

Determinan Faktor Keinginan UMKM Untuk Menggunakan Layanan Fintech Syariah; Studi Kasus UMKM Pontianak, Kalimantan Barat

Dedy Susanto^{1*)}, M. Khairul Anwari²⁾, Fenni Supriadi³⁾, Sucipto⁴⁾

^{1,2} Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Pontianak

³ Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Pontianak

⁴ Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Muhammadiyah Pontianak

*Email korespondensi: dedy.bjs@unmuhpnk.ac.id

Abstract

Penetrasi pesat dari perkembangan teknologi telah merubah landscape wajah perekonomian Indonesia menuju digital ekonomi dan teknologi keuangan (fintech), termasuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terus menghadapi masalah klasik seperti pendanaan, marketing digital, bahkan sampai manajemen keuangan yang menghambat pertumbuhan usaha. Studi ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor intensi UMKM dalam mengadopsi layanan fintech syariah di Pontianak, Kalimantan Barat. Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana data didistribusikan melalui kuesioner kepada 98 pedagang UMKM dan dianalisa dengan model Smart PLS-SEM (Partial Least Square- Structural Equation Modeling) dengan meleburkan dua teori terkenal dalam memprediksi perilaku individu dan penerimaan teknologi, Model Penerimaan Teknologi (Technology of Acceptance Model TAM) dan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior/TPB). Hasilnya Persepsi Kegunaan (PU), Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) berpengaruh signifikan pada Sikap Terhadap Perilaku (ATB). Hal sama Sikap Terhadap Perilaku (ATB), Persepsi Kontrol Perilaku (PBC) mempengaruhi Intensi Berprilaku (BI). Sebaliknya, Persepsi Kegunaan (PU), Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU), Norma Subjektif (SN) tidak berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berprilaku (BI). Penelitian ini berimplikasi pada kebutuhan kolaborasi antara regulator (OJK) dan seluruh stakeholder termasuk UMKM untuk meningkatkan literasi keuangan dengan terus melakukan edukasi produk dan layanan fintech syariah dengan harapan UMKM bisa berintegrasi dengan fintech syariah tidak hanya dalam pembiayaan, tetapi juga pada peningkatan skala usaha, keuangan, sumber daya manusia dan lainnya.

Keywords : UMKM, Fintech Syariah, SEM- PLS

Saran sitasi: Susanto, D., Anwari, M. K., Supriadi, F., & Sucipto. (2023). Determinan Faktor Keinginan Umkm Untuk Menggunakan Layanan Fintech Syariah; Studi Kasus Umkm Pontianak, Kalimantan Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1509-1516. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7819>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7819>

1. PENDAHULUAN

Pandemi global covid-19 mendorong kemajuan teknologi keuangan (Fintech) yang menjadi salah satu cara alternatif untuk memajukan suatu industri termasuk bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjadi penggerak perekonomian nasional Indonesia. Fintech telah membawa perubahan yang signifikan di berbagai sektor industri keuangan. Jika perbankan tidak mampu mendistribusikan pembiayaan modal kerja bagi UMKM, salah satu jalan ke depannya adalah di fintech (I. Lee dan Y.J. Shin, 2018). Penggunaan teknologi ini memberikan banyak kemudahan dan

fasilitas efisiensi dalam hal pengelolaan keuangan berbasis teknologi seperti pembayaran, pinjaman berbasis online/P2P lending (Goldstein, Jiang dan Karolyi, 2019).

Sebagai salah satu negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia dengan 236,53 juta jiwa atau 86,88 persen di antaranya beragama Islam dari 272,23 juta pada tahun 2021, prospek fintech syariah di Indonesia terlihat sangat cerah. Meski tergolong baru di Indonesia, perkembangan fintech syariah telah berkembang pesat. Data menunjukkan bahwa Indonesia merupakan pangsa pasar fintech syariah terbesar keempat di dunia berdasarkan pertumbuhan

indeks yang dicapai. Indonesia tercatat memiliki skor 66 poin di atas negara Non-OKI terkait I-Fintech, hanya di bawah Malaysia dan UEA yang menjadi pemimpin pasar (Global Islamic Fintech Report, 2021). Namun, Indonesia memiliki potensi untuk menjadi penghubung (hub) fintech syariah di seluruh dunia. Apalagi salah satu masterplan ekonomi syariah Indonesia tahun 2019-2024 yaitu penguatan UMKM dan ekonomi digital, dan Kementerian Koperasi dan UMKM secara khusus memberikan dukungan terhadap ekonomi digital dengan program UMKM Go Digital (Komite Nasional Keuangan Syariah, “Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2020”. 2024,” 2018).

Pesatnya perkembangan fintech syariah di Indonesia juga tidak lepas dari minat masyarakat yang ingin bertransaksi sesuai syariah, termasuk UMKM. Selain ada dorongan regulasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No.77/POJK.01/2016, fintech syariah juga memiliki payung hukum fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). No.117/DSN-MUI/II/2018 tentang layanan pembiayaan berbasis teknologi berdasarkan prinsip syariah yang diartikan sebagai penyelenggaraan jasa keuangan sesuai dengan prinsip syariah yang mempertemukan atau menghubungkan penyedia pembiayaan dengan pembiayaan yang tujuannya untuk melakukan transaksi pembiayaan melalui sistem elektronik (DSN-MUI, 2018).

Fintech telah memberikan peluang baru untuk meningkatkan kegiatan ekonomi secara lebih efisien dan efektif. Hal ini mendorong UMKM untuk mengembangkan usahanya dengan menyederhanakan transaksi, mampu membiayai secara online seperti peer to peer lending, pembayaran, transfer, kliring, dan lainnya yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kegiatan dan pengembangan UMKM. Studi Suryanto dkk (2020) menemukan bahwa perusahaan fintech bisa membantu UMKM dalam mengakses sumber pembiayaan, pembayaran digital, memperluas pangsa pasar dan skala bisnis serta mengatasi masalah laporan keuangan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui pengisian kuisioner oleh pelaku UMKM sebagai alat untuk mengetahui persepsi responden (UMKM) terhadap keinginan menggunakan Fintech syariah (98 responden) dengan kuesioner yang didistribusikan melalui google form

dengan 5 skala likert dari sangat tidak setuju (skala 1) sampai pada sangat setuju (skala 5). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

PLS-SEM adalah jenis metode persamaan struktural berdasarkan varians, yang sesuai untuk penelitian eksplanatory dan prediktif (Hair et al., 2012). PLS-SEM dapat menampung jumlah sampel/responden yang sedikit, data yang tidak normal serta jenis konstruksi yang digunakan adalah formatif. (Hair et.al, 2014). Dalam penelitian ini model penelitian diuji menggunakan software Smart PLS 3.0. PLS-SEM dapat bekerja secara efektif pada penggunaan sampel dengan nilai kecil bahkan untuk model yang kompleks.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Hasil penelitian ini menemukan bahwa Subjective Norms (SN) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention (BI). Hal ini mengindikasikan bahwa rendahnya lingkungan yang mendorong seseorang untuk berintensitas terhadap layanan fintech. Studi ini sama dengan penelitian sebelumnya, Sagir dkk (2021) dimana SN memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap intensitas crowdfunding syariah pada UMKM di Borno State Nigeria, oleh karena itu diperlukan pemimpin agama untuk mengedukasi program-program tentang pentingnya crowdfunding syariah pada UMKM. Selain itu, berdasarkan studi Leon (2019) dimana hanya ada 7 kota di Indonesia yang memiliki kantor fintech dimana Jakarta (110 Kantor/86.61%), Tangerang (10/7.87%), Surabaya dan Bekasi (masing-masing 2 kantor/1.57%), Bandar Lampung, Bandung, Depok (masing-masing 1 Kantor/0.79%). Sementara area kota di Kalimantan Barat belum memiliki kantor fintech, hal ini tentu berpengaruh pada lingkungan yang mendukung UMKM untuk berintensitas mengadopsi layanan fintech. Studi lain yang konsisten dengan penelitian ini (SN-BI) ialah Daniel (2021) dimana pihak-pihak yang berpengaruh terhadap pengguna fintech tidak memiliki kontribusi pada intensitas pengguna fintech untuk mengikuti Regulatory Sandbox (masa uji coba perusahaan fintech dalam waktu 6 sampai 12 bulan, selama masa ini pemerintah mendampingi administrasi, aturan hukum perusahaan baru fintech). Juga studi Annisa (2020) dimana norma

subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap keinginan mengadopsi cryptocurrency.

3.2. Pembahasan

Table 1 menunjukkan bahwa responden didominasi oleh wanita sebesar 67,34%, dengan umur bervariasi namun yang paling banyak ialah pada umur 20-30 tahun sebesar 41.81%. Berkaitan skala bisnis, kebanyakan skala bisnis responden pada jenis mikro (62.24%), diikuti usaha kecil (33,67%) dan menengah hanya (4.08%). Setengah dari seluruh responden memiliki jenis usaha kuliner dengan waktu usaha ada yang kurang dari setahun (40,81%) dan sisanya usaha sudah berjalan diatas 1 tahun yang tersebar di beberapa kawasan Pontianak, Kalimantan Barat.

Tabel 1. Responden Demographic

Demography	Frequency	Percentage %
Gender		
Male	32	32,65%
Female	66	67,34%
Age		
< 20 tahun	22	22.44%
20 - 30	40	40,81%
31 - 40	18	18.36%
41 – 50	10	10,20%
>51 tahun	8	8,16%
Formal Education		
Elementary	0	0 %
Junior High	3	3,06%
Senior High	45	45,91%
Diploma	6	6,12%
Bachelor	40	40,81%
Master	4	4,08%
Phd	0	0 %
Business Size		
Micro	61	62,24%
Small	33	33,67%
Medium	4	4,08%
Business Kind		
Food and Beverages	49	50,00%
Farming, Forestry, Fishery	1	1,02%
Mining	0	0 %
Processing Industry	2	2,04%
Electric, Gas, Water	1	1,02%
Construction	3	3,06%
Trade, Hotel, Restaurant	6	6,12%
Transportation,		
Communication	1	1,02%
Finance, Rent	1	1,02%

Demography	Frequency	Percentage %
Services	14	14,28%
Others	20	20,40%
Business Length		
<1 year	40	40,81%
1 – 5 Tahun	35	35,71%
5 – 10 Tahun	11	11,22%
10 – 20 Tahun	8	8,16%
>20 Tahun	4	4,08%
Business Location		
Pontianak Kota	45	45,91%
Pontianak Barat	21	21,42%
Pontianak Timur	10	10,20%
Pontianak Utara	4	4,08%
Pontianak Selatan	9	9,18%
Pontianak Tenggara	9	9,18%

Tes Pengukuran Model (Measurement Model Test)

PLS-SEM dilakukan dalam dua tahap yaitu pengujian model pengukuran (outer model) dan penilaian model struktural (inner model). Model pengukuran digunakan untuk mengevaluasi dan menilai hubungan antara indikator dari setiap variabel yang digunakan dan konstruk yang sesuai (Hair et al., 2014, 2012). Uji ini terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas itu sendiri terdiri dari validitas konvergen dan diskriminan. Penelitian ini menggunakan factor loading (FL), Average Variance Extracted (AVE), nilai Cronbach's alpha dan Composite Reliability (CR) untuk menilai validitas konvergen. Nilai FLs dan AVE lebih besar atau sama dengan 0,5, sedangkan nilai CR dan Cronbach's Alpha yang direkomendasikan lebih besar atau sama dengan 0,7 (Hair et al., 2014).

Table 2. Analysis of Factor on All Measurement Items Construct

Construct	Code	Indicators	Factor Loading	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Perceived Usefulness	PU1	Helpfull/Accelerates the work	0.907	0.926	0.948	0.819
	PU2	Work more effective	0.927			
	PU3	Easier/safe time	0.886			
	PU4	useful	0.900			
Perceived Ease Of Use	PEOU1	Easy to understand	0.930	0.941	0.958	0.851
	PEOU2	Easy to learn	0.933			
	PEOU3	Flexibility to use	0.872			
	PEOU4	Easy to use	0.954			
Attitude Toward Behavior Subjective Norms	ATB1	Convenient	0.902	0.710	0.873	0.774
	ATB2	Good Idea	0.857			
	SN1	Encourage interest the society to use	0.819	0.832	0.900	0.750
	SN2	Influencer can influence someone to use	0.930			
	SN3	People around influence someone's behavior	0.845			
Perceived Behavioral Control	PBC1	No prohibition from religious leader	0.839	0.871	0.912	0.721
	PBC2	Complete awareness and control	0.886			
	PBC3	Decision is depending on someone to use	0.838			
	PBC4	Having ability, sources and knowledge to use	0.834			
Behavioral Intention	BI1	Will use in the near time	0.916	0.931	0.951	0.829
	BI2	Will use in the next time	0.903			
	BI3	Will often to use	0.932			
	BI4	Will recommend to others	0.890			

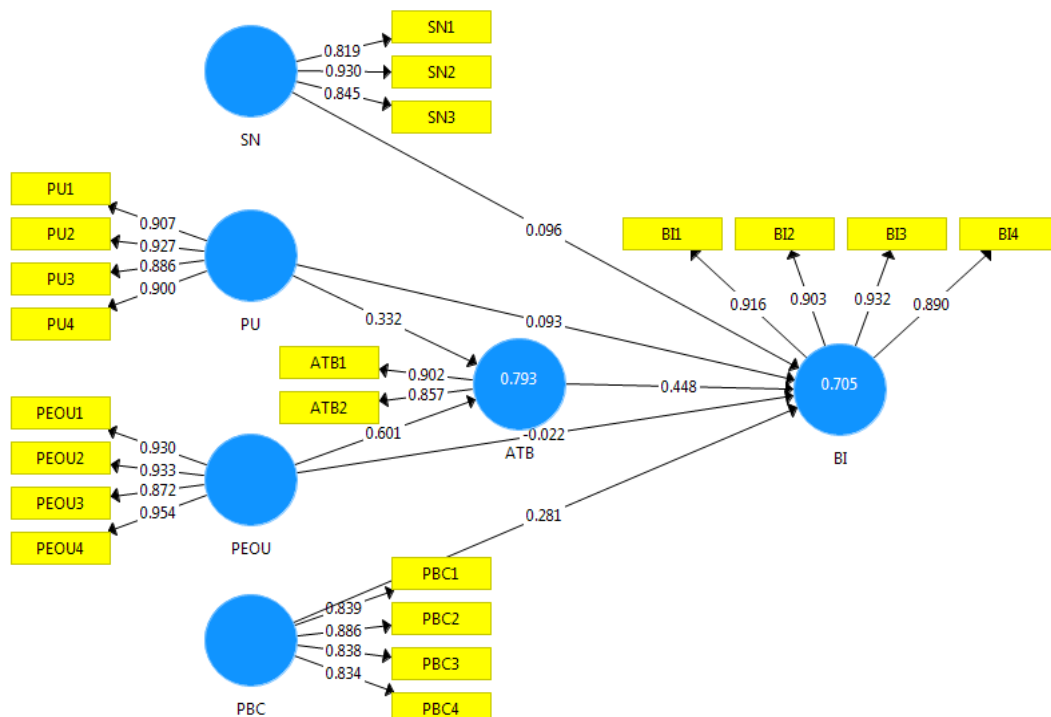


Figure 1: Path Diagram t-Value

Tes Model Struktural (Structural Model Test)

Pengujian pada model struktural dinilai berdasarkan nilai R-Square (R²) yang menunjukkan model uji goodness-fit. Nilai R² menjelaskan berapa banyak variabel eksogen dalam model yang memungkinkan untuk menjelaskan variabel endogen. Semakin tinggi nilai R² menunjukkan semakin baik model dalam penelitian.

Table 3. R-Square (R²) Test Results

	R- Square	R-Square Adjusted
ATB	0.793	0.789
BI	0.705	0.689

Berdasarkan tabel diatas, Attitude Toward Behavior (ATB) memiliki R² sebesar 0.793 yang berarti ATB adalah variabel endogenous yang dipengaruhi oleh variabel exogenous yaitu PU dan PEOU sebesar 79.3% dan sisanya yaitu 20.7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model ini. Selain itu, Behavioral Intention (BI) menunjukkan nilai R² sebesar 0.705 yang berarti BI sebagai variabel endogenous dijelaskan oleh SN, ATB, PU, PEOU, dan PBC sebagai variabel exogenous sebesar 70.5% dan sisanya 29.5% di jelaskan oleh variabel lain diluar model. Kesimpulan nya , model penelitian ini dinilai dengan baik.

Selanjutnya, dilakukan tes analisis bootstrapping, dimana hasilnya 4 dari 7 memiliki pengaruh signifikan (H1, H3, H5 dan H7) dimana T-statistic masing-masing hipotesis tersebut memiliki nilai diatas 1.96 dan P-Value dibawah 0.05. lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.

Table 4. Summary of Hypotheses Test

Hipotesis	Path	Original Sampel (O)	T Statistic	P Value	Result
H1	PU→ATB	0.332	3.143	0.002	Supported
H2	PU→BI	0.093	0.683	0.495	Not Supported
H3	PEOU→ATB	0.601	5.948	0.000	Supported
H4	PEOU→BI	-0.022	0.136	0.892	Not Supported
H5	ATB→BI	0.448	2.638	0.009	Supported
H6	SN→BI	0.096	0.683	0.495	Not Supported
H7	PBC→BI	0.281	2.198	0.028	Supported

Pembahasan

PU-ATB

PU berpengaruh terhadap ATB, maksudnya ialah kegunaan fintech syariah dalam membantu pekerjaan dirasakan sangat nyaman digunakan bagi UMKM, ditambah dengan kemudahan fitur-fitur, layanan dan akses dalam meningkatkan value bagi UMKM dalam menggunakan layanan fintech syariah yang disediakan seperti layanan pembiayaan Securities Crowdfunding Fund (SCF) yang mengakomodir kebutuhan UMKM dalam meningkatkan produktivitas kerjanya melalui pendanaan. Pengaruh ini secara empirik sama dengan penelitian sebelumnya (Majid dan Herti, 2022; Darmansyah dkk, 2020).

PU- BI

Hasil uji menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan antara PU terhadap intensi UMKM untuk mengadopsi fintech syariah. salah satu jenis fintech yaitu pembayaran (payment). Pada dasarnya fintech payment membantu transaksi UMKM, tapi prakteknya sering mengalami masalah seperti debit card (sistem bermasalah), yang lain seperti uang elektronik (OVO, Go pay, Shopee pay) yang sering mengalami masalah gangguan sinyal. Ini menyebabkan sebagian UMKM menahan diri untuk menggunakan teknologi fintech. Oleh karena itu, kesiapan infrastruktur fintech menjadi bagian pertimbangan intensi UMKM mengadopsi fintech (Micret Agustina, 2022). Hasil ini tidak konsisten dengan penelitian sebagian besar menemukan pengaruh signifikan antara PU dan BI (Sulaeman, 2021; Majid, 2021; Darmansyah dkk, 2020; Jerena & Sharma, 2020.)

PEOU-ATB

Perceived Ease of Use (PEOU) atau Persepsi Kemudahan Penggunaan juga berpengaruh signifikan terhadap Attitude Toward Behavior (ATB) / Sikap Terhadap Perilaku yang berarti kemudahan transaksi pembayaran , kemudahan penyelesaian transaksi UMKM dengan pihak lain atau persepsi seseorang yang menganggap bahwa teknologi digunakan mudah dipahami Davis (1989), Jiwasiddi et Al. (2019) yang menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi signifikan terhadap sikap menggunakan (ATB). Oleh karena itu, fintech dianggap mudah digunakan dan menjadi solusi terhadap efektivitas waktu dan energi. Semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan teknologi terpuaskan, semakin besar kemungkinan individu

tersebut akan memiliki sikap positif terhadap penggunaannya (Jamaliah et al., 2016). Penemuan ini senada dengan penelitian Maggie & Christina (2020), Indry dan Meisy (2021).

PEOU-BI

Selanjutnya, Perceived Ease of Use (PEOU)/ Persepsi Kemudahan Penggunaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention/ niat perilaku. Ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh fintech syariah untuk mempercepat pertumbuhan usaha UMKM atau alternatif pendanaan masih terbatas hanya kemauan dan belum di lanjutkan pada intensi untuk menggunakannya. Hal ini sejalan dengan tingginya literasi namun tidak diimbangi dengan inklusi keuangan syariah. belum lagi masalah penipuan online (pinjol), cyber crime, pencurian identitas seakan-akan menurunkan kepercayaan UMKM untuk menggunakan layanan fintech (Niswah et al., 2019). Hasil studi ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aziza (2019) dan Sulaeman (2021).

ATB-BI

Attitude Toward Behavior (ATB)/ Sikap terhadap Perilaku berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention (BI). Hasil ini menandakan bahwa ketika orang memiliki sikap yang nyaman untuk menggunakan teknologi, maka semakin tinggi intensi untuk menggunakannya. Hasil ini sama dengan penelitian sebelumnya pada Rifaldi, M dan Herti (2022).

SN-BI

Hasil penelitian ini menemukan bahwa Subjective Norms (SN) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention (BI). Hal ini mengindikasikan bahwa rendahnya lingkungan yang mendorong seseorang untuk berintensitas terhadap layanan fintech. Studi ini sama dengan penelitian sebelumnya, Sagir dkk (2021) dimana SN memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap intensitas crowdfunding syariah pada UMKM di Borno State Nigeria, oleh karena itu diperlukan pemimpin agama untuk mengedukasi program-program tentang pentingnya crowdfunding syariah pada UMKM. Selain itu, berdasarkan studi Leon (2019) dimana hanya ada 7 kota di Indonesia yang memiliki kantor fintech dimana Jakarta (110 Kantor/86.61%), Tangerang(10/7.87%), Surabaya dan Bekasi (masing-masing 2 kantor/1.57%), Bandar lampung, Bandung, Depok (masing-masing 1 Kantor/0.79%). Sementara

area kota di Kalimantan Barat belum memiliki kantor fintech, hal ini tentu berpengaruh pada lingkungan yang mendukung UMKM untuk berintensitas mengadopsi layanan fintech. Studi lain yang konsisten dengan penelitian ini (SN-BI) ialah Daniel (2021) dimana pihak-pihak yang berpengaruh terhadap pengguna fintech tidak memiliki kontribusi pada intensitas pengguna fintech untuk mengikuti Regulatory Sandbox (masa uji coba perusahaan fintech dalam waktu 6 sampai 12 bulan, selama masa ini pemerintah mendampingi administrasi, aturan hukum perusahaan baru fintech). Juga studi Annisa (2020) dimana norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap keinginan mengadopsi cryptocurrency.

PBC- BI

Perceived Behavioral Control (PBC) berpengaruh signifikan terhadap Behavioral Intention (BI). UMKM yang memiliki pengalaman pada fintech baik itu dalam pembayaran, pembiayaan, mobile wallet, sampai pada cryptocurrency tentu mereka memiliki kesadaran intensitas untuk menggunakan layanan fintech. Studi ini sesuai dengan Darmansyah dkk. (2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa PBC memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan Islamic FinTech di Indonesia.

4. KESIMPULAN

Studi ini mencari faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan UMKM Pontianak untuk menggunakan layanan fintech syariah dengan menggunakan gabungan dua teori terkenal yaitu Model Penerimaan Teknologi (TAM) dan Teori Perilaku Terencana (TPB) dan dianalisis dengan Smart-PLS. Berdasarkan hasil, Persepsi Kegunaan (PU) signifikan mempengaruhi Sikap Berperilaku (ATB), namun tidak signifikan mempengaruhi Niat Berperilaku (BI) untuk menggunakan layanan fintech syariah. Hasil yang sama pada Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU) signifikan mempengaruhi Sikap Berperilaku (ATB), namun tidak signifikan mempengaruhi Niat Berperilaku (BI) untuk menggunakan layanan fintech syariah. Sebaliknya, Sikap Berperilaku (ATB), Norma Subjektif (SN), dan Persepsi Kontrol Berperilaku (PBC) tidak memiliki pengaruh signifikan pada intensitas mengadopsi fintech syariah.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu luaran dari penelitian dosen Universitas Muhammadiyah Pontianak dan dalam proses penyusunannya, kami mendapatkan banyak sekali bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga dalam kesempatan ini kami juga bermaksud menyampaikan rasa terima kasih kepada:

- a. Bapak Dr Doddy Irawan, S.T., M.Eng selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak yang telah memberikan izin dan fasilitas untuk penyelesaian penelitian ini.
- b. Ibu Raudhatul Fadilah, S.Pd., M.Si selaku Plt Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Pontianak yang telah memberikan bantuan dana untuk penyelesaian penelitian ini.
- c. Serta pihak-pihak lain yang tidak mungkin penulis sebutkan satu-persatu.

6. REFERENSI

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behaviour. *Englewood Cliffs, NJ.: PrenticeHall*.
- Ajzen, I., Timko, C., & White, J.B.(1982). Self-monitoring and the attitude-behavior relation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42 (3), 426-453. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.42.3.426>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, personality and behavior. Berkshire, England SL6 2QL: *Open University Press*.
- Aziza, M, O. (2019). The influence of perceived usefulness, ease of use, behavioral control, security and trust towards the behavioral intention to use Go-Pay (A case study on accounting students in Universitas Brawijaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Vol 8 no.2.
- Annisa, H, Z. (2020). The intention to adopting cryptocurrency of Jakarta Community. Vol 2, Issue 2 Nov 2020. E-ISSN: 2686-522X, P-ISSN: 2686-5211. DOI: <https://doi.org/10.31933/dijms.v2i1>
- Alsamydai, M., Yassen, S., Alnaimi, H., Dajani, D., & Al-Qireem, I. (2014). The factors influencing customer usage of mobile banking service in Jordan. *International Journal of Business Management & Research*, 4 (2), 63-78.
- Chansaenroj, P., & Techakitiroj, R. (2015). Factors influencing the intention to use mobile banking service in Bangkok, Thailand. *Proceedings of ISER 4th International Conference*, Bangkok, Thailand. Retrieved from <http://www.worldresearchlibrary.org/up/proc/pdf/55-144059172254.pdf>.
- Chen, M., Chen, S., Yeh, H., & Tsaur, W. (2016). The key factors influencing internet finances services satisfaction; an empirical study in Taiwan. *American Journal of Industrial and Business Management*, 6, 748-762. doi:10.4236/ajibm.2016.66069
- Chuang, L. M., Chun, C.L., & Hsiao, K.K. (2016). The adoption of fintech service: TAM perspective. *International Journal of Management and Administrative Sciences*, 3, 1-15
- Daniel, A. (2021), The effect of regulatory sandbox on the behavior of fintech actors in Indonesia using theory of planned behavior approach. *ICEBE 2021*. DOI 10.4108/eai.7-10-2021.2316146
- Darmansyah, Fianto, B. A. Hendratmi, A. Aziz, P.F. (2020). Factors determining behavioral intentions to use islamic financial technology: three competing models. *Journal of Islamic Marketing*. Doi:10.1108/JIMA-12-2019-0252
- 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
- DSN-MUI, 2018. Fatwa dewan syariah nasional majelis ulama indonesia No:117/DSN-MUI/II2018 tentang layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah. Jakarta: *Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia*
- Dorfleitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M., & Weber, M. (2017). Definition of fintech and description of the fintech industry In Fintech in Germany. *Springer, Cham*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-54666-7_2.
- Goldstein, I., Jiang, W., & Karolyi, G. (2019). To fintech and beyond. *The Review of Financial Studies*, 32 (5), pp.1647-1661.
- Global Islamic Fintech Report, 2021.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414-433. doi:10.1007/s11747-011-0261-6
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121. doi:10.1108/EBR-10-2013-0128

- Hsueh, S. C. & Kuo, C.H. (2017). Effective matching for P2P lending by mining strong association rules. In *Proceedings of the 3rd International Conference on Industrial and Business Engineering*, p30-33.
- Huei, C.T., Chen, L. S., Seong, L.C., Khin, A.A., & Bin, R.L.L. (2018). Preliminary study on consumer attitude towards fintech products and services in Malaysia. *International Journal of Engineering & Technology*, 7 (2.29), 166-169.
- Indry, A, P., & Meisy, T. (2021), Analysis of factors affecting the acceptance or use of e-wallet in Jakarta. *Journal of Economics and Business Letters*, 1(4), 27-32. ISSN:2798-4885.
- I. Lee., & Y.J.Shin. (2018). Fintech: ecosystem, business models, investment decisions and challenges, "Bus. Horiz., vol.61, no.1, pp. 35-46, 2018, doi:10.1016/j.bushor.2017.09.003.
- Jamaliah, W., Jusoh, W., & Adewale, A.A.(2016). An examination factors influencing the intention to adopt internet banking among SMEs in Yemen: using an extension of the technology acceptance model (TAM). *Journal of Internet Banking and Commerce*.
- Jerene, W., & Sharma, D. (2020). The adoption of financial technology in Ethiopia: a study of bank customers perspective. *Journal of Banking and Financial Technology*, 4 (1), 53-63. Doi:10.1007/s42786-020-00015-0.
- Jiwassidi, A., Adhikara, C., Adam, M., & Triana, I. (2019). Attitude toward using fintech among millennials. <https://doi.org/10.4108/eai.26-1-2019.2283199>.
- Kandampully, J. (2012). Service management. London: Springer.
- Kim, Y., Choi, J., Park, Y., & Yeon, J. (2016). The adoption of mobile payment services for "Fintech". *International Journal of Applied Engineering Research*, 11(2), 1058-1061.
- Law No.20 year 2008. (2008). Law No.20 year 2008 concerning micro, small, and medium enterprises (MSMEs). LN.2008/No.93, TLN No.4866, LL SETNEG: 20 HLM.
- Lee, S. (2017). Evaluation of mobile application in users perspective: Case of p2p lending apps in fintech industry. *KSII Transactions on Internet & Information Systems*. 11 (2), 1105-1117.
- Leon, A. A. (2019). Proceeding international conference on communication, information technology and youth study., *I-CITY 2019.*, eISBN:978-967-17343-5-3.
- Mazocchi, M. (2008). Statistics for Marketing and Consumer Research. New Delhi: Sage.
- Majid, R. (2021). The role of religiosity in explaining the intention to use islamic fintech amongst MSME actors. *International Journal of Islamic Economic and Finance (IJIEF)*. Vol.4(2), 207-232.
- Majid, R., & Herti, M. (2022). Fintech and MSMEs: the role of product knowledge. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*. 2022,4 (1), 15-24.
- Maggie, S., & Christina, Y.S., (2020). The influence of perceived ease of use on the intention to use mobile payment: attitude toward using as mediator. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, Vol.3 No.1 June 2020, pp.18-32.
- Micrets, A, S. (2022), Usefulness and the risks of fintech payment for Smes in Ambon City, *MediaTrend* 17 (1) 2022 p. 206-214.
- National Committee for Sharia Finance, "Indonesian Sharia Economic Masterplan 2019-2020". 2024," 2018)
- Niswah., Mutmainah, F, M., L., & Legowati, D.A. (2019). Muslim millennial's intention of donating for charity using fintech platform. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(3), 623-644. doi:10.21098/jimf.v5i3.1080.
- Nguyen, P.N. (2011). Inter-firm cooperation under the view of theory of planned behavior: the case of Vietnam. *International Conference on Applied Economics*, 2011. N.d.
- P.Gomber, J.A.Koch,., & M.Siering. (2017). "Digital Finance and FinTech: Current research and future research conditions," *J. Buss. Econ.*, vol.87, no. 5, pp.537-580, 2017, doi 10.1007/s11573-017-0852-x.
- Sagir, M, S., Yusuf, M., Muhammad, A, M. (2021). An Assessment of the intention to accept the shariah-compliant crowdfunding mode of financing in Borno State, Nigeria. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, Vol. 7, No.4 (2021), pp.687-708. p-ISSN:2460-6146, e-ISSN:2460-6618.
- Sulaeman. (2021), Factors determining behavioral intentions to use Islamic crowdfunding platform in times of Covid-19 in Indonesia: Evidence from TAM approach. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, Vol. 7 No. 1, January 2021: 31-44.
- Suryanto., Tahir., & Dal., Ratna., (2020). Fintech as a catalyst for growth of micro, small, and medium enterprises in Indonesia.
- Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models author. *Information Systems Research*, 6(2), 144-176.
- Venkatesh., Viswanath., & Davis, F.D. (2000). A Theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. *Management Science*. 46 (2), 186-204.
- Venkatesh., Viswanath., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273-315. doi:10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x.