



Pengaruh Kemudahan Akses dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan GoPay: Peran Moderasi Manajemen Fintech pada UMKM Kota Semarang

Didik Sofyan Haryadi^{1*}, Ronaldo Aprili², Aldina Esty Purwanti³, Kapsah⁴

¹⁻⁴Program Studi Manajemen, Universitas Sains dan Teknologi Komputer, Indonesia

*Penulis Korespondensi: didik@stekom.ac.id

Abstract. *This research was designed to explore how perceived security and ease of access shape GoPay adoption choices among MSMEs in Semarang, with a specific focus on the moderating role of fintech management. Methodologically, the study employed a quantitative associative design. Data was collected via a 5-point Likert questionnaire from 100 purposively sampled MSME operators and processed using PLS-SEM through SmartPLS. The results highlight that ease of access, perceived security, and fintech management each exert a significant, positive impact on the decision to use GoPay, collectively yielding an Adjusted R Square of 0.827. However, the data revealed an interesting dynamic: fintech management did not actually moderate the effects of ease of access or security. Rather than strengthening those relationships, it operates as a direct catalyst for usage. Theoretically, this confirms that the Technology Acceptance Model remains a solid framework for understanding fintech adoption among small businesses. From a practical standpoint, the message to fintech companies is straightforward. To ensure long-term, sustainable usage, they cannot just rely on a seamless interface or tight security; they must integrate solid service management into their overall strategy.*

Keywords: *Ease Of Access; Fintech Management; MSMEs; Perceived Security; User Decisions.*

Abstrak. Riset ini digagas untuk mengurai bagaimana persepsi keamanan dan kemudahan akses berdampak pada pilihan UMKM di Kota Semarang dalam menggunakan GoPay, di mana manajemen fintech bertindak sebagai variabel moderasi. Pendekatan yang diambil adalah kuantitatif asosiatif. Penggalan data mengandalkan kuesioner dengan skala Likert 1-5 yang diisi oleh 100 responden hasil seleksi purposive sampling. Selanjutnya, data tersebut diolah menggunakan teknik PLS-SEM berbantuan SmartPLS untuk menarik kesimpulan yang valid. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses, persepsi keamanan, dan manajemen fintech masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan GoPay, dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,827. Namun, manajemen fintech tidak terbukti memoderasi pengaruh kemudahan akses maupun persepsi keamanan terhadap keputusan pengguna, sehingga variabel ini lebih berperan sebagai pendorong langsung dibandingkan sebagai penguat hubungan antarvariabel. Dari sisi teori, hasil ini menegaskan bahwa Technology Acceptance Model tetap relevan dalam konteks adopsi fintech oleh UMKM. Secara praktis, temuan ini mendorong penyedia layanan fintech untuk tidak hanya mengandalkan kemudahan atau keamanan saja, tetapi juga memperhatikan tata kelola layanan secara holistik demi menciptakan penggunaan yang berkelanjutan.

Kata kunci: Kemudahan Akses; Keputusan Pengguna; Manajemen Fintech; Persepsi Keamanan; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Evolusi dari jasa keuangan terkait dengan digitalisasi menyesuaikan secara fundamental cara masyarakat Indonesia dalam menjalankan aktivitas keuangan. Transformasi digital ini memicu dinamika peralihan aktivitas keuangan konvensional menuju sistem pembayaran non-tunai berbasis dompet digital (*e-wallet*). Salah satu platform *e-wallet* yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah GoPay, yang terintegrasi dalam ekosistem Gojek dan menawarkan berbagai kemudahan transaksi bagi penggunanya (Santoso et al., 2024). Meningkatnya penetrasi penggunaan *e-wallet* tidak terlepas dari sejumlah faktor yang memengaruhi keputusan pemakai untuk memilih dan tetap mengakses fasilitas tersebut. Salah satu faktor utama adalah kemudahan akses. Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*, karena kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi

menjadi pertimbangan utama pengguna dalam menggunakan jasa pembayaran digital (Nisa et al., 2025).

Terlepas dari kemudahan akses, persepsi keamanan juga menjadi faktor krusial dalam pengambilan keputusan pengguna (Putri et al., 2025). Dalam penelitiannya mengenai persepsi keamanan, kemudahan penggunaan, dan gaya hidup terhadap intensitas penggunaan *e-wallet* menemukan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh yang signifikan. Pengguna cenderung enggan menggunakan layanan finansial digital apabila mereka merasa data dan dana mereka tidak terlindungi dengan baik (Kie & Bonjornahor, 2024).

Di sisi lain, keberhasilan sebuah platform *fintech* dalam mempertahankan kepercayaan dan keputusan penggunaannya juga sangat bergantung pada bagaimana penyedia layanan mengelola sistem, risiko, dan tata kelola operasionalnya (*fintech management*). Kepercayaan pengguna dapat berperan sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara faktor-faktor pendukung dengan keputusan penggunaan layanan jasa transaksi digital non tunai (Sjahrudin et al., 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa pengelolaan manajemen *fintech* yang baik dapat memperkuat pengaruh kemudahan akses dan persepsi keamanan terhadap keputusan pengguna, karena pengguna akan lebih percaya diri menggunakan layanan yang dikelola secara profesional dan bertanggung jawab.

Meskipun sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh kemudahan akses serta persepsi keamanan terhadap keputusan pelanggan dompet digital (Nisa et al., 2025; Putri et al., 2025). Studi berfokus pada *fintech management* sebagai variabel moderasi pada konteks pengguna GoPay masih terbatas (Sjahrudin et al., 2024; Wardhani & Wulandari, 2026). Riset terdahulu berfokus pada variabel kepercayaan atau literasi keuangan sebagai moderator. Sehingga terdapat *research gap* mengenai bagaimana peran manajemen fintech mempengaruhi intensitas hubungan antara kemudahan akses, persepsi keamanan, dan keputusan pengguna, khususnya pada konteks pengguna GoPay di Kota Semarang.

Memilih Kota Semarang sebagai lokus penelitian bukanlah tanpa alasan. Semarang memiliki potensi pertumbuhan ekonomi dan teknologi di Jawa Tengah, kota ini tengah mengalami akselerasi transformasi digital yang pesat, bahkan telah meraih pengakuan dalam inisiatif *smart economy* yang secara aktif mendorong adopsi layanan berbasis teknologi di masyarakat. Ditambah lagi, demografi Kota Semarang yang didominasi oleh mahasiswa dan profesional muda menjadikannya kelompok pengguna paling dinamis dan aktif dalam mengadopsi dompet digital seperti GoPay. Fenomena ini menciptakan lanskap yang menarik untuk diamati: di tengah tingginya antusiasme penggunaan, bagaimana sebenarnya peran

manajemen *fintech* dalam menjembatani persepsi kemudahan dan keamanan, sehingga bermuara pada keputusan yang bulat untuk tetap menggunakan layanan GoPay.

2. KAJIAN TEORITIS

TAM (Technology Acceptance Model)

Technology Acceptance Model (TAM) dirumuskan oleh Davis (1989) memandang bahwa respon pengguna teknologi tidak terlepas dari penilaian pengguna mengenai kegunaan teknologi tersebut dan kemudahan yang dirasakan saat mengoperasikannya., yang bersama-sama membentuk sikap, minat, dan keputusan penggunaan nyata terhadap suatu sistem (Davis, 1989). Dalam perkembangannya, TAM banyak diperluas dengan menambahkan variabel eksternal seperti persepsi keamanan dan kualitas pengelolaan sistem oleh penyedia layanan, khususnya dalam konteks teknologi finansial yang rentan terhadap risiko keamanan data dan transaksi (Kharimah et al., 2024). Dalam studi yang dikaji TAM menjadi rujukan teori utama karena mampu mendiskripsikan hubungan antara kemudahan akses (X1) sebagai *representasi perceived ease of use*, persepsi keamanan (X2) dan fintech management (M) sebagai faktor eksternal, serta keputusan pengguna (Y) sebagai behavioral intention/actual use dalam konteks penggunaan GoPay.

Kemudahan Akses

Secara konseptual, kemudahan akses (atau yang sering dirujuk sebagai persepsi kemudahan penggunaan) merupakan fondasi pokok guna memahami adopsi teknologi oleh masyarakat. Merujuk pada TAM) sebagaimana dicetuskan oleh Davis (1989), kemudahan penggunaan diartikan sejauh mana seseorang meyakini ketika penggunaan suatu model tertentu akan bebas dari usaha fisik dan mental yang berlebihan. Dalam konteks finansial teknologi (*fintech*) masa kini, definisi ini berevolusi menjadi pengalaman holistik pengguna. Kemudahan akses tidak lagi hanya diartikan sebagai ketersediaan aplikasi yang dapat diunduh, melainkan mencakup seberapa intuitif, responsif, dan ramah sistem tersebut dalam memandu pengguna menyelesaikan tujuan keuangannya tanpa hambatan teknis yang berarti.

Dalam praktik penggunaan dompet digital seperti GoPay, manifestasi kemudahan akses ini terasa sangat nyata dalam keseharian pengguna (Aji et al., 2020). Hal ini tercermin dari antarmuka (*user interface*) yang sederhana dan tidak membingungkan, proses registrasi yang ringkas, kecepatan dalam memproses transaksi, hingga integrasi yang mulus dengan berbagai ekosistem layanan, mulai dari transportasi, pesan antar makanan, hingga pembayaran tagihan rutin. Dari perspektif yang lebih humanis, kemudahan akses ini berperan penting dalam mengurangi beban kognitif pengguna, terutama bagi kalangan yang mungkin belum

sepenuhnya percaya diri dengan literasi digital (Alshira'h et al., 2021). Ketika sebuah aplikasi dirancang dengan mempertimbangkan keterbatasan dan kenyamanan manusia di dalamnya, teknologi hadir sebagai alat yang membebaskan dan memberdayakan, bukan sebagai beban baru yang rumit.

Sejalan dengan landasan teoretis dan praktis tersebut, berbagai temuan empiris secara konsisten menempatkan kemudahan akses sebagai prediktor kuat dalam perilaku konsumen digital. Studi yang dikaji oleh Nisa (2025) menegaskan persepsi kemudahan memiliki keterkaitan pada keputusan penggunaan e-wallet, mengingat kemudahan operasional sering kali menjadi pertimbangan awal dan paling krusial sebelum seseorang memutuskan untuk mengadopsi layanan pembayaran digital. Temuan ini juga dikuatkan oleh studi lain yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, bersama dengan fitur layanan, secara simultan membentuk niat dan keputusan akhir pengguna. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa ketika akses terhadap suatu layanan finansial dirasakan mudah, resistensi alami manusia terhadap perubahan atau teknologi baru akan menurun, sehingga membuka jalan bagi terbentuknya keputusan penggunaan yang berkelanjutan dan positif. H1: Kemudahan akses berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna GoPay

Persepsi Keamanan

Persepsi keamanan merupakan dimensi psikologis yang fundamental dalam adopsi teknologi finansial, terutama karena melibatkan pertukaran nilai ekonomi dan data pribadi yang bersifat sensitif. Secara teoretis, persepsi keamanan didefinisikan sebagai keyakinan pengguna bahwa sebuah sistem teknologi mampu menjamin data pribadi serta aset keuangan mereka dari akses ilegal, penipuan, atau penyalahgunaan data (Gefen et al., 2003; Kim et al., 2010). Dalam ekosistem dompet digital, keamanan bukan sekadar fitur teknis atau protokol enkripsi, melainkan sebuah janji implisit antara penyedia layanan dan pengguna. Ketika masyarakat mempercayakan uang hasil kerja keras mereka ke dalam sebuah aplikasi, ekspektasi akan perlindungan yang memadai menjadi syarat mutlak sebelum rasa percaya (*trust*) dapat benar-benar terbangun.

Dalam praktik keseharian penggunaan GoPay, persepsi keamanan ini mewujudkan melalui serangkaian mekanisme perlindungan yang dirancang untuk memberikan ketenangan pikiran (*peace of mind*) bagi penggunanya (Prayuni et al., 2026). Hal ini mencakup keberadaan fitur keamanan berlapis, seperti *Personal Identification Number* (PIN) hingga notifikasi transaksi secara *real-time* yang memungkinkan pengguna memantau aliran dana mereka secara langsung. Dari sudut pandang yang lebih humanis, fitur-fitur ini berfungsi meredam kecemasan alami manusia terhadap risiko dunia maya. Sebuah sistem yang transparan dan responsif dalam

memberikan rasa aman akan membuat pengguna merasa dihargai dan dilindungi, sehingga teknologi tidak lagi dipandang sebagai sumber ancaman, melainkan sebagai mitra yang andal dalam mengelola kebutuhan finansial sehari-hari.

Urgensi persepsi keamanan ini juga didukung secara kuat oleh berbagai temuan empiris terkini. Penelitian yang dilakukan oleh Putri (2025) secara spesifik menyoroti bahwa persepsi keamanan berperan terkait intensitas dan keputusan penggunaan *e-wallet*, mengingat transaksi keuangan digital secara inheren rentan terhadap risiko kebocoran data dan modus penipuan. Hal ini selaras dengan temuan Triana (2024), yang menegaskan bahwa pengguna cenderung akan menarik diri atau enggan memakai jasa finansial digital ketika merasakan apabila data dan dana pelanggan tidak terlindungi dengan standar yang memadai. Dengan demikian, persepsi keamanan bukan hanya menjadi faktor pendorong (*driver*), tetapi juga berfungsi sebagai "penjaga gawang" (*gatekeeper*) yang menentukan apakah kemudahan akses yang ditawarkan oleh suatu platform *fintech* akan benar-benar berujung pada keputusan penggunaan yang berkelanjutan. H2: Persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna GoPay

Fintech Manajemen

Manajemen *fintech* bukan hanya sekadar pengelolaan infrastruktur teknologi (Masruroh, 2025). Manajemen *fintech* merupakan tata kelola strategis yang menyeimbangkan inovasi, kepatuhan regulasi, dan tanggung jawab etis terhadap pengguna. Dalam konteks yang lebih humanis, manajemen *fintech* adalah "jantung" dari sebuah platform digital yang menentukan apakah teknologi tersebut hadir untuk melayani atau justru mengeksploitasi penggunanya. Tata kelola yang baik mencakup bagaimana perusahaan merancang kebijakan perlindungan data, merespons keluhan pelanggan, memastikan kepatuhan terhadap regulasi bank sentral, hingga menjaga stabilitas sistem secara berkelanjutan (Andrias et al., 2025). Pada akhirnya, manajemen *fintech* yang berkualitas adalah wujud nyata dari komitmen perusahaan untuk menghargai kepercayaan yang telah diberikan oleh masyarakat, mengubah algoritma dan kode pemrograman menjadi layanan yang memanusiakan penggunanya.

Dalam ekosistem dompet digital seperti GoPay, manajemen *fintech* berperan vital sebagai fondasi yang menghidupkan, memvalidasi, dan memperkuat persepsi kemudahan akses serta keamanan (Al-Okaily et al., 2024). Kemudahan akses yang dirasakan pengguna sulit mempertahankan keberlanjutannya tanpa adanya dukungan dari manajemen yang secara konsisten mengalokasikan sumber daya untuk pemeliharaan server, pembaruan antarmuka (*user interface*), dan pelatihan layanan pelanggan. Demikian pula, persepsi keamanan hanyalah ilusi jika tidak dieksekusi melalui manajemen risiko yang ketat, audit keamanan berkala, dan

transparansi dalam penanganan insiden. Dengan kata lain, manajemen *fintech* adalah "mesin" di balik layar ketika mesin ini dikelola secara profesional dan transparan, ia akan menerjemahkan fitur teknis menjadi pengalaman yang mulus (kemudahan) dan rasa aman yang nyata (keamanan) bagi penggunanya.

Secara teoretis dan empiris, kualitas manajemen *fintech* sering kali bertransformasi menjadi variabel moderasi yang krusial dalam perilaku konsumen. Penelitian terdahulu mengindikasikan bahwa tata kelola yang baik tidak hanya berdiri sendiri, tetapi mampu memperkuat (memoderasi) pengaruh positif dari kemudahan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan (Lin et al., 2020). Ketika pengguna menyadari bahwa sebuah platform dikelola oleh tim yang profesional, responsif, dan berintegritas, kepercayaan mereka akan berlipat ganda. Dalam kondisi ini, persepsi kemudahan akses dan keamanan tidak lagi dipandang sebagai fitur yang kebetulan ada, melainkan sebagai jaminan kualitas dari sebuah sistem yang terkelola dengan baik. Sebaliknya, absennya atau buruknya manajemen *fintech* dapat memperlemah pengaruh kemudahan dan keamanan, karena seintuitif apa pun aplikasi dan sekuat apa pun enkripsinya, pengguna akan ragu jika merasa tidak ada tanggung jawab manajerial yang jelas di baliknya. H3: Fintech management berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna GoPay

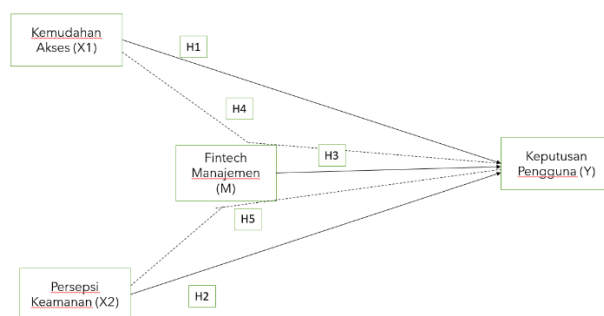
Keputusan Pengguna

Keputusan penggunaan (*usage decision*) merupakan tahap krusial dalam perjalanan konsumen, yang menandai transisi dari sekadar niat atau minat menjadi tindakan nyata untuk mengadopsi dan memanfaatkan suatu layanan (Momani, 2020). Dalam perspektif perilaku konsumen, keputusan pembelian sebagai tahap di mana konsumen secara nyata mengalokasikan sumber daya mereka baik uang, waktu, maupun usaha untuk memperoleh suatu produk (Kotler et al., 2024). Ketika diterjemahkan ke dalam konteks layanan finansial digital seperti GoPay, keputusan penggunaan tidak lagi sekadar transaksi satu kali yang bersifat transaksional, melainkan sebuah komitmen berkelanjutan untuk mengintegrasikan dompet digital ke dalam rutinitas ekonomi sehari-hari. Ini adalah momen di mana pengguna secara sadar memilih satu platform di tengah banyaknya alternatif yang tersedia di pasar.

Lebih dari sekadar pilihan rasional berbasis perbandingan fitur, keputusan untuk menggunakan sebuah aplikasi *fintech* sarat dengan dimensi psikologis dan emosional. Bagi masyarakat urban yang dinamis, memutuskan untuk menjadikan GoPay sebagai mitra transaksi berarti menyerahkan sebagian kendali atas kenyamanan finansial mereka kepada sebuah sistem digital. Keputusan ini lahir dari rasa percaya bahwa platform tersebut tidak hanya akan mempermudah hidup mereka, tetapi juga akan menjaga jerih payah dan data pribadi mereka

dengan aman. Oleh karena itu, keputusan penggunaan dalam ekosistem fintech adalah manifestasi dari kepercayaan yang teruji; ia adalah puncak dari sebuah proses evaluasi di mana pengguna merasa bahwa nilai dan kenyamanan yang ditawarkan oleh layanan tersebut sebanding dengan risiko yang mungkin mereka hadapi.

Kemudahan akses yang dirasakan akan mendorong pengguna untuk mengambil langkah awal, sementara persepsi keamanan akan menjaga agar mereka tetap bertahan dan tidak beralih ke platform lain (Colline et al., 2022). Di sinilah letak pentingnya peran manajemen fintech yang baik; ketika tata kelola perusahaan dinilai profesional dan bertanggung jawab, ia akan mengkristalkan persepsi kemudahan dan keamanan tersebut menjadi sebuah keputusan penggunaan yang final dan kokoh. Penelitian-penelitian terdahulu (Nisa, 2025; Sjahrudin, 2025) secara konsisten menunjukkan bahwa ketika kemudahan, keamanan, dan tata kelola yang baik berpadu secara harmonis, keputusan penggunaan tidak hanya terbentuk, tetapi juga diperkuat menjadi sebuah loyalitas dan kebiasaan yang berkelanjutan. H4: Fintech management memperkuat pengaruh kemudahan akses terhadap keputusan pengguna GoPay. H5: Fintech management memperkuat pengaruh persepsi keamanan terhadap keputusan pengguna GoPay.



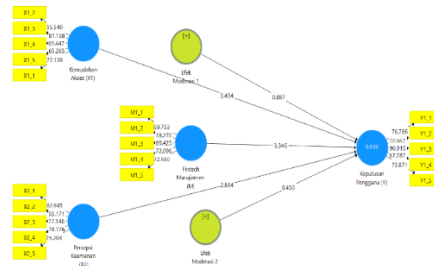
Gambar 1. Kerangka Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Studi ini memakai pendekatan kuantitatif asosiatif guna menguji pengaruh kemudahan akses dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan GoPay, dengan manajemen fintech sebagai variabel pemoderasi (Sugiyono, 2022). Adapun populasi studi yakni pelaku UMKM di Kota Semarang yang aktif menggunakan GoPay dalam operasional usahanya, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling (Hair et al., 2021). Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur berbasis Skala Likert lima poin yang disebarakan secara hibrida (daring dan luring) guna menjangkau beragam segmen pelaku usaha secara inklusif. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS

(Ghozali, 2022). Model digunakan karena kemampuannya yang optimal dalam menguji model kompleks yang melibatkan variabel moderasi, serta fleksibilitasnya yang tidak mensyaratkan asumsi distribusi normal secara ketat, sehingga hasil pengujian hipotesis tetap robust dan representatif terhadap kondisi lapangan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 2. Output Loading Factor pada Model Penelitian

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	AVE
Kemudahan Akses (X1)	0,957	0,957	0,967	0,853
Persepsi Keamanan (X2)	0,957	0,957	0,966	0,852
Fintech Manajemen (M)	0,962	0,962	0,970	0,868
Keputusan Pengguna (Y)	0,965	0,965	0,973	0,877

Tabel 2. Hasil Uji R-Square (Koefisien Determinasi)

Variabel Endogen	Adjusted R Square	Kategori
Keputusan Pengguna (Y)	0,827	Kuat

Tabel 3. Hasil Uji F-Square (*Effect Size*)

Hubungan Antar Variabel	F Square	Kategori Efek
Kemudahan Akses (X1) -> Keputusan Pengguna (Y)	0,190	Sedang
Persepsi Keamanan (X2) -> Keputusan Pengguna (Y)	0,088	Kecil-Sedang
Fintech Manajemen (M) -> Keputusan Pengguna (Y)	0,144	Sedang
Efek Moderasi 1 (X1*M) -> Keputusan Pengguna (Y)	0,010	Tidak Ada/Sangat Kecil
Efek Moderasi 2 (X2*M) -> Keputusan Pengguna (Y)	0,003	Tidak Ada/Sangat Kecil

Tabel 4. Hasil Uji Path Coefficient (Uji Hipotesis)

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	Original Sample (O)	T Statistics	P Values	Keterangan
H1	Kemudahan Akses (X1) -> Keputusan Pengguna (Y)	0,363	3,494	0,001	Diterima
H2	Persepsi Keamanan (X2) -> Keputusan Pengguna (Y)	0,248	2,834	0,005	Diterima

H3	Fintech Manajemen (M) -> Keputusan Pengguna (Y)	0,351	3,346	0,001	Diterima
H4	Efek Moderasi 1 (X1*M) -> Keputusan Pengguna (Y)	-0,077	0,887	0,375	Ditolak
H5	Efek Moderasi 2 (X2*M) -> Keputusan Pengguna (Y)	0,043	0,450	0,653	Ditolak

Hasil pengujian model struktural menunjukkan bahwa keseluruhan variabel yang diajukan mampu menjelaskan variasi keputusan pengguna GoPay pada pelaku UMKM di Kota Semarang dengan cukup baik, ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,827. Angka ini berarti bahwa kemudahan akses, persepsi keamanan, dan manajemen fintech, baik secara langsung maupun melalui interaksinya, bersama-sama menyumbang sekitar 82,7 persen terhadap terbentuknya keputusan pengguna, sementara sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai tersebut tergolong kuat untuk penelitian perilaku konsumen, dan menjadi pijakan yang meyakinkan untuk menelaah lebih jauh makna di balik masing-masing hubungan yang diuji.

Pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna GoPay (koefisien jalur 0,363; t-statistik 3,494; p-value 0,001), sehingga H1 diterima. Temuan ini sejalan dengan apa yang dikemukakan Nisa (2025) bahwa kemudahan menjadi pertimbangan paling awal sebelum seseorang memutuskan mengadopsi layanan pembayaran digital, dan tampaknya logika ini berlaku pula, bahkan mungkin lebih kuat, di kalangan pelaku UMKM. Bagi pedagang yang harus melayani pembeli dengan cepat di tengah kesibukan operasional harian, aplikasi yang rumit atau lambat justru menjadi beban, bukan solusi. GoPay yang menawarkan proses transaksi ringkas, mulai dari menerima pembayaran hingga mencairkan dana, pada akhirnya dirasakan langsung memengaruhi kelancaran usaha mereka. Kemudahan di sini bukan sekadar fitur teknis, melainkan kebutuhan praktis yang menentukan apakah sebuah alat pembayaran layak dipertahankan atau ditinggalkan.

Hipotesis kedua turut terbukti secara statistik, di mana persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna (koefisien jalur 0,248; t-statistik 2,834; p-value 0,005), sehingga H2 diterima. Meski signifikan, kontribusi variabel ini terlihat relatif lebih kecil dibandingkan kemudahan akses maupun manajemen fintech. Kondisi ini cukup masuk akal apabila dicermati dari sisi psikologis pelaku UMKM yang telah terbiasa bertransaksi menggunakan GoPay selama bertahun-tahun sebagai bagian dari ekosistem Gojek.

Bagi mereka, rasa aman barangkali sudah menjadi semacam prasyarat dasar yang dianggap sudah terpenuhi, bukan lagi faktor pembeda utama yang mendorong keputusan penggunaan. Temuan ini memperkuat apa yang disampaikan Triana (2024), bahwa persepsi

keamanan berperan penting justru ketika ia dilanggar atau diragukan; selama pengguna tidak pernah mengalami insiden yang mengguncang kepercayaan, keamanan cenderung dipandang sebagai hal yang taken for granted, meski tetap berpengaruh terhadap keputusan akhir mereka.

Variabel manajemen fintech juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna (koefisien jalur 0,351; t-statistik 3,346; p-value 0,001), menjadikan H3 diterima dengan kontribusi terbesar kedua setelah kemudahan akses. Hasil ini menegaskan bahwa keputusan pelaku UMKM untuk memakai GoPay tidak semata-mata didasari oleh pengalaman teknis semata, tetapi juga oleh keyakinan bahwa platform tersebut dikelola secara profesional dan bertanggung jawab. Reputasi Gojek sebagai perusahaan teknologi besar yang telah lama beroperasi di Indonesia tampaknya turut membentuk persepsi ini; pelaku usaha merasa lebih tenang menitipkan arus kas hariannya pada layanan yang mereka anggap memiliki tata kelola yang jelas, responsif terhadap keluhan, dan patuh terhadap regulasi. Temuan ini konsisten dengan pandangan yang dibangun pada bagian tinjauan pustaka, bahwa manajemen fintech berperan sebagai "mesin" yang menerjemahkan fitur teknis menjadi pengalaman yang benar-benar dipercaya oleh penggunanya.

Bagian yang menarik justru muncul pada pengujian efek moderasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa manajemen fintech tidak terbukti memoderasi pengaruh kemudahan akses terhadap keputusan pengguna (koefisien -0,077; t-statistik 0,887; p-value 0,375), sehingga H4 ditolak. Hal serupa terjadi pada hipotesis kelima, di mana manajemen fintech juga tidak terbukti memoderasi pengaruh persepsi keamanan terhadap keputusan pengguna (koefisien 0,043; t-statistik 0,450; p-value 0,653), sehingga H5 turut ditolak. Nilai f square pada kedua efek interaksi ini pun tergolong sangat kecil, masing-masing hanya 0,010 dan 0,003, yang menunjukkan bahwa lemahnya efek moderasi ini bukan sekadar soal ambang signifikansi statistik, melainkan memang secara substantif pengaruhnya nyaris tidak berarti.

Temuan ini sekilas berbeda dari argumen yang dibangun di bagian tinjauan pustaka, namun sesungguhnya memberikan gambaran yang justru lebih realistis tentang bagaimana pelaku UMKM mengambil keputusan. Alih-alih menilai kemudahan dan keamanan secara bersyarat, seolah baru berarti apabila didukung tata kelola yang kuat, pelaku usaha tampaknya menilai ketiga aspek tersebut secara independen dan berjalan sejajar. Kemudahan tetap dirasakan sebagai kemudahan, keamanan tetap dirasakan sebagai keamanan, terlepas dari tinggi rendahnya penilaian mereka terhadap manajemen platform. Kondisi ini juga bisa dipahami dari sisi karakteristik GoPay sendiri sebagai aplikasi yang sudah mapan dan telah melalui masa adopsi panjang di tengah masyarakat; ketika sebuah layanan sudah dianggap tepercaya secara kolektif, variasi persepsi tata kelola antarindividu pengguna menjadi tidak lagi

cukup besar untuk mengubah kekuatan hubungan antara pengalaman penggunaan dengan keputusan akhir mereka. Dengan kata lain, manajemen fintech pada konteks ini lebih tepat dipahami sebagai pendorong langsung (*direct driver*) keputusan pengguna, bukan sebagai penguat (moderator) hubungan antara kemudahan maupun keamanan dengan keputusan tersebut.

Secara keseluruhan, hasil penelitian mendukung penggunaan TAM sebagai kerangka untuk memahami perilaku adopsi teknologi keuangan di kalangan UMKM, sekaligus menambahkan nuansa baru bahwa peran manajemen fintech tidak selalu bekerja sebagai variabel penguat sebagaimana ditemukan pada konteks lain, misalnya peran kepercayaan pengguna pada penggunaan QRIS yang dikaji Sjahrudin (2025). Pada konteks UMKM di Kota Semarang, kemudahan akses, persepsi keamanan, dan manajemen fintech justru lebih tepat dipandang sebagai tiga pilar yang berdiri dan berkontribusi secara mandiri dalam membentuk keputusan penggunaan GoPay, dengan kemudahan akses sebagai faktor yang paling dominan, diikuti oleh manajemen fintech, dan persepsi keamanan sebagai pelengkap yang tetap penting meski kontribusinya relatif lebih moderat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Temuan hasil menunjukkan kemudahan akses, persepsi keamanan, dan manajemen fintech masing-masing terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan GoPay pada pelaku UMKM di Kota Semarang, dengan kemudahan akses sebagai faktor paling dominan, diikuti manajemen fintech, dan persepsi keamanan sebagai pelengkap yang tetap penting, sementara manajemen fintech tidak terbukti memoderasi pengaruh kemudahan akses maupun persepsi keamanan terhadap keputusan pengguna, sehingga peran variabel ini lebih tepat dipahami sebagai pendorong langsung ketimbang penguat hubungan antarvariabel; secara keseluruhan, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 82,7 persen variasi keputusan pengguna, yang menegaskan bahwa bagi pelaku UMKM, keputusan menggunakan GoPay lahir dari perpaduan pengalaman transaksi yang praktis, rasa aman yang terjaga, dan keyakinan terhadap tata kelola platform yang berjalan secara mandiri dan saling melengkapi

DAFTAR REFERENSI

- Aji, H. M., Berakon, I., & Md Husin, M. (2020). COVID-19 and *e-wallet* usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business & Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Al-Okaily, M., Alsmadi, A. A., Alrawashdeh, N., Al-Okaily, A., Oroud, Y., & Al-Gasaymeh, A. S. (2024). The role of digital accounting transformation in the banking industry sector: An integrated model. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 22(2), 308–326. <https://doi.org/10.1108/JFRA-04-2023-0214>
- Alshira'h, A. F., Al-Shatnawi, H. M., Al-Okaily, M., Lutfi, A., & Alshirah, M. H. (2021). Do public governance and patriotism matter? Sales tax compliance among small and medium enterprises in developing countries: Jordanian evidence. *EuroMed Journal of Business*, 16(4), 431–455. <https://doi.org/10.1108/EMJB-01-2020-0004>
- Andrias, Aisah, S., Yusuf, Rumpoko, Putra, T. R. A., & Ollivia, J. (2025). Integrasi aspek sumber daya manusia terhadap regulasi dan kebijakan keuangan digital. *Jurnal Neraca Peradaban*, 6(6), 1–6.
- Colline, F., Furinto, A., & Kartono, R. M. (2022). Digital payment adoption: Review of literature. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 1895–1909. <https://doi.org/10.46254/IN02.20220496>
- 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/10.2307/249008>
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>
- Ghozali, I. (2022). *SmartPLS 4.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Kharimah, H., Rosyati, & Janie, D. N. A. (2024). Pendekatan *technology acceptance model* untuk mengidentifikasi determinan penggunaan *e-wallet*. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 26(2), 58–76.
- Kie, D., & Bonjornahor, H. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa akuntansi di Kota Batam. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(1). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i1.8579>
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310–322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.10.013>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2024). *Marketing management* (17th global ed.). Pearson.
- Lin, W. R., Lin, C.-Y., & Ding, Y.-H. (2020). Factors affecting the behavioral intention to adopt mobile payment: An empirical study in Taiwan. *Mathematics*, 8(10), 1851. <https://doi.org/10.3390/math8101851>

- Masruroh, B. (2025). Pengaruh *fintech* terhadap efisiensi manajemen keuangan syariah pada lembaga keuangan dan UMKM syariah di Ponorogo. *Jurnal STAIZA*, 2(2), 71–85. <https://doi.org/10.63829/js.v2i2mei.34>
- Momani, A. M. (2020). The unified theory of acceptance and use of technology. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development*, 12(3), 79–98. <https://doi.org/10.4018/IJSKD.2020070105>
- Nisa, Z., Amirullah, M., & Munandar, E. (2025). Pengaruh persepsi kemudahan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* dalam perspektif ekonomi Islam. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 4360–4368. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1230>
- Prayuni, N. I., Susilowati, H., Nurhapsari, R., & Sholihah, E. (2026). Determinan niat penggunaan dompet digital GoPay pada mahasiswa akuntansi STIE STEKOM dan Universitas STEKOM. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 5(April).
- Putri, H. S., Setiyono, W. P., & Prapanca, D. (2025). Pengaruh persepsi keamanan, kemudahan penggunaan, dan gaya hidup terhadap intensitas penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z (Studi pada masyarakat daerah Sidoarjo). *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 1085–1102.
- Santoso, I. C., Kembau, A. S., & Sutrisno, J. (2024). Mengapa pengguna memilih dompet digital GoPay? Studi tentang pengaruh persepsi terhadap kemudahan, keamanan, dan manfaatnya. *Digismantech (Jurnal Program Studi Bisnis Digital)*, 4(1). <https://doi.org/10.30813/digismantech.v4i1.5937>
- Sjahruddin, H., Rusma, R., Faudziah, C. D., Jannah, M., Baithar, N. A., Sari, U. R. M., & Zain, Y. (2024). Efek moderasi kepercayaan pengguna: Dampak literasi keuangan dan kemudahan terhadap keputusan penggunaan QRIS. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 18(1), 1323–1336.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian pendidikan (Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Wardhani, N., & Wulandari, I. (2026). Pengaruh literasi keuangan, *fintech*, dan gaya hidup hedonisme terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa dengan *gender* sebagai variabel moderasi. *Modus*, 38(1), 40–59. <https://doi.org/10.24002/modus.v38i1.12384>