

## IMPLEMENTASI INVESTASI DIGITAL (FINTECH) DALAM MENGEMBANGKAN BISNIS BAGI PELAKU UMKM DI KOTA MAKASSAR

<sup>1</sup> Reski Amelia, <sup>2</sup> Wanda Amir, <sup>3</sup> Adinda Assiyam, <sup>4</sup> Nurina Saffanah, S.E., M.Sc

<sup>1</sup> Akuntansi, Universitas Muslim Indonesia, Jl. Urip Sumoharjo No. Km.5, 90231

<sup>2</sup> Akuntansi, Universitas Muslim Indonesia, Jl. Urip Sumoharjo No. Km.5, 90231

<sup>3</sup> Akuntansi, Universitas Muslim Indonesia, Jl. Urip Sumoharjo No. Km.5, 90231

<sup>4</sup> Akuntansi, Universitas Muslim Indonesia, Jl. Urip Sumoharjo No. Km.5, 90231

[ameliareski017@gmail.com](mailto:ameliareski017@gmail.com), [wandaamir10@gmail.com](mailto:wandaamir10@gmail.com), [assiyamadinda@gmail.com](mailto:assiyamadinda@gmail.com)

### ABSTRAK

Perkembangan akan dunia teknologi yang semakin maju baik di bidang industri maupun keuangan mendorong para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan dan menciptakan inovasi investasi dengan mengadopsi bisnis digital. Salah satunya, dengan cara mengadopsi *financial technology* yang lebih dikenal dengan *fintech* dalam bentuk dompet digital sebagai alternatif pembayaran non-tunai bagi konsumen. Dengan adanya dompet digital dapat meningkatkan pelayanan di bidang keuangan sehingga memudahkan para konsumen dalam melakukan transaksi. Selain itu, penggunaan dompet digital oleh para pelaku UMKM dapat menjadi ajang promosi produk mereka melalui penawaran promo menarik secara berkala, juga membantu pelaku UMKM mendapatkan sebuah peluang investasi industri digital dan bisa menjadi salah satu penopang ketahanan perekonomian Indonesia di kemudian hari. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana penerapan *fintech* dalam bentuk dompet digital bagi pelaku UMKM di Kota Makassar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menjelaskan tujuan dari penelitian tersebut. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dimana data dikumpulkan melalui proses pengisian kuesioner yang disebar kepada para pelaku UMKM di Kota Makassar. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM memiliki persepsi positif terhadap penggunaan dompet digital sebagai alternatif cara pembayaran yang mudah, mengurangi kontak fisik, meningkatkan penjualan, sebagai ajang promosi produk, dan menekan biaya operasional serta biaya modal.

**Kata Kunci:** *fintech*, *UMKM*, *dompet digital*, *investasi*

## 1. Pendahuluan

Perkembangan akan dunia teknologi yang semakin maju baik di bidang industri maupun keuangan mendorong para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan dan menciptakan inovasi investasi dengan mengadopsi bisnis digital. Salah satunya, dengan cara mengadopsi *financial technology* yang lebih dikenal dengan *fintech* dalam bentuk dompet digital sebagai alternatif pembayaran non-tunai bagi konsumen.

Dompet digital (*electronic wallet/e-wallet*) merupakan salah satu bentuk investasi digital bagi pelaku UMKM untuk mempermudah transaksi pembayaran bagi konsumen. *E-Wallet* merupakan bentuk alternatif metode pembayaran berbasis teknologi dengan menggunakan kode QR. Penggunaan dompet digital dikalangan masyarakat saat ini mengalami peningkatan sebagai alternatif pembayaran non tunai untuk transaksi *e-commerce* ataupun di toko *offline*.

Berdasarkan data dari Bank Indonesia (BI) transaksi uang elektronik pada triwulan II 2021 meningkat sebesar 128,7% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan tersebut didukung dengan tersedianya berbagai macam bentuk jasa pembayaran non tunai seperti OVO, GoPay, ShopeePay, LinkAja, DANA, QRIS, dan sebagainya.

Lebih lanjut, peningkatan volume transaksi dari penggunaan uang elektronik juga disebabkan oleh munculnya komunitas baru yang berkembang dikalangan masyarakat yaitu *cashless society*. *Cashless society* merupakan suatu fenomena masyarakat yang memanfaatkan pembayaran non-tunai sebagai instrumen kegiatan ekonominya (ocbcnisp.com, 2021).

Dengan adanya perkembangan sistem pembayaran di kalangan masyarakat, dari pembayaran tunai menjadi non-tunai menjadi tantangan baru bagi para pelaku UMKM. Hal tersebut, menjadikan para pelaku UMKM untuk ikut serta dalam menyediakan sistem pembayaran non-tunai di toko mereka berupa mesin EDC (*Electronic Data Capture*) dan menginstal aplikasi pembayaran di *smartphone*.

Berbagai manfaat yang dapat diperoleh pelaku UMKM ketika menyediakan sistem pembayaran non-tunai di toko mereka yaitu memberikan kemudahan bagi konsumen untuk

bertransaksi dan pelaku UMKM tidak kesusahan dalam mencari uang kembalian untuk pelanggan (Laywilla et al., 2020; Sihaloho et al., 2020). Bagi UMKM, penggunaan aplikasi pembayaran non-tunai dapat memperluas jangkauan pasar dan menjadi media penting untuk promosi. Serta menjadi media untuk berkomunikasi dengan pelanggan apalagi di masa pandemi COVID19 saat ini (Barthakur & Rajkonwar, 2021; Hadi & Zakiah, 2021).

Widyayanti (2019) menyatakan bahwa manfaat pembayaran non-tunai bagi UMKM menjadi sangat penting dalam peningkatan dan pengembangan usaha yaitu transaksi yang lebih cepat, pencatatan transaksi yang lebih mudah dan sistematis, dan *database* permintaan pelanggan yang lebih akurat. Selain itu, penggunaan dompet digital oleh para pelaku UMKM dapat menjadi ajang promosi produk mereka melalui penawaran promo menarik secara berkala, juga membantu pelaku UMKM mendapatkan sebuah peluang investasi industri digital dan bisa menjadi salah satu penopang ketahanan perekonomian Indonesia di kemudian hari (Romadhon & Fitri, 2020; Sihaloho et al., 2020). Namun, manfaat tersebut tidak dapat dinikmati oleh pelaku UMKM jika aplikasi tersebut tidak tersedia di toko mereka.

Berbagai manfaat yang diperoleh pelaku UMKM dari penggunaan *fintech* tidak terlepas dari hambatan dan tantangan. Salah satu hambatan yang menjadi perhatian adalah minimnya optimalisasi penggunaan sistem berbasis teknologi informasi dikarenakan keterbatasan sumber daya yang dimiliki (Romadhon & Fitri, 2020). Selain itu, juga karena kurangnya literasi, minat, atau motivasi pelaku UMKM dalam menggunakan *fintech* (Laywilla et al., 2020).

Fenomena seperti itu berpotensi untuk menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana UMKM dapat mengoptimalkan fungsi *fintech* dalam upaya menciptakan keunggulan kompetitif ditengah-tengah tantangan dan peluang yang sedang dihadapi. Selain itu, penelitian terkait implementasi fungsi *fintech* dalam bentuk dompet digital pada UMKM di Kota Makassar masih relatif terbatas. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengeksplorasi sejauh mana implementasi investasi digital (*fintech*) dalam mengembangkan bisnis bagi pelaku UMKM di Kota Makassar.

## 2. Literatur dan Pengembangan Hipotesis

Industri *financial technology* (*fintech*) merupakan perpaduan antara layanan jasa keuangan dan teknologi yang membuat model bisnis menjadi konvensional (bi.go.id, 2018). Beberapa macam bentuk *fintech* yang berkembang di Indonesia yaitu 1) *Peer-to-peer lending*; 2) *Crowdfunding*; 3) *E-wallet*; 4) *Micro finance*; 5) *Payment gateway*; 6) Investasi; 7) Bank digital (Ocbcnisp, 2021). Berdasarkan pada data yang dikeluarkan oleh *Xendit* yang merupakan perusahaan *payment gateway* dan keuangan di Indonesia menunjukkan bahwa metode pembayaran yang paling banyak digunakan adalah *e-wallet* sebanyak lebih dari 40% transaksi di tahun 2021 (Warta Ekonomi, 2021; Xendit, 2021).

Keberadaan akan *fintech* dalam bentuk *e-wallet* (dompet digital) bertujuan untuk membuat UMKM lebih mudah dalam mengakses produk-produk keuangan, mempermudah transaksi konsumen, dan meningkatkan literasi keuangan (Carlsson, B., & Gustavsson, 2001; Mangeswuri, et.al., 2018; Setiawan & Mahyuni, 2020). Selain itu, *fintech* bermanfaat dalam hal kemudahan pembayaran, pengalaman belanja yang lebih baik, transparansi dan pencatatan yang teratur, serta keunggulan kompetitif bagi pelaku UMKM yang menerapkannya (Deloitte, 2018).

*Theory of planned behavior* (TPB) oleh Ajzen (1991) yang menyatakan bahwa sebuah tindakan dapat dilandasi oleh motivasi internal dan eksternal. Dalam artian niat seseorang untuk berperilaku dapat diprediksi berdasarkan sikap, pengaruh sosial, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Teori ini kemudian di perluas dengan *Technology of acceptance model theory* (TAM) oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi diterimanya penggunaan sebuah teknologi adalah persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan dari teknologi tersebut (Davis, 1989; Hamrul et al., 2013; Setiawan & Mahyuni, 2020). Dalam hal ini, seseorang menggunakan teknologi perlu mempertimbangkan faktor internal (misalnya kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan) dan eksternal (misalnya pengaruh sosial) (Yang et al., 2021).

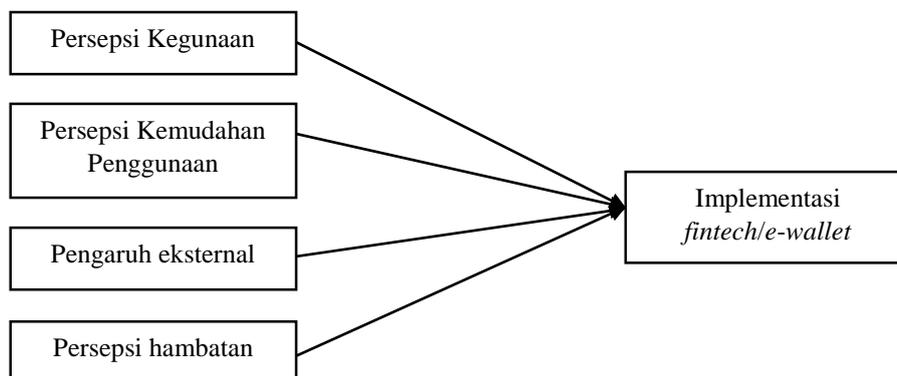
Sampai saat ini *Technology of acceptance model theory* (TAM) merupakan model yang paling banyak digunakan dalam memprediksi penerimaan teknologi informasi (Gefen et al., 2003). Teori ini telah terbukti menjadi model teoritis yang sangat berguna dalam

membantu memahami dan menjelaskan perilaku pemakai yang mengimplementasikan sistem informasi (Legris et al., 2003).

Barthakur & Rajkonwar (2021) menyatakan bahwa intensi pelaku usaha menggunakan sistem pembayaran digital berupa *e-wallet* bergantung pada konsumen yang menggunakan sistem tersebut. Lebih lanjut, penggunaan *e-wallet* juga memiliki hambatan terkait dengan koneksi jaringan atau infrastruktur. Hal tersebut juga di temukan oleh Setiawan & Mahyuni (2020) dalam penelitiannya bahwa persepsi hambatan untuk menggunakan *e-wallet* seperti koneksi jaringan internet, biaya penggunaan, dan limit transaksi memengaruhi intensi pelaku usaha.

Lain halnya dengan penelitian terdahulu (Abdullah et al., 2020; Saragih, 2019; Setiawan & Mahyuni, 2020; Teoh Teng Tenk, M., Yew, H. C., & Heang, 2020; Yang et al., 2021) menyatakan dalam penelitiannya bahwa intensi pelaku UMKM menggunakan pembayaran digital dibentuk oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan pengaruh dari pihak eksternal seperti pembeli dan teman dekat.

Berdasarkan pada teori TAM dan TPB, serta penelitian terdahulu bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, pengaruh eksternal, dan persepsi hambatan memengaruhi intensi pelaku usaha dalam pengimplementasian *fintech*. Berikut kerangka teori yang digunakan sebagai panduan dalam penyusunan pertanyaan kuesioner dan analisis data:



**Gambar 1 Kerangka Teori Penelitian**

### 3. Metode Penelitian

#### 3.1 Pengumpulan data dan Pengukuran

Metode pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *Convenience sampling* yaitu penentuan sampel dengan memilih sampel secara bebas sekehendak peneliti (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan data primer. Objek penelitian ini difokuskan pada pelaku UMKM yang berada di wilayah Kota Makassar. Data dalam penelitian ini dikumpulkan survei *google form*. Kuesioner disebarluaskan sejak februari hingga April 2022 kepada pelaku UMKM di Kota Makassar.

Sebanyak 36 tanggapan terhadap kuesioner yang memenuhi syarat untuk dijadikan sebagai bahan analisis dalam penelitian ini. Responden yang menjadi objek penelitian meliputi UMKM yang telah dan belum menerapkan *fintech* pembayaran digital dalam aktivitas bisnisnya, yang dapat diketahui berdasarkan dari informasi kuesioner yang telah diisi.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini berdasarkan item skala pada kuesioner dalam penelitian sebelumnya (Setiawan & Mahyuni, 2020). Daftar pertanyaan kuesioner dibangun berdasarkan *theory of planned behavior* dan *technology acceptance model theory*. Beberapa pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner yaitu, 1) Apakah Bapak/Ibu mengetahui tentang pembayaran digital?; 2) Apakah dompet digital berguna dalam mendukung bisnis Bapak/Ibu?; 3) Apakah ada pihak luar yang memengaruhi keputusan/minat Bapak/Ibu menggunakan dompet digital?. 4) apakah ada hambatan Bapak/Ibu dalam menggunakan dompet digital?.

#### 3.2 Analisis data dan Hasil

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Yang mana penelitian kuantitatif deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya (Sugiyono, 2017). Hal ini dimaksudkan untuk memahami dan mendeskripsikan pengimplementasian *fintech* dalam mengembangkan bisnis pelaku UMKM.

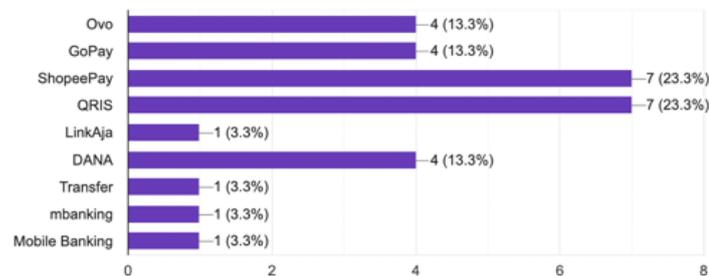
**Tabel 1.** Data UMKM Responden

No	Jenis Usaha	Alamat Usaha	Jumlah	Frekuensi
1	Kuliner	Makassar	19	52.7%
2	Sembako	Makassar	1	2.8%
3	Mebel	Makassar	1	2.8%
4	Lainnya	Makassar	15	41.8%
<b>Total</b>			<b>36</b>	<b>100%</b>

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 36 pelaku UMKM di Kota Makassar. Berdasarkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa bidang usaha dari pelaku UMKM yang menjadi responden dalam penelitian ini terbagi menjadi 3 bidang usaha yaitu kuliner, sembako, dan mebel. Bidang usaha lainnya terdiri dari berbagai macam bidang seperti pakaian, fotografer, percetakan, tembakau, dan lukisan.

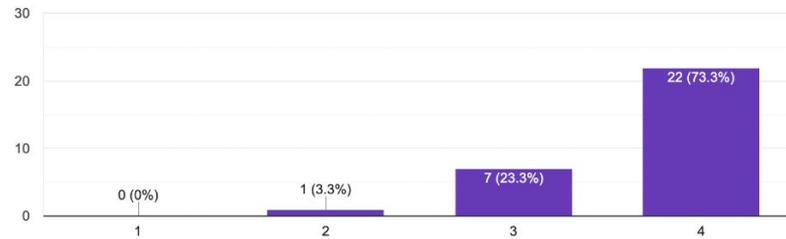
Sistem pembayaran digital yang anda gunakan:

30 responses

**Gambar 2.** Responden Pengguna *E-Wallet*

Gambar 2 menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kota Makassar menggunakan ShopeePay dan QRIS sebagai sistem pembayaran digital mereka. Hal ini disebabkan karena kemudahan dalam penggunaannya dan tersedianya penawaran yang menarik bagi konsumen misalnya maraknya promo dan diskon saat melakukan pembayaran menggunakan ShopeePay.

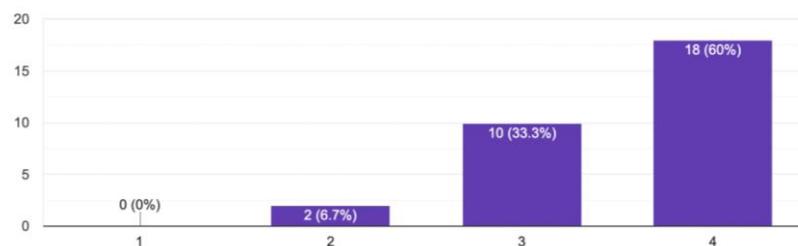
PE2. Sistem pembayaran digital yang saya gunakan meningkatkan efisiensi kinerja saya  
30 responses



**Gambar 3.** Persepsi Kegunaan Pengguna *E-Wallet*

Gambar 3 menunjukkan bahwa sebanyak 73% pengguna *e-wallet* menganggap pembayaran menggunakan aplikasi tersebut dapat meningkatkan efisiensi kinerja.

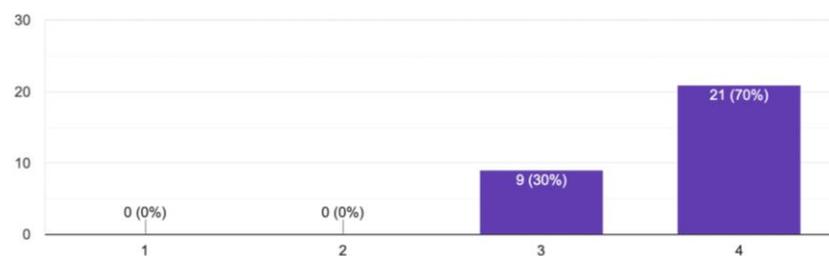
PE4. Sistem pembayaran digital yang saya gunakan meningkatkan produktivitas saya  
30 responses



**Gambar 4.** Persepsi Kegunaan Pengguna *E-Wallet*

Gambar 4 menunjukkan bahwa sebanyak 60% pengguna *e-wallet* menganggap pembayaran menggunakan aplikasi tersebut dapat meningkatkan efisiensi produktivitas kerja.

EE2. Sistem pembayaran yang saya pilih mudah digunakan  
30 responses

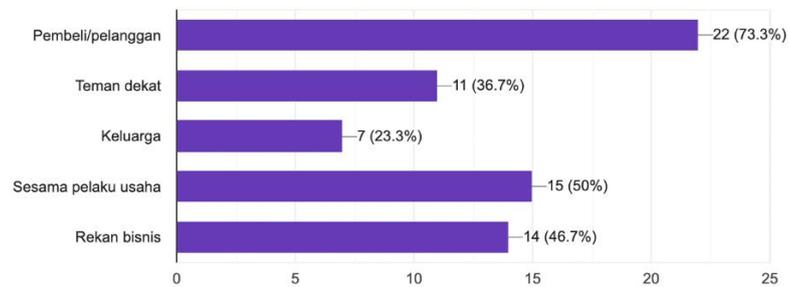


**Gambar 5.** Persepsi Kemudahan Penggunaan *E-Wallet*

Gambar 5 menunjukkan bahwa sebanyak 70% pengguna *e-wallet* menganggap pembayaran menggunakan aplikasi tersebut dapat meningkatkan efisiensi produktivitas kerja.

Orang-orang yang memengaruhi saya untuk menggunakan sistem pembayaran digital adalah: (Boleh centang lebih dari satu)

30 responses

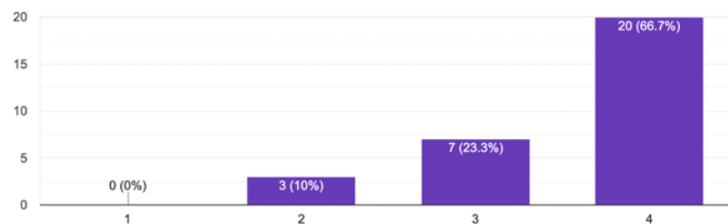


**Gambar 6.** Pengaruh Eksternal Penggunaan *E-Wallet*

Gambar 6 menunjukkan bahwa sebanyak 73% pelaku UMKM menggunakan *e-wallet* dipengaruhi oleh pembeli atau pelanggan.

FC1. Saya memiliki sumber daya (fasilitas internet yang cukup) yang diperlukan untuk menggunakan sistem pembayaran digital

30 responses

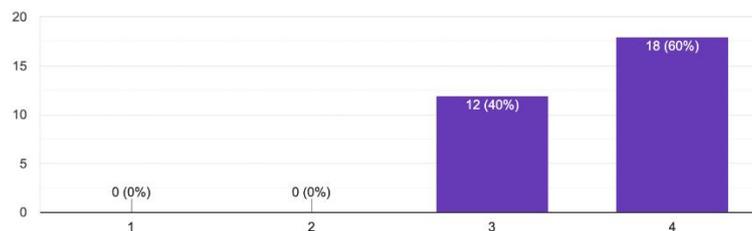


**Gambar 7.** Persepsi Hambatan Penggunaan *E-Wallet*

Gambar 7 menunjukkan bahwa sebanyak 73% pelaku UMKM menggunakan *e-wallet* dipengaruhi oleh pembeli atau pelanggan.

BI1. Saya berkeinginan untuk terus menggunakan sistem pembayaran digital tersebut di masa depan

30 responses



**Gambar 8.** Intensi Penggunaan *E-Wallet*

Gambar 8 menunjukkan bahwa sebanyak 60% pelaku UMKM akan menggunakan *e-wallet* dalam jangka panjang.

## 4. Diskusi, Implikasi, Simpulan, dan Keterbatasan Penelitian

### 4.1 Diskusi

Berdasarkan pada hasil survei, responden yang menggunakan *e-wallet* menyatakan bahwa penggunaan aplikasi tersebut meningkatkan efisiensi dan produktivitas kinerja mereka. Selain itu, kemudahan dalam penggunaan, pengaruh faktor eksternal (pembeli/pelanggan) meningkatkan intensi pelaku dalam mengimplementasi *fintech* pada usaha mereka. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu (Abdullah et al., 2020; Saragih, 2019; Setiawan & Mahyuni, 2020; Setiobudi & Wiradinata, 2018; Teoh Teng Tenk, M., Yew, H. C., & Heang, 2020; Wulantika & Zein, 2020; Yang et al., 2021) yang menyatakan bahwa intensi pelaku UMKM menggunakan pembayaran digital dibentuk oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan pengaruh dari pihak eksternal seperti pembeli dan teman dekat.

Lebih lanjut, dari hasil survei responden menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang tidak menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran pada usahanya disebabkan karena kurangnya literasi dan konsumen belum terbiasa menggunakan *e-wallet* untuk bertransaksi. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya (Sihaloho et al., 2020) *e-wallet* masih sulit diterapkan oleh beberapa pelaku usaha karena kurang memahami sistem kerja aplikasi pembayaran digital tersebut.

### 4.2 Implikasi Teoritis dan Praktis

Terdapat tiga implikasi dalam penelitian ini. *Pertama*, secara empiris penelitian ini berkontribusi dalam menambah literatur mengenai implementasi investasi digital (*fintech*). Yang mana dalam penelitian ini faktor yang memengaruhi implementasi investasi digital (*fintech*) bagi pelaku UMKM adalah persepsi kemudahan, kegunaan, dan pengaruh eksternal. Hasil penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian sebelumnya (Saragih, 2019; Setiawan & Mahyuni, 2020; Yang et al., 2021) bahwa intensi pelaku usaha dalam menggunakan pembayaran digital dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, kegunaan, dan pengaruh eksternal. *Kedua*, bagi praktisi hasil dari penelitian ini berkontribusi bagi Pemerintah, Perbankan, dan PJSP terkait untuk lebih aktif memberikan sosialisasi dan penawaran produk *e-wallet* kepada para pelaku UMKM. *Ketiga*, bagi pembaca,

hasil dari penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai implementasi investasi digital (*fintech*) oleh pelaku UMKM di Kota Makassar yang memungkinkan dapat membantu dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

#### 4.3 Kesimpulan

Persepsi kemudahan, kegunaan, dan pengaruh eksternal terbukti memengaruhi intensi pelaku usaha menggunakan *e-wallet*. Sebanyak 60% pengguna *e-wallet* menyatakan menyukai *e-wallet* yg mereka gunakan dan menganggap penggunaan *e-wallet* mudah untuk digunakan berdasarkan pada jawaban hasil survei. Sehingga dapat menjadi masukan bagi PJSP (Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran) untuk lebih aktif menawarkan produk *e-wallet* kepada para pelaku UMKM.

Lebih lanjut, sebanyak 30% responden yang tidak menggunakan *e-wallet* menyatakan tidak menggunakan *e-wallet* karena masyarakat sendiri belum terbiasa menggunakan pembayaran non-tunai dalam bertransaksi dan rendahnya tingkat literasi terkait pembayaran non-tunai. Sehingga pemerintah, perbankan, atau PJSP terkait dapat memberikan sosialisasi pengenalan pembayaran non-tunai kepada masyarakat dan pelaku UMKM sebagai pengguna untuk menarik minat dalam menggunakan *e-wallet* sebagai salah satu bentuk investasi berbasis *fintech*.

#### 4.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. *Pertama*, sampel penelitian yang masih tergolong sedikit yaitu hanya 36 responden Pelaku UMKM. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas atau menambah sampel penelitian sehingga dapat meningkatkan distribusi data dan hasil yang lebih baik. *Kedua*, isu mengenai investasi digital (*fintech*) masih menarik untuk diteliti khususnya di Kota Makassar. Oleh karena itu, penelitian mengenai implementasi investasi digital (*fintech*) belum sepenuhnya merepresentasikan perkembangannya secara luas, melihat dalam penelitian ini hanya berfokus pada penggunaan *e-wallet* sebagai bentuk investasi digital serta sampel yang sedikit.

### 5. Daftar Pustaka

- Abdullah, N., Redzuan, F., & Daud, N. A. (2020). E-wallet: Factors influencing user acceptance towards cashless society in Malaysia among public universities. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, 20(1), 67–74. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v20.i1.pp67-74>

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Barthakur, G., & Rajkonwar, A. B. (2021). Seller's Perception: Preference and Significance of Payment Platforms. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(12), 3666–3674.
- Carlsson, B., & Gustavsson, R. (2001). No T. In *Active Media Technology, 6th International Computer Science Conference* (pp. 18–20). <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/3-540-45336-9>
- 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>
- Deloitte. (2018). *SME Digital Payments New opportunities to optimise The Paytech Revolution Series*. 1–32. [www.deloitte.com.au](http://www.deloitte.com.au)
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Q.*, 27, 51–90.
- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi UMKM untuk Bersaing di Era Pandemi. *Competitive*, 16, 32–41.
- Hamrul, H., Soedijono, B., & Amborowati, A. (2013). Analisis Perbandingan Metode TAM dan UTAUT dalam Mengukur Kesuksesan Penerapan Sistem Informasi Akademik (Studi Kasus Penerapan Sistem Informasi STMIK Dipanegara Makassar). *Seminar Nasional Informatika, 2013(semnasIF)*, 140–146.
- Laywilla, E., Kartar Singh, J. S., & Yin Fah, B. C. (2020). Drivers of Intention to Adopt Mobile Wallet: A Quantitative Study Among Females in Jakarta. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(11), 804–820. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i11/8061>
- 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)
- Mangeswuri, D.R., Wuryandani, D., Purwanto, N. P., Hendra, S. P., Meilani, H., Sayekti, N. W., & Rivani, E. (2018). No Title. In *Industri Kreatif, Fintech, dan UMKM dalam Era Digital*.
- Ocbcnisp. (2021). *Apa itu Fintech: Pengertian, Manfaat, Jenis & Dasar Hukumnya*.
- Romadhon, F., & Fitri, A. (2020). Analisis Peluang dan Tantangan Penggunaan Financial Technology Sebagai Upaya optimalisasi Potensi UMKM (Studi Kasus UMKM di Gresik). *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 3(1), 30–44. <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/645>
- Saragih, S. P. (2019). Technology Acceptance of Digital Payment System Pada Pelaku Umkm Di Kota Batam. *Computer Based Information System Journal*, 7(2), 82–

90. <https://doi.org/10.33884/cbis.v7i2.1402>
- Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). Qris Di Mata Umkm: Eksplorasi Persepsi Dan Intensi Umkm Menggunakan Qris. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10, 921. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i10.p01>
- Setiobudi, A., & Wiradinata, T. (2018). Intensi Ukm Dalam Adopsi Financial Technology Di Jawa Timur. *National Conference of Creative Industry*, 2622, 5–6. <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1233>
- Sihaloho, J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti, S. (2020). Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Universitas Sumatera Utara (1)(2)(3). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Teoh Teng Tenk, M., Yew, H. C., & Heang, L. T. (2020). International Journal of Research in Commerce and Management Studies. *International Journal of Research in Commerce and Management Studies*, 2(2), 216–233.
- Warta Ekonomi. (2021). *Tren Pembayaran Digital di Indonesia 2021: E-Wallet Tumbuh Pesat Hingga 400% Akibat Pandemi*. <https://wartaekonomi.co.id/read381496/tren-pembayaran-digital-di-indonesia-2021-e-wallet-tumbuh-pesat-hingga-400-akibat-pandemi>
- Widyayanti, E. R. (2019). Analisis Pengaruh Kecenderungan Pergeseran Sistem Pembayaran Dari Tunai Ke Non-Tunai/Online Payment Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha (Studi Pada UMKM di Yogyakarta). *Seminar Nasional Dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0*, 187–200.
- Wulantika, L., & Zein, S. R. (2020). E-Wallet Effects on Community Behavior. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 879(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/879/1/012121>
- Xendit. (2021). *Xendit: E-Wallet Tumbuh Pesat Hingga 400 Persen Akibat Pandemi*.
- Yang, M., Al Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawati, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless transactions: A study on intention and adoption of e-wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su13020831>