

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap *Credit Intention to Use* Peran Sikap dalam Mengadopsi Layanan *Fintech* dan Layanan Perbankan Konvensional: Studi Kasus pada Pelaku UMKM di Indonesia Menggunakan Pendekatan *Theory Acceptance Model*

Lutfiah Pratiwi Hasanah

Universitas Muhammadiyah Karanganyar, Indonesia

Email: iamfiii041@gmail.com

Keywords:

Financial Literacy; Credit-Taking Intention; Conventional Banking Services; Financial Technology Services; Fintech; MSMEs.

Abstract

Financial inclusion in the digital era has encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to consider various financing channels, including financial technology (fintech) services and conventional banking services. However, differences in accessibility, perceived risks, and institutional trust create challenges in understanding the factors influencing MSMEs' credit intention. This study aims to examine the effect of financial literacy on credit intention to use and analyze the mediating role of attitudes toward adopting fintech and conventional banking services based on the Technology Acceptance Model (TAM). This research employed a quantitative explanatory approach using a cross-sectional survey design. Data were collected through questionnaires from 151 MSME actors in Indonesia and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that financial literacy has a positive and significant effect on credit intention to use, attitudes toward conventional banking adoption, and attitudes toward fintech adoption. Furthermore, attitudes toward conventional banking services significantly mediate the relationship between financial literacy and credit intention, while attitudes toward fintech services do not significantly mediate this relationship. These findings indicate that although MSMEs demonstrate positive acceptance of fintech, conventional banking remains a stronger pathway in shaping credit decisions due to perceptions of security, legitimacy, and institutional trust. This study concludes that strengthening financial literacy and improving financial service credibility are essential strategies to encourage responsible and sustainable MSME financing decisions.

Kata Kunci:

literasi Keuangan; Niat Mengambil Kredit; Layanan Perbankan Konvensional; Layanan Teknologi Keuangan; *Fintech*; UMKM.

Abstrak

Inklusi keuangan pada era digital telah mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mempertimbangkan berbagai sumber pembiayaan, baik melalui layanan teknologi keuangan (*fintech*) maupun layanan perbankan konvensional. Namun, perbedaan karakteristik akses, risiko, dan tingkat kepercayaan terhadap kedua layanan tersebut menyebabkan faktor pembentuk niat mengambil kredit masih perlu dikaji secara lebih mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap *credit intention to use* serta menguji peran mediasi sikap dalam mengadopsi layanan *fintech* dan layanan perbankan konvensional berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan desain survei *cross-sectional*. Data diperoleh melalui kuesioner terhadap 151 pelaku UMKM di Indonesia dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian

menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengambil kredit, sikap terhadap layanan perbankan konvensional, dan sikap terhadap layanan *fintech*. Selain itu, sikap terhadap layanan perbankan konvensional terbukti memediasi hubungan antara literasi keuangan dan niat mengambil kredit, sedangkan sikap terhadap layanan *fintech* tidak menunjukkan efek mediasi yang signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun UMKM memiliki penerimaan positif terhadap *fintech*, layanan perbankan konvensional masih menjadi jalur yang lebih kuat dalam membentuk keputusan kredit karena faktor keamanan, legitimasi, dan kepercayaan institusional. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan literasi keuangan dan penguatan kredibilitas layanan keuangan menjadi strategi penting dalam mendorong keputusan pembiayaan UMKM yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara pelaku UMKM mengakses, menilai, dan menggunakan layanan keuangan. Indonesia kini bergerak menuju ekosistem keuangan yang mengintegrasikan perbankan, *fintech*, data, serta infrastruktur sistem pembayaran nasional. Bank Indonesia melalui Blueprint Sistem Pembayaran Indonesia 2030 menempatkan integrasi ekonomi-keuangan digital, digitalisasi perbankan, serta interlink *fintech* dan perbankan sebagai fondasi penting sistem keuangan masa depan. Otoritas Jasa Keuangan memandang *fintech* sebagai inovasi yang mampu memperluas akses keuangan bagi kelompok yang belum sepenuhnya terlayani lembaga formal, termasuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah. Persoalan pembiayaan UMKM pada era digital perlu dipahami sebagai fenomena adopsi dalam ekosistem keuangan hibrida, bukan sebagai pertentangan sederhana antara lembaga formal dan alternatif (Bank Indonesia, 2025).

Literasi keuangan memegang posisi penting dalam keputusan penggunaan kredit oleh pelaku UMKM. Pelaku usaha membutuhkan kapasitas untuk memahami manfaat, biaya, risiko, tenor, kewajiban pembayaran, serta konsekuensi jangka panjang dari produk pembiayaan. Lusardi dan Mitchell (2014) memandang pengetahuan finansial sebagai bentuk modal manusia yang memengaruhi kualitas pengambilan keputusan ekonomi. Pelaku UMKM dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung memiliki kemampuan evaluatif yang lebih kuat ketika membandingkan kredit berbasis *fintech* dan kredit perbankan konvensional. Keputusan menggunakan kredit tidak hanya berkaitan dengan penerimaan teknologi, tetapi juga menyangkut keberlanjutan usaha, stabilitas arus kas, serta kemampuan mengelola risiko gagal bayar (Lusardi & Mitchell, 2014).

Technology Acceptance Model (TAM) memberikan dasar konseptual untuk menjelaskan hubungan antara literasi keuangan, sikap, dan niat penggunaan kredit. Davis (1989) menempatkan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* sebagai faktor utama yang membentuk sikap terhadap teknologi, lalu memengaruhi niat penggunaan. Pelaku UMKM tidak menggunakan layanan kredit hanya karena mengetahui produk tersebut, tetapi karena mereka menilai produk itu bermanfaat, mudah diakses, aman, dan sesuai dengan kebutuhan usaha. Sikap berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang menerjemahkan pengetahuan finansial menjadi kecenderungan perilaku. Hubungan antara literasi keuangan dan *credit*

intention to use lebih tepat dipahami sebagai hubungan tidak langsung yang bekerja melalui evaluasi pengguna terhadap kanal pembiayaan (Davis, 1989).

Literatur Indonesia masih menunjukkan keterpisahan kajian antara *fintech*, *digital banking*, dan pinjaman formal bank. Banyak studi menempatkan *fintech* sebagai instrumen inklusi keuangan, sementara studi lain membahas layanan bank dalam kerangka perilaku yang berbeda. Bukti empiris tentang pengaruh literasi keuangan terhadap niat penggunaan layanan kredit juga belum konsisten. Abadi dan Saida (2024) menemukan bahwa literasi keuangan berperan dalam *intention to use fintech lending*, sedangkan Nugraha et al. (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat bekerja secara tidak langsung melalui user innovativeness. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak selalu bekerja secara linear terhadap niat penggunaan, melainkan dapat dipengaruhi oleh sikap, kepercayaan, persepsi manfaat, kemudahan, dan karakteristik kanal pembiayaan (Abadi & Saida, 2024; Nugraha et al., 2022).

Perbandingan antara *fintech* dan perbankan konvensional menjadi relevan karena kedua kanal memiliki karakter institusional yang berbeda. *Fintech* sering diasosiasikan dengan kecepatan, fleksibilitas, proses yang lebih sederhana, serta pemanfaatan data digital dalam penilaian kelayakan. Perbankan konvensional memiliki legitimasi institusional yang lebih kuat, regulasi lebih mapan, dan posisi dominan dalam sistem keuangan, tetapi masih sering dikaitkan dengan persyaratan formal, agunan, histori kredit, serta proses administrasi yang kompleks. Pelaku UMKM menghadapi objek evaluasi yang berbeda ketika menilai kedua kanal tersebut. Literasi keuangan dapat membentuk sikap yang berbeda terhadap *fintech* dan bank karena struktur biaya, risiko, kemudahan akses, dan persepsi keamanan dari kedua layanan tidak identik (Nurbaiti et al., 2023; Rahadian & Thamrin, 2023).

Penelitian ini memiliki kebaruan konseptual, empiris, dan komparatif. Penelitian ini tidak hanya menguji pengaruh literasi keuangan terhadap *credit intention to use*, tetapi juga menjelaskan mekanisme pengaruh tersebut melalui sikap. Penelitian ini menempatkan *fintech* dan perbankan konvensional secara simultan dalam satu model perilaku, sehingga mampu menghindari generalisasi berlebihan dari satu kanal layanan ke kanal lain. Kontribusi teoretis penelitian ini terletak pada perluasan TAM ke ranah keputusan pembiayaan UMKM yang lebih kompleks. Kontribusi praktis penelitian ini terletak pada penyediaan dasar bagi regulator, bank, dan penyedia *fintech* untuk merancang edukasi keuangan serta desain produk kredit yang tidak hanya memperluas akses, tetapi juga mendorong keputusan pembiayaan yang lebih rasional, aman, dan berkelanjutan (Otoritas Jasa Keuangan, 2020; Perwitasari, 2022; Setiawan et al., 2021).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis eksplanatori untuk menguji hubungan antarvariabel yang dirumuskan dalam hipotesis, yaitu pengaruh literasi keuangan terhadap niat mengambil kredit, baik secara langsung maupun melalui sikap dalam mengadopsi layanan teknologi keuangan dan layanan perbankan konvensional. Pendekatan kuantitatif dipilih karena konstruk perilaku keuangan seperti literasi, sikap, dan niat dapat diukur melalui indikator terstruktur dalam kuesioner serta dianalisis menggunakan statistik inferensial, sesuai dengan kerangka *Technology Acceptance Model*. Jenis eksplanatori

digunakan karena penelitian tidak hanya menggambarkan kondisi, tetapi juga menjelaskan hubungan sebab-akibat, dengan literasi keuangan sebagai variabel independen, niat mengambil kredit sebagai variabel dependen, dan sikap adopsi kedua jenis layanan sebagai variabel mediasi.

Pemilihan pendekatan ini sejalan dengan penelitian terdahulu, seperti Widjayanti et al. (2025) yang menganalisis hubungan literasi keuangan, sikap, gaya hidup, dan perilaku keuangan pelaku UMKM menggunakan SEM-PLS, serta Putri et al. (2023) yang menguji penerimaan teknologi peer-to-peer lending melalui perluasan TAM. Berdasarkan waktu pengumpulan datanya, penelitian ini menggunakan desain cross-sectional, yaitu data dikumpulkan dalam satu periode tertentu untuk menangkap persepsi, sikap, dan niat pelaku UMKM pada saat penelitian dilakukan, bukan untuk mengamati perubahan perilaku dalam jangka panjang.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Indonesia yang aktif menjalankan usaha dan berpotensi menggunakan layanan keuangan, baik fintech maupun perbankan konvensional, sebagai sumber pembiayaan usaha. Definisi ini sesuai dengan konsep populasi dalam penelitian kuantitatif sebagai keseluruhan elemen dengan karakteristik tertentu yang menjadi target generalisasi (Creswell & Creswell, 2023), sekaligus mempertimbangkan relevansi responden terhadap konstruk yang diukur dalam pendekatan SEM-PLS (Hair et al., 2022).

Karena jumlah populasi pelaku UMKM sangat besar dan tersebar luas, penelitian menggunakan sampel sebagai representasi empiris dari populasi. Sampel dipilih melalui teknik purposive sampling dengan kriteria utama, yaitu pelaku UMKM di Indonesia yang mengelola usaha secara aktif, memahami kondisi keuangan usahanya, serta memiliki potensi atau pengalaman dalam mempertimbangkan penggunaan layanan kredit (Andrade, 2021). Kriteria ini penting agar data mencerminkan fenomena yang diteliti, mengingat penelitian menguji niat mengambil kredit yang berkaitan langsung dengan keputusan pembiayaan usaha.

Jumlah sampel akhir adalah 151 responden valid, diperoleh setelah penyebaran kuesioner melalui Google Form dan seleksi berdasarkan kelengkapan jawaban serta kesesuaian dengan kriteria penelitian. Jumlah ini dipandang memadai untuk penelitian kuantitatif eksplanatori yang menguji hubungan antarvariabel, dengan justifikasi yang mempertimbangkan tujuan penelitian, keterjangkauan responden, dan kebutuhan analisis statistik (Lakens, 2022; Kang, 2021). Selain jumlah, penelitian juga menekankan kualitas sampel melalui kesesuaian responden dengan konstruk yang diukur, yaitu literasi keuangan, sikap adopsi layanan teknologi keuangan, sikap terhadap layanan perbankan konvensional, dan niat mengambil kredit. Dengan pemilihan sampel yang relevan, penelitian diharapkan menghasilkan temuan empiris yang sesuai dengan konteks pelaku UMKM di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Niat untuk Mengambil Kredit

Hipotesis pertama memperoleh dukungan empiris, yang ditunjukkan oleh pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap niat untuk mengambil kredit dengan nilai koefisien sebesar 0,175, t-statistic sebesar 2,411, dan p-value sebesar 0,016. Tingkat signifikansi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan diikuti oleh

peningkatan kecenderungan pelaku UMKM untuk mengakses kredit. Karakteristik responden yang menunjukkan tingkat literasi keuangan sangat tinggi, dengan nilai rata-rata sebesar 4,366, mengindikasikan adanya pemahaman yang baik terkait pengelolaan keuangan, produk pembiayaan, serta risiko dan manfaat kredit. Kapasitas tersebut memungkinkan pelaku UMKM mengevaluasi kebutuhan pembiayaan secara lebih rasional dan mempertimbangkan kredit sebagai instrumen pendukung pengembangan usaha. Temuan ini konsisten dengan penelitian Charfeddine et al. (2024) yang menunjukkan peran literasi keuangan dalam mengurangi hambatan akses kredit pada pelaku MSME, serta Retnoningsih et al. (2025) yang menemukan keterkaitan positif antara literasi keuangan dan penggunaan kredit formal.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Sikap dalam Mengadopsi Layanan Perbankan Konvensional

Hipotesis kedua memperoleh dukungan empiris melalui pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap sikap dalam mengadopsi layanan perbankan konvensional dengan nilai koefisien sebesar 0,460, t-statistic sebesar 6,800, dan p-value sebesar 0,000. Nilai R^2 Adjusted sebesar 0,207 menunjukkan bahwa literasi keuangan mampu menjelaskan 20,7% variasi sikap terhadap layanan perbankan konvensional, sedangkan nilai Q^2 sebesar 0,150 mengindikasikan adanya predictive relevance pada tingkat moderat. Tingkat pemahaman keuangan yang lebih baik memungkinkan pelaku UMKM menilai layanan perbankan konvensional secara lebih positif sebagai sumber pembiayaan yang memiliki kepastian regulasi dan mekanisme kredit yang terstruktur. Karakteristik responden yang menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,952 pada kategori tinggi semakin menguatkan adanya penerimaan yang baik terhadap layanan perbankan konvensional.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Sikap dalam Mengadopsi Layanan Teknologi Keuangan

Hipotesis ketiga memperoleh dukungan empiris melalui pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap sikap dalam mengadopsi layanan teknologi keuangan dengan nilai koefisien sebesar 0,594, t-statistic sebesar 8,773, dan p-value sebesar 0,000. Nilai R^2 Adjusted sebesar 0,349 menunjukkan bahwa literasi keuangan mampu menjelaskan 34,9% variasi sikap terhadap layanan teknologi keuangan, sedangkan nilai Q^2 sebesar 0,240 mengindikasikan predictive relevance pada tingkat moderat. Tingkat literasi keuangan yang lebih baik memungkinkan pelaku UMKM memahami manfaat dan karakteristik layanan teknologi keuangan secara lebih komprehensif sehingga mendorong terbentuknya sikap yang lebih positif terhadap penggunaannya. Karakteristik responden yang menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,411 pada kategori sangat tinggi semakin menguatkan tingginya penerimaan pelaku UMKM terhadap layanan fintech. Temuan ini sejalan dengan Nguyen (2022) serta Mohapatra et al. (2025) yang menegaskan peran literasi keuangan dalam mendorong adopsi layanan fintech pada sektor usaha mikro dan kecil.

Pengaruh X2 Terhadap M

Hipotesis keempat memperoleh dukungan empiris melalui pengaruh positif dan signifikan sikap dalam mengadopsi layanan perbankan konvensional terhadap niat untuk mengambil kredit dengan nilai koefisien sebesar 0,440, t-statistic sebesar 4,495, dan p-value sebesar 0,000. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa peningkatan sikap positif terhadap layanan perbankan konvensional diikuti oleh peningkatan niat pelaku UMKM untuk mengakses kredit. Nilai f^2 sebesar 0,187 mengindikasikan bahwa konstruk ini memberikan

kontribusi yang cukup berarti terhadap pembentukan niat mengambil kredit. Persepsi positif terhadap keamanan, kredibilitas, dan manfaat layanan perbankan mendorong pelaku UMKM untuk mempertimbangkan kredit sebagai sumber pembiayaan usaha. Temuan ini sejalan dengan Bellahcene dan Latreche (2023) yang menunjukkan bahwa sikap terhadap layanan perbankan berperan dalam membentuk niat penggunaan layanan keuangan.

Pengaruh M Terhadap Y

Hipotesis kelima tidak memperoleh dukungan empiris karena sikap dalam mengadopsi layanan teknologi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk mengambil kredit, dengan nilai koefisien sebesar 0,008, t-statistic sebesar 0,075, dan p-value sebesar 0,940. Nilai f^2 sebesar 0,000 menunjukkan bahwa kontribusi konstruk tersebut terhadap pembentukan niat mengambil kredit hampir tidak terlihat. Karakteristik responden yang menunjukkan nilai rata-rata sikap terhadap layanan fintech sebesar 4,411 pada kategori sangat tinggi mengindikasikan adanya penerimaan yang positif terhadap teknologi keuangan. Persepsi positif tersebut, namun demikian, belum mampu mendorong niat untuk memanfaatkan layanan fintech sebagai sumber pembiayaan. Pertimbangan terkait risiko, biaya, keamanan, dan kredibilitas penyedia layanan diduga menjadi faktor yang lebih dominan dalam keputusan pengambilan kredit. Temuan ini sejalan dengan Putri et al. (2023) yang menunjukkan bahwa penerimaan teknologi tidak selalu berujung pada niat penggunaan layanan peer-to-peer lending dalam konteks pembiayaan.

Pengaruh X1 Terhadap Y Melalui M

Hipotesis keenam memperoleh dukungan empiris melalui pengaruh tidak langsung literasi keuangan terhadap niat untuk mengambil kredit melalui sikap dalam mengadopsi layanan perbankan konvensional, dengan nilai koefisien sebesar 0,203, t-statistic sebesar 3,381, dan p-value sebesar 0,001. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sikap terhadap layanan perbankan konvensional berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara literasi keuangan dan niat mengambil kredit. Tingkat literasi keuangan yang lebih baik memungkinkan pelaku UMKM membentuk evaluasi yang lebih positif terhadap layanan perbankan, yang selanjutnya meningkatkan kecenderungan untuk mengakses kredit. Besaran pengaruh tidak langsung yang melebihi pengaruh langsung literasi keuangan terhadap niat kredit mengindikasikan pentingnya peran sikap terhadap perbankan konvensional dalam memperkuat hubungan tersebut.

Pengaruh X2 Terhadap Y Melalui M

Hipotesis ketujuh tidak memperoleh dukungan empiris karena pengaruh tidak langsung literasi keuangan terhadap niat untuk mengambil kredit melalui sikap dalam mengadopsi layanan teknologi keuangan tidak signifikan, dengan nilai koefisien sebesar 0,005, t-statistic sebesar 0,073, dan p-value sebesar 0,942. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sikap terhadap layanan fintech tidak mampu memediasi hubungan antara literasi keuangan dan niat mengambil kredit. Tingkat literasi keuangan yang lebih baik memang mendorong terbentuknya sikap positif terhadap layanan fintech, namun sikap tersebut belum cukup untuk meningkatkan kecenderungan pelaku UMKM dalam memanfaatkan fintech sebagai sumber pembiayaan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa faktor lain, seperti kepercayaan, persepsi risiko, dan keamanan layanan, kemungkinan memiliki peran yang lebih dominan dalam pembentukan niat pengambilan kredit melalui fintech.

Dengan demikian, literasi keuangan dan sikap positif terhadap fintech belum cukup untuk membentuk niat mengambil kredit apabila pelaku UMKM masih mempertimbangkan risiko pinjaman digital, keamanan data, legalitas platform, biaya layanan, dan perlindungan konsumen. Putri et al. (2023) juga memberikan dukungan empiris yang relevan karena dalam konteks P2P lending di Indonesia, beberapa konstruk penerimaan teknologi tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan platform. Hal ini memperkuat argumen bahwa keputusan mengambil kredit melalui fintech berbeda dari keputusan menggunakan fintech untuk transaksi sehari-hari. Kredit fintech memiliki risiko finansial yang lebih tinggi sehingga pelaku UMKM membutuhkan tingkat kepercayaan, transparansi biaya, dan kepastian regulasi yang lebih kuat. Selain itu, tinjauan sistematis Ha et al. (2025) menegaskan bahwa riset fintech dan inklusi keuangan masih perlu memperhatikan isu regulasi, keamanan, perlindungan konsumen, dan keberlanjutan penggunaan layanan keuangan digital. Dengan demikian, penolakan H7 menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap niat mengambil kredit melalui sikap fintech belum berjalan efektif karena sikap positif terhadap fintech belum cukup kuat untuk mengatasi pertimbangan risiko dan kepercayaan dalam keputusan kredit digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap credit intention to use dengan peran sikap dalam mengadopsi layanan teknologi keuangan dan layanan perbankan konvensional pada pelaku UMKM di Indonesia, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki peran penting dalam membentuk niat pelaku UMKM untuk mengambil kredit. Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk mengambil kredit. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman pelaku UMKM mengenai pengelolaan keuangan, pinjaman, bunga, risiko, dan manfaat produk keuangan, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk mempertimbangkan kredit sebagai sumber pembiayaan usaha. Literasi keuangan menjadi dasar penting bagi pelaku UMKM dalam menilai apakah kredit dapat digunakan secara produktif untuk mendukung modal kerja, pengembangan usaha, dan peningkatan kapasitas operasional.

Literasi keuangan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dalam mengadopsi layanan perbankan konvensional. Hasil ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang memiliki pemahaman keuangan lebih baik cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap layanan bank konvensional. Pemahaman terhadap prosedur kredit, manfaat pinjaman, risiko pembiayaan, serta fungsi bank sebagai lembaga keuangan formal dapat memperkuat penerimaan pelaku UMKM terhadap layanan perbankan. Selain itu, literasi keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dalam mengadopsi layanan teknologi keuangan. Artinya, pelaku UMKM yang lebih literat secara finansial lebih mudah memahami manfaat fintech, seperti kemudahan transaksi, fleksibilitas akses, efisiensi layanan, dan potensi pembiayaan berbasis digital.

Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa sikap dalam mengadopsi layanan perbankan konvensional berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk mengambil kredit. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin positif sikap pelaku UMKM terhadap layanan bank konvensional, semakin tinggi niat mereka untuk menggunakan kredit sebagai sumber pembiayaan. Bank konvensional masih dipandang sebagai lembaga pembiayaan yang

formal, aman, terstruktur, dan memiliki legitimasi yang kuat. Sebaliknya, sikap dalam mengadopsi layanan teknologi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat untuk mengambil kredit. Meskipun responden memiliki sikap positif terhadap fintech, penerimaan tersebut belum cukup untuk mendorong niat mengambil kredit melalui layanan teknologi keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa fintech masih lebih banyak dipersepsikan sebagai alat transaksi digital atau layanan keuangan praktis, bukan sebagai pilihan utama untuk memperoleh kredit usaha.

Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk mengambil kredit melalui sikap dalam mengadopsi layanan perbankan konvensional. Dengan demikian, sikap terhadap layanan bank konvensional terbukti menjadi mediator dalam hubungan antara literasi keuangan dan niat mengambil kredit. Pelaku UMKM yang memiliki literasi keuangan baik akan lebih mampu membentuk sikap positif terhadap layanan perbankan, dan sikap tersebut kemudian meningkatkan niat untuk mengambil kredit. Sebaliknya, literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat mengambil kredit melalui sikap dalam mengadopsi layanan teknologi keuangan. Hal ini terjadi karena meskipun literasi keuangan mampu meningkatkan sikap positif terhadap fintech, sikap tersebut belum mampu meneruskan pengaruhnya terhadap niat kredit. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jalur layanan perbankan konvensional lebih kuat dibandingkan jalur teknologi keuangan dalam menjelaskan niat pelaku UMKM untuk mengambil kredit.

REFERENSI

- Abadi, M. K. R., & Saida, U. (2024). *Indonesian Millennial ' s Financial Behaviour : The Role of Financial Literacy in Intention to Use Fintech Lending*. 3190, 100–117.
- Andrade, C. (2021). *The Inconvenient Truth About Convenience and*. 43(1), 86–88. <https://doi.org/10.1177/0253717620977000>
- Anh, T., & Nguyen, N. (2022). *Does Financial Knowledge Matter in Using Fintech Services ? Evidence from an Emerging Economy*.
- Bank Indonesia. (2025). *Sistem Pembayaran & Pengelolaan Uang Rupiah*. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/default.aspx>
- Bellahcene, M., & Latreche, H. (2023). E-Banking Adoption by Algerian Bank Customers : Towards an Integrated Model. *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, 15(1), 1–20. <https://doi.org/10.4018/IJESMA.317943>
- Charfeddine, L., Umlai, M. I., & Masri, M. El. (2024). *Impact of financial literacy , perceived access to finance , ICT use , and digitization on credit constraints : evidence from Qatari MSME importers*. <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00557-4>
- Creswell, J. D., & Creswell, J. W. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches sixth edition*. SAGE Publication.
- 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>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Inform PubsOnline*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>

- Ha, D., Ahmet, S., & Phung, A. (2023). *Borsa Istanbul Review Empowering mobile money users : The role of financial literacy and trust in Vietnam*. 23(October), 1367–1379. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2023.10.009>
- Ha, D., Le, P., & Nguyen, D. K. (2025). Financial inclusion and fintech : a state - of - the - art systematic literature review. *Financial Innovation*. <https://doi.org/10.1186/s40854-024-00741-0>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Structural equation modeling*. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/a-primer-on-partial-least-squares-structural-equation-modeling-pls-sem/book270548>
- Hoang, V. H. (2025). *The interplay of financial literacy , digital finance adoption , and behavioral biases in investment decision-making : A integrated model for emerging markets*. 8(6), 1–13. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i6.9476>
- Kang, H. (2021). *Sample size determination and power analysis using the G * Power software*. 1–12.
- Lakens, D. (2022). *Sample Size Justification Collabra : Psychology*. 8, 1–28.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Mohapatra, N., Das, M., Shekhar, S., Singh, R., & Khan, S. (2025). *Assessing the Role of Financial Literacy in FinTech Adoption by MSEs : Ensuring Sustainability Through a Fuzzy AHP Approach*.
- Nugraha, D. P., Setiawan, B., & Nathan, R. J. (2022). *Fintech Adoption Drivers for Innovation for SMEs in Indonesia*.
- Nurbaiti, N., Asmuni, A., Soemitra, A., Imsar, I., & Aisyah, S. (2023). *Behavior analysis of MSMEs in Indonesia using fintech lending comparative study between sharia fintech lending and conventional fintech lending*. 9(4), 92–99.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *MSMEs through FinTech Financial Inclusion for Supporting*.
- Perwitasari, A. W. (2022). *The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Easiness towards Behavioral Intention to Use Fintech by Indonesian MSMEs*. 23(March), 1–9. <https://doi.org/10.21512/tw.v23i1.7078>
- Putri, G. A., Widagdo, A. K., & Setiawan, D. (2023). Analysis of financial technology acceptance of peer to peer lending (P2P lending) using extended technology acceptance model (TAM). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100027. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100027>
- Rahadian, A., & Thamrin, H. (2023). *Analysis of Factors Affecting MSME in Using Fintech Lending as Alternative Financing : Technology Acceptance Model Approach*.
- Retnoningsih, D., & Chung, R. H. (2025). *Climate fi nancing for climate change adaptation : the impact of fi nancial literacy on credit and savings behaviour of smallholder farmers in rural Indonesia*. (September), 1–13. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2025.1622403>
- Setiawan, B., Nugraha, D. P., Irawan, A., Nathan, R. J., & Zoltan, Z. (2021). User Innovativeness and Fintech Adoption in Indonesia. *JOITMC*, 7(3), 188. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030188>
- Thakor, A. V. (2020). Fintech and banking: What do we know? *Journal of Financial Intermediation*, 41. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jfi.2019.100833>

Widjayanti, C. E., & Adawiyah, W. R. (2025). Financial literacy innovation is mediated by financial attitudes and lifestyles on financial behavior in MSME players. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00525-5>