

BAB I

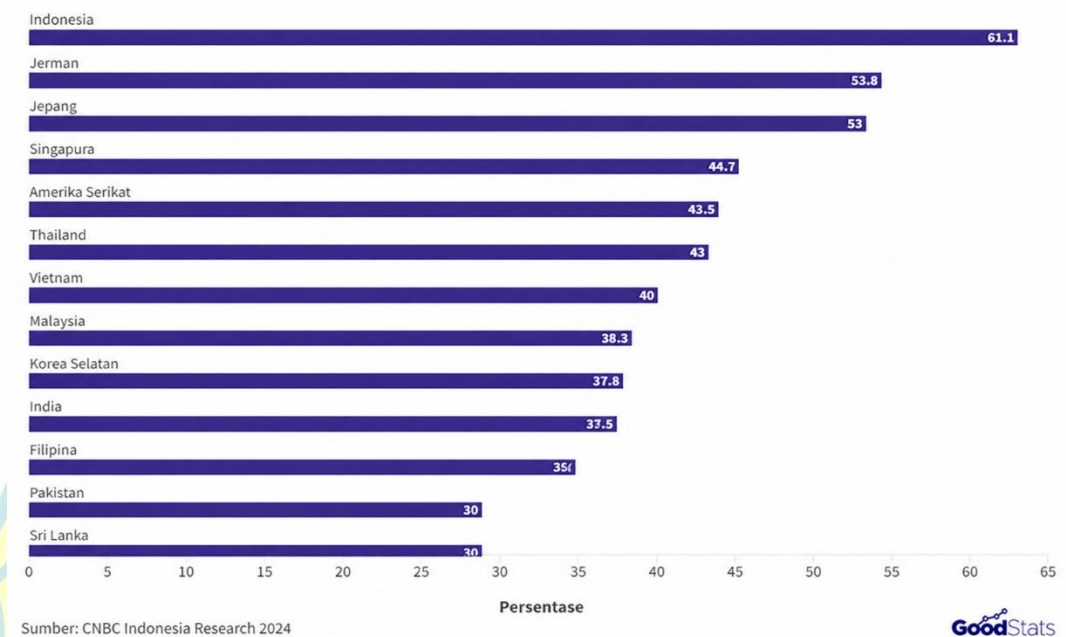
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan terhadap berbagai aktivitas ekonomi dan bisnis yang dijalankan. Pemanfaatan teknologi tidak lagi terbatas pada kegiatan operasional, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari proses bisnis yang terintegrasi melalui berbagai platform digital. Perubahan tersebut memberikan peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memanfaatkan teknologi dalam mendukung kegiatan usaha sekaligus meningkatkan kemampuan mereka dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis.

Dalam perekonomian Indonesia, keberadaan UMKM memiliki posisi yang strategis karena sektor ini memberikan kontribusi yang besar terhadap aktivitas ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan informasi yang disampaikan Menteri Keuangan Republik Indonesia dalam BRI Microfinance Outlook 2024, UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerjanasional dan memberikan kontribusi sebesar 61% terhadap PDB Indonesia. Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki peranan yang strategis dalam perekonomian Indonesia, bahkan dibandingkan dengan kontribusi UMKM di sejumlah negara ASEAN dan negara-negara yang tergabung dalam G20.

Kontribusi UMKM Atas PDB di Beberapa Negara Tahun 2024



Gambar 1. 1 Kontribusi UMKM terhadap PDB di Beberapa Negara

Sumber: GoodStats

Data diatas menunjukkan bahwa Indonesia mencatat kontribusi UMKM sebesar 61,1 %, lebih tinggi dibandingkan Jerman sebesar 53,8 persen dan Jepang sebesar 53 %. Di kawasan ASEAN, kontribusi UMKM Indonesia juga lebih unggul dibandingkan Singapura, Thailand, dan Vietnam. Data ini menegaskan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat strategis dalam struktur perekonomian Indonesia. Tingginya kontribusi UMKM tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan dan kinerja UMKM sangat berpengaruh terhadap stabilitas ekonomi nasional. Oleh karena itu, upaya penguatan UMKM, khususnya dalam aspek pembiayaan dan keberlanjutan

usaha, menjadi sangat penting. Dukungan terhadap UMKM tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga menjadi agenda kebijakan nasional.

Besarnya peran UMKM dalam perekonomian perlu didukung oleh ketersediaan pembiayaan yang mampu memenuhi kebutuhan modal usaha. Keterbatasan akses terhadap sumber pendanaan masih menjadi salah satu tantangan bagi UMKM, khususnya dalam memenuhi kebutuhan arus kas dan mendukung pengembangan usaha. Kondisi tersebut tercermin dari adanya *financing gap* antara kebutuhan pendanaan UMKM dan kapasitas pembiayaan yang tersedia. Hendri Saparini selaku anggota *Steering Committee Indonesia Invoice Financing Society (IFSoc)* memperkirakan bahwa kebutuhan pendanaan UMKM di Indonesia dapat mencapai Rp4.300 triliun hingga 2026. Sementara itu, kapasitas penyediaan pembiayaan dari lembaga jasa keuangan konvensional diperkirakan hanya sekitar Rp1.900 triliun. Perbedaan tersebut menghasilkan kesenjangan pendanaan sekitar Rp2.400 triliun yang masih perlu dipenuhi. Kondisi tersebut berlangsung ketika tingkat literasi dan inklusi keuangan nasional justru menunjukkan peningkatan.

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang diselenggarakan oleh OJK bersama BPS, indeks literasi keuangan meningkat dari 65,43% pada 2024 menjadi 66,46% pada 2025. Pada periode yang sama, indeks inklusi keuangan juga naik dari 75,02% menjadi 80,51%. Meskipun demikian, peningkatan tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam penyaluran pembiayaan produktif kepada sektor UMKM.

Pertumbuhan kredit UMKM hingga Juni 2025 tercatat hanya sebesar 2,17%, yang menunjukkan perlambatan apabila dibandingkan dengan pertumbuhan kredit korporasi. Hal ini sejalan dengan yang di ungkapkan Kepala Eksekutif Pengawas Perbankan OJK Dian Ediana Rae mengatakan UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Di sisi lain, ia juga menyebut bahwa risiko kredit kepada UMKM masih lebih tinggi dibandingkan kepada non UMKM. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun inklusi keuangan meningkat, akses pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM masih terbatas.

Perkembangan teknologi keuangan kemudian membuka alternatif baru dalam penyediaan layanan pembiayaan bagi UMKM. Kehadiran *financial technology* (fintech) memungkinkan berbagai bentuk layanan keuangan diberikan melalui sistem digital, termasuk dompet digital, *peer to peer (P2P) lending*, *crowdfunding*, serta pembiayaan yang terintegrasi dengan platform. Pemanfaatan teknologi tersebut berpotensi memperluas akses masyarakat dan pelaku usaha terhadap layanan keuangan. Di Indonesia, perkembangan industri fintech berada dalam pengawasan Otoritas Jasa Keuangan dan terus mengalami pertumbuhan dari sisi pembiayaan maupun penggunaan layanan digital. Sejalan dengan kondisi tersebut, Rizal et al. (2025) menunjukkan bahwa pemanfaatan *financial technology* dapat mendukung percepatan proses keuangan, meningkatkan efisiensi transaksi, serta menyediakan alternatif pembiayaan bagi UMKM dan individu.

Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung aktivitas UMKM di Indonesia adalah hadirnya PaDi (Pasar Digital) UMKM. Platform ini dikembangkan oleh Kementerian BUMN bersama PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk sebagai ekosistem perdagangan *Business to Business* (B2B) yang menghubungkan pelaku UMKM dengan BUMN sebagai pembeli. Hingga Juli 2024, aktivitas pada platform tersebut telah menghasilkan nilai transaksi kumulatif sebesar Rp13,5 triliun. Ekosistem PaDi UMKM juga telah melibatkan lebih dari 100.000 UMKM terverifikasi dan lebih dari 32.000 pembeli aktif yang berasal dari lingkungan BUMN dan grup usahanya.

Besarnya aktivitas transaksi di dalam ekosistem PaDi UMKM juga berkaitan dengan kebutuhan *seller* untuk menjaga ketersediaan arus kas. Dengan jumlah transaksi yang telah melampaui 750.000, pelaku UMKM memiliki peluang pasar yang semakin luas, tetapi pada saat yang sama harus menghadapi konsekuensi dari pola transaksi B2B yang tidak selalu menghasilkan penerimaan dana secara langsung. Penggunaan skema pembayaran tempo atau *Terms of Payment* menyebabkan *seller* perlu menunggu hingga batas waktu pembayaran yang telah disepakati dengan buyer. Kondisi tersebut dapat menimbulkan tekanan terhadap likuiditas, terutama ketika *seller* harus memenuhi kebutuhan operasional sebelum pembayaran diterima. Atas dasar kebutuhan tersebut, PaDi UMKM menyediakan layanan pembiayaan yang terintegrasi dengan platform sebagai

alternatif untuk membantu *seller* memenuhi kebutuhan pendanaan selama periode tunggu pembayaran.

Untuk menjawab kebutuhan pendanaan yang muncul dalam transaksi B2B, PaDi UMKM menyediakan layanan pembiayaan yang terintegrasi dengan aktivitas transaksi *seller*. Pada tahap awal, layanan tersebut mencakup dua bentuk pembiayaan, yaitu *Pembiayaan Pesanan Pembelian (PO)* dan *Pembiayaan Faktur*. Perbedaan keduanya terletak pada dasar transaksi yang digunakan dalam pengajuan pembiayaan. PO Financing menggunakan dokumen *Purchase Order* yang masih berjalan, sedangkan *Invoice Financing* menggunakan *invoice* dari transaksi yang telah berlangsung tetapi pembayarannya belum diterima oleh *seller*. Dengan demikian, kedua layanan tersebut memiliki fungsi pembiayaan pada tahapan transaksi yang berbeda.

Dalam kondisi operasional saat penelitian dilakukan, PO Financing tidak tersedia karena berada dalam proses *reset* sistem dan pengembangan lanjutan. Oleh karena itu, layanan pembiayaan yang menjadi fokus penelitian adalah Invoice Financing. Skema ini relevan bagi penjual yang telah menyelesaikan transaksi tetapi masih harus menunggu pembayaran dari pembeli. Dengan memperoleh pencairan lebih awal berdasarkan *invoice* yang memenuhi ketentuan, *seller* dapat menggunakan dana tersebut untuk memenuhi kebutuhan modal kerja tanpa harus sepenuhnya menunggu tanggal pembayaran dari pembeli. Kondisi tersebut menjadikan *Invoice Financing* relevan untuk dikaji sebagai salah satu bentuk pembiayaan digital yang terintegrasi dengan aktivitas transaksi *seller* pada platform PaDi UMKM.

			
Plafon Rp 500 ribu - 100 juta	Plafon Rp 100 juta - 2 miliar	Plafon Rp 2 juta - 200 juta	Plafon Rp 10 juta - 3 miliar
Limit Pinjaman 80% dari nilai Invoice	Limit Pinjaman 80% dari nilai Invoice	Limit Pinjaman 90% dari nilai Invoice	Limit Pinjaman 90% dari nilai Invoice
Nilai Minimal Invoice Rp 500 ribu	Nilai Minimal Invoice Mulai dari Rp100 juta	Nilai Minimal Invoice ± Rp2 juta	Nilai Minimal Invoice ± Rp10 juta
Bunga/Sewa Model 0,06% per hari	Bunga/Sewa Model 12% per tahun	Bunga/Sewa Model 12% per tahun	Bunga/Sewa Model 18% per tahun
Tenor/Durasi Pengembalian 7 - 90 hari	Tenor/Durasi Pengembalian 15 hari - 6 bulan	Tenor/Durasi Pengembalian 30 hari - 60 hari	Tenor/Durasi Pengembalian 15 hari - 6 bulan
	*Pinjaman cair paling cepat 7 hari setelah pengajuan.		*Pinjaman cair 7 hari setelah pengajuan.

Gambar 1. 2 Financer / Lembaga Pemberi Pinjaman di PaDi UMKM

Sumber: Info.PaDiUMKM

Pelaksanaan Pelaksanaan *Invoice Financing* pada PaDi UMKM didukung oleh sejumlah lembaga keuangan yang bekerja sama sebagai penyedia pembiayaan. Berdasarkan informasi pada Gambar 1.2, mitra yang tersedia antara lain Bank Mandiri, Pegadaian, PNM Ventura Syariah, dan Bank Raya yang merupakan bagian dari BRI Group. Kerja sama dengan berbagai lembaga tersebut memberikan pilihan pembiayaan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan *seller*. *Seller* yang memenuhi persyaratan dapat memperoleh pembiayaan dengan nilai hingga sekitar 80%–90% dari nilai *invoice*, bergantung pada ketentuan masing-masing lembaga pembiayaan.

Selain perbedaan plafon, setiap lembaga juga memiliki ketentuan tersendiri mengenai biaya pembiayaan dan jangka waktu pengembalian. Rentang tenor yang tersedia berada pada kisaran tujuh hari hingga enam bulan, sedangkan proses verifikasi hingga pencairan dana dapat berlangsung sekitar satu sampai tiga hari kerja setelah dokumen dinyatakan memenuhi persyaratan. Integrasi antara sistem transaksi PaDi UMKM dan layanan

pembiayaan memungkinkan *seller* mengajukan pembiayaan melalui platform tanpa harus melalui proses yang terlalu kompleks.

Hingga tahun 2025, akumulasi pembiayaan yang telah disalurkan melalui layanan *Invoice Financing* PaDi UMKM telah mendekati Rp500 miliar. Nilai Pengajuan yang tersedia dapat mencapai Rp5 miliar untuk setiap *invoice*, sementara pembiayaan yang paling banyak ditawarkan penjual berada pada kisaran Rp100 juta. Selain perbedaan nilai pembiayaan, PaDi UMKM juga menyediakan pilihan mekanisme pembiayaan konvensional dan syariah. Informasi yang disampaikan oleh PaDi UMKM tersebut menunjukkan bahwa *seller* memiliki pilihan pembiayaan yang dapat disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan usahanya.

Meskipun fitur *Invoice Financing* memiliki potensi besar dalam membantu menjaga likuiditas UMKM, tingkat pemanfaatannya masih relatif rendah. Berdasarkan pengamatan awal dan diskusi dengan pihak terkait, jumlah *seller* yang memanfaatkan fitur *Invoice Financing* belum sebanding dengan jumlah *seller* aktif dan *seller* yang memenuhi kriteria pembiayaan, kriteria yang dimaksud adalah *seller* yang aktif bertransaksi dengan pembayaran tempo / *Term of Payment* (TOP) dengan nilai *invoice* lebih atau sama dengan Rp.2.000.000 (2 Juta rupiah).

Intelligentia - Dignitas

Tabel 1. 1 Data *Seller* yang Eligible untuk Mengajukan Invoice Financing dan Tingkat Pemanfaatan

Periode	<i>Seller</i> Eligible	<i>Seller</i> Mengajukan	Tingkat Pemanfaatan
Q1 2025	4.086	73	1,79%
Q2 2025	4.187	92	2,20%
Q3 2025	4.722	44	0,93%
Q4 2025	4.734	12	0,25%

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Keterangan: Total *seller* eligible merupakan akumulasi jumlah *seller* pada setiap kuartal tahun 2025.

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah *seller* yang memenuhi kriteria pembiayaan pada tahun 2025 relatif stabil dan berada pada kisaran lebih dari 4.000 *seller* setiap kuartal. Namun demikian, jumlah *seller* yang benar-benar mengajukan *Invoice Financing* jauh lebih rendah dan tidak pernah melebihi 100 *seller* dalam satu kuartal. Tingkat pemanfaatan tertinggi terjadi pada kuartal II sebesar 2,20 persen, sedangkan tingkat terendah terjadi pada kuartal IV yang hanya mencapai 0,25 persen. Secara agregat sepanjang tahun 2025, dari total 17.729 *seller* yang memenuhi kriteria pembiayaan, hanya 221 *seller* yang mengajukan *Invoice Financing*. Dengan demikian, jika di rata-rata kan tingkat pemanfaatan tahunan fitur pembiayaan ini hanya sebesar 1,29 persen saja. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa tingkat pemanfaatan layanan pembiayaan digital masih relatif rendah apabila dibandingkan dengan jumlah pengguna yang berpotensi memanfaatkannya.

Fenomena rendahnya tingkat pengajuan *Invoice Financing* menjadi hal yang perlu diperhatikan karena seller yang melakukan transaksi dengan sistem pembayaran tempo tetap memiliki kebutuhan untuk menjaga ketersediaan dana selama menunggu pembayaran dari *buyer*. Dari sisi pengelolaan layanan, squad Financing PaDi UMKM juga memiliki target Gross Merchandise Value (GMV) sebesar Rp10 miliar pada kuartal IV 2025 dan kuartal I 2026. Oleh sebab itu, tingkat minat *seller* terhadap *Invoice Financing* menjadi salah satu aspek yang relevan untuk diperhatikan karena rendahnya pemanfaatan fitur dapat menjadi tantangan dalam mencapai target pengembangan layanan tersebut.

Setelah melakukan wawancara singkat dengan pihak terkait ada beberapa faktor yang diduga memengaruhi kondisi tersebut antara lain keterbatasan pemahaman *seller* terhadap mekanisme pembiayaan, kekhawatiran terhadap proses administrasi, serta persepsi risiko terkait pencairan dana dan keamanan data. Hal tersebut mengindikasikan bahwa rendahnya pemanfaatan fitur *Financing* tidak semata-mata disebabkan oleh aspek teknis sistem, tetapi juga berkaitan dengan persepsi, pengalaman, dan keyakinan *seller*.

Kondisi tersebut semakin menarik untuk dikaji karena fitur *Invoice Financing* PaDi UMKM telah memberikan manfaat nyata dalam membantu pelaku usaha mengatasi permasalahan arus kas. Sejak diluncurkan, fitur ini telah dimanfaatkan oleh ratusan penjual dengan total pembiayaan yang mendekati Rp500 miliar. Salah satu pengguna, Adi Setya Nugroho selaku

pemilik PT Ziga Kreasi Utama, menyampaikan bahwa *Invoice Financing* telah membantu menjaga arus kas usaha, terutama dalam melayani kebutuhan pendanaan sebelum pembayaran dari klien diterima. Selama dua tahun menggunakan fitur tersebut, Adi telah mengajukan pembiayaan sebanyak 15 kali dan menyatakan bahwa layanan tersebut sangat membantu kelancaran arus kas serta operasional usahanya. Meskipun demikian, pemanfaatan fitur *Invoice Financing* masih menunjukkan kesenjangan dibandingkan dengan jumlah penjual yang memenuhi kriteria untuk memperoleh pembiayaan. Perbedaan antara manfaat yang ditawarkan dan tingkat pemanfaatan tersebut menunjukkan bahwa ketersediaan suatu layanan belum tentu secara langsung menghasilkan keinginan untuk menggunakannya. diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat *seller* untuk menggunakan *Invoice Financing*. Faktor tersebut mencakup persepsi mengenai kemudahan penggunaan, pengaruh pihak lain atau lingkungan sosial, keberadaan kondisi pendukung, pertimbangan antara manfaat dan biaya, serta kebiasaan dalam menggunakan teknologi digital.

Untuk menganalisis faktor-faktor yang berkaitan dengan penerimaan dan niat penggunaan teknologi, penelitian ini *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2012). UTAUT 2 merupakan pengembangan dari model UTAUT yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi *Intention to Use* (niat penggunaan) *seller* terhadap fitur *Invoice Financing* pada platform PaDi UMKM. Oleh karena itu, penelitian lebih diarahkan pada

faktor-faktor yang dapat membentuk niat penggunaan, khususnya dari sisi kemudahan, pengaruh sosial, dukungan yang tersedia, pertimbangan nilai, dan kebiasaan penggunaan teknologi.

Penelitian ini memfokuskan lima konstruk UTAUT 2, yaitu *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *price value*, dan *habit*. Sementara itu, *performance expectancy* dan *hedonic motivation* tidak disertakan dalam analisis. Pemilihan tersebut dilakukan untuk memfokuskan penelitian pada lima faktor yang dianggap relevan dengan karakteristik fitur *Invoice Financing*. Selain itu, responden penelitian merupakan *seller* yang telah mengetahui atau pernah memperoleh informasi mengenai fitur *Invoice Financing*, tetapi belum tentu pernah menggunakannya, sehingga penilaian terhadap performa dan kesenangan dalam menggunakan fitur tersebut kurang sesuai untuk dijadikan fokus penelitian.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat *research gap* yang jelas yang mana di satu sisi, fitur *Invoice Financing* di PaDi UMKM memiliki potensi besar sebagai solusi likuiditas atau menjaga arus kas bagi ribuan *seller* di PaDi UMKM. di sisi lain, tingkat pemanfaatannya masih sangat rendah dan belum pernah diteliti secara akademis dalam konteks platform B2B UMKM. Penelitian terkait penerimaan teknologi pada konteks pembiayaan berbasis *Invoice Financing* dalam ekosistem B2B juga masih jauh lebih terbatas dibandingkan penelitian pada layanan keuangan digital lain seperti *mobile banking* atau *e-wallet*. Oleh karena itu, *novelty* dalam penelitian ini terletak dalam penerapan model UTAUT 2 untuk menganalisis faktor-faktor yang

memengaruhi *Intention to Use seller* UMKM terhadap fitur *Invoice Financing* di platform PaDi UMKM, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademis serta memberikan masukan bagi pengembangan fitur kedepannya.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis mengangkat penelitian dengan judul: **“Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Intention to Use Seller* terhadap Fitur *Invoice Financing* pada Platform PaDi UMKM Menggunakan Pendekatan UTAUT 2”**

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan penelitian untuk mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan yang berkaitan dengan objek penelitian. Adapun pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use seller* dalam menggunakan fitur *Invoice Financing* di platform PaDi UMKM?
2. Apakah *Social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use seller* dalam menggunakan fitur *Invoice Financing* di platform PaDi UMKM?

3. Apakah *Facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use seller* dalam menggunakan fitur *Invoice Financing* di platform PaDi UMKM?
4. Apakah *Price value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use seller* dalam menggunakan fitur *Invoice Financing* di platform PaDi UMKM?
5. Apakah *Habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use seller* dalam menggunakan fitur *Invoice Financing* di platform PaDi UMKM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai. Adapun tujuan penelitian tersebut adalah sebagai:

1. Menelusuri sejauh mana pengaruh *Effort expectancy* berperan dalam memengaruhi *Intention to Use seller* terhadap penggunaan fitur *Invoice Financing*.
2. Mengidentifikasi pengaruh *social influence* dalam memengaruhi *Intention to Use seller* terhadap penggunaan fitur *Invoice Financing*.
3. Menganalisis pengaruh *Facilitating conditions* dalam memengaruhi *Intention to Use seller* terhadap penggunaan fitur *Invoice Financing*.

4. Menganalisis seberapa besar pengaruh *Price value* dalam memengaruhi *Intention to Use seller* terhadap penggunaan fitur *Invoice Financing*.
5. Menelusuri pengaruh *Habit* dalam memengaruhi *Intention to Use seller* terhadap penggunaan fitur *Invoice Financing*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai penerapan model UTAUT 2 dalam konteks layanan pembiayaan digital berbasis B2B, terutama dalam mengkaji penggunaan fitur *Invoice Financing* pada platform PaDi UMKM. Kajian ini mengevaluasi pengaruh *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *price value* dan *Habit* terhadap *Intention to Use seller*, sehingga dapat memperkaya literatur mengenai adopsi *Invoice Financing* pada sektor UMKM. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi referensi empiris bagi pengembangan model penerimaan teknologi yang lebih kontekstual, terutama dalam layanan keuangan digital yang melibatkan risiko finansial pengguna.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti, Penelitian ini memberikan pengalaman dalam menerapkan model *UTAUT2* untuk memahami penerimaan layanan pembiayaan digital dalam lingkungan *Business to Business* (B2B). Melalui penelitian ini, peneliti dapat memperdalam pemahaman mengenai keterkaitan *Effort*

Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Price Value, dan Habit dengan *Intention to Use seller* terhadap fitur *Invoice Financing* pada PaDi UMKM. Selain itu, proses penelitian juga menjadi sarana bagi peneliti untuk mengembangkan kemampuan dalam mengolah data, menganalisis hasil penelitian, serta memahami penerapan teori adopsi teknologi pada konteks layanan keuangan digital bagi UMKM.

- b. Bagi Kampus Universitas Negeri Jakarta, Penelitian ini dapat menambah sumber literatur bagi Universitas Negeri Jakarta, khususnya dalam kajian mengenai penerimaan teknologi, layanan keuangan digital, dan *Invoice Financing*. Hasil penelitian juga memberikan gambaran mengenai penerapan model *UTAUT2* dalam konteks platform B2B yang melibatkan pelaku UMKM. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan referensi bagi pengembangan kajian akademik yang berkaitan dengan digitalisasi layanan keuangan dan perilaku penggunaan teknologi oleh pelaku usaha.

- c. Bagi Pembaca, Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai penerapan model *UTAUT2* dalam menganalisis niat penggunaan layanan pembiayaan digital. Pembaca dapat memperoleh gambaran mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan *Intention to Use seller* terhadap fitur *Invoice Financing*,

khususnya dari aspek kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, kondisi pendukung, pertimbangan nilai, dan kebiasaan penggunaan layanan digital. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan bacaan atau referensi awal bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian dengan topik serupa, terutama yang berkaitan dengan adopsi teknologi dan digitalisasi layanan keuangan bagi UMKM.

- d. Bagi Platform PaDi UMKM, Temuan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola PaDi UMKM dalam memahami faktor-faktor yang berkaitan dengan *Intention to Use seller* terhadap fitur *Invoice Financing*. Hasil penelitian dapat memberikan gambaran bahwa kemudahan memahami proses, kondisi yang mendukung penggunaan, pengaruh lingkungan bisnis, pertimbangan manfaat dan biaya, serta pengalaman menggunakan layanan pembiayaan digital merupakan aspek yang berkaitan dengan niat *seller* dalam mempertimbangkan layanan tersebut. Selain itu, bagi lembaga pembiayaan yang bermitra, hasil penelitian ini dapat membantu dalam merancang skema pembiayaan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan persepsi *seller* UMKM.