

## PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN PEER TO LENDING

Hendri Rahmayani Asri<sup>1</sup>, Ekaning Setyarini<sup>2</sup>, Hantoro Arief Gisijanto<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Ekonomi / Akuntansi, [hrahma@staff.gunadarma.ac.id](mailto:hrahma@staff.gunadarma.ac.id), Universitas Gunadarma

<sup>2</sup> Ekonomi / Akuntansi, [eqanienk@staff.gunadarma.ac.id](mailto:eqanienk@staff.gunadarma.ac.id), Universitas Gunadarma

<sup>3</sup> Ekonomi / Akuntansi, [hantoro@staff.gunadarma.ac.id](mailto:hantoro@staff.gunadarma.ac.id), Universitas Gunadarma

### ABSTRACT

Peer-to-Peer (P2P) lending is an online lending instrument that can help borrowers who cannot access conventional banks, such as MSMEs. Difficulty getting capital is one of the obstacles that make it difficult for MSMEs to develop. Peer-to-peer (P2P) lending as a non-bank financial institution can be used as an alternative business capital because of the requirements and easy application use. The emergence of this fintech provides a solution to the problem of capital which is one of the obstacles for MSMEs. This study aims to determine whether the perception of convenience, perceived risk, and trust affect the interest in using Peer to peer lending. This study takes a sample of MSME actors in Bogor Regency who have used peer to peer lending by distributing questionnaires directly or through online questionnaires. The data was obtained through purposive sampling method with a total sample of 100 respondents. The data obtained were analyzed using the PLS (Partial Least Square) analysis technique. The results showed that perceived convenience, perceived risk and trust had an influence on interest in using peer to peer lending.

**Keywords:** Perceived of Ease, Perceived of Risk, Trust, and Interest in Use.

### ABSTRAK

Peer-to-Peer (P2P) lending merupakan instrumen pemberian pinjaman secara online yang dapat membantu peminjam yang tidak dapat mengakses bank konvensional, seperti UMKM. Kesulitan mendapatkan modal merupakan salah satu kendala yang membuat UMKM sulit untuk berkembang. Peer-to-peer (P2P) lending sebagai lembaga keuangan non-bank dapat dijadikan alternatif modal usaha karena persyaratan dan penggunaan aplikasi yang mudah. Kemunculan fintech ini memberikan solusi terhadap permasalahan permodalan yang menjadi salah satu kendala bagi UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Peer to peer lending. Penelitian ini mengambil sampel para pelaku UMKM di Kabupaten Bogor yang telah menggunakan Peer to peer lending dengan menyebarkan kuesioner secara langsung maupun melalui kuesioner online. Data diperoleh melalui metode purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan Teknik analisis PLS (Partial Least Square). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi resiko dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan peer to peer lending.

**Kata Kunci:** Financial Technology, Peer to Peer Lending, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Minat Penggunaan.

### 1. PENDAHULUAN

Kemajuan di bidang teknologi dan informasi memunculkan inovasi di bidang keuangan yang lebih dikenal dengan Financial Technology (Zavolokina, Dolata & Schwabe, 2016). Financial technology (Fintech) merupakan terobosan teknologi keuangan yang dapat mempermudah masyarakat dalam mengakses layanan keuangan. Peer to peer lending merupakan layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi. Peer to peer lending berperan sebagai platform perantara bagi pemberi pinjaman dengan pengguna pinjaman untuk melakukan transaksi tanpa harus melalui lembaga keuangan perbankan (Wang, Xu & Ma, 2015). Layanan peer to peer lending berusaha menarik calon pengguna untuk meminjam secara online dengan menawarkan pemberian pinjaman dengan pengembalian yang menarik, risiko yang terukur, dan kemudahan transaksi.

Proses yang mudah dan cepat, transparan dan hemat biaya transaksi (Cabanillas, Fernandez & Leiva., 2014; Zhou, 2013); Ondrus dan Pigneur, (2009) pemanfaatan telepon pintar dapat menyelesaikan transaksi pembayaran dengan lebih aman, dengan cepat, dan nyaman karena dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Jadi ini memungkinkan bagi peminjam untuk memperoleh dana yang nantinya dapat digunakan untuk modal usaha dan berbagai macam lainnya kebutuhan investasi. Dalam pelaksanaan operasionalnya, sistem dalam fintech peer-to-peer lending sangat mudah untuk dijangkau maupun diakses baik oleh pemberi pinjaman maupun penerima pinjaman. Fintech peer to peer merupakan fenomena perpaduan teknologi dengan fitur keuangan yang semakin dikenal dan mudah digunakan oleh stakeholder. Kemudahan tersebut tentunya sangat berbeda dengan metode konvensional yang masih terkadang timbul masalah di administrasi. Model pembiayaan peer to peer lending yang mulai berkembang pesat membuka peluang bagi investor dari kalangan manapun untuk mendanai bisnis UMKM. Selain itu, peer to peer lending dapat menjadi alternatif pembiayaan selain sektor perbankan dan lembaga keuangan nonperbankan lainnya. UMKM menyumbang sekitar 60 persen dari produk domestik bruto (PDB). Bank Indonesia (2015) menyatakan bahwa sebanyak 60% - 70% pelaku UMKM belum memiliki akses dan pembiayaan perbankan untuk modal usaha. Perbulan Agustus 2018, posisi kredit UMKM sebesar Rp 1.025 triliun atau hanya sebesar 19,74% dibandingkan total kredit perbankan yang mencapai Rp 5.193 triliun. Ini artinya sebagian besar UMKM didanai oleh modal sendiri (BPS, 2021).

Kondisi ini menjelaskan bahwa porsi kredit UMKM masih sangat kecil dan tidak banyak UMKM yang mendapatkan kredit dari perbankan yang digunakan untuk modal usaha. Sebagian besar UMKM masuk dalam kategori unbankable (Chauhan, 2015; Demircuc-Kunt, Klapper, Singer & Van Oudheusden, 2015; Fungáčová & Weill, 2014). Permasalahan utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan modal, teknologi, pemasaran, keterbatasan akses melihat peluang pasar, dan sumber daya manusia yang memiliki soft skill rendah (Chunghai 2014; Ogbuanu, Kabuoh, dan Okwu 2014). Produktivitas rendah serta ketiadaan kolateral, risiko kegagalan bisnis yang tinggi, menjadi penyebab perbankan kurang berminat memberikan kredit ke UMKM.

Berdasarkan data dari Institute for Economic and Financial Development (2020) , pada tahun 2019 tersebut tercatat 60 juta UMKM. Adapun dari jumlah tersebut hanya 11 juta pengguna UMKM yang bankable, sedangkan sisanya sekitar 49 juta UMKM masih belum bankable pada saat mengajukan kredit pembiayaan. UMKM memerlukan kemudahan, kecepatan dan biaya yang murah dalam mendapatkan pendanaan. Kehadiran peer to peer lending di Indonesia menjadi salah satu solusi bagi pelaku usaha kecil yang sering mengalami kesulitan mengajukan pinjaman ke perbankan. Peer to peer lending telah menjadi sumber pendanaan yang penting bagi UMKM. UMKM lebih memilih sumber pendanaan langsung dari masyarakat dengan jaminan pihak ketiga (Wei, 2016). Adanya kendala UMKM untuk meminjam dana ke perbankan, menyebabkan UMKM tidak terlalu bergantung pada sistem kredit formal (Berry, Sandee & Rodriguez, 2010). Masa pandemic Covid 19 merupakan tantangan yang besar untuk para pelaku UMKM yang bisnisnya terganggu. Era adaptasi pemulihan bisnis tentunya membutuhkan permodalan sebagai kunci pembangunan UMKM. Untuk menyelamatkan usahanya, banyak dari mereka yang memanfaatkan fintech peer-to-peer lending sebagai salah satu sumber pembiayaan.

Pemanfaatan model pembiayaan peer-to-peer (P2P) lending menjadi salah satu cara untuk menyelesaikan hambatan penyaluran kredit UMKM (World Economic Forum, 2015). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat total outstanding penyaluran pinjaman fintech lending ke UMKM per Maret 2022 telah mencapai Rp13,2 triliun. Angka ini mencapai 36% dari total outstanding pinjaman fintech lending. (Infobanknews.com, 2022)

Inovasi teknologi di bidang keuangan yang semakin berkembang pesat. mendorong masyarakat termasuk pelaku UMKM wajib meningkatkan literasi keuangan dengan mempelajari dan memahami setiap layanan, produk, dan keputusan keuangan yang akan mereka terapkan. Hal ini bertujuan agar manfaat akses keuangan termasuk fintech dapat dirasakan dengan maksimal dan tidak merugikan pelaku UMKM. Kehadiran penyelenggara fintech peer to peer Indonesia ini memang menguntungkan, tapi bisa menjadi buruk juga ketika para peminjam terjebak di peer to peer lending ilegal.

Satgas Waspada Investasi melaporkan ada sebanyak 683 entitas fintech peer to peer lending ilegal yang telah dihentikan operasinya hingga Juli 2019. Pada tahun 2018 ada 404 fintech peer to peer lending yang dihentikan Satgas Waspada Investasi. Sehingga secara total sejak tahun 2018, Satgas Waspada Investigasi telah menghentikan 1.087 entitas fintech ilegal. Kasus yang marak sejak tahun 2018 ini mempengaruhi perkembangan fintech lending. Perusahaan penyedia layanan P2P lending perlu mengetahui niat dan perilaku UMKM dalam menggunakan layanan P2P lending, sehingga mampu menarik minat UMKM untuk mau memanfaatkan peer to peer lending sebagai salah satu sumber pembiayaan modal. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kepercayaan UMKM terhadap minat menggunakan peer to peer lending sebagai salah satu usaha untuk mendapatkan pinjaman.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Financial Technology**

Kas merupakan aktiva yang paling likuid, yang memenuhi kewajiban keuangan perusahaan dari berbagai sisi. Kas dikelola dengan efisien dan efektif oleh para manajer, perusahaan mendapatkan laba yang diinginkan. Permasalah akan muncul bila kas tidak dikelola dengan benar maka akan menghambat jalan kegiatan operasional perusahaan. Sumber masuknya kas adalah berasal dari kegiatan penjualan dan investasi perusahaan. Jika semakin banyak kas pada perusahaan, maka semakin kurang efektif kas yang dimiliki perusahaan. Sehingga tidak ada kas yang tidak dapat menghasilkan laba perusahaan. Rasio perputaran kas didapat dengan membandingkan penjualan bersih dengan rata-rata kas. Dengan adanya perputaran kas ini menjadi ukuran efisiensi penggunaan kas, dapat mengevaluasi kinerja perusahaan dan mengetahui pencapaian laba bersih maksimal yang diharapkan oleh perusahaan.

Perputaran kas perusahaan semakin baik akan meminimalisir tingkat ketidak likuid yang terjadi pada perusahaannya misalnya perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek perusahaan. Demi memperoleh laba, perusahaan melakukan kegiatan operasioanl yang menghasilkan produk dalam bentuk mentah, setengah jadi, jadi, dan siap untuk didistribusikan. Perusahaan harus memastikan persediaan di gudang dikelola dengan baik. Agar persediaan tidak mengalami penumpukan atau kekurangan saat produk dipasarkan. Untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan, perusahaan perlu menghitung perputaran persediaan. Sehingga perusahaan dapat mengukur penawaran dan permintaan kepada masyarakat selama setahun.

### **2.2. Persepsi Kemudahan**

Minat seseorang untuk menggunakan suatu aplikasi adalah adanya kemudahan penggunaan dalam aplikasi tersebut. Hal ini karena Peer to Peer (P2P) Lending menggunakan aplikasi dalam transaksinya. Persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi bebas dari usaha, yang artinya mudah untuk digunakan. Persepsi kemudahan ini dapat dirasakan ketika individu merasa dimudahkan dengan penggunaan aplikasi teknologi informasi maka semakin tinggi pemanfaatan dan penggunaan sistem teknologi informasi tersebut. Penggunaan suatu sistem teknologi informasi dipercaya akan mempermudah individu berinteraksi (Jogiyanto, 2007). Persepsi kemudahan menentukan perilaku minat untuk menggunakan dan akhirnya untuk penggunaan sebenarnya dari sistem (Viehland & Leong, 2007). Wu & Wang (2005) juga mengatakan persepsi kemudahan merupakan faktor penentu utama dari penggunaan sistem dan minat.

### **2.3 Persepsi Risiko**

Risiko penggunaan peer to peer lending dapat memengaruhi pengalaman pengguna secara negatif dan menghambat penggunaan peer to peer oleh para pemakaiannya. Risiko yang dirasakan pengguna merupakan hambatan penting dalam mempertimbangkan keputusan penggunaan. Menurut Kovács & Sandor (2016), dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat dapat menjadi ancaman dari sisi keamanan dan juga memungkinkan terjadinya penipuan yang akan berdampak pada pengguna untuk menggunakan peer to peer lending

### **2.4 Kepercayaan**

Kepercayaan memiliki pengaruh yang besar terhadap minat penggunaan. Kepercayaan merupakan faktor penting dalam aktivitas transaksi yang dilakukan secara online. Transaksi pinjam meminjam secara online adalah transaksi yang dilakukan tidak mempertemukan antara peminjam dan penyedia layanan. Transaksi secara online membutuhkan kepercayaan. Adanya kepercayaan terhadap platform peer to peer lending menjadi perhatian dalam menentukan sikap calon peminjam agar memiliki niat untuk mengajukan pinjaman. Dalam konteks digital, beberapa bukti empiris menyatakan bahwa kepercayaan dapat memengaruhi niat untuk menggunakan layanan berbasis teknologi informasi lainnya seperti social commerce (Yahia, Al-Neama & Kerbache., 2018) dan e-commerce (Fahmi, 2018), dimana kedua layanan tersebut memiliki karakteristik serupa dengan layanan keuangan peer to peer lending yang dalam transaksinya konsumen tidak bertemu secara langsung.

Yogananda & Dirgantara (2017) dan Rizky (2018) menyatakan bahwa kepercayaan terbukti memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan. Hasil berbeda diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Naufaldi & Tjokrosaputro (2020) dan Yuniarti (2013) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan.

## 2.5 Minat Penggunaan

Minat merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Wibowo, 2008). Minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu obyek, cenderung untuk memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada obyek tersebut. Minat menggunakan merupakan kecenderungan perilaku seseorang dalam menggunakan suatu teknologi informasi di masa depan (Chuang, Liu, & Kao, 2016),

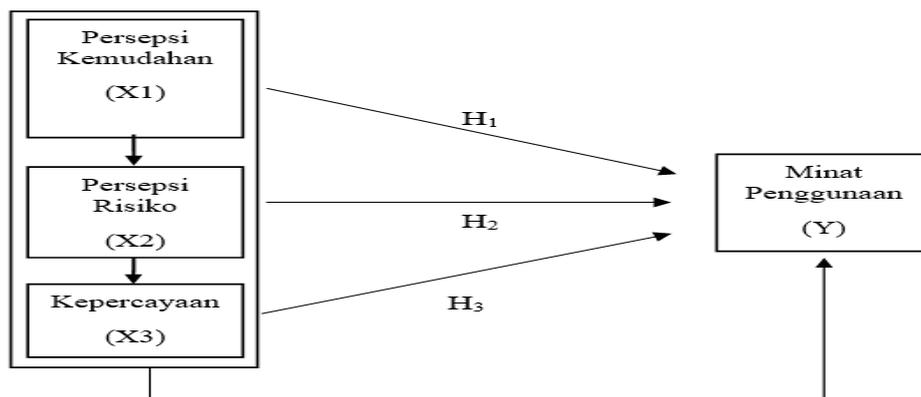
## 3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah kuantitatif karena menggunakan data-data dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan analisa statistik (Sugiyono, 2015). Data yang digunakan diambil langsung melalui hasil kuesioner yang disebarakan secara online. Teknik purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampel dengan syarat yaitu pelaku UMKM yang menggunakan peer to peer lending yang ada di kabupaten Bogor. Dan didapatkan 100 responden.

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menggunakan layanan peer to peer Lending, variabel independen yaitu persepsi kemudahan, persepsi resiko dan kepercayaan, Setiap konstruk dalam penelitian ini diukur menggunakan skala likert (lima) poin mulai dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Responden mengisi kuesioner secara online/online melalui Google Forms, dan penyebaran kuesioner dilakukan dengan menyebarkan link alamat kuesioner melalui media sosial (Line, WhatsApp, dan Instagram)

Penelitian ini melalui beberapa tahapan untuk mengelola data, pertama dengan menguji kualitas data dengan menggunakan reliabilitas dan uji validitas menggunakan aplikasi SPSS, serta menganalisis data dengan SmartPLS .

### 3.1 Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka konseptual

### 3.2 Pengembangan Hipotesis Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan tanpa harus bersusah payah dalam usaha (Wibowo, Rosmauli & Suhud, 2015). Ketika suatu sistem teknologi informasi itu mudah untuk digunakan maka pengguna akan merasa lebih nyaman dan berkeinginan untuk menggunakan sistem teknologi informasi itu. Berbeda ketika suatu sistem teknologi informasi itu susah untuk digunakan maka pengguna akan merasa enggan untuk menggunakan sistem teknologi informasi tersebut. Zakiyah, Trifiyanto & Windasari (2021) dan Yuniarti (2013) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan.

**H1 : Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan**

### 3.3 Pengembangan Hipotesis Persepsi Risiko

Persepsi resiko merupakan sejauh mana konsumen dalam memutuskan menggunakan sebuah layanan percaya bahwa adanya kemungkinan akan terkena jenis resiko tertentu seperti resiko keuangan, sosial, psikologis, fisik atau waktu (Zhang, Tan , Xu & Tan, 2012). Hanafizadeh, Keating & Khedmatgozar (2018) menyatakan bahwa persepsi resiko adalah faktor terpenting yang memengaruhi adopsi teknologi keuangan

oleh konsumen. Hal ini juga didukung oleh pendapat Gupta & Bansal (2010) yang menyatakan bahwa pengguna layanan teknologi finansial sangat dipengaruhi oleh persepsi resiko terhadap penyalahgunaan data pribadi.

**H2 : Persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan**

**3.4 Pengembangan Hipotesis Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan**

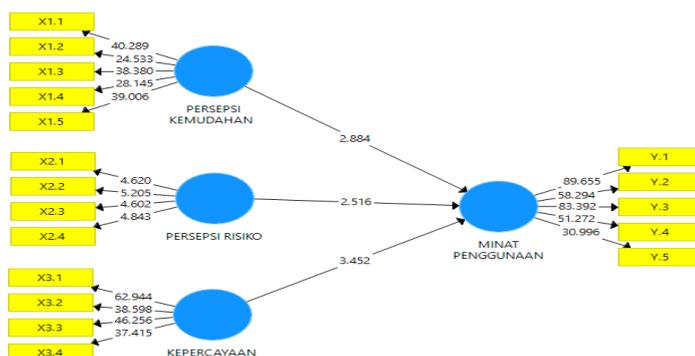
Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya. Seringkali kepercayaan dapat bertindak sebagai stimulus untuk melakukan minat penggunaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Yogananda & Dirgantara (2017) dan Rizky (2018) menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan.

**H3: Kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan.**

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Uji Hipotesis**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis partial least square (PLS) maka dapat disusun model structural yang terdiri dari beberapa variabel independent yaitu persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kepercayaan. Variabel dependent yaitu minat penggunaan. Berikut Gambar 2 di bawah ini menyajikan hasil pemodelan akhir yang dilakukan pada SmartPLS untuk mengetahui hubungan antara variabel :



Gambar 2 Model Penelitian

Pada Gambar 2 hasil pemodelan akhir yang dilakukan dimana indikator yang telah dinyatakan valid dan memenuhi kriteria yang ditentukan. Berdasarkan nilai statistik yang diperoleh, maka dapat diketahui hubungan antar variabel yang diukur. Selanjutnya, pengaruh antar variabel dapat dilihat dari kriteria estimasi koefisien jalur untuk masing-masing path yang ada.

**4.2 Hasil R Square**

Nilai R Square merupakan nilai dari perubahan laten endogen, variabilitas konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas konstruk endogen. Nilai R Square digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel eksogen, yaitu bahwa persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap variabel endogen, yaitu variabel minat penggunaan. Dari hasil perhitungan dengan SmartPLS maka hasil yang diperoleh terdapat pada tabel 2 sebagai berikut :

**Tabel 1. Nilai R Square**

Variabel	Nilai R Square
Minat Penggunaan (MP)	0.726

Berdasarkan Tabel 1 nilai R Square menunjukkan bahwa besarnya minat penggunaan sebesar 0.726 atau 72.6%. Hasil ini berarti bahwa persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kepercayaan mampu menjelaskan konstruksi minat penggunaan sebesar 72,6% dan sisanya 27.4% dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**4.3 Path Coefficient**

Path coefficient merupakan evaluasi terhadap koefisien, meliputi pengaruh nyata melalui bootstrapping. Nilai estimasi koefisien jalur antara konstruk harus memiliki nilai yang signifikan. Nilai path coefficient dinyatakan berpengaruh apabila nilai yang dihasilkan menunjukkan hasil T-Statistic > T-tabel 1,98 dan P-Value <0,05.

**Tabel 2. Path Coefficient**

<b>Hubungan Antar Variabel</b>	<b>Original Sample</b>	<b>T-statistics(O/STD EV)</b>	<b>P-Value</b>
PK → MP	0.399	2.884	0.004
PR → MP	-0.182	2.516	0.012
K → MP	0.538	3.452	0.001

Berikut ini pengujian hipotesis berdasarkan data pada tabel 8 :

**1. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan**

Hasil penelitian berkaitan dengan kemudahan penggunaan peer to peer lending mempengaruhi seseorang berminat menggunakan fintech yaitu Peer To Peer landing sebagai alat pembiayaan. Berdasarkan Tabel 2 diatas nilai original sampel sebesar 0.399 dan T- statistics sebesar 2.884 > 1.98 dengan nilai P-Value sebesar 0.004 < 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan. Frekuensi penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem mampu menunjukkan kemudahan penggunaan. Suatu sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Fintech telah berhasil menghadirkan kemudahan-kemudahan kepada penggunanya dalam hal memperoleh pembiayaan. Responden cukup memanfaatkan teknologi informasi dalam proses pengajuan pinjaman tanpa perlu bertemu langsung dengan penyedia layanan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Zakiyah, Trifiyanto & Windasari (2021) dan Yuniarti (2013) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan.

**2. Pengaruh persepsi risiko terhadap minat penggunaan**

Berdasarkan Tabel 2 diatas nilai original sampel sebesar -0.182 dan T- statistics sebesar 2.516 < 1.98 dengan nilai P-Value sebesar 0.012 > 0.05. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanafizadeh et al. (2018); Gupta et al. (2012) dan Julianto (2017) yang menyatakan bahwa persepsi risiko adalah faktor yang memengaruhi adopsi teknologi keuangan oleh konsumen. Responden merasa khawatir akan risiko yang muncul akibat penyalahgunaan data pribadi dan pelanggaran terhadap hak-hak debitur dalam menggunakan layanan peer to peer lending terutama yang berasal dari peer to peer lending yang tidak terdaftar di OJK.

**3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan**

Berdasarkan Tabel 2 diatas nilai original sampel sebesar 0.538 dan T- statistics sebesar 3.452 > 1.98 dengan nilai P-Value sebesar 0.001 > 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan. Variabel kepercayaan sangat penting karena hal ini berkaitan dengan risiko keamanan, kebenaran informasi dan kerahasiaan. Wang, Zheng, Chen & Ding (2015) mengemukakan bahwa ada tiga faktor yang mempengaruhi kepercayaan dalam peer to peer lending yaitu reputasi penyelenggara, integritasnya dalam menyediakan layanan dan informasi dan persepsi informasi asimetris. Kepercayaan tersebut timbul karena janji, kompetensi, dan komitmen terhadap pelanggan dari perusahaan penyedia fintech (Cao, Yu, Liu, Gong & Adeel (2018). Salciuvene, Auruskeviciene & Ivanauskiene (2014), Chen, Lou & Van Slyke (2015) dan Zhang, Tang, Lu & Dong (2014) melakukan penelitian serupa dan menyatakan bahwa faktor kunci yang menentukan sikap individu terhadap layanan keuangan online adalah memercayai. Jika seseorang memiliki tingkat kepercayaan yang lebih besar pada suatu platform, berarti mereka mengetahui tentang risiko dan manfaat dari peer to peer lending tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yogananda & Dirgantara, (2017) dan Rizky (2018) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan

## 5. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

### 5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian ini memberikan implikasi teoretis yang dapat bermanfaat. Penelitian ini mencoba menguji secara empiris dari kemudahan, risiko dan kepercayaan yang dirasakan oleh UMKM dalam memanfaatkan Peer to peer lending. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden merasakan bahwa menggunakan peer to peer lending memudahkan mereka dalam mendapatkan pembiayaan. UMKM juga berminat menggunakan Peer to peer lending meskipun terdapat faktor-faktor risiko yang dihadapi.

Penelitian ini memberikan perusahaan penyedia peer to peer lending wawasan berharga tentang faktor-faktor yang harus mereka tekankan atau hindari ketika menawarkan fintech kepada pengguna. Hasil empiris terungkap bahwa persepsi kemudahan, persepsi risiko dan kepercayaan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan peer to peer lending. Dari kepercayaan adalah yang paling dominan. Hal ini merupakan efek dari maraknya penipuan yang terjadi berkaitan dengan kasus beberapa nasabah yang terjebak pinjaman online ilegal. Dan banyaknya pinjaman online ilegal yang ditutup oleh OJK. Dari persepsi risiko responden yang dirasakan adalah kerugian finansial dan risiko legalitas serta jaminan keamanan. Perusahaan penyedia fintech harus mampu menjamin keamanan dan mengantisipasi risiko yang terjadi di masa depan karena perkembangan fintech di Indonesia masih berkembang dan belum menyeluruh serta regulasi yang mengatur dirasa masih belum cukup untuk mengatur di masa depan.

### 5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa indikator yang dinilai telah berhasil mempengaruhi minat penggunaan melalui kemudahan dalam melakukan peminjaman, risiko yang dihadapi dan kepercayaan. Sebagai platform baru financial teknologi masih dibutuhkan adanya literasi yang baik bagi para pelaku UMKM untuk bisa lebih memahami seluk beluk peer to peer lending sehingga tidak terjebak pada pinjaman online ilegal. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti topik yang sama disarankan untuk menambah jumlah responden dan memperluas cakupan responden serta meneliti variabel lainnya yang kemungkinan berpengaruh terhadap minat penggunaan secara daring. Seperti literasi financial teknologi, kualitas layanan keunggulan relative, dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arner, D. W., Barberis, J. N., & Buckley, R. P., (2015). The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm? Available at SSRN 2676553.
- Berry, A., Rodriguez, E., & Sandee, H. (2001), "Small and Medium Enterprise Dynamics in Indonesia", Buletin Studi Perekonomian Indonesia, Vol. 37, No. 3, 2001: 363-84. Carfax Publishing.
- Cao, X., Yu, L., Liu, Z., Gong, M., & Adeel, L. (2018). Understanding mobile payment users' continuance intention: a trust transfer perspective. *Internet Research*, 28(2), 456–476. <https://doi.org/10.1108/IntR-11-2016-0359>
- Chan, R. (2015). Asian Regulator Seek Fintech Balance. *Finance Asia*, September 4, available at: [www.financeasia.com/News/401588, asian-regulators-seek-fintech-balance.aspx](http://www.financeasia.com/News/401588_asian-regulators-seek-fintech-balance.aspx)
- Chauhan, S. (2015). Acceptance of mobile money by poor citizens of India: Integrating trust into the technology acceptance model. *Info*, 17(3), 58–68. 02-2015-0018
- Chen, S., Gu, Y., Liu, Q., & Tse, Y. (2020). How do lenders evaluate borrowers in peer-to-peer lending in China? *International Review of Economics & Finance*, 69, 651-662.
- Chen, D., Lou, H., & Van Slyke, C. (2015). Toward an Understanding of Online Lending Intentions: Evidence from a Survey in China. *CAIS*, 36, 17.
- Chuang, Liu, & Kao. (2016). The Adoption of Fintech Service: TAM Perspective. *International Journal of Management and Administrative Science*. Vol.3.
- Chughtai, M. W. (2014) 'Impact of Small and Medium Enterprises on Economic Growth: Evidence from Pakistan', *Journal of Business Management*, 2(July), pp. 19–24.
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Van Oudheusden, P. (2015). The Global Findex Database 2014: Measuring Financial Inclusion around the World. Working Paper, No 6025.

- Fahmi, S. (2018) Pengaruh persepsi keamanan dan kepercayaan terhadap niat konsumen dalam melakukan transaksi e-commerce, melalui sikap sebagai variabel intervening. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(1), 86–96.
- Fungáčová, Z., & Weill, L. (2014). A view on financial inclusion in Asian countries. *BOFIT Policy Brief*, 8, 1–22.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gupta, K.K., & Bansal, I (2012) Development of an instrument to measure internet banking service quality in India. *Journal of Arts, Science & Commerce*, 3(2), 11-25
- Hanafizadeh, P., Keating, B.W, Khedmatgozar H.R. (2014). A Systematic Review Of Internet Banking Adoption. *Telematics and Informatics*, 31(3), 492-510
- Huang, J., Sena, V., Li, J., & Ozdemir, S. (2020). Message framing in P2P lending relationships. *Journal of Business Research*, 122, 761–773. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.065>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi. Yogyakarta
- Kovács, L., & Sandor, D. (2016) Fraud risk in electronic payment transactions, *Journal of Money Laundering Control* 19(2):148-157.
- Li, Jiacheng, Zheng, Haichao, Munghui, Kang, Wang, Tao, & Chen, Sitong. (2016). Understanding Investment Intention towards P2P Lending: An Empirical Study. *Pacific Asia Conference on Information Systems, PACIS 2016 - Proceedings*
- Liébana-Cabanillas, F, L., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in Virtual Social Networks: The m-Payment Acceptance Model in Virtual Social Networks (MPAM-VSN). *International Journal of Information Management*, 34(2), 151–166.
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 715–722.
- Ogbuanu, B. K., Kabuoh, M. N. & Okwu, A. T. (2014) Relevance of Small and Medium Enterprises in The Growth of The Nigerian Economy: A Study of Manufacturing SMEs, *International Journal of Advanced Research in Statistics, Management and Finance*, 2(1), pp. 180–191.
- Ondrus, J., & Pigneur, Y. (2009). Near field communication: An assessment for future payment systems. *Information Systems and e-Business Management* 69 (Vol. 7, pp. 347–361).
- Rizky, N. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan E- Banking Dalam Bertransaksi Pada UMKM Di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 9(2), 191–202.
- Románova, I & Kudinska, M. (2016). Banking and Fintech: A Challenge or Opportunity? *Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis* 98, 21–35
- Salciuviene, L., Auruskeviciene, V., & Ivanauskiene, N. (2014). Key Drivers Affecting Customer Intention to Purchase Financial Services Online. *Engineering Economics*, 25(2), 194-202.
- Stern, C., Makinen, M., & Qian, Z. (2017). FinTechs in China with a special focus on peer-to-peer lending. *Journal of Chinese Economic and Foreign Trade Studies*, 10(3), 215–228
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Viehland, D & Leong, R. S. Y. (2007). Acceptance and Use of Mobile Payments. *Proceedings of the 18th Australasian Conference on Information Systems*. Townsville.
- Vives, X. (2017). The Impact of Fintech on Banking. *European Economy*, 97-105
- Wang, H., Chen, K., Zhu, W., & Song, Z. (2015). A Process Model on P2P Lending. *Financial Innovation*, 1(1), 3.

- Wang, Jiazhuo G., Hongwe Xu, & Jun Ma, (2015). Financing the Underfinanced, Online Lending in China. Springer.
- Wang, P., Zheng, H., Chen, D., & Ding, L. (2015). Exploring the Critical factors Influencing Online Lending Intentions. *Financial Innovation*, 1(1), 8.
- Wei, S. (2016). Designing Optimal Regulation for Financial Innovation in Capital Raising- Regulatory Options for China's Peer-to-Peer Lending Sector
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Money Card. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440-456.
- Wibowo. (2008). *Manajemen Kinerja*. Jakarta. Penerbit: Rajagrafindo Persada.
- Wu, J.H & Wang, S.. (2005). What Drives Mobile Commerce? An emperical evaluation of therevised technology acceptance model. *Information and Management*, 42(5), 719–729
- Yahia, I. Ben, Al-Neama, N., & Kerbache, L. (2018). Investigating the drivers for social commerce in social media platforms: Importance of trust, social support and the platform perceived usage. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 11–19.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik . *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–7.
- Yuniarti, V. (2013). Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology Peer To Peer, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Brawijaya*, Edisi 8 no 1.
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and SocialDemographics on Consumptive Behavior. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033
- Zakiyah, T., Trifiyanto, K., & Windasari, W. (2021). Fintech Based Peer to Peer (PEER TO PEER) Lending: a perspective of MSMEs in the new normal of Pandemic Covid-19 19. 5(1), 26–46.
- Zavolokina, M. Dolata, G. Schwabe FinTech - what's in a name? *Thirty Seventh International Conference on Information Systems*, 2 (2016), pp. 469-490 (4)
- Zhang, L., Tan, W., Xu, Y. & Tan, G. (2012) , “Dimensions of Consumers’ Perceived Risk and Their Influences on Online Consumers’ Purchasing Behaviour”, *Communications in Information Science and Management Engineering*, 2(7), 8-14.
- Zhang, T., Tang, M., Lu, Y., & Dong, D. (2014). Trust Building in Online peer-to-peer Lending. *Journal of Global Information Technology Management*, 17(4), 250- 266.
- Umar, Husein. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo persada.