

## Menavigasi Keuangan Digital: Pengaruh Literasi Fintech, Persepsi Risiko, dan Layanan yang Dipersonalisasi terhadap Adopsi Fintech

Jocelyn Patricia<sup>1</sup>, Christian Tanjaya<sup>2</sup>, Susan<sup>3</sup>, Yeni Ariesa<sup>4\*</sup>, Rusiadi<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>PUI Center for Fintech & Sustainable Economics, Fakultas Ekonomi, Universitas Prima Indonesia, Medan, Indonesia

<sup>5</sup>Universitas Panca Budi Medan, Indonesia

Email: <sup>4</sup>yeniariesa@unprimdn.ac.id

### Abstract

*The condition of MSMEs in Medan city has a rapid growth condition. Fintech adoption is vital for MSMEs in taking the broader market, efficiency, and power saving through personalized services is motivated by the intention to analyze how the influence of fintech literacy, risk perception, and personalized services on fintech adoption by MSMEs in Medan City. Research methods using quantitative. The population in the study was 2,070 MSMEs in Medan City based on data from the Office of Cooperatives and MSMEs in 2025. For the number of research samples as many as 335 MSMEs using the slovin formula, then convenience sampling as a sample collection technique. Data collection techniques using questionnaires through Google form distribution to MSMEs. Data analysis techniques using Smart-PLS 3.0. Conclusions in the study obtained fintech literacy has a positive and significant effect on fintech adoption by MSMEs in Medan City, Risk Perception has a positive and significant effect on fintech adoption by MSMEs in Medan City, however, personalized services have no effect on fintech adoption by MSMEs in Medan City.*

**Keywords:** Literacy, Risk, Services, Fintech Adoption.

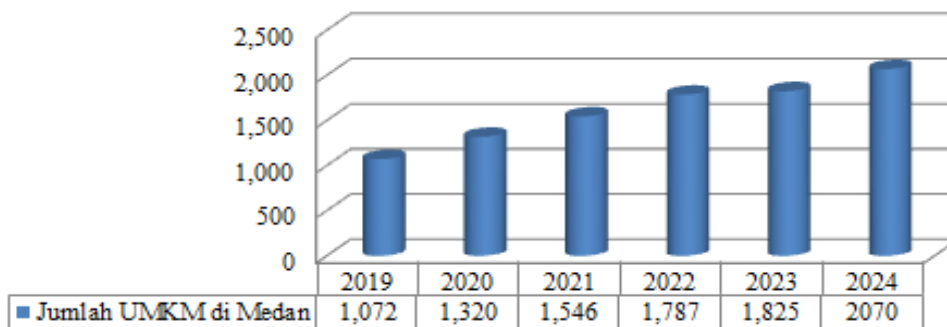
### Abstrak

Kondisi UMKM di kota Medan memiliki kondisi pertumbuhan yang pesat. Adopsi fintech vital bagi UMKM dalam mengambil pasar yang lebih luas, efisiensi, dan daya saing melalui layanan personalisasi. Dilatarbelakangi dengan maksud untuk menganalisis bagaimana pengaruh literasi fintech, persepsi risiko, dan layanan yang dipersonalisasi terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan. Metode penelitian menggunakan kuantitatif. Populasi dalam penelitian sebanyak 2.070 UMKM di Kota Medan berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM tahun 2025. Untuk jumlah sampel penelitian sebanyak 335 UMKM dengan menggunakan rumus slovin, kemudian *convenience sampling* sebagai teknik pengumpulan sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui distribusi google form kepada UMKM. Teknik analisa data menggunakan Smart-PLS 3.0. Simpulan dalam penelitian memperoleh Literasi fintech berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan, Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan, namun, layanan yang dipersonalisasi tidak berpengaruh terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan.

**Kata Kunci:** Literasi, Risiko, Layanan, Adopsi Fintech.

### 1. PENDAHULUAN

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. Pertumbuhan UMKM Di Kota Medan Tahun 2019-2024

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. Meskipun sektor UMKM menunjukkan pertumbuhan kuantitas yang sangat pesat dan dipandang sebagai tulang punggung ekonomi nasional, terdapat disparitas fundamental pada aspek kualitas SDM digitalnya. Data menunjukkan bahwa tingkat literasi digital pelaku UMKM baru mencapai 49,68%, yang berarti lebih dari separuh pelaku usaha kita masih beroperasi dalam "kegelapan digital" di tengah persaingan pasar global yang menuntut serba daring.

Secara teoretis, rendahnya literasi digital UMKM di Medan dapat dijelaskan melalui kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), khususnya pada variabel *Perceived Ease of Use*. Angka tersebut merefleksikan bahwa teknologi masih dipandang sebagai entitas yang kompleks dan sulit dijangkau oleh pelaku usaha lokal. Lebih jauh lagi, jika ditinjau dari UTAUT, variabel *Facilitating Conditions* di Kota Medan diduga belum optimal dalam memberikan sokongan teknis yang mampu menjembatani gap pengetahuan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah faktor-faktor dalam UTAUT seperti pengaruh sosial dan kondisi fasilitas merupakan determinan utama di balik stagnansi literasi digital ini.

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. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan atas fintech seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsi dan memanfaatkan layanan *fintech* [1]. 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 [2]. 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 [3]. *Research gap* dalam penelitian dilandasi dari penelitian literasi fintech berpengaruh terhadap adopsi fintech [4], namun penelitian lain memperoleh literasi fintech tidak berpengaruh terhadap adopsi fintech [5].

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. Besarnya persepsi risiko konsumen, semakin rendah minat dalam mengadopsi *fintech*. Kemudian, persepsi risiko yang rendah cenderung mendorong adopsi layanan *fintech* [6]. Dengan mengatasi persepsi risiko dan membangun kepercayaan, perusahaan *fintech* dapat mendorong adopsi yang lebih luas dan berkontribusi pada inklusi keuangan [7]. Persepsi risiko yang tinggi dapat mengurangi kepercayaan pengguna pada platform *fintech*, yang pada akhirnya menghambat adopsi [8]. *Research gap* dalam penelitian dilandasi dari penelitian Persepsi risiko berpengaruh terhadap adopsi fintech [9], namun penelitian lain memperoleh Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap adopsi fintech [10].

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, 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.

Layanan yang dipersonalisasi dalam adopsi *fintech* berlandaskan teknologi yang dikembangkan agar para pengguna dapat memiliki pengalaman yang memudahkan, praktis, aman serta dapat terjangkau [6]. Layanan yang dipersonalisasi memainkan peran krusial dalam adopsi *financial technology* (fintech), bertindak sebagai pendorong utama kepercayaan, loyalitas, dan penggunaan berkelanjutan oleh konsumen [11]. Di tengah ketatnya persaingan layanan keuangan digital, personalisasi memungkinkan penyedia fintech untuk menawarkan solusi yang disesuaikan dengan profil risiko, tujuan keuangan, dan perilaku spesifik setiap pengguna. Layanan yang dipersonalisasi, seperti rekomendasi produk yang disesuaikan dengan preferensi pengguna dan dukungan pelanggan yang dipersonalisasi, dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan mendorong adopsi fintech [12]. Kepuasan dalam layanan yang dipersonalisasi yang loyal untuk penyedia layanan *fintech* [13]. *Research gap* dalam penelitian dilandasi dari penelitian layanan yang dipersonalisasi berpengaruh terhadap adopsi fintech [14], namun penelitian lain memperoleh layanan yang dipersonalisasi tidak berpengaruh terhadap adopsi fintech [15].

Urgensi penelitian ini terletak pada risiko stagnasi ekonomi digital. Pertumbuhan jumlah UMKM tanpa dibarengi kecakapan digital hanya akan menciptakan ekosistem yang rentan terhadap disrupsi teknologi. Tanpa intervensi berbasis riset untuk memetakan kendala literasi ini, subsidi atau program bantuan teknologi dari pemerintah berisiko menjadi tidak tepat sasaran (*mismatch*). Banyak literatur sebelumnya hanya fokus pada manfaat adopsi teknologi secara umum. Namun, masih sedikit penelitian yang menggali mengapa angka literasi tetap rendah di angka 49,68% saat akses internet sudah semakin merata. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menganalisis hambatan spesifik (apakah faktor usia, infrastruktur, atau psikologis) yang menghambat lompatan literasi digital tersebut.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh literasi fintech, persepsi risiko, dan layanan yang dipersonalisasi terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan. 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.”

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang berfokus pada analisis data terukur (variabel) untuk menguji fenomena secara objektif [16]. Penelitian ini mengambil populasi 2.070 UMKM di Kota Medan berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM tahun 2025. Penelitian ini menggunakan *convenience sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* yang didasarkan pada pertimbangan teknis terkait ketiadaan kerangka sampel (*sampling frame*) formal yang mencakup seluruh populasi pengguna Fintech, sehingga prosedur acak (*probability sampling*) tidak memungkinkan untuk dilaksanakan. Untuk menjaga kualitas data dan memitigasi risiko bias, peneliti menerapkan kriteria inklusi yang ketat melalui instrumen penyaring (*screening*) di awal kuesioner. Selain itu, guna meminimalkan bias sukarelawan, peneliti melakukan diversifikasi kanal distribusi pada berbagai platform digital guna menjangkau variabilitas responden yang lebih luas dan memastikan profil sampel tetap merepresentasikan karakteristik pengguna Fintech secara relevan. Jumlah sampel minimal menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{2.070}{1 + 2.070(0.05)^2}$$

$$n = 335$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 335 UMKM. Penelitian ini mengumpulkan data melalui teknik kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Pengolahan data dilakukan dengan *Partial Least Squares SEM* (PLS-SEM).

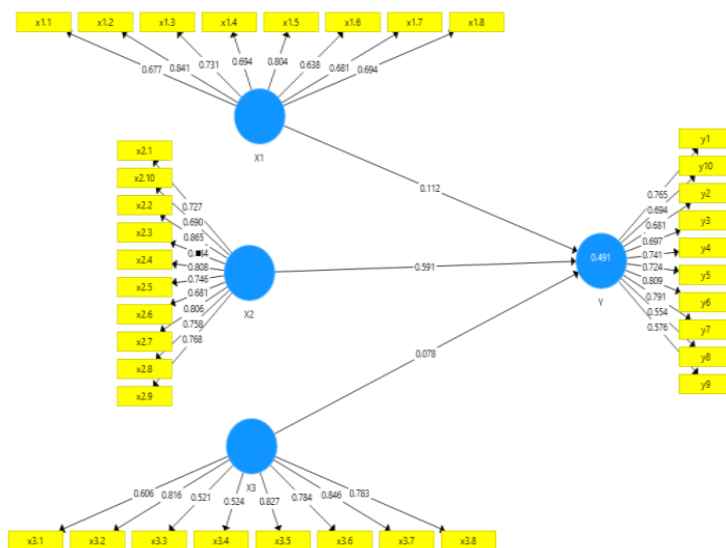
Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Literasi fintech	Literasi <i>Fintech</i> adalah kemampuan seseorang untuk memahami dan memanfaatkan layanan keuangan digital ( <i>fintech</i> ) dengan bijak, termasuk pengetahuan tentang risiko dan manfaatnya (Khan et al., 2023).	1. Pengetahuan dasar keuangan 2. Kemampuan mengelola keuangan 3. Literasi digital 4. Kepercayaan pada <i>fintech</i> Sumber: (Safitri et al., 2022)	Skala <i>Likert</i>
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).	1. Risiko Keamanan ( <i>Security Risk</i> ) 2. Risiko Kehilangan ( <i>Loss Risk</i> ) 3. Risiko Ketidakpastian ( <i>Uncertainty Risk</i> ) 4. Risiko Operasional ( <i>Operational Risk</i> ) 5. Risiko Ketergantungan ( <i>Dependence Risk</i> ) Sumber: (Hakim & Hapsari, 2022)	Skala <i>Likert</i>
Layanan yang Dipersonalisasi	Layanan yang dipersonalisasi adalah layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi individu (Moravec et al., 2025).	1. <i>Personalized cognitive effort</i> 2. <i>Personalized price promotion</i> 3. <i>Personalized product recommendation</i> 4. <i>Customer loyalty</i> Sumber: (Wardhana, 2024)	Skala <i>Likert</i>
Adopsi Fintech	<i>Fintech</i> merujuk pada penerimaan dan penggunaan teknologi finansial ( <i>fintech</i> ) oleh individu, bisnis, atau organisasi. Ini mencakup berbagai inovasi teknologi yang diterapkan dalam layanan dan produk keuangan (Islam & Khan, 2024).	1. Penggunaan Layanan Keuangan Digital 2. Persepsi dan Sikap Terhadap Fintech 3. Dampak Adopsi Fintech 4. Faktor Pendukung 5. Tantangan Adopsi Fintech Sumber: (Sriyono, 2023):	Skala <i>Likert</i>

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang diukur menggunakan skala likert 5 poin yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Instrumen ini dipilih karena kemampuannya dalam mengukur gradasi sikap, pendapat, atau persepsi individu secara presisi namun tetap mudah dipahami oleh responden. Penilaian dimulai dari angka 1 yang merepresentasikan preferensi paling negatif hingga angka 5 untuk preferensi paling positif. Penggunaan skala ganjil ini juga bertujuan untuk memberikan ruang bagi responden yang memiliki pandangan netral terhadap indikator-indikator yang diujikan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data hasil penelitian diolah dengan menggunakan SmartPLS 3.0 dengan bagan sebagai berikut:



Gambar 2. Outer Model

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item	Loading Factor	AVE
X1.1	0.677	
X1.2	0.841	
X1.3	0.731	
X1.4	0.694	0.523
X1.5	0.804	
X1.6	0.638	
X1.7	0.681	
X1.8	0.694	
X2.1	0.727	
X2.2	0.865	
X2.3	0.684	
X2.4	0.808	
X2.5	0.746	0.571
X2.6	0.681	
X2.7	0.806	
X2.8	0.758	
X2.9	0.768	
X2.10	0.690	
X3.1	0.606	
X3.2	0.816	
X3.3	0.521	
X3.4	0.524	0.526
X3.5	0.827	
X3.6	0.784	
X3.7	0.846	
X3.8	0.783	
Y.1	0.765	
Y.2	0.681	
Y.3	0.697	
Y.4	0.741	
Y.5	0.724	0.501
Y.6	0.809	
Y.7	0.791	
Y.8	0.554	
Y.9	0.576	
Y.10	0.694	

Sumber: SmartPLS, 2026

Tabel 1. menunjukkan *loading factor* berada di antara 0.5-0.7 dan adanya yang lebih besar dari 0.7 dinyatakan valid.

Berdasarkan kriteria kevalidan uji konvergen, nilai AVE yang dihasilkan harus di atas 0,5. Hasil dari nilai AVE untuk variabel literasi fintech, persepsi risiko, layanan yang dipersonalisasi dan adopsi fintech > 0,5 dinyatakan valid.

### 3.1 Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas antara lain:

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	RhoA	Composite Reliability
Literasi Fintech	0.874	0,883	0.897
Persepsi Risiko	0.916	0,923	0.930
Layanan yang Dipersonalisasi	0.871	0,902	0.896
Adopsi Fintech	0.887	0,889	0.908

Sumber: SmartPLS, 2026

Pengujian reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*, *Rho\_A* dan *composite reliability dengan kriteria* > 0,7, terlihat bahwa variabel literasi fintech, persepsi risiko, layanan yang dipersonalisasi dan adopsi fintech memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7 sehingga dinyatakan reliabilitas yang tinggi

### 3.2 Analisis Inner Model (Model Struktural)

Pengujian outer model dengan indikator formatif dievaluasi melalui uji multikolinearitas.

Tabel 3. Variance Inflation Factor

Variabel	VIF
Literasi Fintech	1,358
Persepsi Risiko	1,705
Layanan yang Dipersonalisasi	1,421

Sumber: SmartPLS, 2026

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa nilai VIF < 10 sehingga tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam model penelitian.

### 3.3 Model Fit

Hasil output adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Model Fit

Model Fit	Saturated Model	Kriteria	Hasil
NFI	0,463	0-1	Fit

Sumber: SmartPLS, 2026

Tabel 4. bahwa nilai *Normed Fit Index* (NFI) sebesar 0,465 yang berada di antara 0-1 berarti sudah dianggap dapat diterima (*acceptable*) untuk menunjukkan model memiliki tingkat kesesuaian yang cukup.

### 3.4 Uji Effect Size

Hasil *effect size* dapat dilihat di bawah ini

Tabel 5. Hasil Uji Effect Size

Variabel	F Square	Hasil
Literasi Fintech	0,018	Kecil
Persepsi Risiko	0,402	Besar
Layanan yang Dipersonalisasi	0,008	Kecil

Sumber: SmartPLS, 2026

Dari variabel literasi fintech terhadap adopsi fintech nilai *f square* sebesar 0,018 berpengaruh lemah, variabel persepsi risiko terhadap adopsi fintech nilai *f square* sebesar 0,402 berpengaruh besar dan variabel layanan yang dipersonalisasi terhadap adopsi fintech nilai *f square* sebesar 0,008 berpengaruh lemah.

### 3.5 Uji Koefisien Determinasi

Berikut hasil pengujian koefisien determinasi antara lain

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

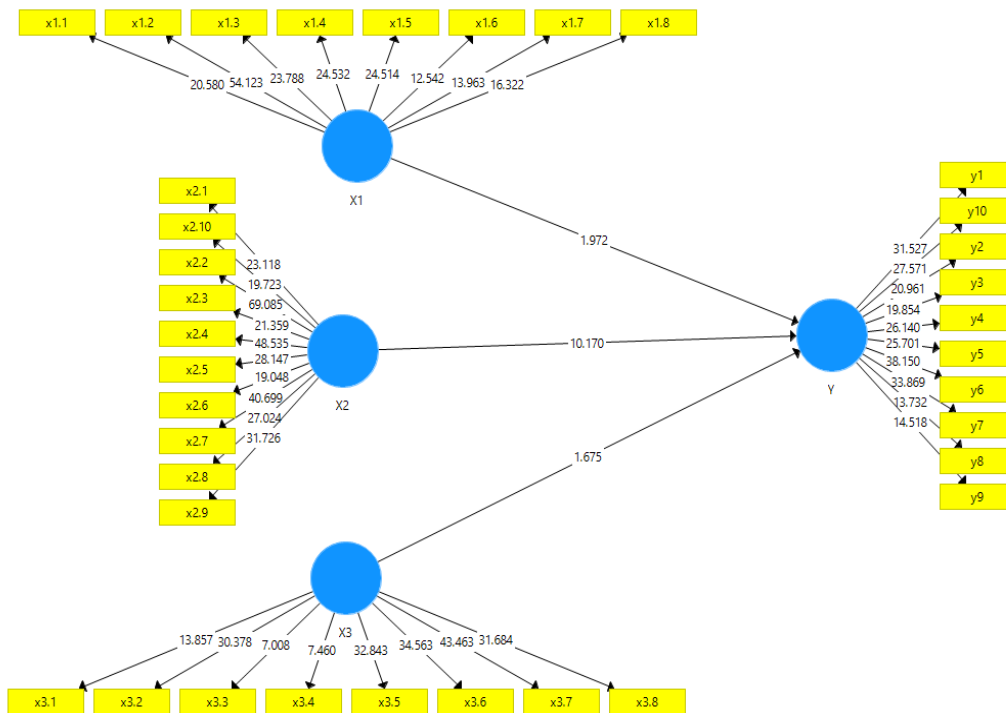
R Square	Adjusted R Square
0,491	0,486

Sumber: SmartPLS, 2026

Tabel 6. nilai *adjusted R Square* pada penelitian ini adalah 0,486 atau 48,6%. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel literasi fintech, persepsi risiko, dan layanan yang dipersonalisasi memiliki pengaruh terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan sebesar 48,6%. Hal tersebut disimpulkan bahwa hasil nilai uji *adjusted R Square* menempati tingkatan "moderat" karena memiliki nilai di atas 0,67, sehingga 3,5% varians variabel adopsi fintech dapat dijelaskan oleh faktor lain, seperti kepercayaan, modal usaha dan sebagainya.

Angka mendekati 50% untuk penelitian sosial/perilaku termasuk kategori moderat menuju kuat. Ini menunjukkan bahwa strategi digitalisasi UMKM oleh Pemko Medan akan sangat efektif jika dibarengi dengan edukasi keuangan, bukan sekadar pemberian bantuan perangkat atau aplikasi.

### 3.6 Analisis Hipotesis



Gambar 3. Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 3.8. Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample	T Statistics	P Values
X1→ Y	0.112	1.972	0.049
X2→ Y	0.591	10.170	0.000
X3→ Y	0.078	1.675	0.095

Sumber: SmartPLS, 2026

1. Nilai  $t_{\text{statistic}}$  (1,972) > 1,96 dan nilai  $p \text{ values}$  sebesar 0,049 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya secara parsial Literasi fintech berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan.
2. Nilai  $t_{\text{statistic}}$  (10,170) > 1,96 dan nilai  $p \text{ values}$  sebesar 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima artinya secara parsial persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan.
3. Nilai  $t_{\text{statistic}}$  (1,675) > 1,96 dan nilai  $p \text{ values}$  sebesar 0,095 > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_3$  ditolak artinya secara parsial layanan yang dipersonalisasi tidak berpengaruh terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan.

### 3.7 Pembahasan

#### 3.7.1 Pengaruh Literasi Fintech terhadap Adopsi Fintech

Hasil penelitian sejalan dengan [1] menunjukkan literasi keuangan berpengaruh terhadap adopsi fintech pada UMKM di Kota Medan. 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 [17]. 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* [18]. Literasi Fintech yang baik memungkinkan pengguna untuk membuat keputusan keuangan yang cerdas, mengelola risiko dengan lebih baik, dan menghindari jebakan penipuan online. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami secara mendalam tentang Fintech dan manfaatnya dalam menjalankan bisnis. Kemudian fenomena lain terdapat kurangnya sosialisasi dan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, lembaga keuangan) dapat menghambat adopsi Fintech oleh UMKM. Kondisi lapangan di Kota Medan menunjukkan bahwa

literasi fintech memiliki dampak signifikan terhadap adopsi fintech pada UMKM karena berperan sebagai instrumen pragmatisme ekonomi dan mitigasi risiko. Para pelaku usaha di pusat perdagangan seperti Pasar Petisah dan Pusat Pasar menggunakan pemahaman finansial mereka untuk menyeleksi teknologi yang memberikan keuntungan fungsional nyata, seperti efisiensi transaksi melalui QRIS dan keamanan arus kas, sambil tetap bersikap skeptis terhadap fitur tambahan yang dianggap mengancam privasi data. Proses literasi ini tidak hanya terjadi secara formal, tetapi diperkuat oleh dinamika *horizontal learning* di kedai kopi serta tekanan adaptasi akibat tingginya permintaan konsumen digital di Medan, sehingga pengetahuan yang diperoleh secara mandiri maupun melalui komunitas menjadi penggerak utama dalam transformasi digital usaha mereka.

### 3.7.2 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Adopsi Fintech

Sesuai penelitian persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap adopsi fintech UMKM di Medan. Risiko rendah meningkatkan adopsi [19], sedangkan risiko tinggi menurunkannya [6]. Oleh karena itu, meskipun risiko keamanan tetap ada, banyak pengguna yang lebih mengutamakan kenyamanan dan keuntungan praktis yang mereka peroleh daripada khawatir terhadap risiko yang mungkin terjadi [5]. Persepsi risiko menjadi faktor penghambat utama dalam adopsi fintech, di mana kekhawatiran akan kehilangan uang, kejahatan siber, dan kebocoran data pribadi menurunkan niat pengguna untuk mengadopsi layanan ini. Meskipun menawarkan kemudahan, risiko operasional dan ketidakpastian konsekuensi keputusan menjadi kekhawatiran utama konsumen. Persepsi risiko yang tinggi dapat mengurangi kepercayaan pengguna pada platform fintech, yang pada akhirnya menghambat adopsi [20]. 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. Kondisi lapangan di Kota Medan menunjukkan bahwa persepsi risiko berdampak adopsi fintech secara signifikan karena tingginya tingkat kewaspadaan pelaku UMKM terhadap ancaman kejahatan digital, seperti penipuan berbasis *social engineering* dan penyalahgunaan data pribadi. Karakter pedagang Medan yang pragmatis dan kritis memandang fintech bukan hanya sebagai kemudahan, melainkan sebagai potensi ancaman terhadap keamanan modal dan privasi informasi, terutama ketika infrastruktur teknis dirasa tidak stabil dan tidak adanya layanan bantuan fisik yang dapat diandalkan secara cepat. Akibatnya, meskipun literasi mereka meningkat, persepsi risiko yang kuat ini menciptakan hambatan psikologis yang membuat pelaku UMKM cenderung konservatif dan hanya mengadopsi layanan digital pada tingkat yang sangat terbatas dan diawasi ketat.

### 3.7.3 Pengaruh Layanan yang Dipersonalisasi terhadap Adopsi Fintech

Layanan yang dipersonalisasi yang tidak berpengaruh terhadap adopsi fintech. Hasil ini sejalan dengan penelitian [21]. Layanan yang dipersonalisasi umumnya meningkatkan pengalaman pengguna, namun dalam konteks adopsi awal atau di pasar negara berkembang, literasi digital dan keamanan jauh lebih diutamakan [22]. Secara keseluruhan, layanan yang dipersonalisasi lebih berdampak pada *retensi* (penggunaan berulang) dibandingkan *adopsi* (penggunaan pertama kali) fintech. Layanan yang dipersonalisasi yang tidak berpengaruh terhadap adopsi fintech bahwa penyesuaian fitur atau penawaran produk keuangan digital agar sesuai dengan kebutuhan spesifik individu (kustomisasi) ternyata tidak menjadi faktor penentu utama yang membuat pengguna memutuskan untuk menggunakan atau mengadopsi layanan fintech tersebut. Faktor lain seperti kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*), dan kepercayaan (*trust*) jauh lebih krusial. Merujuk pada kerangka Technology Acceptance Model (TAM), ditemukan sebuah anomali teoretis pada pelaku UMKM di Kota Medan, di mana variabel layanan yang dipersonalisasi yang secara konseptual merupakan determinan persepsi kegunaan justru tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap adopsi teknologi finansial. Fenomena ini mengonfirmasi eksistensi *privacy personalization paradox*; sebuah kondisi di mana pelaku usaha menunjukkan preferensi yang lebih kuat terhadap integritas keamanan aset dan konfidensialitas informasi dibandingkan nilai tambah fungsional yang bersifat individual. Ketidaksignifikanan ini berakar pada dominasi orientasi utilitarian, di mana subjek penelitian memprioritaskan reliabilitas operasional dan proteksi sistem di atas aspek nilai tambah hedonis maupun adaptasi antarmuka yang dikustomisasi. Hal tersebut merefleksikan profil sosiokultural pelaku usaha lokal yang cenderung skeptis terhadap ekstraksi data pribadi secara masif, sekaligus menunjukkan kecenderungan untuk mengandalkan standardisasi sistem guna memitigasi risiko kesalahan transaksional dalam ekosistem bisnis yang dinamis.

#### 4. KESIMPULAN

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi fintech berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan, persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan dan Layanan yang dipersonalisasi tidak berpengaruh terhadap adopsi fintech oleh UMKM di Kota Medan.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, peneliti menyarankan penelitian mendatang untuk UMKM di Kota Medan adalah peningkatan literasi fintech UMKM Medan memerlukan pelatihan terpadu (manajemen keuangan, transaksi digital, pembiayaan daring) dan pendampingan intensif. Sinergi akademisi, pemerintah, dan praktisi fintech mutlak diperlukan untuk menyediakan solusi digital yang aman, mudah, dan relevan. UMKM selalu menggunakan layanan fintech yang sudah terdaftar dan diawasi oleh otoritas keuangan yang berwenang di Indonesia (seperti OJK atau Bank Indonesia). Informasi ini biasanya tersedia di situs web resmi otoritas tersebut. Kolaborasi antara penyedia fintech, pemerintah daerah (Pemkot Medan), dan asosiasi seperti AFPI dapat menciptakan program insentif atau percontohan yang dipersonalisasi untuk mendorong adopsi fintech yang lebih tinggi. Studi lanjutan perlu menambahkan variabel bebas lain, serta variabel moderasi/mediasi, guna meningkatkan daya jelas model penelitian.

#### REFERENCES

- [1] N. Yoshino, P. J. Morgan, and T. Q. Long, *Financial Literacy and Fintech Adoption in Japan*, no. 1095. 2020.
- [2] S. Prabhakaran and L. Mynavathi, "Perception vs. reality: Analysing the nexus between financial literacy and fintech adoption," *Invest. Manag. Financ. Innov.*, vol. 20, no. 4, pp. 13–25, 2023, doi: 10.21511/imfi.20(4).2023.02.
- [3] N. Mohapatra *et al.*, "Assessing the Role of Financial Literacy in FinTech Adoption by MSEs: Ensuring Sustainability Through a Fuzzy AHP Approach," *Sustain.*, vol. 17, no. 10, 2025, doi: 10.3390/su17104340.
- [4] R. Rahmahtika, T. Husni, and F. Adrianto, "Pengaruh Digital Literasi dan Financial Technology terhadap Adopsi Keuangan Digital pada UKM Food and Beverage di Kota Padang," *Jorunal Account. Financ. Manag.*, vol. 6, no. 2, pp. 774–782, 2025.
- [5] D. Widiyati and Erliana, "Pengaruh Literasi Keuangan , Perlindungan Data , Dan Cybersecurity Terhadap Penggunaan Financial Technology," *J. Akunt. DAN Ekon.*, vol. 9, no. 1, 2024, doi: 10.29407/jae.v9i1.21945.
- [6] R. Abdul-Rahim, S. A. Bohari, A. Aman, and Z. Awang, "Benefit–Risk Perceptions of FinTech Adoption for Sustainability from Bank Consumers' Perspective: The Moderating Role of Fear of COVID-19," *Sustain.*, vol. 14, no. 14, 2022, doi: 10.3390/su14148357.
- [7] J. Xie, L. Ye, W. Huang, and M. Ye, "Understanding fintech platform adoption: Impacts of perceived value and perceived risk," *J. Theor. Appl. Electron. Commer. Res.*, vol. 16, no. 5, pp. 1893–1911, 2021, doi: 10.3390/jtaer16050106.
- [8] C. Tun-Pin, W. C. Keng-Soon, Y. Yen-San, C. Pui-Yee, and N. Hong-Leong, Julian Teh Shwu-Shing, "An Adoption of Fintech Service in Malaysia," *South East Asia J. Contemp. Business, Econ. Law*, vol. 18, no. 5, pp. 73–92, 2019.
- [9] O. S. Heningtyas, P. Gina, Pujiastuti, E. Tri, Hasibuan, and A. Basid, "APAKAH MANFAAT , KEPERCAYAAN DAN RISIKO ADOPSI Grafik Perusahaan Fintech Lending," *J. Akunt.*, vol. 10, no. 1, pp. 13–26, 2024.
- [10] F. Rufaidah *et al.*, "Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan ( Trust ) Terhadap Adopsi Layanan Fintech : Studi Kasus Pada Layanan Pembayaran Digital Dana Masyarakat Di Desa Margajaya – Majalengka," *J. Techno Bahari*, vol. 12, no. 1, pp. 7–14, 2025.
- [11] B. Hanggoro, S. Mareta, and N. Santoso, "Analisis Dampak Adopsi Teknologi Finansial E-Wallet terhadap Literasi Keuangan Digital ( Studi Kasus pada Masyarakat Kota Depok )," *J. Account. Financ. Manag.*, vol. 6, no. 3, pp. 1337–1346, 2025.
- [12] A. Chen, S. Wang, A. M. Mehta, M. Asif, S. Xu, and M. F. Shahzad, "FinTech adoption for ESG integration through robo advisors, personalization, and perceived trust," *Sci. Rep.*, vol. 15, no. 1, pp. 1–13, 2025, doi: 10.1038/s41598-025-17046-6.

- [13] D. P. Nugraha, B. Setiawan, R. J. Nathan, and M. Fekete-Farkas, "Fintech Adoption Drivers for Innovation for SMEs in Indonesia," *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.*, vol. 8, no. 4, p. 208, 2022, doi: 10.3390/joitmc8040208.
- [14] Marniwati and N. Suryadi, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Digital Banking dan Dampaknya terhadap Pengalaman Pelanggan : Systematic Literature Review 2018 – 2025 Marniwati \* , Nanang Suryadi," *J. Econ. Bus. UBS*, vol. 14, no. 6, pp. 1597–1609, 2025.
- [15] Susanti and T. Nurtyastuti, "Perspektif Perilaku dalam Niat Adopsi Financial Technology : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis," *J. Ilm. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 26, no. 2, pp. 178–193, 2025.
- [16] R. Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*. 2021.
- [17] K. P. Sutikno, A. Fahmi, and M. U. Al-mustofa, "Pengaruh Adopsi Financial Technology dan Literasi Keuangan terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro di Kabupaten Mojokerto," *Indones. J. Dev. Stud.*, vol. 3, no. 1, pp. 131–143, 2024.
- [18] A. Kholiq, "Jurnal Ekonomi Islam LITERASI DIGITAL TERHADAP PEMANFAATAN FINTECH SYARIAH OLEH PELAKU UMKM," *J. Ekon. Islam*, vol. 2, no. 2, pp. 301–317, 2025.
- [19] E. Wijaya and R. Susilawati, "Pengaruh Persepsi Risiko dan Kepercayaan ( Trust ) pada Adopsi Gopay ) The Influence of Perceived Risk and Trust in Adoption of Fintech Service ( Case Study on GoPay," *Indones. Account. Lit. J.*, vol. 02, no. 01, pp. 202–209, 2021.
- [20] N. S. Rohmawati, M. Rosyada, U. Islam, N. K. H. Abdurrahman, and W. Pekalongan, "Penggunaan Fintech Syariah Dan Investasi Online," *J. Sahmiyya*, vol. 4, no. 1, pp. 237–243, 2025.
- [21] L. Judijanto, U. Abdul, and A. Lamadjido, "Adopsi FinTech dalam Akuntansi – Analisis Bibliometrik dan Jaringan dari Hasil Penelitian Global," *J. Akunt. dan Keuang. West Sci.*, vol. 5, no. 01, pp. 131–141, 2026.
- [22] S. N. Alisia and D. Puspawati, "Adopsi Penggunaan Layanan Digital Fintech pada Generasi X di Indonesia," *J. Ilm. KOMPUTERISASI Akunt.*, vol. 17, no. 2, pp. 419–431, 2024, doi: 10.51903/kompak.v17i2.2072.