

Analisis Penerimaan Masyarakat Muslim Boyolali Terhadap *Financial Technology* Sebagai Alat Transaksi Elektronik

Pradita Luci Armi ^a, Indah Piliyanti ^b

^{a,b}. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Corresponding email: indah.piliyanti@staff.uinsaid.ac.id

Article information	ABSTRAK
<p>Publication date: December, 31st 2023</p> <p>Kata kunci: penerimaan fintech, penerimaan pengguna, alat pembayaran.</p>	<p><i>Financial technology (fintech)</i> merupakan inovasi teknologi di bidang keuangan saat ini. Model <i>fintech</i> terdiri dari <i>crowdfunding</i>, <i>peer to peer lending</i>, manajemen investasi, pembayaran, agregator pasar. Tulisan ini berargumen bahwa <i>fintech</i> sudah menjadi gaya hidup sehari-hari di perkotaan. Namun, bagaimana penerimaan <i>fintech</i> sebagai metode pembayaran bagi masyarakat di pedesaan? terhadap 400 responden pedesaan di Boyolali, Jawa Tengah. Dengan menggunakan teori <i>unified theory of acceptance and use of technology</i> (UTAUT). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa nilai variabel ekspektasi kinerja, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi menunjukkan nilai alpha kurang dari 0,50 dan nilai signifikansi menunjukkan kategori memadai, sehingga hasilnya menunjukkan hubungan dengan penerimaan pengguna, sedangkan variabel ekspektasi upaya menunjukkan nilai alpha lebih dari 0,50 dan nilai signifikansinya termasuk dalam kategori sangat lemah sehingga tidak berpengaruh terhadap penerimaan pengguna. Pada hasil menunjukkan variabel moderasi pengalaman dapat memperkuat hubungan antara variabel faktor sosial dan kondisi yang memudahkan penerimaan pengguna, namun variabel moderasi tidak dapat memperkuat variabel ekspektasi bisnis.</p>
<p>Keywords: <i>Fin-tech acceptance, user acceptance. fin-tech payment</i></p>	<p>ABSTRACT</p> <p><i>Financial technology (fintech) is a technological development in the financial sector since industrial revolution 4.0 begun. Fintech models is ranging from crowdfunding, peer to peer lending, investment management, payment, market aggregator. The paper argue that fintech is becoming daily lifestyle in urban area. The paper is tested acceptance of fintech as a payment method of 400 rural respondents Boyolali. By united theory of acceptance and use of technology, the study revealed that the variable values of performance expectations, social factors, facilitating conditions show an alpha value of less than 0.05 and the significance value indicates an adequate category, so the results show a relationship with user acceptance, while the effort expectation variable shows an alpha value of more than 0.05 and the significance value is included in the very weak category so that there is no effect on user acceptance. In the test results the moderating variable of experience can strengthen the relationship between social factor variables and conditions that facilitate user acceptance, but the moderating variable cannot strengthen the business expectation variable.</i></p>

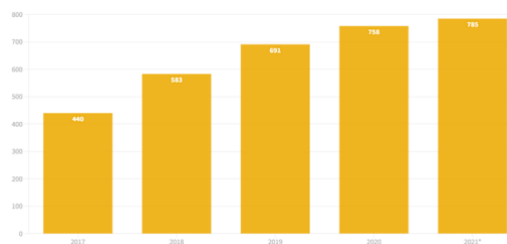
Pendahuluan

Transaksi elektronik merupakan suatu aktivitas dengan menggunakan jaringan elektronik dan atau media elektronik, transaksi elektronik dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun tanpa adanya batasan. *Financial Technology* atau *fintech* merupakan penggabungan antara sistem keuangan dengan teknologi. *Fintech* merupakan inovasi dalam dunia keuangan yang menjadikan sistem keuangan menjadi lebih efisien, praktis, dan mudah. Jenis-jenis *fintech* secara umum

terbagi dalam empat model: Peer-to-Peer (P2P) Lending dan Crowdfunding, manajemen resiko, payment, clearing, settlement dan market aggregator (Mention, 2019).

Perkembangan *fintech* di Indonesia terus mengalami kenaikan di setiap tahunnya. Persaingan antar perusahaan *fintech* dapat diidentifikasi dari keunggulan-keunggulan yang dimiliki setiap perusahaan-perusahaan *fintech*. Dengan adanya persaingan ini maka dapat menjadikan perusahaan-perusahaan *fintech* semakin berkembang dan maju (Wicaksono & Krisnadi, 2017). Berikut ini merupakan grafik perkembangan *fintech* di Indonesia pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 yang berada di Indonesia:

Gambar 1
Jumlah Perusahaan Fintech di Indonesia



Sumber: UOB, PwC, dan SFA 2021

Berdasarkan laporan dari United Overseas Bank (UOB), PwC, dan Singapore Fintech Association (SFA), jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Pada tahun 2017 Indonesia tercatat memiliki 440 perusahaan *fintech*, dari tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 32,5% hingga pada tahun 2018 menjadi 583 perusahaan *fintech*. Pada tahun 2019 mengalami peningkatan menjadi 691 perusahaan *fintech*, pada tahun 2020 mengalami peningkatan menjadi 758 perusahaan *fintech*. Pada tahun 2020 mengalami peningkatan 3,56% sehingga pada tahun 2021 terdapat 785 perusahaan *fintech* di Indonesia.

Pada kategori wilayah Asia Tenggara, Indonesia menempati posisi kedua dengan jumlah perusahaan *fintech* terbanyak setelah Singapura dengan 1.350 perusahaan *fintech*. Malaysia berada di bawah Indonesia dengan jumlah 549 perusahaan *fintech*, sedangkan di Filipina dan Vietnam sama-sama memiliki 268 perusahaan *fintech*. Penggunaan dan perkembangan *fintech* umumnya pada kota-kota besar. Berdasarkan riset pasar e-Marketer dalam website kominfo, penggunaan internet terus mengalami peningkatan hingga pada tahun 2018 jumlah penggunaan internet sebanyak 123 juta pengguna. Sedangkan di kota kecil atau pedesaan tidak menunjukkan perkembangan signifikan.

Boyolali sebagai salah satu kabupaten di Jawa Tengah, secara geografis memiliki kondisi wilayah yang terbagi menjadi dataran tinggi dan dataran rendah. Kabupaten Boyolali memiliki wilayah pegunungan dan wilayah pelosok, dimana penyebaran internet pada Kabupaten Boyolali belum sepenuhnya merata. Hal ini dapat dilihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Boyolali, dimana jumlah desa di Kabupaten Boyolali yaitu 261 desa sedangkan penyebaran internet pada tahun 2021 berjumlah 236 desa. Dari data tersebut masih terdapat selisih 25 desa yang belum terjangkau oleh internet. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Boyolali, juga menunjukkan bahwa WiFi Publik di setiap wilayah Kabupaten Boyolali hanya berjumlah 75 buah. Dari pemaparan yang telah disampaikan diatas dapat disimpulkan bahwa kondisi wilayah Kabupaten Boyolali berbeda dengan kondisi perkotaan dan dapat dikategorikan sebagai wilayah pedesaan.

Masyarakat Kabupaten Boyolali memiliki beberapa agama seperti agama Islam, Khatolik, Protestan, Hindu, Budha, dan lainnya. Sebagian besar masyarakat Kabupaten Boyolali memeluk agama Islam, hal ini sesuai dengan data Badan Pusat Statistik (BPS) Boyolali yaitu jumlah penduduk muslim di Kabupaten Boyolali pada tahun 2019 sebesar 1.028.594 jiwa. Dengan melihat karakteristik Boyolali, tulisan ini bertujuan menganalisis penerimaan masyarakat muslim Boyolali dengan menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).

1. *Financial Technology* (Fintech)

Fintech merupakan penggabungan antara keuangan dengan teknologi, fintech merupakan suatu bentuk inovasi dalam sistem keuangan. Dengan adanya fintech, kegiatan transaksi dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja tanpa adanya batas waktu. Hadirnya inovasi baru di dunia keuangan ini, maka dapat menjadikan kegiatan transaksi menjadi lebih mudah, efektif, dan efisien, sehingga dapat menghemat waktu, tenaga dan pikiran (Winarto, 2020). Adapun tujuan fintech yaitu untuk memperbaiki inklusi keuangan, memberikan kemudahan bagi para masyarakat untuk menggunakan berbagai jenis produk-produk keuangan sesuai dengan kebutuhannya, serta memberikan kemudahan bagi masyarakat (Aziz, 2020).

Fintech terdapat fintech konvensional dan fintech syariah. Perbedaan dari keduanya yaitu terletak pada akadnya, dimana fintech syariah mengacu pada peraturan yang sesuai dengan syariat islam. Jenis fintech di bagi menjadi 4 jenis yaitu (Marginingsih, 2021):

a. Peer-to-Peer (P2P) Lending dan Crowdfunding, merupakan suatu sistem yang digunakan masyarakat untuk melakukan pinjaman dana, pada sistem ini dapat mempertemukan pihak peminjam dana dengan pemberi dana. Contohnya Modalku, Amartha, dan Koin Works.

b. Manajemen Resiko Investasi, merupakan perencanaan keuangan yang memberikan edukasi terhadap resiko dan model investasi yang cocok dengan kondisi konsumen. Contohnya Finansialku, DompotSehat, NgaturDuit.

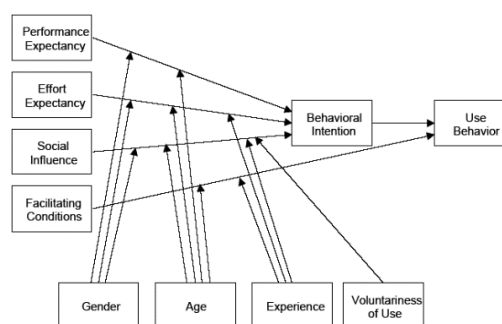
c. Payment, Clearing, dan Settlement, merupakan jenis fintech yang memberikan layanan pembayaran secara online melalui uang digital. Baik yang berasal dari lembaga keuangan perbankan maupun non-perbankan. Contohnya E-Money Mandiri, Brizzi BRI dan yang melalui E-wallet yaitu OVO, DANA, GO-PAY, Flip, LinkAja).

d. Market Agregator, merupakan jenis fintech untuk mengumpulkan data-data mengenai keuangan konsumen sehingga platform dapat melakukan penyesuaian data financial konsumen dan dapat dijadikan sebagai pengambilan keputusan. Contohnya KreditGogo, Cermati, dan lain sebagainya.

2. Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT)

UTAUT menjelaskan bagaimana penerimaan atau respon seseorang terhadap suatu teknologi. UTAUT merupakan salah satu teori dari ke delapan teori penerimaan teknologi yang unggul dan yang dianggap sebagai teori yang berhasil dari kedelapan teori penerimaan suatu teknologi (Handayani & Sudiana, 2015).

Gambar 2. Kerangka Model UTAUT



Sumber: Venkatesh (2003)

Teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) digunakan sebagai panduan untuk mengetahui bagaimana respon pengguna dalam menggunakan teknologi baru. Teori UTAUT ini merupakan penggabungan awal dari teori *Technology Acceptance Model* (TAM), teori UTAUT ini penggabungan dari kedelapan teori penerimaan teknologi sehingga teori UTAUT ini dikatakan sebagai teori penerimaan teknologi yang berhasil diantara kedelapan teori tersebut. Kemudian dari teori UTAUT tersebut di kembangkan lagi menjadi UTAUT2 yang beralih dari organisasi ke

konsumen perorangan (Raman & Don, 2013).

Dalam teori UTAUT2 ini terdapat pengembangan variabel moderasi dari teori UTAUT sebelumnya, pengembangan variabel moderasi pada UTAUT2 ini terdapat tiga variabel yaitu variabel hedonic motivation, price considered, and habit. Sehingga pada teori UTAUT2 ini terdapat tujuh variabel pengukur yang merupakan penggabungan empat variabel pengukur pada teori UTAUT dan tiga variabel pengukur pada teori UTAUT2 (Muri, 2017).

Kajian Teori

Penelitian (Alfredo Sitepu, 2019) menemukan bahwa minat melakukan transaksi menggunakan aplikasi OVO di pengaruhi oleh variabel technology acceptance model. Adapun kekurangan dalam penelitian tersebut yaitu peneliti memerlukan variabel lainnya untuk mengetahui lebih lanjut minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi OVO. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada teori yang digunakan, penelitian ini menggunakan teori UTAUT sedangkan penelitian terdahulu menggunakan teori TAM. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian, yaitu meneliti penerimaan masyarakat terhadap suatu teknologi.

Rosmasari, (2021) dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa keempat variabel utama teori UTAUT ini memiliki hubungan terhadap variabel Y. Hasil dari penelitian tersebut bahwa penerimaan *E-Learning* terbilang tinggi. Kekurangan dalam penelitian tersebut yaitu hanya menggunakan satu variabel moderasi yaitu *gender*. Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada subjek penelitian, dimana subjek penelitian ini meneliti aplikasi-aplikasi dari perkembangan *fintech* sedangkan subjek penelitian terdahulu meneliti *E-Learning*. Sedangkan persamaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian, yaitu meneliti penerimaan terhadap suatu teknologi.

Metode

Penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah sebuah penelitian dengan menggunakan sumber data-data, angka, statistik, dan perhitungan-perhitungan yang akan menghasilkan data yang lebih akurat (Muri, 2017). Dengan menggunakan penelitian kuantitatif ini akan di peroleh hasil dari ke empat variabel, yaitu variabel *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *performance expectancy*.

1. Mengumpulkan Data

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik purposive sampling, teknik purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sedangkan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui media sosial kepada masyarakat Kabupaten Boyolali. Kuesioner adalah suatu cara untuk mengumpulkan data-data primer dengan menggunakan metode survei guna memperoleh opini responden (Pujihastuti, 2010). Kuesioner dikirimkan melalui berbagai sosial media dan melalui relasi-relasi peneliti, adapun sosial media yang di gunakan yaitu WhatsApp, Instagram, dan Facebook.

2. Mengolah Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini di analisis menggunakan software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 26. Adapun teknik analisis atau pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji korelasi rank spearman.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merupakan jumlah penduduk Kabupaten Boyolali dengan jumlah 1.070.247 jiwa yang mayoritas masyarakat memeluk agama islam. Sedangkan untuk jumlah sampel pada penelitian ini di hitung dengan menggunakan rumus slovin yang menunjukkan jumlah sampel 400 responden dengan tingkat eror 5%. Dengan kriteria responden memeluk agama islam dan pernah menggunakan aplikasi fintech.

Hasil dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat Kabupaten Boyolali yang memeluk agama islam dan pernah menggunakan aplikasi fintech. Karakteristik responden tersebut bertujuan agar data yang di dapat dalam penelitian ini valid karena responden pernah menggunakan aplikasi *fintech* sehingga responden dapat memberikan penilaian sebenarnya.

Profil Responden

Keterangan	Frekuensi
Responden Muslim	400
Responden Wanita	243
Responden Laki-laki	157
Usia 17-30	317
Usia 35-40	83
Masyarakat Boyolali Kota	15
Masyarakat Banyudono	30
Masyarakat Mojosongo	10
Masyarakat Karanggede	25
Masyarakat Ampel	20
Masyarakat Cepogo	21
Masyarakat Musuk	28
Masyarakat Selo	32
Masyarakat Juwangi	34
Masyarakat Kemusu	13
Masyarakat Klego	11
Masyarakat Andong	17
Mayarakat Kacangan	27
Masyarakat Simo	28
Masyarakat Nogosari	13
Masyarakat Sambu	15
Masyarakat Donohudan	10
Masyarakat Ngemplak	12
Masyarakat Sawit	12
Masyarakat Teras	27

Sumber: Olah Data, (2023)

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil dari hasil olah data menggunakan software SPSS versi 26 sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Korelasi Rank Spearman Ekpektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) dengan Penerimaan Pengguna (*Use Acceptance*)

Correlations

			PE	UA
Spearman'	PE	Correlatio n Coefficient	1,000	,436**
		Sig. (2- tailed)	.	,006
		N	400	400
	UA	Correlatio n Coefficient	,136**	1,000

		Sig. (2-tailed)	,006	.
		N	400	400

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
(Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS)

Berdasarkan tabel 1 diperoleh nilai korelasi spearman ,436** yang artinya besar korelasi antara variabel ekspektasi kinerja (Performance Expectancy) dengan penerimaan pengguna (Use Acceptance) sebesar 0,436 tergolong dalam kategori cukup, sehingga besar korelasi yang ditunjukkan tidak terlalu kuat dan tidak terlalu lemah atau sedang. Besar nilai signifikan 0,006 yang lebih kecil dari nilai alpha $\alpha = 0,05$ artinya hubungan dari variabel ekspektasi kinerja dan penerimaan pengguna signifikan dan memiliki dua arah (2-tailed). Dengan demikian, H1 diterima yang berarti memiliki hubungan antar variabel ekspektasi kinerja terhadap penerimaan pengguna pada penerimaan fintech DANA, OVO, LinkAja, ShopeePay sebagai alat transaksi elektronik masyarakat Kabupaten Boyolali.

Tabel 2. Uji korelasi Rank Spearman Ekpektasi Usaha (*Effort Expectancy*) dengan Penerimaan Pengguna (*UseAcceptance*)

			EE	UA
Spearman' srho	EE	Correlation Coefficient	1,000	,001
		Sig. (2-tailed)	.	,978
		N	400	400
	UA	Correlation Coefficient	,001	1,000
		Sig. (2-tailed)	,978	.
		N	400	400

(Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS 26)

Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai korelasi spearman,001** yang artinya besar korelasi antara variabel ekspektasi usaha (*Effort Expectancy*) dengan penerimaan pengguna (*Use Acceptance*) sebesar 0,001 tergolong dalam kategori sangat lemah, sehingga besar korelasi yang ditunjukkan sangat lemah. Besar nilai signifikan 0,978 yang lebih besar dari nilai alpha $\alpha = 0,05$ artinya tidak berhubungan dari variabel ekspektasi usaha dan penerimaan pengguna tidak signifikan dan tidak memiliki dua arah (2-tailed). Dengan demikian, H2 ditolak yang berarti tidak memiliki hubungan antara variabel ekspektasi usaha terhadap penerimaan pengguna pada penerimaan fintech DANA, OVO, LinkAja, ShopeePay sebagai alat transaksi elektronik masyarakat Kabupaten Boyolali.

Tabel 3. Uji korelasi Rank Spearman Ekpektasi Usaha (*Effort Expectancy*) dengan Penerimaan Pengguna (*Use Acceptance*)

			SI	UA

Spearman' srho	SI	Correlatio n Coefficient	1,000	,465**
		Sig. (2- tailed)	.	,000
		N	400	400
	UA	Correlatio n Coefficient	,465**	1,000
		Sig. (2- tailed)	,000	.
		N	400	400

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*
(Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS 26)

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai korelasi spearman ,465** yang artinya besar korelasi antara variabel faktor sosial (*Social Influence*) dengan penerimaan pengguna (*Use Acceptance*) sebesar 0,465 tergolong dalam kategori cukup, sehingga besar korelasi yang ditunjukkan tidak terlalu kuat dan tidak terlalu lemah atau sedang. Besar nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari nilai alpha $\alpha = 0,05$ artinya hubungan dari variabel faktor sosial dan penerimaan pengguna signifikan dan memiliki dua arah (2-tailed). Dengan demikian, H3 diterima yang berarti memiliki hubungan antara variabel faktor sosial terhadap penerimaan pengguna pada penerimaan *fintech* DANA, OVO, LinkAja, ShopeePay sebagai alat transaksi elektronik masyarakat Kabupaten Boyolali.

Tabel 4. Uji Korelasi Rank Spearman Kondisi Pemfasilitas (*Facilitating Condition*) dengan Penerimaan Pengguna (*Use Acceptance*)

			FC	UA
Spearman' srho	FC	Correlatio n Coefficient	1,000	,447**
		Sig. (2- tailed)	.	,000
		N	400	400
	UA	Correlatio n Coefficient	,447**	1,000
		Sig. (2- tailed)	,000	.
		N	400	400

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*
(Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS 26)

Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai korelasi spearman ,447** yang artinya besar korelasi antara variabel kondisi pemfasilitas (*Performance Expectancy*) dengan penerimaan pengguna (*Use Acceptance*) sebesar 0,447 tergolong dalam kategori cukup, sehingga besar korelasi yang ditunjukkan tidak terlalu kuat dan tidak terlalu lemah atau sedang. Besar nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari nilai alpha $\alpha = 0,05$ artinya hubungan dari variabel kondisi pemfasilitas dan

penerimaan pengguna signifikan dan memiliki dua arah (2- tailed). Dengan demikian, H4 diterima yang berarti memiliki hubungan antara variabel kondisi pemfasilitas terhadap penerimaan pengguna pada penerimaan *fintech* DANA, OVO, LinkAja, ShopeePay sebagai alat transaksi elektronik masyarakat Kabupaten Boyolali.

Tabel 5. Uji Korelasi antara Variabel *Effort Expectancy*(EE), dan *Use Acceptance* (UA) Moderasi *Experience* (EX)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,190 ^a	,036	,029	1,30183

a. Predictors: (Constant), X2M, EX, EE

Coefficients^a

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,461 ^a	,068	,061	1,28009

a. Predictors: (Constant), X3M, M, SI

Coefficients^a

		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Si g.
1	(Constant)	5,193	7,379		,704	,001
	SI	,566	,593	,453	,955	,002
	M	,348	,593	,259	,586	,000
	X3M	,452	,048	,341	,442	,001

a. Dependent Variable: UA

(Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS 26)

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai signifikan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dan besar korelasi 0,461 tergolong dalam kategori cukup. Dengan demikian H3a diterima yang berarti terdapat hubungan antara *Social Influence* terhadap *Use Acceptance* pada penerimaan *fintech* DANA, OVO, LinkAja, ShopeePay dll yang di moderasi *Experience*. Hasil besar korelasi 0,461 tergolong cukup, sehingga besar korelasi yang ditunjukkan tidak terlalu kuat dan tidak terlalu lemah atau sedang.

Tabel 7. Uji Korelasi antara Variabel *Facilitating Condition* (FC), dan *Use Acceptance* (UA) Moderasi *Experience* (EX)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,448 ^a	,039	,032	1,29992

Predictors: (Constant), X3M, FC, M

Coefficients^a

		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)	9,057	8,367		1,082	,002
	FC	,784	,678	,374	,423	,000
	M	,483	,659	,365	,532	,006
	X3M	,571	,470	,537	,435	,001

a. Dependent Variable: UA
(Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS 26)

Berdasarkan tabel 4.15 diperoleh nilai signifikan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dan besar korelasi 0,448 tergolong dalam kategori cukup. Dengan demikian H4a diterima yang berarti terdapat hubungan antara *Social Influence* terhadap *Use Acceptance* pada penerimaan *fintech* DANA, OVO, LinkAja, ShopeePay dll yang di moderasi *Experience*. Hasil besar korelasi 0,448 tergolong cukup, sehingga besar korelasi yang ditunjukkan tidak terlalu kuat dan tidak terlalu lemah atau sedang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai penerimaan *financial technology* menggunakan teori UTAUT, maka diambil kesimpulan bahwa Variabel ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), variabel faktor sosial (*social influence*), dan variabel kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) memiliki hubungan terhadap penerimaan pengguna (*use acceptance*) terhadap *financial technology* (*fintech*) sebagai alat transaksi elektronik masyarakat Kabupaten Boyolali, serta Variabel moderasi *experience* dalam penelitian ini dapat memperkuat hubungan variabel faktor sosial (*social influence*) dan variabel kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) yang tergolong dalam kategori cukup. Akan tetapi variabel modersi *experience* pada penelitian ini tidak dapat memperkuat hubungan salah satu variabel yaitu variabel ekspektasi usaha (*effort expectancy*)

Daftar Rujukan

- Alfredo Sitepu, J., Anggraeni Putri, S., Studi Sistem Infromasi, P., & Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri, S. (2019). Analisa Penerimaan Masyarakat Terhadap Fintech Sebagai Alat Transaksi Elektronik Menggunakan Metode Tam. *Inti Nusa Mandiri*, 13(2), 35–40. www.nusamandiri.ac.id
- Aziz, F. A. (2020). Menakar Kesyarlahan Fintech Syariah di Indonesia. *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam*, 14(1), 1–18. <https://doi.org/10.24090/mnh.v14i1.3567>
- Handayani, T., & Sudiana. (2015). Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) (Studi Kasus : Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta). *Jurnal Angkasa*, VII(2), 165–180.
- Marginingsih, R. (2021). Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi Covid-19. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 56–64. <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i1.9903>
- Mention, A. L. (2019). The Future of Fintech. *Research Technology Management*, 62(4), 59–63. <https://doi.org/10.1080/08956308.2019.1613123>
- Muri, Y. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan* (Suwito (ed.)).
- Pujihastuti. (2010). Isti Pujihastuti Abstract. *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian*, 2(1), 43–56.
- Raman, A., & Don, Y. (2013). Preservice teachers' acceptance of learning management software: An application of the UTAUT2 model. *International Education Studies*, 6(7), 157–164. <https://doi.org/10.5539/ies.v6n7p157>
- Rosmasari, R., Agus, F., & Ismail, I. (2021). Analisis Penerimaan Sistem E-Learning Menggunakan Metode Unified Theory of Acceptance And Use of Technology (UTAUT). *Jurnal Rekayasa Teknologi Informasi (JURTI)*, 5(2), 199. <https://doi.org/10.30872/jurti.v5i2.7071>
- Wicaksono, B. A., & Krisnadi, I. (2017). Analisis Pengembangan Strategi Bisnis Perusahaan Fintech Di Indonesia (Studi Kasus pada PT. Amarta Mikro Fintek). *Nn*, 1–9.
- Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.132>