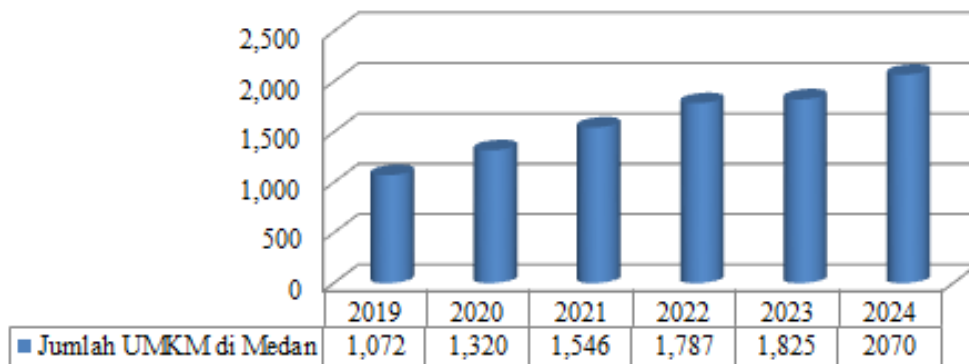


# BAB I PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang

UMKM menjadi pilar ekonomi Indonesia dengan 64,2 juta unit usaha, berkontribusi kepada PDB sebesar 61,07% (Rp8.573,89 triliun), dan menyerap 97% tenaga kerja (117 juta orang). Di Kota Medan, UMKM menunjukkan tren pertumbuhan positif, didukung oleh daya serap tenaga kerja yang tinggi dan investasi mencapai 60,4%. Berikut adalah representasi data berdasarkan tren yang disebutkan:



**Gambar 1.1. Pertumbuhan UMKM di Kota Medan Tahun 2019-2024**  
Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan

UMKM di Kota Medan merupakan pilar ekonomi penting dengan kontribusi tinggi terhadap PDRB dan penyerapan tenaga kerja. Namun, adopsi teknologi finansial (*fintech*) masih menghadapi kendala, terutama rendahnya literasi digital dan keterbatasan pemahaman teknologi (Faiziah, 2021).

Literasi Fintech krusial di era digital untuk keamanan dan keputusan keuangan cerdas, namun masih rendah (49,68% menurut SNLIK OJK) terutama di pedesaan, menghambat UMKM memaksimalkan teknologi. Dibutuhkan kolaborasi pemerintah dan lembaga keuangan untuk edukasi dan pendampingan agar adopsi digital merata.

Persepsi risiko krusial bagi UMKM untuk mengidentifikasi dan merespons tantangan guna menjaga kelangsungan usaha. Terkait teknologi finansial (*fintech*), persepsi risiko tinggi seperti ketakutan akan keamanan data dan kerugian sering kali menghambat adopsi, meski ada upaya peningkatan kompetensi manajemen risiko seperti pelatihan sertifikasi oleh DPD Perbarindo Sumut. Persepsi risiko yang tinggi membuat UMKM merasa risiko *fintech* lebih besar daripada manfaatnya.

Adopsi *fintech* vital bagi UMKM dalam mengambil pasar yang lebih luas, efisiensi, dan daya saing melalui layanan personalisasi. Namun, tantangan utama meliputi 44 juta dari 65 juta UMKM belum mengakses lembaga keuangan formal, seringkali karena minimnya perizinan seperti NIB PIP (Saputra, 2024), kurangnya pengetahuan tentang inovasi, riset pasar, dan adaptasi teknologi dan keterbatasan akses internet, biaya tinggi, serta rendahnya literasi digital dan finansial terkait layanan *fintech*.

Adopsi *fintech* oleh UMKM di Medan menarik diteliti karena berpotensi besar meningkatkan inklusi keuangan, efisiensi, dan pertumbuhan ekonomi lokal. Penelitian ini

krusial untuk mengungkap faktor pendorong seperti literasi fintech, persepsi risiko, dan personalisasi layanan. UMKM dipilih karena peran vitalnya dalam penyerapan tenaga kerja dan inovasi ekonomi nasional.

Mengacu pada uraian tersebut, peneliti tertarik mengangkat judul: **“Menavigasi Keuangan Digital: Pengaruh Literasi Fintech, Persepsi Risiko, dan Layanan yang Dipersonalisasi terhadap Adopsi Fintech oleh UMKM di Kota Medan.”**

## **I.2 Rumusan Masalah**

Masalah yang dirumuskan menjadi empat yakni:

1. Bagaimana pengaruh literasi fintech terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan?
2. Bagaimana pengaruh persepsi risiko terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan?
3. Bagaimana pengaruh layanan yang dipersonalisasi terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan?
4. Bagaimana pengaruh literasi fintech, persepsi risiko, dan layanan yang dipersonalisasi terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ialah:

1. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh literasi fintech terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan.
2. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh persepsi risiko terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan.
3. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh layanan yang dipersonalisasi terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan.
4. Untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh literasi fintech, persepsi risiko, dan layanan yang dipersonalisasi terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan.

## **I.4 Tinjauan Pustaka**

### **I.4.1 Teori Tentang Literasi Fintech**

Literasi *Fintech* adalah pemahaman dan kemampuan menggunakan layanan keuangan digital secara bijak, aman, dan bertanggung jawab, termasuk mengelola risiko serta manfaatnya (Khan et al., 2023). Literasi *Fintech* ialah keterampilan dalam pemahaman agar dapat menggunakan layanan *finance* berbasis teknologi (*Fintech*) (Nguyen et al., 2024). Literasi *Fintech* adalah kemampuan individu untuk memahami dan memanfaatkan layanan serta produk keuangan berbasis teknologi (*fintech*) secara efektif dan bijaksana. Ini melibatkan pemahaman tentang berbagai jenis layanan *fintech*, cara kerjanya, potensi manfaat dan risikonya, serta kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang cerdas terkait dengan penggunaan layanan tersebut (Kodama et al., 2024).

Indikator literasi *fintech* adalah (Safitri et al., 2022):

1. Pengetahuan dasar keuangan.
2. Kemampuan mengelola keuangan
3. Literasi digital

#### 4. Kepercayaan pada *fintech*

##### **I.4.2 Teori Tentang Persepsi Risiko**

Persepsi risiko adalah evaluasi subyektif yang dilakukan oleh individu atau organisasi terhadap potensi kerugian atau dampak negatif yang mungkin timbul dari suatu tindakan atau situasi (Glowka et al., 2024). Persepsi risiko adalah ketidakpastian konsumen dalam memprediksi dampak negatif dari keputusan pembelian (Karki et al., 2024). Persepsi risiko adalah ketidakpastian konsumen mengenai dampak negatif di masa depan akibat keputusan pembelian yang tidak dapat diprediksi (Chen et al., 2025).

Indikator persepsi risiko adalah (Hakim & Hapsari, 2022):

1. Keamanan (*Security*)
2. Kehilangan (*Loss*)
3. Ketidakpastian (*Uncertainty*)
4. Operasional (*Operational*)
5. Ketergantungan (*Dependence*)

##### **I.4.3 Teori Tentang Layanan yang Dipersonalisasi**

Layanan yang dipersonalisasi adalah layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi individu (Moravec et al., 2025). Layanan yang dipersonalisasi, dalam konteks bisnis, berarti menyesuaikan pengalaman pelanggan dengan kebutuhan dan preferensi individu. Ini melibatkan penggunaan data dan informasi pelanggan untuk memberikan rekomendasi, penawaran, dan dukungan yang disesuaikan (Chen et al., 2025).

Layanan yang dipersonalisasi adalah strategi kuat dalam peningkatan positif untuk para pelanggan ketika bertransaksi serta meningkatkan komunikasi yang harmonis (Tun-Pin et al., 2019). Pengukuran untuk layanan yang dipersonalisasi terdiri dari (Wardhana, 2024)

1. *Personalized cognitive effort*
2. *Personalized price promotion*
3. *Personalized product recommendation*
4. *Customer loyalty*

##### **I.4.4 Teori Tentang Adopsi *Fintech***

Adopsi *Fintech* merujuk pada penerimaan dan penggunaan teknologi finansial (*fintech*) oleh individu, bisnis, atau organisasi. Ini mencakup berbagai inovasi teknologi yang diterapkan dalam layanan dan produk keuangan (Islam & Khan, 2024). Adopsi *fintech* ialah tahapan yang dipicu oleh aneka faktor. Dengan memahami faktor-faktor ini, dapat mendorong adopsi yang lebih luas dan berkelanjutan dari teknologi finansial untuk keuntungan semua orang (Yoshino et al., 2020). Adopsi *Fintech* merupakan proses penerimaan dan penggunaan teknologi finansial dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam sektor keuangan (Zaimovic et al., 2025).

Adopsi *Fintech* pada UMKM terdapat indikator ialah (Sriyono, 2023):

1. Penggunaan Layanan Keuangan Digital
2. Persepsi dan Sikap Terhadap *Fintech*
3. Dampak Adopsi *Fintech*
4. Faktor Pendukung

## 5. Tantangan Adopsi Fintech

### 1.5 Teori Pengaruh Literasi Fintech Terhadap Adopsi *Fintech*

Semakin tinggi tingkat literasi keuangan atas fintech seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsi dan memanfaatkan layanan *fintech*. Literasi keuangan atas *fintech* mencakup pemahaman tentang konsep dasar ekonomi dan keuangan, seperti diversifikasi risiko, inflasi, dan bunga majemuk, yang memungkinkan individu untuk lebih percaya diri dalam menggunakan layanan *fintech* (Yoshino et al., 2020)

Literasi keuangan (*financial literacy*) dan adopsi *Fintech* (*Financial Technology*) saling terkait erat. Literasi keuangan yang baik akan mendorong adopsi *Fintech*, sementara penggunaan *fintech* dapat meningkatkan literasi keuangan (Prabhakaran & Mynavathi, 2023).

Literasi keuangan dan adopsi *fintech* saling berkaitan erat dan memiliki kevitatan untuk meningkatkan pemanfaatan *finance* serta kesejahteraan ekonomi masyarakat dengan memastikan akses yang adil dan aman untuk *Fintech* bagi seluruh masyarakat (Mohapatra et al., 2025).

### 1.6 Teori Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Adopsi *Fintech*

Besarnya persepsi risiko konsumen, semakin rendah minat dalam mengadopsi *fintech*. Kemudian, persepsi risiko yang rendah cenderung mendorong adopsi layanan *fintech* (Abdul-Rahim et al., 2022).

Dengan mengatasi persepsi risiko dan membangun kepercayaan, perusahaan *fintech* dapat mendorong adopsi yang lebih luas dan berkontribusi pada inklusi keuangan (Saleem, 2021).

Persepsi risiko yang tinggi dapat mengurangi kepercayaan pengguna pada platform *fintech*, yang pada akhirnya menghambat adopsi. Pengguna sering khawatir tentang keamanan data pribadi mereka saat menggunakan layanan *fintech*. Pencurian identitas, peretasan, dan penyalahgunaan data adalah kekhawatiran umum yang dapat menghambat adopsi (Xie et al., 2021).

### 1.7 Teori Pengaruh Layanan yang Dipersonalisasi Terhadap Adopsi *Fintech*

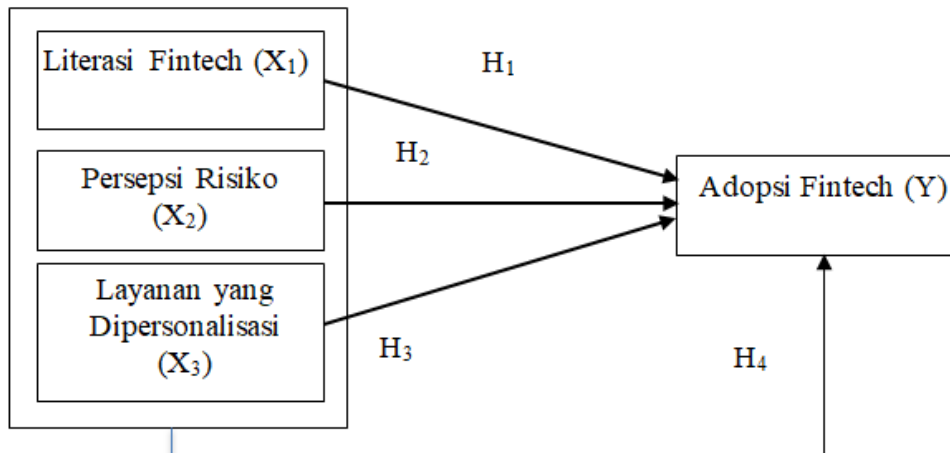
Layanan yang dipersonalisasi dalam adopsi *fintech* berlandaskan teknologi yang dikembangkan agar para pengguna dapat memiliki pengalaman yang memudahkan, praktis, aman serta dapat terjangkau. Ini mencakup berbagai jenis layanan seperti pembayaran digital, pinjaman online, investasi, asuransi, serta *crowdfunding*. Layanan yang dipersonalisasi berdampak pada adaptasi yang tepat dan kolaborasi antara teknologi baru dan sistem keuangan tradisional diperlukan untuk menciptakan ekosistem keuangan yang lebih inklusif dan efisien (Tun-Pin et al., 2019)

Layanan yang dipersonalisasi, seperti rekomendasi produk yang disesuaikan dengan preferensi pengguna dan dukungan pelanggan yang dipersonalisasi, dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan mendorong adopsi *fintech* (Chen et al., 2025).

Kepuasan dalam layanan yang dipersonalisasi yang loyal untuk penyedia layanan *fintech*. Mereka lebih mungkin untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain dan tetap menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang dalam mengadopsi *fintech* (Nugraha et al., 2022).

## I.8 Kerangka Konseptual

Literasi *fintech*, persepsi risiko, dan layanan yang dipersonalisasi memiliki pengaruh terhadap adopsi *fintech*. Literasi keuangan yang baik akan meningkatkan pemahaman pengguna tentang *fintech* dan mengurangi persepsi risiko. Layanan yang dipersonalisasi dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong adopsi berikut ini.



**Gambar I.2. Kerangka Konseptual**

## 1.9 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan sementara yang dibuat untuk menjelaskan suatu fenomena atau masalah penelitian, yang kemudian diuji kebenarannya melalui penelitian. Beberapa isi hipotesis penelitian antara lain:

H<sub>1</sub>: Literasi *fintech* berpengaruh terhadap adopsi *fintech* oleh UMKM di Kota Medan.

H<sub>2</sub>: Persepsi risiko berpengaruh terhadap adopsi *fintech* oleh UMKM di Kota Medan.

H<sub>3</sub>: Layanan yang dipersonalisasi berpengaruh terhadap adopsi *fintech* oleh UMKM di Kota Medan.

H<sub>4</sub>: Literasi *fintech*, Persepsi risiko dan Layanan yang dipersonalisasi berpengaruh terhadap adopsi *fintech* oleh UMKM di Kota Medan.