sosial Influence merupakan suatu tekanan yang di rasakan oleh perusahaan dari para pesaing usaha sehingga dapat memaksa perusahaan untuk mengadopsi teknologi (Lin, 2014). *Competitive Pressure* dan *social influence* yang merupakan salah satu faktor dari model UTAUT yang mempengaruhi suatu perusahaan dari perusahaan lain untuk menggunakan teknologi.

Pada penelitian Oktalasa, (2019) membuktikan terdapat pengaruh positif *competitive pressure* terhadap penggunaan *mobile payment* bagi UKM. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rezkyana, (2020) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif *competitive pressure* terhadap pengadopsian *financial technology*, maka penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : *Competitive Pressure* berpengaruh positif terhadap *Financial Technology*.

2.4.4 **Apakah Tipe Bisnis Memperkuat Hubungan Personalisasi Terhadap Fintech**

UMKM yang sedang berkembang di kota-kota besar yaitu adalah UMKM Jenis Kuliner salah satunya adalah di kota Bekasi. Saat ini sudah banyak UMKM Kuliner yang menggunakan pembayaran *cashless* dan memilih

fintech sebagai sistem pembayaran. UMKM Jenis Kuliner sangat sesuai untuk menerapkan *fintech* sebagai sistem pembayaran karena nominal transaksi yang relatif sedikit membuat pelaku UMKM lebih efisien dalam melakukan transaksi pembayaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurina Saffnah., *et al* (2022) membuktikan bahwa 52,7% UMKM Jenis Kuliner menggunakan *fintech* sebagai sistem pembayaran. Sebagian besar UMKM menggunakan Shopeepay dan QRIS sebagai sistem pembayaran digital. Pada penelitian Indriyarti Eko Retno., *et al* (2022) sudah 70% pelaku usaha menggunakan *platform fintech* untuk mendukung usaha.

H₄ : Tipe Bisnis memperkuat hubungan personalisasi terhadap *financial technology*

2.4.5 Apakah Tipe Bisnis Memperkuat Hubungan Keinovatifan Teknologi Terhadap *Fintech*

UMKM Jenis Fashion saat ini juga sudah banyak yang menggunakan *fintech* sebagai sistem pembayaran. Pada penelitian Hassan Ali Nurriah (2020) sebanyak 38% UMKM Jenis Fashion sudah menggunakan *fintech* sebagai sistem pembayaran dan penelitian Romadhon Fitri., *et al* (2020) menunjukkan bahwa pelaku UMKM khususnya Jenis Fashion menganggap bahwa *fintech*

khususnya untuk pembayaran digital merupakan suatu teknologi yang bermanfaat bagi pengembangan bisnis.

H₅ : Tipe Bisnis memperkuat hubungan keinovatifan teknologi terhadap *financial technology*

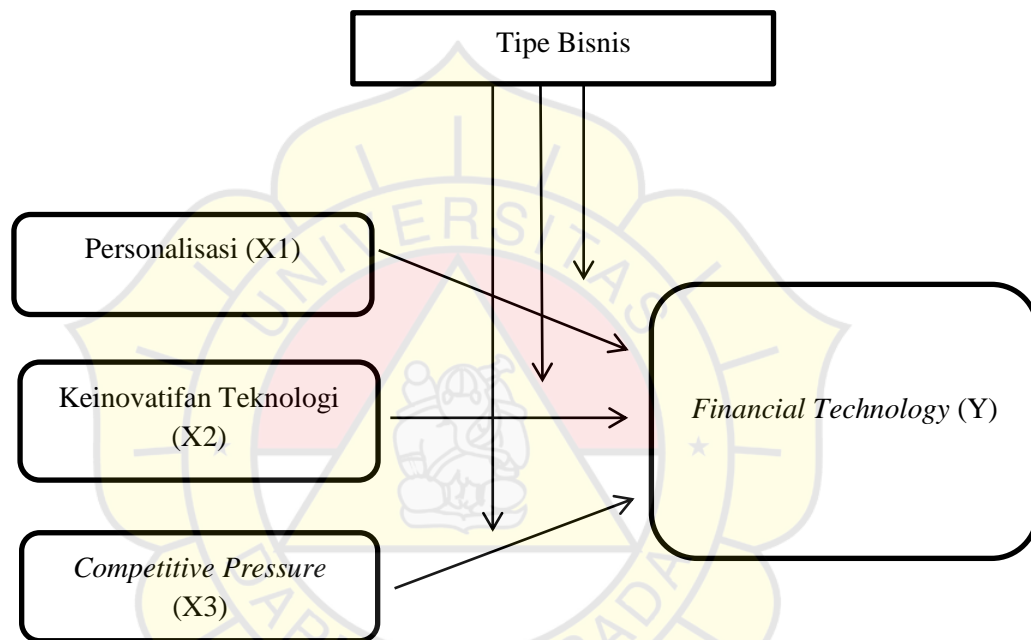
2.4.6 Apakah Tipe Bisnis Memperkuat Hubungan Competitive Pressure Terhadap Fintech

Jenis Bisnis Agribisnis merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan dan sumber daya alam secara umum. Untuk Jenis Bisnis Agribisnis masih jarang yang menggunakan *fintech* sebagai sistem pembayaran, biasanya Jenis Bisnis Agribisnis ini menggunakan *fintech lending* untuk meminjam modal usaha seperti penelitian yang dilakukan oleh Rachim A Hadiyanto., *et al* (2020) menunjukkan bahwa terdapat kendala penggunaan *fintech* di dalam pengembangan UMKM Jenis Agribisnis.

H₆ : Tipe Bisnis memperlemah hubungan *competitive pressure* terhadap *financial technology*

2.4.7 Gambar Paradigma Penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas, maka variabel dalam penelitian ini adalah :



Sumber : Penulis, 2022

Gambar 2.3
Paradigma Variabel