

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

UMKM adalah akronim dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Secara umum, UMKM merujuk pada jenis usaha atau bisnis yang dijalankan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, atau rumah tangga. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, definisi UMKM yaitu:

1. Usaha Mikro merupakan bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha milik perorangan, yang operasional dan skalanya memenuhi kriteria tertentu sebagaimana diatur oleh peraturan perundang-undangan. Usaha ini umumnya memiliki tingkat permodalan dan pendapatan yang relatif kecil serta beroperasi secara sederhana.
2. Usaha Kecil didefinisikan sebagai unit usaha ekonomi produktif yang bersifat mandiri dan dijalankan oleh individu maupun badan usaha. Usaha Kecil tidak memiliki hubungan afiliasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar, sehingga memiliki otonomi dalam kegiatan usahanya. Usaha ini memiliki kapasitas yang lebih besar dibandingkan Usaha Mikro, namun masih dalam skala terbatas dari segi aset maupun pendapatan.
3. Usaha Menengah merupakan usaha produktif yang juga bersifat independen dan dijalankan oleh perorangan atau badan usaha. Usaha ini tidak terhubung secara langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar, dan dikategorikan sebagai usaha menengah berdasarkan indikator kekayaan bersih serta pendapatan tahunan yang telah ditentukan. Usaha Menengah memiliki skala operasi yang lebih besar dibandingkan Usaha Mikro dan Kecil, namun belum mencapai level korporasi besar.

Selanjutnya, untuk menentukan apakah suatu UMKM termasuk dalam kategori usaha mikro, kecil, atau menengah, maka UMKM dikelompokkan berdasarkan beberapa kriteria yaitu berdasarkan modal usaha atau total penjualan tahunan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Kategori UMKM

Jenis Perusahaan	Kriteria Asset (Rp)	Kriteria Omset (Rp)
Usaha Mikro	Maksimum 1 Miliar	Maksimum 2 Miliar
Usaha Kecil	>1 Miliar-5 Miliar	>2 Miliar-15 Miliar
Usaha Menengah	>5 Miliar-10 Miliar	>15 Miliar-50 Miliar

Sumber: Peraturan Pemerintah Nomor 7 (2021)

Berdasarkan klasifikasi yang ditetapkan oleh pemerintah, Usaha Mikro merupakan jenis usaha dengan total penjualan tahunan maksimum sebesar Rp2 miliar dan memiliki modal usaha tidak lebih dari Rp1 miliar, di luar nilai tanah dan bangunan yang digunakan untuk kegiatan usaha. Di atasnya, terdapat kategori Usaha Kecil yang memiliki rentang penjualan tahunan antara Rp2 miliar hingga Rp15 miliar, serta modal usaha yang berada pada kisaran lebih dari Rp1 miliar sampai dengan Rp5 miliar, tidak termasuk aset berupa tanah dan bangunan tempat usaha. Sementara itu, Usaha Menengah mencakup kegiatan usaha dengan nilai penjualan tahunan di atas Rp15 miliar hingga Rp50 miliar, dan memiliki modal usaha lebih dari Rp5 miliar namun tidak melebihi Rp10 miliar, dengan pengecualian tanah dan bangunan tempat usaha dari perhitungan modal tersebut (Peraturan Pemerintah Nomor 7, 2021).

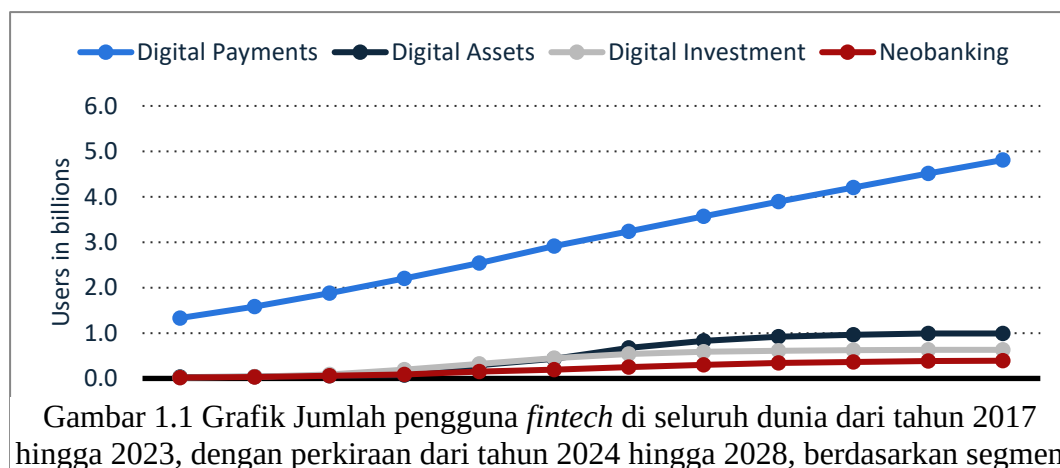
1.2 Latar Belakang Penelitian

Setiap aspek kehidupan manusia telah dipengaruhi oleh inovasi, teknologi, dan kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi. Kemajuan ini telah mengubah ekonomi secara bertahap, dan telah mengubah sektor keuangan. Pengembangan *Financial Technology (fintech)* adalah inovasi yang membuat transaksi keuangan menjadi lebih mudah dan cepat. *Fintech* mencakup lebih banyak pengguna dengan layanan keuangan dan basis penggunanya yang berkembang pesat di seluruh dunia (Setiawan et al., 2021). *Fintech* merujuk pada penerapan teknologi dalam industri keuangan. Sektor ini mencakup berbagai aktivitas, mulai dari pembayaran (misalnya, pembayaran nirkontak), analisis dan data keuangan (misalnya, penilaian kredit), perangkat lunak keuangan (misalnya, manajemen risiko), proses yang didigitalisasi (misalnya, autentikasi), hingga yang mungkin

paling dikenal oleh masyarakat umum, yaitu *platform* pembayaran misalnya, pinjaman *peer-to-peer* atau P2P (Barberis, 2014).

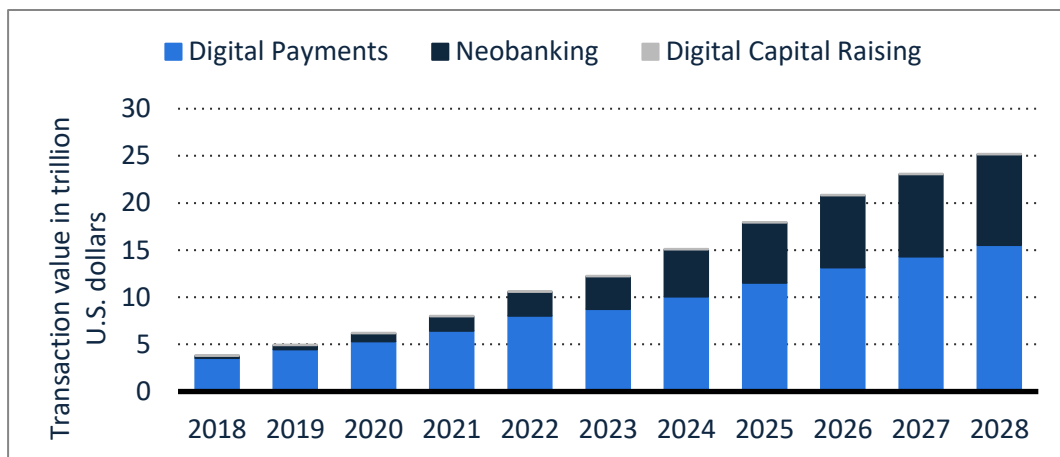
Pertumbuhan pesat adopsi dan penggunaan *fintech* telah memperkenalkan solusi inovatif yang menawarkan kemudahan, efisiensi, dan aksesibilitas. Salah satu pendorong utama adopsi *Fintech* adalah kemudahan tak tertandingi yang ditawarkannya kepada pengguna (Bajunaied et al., 2023). Melalui aplikasi seluler, *platform* daring, dan dompet digital, individu kini dapat mengakses berbagai layanan keuangan dari kenyamanan ponsel pintar atau komputer mereka. Solusi *fintech* hadir dengan biaya dan ongkos yang lebih rendah dibandingkan dengan lembaga keuangan tradisional. Pengguna dapat menghemat biaya transaksi, biaya pemeliharaan akun, dan komisi perdagangan, menjadikannya opsi yang menarik bagi individu yang sadar biaya (Shaikh et al., 2023).

Berdasarkan gambar 1.1. pertumbuhan pengguna *fintech* di seluruh dunia meningkat setiap tahun dari tahun 2017 hingga 2023 dan diperkirakan terus mengalami peningkatan dari 2024 hingga 2028 (Statista, 2024). Peningkatan yang paling signifikan terjadi pada segmen industri *digital payments*. Definisi *digital payments* merujuk pada proses pemindahan uang atau mata uang digital dari satu akun ke akun lain dengan memanfaatkan teknologi pembayaran digital, seperti dompet digital atau aplikasi pembayaran seluler (Intelligence, 2023). Pada tahun 2024, diperkirakan terdapat 3,57 miliar pengguna *fintech* secara global, dengan segmen *digital payments*. Kemudian pada tahun 2028, jumlah pengguna *fintech* segmen *digital payments* sendiri diperkirakan akan mencapai 4,81 miliar.



Sumber: Statista (2024)

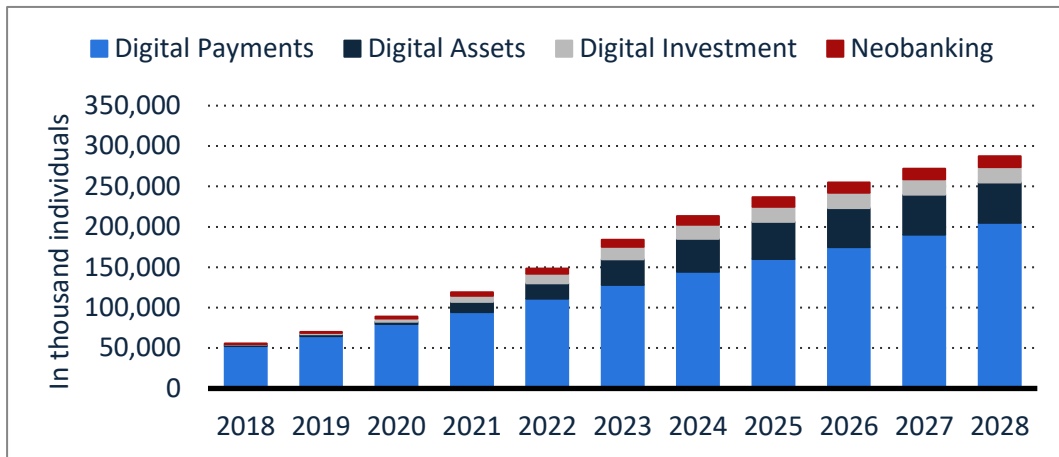
Kemudian, berdasarkan gambar 1.2. nilai transaksi global *fintech* juga terus meningkat dari tahun 2018 sampai 2023 dengan total USD 12,27 triliun di tahun 2023 yang mana segmen *digital payment* mendominasi nilai transaksi dengan total USD 8,75 triliun (Statista, 2023). Pertumbuhan nilai transaksi ini diproyeksikan mencapai USD 25,22 triliun di tahun 2028 yang artinya terjadi peningkatan sebesar 105,56% dari nilai transaksi di tahun 2023. Proyeksi pertumbuhan nilai transaksi ini juga didominasi oleh segmen *digital payments* dengan nilai transaksi sebesar USD 15,53 triliun.



Gambar 1.2 Grafik nilai transaksi *fintech* di seluruh dunia dari tahun 2017 hingga 2023, dengan perkiraan dari tahun 2024 hingga 2028

Sumber: Statista (2023)

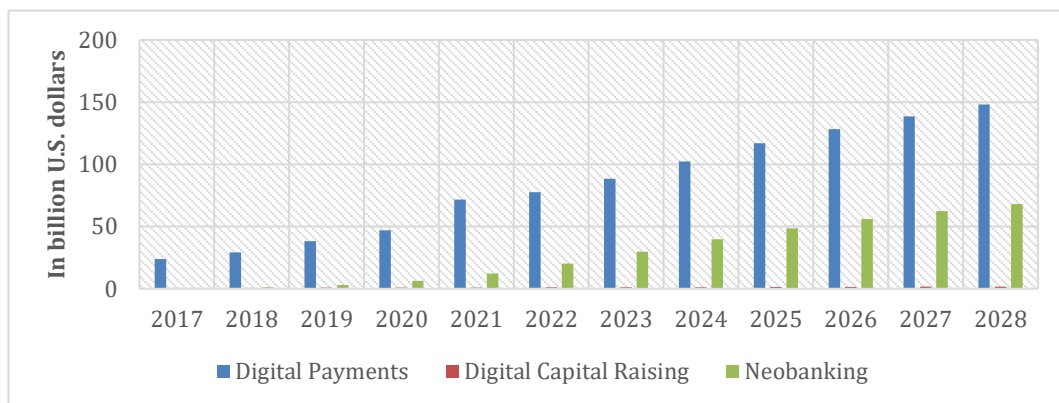
Selanjutnya, jumlah pengguna segmen pembayaran *digital payment* di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat dari tahun 2018 hingga 2028. Terdapat 52,6 juta pengguna di tahun 2018 dan diperkirakan terdapat 204,9 juta pengguna di tahun 2028 (Statista, 2024). Ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap *fintech* di Indonesia terus meningkat setiap tahun, terutama dalam segmen *digital payment*.



Gambar 1.3 Grafik jumlah pengguna segmen pembayaran *digital fintech* di Indonesia

Sumber: Statista (2024)

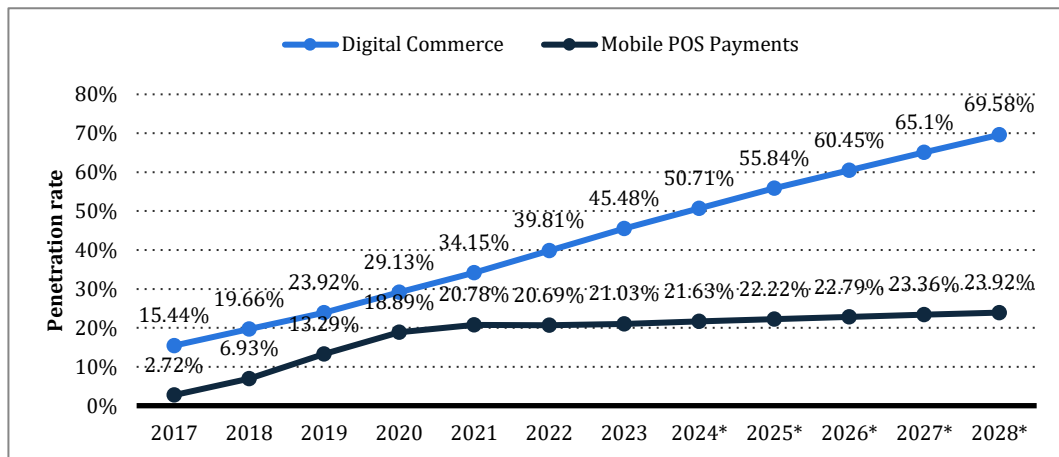
Di Indonesia sendiri, berdasarkan gambar 1.4 nilai transaksi *fintech* segmen *digital payment* diprediksi mengalami peningkatan pesat pada tahun 2028, hal ini mencerminkan tren pertumbuhan yang konsisten sejak 2017. Proyeksi menunjukkan bahwa semua segmen akan terus mengalami kenaikan, dengan segmen pembayaran digital diperkirakan mencapai angka tertinggi, yaitu 148,1 miliar dolar AS pada tahun tersebut (Statista, 2024).



Gambar 1.4 Grafik nilai transaksi *digital payments* di Indonesia 2018-2028, menurut segmen

Sumber: Statista, 2024)

Selain itu, Industri *digital payments* di Indonesia terdiri dari dua segmen utama yang diperkirakan memiliki tingkat penetrasi berkisar antara 23,92 persen (pembayaran POS seluler) dan 69,58 persen (perdagangan digital) pada tahun 2028 (Statista, 2024).



Gambar 1.5 Grafik tingkat penetrasi pasar pembayaran digital di Indonesia 2017-2028, menurut segmen

Sumber: Statista (2024)

UMKM memainkan peran yang sangat penting dan mendasar dalam mendorong sistem ekonomi nasional Indonesia. Berdasarkan data yang tersedia, sektor UMKM merupakan komponen dominan dalam struktur perekonomian Indonesia dengan kontribusi yang mencapai lebih dari 99% atau sekitar 66 juta pelaku dari total unit usaha yang ada (Ototitas Jasa Keuangan, 2024). Pada tahun 2023, total jumlah UMKM di Indonesia tercatat sebanyak 65,5 juta unit usaha, hal ini mengalami peningkatan sebesar 1,7% dibandingkan tahun 2022 (Kemenkopukm, 2024). Dari jumlah tersebut, sekitar 97% merupakan Usaha Mikro, 2% tergolong Usaha Kecil, dan sisanya sebesar 1% termasuk dalam kategori Usaha Menengah (Kemenkopukm, 2024). Peran sektor UMKM diakui sebagai hal yang penting karena memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), di mana PDB yang tinggi dapat mendorong pertumbuhan ekonomi (Lutfi et al., 2022). Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sebesar 61% atau setara dengan 9.580 triliun rupiah, meningkat sebesar 2,3% dibandingkan

tahun sebelumnya. Selain itu, UMKM juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja nasional, yaitu 97% atau 117 juta pekerja dari total angkatan kerja. Ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan tulang punggung dan memegang peran strategis dalam struktur perekonomian nasional serta menjadi sumber utama penciptaan lapangan kerja (Kemenkopukm, 2024).

Krisis ekonomi akibat pandemi *Coronavirus Disease* 2019 (COVID-19) memberikan dampak yang berbeda bagi UMKM, di mana pada krisis 1997-1998 banyak korporasi yang mengalami kegagalan sementara UMKM relatif lebih tahan banting, sedangkan pada krisis kali ini sektor UMKM justru menjadi yang paling terdampak akibat pembatasan aktivitas ekonomi dan mobilitas masyarakat (Perhimpunan Bank Nasional, 2021). Survei Bank Indonesia (BI) pada Maret 2021 menunjukkan bahwa 87,5% UMKM terdampak pandemi COVID-19, dengan 93,2% mengalami penurunan penjualan, sementara itu survei yang sama menunjukkan bahwa 12,5% UMKM yang tidak terpengaruh pandemi. Dari data tersebut, 27,3% justru mengalami kenaikan penjualan (Perhimpunan Bank Nasional, 2021). Dalam menghadapi tantangan pandemi, banyak UMKM memanfaatkan *platform* digital sebagai upaya untuk menjaga keberlangsungan pasar mereka (Perhimpunan Bank Nasional, 2021). Hasil temuan ini menunjukkan keselarasan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh OJK dan Boston Consulting Group (BCG) pada tahun 2020, yang menyatakan bahwa UMKM perlu beradaptasi dan mengubah proses bisnis mereka. Perubahan yang diperlukan mencakup digitalisasi, pemanfaatan produk finansial, serta dukungan dari pemerintah atau pihak eksternal lainnya (OJK – BCG, 2020).

Pemerintah menjadi inisiator dalam program digitalisasi untuk UMKM dengan menargetkan 30 juta UMKM beralih ke *platform* digital pada tahun 2024 (Suhayati, 2023). Digitalisasi UMKM merupakan transformasi dari sistem konvensional ke digital yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses bisnis, serta mendorong pelaku usaha untuk mengelola usahanya secara modern (Damanik, 2023). Proses ini melibatkan penggunaan teknologi, alat, dan data digital untuk mengoptimalkan operasi, meningkatkan efisiensi, serta membuka peluang baru bagi inovasi dan kemajuan (Zeverte-Rivza et al., 2024).

Transformasi digital menghadirkan berbagai kemudahan bagi UMKM, seperti menurunkan biaya transaksi, mengurangi pengeluaran operasional akibat kebutuhan akan peralatan bisnis konvensional yang mahal, meningkatkan efisiensi dalam pengiriman serta transaksi barang dan jasa, dan membuka peluang integrasi dengan pasar yang lebih luas dan interaktif (Telukdarie et al., 2023). Menurut Skare et al. (2023), transformasi digital dapat memperkuat aktivitas bisnis UMKM dengan menarik lebih banyak konsumen baru, meningkatkan daya saing melalui peningkatan kinerja usaha, mengurangi biaya input melalui efisiensi dan pengelolaan sumber daya yang lebih baik, mempermudah akses terhadap pendanaan eksternal untuk memenuhi kebutuhan bisnis, serta mengurangi dampak kebijakan dengan memungkinkan UMKM beradaptasi terhadap perubahan kerangka kebijakan yang berlaku.

Implementasi digitalisasi UMKM pasca pandemi di Indonesia masih jauh dari optimal, sehingga UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan pola kebiasaan, mencakup pengelolaan rantai pasok, operasional bisnis, serta transaksi berbasis teknologi digital, guna memastikan kelangsungan usaha di tengah tantangan krisis (Damuri et al., 2020). Berdasarkan informasi dari Kemenkopukm (2024), jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 65,5 juta UMKM. Namun, hingga awal Desember 2023 jumlah pelaku UMKM yang terlibat dalam ekosistem digital mencapai 27 juta (Suhayati, 2023). Bahkan, Teten Masduki (Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah periode 2019-2024) mengungkapkan keraguan terhadap target 30 Juta UMKM *Go Digital* pada tahun 2024 bisa tercapai karena ada banyak faktor yang memengaruhi sulitnya mencapai target tersebut sebagaimana yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJM) tahun 2024 (Rizky, 2024).

Banyak faktor yang menghambat adopsi *fintech* terutama segmen *digital payment* oleh UMKM di Indonesia. Menurut Kumar et al. (2023) Masyarakat Indonesia berusia 31-40 tahun memiliki pemahaman terbatas tentang *fintech*, sedangkan kelompok usia di atas 40 tahun cenderung tidak mengetahui cara menggunakan atau mendaftar di platform *fintech* dan kurangnya kepercayaan terhadap layanan tersebut. Kekhawatiran terhadap keamanan dana dan data juga

menjadi hambatan utama karena banyak pengguna masih ragu mempercayai *fintech* akibat kurangnya keyakinan terhadap perlindungan keamanan yang ditawarkan (Kumar et al., 2023). Selain itu, faktor lainnya adalah rendahnya tingkat literasi keuangan. Berdasarkan laporan *World Bank Group* tahun 2021, literasi keuangan yang rendah menjadi tantangan utama dari sisi permintaan dalam mendorong inklusi keuangan di Indonesia (Soriano et al., 2021). Menurut hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024, tingkat literasi keuangan di Indonesia tercatat sebesar 65,43%. Ini berarti, dari setiap 100 orang berusia 15 hingga 79 tahun, hanya 65 orang yang memiliki pemahaman yang baik tentang literasi keuangan (OJK & BPS, 2024). Kekurangan literasi keuangan dapat meningkatkan kerentanan individu terhadap risiko dan penipuan yang marak di Indonesia, serta dapat menghambat pertumbuhan dan produktivitas bisnis (Soriano et al., 2021). Kemudian, Cole, S et al., (2010) mempertegas bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang rendah dan pengetahuan terbatas tentang berbagai produk keuangan sering kali enggan menggunakan produk tersebut (Patnaik et al., 2023).

Pandemi COVID-19 telah menjadi salah satu pendorong utama percepatan adopsi pembayaran digital, mengakselerasi pergeseran global menuju *cashless transaction* melalui penggunaan teknologi pembayaran seluler di berbagai belahan dunia (Al-Okaily, 2024). Turban et al. (2015) dalam Najib & Fahma (2020) menyatakan bahwa seiring dengan kemajuan teknologi digital, banyak perusahaan telah mengintegrasikannya untuk meningkatkan daya saing. Kini, pelaku bisnis dan perusahaan semakin banyak memanfaatkan teknologi digital. Secara umum, teknologi ini digunakan untuk berkomunikasi dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti pelanggan dan pemasok. Selain itu, teknologi digital juga semakin banyak dimanfaatkan dalam sistem pembayaran. Di sisi lain, Xena & Rahadi (2019) menyatakan bahwa tren pembayaran digital mencerminkan transformasi masyarakat menuju era *cashless society*, di mana transaksi tanpa uang tunai semakin mendominasi. Sementara itu, sebagai otoritas moneter, Bank Indonesia (BI) merilis Cetak Biru Sistem Pembayaran Digital 2025 pada November 2019 (Bank Indonesia, 2019). Cetak Biru ini berfokus pada penciptaan ekosistem digital yang sehat dan inklusif dengan mengintegrasikan digitalisasi dalam sistem

pembayaran dan keuangan, yang diharapkan dapat menjangkau UMKM di Indonesia sehingga UMKM dapat berpartisipasi lebih aktif dalam perekonomian digital, meningkatkan produktivitas, dan memperluas pilihan layanan keuangan yang tersedia bagi mereka. Namun yang terjadi saat ini, tingkat adopsi pembayaran digital di kalangan UMKM masih relatif rendah. Berdasarkan hasil penelitian, sebanyak 51% UMKM belum memanfaatkan transaksi non-tunai (Annur, 2021).

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap adopsi *digital payment*, bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap adopsi *digital payment*, bagaimana pengaruh *social influence* terhadap adopsi *digital payment*, dan bagaimana pengaruh *perceived risk* terhadap adopsi *digital payment*. Namun, banyak dari penelitian tersebut hanya menguji satu sampai tiga variabel dari empat variabel saja. Hanya ada satu penelitian yang menginvestigasi pengaruh keempat variabel tersebut secara bersamaan terhadap adopsi *fintech*, namun belum yang secara khusus menggunakan pengaruh empat variabel tersebut untuk meneliti pengaruh terhadap adopsi *digital payment*. Kemudian, *financial literacy* digunakan sebagai variabel moderasi berdasarkan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi *fintech* dan *digital payment*. Penelitian terkait adopsi teknologi juga telah banyak dilakukan di beberapa negara maju seperti Amerika Serikat (Mendoza P. et al., 2020), Polandia (Marczewska, 2024), dan Italia (Bettioli et al., 2024). Tetapi, studi serupa, khususnya yang berfokus pada adopsi sistem pembayaran digital pada UMKM, masih relatif jarang dilakukan di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Padahal, difusi teknologi digital dalam dunia bisnis menunjukkan perbedaan yang signifikan antara negara-negara maju dan berkembang (Kartiwi et al., 2007). Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada adopsi teknologi dari perspektif pengguna individu. Namun, perhatian terhadap UMKM masih terbatas, meskipun sektor ini memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan bagi Indonesia.

Kebaruan atau *State of The Art* pada penelitian ini terletak pada kontribusinya dalam memperluas teori mengenai hubungan antara *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *social influence*, dan *perceived risk* terhadap adopsi

pembayaran digital, dengan *financial literacy* sebagai variabel moderasi, khususnya pada UMKM di Indonesia. Pemahaman tentang korelasi ini diharapkan dapat mendukung upaya pengembangan adopsi pembayaran digital di Indonesia. Kemudian, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh para pemangku kepentingan sebagai referensi untuk mengembangkan sistem pembayaran digital yang lebih sesuai dengan kebutuhan UMKM di masa depan. Selain itu, penelitian tentang adopsi pembayaran digital pada UMKM ini juga mendukung berbagai tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs), termasuk SDGs 1 (Tanpa Kemiskinan), SDGs 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), dan SDGs 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur) dengan menciptakan ekosistem yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Berdasarkan paparan fenomena, data, dan penelitian sebelumnya, maka penulis menyatakan penelitian ini berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI ADOPSI *DIGITAL PAYMENT* PADA UMKM DI INDONESIA: PERAN *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED USEFULNESS*, *SOCIAL INFLUENCE*, DAN *PERCEIVED RISK* DENGAN *FINANCIAL LITERACY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI.”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan. Berikut merupakan beberapa rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian:

1. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh *perceived risk* terhadap *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia?

5. Bagaimana pengaruh *financial literacy* sebagai variabel moderasi terhadap hubungan antara *perceived ease of use* dan *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia?
6. Bagaimana pengaruh *financial literacy* sebagai variabel moderasi terhadap hubungan antara *perceived usefulness* dan *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia?
7. Bagaimana pengaruh *financial literacy* sebagai variabel moderasi terhadap hubungan antara *social influence* dan *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia?
8. Bagaimana pengaruh *financial literacy* sebagai variabel moderasi terhadap hubungan antara *perceived risk* dan *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *social influence* terhadap *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived risk* terhadap *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial literacy* sebagai variabel moderasi terhadap hubungan antara *perceived ease of use* dan *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial literacy* sebagai variabel moderasi terhadap hubungan antara *perceived usefulness* dan *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia.

7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial literacy* sebagai variabel moderasi terhadap hubungan antara *social influence* dan *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial literacy* sebagai variabel moderasi terhadap hubungan antara *perceived risk* dan *adoption of digital payment systems* pada UMKM di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1. Aspek Akademis

1. Menambahkan pemahaman mengenai hubungan antara *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *social influence*, *perceived risk*, dan *financial literacy* terhadap *adoption of digital payment systems*.
2. Memberikan penjabaran lebih mendalam mengenai dimensi-dimensi yang memiliki pengaruh besar dan signifikan.
3. Membangun model penelitian yang solid berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas faktor-faktor yang memengaruhi *adoption of digital payment systems* oleh UMKM di Indonesia.

1.5.2. Aspek Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai pemanfaatan *digital payment* pada UMKM, serta menjadi referensi bagi peneliti di masa yang akan datang.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi pengembangan ilmu pengetahuan bagi lembaga terkait. Terutama mengenai peran variabel penelitian terhadap pengadopsian pembayaran digital oleh UMKM di Indonesia.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pemecahan masalah yang berhubungan dengan topik penelitian seperti adopsi pembayaran digital oleh UMKM di Indonesia.

4. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan oleh pihak yang berwenang atau pemangku kepentingan dalam perumusan kebijakan terkait pembayaran digital khususnya untuk UMKM di Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan singkat mengenai laporan penelitian yang mencakup Bab I hingga Bab V.

a. BAB I PENDAHULUAN

Hasil penelitian dijabarkan secara ringkas, jelas, dan umum dalam bab ini. Isi dalam bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Gagasan dalam bab ini disusun dari konsep yang umum ke konsep yang spesifik dan didukung oleh tinjauan studi sebelumnya serta kerangka pemikiran penelitian. Kemudian diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas secara komprehensif pendekatan, metode, serta teknik yang digunakan dalam proses pengumpulan dan analisis data guna menjawab pertanyaan penelitian. Cakupan pembahasan meliputi jenis penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel, penentuan populasi dan sampel (untuk penelitian kuantitatif) atau deskripsi situasi sosial (untuk penelitian kualitatif), prosedur pengumpulan data, pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, serta teknik analisis data yang diterapkan.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasannya disusun secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, serta dipaparkan dalam subjudul-subjudul yang terstruktur. Bab ini terbagi menjadi dua bagian utama: bagian pertama menyajikan temuan hasil penelitian, sedangkan bagian kedua memuat analisis atau

pembahasan terhadap temuan tersebut. Setiap bagian pembahasan idealnya diawali dengan penyajian hasil analisis data, dilanjutkan dengan interpretasi, dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan. Dalam proses pembahasan, dianjurkan untuk melakukan perbandingan dengan hasil penelitian terdahulu atau teori-teori yang relevan guna memperkuat argumentasi ilmiah.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan pernyataan akhir yang merangkum jawaban atas pertanyaan penelitian, yang selanjutnya diikuti dengan saran yang disusun berdasarkan temuan penelitian serta dikaitkan dengan implikasi atau manfaat dari penelitian tersebut.