



Makna Kepercayaan dan Risiko dalam Adopsi Fintech oleh UMKM: Pendekatan Fenomenologi

Moh. Aminollah Hamzah*
Universitas Islam Madura
Email : hamzahmni@gmail.com

Leily Nur Indah Fitriana
Universitas Madura
Email : leilyfitria@unira.ac.id

Mohammad Faris
Universitas Madura
Email : faris@unira.ac.id

Astri Furqani
Universitas Wiraraja
Email : astri@wiraraja.ac.id

*Penulis korespondensi **

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi makna kepercayaan dan persepsi risiko dalam adopsi financial technology oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) melalui pendekatan fenomenologi. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) melalui wawancara mendalam terhadap pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berkembang melalui pengalaman penggunaan yang berulang serta pengaruh sosial, sementara persepsi risiko terbentuk dari pengalaman negatif dan ketidakpastian yang dirasakan. Keputusan adopsi fintech merupakan hasil interaksi dinamis antara kepercayaan dan risiko yang dimediasi oleh pengalaman individu. Penelitian ini menawarkan kontribusi teoretis berupa model adopsi fintech berbasis pengalaman yang memperluas perspektif adopsi teknologi dari pendekatan rasional menuju pendekatan berbasis makna dan pengalaman. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengembang fintech dan pembuat kebijakan dalam meningkatkan kepercayaan pengguna dan mendorong inklusi keuangan digital yang lebih efektif.

Kata kunci : Fintech; Kepercayaan; Persepsi Risiko; UMKM; Fenomenologi

Abstract

This study aims to explore the meaning of trust and risk perception in the adoption of financial technology by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through a phenomenological approach. The study employed qualitative methods with Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) through in-depth interviews with MSME owners. The results indicate that trust develops through repeated usage experiences and social influence, while risk perception is formed from negative experiences and perceived uncertainty. Fintech adoption decisions are the result of a dynamic interaction between trust and risk, mediated by individual experience. This study offers a theoretical contribution in the form of an experience-based fintech adoption model that broadens the perspective of technology adoption from a rational approach to a meaning-based and experiential approach. These findings provide important implications for fintech developers and policymakers in increasing user trust and promoting more effective digital financial inclusion.

Keywords: Fintech; Trust; Risk Perception; MSMEs; Phenomenology

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital telah mendorong transformasi fundamental dalam sistem keuangan, dengan financial technology (fintech) menjadi salah satu pilar utama dalam memperluas akses dan efisiensi layanan keuangan. Di Indonesia, pertumbuhan fintech menunjukkan tren yang sangat signifikan, ditandai dengan meningkatnya penggunaan pembayaran digital, layanan peer-to-peer lending, serta integrasi sistem keuangan berbasis teknologi dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Bank Indonesia melaporkan bahwa transaksi pembayaran digital, termasuk QRIS, terus mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya jumlah pengguna dan merchant, yang sebagian besar berasal dari sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini menunjukkan bahwa fintech telah menjadi bagian integral dalam ekosistem ekonomi digital nasional.

Dalam kerangka teoritis, adopsi teknologi umumnya dijelaskan melalui model seperti Technology Acceptance Model (Davis, 1989) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Venkatesh et al., 2012), yang menekankan peran persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan dalam mendorong niat adopsi. Namun demikian, dalam konteks fintech, pendekatan tersebut dinilai belum sepenuhnya mampu menjelaskan kompleksitas perilaku pengguna, khususnya pada pelaku UMKM yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan literasi digital yang beragam.

Studi empiris menunjukkan bahwa adopsi fintech tidak hanya ditentukan oleh faktor rasional, tetapi

juga sangat dipengaruhi oleh kepercayaan (trust) dan persepsi risiko (perceived risk) (Gefen et al., 2003; Kim et al., 2008). Kepercayaan menjadi faktor krusial dalam lingkungan digital yang minim interaksi langsung, di mana pengguna harus mempercayai sistem teknologi dan penyedia layanan dalam mengelola transaksi dan data keuangan mereka (Pavlou, 2003). Di sisi lain, persepsi risiko—yang meliputi risiko keamanan, privasi, dan potensi kerugian finansial—sering kali menjadi hambatan utama, terutama bagi UMKM yang belum memiliki pengalaman atau pemahaman yang memadai terhadap teknologi digital.

Di Indonesia, meskipun adopsi fintech meningkat, masih terdapat kesenjangan yang signifikan dalam tingkat penggunaan di kalangan UMKM. Sebagian pelaku usaha menunjukkan antusiasme terhadap kemudahan yang ditawarkan, sementara sebagian lainnya masih bersikap skeptis dan enggan untuk mengadopsi teknologi tersebut. Fenomena ini mengindikasikan bahwa keputusan adopsi fintech tidak semata-mata bersifat rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman subjektif, interaksi sosial, serta konteks budaya yang membentuk persepsi pengguna terhadap teknologi.

Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih didominasi oleh pendekatan kuantitatif yang memposisikan kepercayaan dan risiko sebagai variabel dalam model struktural. Pendekatan ini cenderung mengabaikan dimensi pengalaman dan makna yang dibangun oleh pengguna dalam kehidupan nyata. Akibatnya, pemahaman yang

dihasilkan menjadi terbatas pada hubungan antar variabel, tanpa mampu menjelaskan bagaimana dan mengapa kepercayaan dan risiko terbentuk serta mempengaruhi keputusan adopsi

LITERATUR REVIEW

Teori Adopsi Teknologi dalam Konteks Fintech

Kajian adopsi teknologi secara umum banyak merujuk pada model seperti Technology Acceptance Model (Davis, 1989) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Venkatesh et al., 2012). Model tersebut menjelaskan bahwa individu akan mengadopsi teknologi apabila mereka memandang teknologi tersebut bermanfaat (*perceived usefulness*) dan mudah digunakan (*perceived ease of use*).

Namun dalam konteks fintech, pendekatan ini memiliki keterbatasan. Fintech tidak hanya melibatkan interaksi antara manusia dan teknologi, tetapi juga menyangkut transaksi keuangan yang sarat risiko dan ketidakpastian. Oleh karena itu, faktor seperti kepercayaan dan persepsi risiko menjadi sangat dominan dalam mempengaruhi keputusan adopsi.

Dengan demikian, penelitian ini tidak menolak TAM dan UTAUT2, tetapi mengembangkan dan mengkritisi model tersebut dengan memasukkan dimensi pengalaman (*experience-based perspective*)

Teori Kepercayaan (*Trust Theory*)

Kepercayaan merupakan faktor fundamental dalam transaksi digital, terutama karena tidak adanya interaksi langsung antara pengguna dan penyedia layanan. Dalam konteks fintech, kepercayaan dapat

dipahami sebagai keyakinan pengguna bahwa sistem teknologi dan penyedia layanan akan bertindak secara andal, aman, dan tidak merugikan.

Gefen et al. (2003) menjelaskan bahwa kepercayaan mencakup beberapa dimensi: Integrity (kejujuran sistem/penyedia), Ability (kemampuan sistem dalam menjalankan fungsi), Benevolence (niat baik penyedia layanan). Dalam fintech, kepercayaan berkembang melalui: Pengalaman penggunaan, Rekomendasi social, Persepsi keamanan system. Dalam pendekatan fenomenologi, kepercayaan tidak dipandang sebagai variabel statis, tetapi sebagai makna yang dibentuk melalui pengalaman hidup pengguna

Teori Persepsi Risiko (*Perceived Risk Theory*)

Persepsi risiko merujuk pada ketidakpastian dan potensi kerugian yang dirasakan pengguna dalam menggunakan teknologi (Pavlou, 2003). Dalam fintech, risiko menjadi sangat penting karena berkaitan langsung dengan aspek keuangan.

Jenis risiko dalam fintech meliputi: 1. Risiko finansial (kehilangan uang); 2. Risiko keamanan (fraud, hacking); 3. Risiko privasi (kebocoran data); dan 4. Risiko teknologi (error sistem)

Kim et al. (2008) menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi risiko, maka semakin rendah kemungkinan adopsi teknologi. Namun, dalam konteks fenomenologi: Risiko tidak hanya bersifat objektif, tetapi juga dikonstruksi secara subjektif berdasarkan pengalaman dan persepsi individu

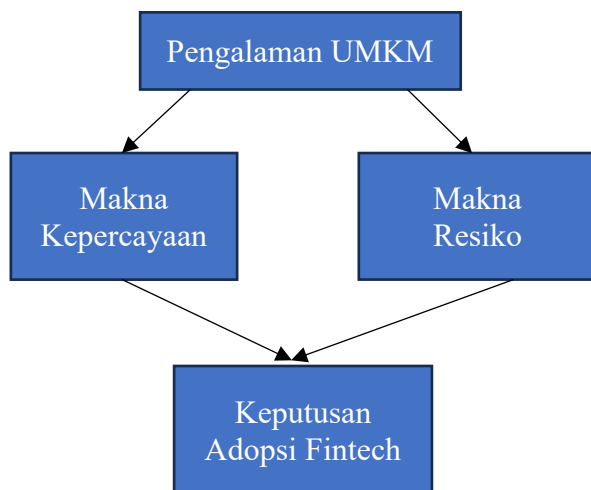
Pendekatan Fenomenologi dalam Penelitian Ekonomi Digital

Pendekatan fenomenologi yang berakar pada pemikiran Edmund Husserl menekankan pada pemahaman pengalaman hidup (*lived experience*) dan makna yang dibangun individu terhadap suatu fenomena. Dalam penelitian ini, fenomenologi digunakan untuk: 1. Menggali pengalaman UMKM dalam menggunakan fintech; 2. Memahami bagaimana mereka memaknai kepercayaan dan risiko; dan 3. Mengungkap struktur makna di balik keputusan adopsi

Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya menjawab “apa” dan “berapa”, tetapi juga: “bagaimana” dan “mengapa” pengalaman tersebut terjadi

Kerangka Konseptual Penelitian

Penelitian ini mengembangkan kerangka konseptual berbasis pengalaman sebagai berikut:



Gambar 1. Model konseptual

Dalam kerangka ini: 1. Pengalaman menjadi sumber utama pembentukan makna; 2. Kepercayaan dan risiko bersifat

subjektif dan dinamis; dan 3. Keputusan adopsi merupakan hasil interpretasi pengalaman. Model konseptual dalam penelitian ini adalah pengalaman UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi interpretative *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami makna pengalaman hidup (*lived experience*) pelaku UMKM dalam mengadopsi fintech, khususnya terkait kepercayaan (*trust*) dan persepsi risiko (*perceived risk*).

Pendekatan fenomenologi berakar pada pemikiran Edmund Husserl yang menekankan eksplorasi pengalaman subjektif individu dan bagaimana makna dibentuk melalui kesadaran. Dalam konteks ini, penelitian tidak berfokus pada pengujian hubungan variabel seperti pada model Technology Acceptance Model atau Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2, melainkan pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman dan interpretasi pelaku UMKM terhadap fintech.

Lokasi Penelitian: Penelitian dilakukan pada pelaku UMKM di Kabupaten Pamekasan. Subjek Penelitian (Informan): Informan penelitian adalah pelaku UMKM yang memiliki pengalaman dalam menggunakan fintech. Kriteria Informan yaitu: 1. Menggunakan fintech (QRIS, e-wallet, atau pinjaman digital); 2. Memiliki pengalaman minimal 6 bulan; 3. Pernah mengalami pengalaman positif maupun negative; dan 4. Bersedia diwawancarai secara

mendalam. Jumlah Informan: 10–20 informan (sesuai prinsip data saturation). Teknik Sampling dalam penelitian ini adalah Purposive sampling (berdasarkan kriteria tertentu) yang dilanjutkan dengan snowball sampling jika diperlukan.

Data Primer: Hasil wawancara mendalam dengan informan. Catatan observasi. Data Sekunder: Dokumen terkait penggunaan fintech, Laporan kebijakan (BI dan OJK), Literatur ilmiah.

Teknik Pengumpulan Data diantaranya: 1. Wawancara Mendalam (In-depth Interview) merupakan teknik utama untuk menggali pengalaman subjektif informan. Karakteristik: a. Semi-terstruktur; b. Fleksibel dan eksploratif; c. Berbasis pengalaman pribadi. Contoh pertanyaan: a. “Bagaimana pengalaman Anda menggunakan fintech dalam usaha?”; b. “Apa yang membuat Anda percaya atau tidak percaya?”; c. “Apakah Anda pernah mengalami risiko atau kerugian?”; 2. Observasi (Opsional) yaitu: a. Mengamati penggunaan fintech dalam aktivitas usaha; b. Memahami konteks sosial dan lingkungan; serta 3. Dokumentasi diantaranya: a. Bukti transaksi; b. Catatan keuangan; dan c. Screenshot aplikasi (jika relevan)

Teknik Analisis Data dalam penelitian ini menggunakan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). Langkah-langkah analisis: 1. Transkripsi Data. Mengubah hasil wawancara menjadi teks; 2. Reading & Re-reading. Membaca data secara berulang untuk memahami konteks; 3. Initial Coding. Mengidentifikasi kata kunci dan makna awal; 4. Developing Themes. Mengelompokkan kode menjadi tema; 5. Interpretasi Makna.

Mengkaji makna pengalaman (trust & risk); 6. Cross-case Analysis. Membandingkan antar informan.

HASIL PENELITIAN

Profil dan Karakteristik Informan

Penelitian ini melibatkan 12 informan pelaku UMKM yang telah menggunakan fintech (QRIS, e-wallet, dan pembayaran digital lainnya). Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan mempertimbangkan pengalaman penggunaan fintech.

Karakteristik Informan: 1. Sektor usaha: Kuliner, retail, jasa; 2. Lama usaha: 2–10 tahun; 3. Pengalaman fintech: 6 bulan – 3 tahun; dan 4. Jenis fintech: QRIS, e-wallet, mobile banking. Secara umum, informan menggunakan fintech untuk: a. Mempercepat transaksi; b. Mengurangi penggunaan uang tunai; c. Meningkatkan efisiensi operasional. Namun, tingkat kepercayaan dan persepsi risiko bervariasi antar informan.

Proses Analisis Data

Analisis dilakukan menggunakan pendekatan Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) dengan tahapan: 1. Transkripsi wawancara; 2. Pembacaan berulang (reading & re-reading); 3. Initial coding; 4. Pengembangan tema (emergent themes); 5. Interpretasi makna; dan 6. Analisis lintas kasus (cross-case analysis).

Dari proses ini diperoleh 5 tema utama dan beberapa subtema:

Tabel 1. Hasil temuan penelitian

No	Tema	Sub Tema	Kutipan	Interpretasi
1	Pengalaman sebagai Fondasi Adopsi Fintech	Pengalaman awal penggunaan	"Awalnya saya tidak yakin, tapi setelah coba ternyata lebih cepat dan praktis"	Pengalaman berfungsi sebagai sumber utama pembentukan makna. Pengalaman positif memperkuat penerimaan sedangkan pengalaman negatif menciptakan resistensi. Dalam fenomenologi: Pengalaman = dasar kesadaran (lived experience)
		Pengalaman positif (kemudahan, kecepatan)	"Pernah uang tidak masuk, jadi sempat takut pakai lagi"	
		Pengalaman negatif (error, kegagalan transaksi)		
2	Kepercayaan sebagai Konstruksi Dinamis	Trust terhadap sistem	"Saya percaya karena sudah sering dipakai dan tidak ada masalah"	Kepercayaan: 1. Tidak bersifat statis; 2. Dibangun melalui pengalaman berulang; 3. Dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Hal ini memperluas konsep trust dalam literatur (Gefen et al., 2003) menjadi: trust berbasis pengalaman dan social
		Trust terhadap penyedia	"Teman saya juga pakai, jadi saya ikut percaya"	
		Trust berbasis pengalaman		
		Trust sosial (rekomendasi)		
3	Risiko sebagai Persepsi	Risiko finansial	"Takut kalau uang hilang atau salah transfer"	Risiko tidak hanya objektif, tetapi: 1. Dibentuk oleh

	Subjektif dan Emosional	Risiko keamanan	“Kadang khawatir kalau sistem error”	pengalaman; 2. Dipengaruhi emosi; 3. Bersifat subjektif. Hal ini memperluas teori Pavlou (2003): dari risk sebagai variabel → menjadi risk sebagai konstruksi makna
		Risiko teknologi		
		Risiko emosional (ketakutan, kekhawatiran)		
4	Interaksi Trust dan Risk dalam Keputusan Adopsi	Trust mengurangi risk	“Walaupun ada risiko, tapi karena sudah percaya jadi tetap pakai”	Adopsi fintech bukan hasil satu faktor, tetapi: hasil interaksi dinamis antara trust dan risk. Hal ini menunjukkan: hubungan non-linear dan proses negosiasi internal
		Risk melemahkan trust		
		Negosiasi psikologis		
5	Adopsi sebagai Proses Interpretatif	Kebiasaan penggunaan	“Saya pakai karena sudah terbiasa, bukan karena dipikir rumit”	Adopsi fintech: tidak sepenuhnya rasional, dipengaruhi kebiasaan dan pengalaman, bersifat kontekstual. Hal ini bertentangan dengan asumsi: Technology Acceptance Model dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2
		Pengaruh konteks		
		Keputusan tidak rasional		

Sumber : Hasil olah data (2026)

PEMBAHASAN

Pengalaman sebagai Fondasi Adopsi Teknologi

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengalaman merupakan elemen utama yang membentuk keputusan penggunaan fintech. Hal ini memperluas teori TAM (Davis, 1989) yang berfokus pada persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman aktual lebih berpengaruh dibandingkan persepsi awal. Temuan ini sejalan dengan Oliveira et al. (2016) yang menemukan bahwa pengalaman penggunaan teknologi menjadi faktor penting dalam keberlanjutan penggunaan layanan digital.

Kepercayaan dalam Perspektif Fenomenologi

Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa trust merupakan determinan penting dalam lingkungan digital (Gefen et al., 2003; Kim et al., 2008). Namun penelitian ini menemukan bahwa trust bukan hanya keyakinan terhadap teknologi, melainkan pengalaman eksistensial yang berkembang melalui interaksi sosial dan penggunaan berulang.

Kontribusi baru penelitian ini adalah memperlihatkan bahwa trust merupakan proses pembentukan makna (meaning construction).

Risiko sebagai Konstruksi Sosial

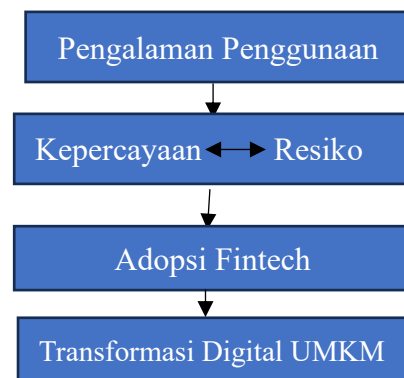
Pavlou (2003) menjelaskan bahwa persepsi risiko mengurangi niat penggunaan teknologi. Penelitian ini memperluas konsep tersebut dengan menunjukkan bahwa risiko tidak selalu bersumber dari pengalaman langsung.

Risiko dapat terbentuk melalui: 1. cerita pengguna lain; 2. pemberitaan media; dan 3. persepsi kolektif komunitas usaha.

Dengan demikian, risiko merupakan konstruksi sosial yang mempengaruhi perilaku ekonomi digital.

Pengembangan Model Experience-Based Fintech Adoption

Berdasarkan sintesis seluruh temuan, penelitian ini menghasilkan model baru:



Gambar 2. Pengembangan model Experience-Based Fintech Adoption

Model ini memperluas TAM dan UTAUT2 dengan menempatkan pengalaman sebagai pusat pembentukan perilaku adopsi.

Kontribusi Teoretis (Novelty)

Penelitian ini menghasilkan 3 (tiga) kontribusi utama: 1. Mengembangkan konsep Experience-Based Fintech Adoption Model; 2. Menjelaskan trust sebagai hasil konstruksi pengalaman dan interaksi sosial; 3. Menunjukkan bahwa persepsi risiko merupakan konstruksi sosial yang terbentuk melalui pengalaman langsung maupun tidak langsung.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna kepercayaan (trust) dan persepsi risiko (perceived risk) dalam adopsi financial technology (fintech) oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui pendekatan fenomenologi. Berangkat dari keterbatasan model adopsi teknologi yang cenderung menekankan aspek rasional dan kognitif, penelitian ini berupaya mengungkap pengalaman hidup (lived experience) pelaku UMKM dalam memaknai penggunaan fintech di era ekonomi digital. Berdasarkan hasil analisis fenomenologis, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut.

Pengalaman merupakan fondasi utama dalam adopsi fintech

Penelitian menemukan bahwa pengalaman menjadi titik awal pembentukan persepsi terhadap fintech. Pengalaman pertama menggunakan layanan fintech, baik yang bersifat positif maupun negatif, berpengaruh terhadap cara pelaku UMKM memahami, menilai, dan memutuskan penggunaan teknologi keuangan digital.

Pengalaman positif berupa kemudahan transaksi, efisiensi waktu, peningkatan kenyamanan pelanggan, dan kemudahan pencatatan keuangan memperkuat kecenderungan penggunaan fintech. Sebaliknya, pengalaman negatif seperti kegagalan transaksi, gangguan sistem, dan ketidakjelasan mekanisme layanan dapat menimbulkan keraguan dalam penggunaan fintech.

Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman tidak hanya berfungsi sebagai proses

pembelajaran teknologi, tetapi juga sebagai sumber utama pembentukan makna terhadap fintech.

Kepercayaan dibangun melalui pengalaman dan validasi sosial

Penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap fintech tidak muncul secara otomatis ketika teknologi diperkenalkan kepada pengguna. Kepercayaan berkembang melalui interaksi yang berulang antara pengguna dengan sistem fintech, pengalaman transaksi yang berhasil, serta pengaruh lingkungan sosial.

Bagi pelaku UMKM, kepercayaan dibentuk melalui: 1. konsistensi system; 2. keamanan transaksi; 3. reputasi penyedia layanan; 4. rekomendasi komunitas usaha; dan 5. pengalaman penggunaan yang berkelanjutan.

Dengan demikian, kepercayaan merupakan konstruksi sosial yang berkembang melalui pengalaman nyata dan interaksi sosial dalam lingkungan bisnis.

Persepsi risiko merupakan konstruksi subjektif dan sosial

Penelitian menemukan bahwa risiko tidak hanya dipahami sebagai ancaman objektif, tetapi juga sebagai hasil interpretasi subjektif pengguna terhadap berbagai kemungkinan yang dapat terjadi dalam penggunaan fintech.

Risiko yang paling sering dimaknai oleh informan meliputi: 1. risiko finansial; 2. risiko keamanan data; 3. risiko privasi; 4. risiko teknologi.

Menariknya, persepsi risiko tidak selalu berasal dari pengalaman langsung. Sebagian besar informan membangun persepsi risiko melalui

cerita pengguna lain, informasi media, dan pengalaman komunitas usaha. Hal ini menunjukkan bahwa risiko merupakan fenomena sosial yang dikonstruksi melalui interaksi dan pertukaran informasi.

Adopsi fintech merupakan hasil interaksi dinamis antara kepercayaan dan risiko

Penelitian menemukan bahwa keputusan penggunaan fintech merupakan hasil proses negosiasi antara tingkat kepercayaan dan persepsi risiko yang dimiliki pengguna.

Dalam kondisi tertentu, kepercayaan yang tinggi mampu mengurangi persepsi risiko sehingga mendorong penggunaan fintech. Sebaliknya, pengalaman negatif yang meningkatkan persepsi risiko dapat mengurangi tingkat kepercayaan pengguna.

Dengan demikian, keputusan adopsi fintech bukan merupakan keputusan yang bersifat statis, melainkan proses dinamis yang terus berkembang seiring bertambahnya pengalaman pengguna.

Fintech dimaknai sebagai instrumen transformasi digital UMKM

Selain sebagai alat pembayaran digital, fintech dimaknai oleh pelaku UMKM sebagai simbol modernisasi usaha dan sarana untuk meningkatkan daya saing.

Penggunaan fintech memberikan manfaat dalam bentuk: 1. efisiensi operasional; 2. kemudahan transaksi; 3. peningkatan profesionalisme usaha; 4. perluasan akses pasar.

Temuan ini menunjukkan bahwa fintech telah menjadi bagian

dari proses transformasi digital yang lebih luas dalam ekosistem UMKM.

Pengembangan Model Experience-Based Fintech Adoption

Kontribusi utama penelitian ini adalah pengembangan model konseptual baru yang disebut: *Experience-Based Fintech Adoption Model*. Model ini menjelaskan bahwa: *Pengalaman* → *Kepercayaan* ↔ *Risiko* → *Adopsi Fintech* → *Transformasi Digital UMKM*

Model tersebut memperluas perspektif teori adopsi teknologi dengan menempatkan pengalaman sebagai faktor sentral dalam pembentukan kepercayaan, persepsi risiko, dan keputusan penggunaan fintech.

IMPLIKASI PENELITIAN Implikasi Teoretis

Penelitian ini memberikan beberapa kontribusi penting terhadap pengembangan ilmu pengetahuan. 1. Penelitian ini memperluas kajian adopsi teknologi dengan menunjukkan bahwa pengalaman memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan faktor rasional yang selama ini dijelaskan dalam TAM dan UTAUT2; 2. Penelitian ini memperkaya literatur mengenai trust dengan menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan konstruksi sosial yang dibangun melalui pengalaman dan interaksi social; 3. Penelitian ini mengembangkan pemahaman baru mengenai risiko sebagai fenomena yang tidak hanya bersifat objektif tetapi juga dikonstruksi melalui persepsi social; 4. Penelitian ini menghasilkan model konseptual baru yang dapat menjadi dasar bagi

penelitian selanjutnya mengenai perilaku adopsi teknologi keuangan digital.

Implikasi Praktis

Bagi Pelaku UMKM: 1. Meningkatkan literasi keuangan digital; 2. Memanfaatkan fintech secara optimal dalam pengelolaan usaha; 3. Memahami risiko dan peluang penggunaan fintech secara seimbang.

Bagi Penyedia Fintech: 1. Memperkuat keamanan system; 2. Meningkatkan kualitas pengalaman pengguna (user experience); 3. Membangun mekanisme penanganan keluhan yang lebih responsive; 4. Meningkatkan transparansi layanan.

Bagi Perbankan dan Lembaga Keuangan: 1. Memperluas kolaborasi dengan fintech; 2. Mengembangkan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan UMKM.

Implikasi Kebijakan

Bagi Pemerintah : Pemerintah perlu memperkuat kebijakan yang mendukung ekosistem ekonomi digital melalui: 1. peningkatan literasi digital; 2. perluasan akses internet; 3. penguatan perlindungan konsumen fintech; 4. peningkatan keamanan data digital.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu: 1. Penelitian hanya dilakukan pada pelaku UMKM sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi pada seluruh pengguna fintech; 2. Pendekatan fenomenologi berfokus pada pengalaman subjektif sehingga temuan penelitian bersifat kontekstual; 3. Penelitian ini belum membandingkan pengalaman

pengguna fintech pada berbagai wilayah atau sektor usaha yang berbeda; 4. Penelitian hanya mengeksplorasi aspek kepercayaan dan risiko, sementara faktor lain seperti literasi digital, budaya, dan inovasi teknologi belum dianalisis secara mendalam.

AGENDA PENELITIAN MASA DEPAN

Berdasarkan keterbatasan penelitian, beberapa agenda penelitian yang dapat dikembangkan adalah: 1. Mixed Methods Research: Menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk menguji model yang dihasilkan secara empiris; 2. Comparative Study: Membandingkan pengalaman pengguna fintech antarwilayah, antarnegara, atau antarsektor usaha; 3. Digital Financial Literacy: Mengkaji hubungan antara literasi keuangan digital, trust, dan risk dalam adopsi fintech; 4. Islamic Fintech: Mengeksplorasi pengalaman pengguna fintech syariah dalam konteks ekonomi Islam; 5. Artificial Intelligence and Fintech: Meneliti bagaimana penggunaan kecerdasan buatan mempengaruhi pembentukan kepercayaan dan persepsi risiko pengguna.

PENUTUP

Transformasi ekonomi digital telah mengubah cara pelaku UMKM berinteraksi dengan layanan keuangan. Penelitian ini menunjukkan bahwa adopsi fintech tidak dapat dipahami hanya melalui pendekatan rasional yang menekankan manfaat dan kemudahan penggunaan. Pengalaman hidup pengguna menjadi elemen utama yang

membentuk kepercayaan, persepsi risiko, dan keputusan penggunaan teknologi.

Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian ini berhasil mengungkap bahwa fintech bukan sekadar inovasi teknologi, melainkan fenomena sosial yang dimaknai secara berbeda oleh setiap pengguna. Oleh karena itu, keberhasilan transformasi digital tidak hanya bergantung pada kecanggihan teknologi, tetapi juga pada kemampuan berbagai pihak dalam membangun pengalaman positif, meningkatkan kepercayaan, dan mengelola persepsi risiko pengguna secara berkelanjutan.

SARAN PENELITIAN

Saran Penelitian Selanjutnya :

1. Mengkombinasikan metode kualitatif dan kuantitatif (mixed methods); 2. Menguji model ini secara empiris dengan pendekatan statistik; 3. Mengembangkan variabel lain seperti literasi digital dan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2016). The evolution of fintech: A new post-crisis paradigm. *Georgetown Journal of International Law*, 47, 1271–1319.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fitria, L., Hamzah, Moh. A., Zayyadi, M., Habibi, N. S., & Firdaus, S. A. (2025). Pemberdayaan UMKM Kripik Tette untuk Meningkatkan Penjualan dengan Branding Produk di desa Blumbungan – Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Edukasi Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 273–278.
<https://doi.org/10.36636/eduabdimas.v4i3.7083>
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.
- Gomber, P., Koch, J.-A., & Siering, M. (2017). Digital finance and fintech: Current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537–580.
- Hamzah, M. A., & Rudyanto Arief, M. (n.d.). Analisis Penggunaan Sistem Informasi KAI Access dengan Model UTAUT pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) DAOP VI Yogyakarta.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564
- Leily Nur Indah Fitriana, & Rohmaniyah. (2022). Penaksiran Laba Pada Akuntansi UMKM Via Online di Kabupaten Sumenep. *AKUA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(2), 178–185.
<https://doi.org/10.54259/akua.v1i2.613>
- Nur Indah Fitriana, L., Aminollah Hamzah, M., Hasan, H., Yudha, N., Khozaimah, S., Ekonomi dan Bisnis, F., & Madura, U. (n.d.). Pengolahan Ikan Berdasarkan Hasil Potensi Desa sebagai Produk UMKM pada Desa Pagagan-Kabupaten Pamekasan.

- <https://doi.org/10.31253/ad.v3i2>
- Nur Indah Fitriana, L., & Antika, R. (n.d.). Pengaruh Media Sosial Tentang Korupsi Pajak Terhadap Kepatuhan dan Kepercayaan Wajib Pajak.
- Putro, F. H. A., Wulandari, F. T., & Setiawati, D. (2022). Perilaku dalam pemanfaatan communication technology pada UMKM di kota Boyolali dengan pendekatan UTAUT. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 827–834.
- <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.657>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Sampul, H. (n.d.). Analisis Niat Perilaku Konsumen Batik UMKM di Yogyakarta Dalam Menggunakan Social Commerce: Pengembangan Model UTAUT 2.
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., Latifah, R. N., Program, S., Manajemen, F., Ekonomi, D., Bisnis, U., Pamulang, K. T., Selatan, P., & Banten, I. (2024). MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production E-Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Mudrika Aqillah Sifwah*, 2(1).
- Yolanda, C., Hasanah, U., Dhien, N., & Pembangunan, S. E. (n.d.). Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178