

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI FINTECH OLEH MASYARAKAT: KAJIAN LITERATUR SISTEMATIS ATAS 31 STUDI EMPIRIS DI INDONESIA

Nasihah Fauzia¹; Rizky Ridwan²; Kharisma Endarty³

^{1,2}Universitas Cipasung Tasikmalaya

Jln. Borolong, Ciawi Jl. Raya Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat 46466

³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wibawa Karta Raharja

Jln. Jend. Ahmad Yani No.21, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat 41114

E-mail : nasihahfauzia3@gmail.com (Koresponding)

Abstract: The development of financial technology (fintech) in Indonesia has transformed financial services, but adoption rates still vary across segments of society. This study aims to identify and synthesize factors influencing fintech adoption based on research findings in Indonesia. The method used was a literature review of 31 national journal articles published between 2021 and 2026. Data were analyzed using content analysis, grouping variables into factor categories, and supported by frequency tabulation across 26 quantitative studies. The study results indicate that perceived usefulness and perceived ease of use are the most consistent factors influencing fintech adoption. Other dominant factors include security, digital/financial literacy, social influence, and performance expectations. Conversely, trust and perceived risk showed inconsistent results due to the influence of user characteristics and the type of fintech service. These findings provide a comprehensive map of fintech adoption factors and identify opportunities for further research on literacy aspects and differences in demographic characteristics.

Keywords: *Fintech Adoption; Financial Technology; Literature Review; Technology Acceptance Model; Indonesia*

Industri financial technology (fintech) di Indonesia tumbuh sangat pesat dalam dekade terakhir seiring meningkatnya penetrasi internet dan kepemilikan telepon pintar. Nilai transaksi pembayaran digital tercatat meningkat hingga 122,89% pada periode 2017-2021, dan jumlah penyelenggara fintech yang tergabung dalam Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) juga bertambah signifikan pada periode yang sama (Putri & Hascaryani, 2022). Pertumbuhan ini didorong oleh kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang lebih cepat, murah, dan mudah diakses dibandingkan saluran perbankan konvensional (Rivaldi & Dinaroe, 2022), sekaligus menjadi instrumen strategis pemerintah untuk memperluas inklusi keuangan pada kelompok masyarakat yang selama ini belum terlayani oleh perbankan formal (unbanked/underbanked).

Meskipun tingkat adopsi fintech secara nasional tergolong tinggi dibandingkan negara-negara Asia Tenggara lain, tingkat adopsi tersebut tidak merata. Sejumlah studi

menunjukkan bahwa penggunaan fintech pada segmen Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih rendah meskipun manfaatnya besar (Rivaldi & Dinaroe, 2022), sementara masyarakat di wilayah rural menghadapi kesenjangan antara tingginya penetrasi digital dan rendahnya adopsi fintech berbasis kepercayaan dan pemahaman (Siregar, Dewi, et al., 2025). Kondisi ini menegaskan bahwa adopsi fintech bukan semata fungsi ketersediaan teknologi, melainkan hasil interaksi kompleks antara faktor psikologis individu, faktor sosial-institusional, dan karakteristik produk fintech itu sendiri.

Literatur akademik yang membahas determinan adopsi fintech di Indonesia berkembang sangat produktif, namun cenderung terfragmentasi. Setiap studi umumnya menggunakan kerangka teori berbeda *Technology Acceptance Model* (TAM), *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), *Technology Organization Environment* (TOE), maupun

Teori Difusi Inovasi yang diterapkan pada segmen masyarakat dan jenis layanan *fintech* yang berbeda pula, mulai dari *e-wallet*, *paylater*, *QRIS*, hingga *peer-to-peer lending*. Akibatnya, muncul temuan yang saling bertentangan pada konstruk yang sama. Sebagai contoh, kepercayaan (*trust*) terbukti signifikan memengaruhi adopsi pada konteks pembayaran biaya pendidikan (Alfian et al., 2023) dan layanan *paylater* (Lesilolo et al., 2024), tetapi tidak signifikan pada konteks UMKM pengguna *QRIS* di Banda Aceh (Rivaldi & Dinaroe, 2022) maupun pengguna *fintech* di Batam (Suprpto & Farida, 2022). Pola serupa terjadi pada persepsi risiko, yang berpengaruh negatif signifikan pada satu studi (Siswanti, 2022) namun tidak signifikan pada beberapa studi lain (Wangdra & Ompusunggu, 2025).

Fragmentasi teoretis dan inkonsistensi temuan tersebut merupakan celah penelitian (*research gap*) yang eksplisit: belum tersedia kajian literatur sistematis yang memetakan, mengelompokkan, dan membandingkan faktor-faktor adopsi *fintech* dari berbagai kerangka teori dan segmen masyarakat di Indonesia secara komprehensif, khususnya yang mencakup publikasi terbaru rentang 2021-2026. Tanpa sintesis semacam ini, praktisi *fintech*, regulator, maupun akademisi kesulitan memperoleh gambaran utuh mengenai faktor mana yang secara konsisten terbukti berpengaruh lintas konteks, dan faktor mana yang bersifat kontekstual sehingga memerlukan strategi berbeda pada tiap segmen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *fintech* oleh masyarakat Indonesia berdasarkan 31 studi empiris terpublikasi; (2) mensintesis dan mengelompokkan faktor-faktor tersebut ke dalam kategori konseptual yang koheren lintas kerangka teori; serta (3) membandingkan pola adopsi antarsegmen masyarakat (UMKM, Generasi X, Generasi Z, masyarakat rural) guna merumuskan peta

konsolidasi faktor adopsi *fintech* yang dapat menjadi rujukan penelitian maupun kebijakan lanjutan.

Konsep *Fintech* dan Adopsi Teknologi

Fintech didefinisikan sebagai penggabungan antara kapabilitas layanan keuangan dan teknologi informasi yang menghasilkan produk dan proses transaksi yang lebih cepat, murah, dan efisien (Rivaldi & Dinaroe, 2022). Dalam literatur yang direview, adopsi *fintech* diukur melalui variabel dependen yang bervariasi namun secara konseptual mendekati: niat berperilaku (*behavioral intention*), sikap (*attitude*), minat penggunaan, keputusan adopsi, hingga penggunaan aktual (*actual use*). Variasi operasionalisasi inilah yang menjadi salah satu sumber perbedaan temuan antarstudi, karena niat dan perilaku aktual tidak selalu ditentukan oleh faktor yang identic sebagaimana ditunjukkan oleh Yanto et al. (2025) bahwa kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) berpengaruh terhadap niat, tetapi tidak terhadap penggunaan aktual.

Sebagian besar studi yang direview menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan Davis (1989), dengan dua konstruk inti yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebagai penentu sikap dan niat penggunaan teknologi. Kerangka kedua yang banyak digunakan adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dari Venkatesh et al. (2003), yang memperluas TAM dengan menambahkan ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Pada konteks organisasi seperti UMKM, sejumlah studi mengadopsi kerangka *Technology Organization Environment* (TOE) dari Tornatzky (1990) untuk menjelaskan adopsi pada level usaha, bukan individu semata. Satu studi (Hidayat, 2023) secara khas menerapkan Teori Difusi Inovasi Rogers (2003) dengan lima atribut inovasi keunggulan relatif,

kompatibilitas, kompleksitas, dapat diuji coba, dan dapat diamati sebagai penentu keputusan adopsi pada generasi milenial.

Penelitian Terdahulu: Perbandingan Temuan

Perbandingan lintas studi menunjukkan pola yang menarik. Pada konstruk kepercayaan, studi Alfian et al. (2023) dan Lesilolo et al. (2024) menemukan pengaruh yang signifikan pada konteks transaksi bernilai relatif tinggi atau berisiko pembayaran biaya pendidikan dan skema kredit *paylater*. Sebaliknya, Rivaldi & Dinaroe (2022) serta Suprpto & Farida (2022) menemukan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan pada konteks transaksi harian yang bernilai kecil dan familiar. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa kepercayaan lebih menjadi determinan penting ketika *stake* atau risiko transaksi dipersepsikan tinggi, dan kurang relevan pada transaksi rutin yang sudah terinternalisasi dalam kebiasaan pengguna. Pola serupa terjadi pada persepsi risiko Siswanti (2022) menemukan pengaruh negatif signifikan pada masyarakat umum di Bekasi Timur, sementara Wangdra & Ompusunggu (2025) pada mahasiswa Batam dan Rufaidah et al. (2025) pada pengguna DANA di pedesaan Majalengka justru tidak menemukan pengaruh signifikan. Perbedaan demografis (mahasiswa dan pengguna muda cenderung lebih toleran terhadap risiko) diduga menjadi penjelas, sejalan dengan temuan bahwa motivasi hedonis dan nilai harga mampu mengungguli pertimbangan risiko pada segmen mahasiswa (Wangdra & Ompusunggu, 2025).

Sementara itu, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan relatif konsisten terbukti signifikan lintas studi Rivaldi & Dinaroe (2022); Suprpto & Farida (2022); Dedy et al. (2025); Widyayanti & Insiatiningsih (2024), menguatkan validitas TAM pada konteks Indonesia. Namun demikian, studi Lesilolo et al. (2024) pada pengguna Shopee *Paylater* menemukan bahwa kemudahan penggunaan justru tidak signifikan secara parsial, sebuah

anomali yang menunjukkan bahwa pada produk kredit instan, pengguna lebih mengutamakan manfaat langsung dan kepercayaan dibandingkan kemudahan antarmuka.

Dari kajian pustaka di atas, dapat disimpulkan tiga celah penelitian utama. Pertama, belum ada upaya sintesis yang secara sistematis membandingkan faktor adopsi lintas kerangka teori (TAM, UTAUT, TOE, Difusi Inovasi) yang digunakan secara terpisah pada literatur Indonesia. Kedua, minim kajian yang secara eksplisit membandingkan pola adopsi antarsegmen masyarakat, UMKM versus individu, Generasi X versus Generasi Z, wilayah urban versus rural, temuan menunjukkan pola yang berbeda signifikan antarsegmen tersebut. Ketiga, inkonsistensi pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko belum dijelaskan secara terintegrasi sebagai fungsi dari konteks risiko transaksi dan karakteristik demografis pengguna. Penelitian ini diposisikan untuk mengisi ketiga celah tersebut melalui pendekatan *literature review* yang mensintesis 31 studi empiris terbaru

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur (*literature review*) dengan desain kualitatif berbasis analisis isi (*content analysis*), dilengkapi tabulasi frekuensi signifikansi statistik (*vote-counting analysis*) sebagai pendekatan kuantitatif pendukung untuk memetakan pola dominan lintas studi.

Sumber data penelitian adalah 31 artikel jurnal ilmiah nasional yang membahas determinan adopsi, niat, atau penggunaan *fintech*/layanan keuangan digital di Indonesia, dipublikasikan pada rentang tahun 2021-2026. Artikel bersumber dari berbagai jurnal terindeks Sinta dan Google Scholar dengan cakupan tema yang meliputi UMKM, konsumen individu, generasi tertentu (X dan Z), serta wilayah rural dan urban. Jenis layanan *fintech* yang dicakup meliputi *e-wallet*, *paylater*, QRIS,

peer-to-peer lending, digital banking, dan fintech syariah.

Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi, yaitu ekstraksi teks penuh (full-text) dari 31 artikel, difokuskan pada bagian abstrak, metode, hasil, dan pembahasan untuk memperoleh informasi mengenai variabel penelitian, ukuran sampel, teknik analisis, dan temuan signifikansi tiap hubungan variabel.

HASIL

Dari 31 studi yang direview, 26 studi (84%) merupakan penelitian kuantitatif-empiris dengan pengujian hipotesis statistik, sedangkan 5 studi lainnya bersifat kualitatif deskriptif, studi pustaka (*literature review*), atau laporan pengabdian masyarakat. Dari sisi teknik analisis, sebelas studi menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SEM-PLS/SmartPLS/AMOS), dua belas studi menggunakan regresi berganda berbasis SPSS, satu studi menggunakan mixed methods, dan enam studi bersifat deskriptif kualitatif atau SLR (lihat Grafik 2). Dominasi pendekatan SEM-PLS dan regresi berganda ini mencerminkan preferensi metodologis peneliti Indonesia terhadap pengujian model hubungan multivariat berbasis survei kuesioner, sejalan dengan tradisi penelitian pada bidang perilaku konsumen dan sistem informasi.

Dari sisi segmen yang diteliti, empat belas dari 31 studi berfokus pada pelaku UMKM, delapan studi berfokus pada segmen generasi tertentu (mahasiswa, Generasi X, dan Generasi Z), dan sisanya berfokus pada masyarakat umum atau wilayah geografis tertentu (Asahan, Magetan, Desa Timbang, Binjai). Ringkasan lengkap 31 studi disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Ringkasan 31 Studi tentang Adopsi Fintech di Indonesia (2021–2026)

N o	Penulis (Tahun)	Sampel/Fok us	Metode	Temuan Utama
1	Prastiwi, Ardani, & Hanif (2026)	UMKM (n=250)	SEM-PLS	Kepercayaa n digital menjadi prediktor terkuat, diikuti keamanan siber &

				persepsi kemudahan
2	Alfian, Ferida, & Pratama (2023)	Mahasiswa (n=171)	PLS-SEM	Kepercayaa n, manfaat, dan privasi berpengaruh ; risiko tidak berpengaruh
3	Handayani & Sartika (2024)	Data sekunder makro (n=82)	SEM-PLS	Ekonomi makro, kondisi bank umum, akses pembiayaan berpengaruh terhadap perkembang an fintech
4	Mustika, Sudirman, & Burhani (2025)	Gen Z (n=71)	Regresi berganda	Literasi keuangan syariah signifikan; transformasi digital tidak signifikan parsial
5	Fadhilah, Putro, Astuti, & Mas'adah (2025)	Gen Z (n=400)	Regresi berganda	Efektivitas paling dominan, diikuti kemudahan dan risiko
6	Rivaldi & Dinaroe (2022)	UMKM (n=130)	SEM-PLS	Kegunaan, kemudahan, norma subjektif signifikan; kepercayaan tidak signifikan
7	Novianti, Dirdia, & Leon (2025)	UMKM kuliner (n=223)	OLS	Pengalaman bisnis, pengaruh sosial, literasi keuangan digital berpengaruh positif
8	Susanti & Nurtyastuti (2025)	Pengguna Gopay (n=40)	SEM-PLS	Literasi digital, toleransi risiko, pengaruh sosial, ekspektasi kinerja signifikan
9	Yanto, Sunaryo, & Margaretha (2025)	UMKM pinjaman online (n=200)	SEM- AMOS	Enam faktor UTAUT signifikan terhadap niat; kepercayaan memoderasi niat- penggunaan
10	Arestha et al. (2025)	UMKM (n=300)	PLS-SEM	Kegunaan, kemudahan, pengaruh sosial, rasa aman, literasi keuangan

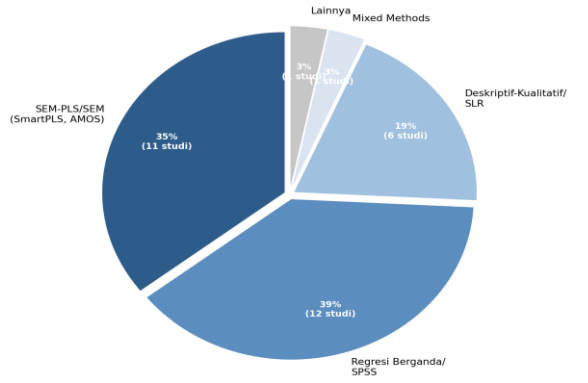
				digital sebagai model niat adopsi
11	Alisia & Puspawati (2024)	Generasi X (n=175)	SEM-PLS	Ekspektasi usaha & kinerja signifikan; kepuasan memediasi pengaruh terhadap niat
12	Suprpto & Farida (2022)	Pengguna fintech Batam (n=150)	Regresi berganda	Keamanan, kegunaan, kemudahan signifikan; citra merek & kepercayaan tidak signifikan
13	Lesilolo, Kembau, & Malae (2024)	Pengguna Shopee Paylater (n=100)	Regresi berganda	Manfaat & kepercayaan signifikan parsial; kemudahan hanya signifikan simultan
14	Dedy, Sari, & Balang (2025)	UMKM perbatasan (n=90+12 wawancara)	Mixed methods	PU, PEOU, sikap signifikan; infrastruktur & literasi jadi hambatan kualitatif
15	Riyanti, Kurniawati, Fawwaz, Sitorus, & Margaretha (2022)	Masyarakat umum (n=130)	Regresi berganda	Manfaat, citra merek, dukungan pemerintah membentuk sikap & kepercayaan
16	Hidayat (2023)	Generasi milenial (n=100)	Regresi berganda	Kelima atribut difusi inovasi (keunggulan relatif, kompatibilitas, dll.) signifikan
17	Syamfithri ani dkk. (2024)	Masyarakat Desa Timbang	Pengabdian masyarakat	Edukasi meningkatkan pemahaman fintech dari rendah ke sedang/tinggi (80%)
18	Natania, Putra, & Ramalia (2026)	UMKM (n=160)	SEM-PLS	Adopsi fintech signifikan terhadap minat menabung; literasi keuangan memoderasi
19	Utami, Bawono, & Sasongko (2023)	UMKM Watukelir (n=150)	Regresi berganda	Privasi, keamanan, keandalan, transparansi

				seluruhnya signifikan
20	Siswanti (2022)	Masyarakat Bekasi Timur (n=205)	Regresi berganda	Manfaat ekonomi & keamanan positif signifikan; risiko negatif signifikan
21	Wangdra & Ompusung (2025)	Mahasiswa Batam (n=167)	Regresi berganda	Motivasi hedonis & nilai harga signifikan; persepsi risiko tidak signifikan
22	Prislin, Lubis, Bangun, & Hendra (2025)	UMKM Binjai	Deskriptif-inferensial	Keamanan & transparansi menjadi faktor dominan pembentuk kepercayaan
23	Nur, Julianti, Waqia, Pratiwi, Sunusi, & Rika (2026)	Studi pustaka fintech syariah	Kualitatif (SLR)	Edukasi literasi, kepercayaan merek, transparansi akad mendorong adopsi
24	Anggita, Kurniawati, & Masnita (2026)	Masyarakat umum (n=273)	Kuantitatif TOE-UTAUT	Kualitas sistem paling dominan; dukungan pemerintah memoderasi sebagian jalur
25	Saputra & Ni'ami (2024)	Masyarakat Desa Selosari	Deskriptif kualitatif	Usia, pendidikan, pekerjaan, akses informasi, budaya lokal memengaruhi pemahaman fintech
26	Siregar, Dewi, Muda, Soemitra, & Yusrizal (2025)	Masyarakat Asahan (n=100)	SEM-PLS	Pemahaman & kepercayaan masyarakat signifikan terhadap inklusi keuangan berbasis fintech
27	Marniwati & Suryadi (2025)	Studi pustaka digital banking	SLR (PRISMA)	Kemudahan, kecepatan, konsistensi, keamanan mendorong pengalaman pelanggan positif
28	Sitanggang, Aulia, Wahyudi, Gradiansya	Studi kasus bank internasional	Studi literatur/kasus	Fintech meningkatkan efisiensi & inklusi

	, & Putri (2024)			namun terkendala regulasi & risiko siber
29	Putri & Hascaryani (2022)	Gen X & Gen Z (n=96+96)	Regresi berganda	Pengetahuan konsumen dominan pada Gen X; kemudahan dominan pada Gen Z
30	Rufaidah, Lestari, & Trijumansyah (2025)	Pengguna DANA Desa Margajaya	Regresi berganda	Kepercayaan signifikan positif; persepsi risiko tidak signifikan
31	Widyayanti & Insiatiningsih (2024)	UMKM pengguna QRIS DIY	Smart PLS-SEM	Kepercayaan digital memengaruhi kemudahan; rangkaiannya mendukung niat & penggunaan aktual

Sumber: Diolah oleh peneliti dari 31 artikel jurnal yang direview (2026)

Grafik 1. Distribusi Metode dan Teknik Analisis Data pada 31 Jurnal yang Direview



Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

Faktor-Faktor Dominan dalam Adopsi *Fintech*

Hasil tabulasi frekuensi terhadap 26 studi kuantitatif-empiris menunjukkan sembilan kategori faktor yang paling sering diuji, sebagaimana disajikan pada Tabel 2 dan Grafik 1. Lima kategori faktor tercatat signifikan pada seluruh (100%) studi yang mengujinya, yaitu keamanan, literasi digital/keuangan, pengaruh sosial, dan ekspektasi kinerja selain persepsi kegunaan yang juga signifikan pada seluruh sembilan

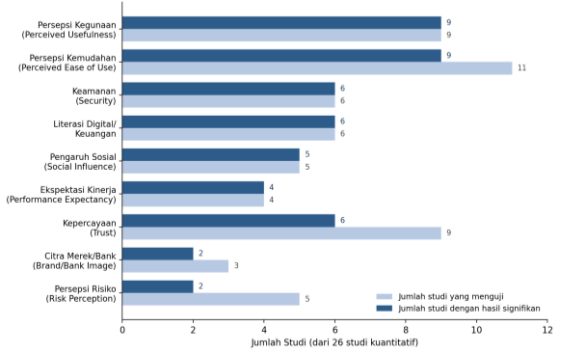
studi yang mengujinya.

Tabel 2. Frekuensi Pengujian dan Signifikansi Kategori Faktor Adopsi *Fintech*

Kategori Faktor	Jumlah Studi Menguj i	Jumlah Signifika n	% Signifika n
Persepsi Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>)	9	9	100%
Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>PEU/Effort Expectancy</i>)	11	9	82%
Keamanan (<i>Security/Cybersecurity</i>)	6	6	100%
Literasi Digital/Keuangan	6	6	100%
Pengaruh Sosial (<i>Social Influence/Norma Subjektif</i>)	5	5	100%
Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>)	4	4	100%
Kepercayaan (<i>Trust</i>)	9	6	67%
Citra Merek/Bank (<i>Brand/Bank Image</i>)	3	2	67%
Persepsi Risiko (<i>Risk Perception</i>)	5	2	40%

Sumber: Diolah oleh peneliti dari 26 studi kuantitatif-empiris (2026)

Grafik 2. Frekuensi Pengujian dan Signifikansi Faktor-faktor Adopsi *Fintech* pada 26 Studi Kuantitatif



Sumber: Diolah oleh peneliti (2026)

PEMBAHASAN

Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) konsisten menjadi faktor paling kuat dan stabil, signifikan pada seluruh sembilan studi yang mengujinya Rivaldi & Dinaroe (2022); Suprpto & Farida (2022); Yanto et al. (2025); Dedy et al. (2025); Putri & Hascaryani (2022); Widyayanti & Insiatiningsih (2024). Temuan ini

memperkuat validitas asumsi dasar TAM bahwa manfaat yang dirasakan pengguna efisiensi waktu, penghematan biaya, dan kemudahan akses layanan keuangan merupakan pertimbangan rasional utama yang mendorong keputusan adopsi teknologi keuangan, tanpa terkecuali pada konteks Indonesia yang heterogen secara demografis. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use/effort expectancy*) juga menunjukkan pengaruh yang kuat, signifikan pada sembilan dari sebelas studi yang mengujinya (82%). Dua pengecualian terjadi pada studi tentang kepercayaan generasi X (Alisia & Puspawati, 2024), pada jalur langsung terhadap niat) dan Shopee Paylater (Lesilolo et al., 2024). Pada kasus terakhir, kemudahan hanya signifikan secara simultan bersama manfaat dan kepercayaan, tetapi tidak signifikan secara parsial yang mengindikasikan bahwa pada produk kredit instan, kemudahan antarmuka bukan lagi diferensiator utama karena hampir seluruh platform paylater di Indonesia telah menawarkan pengalaman pengguna yang relatif seragam dan mudah.

Faktor Keamanan (*security/cybersecurity*) signifikan pada keenam studi yang mengujinya tanpa terkecuali (Prastiwi et al., n.d.); (Yanto et al., 2025); (Suprpto & Farida, 2022); (Utami et al., 2023); (Siswanti, 2022); (Prislin et al., 2024). Konsistensi ini relevan dengan maraknya kasus kebocoran data dan pinjaman online ilegal di Indonesia (Saputra & Ni'ami, 2024), yang membuat aspek keamanan sistem menjadi prasyarat mutlak sebelum pengguna baik individu maupun pelaku UMKM yang bersedia mengadopsi layanan fintech.

Literasi digital/keuangan juga signifikan pada seluruh studi yang mengujinya (Mustika et al., 2025); (Novianti et al., 2025); (Susanti & Nurtyastuti, 2025); (Natania et al., 2026); (Siregar, Dewi, et al., 2025), baik sebagai variabel independen langsung maupun sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara adopsi fintech dan hasil perilaku seperti minat menabung. Pengaruh sosial (*social influence/norma subjektif*) dan ekspektasi

kinerja (*performance expectancy*), dua konstruk inti UTAUT juga terbukti signifikan pada seluruh studi yang mengujinya, menegaskan relevansi kerangka UTAUT pada konteks masyarakat Indonesia yang kolektivistik, di mana keputusan individu turut dipengaruhi lingkungan sosial terdekat.

Faktor dengan Hasil Tidak Konsisten

Kepercayaan signifikan pada enam dari sembilan studi yang mengujinya sebagai anteseden langsung (67%), dan signifikan sebagai variabel moderasi pada studi Yanto et al. (2025) yang menghubungkan niat berperilaku dengan penggunaan aktual. Pola ini menguatkan argumen bahwa kepercayaan bersifat kontekstual: semakin tinggi nilai transaksi atau risiko finansial yang dipersepsikan (pembayaran pendidikan, kredit paylater, pinjaman daring, inklusi keuangan di wilayah rural yang minim literasi), semakin krusial peran kepercayaan; sebaliknya pada transaksi rutin bernilai kecil, faktor kepercayaan cenderung sudah terinternalisasi dan tidak lagi menjadi diferensiator statistik yang signifikan.

Persepsi risiko menunjukkan pola paling tidak konsisten, signifikan hanya pada dua dari lima studi yang mengujinya (40%), itu pun dengan arah pengaruh yang bervariasi negatif signifikan pada masyarakat umum (Siswanti, 2022) tetapi justru positif pada Generasi Z (Fadhilah et al., 2025). Pada tiga studi lainnya yang menasar mahasiswa dan pengguna pedesaan (Alfian et al., 2023); (Wangdra & Ompusunggu, 2025); (Rufaidah et al., 2025), risiko tidak terbukti berpengaruh signifikan. Pola ini mengindikasikan bahwa sensitivitas terhadap risiko sangat bergantung pada usia dan pengalaman finansial pengguna, generasi muda yang tumbuh dengan ekosistem digital cenderung mendiskon pertimbangan risiko karena telah terbiasa dengan mekanisme keamanan digital, sementara masyarakat umum dengan literasi keuangan lebih rendah tetap mempertimbangkan risiko secara serius.

Citra merek/bank (*brand/bank*)

image) juga menunjukkan hasil campuran yang signifikan pada studi Riyanti et al. (2021) dan Anggita et al. (2026), tetapi tidak signifikan pada studi Suprpto & Farida (2022). Perbedaan ini kemungkinan dipengaruhi oleh jenis penyelenggara *fintech* yang diteliti: pada layanan yang diselenggarakan oleh bank atau institusi mapan, citra menjadi faktor kepercayaan penting, sementara pada *fintech* startup independen, citra merek belum cukup terbentuk untuk memengaruhi keputusan pengguna.

Faktor Kontekstual dan Institusional

Selain faktor psikologis individu, beberapa studi mengungkap faktor institusional dan struktural yang turut menentukan adopsi *fintech*. Anggita et al. (2026) menemukan bahwa kualitas sistem (*system quality*) menjadi prediktor paling dominan dalam model gabungan TOE-UTAUT, mengungguli citra bank dan pengaruh sosial, sementara dukungan pemerintah (*government support*) terbukti memoderasi hubungan antara *electronic word of mouth* dan kualitas sistem terhadap niat penggunaan. Pada level makro, Handayani & Sartika (2025) menunjukkan bahwa kondisi ekonomi makro dan akses pembiayaan turut memengaruhi perkembangan *fintech* secara agregat di Indonesia, mengingatkan bahwa adopsi *fintech* tidak semata ditentukan oleh persepsi individu, tetapi juga oleh kondisi struktural sistem keuangan nasional.

Studi Hidayat (2023) memberikan perspektif alternatif melalui Teori Difusi Inovasi, menemukan bahwa keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, dapat diuji coba, dan dapat diamati seluruhnya berpengaruh signifikan terhadap keputusan adopsi sistem pembayaran *fintech* pada generasi milenial. Temuan ini melengkapi TAM dan UTAUT dengan menegaskan bahwa karakteristik inovasi itu sendiri seberapa mudah *fintech* dicoba dan diamati manfaatnya oleh calon pengguna lain turut menjadi determinan penting yang independen dari persepsi kegunaan dan kemudahan semata. Sementara itu, anteseden pembentuk

kepercayaan seperti privasi, keandalan, dan transparansi Utami et al. (2023); Prislina et al. (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan bukan variabel tunggal, melainkan hasil interaksi beberapa dimensi kualitas layanan yang perlu dibangun secara simultan oleh penyelenggara *fintech*.

Perbedaan Antarsegmen Masyarakat

Perbandingan lintas segmen menunjukkan pola adopsi *fintech* yang berbeda. Pada UMKM, hambatan lebih bersifat struktural, seperti keterbatasan infrastruktur, rendahnya literasi keuangan, dan kebiasaan pencatatan manual (Dedy et al., 2025). Studi wilayah perbatasan Indonesia–Malaysia juga menunjukkan kesiapan infrastruktur dan regulasi di Malaysia mendorong adopsi lebih tinggi, menegaskan pengaruh faktor lingkungan makro.

Antargenerasi, Putri & Hascaryani (2022) menemukan pengetahuan konsumen dominan pada Generasi X, sedangkan persepsi kemudahan dominan pada Generasi Z. Alisia & Puspawati (2024) menunjukkan ekspektasi usaha dan kinerja pada Generasi X memengaruhi niat penggunaan melalui kepuasan, sehingga pengalaman positif berperan dalam adopsi berkelanjutan.

Secara regional, Asahan dan Magetan menunjukkan paradoks kesiapan digital tanpa literasi *fintech*: akses internet tinggi, tetapi adopsi rendah akibat keterbatasan pemahaman dan kepercayaan (Siregar et al., 2025; Saputra & Ni'ami, 2024). Edukasi sederhana di Desa Timbang meningkatkan pemahaman 80% peserta, menunjukkan kesenjangan literasi rural dapat diatasi melalui intervensi terjangkau (Syamfithriani et al., 2024).

Insight Utama dan Kontribusi Penelitian

Sintesis 31 studi ini menghasilkan tiga insight utama. Pertama, faktor adopsi *fintech* di Indonesia dapat dipetakan ke dalam tiga lapis determinan: (a) faktor psikologis-individu yang bersifat universal dan konsisten signifikan lintas konteks persepsi kegunaan, persepsi kemudahan,

keamanan, literasi, pengaruh sosial, dan ekspektasi kinerja; (b) faktor relasional yang bersifat kontekstual kepercayaan, persepsi risiko, dan citra merek, yang kekuatan pengaruhnya bergantung pada tingkat risiko transaksi dan karakteristik demografis pengguna; serta (c) faktor institusional-struktural kualitas sistem, dukungan pemerintah, dan kondisi makroekonomi, yang menentukan adopsi pada level agregat maupun organisasi.

Kedua, penelitian ini mengonfirmasi bahwa TAM dan UTAUT tetap menjadi kerangka paling relevan untuk konteks Indonesia dilihat dari konsistensi hasil pengujian, namun keduanya perlu dilengkapi dengan konstruk kepercayaan kontekstual dan faktor institusional agar mampu menjelaskan variasi adopsi antarsegmen secara lebih komprehensif sejalan dengan kecenderungan studi terbaru (2025-2026) yang mulai menggabungkan TOE dan UTAUT secara simultan (Anggita dkk., 2026).

Ketiga, dan menjadi kontribusi utama penelitian ini, adalah teridentifikasinya "kesenjangan literasi-kepercayaan" (*literacy-trust gap*) di wilayah rural sebagai target kebijakan prioritas: penetrasi digital yang tinggi tidak otomatis diterjemahkan menjadi adopsi fintech tanpa disertai literasi dan pembangunan kepercayaan yang memadai. Temuan ini berimplikasi praktis bahwa strategi peningkatan adopsi fintech di wilayah rural memerlukan pendekatan edukatif dan pembangunan kepercayaan yang berbeda dari strategi berbasis peningkatan kemudahan teknis semata yang lebih relevan bagi segmen urban dan generasi muda.

SIMPULAN

Penelitian ini mengidentifikasi dan mensintesis faktor-faktor yang memengaruhi adopsi fintech di Indonesia berdasarkan 31 studi empiris periode 2021–2026. Faktor yang konsisten signifikan lintas studi meliputi persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, keamanan, literasi digital/keuangan, pengaruh sosial, dan ekspektasi kinerja. Kepercayaan, persepsi risiko, dan citra merek menunjukkan pengaruh kontekstual yang bergantung pada

risiko transaksi dan karakteristik pengguna. Sementara itu, kualitas sistem, dukungan pemerintah, dan kondisi makroekonomi relevan pada tingkat organisasi dan agregat. Secara praktis, penyelenggara fintech perlu memperkuat keamanan dan kemudahan antarmuka serta membangun kepercayaan, khususnya pada produk berisiko tinggi. Regulator perlu memperluas edukasi keuangan digital, terutama di wilayah rural. Kajian ini terbatas karena menggunakan literatur naratif tanpa pembobotan effect size dan berpotensi bias publikasi. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan meta-analisis kuantitatif, studi longitudinal, serta perbandingan rural-urban untuk menguji peran literasi dan kepercayaan secara lebih komprehensif.

DAFTAR RUJUKAN

- Alfian, M., Ferida, A., & Pratama, A. N. A. (2023). Faktor Kunci Adopsi Fintech dalam Moda Pembayaran Biaya Pendidikan (Studi pada Mahasiswa Politeknik Harapan Bersama). *Owner*, 7(3), 2577–2589.
<https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1449>
- Alisia, S. N., & Puspawati, D. (2024). Adopsi Penggunaan Layanan Digital Fintech pada Generasi X di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 17(2), 349–365.
<https://doi.org/10.51903/kompak.v17i2.2072>
- Anggita, M. E., Kurniawati, & Masnita, Y. (2026). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Fintech di Indonesia : Pendekatan Kuantitatif Berbasis Model TOE dan UTAUT*. 11.
- Arestha, R., Afifah, N., & Mastaruddin. (2025). Mendorong Transformasi Digital UMKM: Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Adopsi Fintech di Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 14(2), 948–961.

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, (13(3)), 319–340.
<https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Dedy, Sari, M., & Balang, F. (2025). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Adopsi Fintech oleh UMKM di Wilayah Perbatasan Indonesia-Malaysia. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 23(1), 64–78.
<https://doi.org/10.53512/valid.v23i1.595>
- Fadhilah, S. A. N., Putro, G. M. H., Astuti, S. Y., & Mas'adah, N. (2025). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Fintech pada Generasi Z: Analisis Kemudahan, Efektivitas, dan Risiko. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 7(2), 779–795.
<https://doi.org/10.33503/ecoducation.v7i2.1804>
- Handayani, W., & Sartika, D. (2025). *Determinan Perkembangan Financial Technology (Fintech) Di Indonesia*. 9(2), 154–166.
- Hidayat, A. R. (2023). Analisis Adopsi Penggunaan Sistem Pembayaran Fintech pada Generasi Milenial Menggunakan Teori Difusi Inovasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 117–132.
<https://doi.org/10.32502/jimn.v13i2.6974>
- Lesilolo, R. A. A., Kembau, A. S., & Malae, F. E. (2024). Menilai Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Adopsi Layanan Paylater: Perspektif Pengguna Shopee Paylater di Jakarta. *Digismantech (Jurnal Program Studi Bisnis Digital)*, 4(1).
<https://doi.org/10.30813/digismantech.v4i1.5956>
- Mustika, R., Sudirman, I. F., & Burhani, H. H. (2025). Literasi keuangan syariah dan transformasi digital: Analisis Perilaku Gen Z dalam penggunaan fintech. *Journal of Accounting and Digital Finance*, 5(1), 107–119.
<https://doi.org/10.53088/jadfi.v5i1.1870>
- Natania, T., Putra, I., & Ramalia, A. (2026). Apakah Literasi Keuangan Memperkuat Pengaruh Program Tabungan Emas dan Adopsi Fintech terhadap Minat Menabung UMKM? 11(01), 80–89.
<https://doi.org/10.22437/jaku.v11i01.54143>
- Novianti, P. N., Dirdia, R., & Leon, M. F. (2025). Pengaruh Pengalaman Bisnis dan Sosial Terhadap Perilaku Fintech Dimediasi Oleh Literasi Keuangan Pada UMKM Kuliner Di Jakarta Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 14(2), 394–411.
- Prastiwi, T. P., Ardani, A. M., & Hanif, A. (n.d.). Pengaruh Keamanan Siber , Kepercayaan Digital , dan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Adopsi Layanan Keuangan Digital pada Pelaku UMKM.
- Prislin, L. C., Lubis, I. C., Bangun, P. R. B., & Hendra. (2024). Analisis Tingkat Kepercayaan UMKM Terhadap Layanan Fintech di Kota Binjau. 2, 306–312.
- Putri, P. E. T., & Hascaryani, T. D. (2022). Faktor-faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Fintech Sebagai Alat Pembayaran Digital. 1(4), 658–670.
- Rivaldi, S., & Dinaroe, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Fintech Pada Umkm Di Kota Banda Aceh Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 7(1), 1–15.
<https://doi.org/10.24815/jimeka.v7i1.20309>
- Riyanti, Y. E., Kurniawati, A. A., Fawwaz, E., Sitorus, H., & Margaretha, F. (2021). Faktor-faktor Yang

- Mempengaruhi Minat Dalam Mengadopsi Layanan Fintech*. 7(2), 167–186.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations, Diffusion of innovations -- Study and teaching* (Free Press).
- Rufaidah, F., Lestari, I., & Trijumansyah, A. (2025). Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan (Trust) Terhadap Adopsi Layanan Fintech: Studi Kasus Pada Layanan Pembayaran Digital Dana Masyarakat di Desa Margajaya – Majalengka. *Techno Bahari*, 12(1), 7–14. <https://doi.org/10.52234/tb.v12i1.340>
- Saputra, M. R. E., & Ni'ami, M. (2024). *Analisis Pentingnya Kesadaran Hukum Masyarakat Dalam Menggunakan Teknologi Fintech*.
- Siswanti, T. (2022). Analisis Pengaruh Manfaat Ekonomi, Keamanan Dan Risiko. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsurja*, 7(2), 89–105.
- Suprpto, Y., & Farida, F. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Trust, Security, Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Terhadap Adoption Intention Fintech Di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 319–332. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.569>
- Susanti, & Nurtyastuti, T. (2025). *Perspektif Perilaku dalam Niat Adopsi Financial Technology: Peran Literasi Digital, Toleransi Risiko dan Pengaruh Sosial*. 26(2), 178–193.
- Syamfithriani, T. S., Herlina, E., & Mirantika, N. (2024). Membangun Kesadaran dan Keamanan Penggunaan Fintech di Masyarakat Desa Timbang Kecamatan Cigandamekar Kabupaten Kuningan. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 3(2), 79–83. <https://doi.org/10.25134/jise.v3i2.77>
- Siregar, T. H., Dewi, N. A., Muda, I., & Yusrizal, A. S. (2025). Pengaruh Pemahaman dan Tingkat Kepercayaan Masyarakat Terhadap Rendahnya Inklusi Keuangan Berbasis Fintech di Kabupaten Asahan. *Jurnal Sharia Economica*, 4(4).
- Tornatzky, L. G. (1990). *The processes of technological innovation*. Lexington Books.
- Utami, S. B., Bawono, A. D. B., & Sasongko, N. (2023). Pengaruh Privasi, Keamanan, Keandalan, dan Transparansi Terhadap Minat Penggunaan Payment Fintech UMKM di Watukelir. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 228–239. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15976>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wangdra, J., & Ompusunggu, H. (2025). Pengaruh Hedonic Motivation, Price Value Dan Risk Perception Terhadap Fintech Adoption Pada Kalangan Mahasiswa Di Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 7(3), 1–9. <https://doi.org/10.33884/scientiajourn.v7i3.9660>
- Widayanti, E. R., & Insiatiningsih. (2024). *Pengaruh Digitalisasi Terhadap Adopsi Teknologi UMKM Dalam Menggunakan Alat Pembayaran QRIS*. 2(1), 306–312.
- Yanto, D. O., Sunaryo, E., & Margaretha, F. (2025). *Adopsi Fintech Terhadap Niat Berperilaku dan Pengguna Sebenarnya Dengan Kepercayaan Sebagai Moderasi Pada UMKM*. 7(2), 684–704