

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES PINJAMAN, EFISIENSI BIAYA  
DAN DURASI PINJAMAN TERHADAP NIAT KONSUMEN UNTUK  
MELAKUKAN PINJAMAN DENGAN RISIKO PEMINJAMAN  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Studi Pada Konsumen Fintech P2P *Lending* di Indonesia)**

**TESIS**

Oleh:

***Firmansyah***

**NPM. 2121011029**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2023**

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES PINJAMAN, EFISIENSI BIAYA  
DAN DURASI PINJAMAN TERHADAP NIAT KONSUMEN UNTUK  
MELAKUKAN PINJAMAN DENGAN RISIKO PEMINJAMAN  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Studi Pada Konsumen Finctech P2P *Lending* di Indonesia)**

Oleh:

***Firmansyah***

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
**MAGISTER MANAJEMEN**

Pada

**Jurusan Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Universitas Lampung**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2023**

## ABSTRAK

### **PENGARUH KEMUDAHAN AKSES PINJAMAN, EFISIENSI BIAYA DAN DURASI PINJAMAN TERHADAP NIAT KONSUMEN UNTUK MELAKUKAN PINJAMAN DENGAN RISIKO PEMINJAMAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Konsumen Fintech P2P Lending di Indonesia)**

Oleh

**Firmansyah**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kemudahan akses pinjaman, efisiensi biaya, dan durasi pinjaman terhadap niat untuk melakukan pinjaman di industri *Fintech P2P lending*. Penelitian ini juga menguji peran risiko peminjaman sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Pengumpulan data menggunakan metode purposive sampling menggunakan kuesioner melalui survei online kepada orang yang pernah mengakses layanan *Fintech P2P lending* dan terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang relevan dengan variabel-variabel penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 240 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik Structural Equation Modelling (SEM) dengan bantuan alat analisis AMOS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan akses pinjaman, efisiensi biaya, durasi peminjaman yang di moderasi oleh risiko peminjaman berpengaruh terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman sehingga diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan, karena penelitian ini secara teoritis dapat membantu dalam memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen di pasar *Fintech*, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu perusahaan *Fintech* memahami preferensi dan perilaku konsumen terkait produk dan layanan yang mereka tawarkan. Dengan memahami preferensi konsumen, perusahaan dapat mengembangkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.

**Kata Kunci : *Fintech*, Peer to Peer Lending, Niat Meminjam, P2P Lending**

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF EASE OF ACCESS TO LOANS, COST EFFICIENCY AND LOAN DURATION ON CONSUMER INTENTIONS TO MAKE LOANS WITH BORROWING RISK AS A MODERATION VARIABLE (Study on Fintech P2P Lending Consumers in Indonesia)**

**By  
Firmansyah**

*This study aims to examine the effect of ease of access to loans, cost efficiency, and loan duration on the intention to make loans in the Fintech P2P lending industry. The study also examined the role of borrowing risk as a moderating variable in the relationship. The study also examined the role of borrowing risk as a moderating variable in the relationship. Data collection using purposive sampling method using questionnaires through online surveys to people who have accessed Fintech P2P lending services and consists of questions relevant to research variables. The number of samples in this study was 240 respondents. Data analysis was carried out using Structural Equation Modeling (SEM) techniques with the help of AMOS analysis tools.*

*The results of this study show that ease of access to loans, cost efficiency, duration of borrowing moderated by lending risk affect the intention of Fintech P2P Lending consumers to make loans so that it is expected to add to the wealth of science, because this research can theoretically help in deepening understanding of the factors that influence consumer behavior in the Fintech market, The results of this research are also expected to help Fintech companies understand consumer preferences and behaviors related to the products and services they offer. By understanding consumer preferences, companies can develop products and services that better suit consumer needs.*

**Keywords: Fintech, Peer to Peer Lending, Intention to Borrow, P2P Lending**

Judul Tesis

: **PENGARUH KEMUDAHAN AKSES  
PINJAMAN, EFISIENSI BIAYA DAN  
DURASI PINJAMAN TERHADAP NIAT  
KONSUMEN UNTUK MELAKUKAN  
PINJAMAN DENGAN RISIKO  
PEMINJAMAN SEBAGAI VARIABEL  
MODERASI**

Nama Mahasiswa

: **Firmansyah**

Nomor Pokok Mahasiswa

: **2121011029**

Konsentrasi

: **PEMASARAN**

Program Studi

: **Magister Manajemen**

Fakultas

: **Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**MENYETUJUI**

**Komisi Pembimbing**

Pembimbing I

**Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.**

**NIP. 19610904 198703 1 011**

Pembimbing II

**Dr. Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si.**

**NIP. 19770711 200501 2 002**

**Ketua Program Studi Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Lampung**

**Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.**

**NIP. 19661027 199003 2 002**

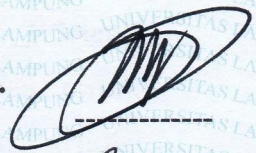
**MENGESAHKAN**

**1. Komisi Penguji**

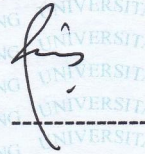
**1.1. Ketua Penguji (Pembimbing I) : Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.**



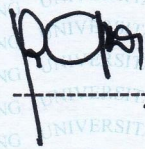
**1.2. Penguji I : Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.**



**1.3. Penguji II : Dr. Roslina, S.E., M.Si.**



**1.4. Sekretaris Penguji (Pembimbing II) : Dr. Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si.**



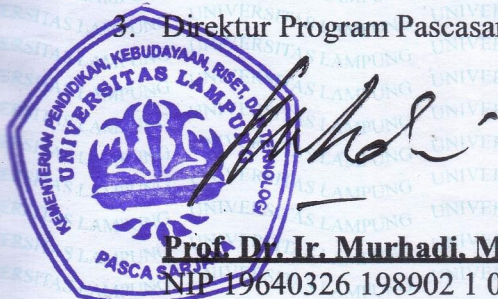
**2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.**  
NIP 19660621 199003 1 003



**3. Direktur Program Pascasarjana**

**Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.**  
NIP 19640326 198902 1 001



**4. Tanggal Lulus Ujian Tesis : 15 Desember 2023**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Tesis dengan judul “**Pengaruh Kemudahan Akses Pinjaman, Efisiensi Biaya dan Durasi Pinjaman Terhadap Niat Konsumen untuk Melakukan Pinjaman Dengan Risiko Peminjaman Sebagai Variabel Moderasi**” adalah karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan atas karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan tata etika ilmiah yang berlaku dalam masyarakat akademik atau yang disebut **Plagiarisme**.
2. Hak intelektual atas karya ilmiah ini diserahkan sepenuhnya kepada Universitas Lampung.

Atas pernyataan ini, apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya ketidakbenaran, saya bersedia menanggung akibat dan sanksi yang diberikan kepada saya, saya bersedia dan sanggup dituntut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Bandar Lampung, 15 Desember 2023 Penulis



**Firmansyah**  
NPM. 2121011029

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis lahir di Palembang pada tanggal 2 September 1980. Merupakan anak ketiga dari lima bersaudara pasangan dari Bapak Mardi dan Ibu Nurlela.

Pada Tahun 1998 penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di Sekolah Menengah Umum Negeri (SMUN) 2 Palembang. Pada akhirnya setelah menyelesaikan studi SMU, penulis menempuh gelar sarjana strata 1 (S1) di Universitas Saburai Bandar Lampung jurusan Manajemen dan lulus pada tahun 2006.

Pada tahun 2021, penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan sebagai mahasiswa di Program Studi Magister Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.



MOTTO

*“I am The Master of My Fate.”*

Willian Ernest Henley

*“I Don’t Stop when I’m tired, I Stop When I’m Done”*

*David Goggins*

*“Jika Berbuat Baik itu mudah dan menyenangkan, Lakukanlah.”*

*“Barang siapa yang berjalan untuk mencari ilmu. Allah SWT akan mudahkan  
dirinya jalan menuju surga.”*

Abu Hurairah RadiyaAllahu’anhu [HR Muslim]

## **PERSEMBAHAN**

Bismillahirrahmaanirrahiim

Segala puji bagi Allah SWT atas berkah dan karunia yang diberikan, aku persembahkan karya ini sebagai tanda bakti dan cinta kasihku kepada:

Orang Tua, Istri dan Anak - Anakku

Kedua orang tua ku Bapak Mardi dan Ibu Nurlela yang telah merawatku sejak kecil hingga dewasa dan senantiasa menanamkan nilai pantang menyerah untukku dalam menatap masa depan, Istriku Novie Herawati yang selalu mendampingi dan mendukungku baik disaat mudah maupun sulit dalam menjalankan setiap ihtiar ini, serta kedua anakku Kenzie dan Keimy yang selalu memberi warna dan semangat tersendiri bagiku untuk bisa menyelesaikan studi S2 ini hingga selesai.

Semoga dengan gelar yang aku dapatkan bisa memberikan sedikit kebanggan dan kebahagiaan untuk kalian, serta bermanfaat untuk kita semua di kemudian hari.

## SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan hidayah-Nya tesis ini dapat diselesaikan. Tesis dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Akses Pinjaman, Efisiensi Biaya dan Durasi Pinjaman Terhadap Niat Konsumen untuk Melakukan Pinjaman Dengan Risiko Peminjaman Sebagai Variabel Moderasi”** adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penelitian ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dari pihak lain baik dari segi moral maupun materi. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Murhadi, S.E., M.Si., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.;
3. Ibu Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung sekaligus menjadi Penguji Pertama, terima kasih atas kesediaannya dalam memberikan nasihat, masukan, kritik dan saran sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini;
4. Bapak Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si., selaku Pembimbing Pertama, terima kasih atas kesediaannya memberikan nasihat selama Peneliti menjadi mahasiswa dan bimbingan, masukan, kritik, saran, dan bantuan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan tesis ini;
5. Ibu Dr. Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si., selaku Pembimbing Kedua terima kasih sebesar- besarnya atas kesediaan meluangkan waktu, pikiran dan

- nasihat selama Peneliti menjadi mahasiswa dan bimbingan, masukan, kritik, saran, dan bantuan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan tesis ini;
6. Ibu Dr. Roslina, S.E., M.Si selaku Penguji Kedua, terima kasih atas kesediaannya dalam memberikan pengarahan, saran dan pengetahuan dalam proses penyelesaian tesis ini;
  7. Ibu Dr. Dorothy Rouly Panjaitan, S.E., M.Si selaku Penguji Ketiga, terima kasih atas kesediaannya dalam memberikan pengarahan, saran dan pengetahuan dalam proses penyelesaian tesis ini;
  8. Bapak Dr.H. Habibullah Jimad, S.E., M.Si selaku Pembimbing Akademik, terima kasih atas kesediaannya dalam memberikan pengarahan, saran dan pengetahuan dalam proses penyelesaian tesis ini;
  9. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staff dan Karyawan Program Studi Magister Manajemen, atas segala ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan selama peneliti menjadi mahasiswa.
  10. Mas Andri Kasrani terima kasih atas kesediaan dan kesabaran dalam membantu proses perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini;
  11. Untuk teman seperjuangan pada Program Pasca Sarajana konsentrasi Pemasaran dan seluruh angkatan MM21 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga silaturahmi dapat terjaga meski kelak sudah mengambil jalan masing-masing, saya berharap kalian selalu sehat dan sukses.
  12. Terimakasih untuk Almamater Tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung serta Semua pihak yang telah membantu, memberikan motivasi peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi sedikit harapan semoga Tesis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, 15 Desember 2023  
Penulis,

Firmansyah

## DAFTAR ISI

|   |            |
|---|------------|
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                               | <b>i</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                             | <b>iii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                            | <b>iv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                          | <b>v</b>   |
| <br>  |            |
| <b>I PENDAHULUAN</b>                                  |            |
| 1.1 Latar Belakang .....                              | 1          |
| 1.2 Pertanyaan Penelitian .....                       | 12         |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                           | 13         |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                          | 14         |
| <br>  |            |
| <b>II TINJAUAN PUSTAKA</b>                            |            |
| 2.1 Landasan Teori.....                               | 15         |
| 2.1.1 <i>Financial Technology (Fintech)</i> .....     | 45         |
| 2.1.2 <i>Fintech Peer to Peer (P2P) Lending</i> ..... | 15         |
| 2.1.3 Pemasaran .....                                 | 15         |
| 2.1.4 Perilaku Konsumen .....                         | 16         |
| 2.1.5 Kemudahan Akses.....                            | 18         |
| 2.1.6 Efisiensi Biaya .....                           | 20         |
| 2.1.7 Durasi Peminjaman .....                         | 20         |
| 2.1.8 Persepsi Risiko ( <i>Perceived Risk</i> ) ..... | 21         |
| 2.1.9 Niat Melakukan Pinjaman.....                    | 25         |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                        | 26         |
| 2.3 Kerangka Penelitian .....                         | 30         |
| 2.3.1 Pengaruh Kemudahan akses pinjaman.....          | 30         |
| 2.3.2 Pengaruh Efisiensi biaya .....                  | 31         |
| 2.3.3 Pengaruh durasi pinjaman .....                  | 32         |
| 2.3.4 Penaruh risiko peminjaman.....                  | 33         |
| 2.4 Hipotesis.....                                    | 35         |
| <br>  |            |
| <b>III METODE PENELITIAN</b> .....                    |            |
| 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....             | 36         |
| 3.2 Operasional Variabel.....                         | 37         |

|   |           |
|---|-----------|
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                         | 42        |
| 3.3.1 Populasi .....                                  | 42        |
| 3.3.2 Sampel .....                                    | 42        |
| 3.4 Pengumpulan Data .....                            | 43        |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....                        | 44        |
| 3.5.1 Model SEM .....                                 | 44        |
| 3.5.2 Tahapan dan Prosedur SEM .....                  | 45        |
| 3.5.3 Spesifikasi Model .....                         | 46        |
| 3.5.4 Identifikasi Model .....                        | 46        |
| 3.5.5 Estimasi Model .....                            | 47        |
| 3.5.6 Uji Kecocokan Model .....                       | 47        |
| <b>IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....         | <b>--</b> |
| 4.1 Analisa Deskriptif .....                          | 55        |
| 4.1.1 Jenis Kelamin .....                             | 55        |
| 4.1.2 Usia .....                                      | 56        |
| 4.1.3 Pekerjaan .....                                 | 57        |
| 4.1.4 Pendapatan .....                                | 58        |
| 4.1.5 Asal Daerah .....                               | 59        |
| 4.2 Distribusi Frekuensi Variabel .....               | 60        |
| 4.2.1 Variabel Kemudahan akses pinjaman (X1) .....    | 60        |
| 4.2.2 Variabel efisiensi biaya (X2) .....             | 62        |
| 4.2.3 Variabel Durasi Peminjaman (X3) .....           | 63        |
| 4.2.4 Variabel Risiko Peminjaman (M) .....            | 64        |
| 4.2.5 Variabel Niat Melakukan Pinjaman (Y) .....      | 66        |
| 4.3 Analisis Structural Equation Modeling (SEM) ..... | 68        |
| 4.3.1 Estimasi Diagram Jalur .....                    | 68        |
| 4.3.2 Evaluasi Model Pengukuran .....                 | 69        |
| 4.3.3 Evaluasi Model Struktural .....                 | 74        |
| 4.3.4 Uji Hipotesis .....                             | 77        |
| 4.4 Pembahasan .....                                  | 81        |
| 4.4.1 Kemudahan akses pinjaman .....                  | 81        |
| 4.4.2 Efisiensi biaya .....                           | 82        |
| 4.4.3 Durasi Peminjaman .....                         | 83        |
| 4.4.4 Risiko Peminjaman .....                         | 84        |
| 4.5 Implikasi Manajerial .....                        | 85        |
| <b>V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....                   | <b>--</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                  | 86        |
| 5.2 Saran .....                                       | 88        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                           | <b>--</b> |
| <b>LAMPIRAN</b> .....                                 | <b>--</b> |

**DAFTAR TABEL**

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Operasional Variabel.....                                   | 36 |
| 4.1 Jenis Kelamin responden .....                               | 54 |
| 4.2 Usia Responden.....   | 55 |
| 4.3 Pekerjaan Responden .....                                   | 57 |
| 4.4 Pendapatan Responden .....                                  | 58 |
| 4.5 Asal Daerah Responden .....                                 | 59 |
| 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel X1 .....                      | 60 |
| 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel X2 .....                      | 62 |
| 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel X3 .....                      | 63 |
| 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel M.....                        | 64 |
| 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Y .....                      | 66 |
| 4.11 Loading Factor Sebelum Item Tidak Valid di Hilangkan.....  | 70 |
| 4.12 Loading factor Setelah Item Tidak Valid di Hilangkan ..... | 71 |
| 4.13 Nilai AVE setelah item tidak valid dihilangkan .....       | 72 |
| 4.14 Fornell and Larcker Criterion .....                        | 73 |
| 4.15 Cronbach's Alpha .....                                     | 74 |
| 4.16 Goodnes of Fit Model SEM sebelum Modifikasi .....          | 75 |
| 4.17 Goodnes of Fit Model SEM setelah Modifikasi .....          | 76 |
| 4.18 R – Square ( $R^2$ ) .....                                 | 77 |
| 4.19 Uji Hipotesis .....  | 78 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Bisnis Model P2P <i>Lending</i> .....  | 2  |
| Gambar 1.2 Penyelenggara <i>Fintech</i> P2P <i>Lending</i> Berizin di Indonesia .....                     | 3  |
| Gambar 1.3 Akumulasi Rekening Peminjam dan Penerima Pinjaman Serta<br>Akumulasi Penyaluran Pinjaman ..... | 3  |
| Gambar 1.4 Jumlah Konsumen P2P <i>Lending</i> (dalam jutaan) .....  | 3  |
| Gambar 1.5 Akumulasi Penyaluran Pinjaman (Dalam Triliun Rp.) .....  | 4  |
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....  | 33 |
| Gambar 4.1 Estimasi Diagram Jalur Sebelum Drop Item Tidak Valid .....                                     | 68 |
| Gambar 4.2 Estimasi Diagram Jalur Setelah Drop Item Tidak Valid .....                                     | 69 |
| Gambar 4.3 Estimasi Diagram Jalur setelah Modifikasi .....  | 75 |



**DAFTAR LAMPIRAN**

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....                         | 97  |
| Lampiran 2 Hasil Data responden.....                            | 102 |
| Lampiran 3 Hasil analisis data responden menggunakan Amos ..... | 105 |

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi di bidang keuangan yang biasa dikenal dengan istilah *financial technology* (*Fintech*) kini menarik perhatian para peneliti tidak hanya di bidang ekonomi dan bisnis tetapi di bidang ilmu komputer khususnya sistem informasi. *Fintech* telah bersaing dengan layanan keuangan tradisional, menawarkan layanan yang berpusat pada pelanggan dan menggunakan teknologi internet untuk mempermudah akses (Suryono et al., 2021). *Financial Technology* (*Fintech*) adalah layanan produk dan layanan keuangan melalui kombinasi platform teknologi dan model bisnis yang inovatif (Abubakar & Handayani, 2018).

*Fintech* adalah singkatan dari *financial technology*, yaitu teknologi yang digunakan untuk memudahkan dan mempercepat transaksi keuangan. Jenis-jenis *Fintech* yang ada antara lain: 1) Pembayaran digital: *Fintech* ini mencakup layanan pembayaran digital seperti e-wallet, mobile banking, dan gateway pembayaran. 2) Peer-to-peer *lending*: *Fintech* ini memfasilitasi peminjaman uang dari orang-orang secara online, tanpa melalui bank. 3) Asuransi: Mencakup layanan asuransi yang disediakan secara online seperti asuransi kesehatan dan asuransi jiwa. 4) *Wealth Management*: Mencakup layanan manajemen kekayaan seperti robo-advisor dan platform investasi. 5) *Cryptocurrency*: Memfasilitasi transaksi dan investasi dalam mata uang digital seperti Bitcoin dan Ethereum. 6) *Crowdfunding*: Memfasilitasi penggalangan dana secara online untuk proyek-proyek kreatif atau sosial. 7) *Remittance*: Mencakup layanan pengiriman uang ke luar negeri dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan bank. 8) *Peer-to-peer payment*: Memungkinkan transaksi keuangan antara individu secara langsung tanpa melalui bank atau lembaga keuangan lainnya. 9) *Credit Scoring*: Menggunakan algoritma untuk mengevaluasi kredit dan

kemampuan membayar seseorang. 10) *Regtech*: Digunakan untuk membantu perusahaan keuangan untuk memenuhi peraturan dan persyaratan regulasi yang diberlakukan oleh otoritas keuangan (Trificana, 2022).

Salah satu contoh yang menonjol yaitu *Fintech* Peer to Peer Lending atau yang juga dikenal dengan *Fintech* P2P Lending. Menurut Peraturan OJK No.77 Tahun 2016, P2P Lending adalah penyelenggaraan layanan jasa pinjam meminjam yang mempertemukan antara pemberi pinjaman dan penerima pinjaman secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet. *Fintech* P2P lending juga disebut sebagai Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi (LPBBTI).

(<https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/financialtechnology/default.aspx>).



Gambar 1.1 Bisnis Model P2P Lending

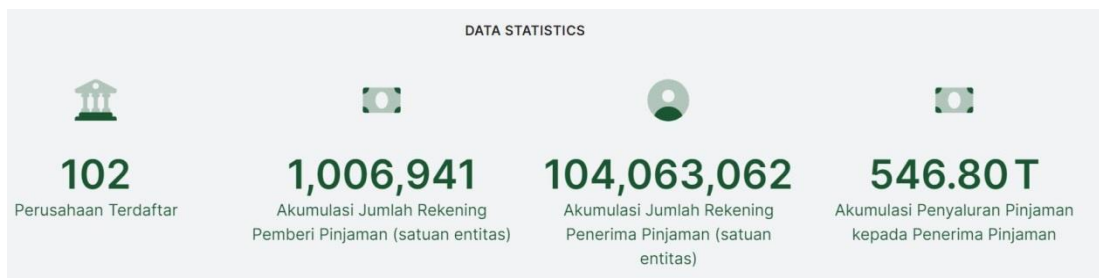
Sumber: Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI)

Berdasarkan data dari Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) yaitu organisasi yang mewadahi pelaku usaha *Fintech* Peer to Peer Lending di Indonesia terdapat 102 anggota yang telah memiliki izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan terdaftar di AFPI, yang bergerak di bidang produktif, multiguna dan Syariah, dengan lebih dari 1 juta rekening pemberi pinjaman, 104jt rekening

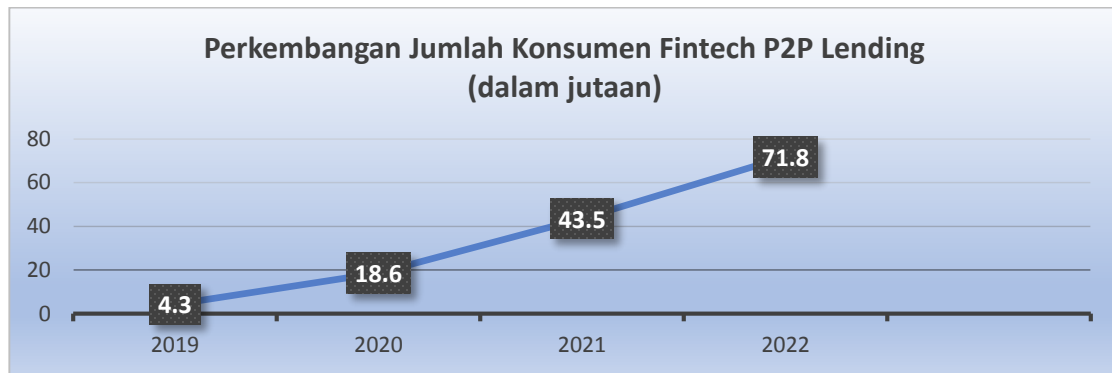
penerima pinjaman dan 546 triliun akumulasi penyaluran pinjaman kepada penerima pinjaman. Lebih lanjut Perkembangan P2P *Lending* digambarkan pada gambar berikut:

|                  |                        |                    |                            |                 |                      |
|------------------|------------------------|--------------------|----------------------------|-----------------|----------------------|
| 1. Danamas       | 18. MEKAR              | 35. DANAMERDEKA    | 52. ModalRakyat            | 69. Ringan      | 86. Jembatan Emas    |
| 2. Investree     | 19. AdaKami            | 36. EASYCASH       | 53. SOLUSIKU               | 70. Avantee     | 87. EDUFUND          |
| 3. Amarth        | 20. ESTA KAPITAL FINTE | 37. PINJAM YUK     | 54. Cairin                 | 71. Gradana     | 88. GandengTangan    |
| 4. DOMPET Kilat  | 21. KREDITPRO          | 38. FinPlus        | 55. TrustIQ                | 72. Danacita    | 89. PAPITUPI SYARIAH |
| 5. Boost         | 22. FINTAG             | 39. UangMe         | 56. KLIK KAMI              | 73. IKI Modal   | 90. BantuSaku        |
| 6. TOKO MODAL    | 23. RUPIAH CEPAT       | 40. PinjamDuit     | 57. Duha SYARIAH           | 74. Moji        | 91. danabijak        |
| 7. modalku       | 24. CROWDO             | 41. DANA SYARIAH   | 58. Invoila                | 75. Indofund.id | 92. Danafix          |
| 8. KTA KILAT     | 25. Indodana           | 42. BATUMBU        | 59. Sanders One Stop Sol   | 76. iGrow       | 93. AdaModal         |
| 9. Kredit Pintar | 26. JULO               | 43. Cashcepat      | 60. DanaBagus              | 77. Danai.id    | 94. SamaKita         |
| 10. Maucash      | 27. Pinjamwinwin       | 44. klikUMKM       | 61. UKU                    | 78. DUMI        | 95. KawanCecil       |
| 11. Finmas       | 28. DanaRupiah         | 45. Pinjam Gampang | 62. KREDITO                | 79. LAHAN SKAM  | 96. CROWDE           |
| 12. KlikA2C      | 29. Taralite           | 46. cicil          | 63. AdaPundi               | 80. qazwa.id    | 97. KlikCair         |
| 13. Akseleran    | 30. Pinjam Modal       | 47. lumbungdana    | 64. Lentera Dana Nusantara | 81. KrediFazz   | 98. ETHIS            |
| 14. Ammana.id    | 31. ALAMI              | 48. 360 KREDI      | 65. Modal Nasional         | 82. Doeku       | 99. SAMIR            |
| 15. PinjamanGO   | 32. AwanTunai          | 49. Dhanapala      | 66. Komunal P2P            | 83. Aktivaku    | 100. UATAS           |
| 16. KoinP2P      | 33. Danakini           | 50. Kredinesia     | 67. Restock.ID             | 84. Danain      | 101. Asetku          |
| 17. pohondana    | 34. Singa              | 51. Pintek         | 68. TaniFund               | 85. Indosaku    | 102. Findaya         |

Gambar 1.2 Penyelenggara *Fintech* P2P *Lending* Berizin di Indonesia  
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan 2023



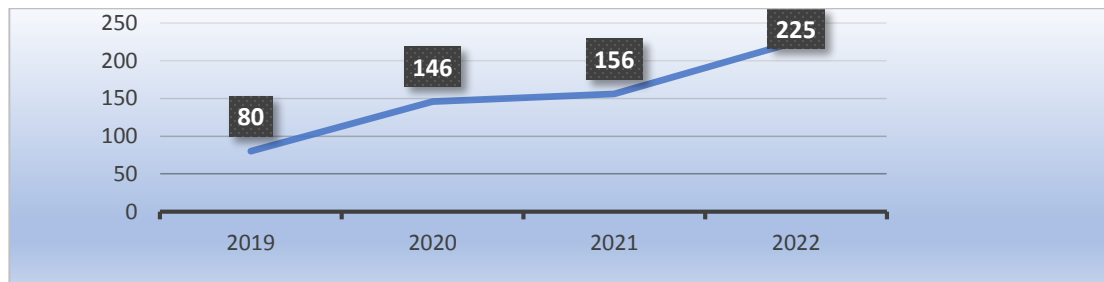
Gambar 1.3 Akumulasi Rekening Peminjam dan Penerima Pinjaman Serta Akumulasi Penyaluran Pinjaman  
Sumber: Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI)



Gambar 1.4 Jumlah Konsumen P2P *Lending* (dalam jutaan)

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2018 s.d 2021

Berdasarkan data dari OJK dari tahun 2018 s.d 2021 diketahui adanya pertumbuhan yang signifikan jumlah konsumen P2P *Lending* pada setiap tahunnya. Hal ini menandakan bahwa semakin banyak masyarakat yang mempercayai layanan P2P *Lending* sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka. Hal ini juga menunjukkan bahwa adopsi teknologi finansial semakin pesat dan semakin banyak masyarakat yang beralih dari cara konvensional ke cara yang lebih modern dan efisien.



Gambar 1.5 Akumulasi Penyaluran Pinjaman (Dalam Triliun Rp.)

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2018 s.d 2022

Menurut data dari OJK pada tahun 2019, Industri *Fintech* P2P *lending* di Indonesia memiliki total nilai transaksi mencapai Rp 44,6 triliun dan meningkat cukup signifikan pada tahun 2020 menjadi Rp. 146 triliun. Pada tahun 2021 mengalami pertumbuhan yang kurang signifikan di periode awal pandemi COVID-

19, namun pada tahun 2022 Industri *Fintech P2P lending* di Indonesia mengalami pertumbuhan kembali dengan akumulasi penyaluran pinjaman mencapai Rp. 225 triliun.

Kehadiran industri *Fintech P2P lending* dalam menawarkan produk keuangan berbasis digital seakan membuka pintu baru bagi masyarakat yang ingin mengajukan pinjaman, apalagi saat pandemi covid-19 yang memaksa masyarakat untuk membatasi diri keluar rumah. Berbanding terbalik dengan layanan pinjaman konvensional yang ditawarkan bank atau koperasi. *Fintech P2P lending* dapat diajukan dengan sangat mudah dan tanpa persyaratan yang rumit. Berdasarkan kemudahan dan kecepatannya itulah, *Fintech P2P lending* menjadi sangat populer di masyarakat dan diprediksi akan terus berkembang. Cukup dengan menunjukkan dokumen pribadi, seperti, KTP, KK, NPWP, dan slip gaji, siapa saja dapat menjadi pengguna pinjaman *online* untuk tuntas berbagai problema keuangan. Bahkan, sejak awal diajukan hingga dana sampai ke tangan nasabah, *Fintech P2P lending* hanya memerlukan waktu tidak lebih dari 24 jam. Kelebihan inilah yang membuat produk keuangan begitu cepat meraih popularitas dan semakin gandrung dimanfaatkan oleh masyarakat berbagai kalangan.

Berdasarkan uraian tersebut penelitian ini akan spesifik membahas *Fintech P2P lending*. *P2P lending* merupakan sebuah platform pinjaman *online* yang menjadi penghubung antara pemberi pinjaman (*Lender*) dan penerima pinjaman (*borrower*). Bisa dibayangkan *P2P lending* memiliki dua kegunaan yaitu sebagai platform investasi bagi kreditur dan pembiayaan bagi debitur. Kedua pihak sama-sama diuntungkan karena tujuan yang mereka tetapkan dapat tercapai. Sistem investasi sekaligus pembiayaan ini sebenarnya sudah ada sejak tahun 2005 di Inggris, tepat dua tahun setelahnya *P2P lending* mulai hadir di negara-negara Asia, lebih tepatnya di negara Tiongkok yang kemungkinan menjadi penyebab pinjaman P2P besar mulai tersebar ke negara-negara Asia termasuk Indonesia. Istilah *Fintech P2P lending* di Indonesia sebenarnya baru dikenal luas pada tahun 2015 hingga 2016.

Perkembangan *peer to peer lending* di Indonesia terus mengalami peningkatan. Bukan hanya soal kualitas pelayanan yang diberikan kepada para peminjam tetapi juga dari hal kuantitas. Perkembangan *peer to peer lending* di Indonesia memang belum seperti negara-negara barat yang sudah aktif beroperasi sejak puluhan tahun kebelakang. Meskipun begitu keberadaannya sudah membawa dampak positif pada beberapa aspek kehidupan masyarakat (Darwin, 2023). Sayangnya, di balik kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkannya, tak sedikit orang yang memanfaatkan produk pinjaman pada *Fintech P2P lending* ini dengan tidak bijak. Alhasil para peminjam berisiko mengalami gagal bayar dikarenakan penggunaan dari pinjaman pada *P2P lending* ini tidak termanfaatkan dengan baik dan tepat guna.

Keberadaan *Fintech P2P Lending* ini menjadi polemik karena rendahnya literasi keuangan pada masyarakat Indonesia. Hal ini tentu berisiko membuat peminjam pada *Fintech P2P lending* terjebak jeratan utang yang terlalu berat hingga tak mampu membayar cicilannya. Berdasarkan data statistik yang ada pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tingkat wan prestasi (TWP 90) pada industri *Fintech P2P lending* di Indonesia pada periode desember 2022 mencapai 2.78%, lebih tinggi dibandingkan Non Performing Loan (NPL) pada bank yang hanya sebesar 2.44% pada periode yang sama (<https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia>).

Jika melihat dari usia industri *Fintech P2P lending* yang baru saja dimulai pada kisaran tahun 2016, tentu hal ini akan menjadi masalah tersendiri bagi keberlangsungan industry *Fintech P2P lending* di Indonesia. Kemampuan penyelenggara *Fintech P2P Lending* dalam mengukur risiko gagal bayar dan pinjaman macet dari peminjam mereka tentu perlu di tingkatkan sehingga industri ini tidak hanya mengedepankan inovasi teknologi saja tetapi tetap memperhatikan prinsip kehati – hatian dalam penyaluran pinjaman, penerapan prinsip 5C yang menjadi prinsip bank dalam memberikan kredit bisa juga di terapkan pada *Fintech P2P Lending*.

Meskipun terdapat permasalahan akan tetapi tren pertumbuhan pada *Fintech P2P lending* ini menjadi sebuah pertanda adanya kemungkinan perubahan tren pinjaman di masyarakat Indonesia. Sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Kumar Tiwari, Somani, dan Mohammad (2020) temuan ini mendukung persepsi bahwa bank mungkin tidak lagi relevan dengan variabel budaya kredit dan pinjaman mereka sebagai eksposur terhadap pinjaman sektor prioritas. Menurut studi yang dilakukan oleh Dietrich dan Wernli (2020); Hughes, Jagtiani, dan Moon (2022) keunggulan *Fintech* dibanding lembaga pembiayaan tradisional seperti bank atau koperasi antara lain adalah karena kemudahan akses pembiayaan (*ease access to borrow*), faktor efisiensi biaya (*cost efficiency*) dan durasi pinjaman (*loan duration*) yang fleksibel.

Kemudahan melakukan pinjaman mengacu pada seberapa mudah calon peminjam dapat melakukan pinjaman melalui platform *Fintech P2P lending*. Semakin mudah melakukan pinjaman, semakin besar kemungkinan seseorang akan memiliki niat untuk melakukan pinjaman di platform tersebut. Hal ini disebabkan karena kemudahan tersebut memberikan rasa nyaman dan kepercayaan bagi calon peminjam dalam menggunakan layanan *Fintech P2P lending*.

*Fintech P2P lending* memberikan kemudahan dalam melakukan pinjaman yang sebelumnya sulit diperoleh melalui lembaga keuangan tradisional seperti bank, diantaranya yaitu: 1) Mudah diakses melalui platform online sehingga memudahkan peminjam untuk mengajukan pinjaman kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang ke kantor lembaga keuangan. 2) Proses pinjaman yang cepat dan mudah, karena menggunakan teknologi untuk mempercepat proses pengajuan pinjaman dan verifikasi data peminjam. Pinjaman dapat disetujui dan dana bisa dicairkan dalam waktu singkat, bahkan hanya dalam hitungan jam atau hari. 3) *Fintech P2P lending* memudahkan peminjam dengan meminimalkan jumlah dokumen yang diperlukan untuk mengajukan pinjaman. Dokumen yang biasanya diminta adalah KTP, NPWP, dan bukti penghasilan. 4) *Fintech P2P lending* juga menawarkan pinjaman tanpa jaminan atau agunan. Hal ini membuat pinjaman lebih mudah diakses oleh masyarakat yang tidak memiliki aset yang cukup sebagai jaminan. Pernyataan ini



didukung pula oleh penelitian yang dilakukan oleh Kumra, Khalek, and Samanta (2021) Menunjukkan bahwa kemudahan dalam melakukan pinjaman di *Fintech* P2P menjadikan konsumen lebih memilih *Fintech* P2P *lending* dibanding pembiayaan tradisional seperti bank.

Efisiensi biaya mencakup seberapa efisien biaya yang dikeluarkan oleh calon peminjam untuk meminjam uang melalui platform *Fintech* P2P *lending*. Semakin efisien biaya yang dikeluarkan, semakin besar kemungkinan seseorang akan memiliki niat untuk melakukan pinjaman. Hal ini disebabkan karena efisiensi biaya dapat memberikan nilai tambah dan kenyamanan bagi calon peminjam. Pada konteks *Fintech* P2P *lending*, efisiensi biaya bagi konsumen berarti konsumen dapat memperoleh pinjaman dengan biaya yang lebih rendah atau lebih terjangkau dibandingkan dengan memperoleh pinjaman dari lembaga keuangan tradisional seperti bank. Dalam hal ini, *Fintech* P2P *lending* menawarkan biaya administrasi yang lebih rendah, suku bunga yang lebih kompetitif, dan tidak adanya biaya tambahan yang tersembunyi. Efisiensi biaya ini memungkinkan konsumen untuk memperoleh pinjaman dengan biaya yang lebih rendah dan meminimalkan pengeluaran yang harus dikeluarkan dalam mengakses produk atau layanan yang dibutuhkan. Penelitian terdahulu dari Hughes et al. (2022) juga menyimpulkan bahwa meminjam dari *Fintech* P2P *lending* terkait erat dengan efisiensi biaya dan berpengaruh terhadap niat konsumen untuk melakukan pinjaman.

Faktor lainnya yaitu durasi pinjaman. Durasi pinjaman mengacu pada jangka waktu yang dibutuhkan oleh calon peminjam untuk membayar kembali pinjaman. Semakin panjang durasi pinjaman, semakin besar kemungkinan seseorang akan memiliki niat untuk melakukan pinjaman. Hal ini disebabkan karena durasi pinjaman yang panjang memberikan fleksibilitas dan kenyamanan bagi calon peminjam untuk mengatur keuangan mereka (Dietrich & Wernli 2020). Studi lainnya juga menemukan bahwa estimasi durasi pinjaman (*loan duration*) mempengaruhi keputusan pinjaman konsumen (Overton & MacFadyen, 1998). Hal ini disebabkan karena durasi pinjaman yang terlalu pendek atau terlalu panjang dapat memengaruhi

kemampuan calon peminjam dalam membayar kembali pinjaman dan dapat memengaruhi kenyamanan calon peminjam dalam menggunakan layanan *P2P lending*. Jika durasi pinjaman terlalu pendek, maka cicilan yang harus dibayar oleh calon peminjam akan menjadi lebih besar, yang dapat mengurangi niat mereka untuk melakukan pinjaman. Sebaliknya, jika durasi pinjaman terlalu panjang, maka bunga yang harus dibayar oleh calon peminjam akan semakin besar, yang juga dapat mengurangi niat mereka untuk melakukan pinjaman. Oleh karena itu, durasi pinjaman yang tepat dapat mempengaruhi niat konsumen *P2P lending* untuk melakukan pinjaman. Durasi pinjaman yang tepat adalah durasi yang memungkinkan calon peminjam untuk membayar kembali pinjaman dengan mudah dan nyaman, tanpa mengurangi niat mereka untuk melakukan pinjaman (McHugh et al., 2011; McHugh & Ranyard, 2012).

Selain faktor kemudahan akses, efisiensi biaya dan durasi pinjaman, risiko peminjaman juga dapat mempengaruhi niat konsumen untuk melakukan pinjaman di *Fintech P2P Lending*. Peminjaman melalui *Fintech P2P lending* telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Platform *Fintech P2P lending* menyediakan platform *online* yang menghubungkan peminjam langsung dengan pemberi pinjaman, menghilangkan peran lembaga keuangan konvensional seperti bank. Meskipun memberikan kemudahan dan aksesibilitas yang tinggi bagi individu dan usaha kecil yang membutuhkan dana, peminjaman melalui *Fintech P2P lending* juga melibatkan beberapa risiko yang perlu dipertimbangkan. Pertama, risiko keuangan adalah salah satu risiko utama yang terkait dengan peminjaman melalui *Fintech P2P lending*. Peminjam dapat menghadapi kesulitan keuangan yang membuat mereka tidak mampu membayar pinjaman tepat waktu. Risiko ini dapat muncul sebagai akibat dari perubahan dalam situasi keuangan peminjam, seperti penurunan pendapatan, kenaikan biaya hidup, atau keadaan darurat tak terduga. Selain itu, peminjam juga dapat terjebak dalam siklus utang yang memburuk jika tidak mampu mengelola pinjaman mereka dengan bijaksana. Kedua, risiko produk terkait dengan kualitas dan transparansi produk pinjaman yang ditawarkan oleh *Fintech P2P lending*. Informasi yang diberikan tentang pinjaman, termasuk bunga, biaya

administrasi, dan jangka waktu pembayaran, harus akurat dan lengkap. Ada kemungkinan bahwa terdapat ketidaksesuaian atau ketidakkonsistenan informasi yang dapat menyesatkan peminjam. Risiko ini dapat menghasilkan kesalahan dalam pengambilan keputusan peminjaman dan dapat berdampak negatif terhadap kondisi keuangan peminjam. Ketiga, risiko keamanan menjadi aspek yang krusial dalam peminjaman melalui *Fintech P2P lending*. Peminjam harus mempertimbangkan risiko pelanggaran keamanan data dan informasi pribadi yang mereka berikan kepada platform *Fintech*. Potensi pencurian identitas, penyalahgunaan informasi pribadi, atau akses tidak sah ke rekening bank menjadi ancaman serius. Penting bagi peminjam untuk memilih platform dengan sistem keamanan yang kuat dan menjaga keamanan akun mereka dengan menggunakan kata sandi yang kuat dan tindakan pencegahan lainnya. Terakhir, risiko psikologis juga menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam peminjaman melalui *Fintech P2P lending*. Proses peminjaman yang cepat dan mudah dapat menarik peminjam untuk mengambil keputusan impulsif tanpa mempertimbangkan dengan baik kemampuan finansial mereka. Beban utang yang tinggi dan stres keuangan yang terkait dapat menyebabkan tekanan psikologis yang signifikan pada peminjam, termasuk kecemasan, stres, depresi, dan ketidakstabilan emosional lainnya. Selain itu, adanya gangguan dan tekanan dari pemberi pinjaman atau agen penagihan utang juga dapat mempengaruhi kesejahteraan psikologis peminjam (Chen et al., 2019; Hussain et al., 2018; McHugh & Ranyard, 2012).

Persepsi risiko menurut Schierz, Schilke, and Wirtz (2010) adalah ekspektasi kerugian. Semakin besar harapan kerugian, semakin tinggi tingkat risiko yang akan dirasakan konsumen. (Vinhai Nepomuceno et al., 2012) menetapkan risiko yang dirasakan sebagai wawasan negatif dari hal-hal yang tidak terduga dan hasil yang dapat diubah dari produk yang dibeli. Sementara itu, Ko et al. (2004) mendefinisikan konsep risiko yang dirasakan sebagai persepsi konsumen tentang perubahan yang terjadi akibat hasil dari membeli produk atau jasa. Konsep tersebut mencakup dua unsur, yaitu: keragu-raguan dan konsekuensi. Keragu-raguan didefinisikan sebagai kemungkinan yang tidak menguntungkan hasil, dan konsekuensi didefinisikan sebagai pentingnya kerugian (Vinhai Nepomuceno et al., 2012).

Pada kesimpulannya *Fintech P2P lending* merupakan industri yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, di mana platform ini memfasilitasi pertemuan antara peminjam dan investor dengan menggunakan teknologi digital dan internet. *Fintech P2P lending* memungkinkan para peminjam untuk memperoleh akses ke pinjaman tanpa harus melewati proses yang rumit dan memakan waktu seperti pada lembaga keuangan tradisional seperti bank. Meskipun demikian, pertumbuhan *Fintech P2P lending* tidak luput dari berbagai permasalahan dan tantangan. Penelitian dari H. S. Ryu (2018) menemukan bahwa walaupun layanan pinjaman ini semakin mudah diakses, masih terdapat banyak konsumen yang enggan memanfaatkannya, meskipun mereka menghadapi kebutuhan finansial mendesak. Salah satu faktor yang menyebabkannya yaitu kurangnya pemahaman tentang layanan. Banyak konsumen mungkin masih kurang familiar dengan konsep dan mekanisme kerja *Fintech P2P lending*. Mereka mungkin tidak memahami secara menyeluruh bagaimana proses peminjaman berlangsung, bagaimana bunga dan biaya dihitung, atau bagaimana platform menyeleksi peminjam. Kurangnya pemahaman ini dapat menyebabkan kecemasan atau ketidakpastian, sehingga mengurangi minat mereka untuk meminjam. Disisi lain walaupun platform *P2P lending* melakukan verifikasi terhadap calon peminjam, tidak ada jaminan bahwa peminjam akan mampu membayar kembali pinjamannya.

Kepentingan konsumen juga menjadi perhatian penting dalam industri *Fintech P2P lending*. Hal ini terutama terkait dengan faktor-faktor apa yang mempengaruhi mereka untuk melakukan pinjaman di *Fintech P2P Lending* seperti Pertama, kemudahan melakukan pinjaman, faktor-faktor yang terkait dengan kemudahan ini meliputi proses aplikasi yang cepat dan mudah, persyaratan yang tidak terlalu rumit, serta aksesibilitas yang tinggi melalui platform online. Kedua, Efisiensi biaya merupakan faktor yang sangat dipertimbangkan oleh nasabah saat memilih *Fintech P2P lending* sebagai pilihan untuk pinjaman. *Fintech P2P lending* sering kali menawarkan biaya yang lebih rendah daripada lembaga keuangan konvensional seperti bank. Nasabah mencari alternatif yang lebih terjangkau untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka, dan adanya penawaran biaya yang lebih rendah di

*Fintech P2P lending* dapat menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan. Selain itu, transparansi biaya yang ditawarkan oleh *Fintech P2P lending* juga menjadi pertimbangan penting bagi nasabah, karena mereka ingin memahami dengan jelas berapa biaya yang terkait dengan pinjaman yang mereka ambil. Ketiga, durasi peminjaman yaitu jangka waktu pinjaman yang ditawarkan oleh *Fintech P2P lending*, juga menjadi faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih layanan ini. Beberapa nasabah mungkin membutuhkan pinjaman dengan durasi pendek untuk memenuhi kebutuhan finansial mendesak, sementara yang lain mungkin mencari pinjaman dengan durasi yang lebih panjang untuk keperluan yang lebih besar. *Fintech P2P lending* sering menawarkan fleksibilitas dalam durasi peminjaman, sehingga nasabah dapat memilih durasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Keberadaan pilihan ini memberikan kontrol lebih kepada nasabah dalam mengatur kembali pembayaran pinjaman dan merencanakan keuangan mereka secara lebih baik.

Orisinalitas studi atau keterbaruan studi ini terhadap studi yang telah dilakukan sebelumnya yaitu studi ini mencoba untuk meneliti pengaruh beberapa faktor seperti kemudahan akses pinjaman, efisiensi biaya, dan durasi pinjaman terhadap niat konsumen untuk melakukan pinjaman di *P2P Lending*. Selain itu, penelitian ini juga meneliti faktor risiko peminjaman sebagai faktor yang memperkuat hubungan antara tersebut dengan niat konsumen untuk melakukan pinjaman di *P2P Lending*. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana pengaruh kemudahan akses pinjaman, efisiensi biaya, dan durasi pinjaman terhadap niat konsumen untuk melakukan pinjaman di *P2P Lending*.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

1. Apakah kemudahan akses pinjaman berpengaruh terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.
2. Apakah efisiensi biaya berpengaruh terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.

3. Apakah durasi peminjaman berpengaruh terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.
4. Apakah risiko peminjaman memoderasi pengaruh kemudahan akses pinjaman terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.
5. Apakah risiko peminjaman memoderasi pengaruh efisiensi biaya terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.
6. Apakah risiko peminjaman memoderasi pengaruh durasi pinjaman terhadap niat konsumen untuk melakukan pinjaman pada *Fintech P2P Lending*.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pengaruh kemudahan melakukan pinjaman terhadap niat konsumen untuk melakukan pinjaman pada *Fintech P2P Lending*.
2. Mengetahui pengaruh efisiensi biaya terhadap niat konsumen untuk melakukan pinjaman pada *Fintech P2P Lending*.
3. Mengetahui pengaruh durasi peminjaman terhadap niat konsumen untuk melakukan pinjaman pada *Fintech P2P Lending*.
4. Mengetahui pengaruh kemudahan akses pinjaman terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman dengan risiko peminjaman sebagai variabel pemoderasi.
5. Mengetahui pengaruh efisiensi biaya dan niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman dengan risiko peminjaman sebagai variabel pemoderasi.
6. Mengetahui pengaruh durasi pinjaman terhadap niat konsumen untuk melakukan pinjaman pada *Fintech P2P Lending* dengan risiko peminjaman sebagai variabel pemoderasi.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat membantu perusahaan *Fintech* memahami preferensi dan perilaku konsumen terkait produk dan layanan yang mereka tawarkan, terutama terkait dengan kemudahan akses, efisiensi biaya dan durasi pinjaman pada produk yang di tawarkan. Dengan memahami preferensi perusahaan dapat mengembangkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen rangka meningkatkan niat konsumen untuk mengajukan pinjaman pada perusahaan *Fintech P2P lending*.

### 2. Manfaat Teoritis

Menambah khazanah ilmu pengetahuan, karena penelitian ini secara teoritis dapat membantu dalam memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen di pasar *Fintech*. Studi ini mencoba mengetahui pengaruh faktor kemudahan melakukan pinjaman, efisiensi biaya dan durasi pinjaman serta faktor risiko peminjaman sebagai variabel moderasi terhadap niat konsumen untuk melakukan pinjaman.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 *Financial Technology (Fintech)*

*Fintech* adalah singkatan dari *Financial Technology*, yang merujuk pada penggunaan teknologi dalam industri keuangan untuk menciptakan layanan keuangan baru atau meningkatkan layanan keuangan yang sudah ada. *Fintech* mencakup berbagai bidang seperti perbankan, asuransi, investasi, dan pembayaran digital (Dorfleitner et al., 2017). *Fintech* pada umumnya bertujuan untuk menarik pelanggan dengan produk dan layanan yang lebih ramah pengguna, efisien, transparan, dan otomatis dibandingkan dengan yang saat ini tersedia. Selain menawarkan produk dan layanan di sektor perbankan, ada juga *Fintech* yang mendistribusikan asuransi dan instrumen keuangan lainnya atau menyediakan layanan pihak ketiga. Dalam arti luas kata, "*Fintech*" mencakup perusahaan yang hanya menyediakan teknologi (seperti solusi perangkat lunak) kepada penyedia layanan keuangan.

Menurut beberapa ahli, berikut adalah pengertian *Fintech*: (Julia, 2022) mendefinisikan *Fintech* sebagai istilah yang mencakup segala teknologi yang digunakan untuk mengotomatisasi dan meningkatkan pengiriman, pengelolaan, dan penggunaan layanan keuangan. (Feyen, Erik H.B.; Natarajan, Harish; Saal, 2022) mendefinisikan *Fintech* sebagai inovasi keuangan yang memanfaatkan teknologi digital untuk mencapai efisiensi, kecepatan, dan kemudahan akses yang lebih baik dalam transaksi keuangan. Selanjutnya menurut Bank Indonesia (BI) (2018), *Fintech* merujuk pada layanan keuangan yang dibantu teknologi dan digunakan untuk memfasilitasi transaksi keuangan, termasuk layanan pembayaran dan pinjaman. McKinsey & Company mendefinisikan *Fintech* sebagai perusahaan teknologi yang mengubah cara layanan keuangan disediakan dan dikonsumsi. Dari pengertian



tersebut secara umum, *Fintech* dapat dianggap sebagai bentuk transformasi digital dalam industri keuangan, yang membawa banyak manfaat dan tantangan baru bagi perusahaan dan konsumen.

### **2.1.2 *Fintech Peer to Peer (P2P) Lending***

Mengacu pada peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi, bisa dikatakan *P2P lending* di Indonesia hadir sejak tahun 2016. Menurut OJK, hal mendasar yang membuat perkembangan *P2P lending* atau *Fintech* pendanaan bersama di Indonesia semakin berkembang pesat adalah rendahnya inklusi keuangan di negara kita. Tentunya pernyataan ini didukung oleh data dari Kementerian Koperasi dan UMKM yang mengatakan bahwa lebih dari 50 juta UMKM di Indonesia belum tersentuh perbankan namun layak untuk mendapat kredit. Di sisi lain, menurut Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), maraknya industri *P2P lending* di Indonesia bermula dari rendahnya penetrasi kredit.

### **2.1.3 Pemasaran**

Pemasaran merupakan sebuah kegiatan dalam sebuah bisnis, yang didalamnya terdapat berbagai macam kegiatan seperti, menyampaikan dan mengkomunikasikan suatu produk yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi konsumen. Tujuan kegiatan pemasaran yaitu pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, kedua proses tersebut dapat dikatakan sebagai konsep pemasaran, yang dimulai dari pemenuhan produk (produk), penetapan harga (price), dan mempromosikan suatu produk (promotion). Secara umum pengertian pemasaran yaitu suatu kegiatan yang ada di dalam suatu bisnis, untuk kelangsungan hidup perusahaan, yang didalamnya terdapat berbagai macam kegiatan, seperti kegiatan untuk memenuhi suatu produk, kegiatan untuk menetapkan harga pada sebuah produk, hingga kegiatan untuk mempromosikan suatu produk yang dipasarkan, dengan kegiatan tersebut perusahaan berharap agar tujuannya akan tercapai. Namun banyak ahli berpendapat mengenai pengertian pemasaran, diantaranya sebagai berikut.

Pengertian pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2016) adalah: *“Marketing is the process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return”* yang artinya ”proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan yang memiliki ikatan yang kuat untuk menangkap nilai dari pembelian kembali yang dilakukan oleh konsumen”.

Pengertian manajemen pemasaran menurut (Shinta, 2020) adalah “Suatu usaha untuk merencanakan suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, dan mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif”.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu dalam memilih target pasar dan mendapatkan, mempertahankan, dan mengingatkan konsumen dengan membuat, memberikan, dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang superior” Berdasarkan definisi yang ada di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran itu adalah seni dan ilmu dalam memilih target pasar dan proses pemenuhan kebutuhan yang dilakukan oleh perusahaan yang tujuannya menciptakan suatu nilai bagi para pelanggan, dengan cara merencanakan, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi, agar tujuan yang diharapkan organisasi dapat dicapai secara efisien dan efektif.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses yang ada didalam perusahaan, yang bertujuan untuk membangun hubungan yang kuat antara perusahaan dengan konsumen, dan didalam perusahaan terdapat organisasi yang berjalan secara konsisten, dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya, dan diharapkan konsumen dapat melakukan pembelian secara berulang-ulang.

#### **2.1.4 Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, dan menggunakan, barang, jasa, ide atau pengalaman

untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, 2018).

Hawkins & Mothersbaugh (2010) mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang konsumen membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena meliputi seluruh konsumen dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasar dapat memahami secara penuh teori dan realitas perilaku konsumen.

Perilaku konsumen dapat disimpulkan ilmu yang mempelajari tentang bagaimana konsumen mengalokasikan atau memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Produsen wajib memahami keragaman dan kesamaan konsumen atau perilaku konsumen agar konsumen mampu memasarkan produknya dengan baik. produsen harus memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan mengkonsumsi sehingga pemasar dapat merancang strategi pemasaran dengan lebih baik. Produsen yang mengerti perilaku konsumen akan mampu memperkirakan bagaimana kecenderungan konsumen untuk bereaksi terhadap informasi yang diterimanya, sehingga pemasar dapat menyusun strategi pemasaran yang sesuai.

Perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk keputusan mendahului dan menyusuli tindakan ini. Terdapat dua elemen penting dari arti perilaku konsumen, yaitu:

1. Kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa ekonomis.

2. Keputusan pembelian, yaitu suatu proses yang berasal dari semua pengalaman konsumen dalam pembelajaran, memilih, menggunakan, dan bahkan menyingkirkan suatu produk. Keputusan pembelian dapat disimpulkan keputusan konsumen dalam memilih salah satu dari dua atau lebih alternatif produk yang diinginkan dan di butuhkan konsumen.

### **2.1.5 Kemudahan Akses**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia akses adalah jalan masuk. Pengertian akses adalah kemampuan untuk mendapatkan manfaat dari sesuatu atau hak untuk memperoleh sesuatu (Ribot & Peluso, 2003). Definisi akses adalah hak untuk memasuki, memakai dan memafaatkan (Schlager & Ostrom, 1992). Menon (2014) melakukan sebuah penelitian mengenai aksesibilitas dan dari penelitian tersebut diketahui bahwa aksesibilitas menjadi faktor yang menentukan perilaku konsumen.

Kemudahan akses dalam *Fintech P2P lending* merujuk pada kemampuan konsumen untuk mengakses produk atau layanan keuangan melalui platform digital secara mudah dan cepat. Kemudahan akses ini dapat berarti penggunaan aplikasi atau situs web untuk mengajukan pinjaman, membuka rekening tabungan, membeli produk keuangan, atau melakukan transaksi lainnya tanpa harus mengunjungi cabang fisik dari lembaga keuangan tradisional seperti bank (Ryu, 2018a).

Indikator dari kemudahan akses yaitu:

1. Akses yang mudah
2. Prosedur mudah dipahami
3. Interaksi tidak memerlukan banyak usaha
4. Tidak menjengkelkan
5. Tidak merepotkan.
6. Terampil dalam menggunakan
7. Fleksibilitas pembiayaan
8. Mudah untuk memanfaatkan

Kemudahan akses juga di artikan sebagai sejauh mana seseorang berfikir bahwa dalam menggunakan teknologi akan mudah (Suhir & Imam Suyadi, 2014), hal ini

kemudian akan berpengaruh pada perilaku yaitu semakin tinggi persepsi seseorang terhadap kemudahan penggunaan system, maka semakin tinggi tingkat penggunaan teknologi informasi (Gusti et al., 2021).

### **2.1.6 Efisiensi Biaya**

Efisiensi adalah suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari besarnya sumber daya yang dikorbankan untuk memperoleh hasil tertentu. Biaya adalah suatu pengorbanan ekonomis oleh perusahaan yang akan menghasilkan keuntungan di masa mendatang (Gobel, 2013). Jadi dapat disimpulkan efisiensi biaya adalah ukuran keberhasilan atau pencapaian terbaik yang dicapai antara biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan calon pembeli. Efisiensi biaya adalah motivasi ekstrinsik yang paling umum (D. K. C. Lee & Teo, 2015). Efisiensi adalah kata yang menunjukkan keberhasilan atas usaha yang dijalankan yang diukur dari segi besarnya sumber yang digunakan untuk mencapai hasil kegiatan yang dijalankan. Dengan kata lain, efisiensi merupakan perbandingan antara sumber dan hasil.

Dalam konteks *Fintech P2P lending*, efisiensi biaya mencakup pengurangan biaya dan keuntungan finansial dari transaksi di *Fintech P2P lending* karena *Fintech P2P lending* menawarkan layanan yang lebih efisien dan ekonomis dibandingkan dengan model bisnis tradisional. Indikator dari efisiensi biaya yaitu, Murah, Hemat dan Akses layanan.

### **2.1.7 Durasi Peminjaman**

Pinjaman adalah suatu transaksi keuangan di mana seseorang atau organisasi meminjam uang dari pihak lain, dengan kesepakatan untuk membayar kembali uang tersebut dengan bunga atau biaya lainnya dalam jangka waktu tertentu (McHugh et al., 2011; McHugh & Ranyard, 2012; Overton & MacFadyen, 1998; Sehdev et al., 2021). Jangka waktu pembayaran yang ditetapkan tersebut disebut sebagai durasi pinjaman. Durasi pinjaman dapat diberikan secara individual tetapi sering digunakan untuk pinjaman usaha kecil (Sehdev et al., 2021). McHugh and Ranyard (2012; Overton and MacFadyen (1998) menjelaskan dua hal yang perlu diperhatikan saat

mendapatkan durasi pinjaman. Yang pertama adalah apakah bunga tersebut tetap atau mengambang. Suku bunga tetap berarti persentase bunga tidak akan pernah meningkat terlepas dari pasar keuangan. Suku bunga mengambang akan berfluktuasi dengan pasar yang bisa baik atau buruk tergantung pada apa yang terjadi dengan ekonomi global dan nasional. Indikator dari durasi peminjaman yaitu, tepat waktu, paket pinjaman dan durasi pinjaman.

### **2.1.8 Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)**

Persepsi risiko menurut Schierz et al. (2010) adalah ekspektasi kerugian. Semakin besar harapan kerugian, semakin tinggi tingkat risiko yang akan dirasakan konsumen. Vinhal Nepomuceno et al. (2012) menetapkan risiko yang dirasakan sebagai wawasan negatif dari hal-hal yang tidak terduga dan hasil yang dapat diubah dari produk yang dibeli. Sementara itu, Ko et al. (2004) mendefinisikan konsep risiko yang dirasakan sebagai persepsi konsumen tentang perubahan yang terjadi akibat hasil dari membeli produk atau jasa. Konsep tersebut mencakup dua unsur, yaitu: keragu-raguan dan konsekuensi. Keragu-raguan didefinisikan sebagai kemungkinan yang tidak menguntungkan hasil, dan konsekuensi didefinisikan sebagai pentingnya kerugian (Vinhal Nepomuceno et al., 2012). Risiko yang dirasakan memiliki peran penting dalam menentukan niat untuk melakukan pinjaman. Bila konsumen merasakan tingkat risiko yang lebih tinggi ketika meminjam menggunakan *Fintech p2p lending* dibandingkan meminjam dari bank atau lembaga konvensional lainnya maka konsumen tidak akan melakukan pinjaman (“Loyalty Analysis of Mass Transportation Facilities Customers Based on Service Quality and User Satisfaction: A Case Study of Inter-City Train Customers in Indonesia,” 2019; Sehdev et al., 2021). Risiko terbagi menjadi beberapa bagian yaitu risiko keuangan, risiko produk, risiko keamanan, risiko psikologis dan risiko privasi.

Sebagai sebuah bentuk investasi, tentu ditemukan peluang untung dan risiko rugi. Kemungkinan keuntungan yang didapatkan dari investasi P2P *lending* paling pokok yaitu tingkat pengembalian yang lebih besar dibanding instrumen investasi konvensional seperti deposito. Di samping manfaat, tentunya terdapat juga risiko

kerugian ketika menempatkan investasi di *P2P lending*. Risiko yang terjadi pada saat menempatkan dana di *P2P lending* adalah gagal bayar, yaitu tidak kembalinya uang pinjaman yang diberikan kepada peminjam melalui *Fintech P2P lending* tersebut. Konsumen mungkin saja mengalami kesulitan dalam urusan pelunasan dana pinjaman yang mereka terima dari pemberi pinjaman melalui perusahaan penyelenggara *P2P lending*. Artinya pemilik modal tak mendapatkan profit dari uang yang diutangkan bahkan modal yang dipinjamkan tersebut mungkin juga tidak dikembalikan secara utuh.

#### **2.1.8.1 Prinsip 5C dalam penyaluran pinjaman**

Dalam memberikan pinjaman, setiap lembaga keuangan yang menjalankan praktek penyaluran pinjaman tentunya wajib menerapkan prinsip kehati-hatian dalam setiap proses persetujuan dalam penyaluran pinjaman, baik itu di industry perbankan, multifinance dan tidak terlepas juga pada penyelenggara *Fintech P2P Lending*.

Prinsip 5 C merupakan bagian dari prinsip kehati-hatian, sehingga wajib diterapkan juga dalam menjalankan kegiatan usahanya. Prinsip kehati-hatian tersebut tercermin dalam kebijaksanaan pokok perkreditan, tata cara dan prosedur penilaian kualitas kredit, profesionalisme dan integritas pejabat perkreditan (Kuncoro, 2012) Pada umumnya setiap penyelenggara melakukan penilaian 5C yaitu berbagai penilaian atas kondisi nasabah dan usahanya dengan berbagai aspek resiko atau yang lebih dikenal dengan identifikasi resiko yang mungkin timbul, disertai dengan penjelasan yang lengkap. Penilaian membantu manajemen dalam mengambil keputusan atas permohonan pinjaman (Khayatun & Sari, 2021). Tujuan dari penerapan prinsip 5C adalah untuk menjaga keamanan, kesehatan, kestabilan lembaga keuangan, peraturan perundang-undangan, dan ketentuan yang berlaku secara konsisten.

Menurut Khayatun & Sari, (2021) agar memperoleh keyakinan dalam hal pembayaran yang akan dilakukan di masa mendatang oleh peminjam, maka disarankan menggunakan standar minimal yang sudah diterapkan yaitu

menggunakan prinsip 5C dalam menganalisis kelayakan calon peminjam. Prinsip 5C terdiri dari:

*Character* menjadi bahan penting bagi *Fintech P2P Lending* melihat kepribadian dan watak calon debitur sebelum menerima pengajuan pinjaman. Lembaga keuangan akan melakukan analisis mendalam terhadap kemampuan calon peminjam, sehingga akan muncul *willingness to pay* dari calon peminjam, yaitu keyakinan bahwa secara karakter dan profil calon peminjam memiliki komitmen melakukan pembayaran setelah mendapatkan pinjaman.

*Capacity* merupakan kemampuan calon peminjam dalam melakukan pembayaran setelah mendapatkan pinjaman juga perlu dilakukan penyelenggara *Fintech P2P Lending* terutama terkait sumber utama pendapatan calon peminjam tersebut. Model *scoring* dalam menganalisa kemampuan membayar kembali calon peminjam di *P2P lending* selalu di perkuat dan di sesuaikan dengan kondisi yang terkini.

*Capital* diperlukan untuk menganalisa pengajuan pinjaman pada *Fintech P2P Lending* yang menjual produk pembiayaan modal kerja untuk segment produktif, analisa modal diperlukan sebagai ukuran rasio dana calon debitur yang dilibatkan dalam pembiayaan yang diadakan. Semakin besar dana yang dilibatkan oleh calon debitur akan semakin menambah tingkat kepercayaan dan mengurangi risiko kegagalan pembayaran dari peminjam.

*Collateral* tetap menjadi pertimbangan, walaupun sebagian besar produk pada *Fintech P2P lending* tidak mempersyaratkan agunan, namun ada juga beberapa *Fintech P2P Lending* yang menjual produk dengan mempersyaratkan agunan, umumnya di syartkan untuk usaha produktif dengan plafon pembiayaan yang cukup besar. Disisi lain jika produk dari *Fintech P2P Lending* tidak mensyaratkan agunan maka *fintech P2P lending* memiliki credit scoring khusus yang di moderinisasi dengan kecerdasan buatan untuk bisa mendeteksi risiko yang muncul dikemudian hari dari calon peminjam.

*Condition* merupakan analisis terhadap kondisi perekonomian calon peminjam saat ini di masa yang akan datang. *Fintech P2P lending* membutuhkan



analisis terkait sektor usaha calon peminjam untuk usaha produktif dan sector tempat peminjam bekerja bagi calon peminjam di segment konsumtif, yang dikolaborasikan dengan kondisi ekonomi baik domestic maupun global.

#### **2.1.8.2 Risiko Keuangan**

Risiko keuangan didefinisikan sebagai kemungkinan kerugian moneter dari membeli produk ketika produk tersebut tidak berkinerja baik atau jika produk tidak sepadan dengan harga yang dibayarkan (Featherman & Pavlou, 2003). Konsep risiko keuangan juga bisa disebut sebagai segala bentuk keputusan yang berkaitan dengan keuangan yang bisa menimbulkan dampak kerugian, risiko keuangan dapat terjadi karena berbagai factor baik secara terduga maupun tidak terduga.

Dalam konteks *P2P Lending* ketika konsumen merasakan tingginya risiko keuangan, mereka cenderung akan meminjam melalui lembaga keuangan tradisional seperti bank dibandingkan dengan meminjam dari *Fintech P2P Lending* (Ryu, 2018a).

#### **2.1.8.3 Risiko Produk**

Menurut Annas & Edwin, (2023), risiko produk melibatkan potensi kerugian jika produk tidak memenuhi harapan konsumen dalam hal standar dan kualitas produk. Risiko produk menunjukkan kemungkinan kegagalan produk untuk memenuhi kinerja yang semula dimaksudkan (Sutrisno et al., 2023). Selain itu risiko produk juga dianggap memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumen (Dai et al., 2014; Sutrisno et al., 2023). Konsumen dapat merasakan risiko produk jika harga produk lebih tinggi dengan informasi terbatas yang ditampilkan di situs web.

Dalam konteks *P2P Lending*, konsumen dihadapkan dengan risiko produk jika dalam proses peminjaman konsumen tidak memahami dengan baik produk yang akan diambil dan memandang sama produk yang ditawarkan oleh perusahaan *P2P* dengan lembaga pinjaman konvensional, hal ini bisa mengakibatkan munculnya risiko atas ketidakpahaman ini dikemudian hari.

#### **2.1.8.4 Risiko Keamanan**

Risiko keamanan didefinisikan sebagai potensi kerugian karena penipuan atau peretasan daring, yang mengekspos keamanan transaksi internet atau pengguna daring (Mariyantini & Putri, 2020) . Nair, (2021) menyatakan bahwa keamanan terkait dengan pengungkapan informasi keuangan seperti nomor kartu kredit, nomor rekening, dan pin. Diketahui bahwa salah satu hambatan untuk menggunakan *Fintech P2P Lending* adalah adalah ketakutan akan keamanan (Syarfi & Asandimitra, 2020).

Setiap mengakses aplikasi pinjaman pada perusahaan *P2P Lending*, calon konsumen akan diminta untuk mengizinkan beberapa akses pada perangkat yang mereka gunakan. Kondisi ini menimbulkan kemungkinan adanya kebocoran data sehingga walaupun OJK telah melindungi data konsumen melalui regulasi yang ditetapkan, tidak mustahil jika masih ada kebocoran data dalam proses transaksi di perusahaan *Fintech P2P Lending*.

#### **2.1.8.5 Risiko Psikologis**

Risiko psikologis didefinisikan sebagai ketidakpuasan konsumen dalam memilih produk atau layanan yang buruk meskipun memiliki beragam varietas (Ueltschy et al., 2004). Risiko psikologis dikaitkan dengan persepsi konsumen tentang bagaimana penilaiannya yang salah setelah melakukan transaksi yang mengarah pada bagaimana orang lain akan bereaksi terhadap transaksi tersebut.

Dalam konteks *P2P Lending* risiko psikologis akan tergantung dengan transparansi produk yang di sampaikan oleh penyelenggara pinjaman, jika informasi yang disampaikan tidak sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen, maka akan menimbulkan reaksi psikologis bagi konsumen tersebut.

#### **2.1.9 Niat Melakukan Pinjaman**

Niat (*intention to*) merujuk pada keinginan individu atau pengguna untuk menggunakan atau mengadopsi suatu teknologi, produk, atau layanan. Konsep ini berfokus pada motivasi dan niat individu untuk mengambil tindakan nyata dalam menggunakan suatu inovasi atau teknologi tertentu. Niat Melakukan seringkali

dianggap sebagai prediktor awal perilaku pengguna, termasuk penerimaan dan penggunaan teknologi baru. Pada konteks ini, niat individu untuk menggunakan suatu teknologi dapat memberikan gambaran tentang sejauh mana teknologi tersebut akan diterima dan diadopsi oleh pengguna. Niat diperkirakan dapat mempengaruhi perilaku nyata, seperti pembelian, penggunaan, atau partisipasi dalam penggunaan teknologi tersebut (B et al., 2022; Tatavarthy & Mukherjee, 2019; Venkatesh; Viaswanath & Davis; Fred D., 2000).

Sejumlah teori dan model telah dikembangkan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi Niat. Salah satu teori yang paling umum digunakan adalah Theory of Planned Behavior (TPB). TPB mengemukakan bahwa Niat Melakukan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap individu terhadap perilaku, norma subjektif (persepsi dukungan sosial terhadap perilaku), dan kontrol perilaku yang dirasakan (persepsi kemudahan dan kontrol diri dalam melakukan perilaku). Selain TPB, Technology Acceptance Model (TAM) juga merupakan model yang sering digunakan dalam konteks Niat Melakukan. Menurut TAM, Niat Melakukan dipengaruhi oleh persepsi kegunaan (persepsi bahwa teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja dan produktivitas individu) dan persepsi kemudahan penggunaan. Semakin tinggi persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, semakin tinggi niat individu untuk menggunakan teknologi.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

| No | Artikel  | Variabel  | Tujuan  | Temuan/Orisinalitas   |
|----|--|---|---|---|
| 1  | Ryu, H. S. (2018) What makes users willing or hesitant to use <i>Fintech</i> ?: the moderating effect of user type. <i>Industrial Management &amp;</i> | Manfaat yang dirasakan ( <i>perceived benefit</i> ), Risiko yang dirasakan ( <i>perceived risk</i> ), Manfaat ekonomi ( <i>economic</i> ) | Tujuan dari makalah ini adalah untuk lebih memahami mengapa orang mau atau ragu untuk menggunakan | Orisinalitas/nilai pada studi empiris ini berkontribusi pada pemahaman baru tentang bagaimana |

| No | Artikel   | Variabel  | Tujuan   | Temuan/Orinalitas   |
|----|---|---|--|---|
|    | <p><i>Data Systems</i>, 118(3), 541-569.<br/> <a href="https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2017-0325">https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2017-0325</a><br/>           (Scopus Q1)</p>  | <p><i>benefit</i>), Kemudahan transaksi (seamless transaction), <i>Kenyamanan</i>, Niat berkelanjutan (<i>Continuance Intention</i>)</p>  | <p>teknologi Finansial (<i>Fintech</i>) serta untuk menentukan apakah pengaruh manfaat yang dirasakan dan risiko berpengaruh pada penggunaan <i>Fintech</i>.</p>   | <p>manfaat dan risiko mempengaruhi niat konsumen.</p>   |
| 2  | <p>Najaf, K., Subramaniam, R. K., &amp; Atayah, O. F. (2022). Understanding the implications of <i>Fintech</i> Peer-to-Peer (P2P) <i>lending</i> during the COVID-19 pandemic. <i>Journal of Sustainable Finance &amp; Investment</i>, 12(1), 87-102.<br/> <a href="https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1917225">https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1917225</a><br/>           (Scopus Q1)</p> | <p>Jumlah Pinjaman (<i>Loan Amount</i>), Jangka waktu pinjaman (<i>Loan Term</i>), Tingkat Bunga (Interest Rate), Tingkat Pekerjaan (<i>Employment Rate</i>), Pendapatan Tahunan (<i>Annual Income</i>), Jenis Aplikasi (<i>Application Type</i>)</p> | <p>Studi ini mengkaji dampak pandemi COVID-19 terhadap determinan <i>Fintech</i> Peer-to-Peer (P2P) <i>lending</i>. Masalah ini signifikan karena platform pinjaman P2P telah menarik peminjam dengan sedikit atau tanpa akses ke fasilitas kredit daripada yang ditawarkan oleh bank konvensional selama pandemi.</p> | <p>Hasil studi ini menunjukkan bahwa COVID-19 telah membawa perubahan drastis pada determinan utama pinjaman P2P. Implikasi praktis studi ini menunjukkan bagaimana P2P dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kesulitan keuangan yang ditimbulkan oleh pandemi dan mendukung perekonomian serta potensi P2P <i>lending</i> untuk</p> |

| No | Artikel  | Variabel  | Tujuan  | Temuan/Orisinalitas   |
|----|--|---|---|---|
|    |  |   |   | menambah atau mengganti pinjaman yang disediakan oleh lembaga perbankan tradisional atau konvensional.  |
| 3  | Johnson, S., Ashta, A., & Assadi, D. (2010). Online or Offline?: The Rise of “Peer-to-Peer” Lending in Microfinance. <i>Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)</i> , 8(3), 26-37.<br><a href="https://doi.org/10.4018/jeco.2010070103">https://doi.org/10.4018/jeco.2010070103</a> (Scopus Q3) | efisiensi biaya ( <i>cost efficiency</i> ), tunjangan konsumsi ( <i>consumption allowance</i> ), asuransi kesehatan ( <i>health insurance</i> ) | Tujuan penelitian ini adalah menyelidiki munculnya situs peer-to-peer lending melalui lensa analisis biaya transaksi. | Para penulis menemukan bahwa pinjaman “peer-to-peer” lebih merupakan aspirasi daripada kenyataan karena pendekatan konvensional masih menjadi pilihan utama dalam melakukan pinjaman. |
| 4  | Overton, A. A., & MacFadyen, A. J. (1998). Time discounting and the estimation of loan duration. <i>Journal of Economic Psychology</i> , 19(5)   | <i>Intertemporal choice Discounting; Estimation heuristics</i>  | Tujuan studi ini yaitu untuk meneliti kesalahan persentase dan perkiraan durasi pinjaman. Makalah ini sangat          | Studi ini menemukan bahwa konsumen cenderung meremehkan jangka waktu pinjaman ketika hanya diberikan  |

| No | Artikel  | Variabel          | Tujuan  | Temuan/Orisinalitas   |
|----|--|-------------------|---|---|
|    | , 607-618.<br><a href="https://doi.org/10.1016/S0167-4870(98)00027-0">https://doi.org/10.1016/S0167-4870(98)00027-0</a><br>(Scopus Q1)   |                   | memperhatikan adanya bias, sehingga pembahasan akan menekankan hasil yang berkaitan dengan persentase kesalahan.  | informasi tentang besarnya pinjaman, jumlah pembayaran bulanan dan suku bunga (bulanan dan tahunan).  |
| 5  | Abubakar, L., & Handayani, T. (2018). Financial technology: Legal challenges for Indonesia financial sector. In <i>IOP Conference Series: Earth and Environmental Science</i> (Vol. 175, No. 1, p. 012204). IOP Publishing.<br><a href="https://doi.org/10.1088/1755-1315/175/1/012204">https://doi.org/10.1088/1755-1315/175/1/012204</a> (Scopus Q4) | Literature review | Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peraturan perundang-undangan yang ada mempengaruhi pengembangan bisnis <i>Fintech</i> . Menganalisis kebijakan dan peraturan perundang-undangan terkait <i>Fintech</i> di Indonesia dan membandingkan nya dengan negara lain di Asia Tenggara atau dunia lainnya, serta untuk | Fin-tech menawarkan pilihan baru bagi konsumen dalam melakukan lalu lintas pembayaran, pengiriman uang, dan investasi. Regulasi <i>Fintech</i> di Indonesia masih bersifat parsial dan tersebar dalam berbagai aturan, namun regulasi yang khusus mengatur <i>Fintech</i> dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia sebagai otoritas |

| No | Artikel | Variabel | Tujuan  | Temuan/Orisinalitas |
|----|---------|----------|---|---------------------|
|    |         |          | mengetahui perbedaan dan kesamaan, serta kelebihan dan kekurangannya. | sistem pembayaran.  |

## 2.3 Kerangka Penelitian

### 2.3.1 Pengaruh kemudahan akses pinjaman terhadap niat melakukan peminjaman

Layanan P2P *Lending* dapat memudahkan masyarakat dalam mengakses pinjaman kecil dengan bunga yang lebih rendah. Banyak ulasan positif mengenai kemudahan penggunaan aplikasi P2P *lending* (Pohan et al., 2020). Hal tersebut menjadi sebuah kelebihan dari *Fintech* P2P *Lending* termasuk biaya efisiensi dan kemudahan akses pembiayaan (Abubakar & Handayani, 2018). Kemudahan transaksi dan niat konsumen untuk melakukan pinjaman berdasarkan fakta bahwa layanan pinjaman kini semakin mudah diakses, dengan adanya teknologi digital yang memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi secara online. Meskipun layanan ini semakin mudah diakses, masih banyak konsumen yang enggan menggunakan layanan pinjaman, meskipun mereka memiliki kebutuhan finansial yang mendesak (Ryu, 2018a).

Kemudahan transaksi dapat diukur dari berbagai aspek, seperti kecepatan proses, biaya transaksi, dan ketersediaan layanan. Jika proses pinjaman mudah dan cepat, biaya transaksi rendah, dan layanan tersedia secara luas, maka konsumen mungkin lebih cenderung menggunakan layanan pinjaman. Namun, meskipun terdapat banyak informasi tentang layanan pinjaman dan keunggulan yang ditawarkan, masih ada konsumen yang ragu untuk mengambil pinjaman. Hal ini bisa disebabkan oleh faktor seperti pengalaman buruk dengan layanan pinjaman sebelumnya, kurangnya pemahaman tentang mekanisme pinjaman, atau ketakutan

akan terjebak dalam hutang. Dengan demikian, penelitian tentang hubungan antara kemudahan transaksi dan niat konsumen untuk melakukan pinjaman sangat relevan untuk membantu bank atau institusi keuangan lainnya dalam meningkatkan layanan mereka dan memperluas pasar mereka. Hasil penelitian dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk melakukan pinjaman, sehingga bank atau institusi keuangan dapat mengambil tindakan yang tepat untuk meningkatkan kepercayaan dan niat konsumen untuk menggunakan layanan mereka (Kumra et al., 2021; McHugh et al., 2011; Wang et al., 2021).

Berdasarkan uraian tersebut maka kemudahan akses pinjaman berpengaruh terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa semakin mudah akses pinjaman melalui platform *Fintech P2P Lending*, semakin tinggi niat konsumen untuk memanfaatkannya dan melakukan pinjaman. Kemudahan akses pinjaman melibatkan faktor-faktor seperti proses pendaftaran yang sederhana, persyaratan yang tidak terlalu rumit, serta ketersediaan dana secara cepat. Jika konsumen merasakan bahwa proses peminjaman mudah dilakukan dan tidak memerlukan usaha yang berlebihan, mereka cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk memanfaatkan layanan tersebut.

Adanya kemudahan akses pinjaman akan meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen terhadap *Fintech P2P Lending*, sehingga mereka lebih cenderung memilih untuk melakukan pinjaman melalui platform tersebut dibandingkan dengan alternatif lain. Berdasarkan uraian tersebut diatas maka hipotesis 1 pada penelitian ini adalah pengaruh akses pinjaman terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.

H1 : Kemudahan akses pinjaman berpengaruh terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman

### **2.3.2 Pengaruh efisiensi biaya terhadap niat melakukan peminjaman**

*P2P lending Fintech* telah menjadi salah satu model bisnis *Fintech* yang paling banyak diperbincangkan dalam beberapa tahun terakhir. Model bisnis ini memungkinkan para peminjam untuk meminjam uang secara online dari para investor



yang tidak tergantung pada lembaga keuangan tradisional. Meskipun P2P *lending Fintech* telah mengalami pertumbuhan yang pesat, masih ada beberapa tantangan yang harus diatasi, salah satunya adalah efisiensi biaya. Penelitian tentang efisiensi biaya pada P2P *lending Fintech* telah dilakukan oleh banyak peneliti untuk mengidentifikasi biaya yang terkait dengan operasi P2P *lending Fintech* dan menemukan cara untuk mengurangi biaya tersebut. Penelitian tentang efisiensi biaya pada P2P *lending Fintech* memiliki kaitan yang erat dengan pemikiran konsumen terkait efisiensi biaya dalam penggunaan layanan *Fintech P2P lending*. Konsumen dalam hal ini merujuk pada peminjam yang memanfaatkan layanan P2P *lending* untuk memenuhi kebutuhan finansialnya (Hughes et al., 2022; Omopariola et al., 2021; Ryu, 2018a; Tatavarthy & Mukherjee, 2019). Dalam perspektif konsumen, efisiensi biaya adalah salah satu faktor yang menjadi pertimbangan utama dalam menggunakan layanan P2P *lending Fintech*. Konsumen cenderung memilih platform P2P *lending* yang mampu memberikan biaya yang lebih rendah daripada lembaga keuangan tradisional. Hal ini disebabkan oleh banyaknya biaya tambahan yang harus dibayar oleh peminjam pada lembaga keuangan tradisional, seperti biaya administrasi, biaya provisi, dan biaya lainnya yang tidak transparan (Hughes et al., 2022; Ryu, 2018a).

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis 2 pada penelitian ini adalah Efisiensi biaya berpengaruh terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.

H2 : Efisiensi biaya berpengaruh terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.

### **2.3.3 Pengaruh durasi pinjaman terhadap niat melakukan peminjaman**

Durasi pinjaman memang merupakan salah satu faktor penting yang dipertimbangkan oleh peminjam saat mengambil keputusan untuk mengajukan pinjaman. Hal ini dikarenakan durasi pinjaman akan memengaruhi jumlah cicilan bulanan yang harus dibayar oleh peminjam dan juga jumlah bunga yang harus dibayarkan. Sebagai contoh, semakin lama durasi pinjaman, maka jumlah cicilan

bulanan yang harus dibayarkan akan semakin rendah, namun jumlah bunga yang harus dibayarkan akan semakin tinggi karena jumlah waktu yang dibutuhkan untuk membayar bunga juga semakin lama. Sebaliknya, semakin pendek durasi pinjaman, maka jumlah cicilan bulanan yang harus dibayarkan akan semakin tinggi, namun jumlah bunga yang harus dibayarkan akan semakin rendah karena waktu yang dibutuhkan untuk membayar bunga juga semakin singkat. Oleh karena itu, peminjam perlu mempertimbangkan durasi pinjaman dengan cermat dan memilih durasi pinjaman yang sesuai dengan kemampuan keuangan dan kebutuhan mereka. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini secara hati-hati, peminjam dapat membuat keputusan yang tepat dan mengambil pinjaman yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan keuangan mereka (McHugh et al., 2011; McHugh & Ranyard, 2012; Overton & MacFadyen, 1998).

H3: Durasi pinjaman berpengaruh terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman

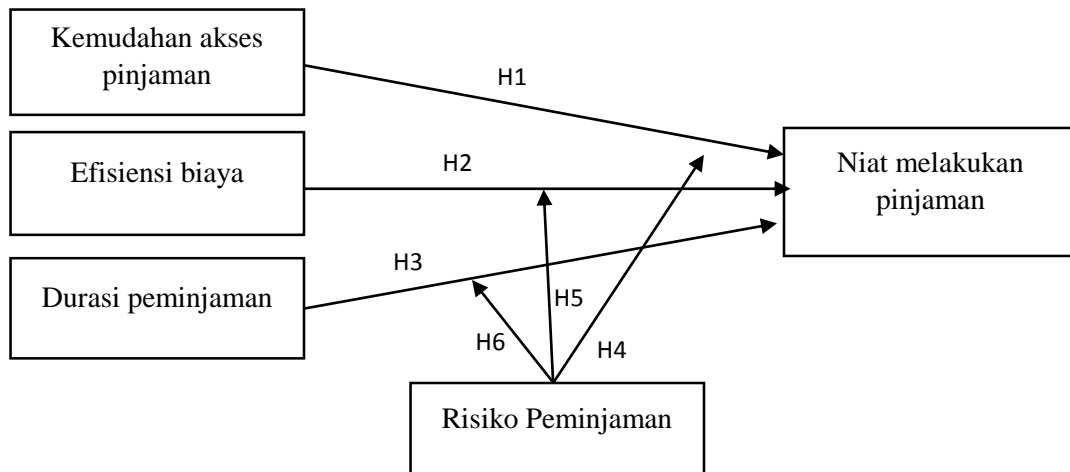
#### **2.3.4 Pengaruh risiko peminjaman terhadap niat melakukan peminjaman**

Peminjaman adalah salah satu kegiatan yang sering dilakukan oleh orang-orang dalam memenuhi kebutuhan finansial mereka. Namun, dalam melakukan peminjaman terdapat risiko yang harus dihadapi, seperti risiko gagal bayar atau risiko lainnya. Risiko peminjaman ini dapat mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan peminjaman. Oleh karena itu, hubungan antara risiko peminjaman terhadap niat melakukan peminjaman merupakan topik yang menarik untuk dibahas. Dalam konteks ini, niat melakukan peminjaman terkait erat dengan risiko yang ada. Jika risiko peminjaman lebih tinggi, maka niat peminjam untuk melakukan peminjaman akan lebih rendah. Sebaliknya, jika risiko peminjaman lebih rendah, maka niat peminjam untuk melakukan peminjaman akan lebih tinggi. Pada kesimpulannya, hubungan antara risiko peminjaman terhadap niat melakukan peminjaman sangat penting dalam mengatasi risiko dalam peminjaman karena peminjam perlu mempertimbangkan risiko peminjaman sebelum melakukan peminjaman (Hughes et al., 2022; Ryu, 2018b; Shahzad et al., 2022; Suryono et al., 2021).

H4: Risiko peminjaman memperkuat pengaruh antara kemudahan akses pinjaman terhadap niat melakukan pinjaman

H5: Risiko peminjaman memperkuat pengaruh antara efisiensi biaya pinjaman terhadap niat melakukan pinjaman

H6: Risiko peminjaman memperkuat pengaruh antara durasi peminjaman terhadap niat melakukan pinjaman



**Gambar 2.1: Kerangka Konseptual**

Sumber: Elaborasi dari penelitian sebelumnya  
(Johnson et al., 2010; Najaf et al., 2022; Ryu, 2018b)

Berdasarkan tujuan penelitian, kerangka konseptual studi ini akan melibatkan empat konstruk, yaitu kemudahan akses pinjaman, efisiensi biaya, durasi pinjaman, dan risiko peminjaman. Kemudahan akses pinjaman, efisiensi biaya, dan durasi pinjaman akan berperan sebagai variabel independen, sedangkan niat konsumen untuk melakukan pinjaman akan berperan sebagai variabel dependen. Sementara itu, risiko peminjaman akan berperan sebagai variabel moderasi yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen.

## 2.4 Hipotesis

H1: Kemudahan akses pinjaman berpengaruh terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.

H2: Efisiensi biaya berpengaruh terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.

H3: Durasi peminjaman berpengaruh terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.

H4: Risiko peminjaman memoderasi pengaruh kemudahan akses pinjaman terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.

H5: Risiko peminjaman memoderasi pengaruh efisiensi biaya terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.

H6: Risiko peminjaman memoderasi pengaruh durasi pinjaman terhadap niat konsumen *Fintech P2P Lending* untuk melakukan pinjaman.

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Ahyar et al., (2020) metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif. Menurut (Ahyar et al., 2020) penelitian deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang umum.

Secara lebih spesifik, metode deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus (*case study*). Menurut Bougie & Sekaran (2019), tujuan dari studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus, ataupun status dari individu, yang kemudian dari sifat-sifat khas di atas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum. Tergantung dari tujuannya, ruang lingkup dari studi dapat mencakup keseluruhan siklus dari individu, kelompok, atau lembaga dengan penekanan terhadap faktor-faktor kasus tertentu ataupun meliputi keseluruhan faktor-faktor kasus tertentu, ataupun keseluruhan faktor-faktor dan fenomena.

### 3.2 Operasional Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021). Pada penelitian ini, terdapat tiga jenis variabel yang digunakan yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel moderasi (*moderating variabel*).

a. Variabel Bebas (*Indepedent Variable*)

Menurut (Sugiyono, 2021) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan menurut (Bougie & Sekaran, 2019) variabel bebas adalah variabel yang dapat dimanipulasi sesuai dengan tujuan dilakukannya eksperimen tersebut. Variabel bebas pada penelitian ini terdiri dari kemudahan akses pinjaman, efisiensi biaya, durasi peminjaman.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat adalah standar dari hasil eksperimen yang akan dinilai (Bougie & Sekaran, 2019; Sugiyono, 2021). Variabel terikat yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah niat melakukan pinjaman.

c. Variabel Moderasi (*Moderating Variable*)

Variabel moderasi adalah variabel yang memengaruhi kekuatan atau arah hubungan antara dua variabel lainnya. Variabel moderasi memodifikasi efek dari variabel independen terhadap variabel dependen (Bougie & Sekaran, 2019; Sugiyono, 2021). Dalam penelitian, variabel moderasi risiko peminjaman digunakan untuk mengetahui sejauh mana atau dalam situasi apa variabel independen (kemudahan akses pinjaman, efisiensi biaya, durasi peminjaman) mempengaruhi variabel dependen (niat melakukan pinjaman).

Tabel 3.1 Operasional Variabel

| Variabel                 | Indikator  | Pernyataan  | Sumber  | Skala    |
|--------------------------|--|---|---|----------|
| Kemudahan Akses Pinjaman | Akses yang mudah   | Mudah untuk mengakses platform <i>Fintech P2P lending</i>   | (Chin et al., 2021; Venkatesh; Viaswanath & Davis; Fred D., 2000) | Interval |
|                          | Prosedur mudah dipahami  | Prosedur penggunaan platform P2P untuk mendapatkan pembiayaan mudah dipahami                            |   |          |
|                          | Interaksi tidak memerlukan banyak usaha                              | Interaksi dengan platform <i>P2P lending</i> untuk mendapatkan pembiayaan tidak memerlukan banyak usaha |   |          |
|                          | Mendapatkan pembiayaan tidak akan menjengkelkan                      | Percaya bahwa untuk mendapatkan pembiayaan pada platform P2P tidak akan menjengkelkan.                  |   |          |
|                          | Mendapatkan pembiayaan tidak akan merepotkan.                        | Percaya bahwa untuk mendapatkan pembiayaan pada platform P2P tidak akan merepotkan                      |   |          |
|                          | Terampil dalam menggunakan   | Saya mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan platform P2P untuk mendapatkan pembiayaan.          |   |          |
|                          | Fleksibilitas pembiayaan dibandingkan dengan pembiayaan tradisional. | Menggunakan platform P2P lebih fleksibel untuk mendapatkan pembiayaan dibandingkan dengan               |   |          |

| Variabel                              | Indikator  | Pernyataan  | Sumber  | Skala    |
|---------------------------------------|--|---|---|----------|
|                                       |  | pembiayaan tradisional.   |   |          |
|                                       | Mudah untuk memanfaatkan   | Mudah untuk memanfaatkan platform P2P untuk mendapatkan pembiayaan.   |   |          |
| Efisiensi Biaya<br>(dikasih definisi) | Murah  | Biaya yang saya keluarkan dalam menggunakan <i>Fintech</i> lebih murah daripada menggunakan layanan keuangan tradisional. | (Featherman & Pavlou, 2003; M. C. Lee, 2009)  |          |
|                                       | Hemat  | Saya dapat menghemat uang ketika saya menggunakan <i>Fintech</i> .  |   |          |
|                                       | Akses layanan keuangan dengan biaya rendah ketika menggunakan layanan keuangan | Saya dapat menggunakan berbagai layanan keuangan dengan biaya rendah ketika saya menggunakan <i>Fintech</i> .             |   |          |
| Durasi Pinjaman                       | Tepat waktu.   | Durasi pinjaman berkaitan erat dengan pembayaran tepat waktu.   | (Hughes et al., 2022; Nguyen & Pacheco, 2022; Overton & MacFadyen, 1998; Tsai et al., 2009) | Interval |
|                                       | Paket pinjaman   | <i>Fintech P2P lending</i> menawarkan paket pinjaman yang berbeda   |   |          |
|                                       | Durasi pinjaman  | <i>Fintech P2P lending</i> menawarkan durasi pinjaman yang fleksibel  |   |          |



| Variabel        | Indikator       | Pernyataan  | Sumber                                  | Skala    |
|-----------------|-----------------|---|---|----------|
| Risiko Pinjaman | Risiko Hukum    | Penggunaan <i>Fintech P2P lending</i> tidak menentu karena banyak peraturan.  | (Featherman & Pavlou, 2003; Ryu, 2018a) | Interval |
|                 |                 | Tidak mudah menggunakan <i>Fintech</i> karena peraturan pemerintah. Ada ketidakpastian hukum bagi pengguna <i>Fintech P2P lending</i> .                       |   |          |
|                 |                 | Sulit untuk menggunakan berbagai aplikasi <i>Fintech P2P lending</i> karena peraturan pemerintah.   |   |          |
|                 | Risiko Keamanan | Saya khawatir tentang penyalahgunaan informasi keuangan saya (misalnya, informasi transaksi dan pribadi) ketika saya menggunakan <i>Fintech P2P lending</i> . |   |          |
|                 |                 | Informasi keuangan saya tidak aman ketika saya menggunakan <i>Fintech P2P lending</i> .   |   |          |
|                 |                 | Saya khawatir seseorang dapat mengakses informasi keuangan saya ketika saya menggunakan <i>Fintech P2P lending</i> .  |   |          |

| Variabel                | Indikator                  | Pernyataan  | Sumber            | Skala    |
|-------------------------|----------------------------|---|-------------------|----------|
|                         | Risiko Operasional         | Perusahaan <i>Fintech</i> P2P <i>lending</i> tidak mau menyelesaikan masalah ketika terjadi kerugian finansial atau kebocoran informasi keuangan.   |                   |          |
|                         |                            | Respons organisasi perusahaan <i>Fintech</i> P2P <i>lending</i> terlalu lambat ketika terjadi kerugian finansial atau kebocoran informasi keuangan. |                   |          |
|                         |                            | Saya khawatir tentang cara perusahaan <i>Fintech</i> P2P <i>lending</i> merespons kerugian finansial atau kebocoran informasi keuangan              |                   |          |
| Niat Melakukan Pinjaman | Kesukaan                   | Saya lebih suka menggunakan <i>Fintech</i> P2P <i>lending</i> saat akan melakukan pinjaman  | (M. C. Lee, 2009) | Interval |
|                         | Pertimbangan dalam pilihan | Saya akan mempertimbangkan <i>Fintech</i> P2P <i>lending</i> dalam rangkaian pilihan saya.  |                   |          |
|                         | Penggunaan di masa depan   | Saya akan menggunakan <i>Fintech</i> P2P <i>Lending</i> di masa depan   |                   |          |
|                         | Rekomendasi                | Saya akan merekomendasikan  |                   |          |

| Variabel | Indikator | Pernyataan   | Sumber | Skala |
|----------|-----------|--|--------|-------|
|          |           | <i>Fintech P2P Lending</i> kepada teman, keluarga, relasi dll. |        |       |

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi Menurut (Bougie & Sekaran, 2019; Sugiyono, 2021) adalah kelompok orang, objek, atau fenomena yang menjadi fokus dalam penelitian. Populasi penelitian merupakan kumpulan seluruh anggota dari kelompok yang ingin diteliti dan yang memenuhi kriteria inklusi dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian, populasi sangat penting untuk diketahui karena akan mempengaruhi validitas dan generalisasi hasil penelitian. Oleh karenanya populasi pada penelitian ini adalah seluruh orang yang memiliki niat melakukan peminjaman di *Fintech P2P Lending* di Indonesia.

#### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Sugiyono, 2021). Sampel pada penelitian ini adalah sebagian orang yang memiliki niat melakukan peminjaman di *Fintech P2P Lending* di Indonesia. Jumlah sampel yang akan diteliti yaitu menggunakan rumus dari (Hair et al., 2010) yaitu  $5-10 \times$  jumlah item pertanyaan. Jadi jumlah sampel pada penelitian ini adalah  $10 \times 21 = 210$  sampel. Sebaran sampel dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga wilayah, yaitu Indonesia bagian barat, tengah, dan timur. Pembagian ini dilakukan dengan proporsi yang memperhitungkan keragaman populasi di setiap wilayah. Hal ini bertujuan untuk memastikan representasi yang seimbang dan mewakili seluruh spektrum kondisi yang ada di berbagai bagian Indonesia. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling.

Kriteria yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah

1. Pernah mengakses aplikasi *Fintech P2P lending*
2. Usia minimal 21 tahun
3. Pendapatan minimal 2 juta rupiah

### 3.4 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner (angket) kepada responden dan studi kepustakaan. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2021).

Kuisisioner yang disebarakan berisi pertanyaan mengenai pengaruh kemudahan akses pinjaman, efisiensi biaya dan durasi pinjaman dengan risiko peminjaman sebagai variabel moderasi terhadap niat konsumen untuk melakukan pinjaman. Setiap poin jawaban pada kuesioner ditentukan skornya menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Bougie & Sekaran, 2019).

Bobot yang digunakan dalam setiap pertanyaan adalah:

|                     |     |
|---------------------|-----|
| Sangat Setuju       | : 5 |
| Setuju              | : 4 |
| Netral              | : 3 |
| Tidak Setuju        | : 2 |
| Sangat Tidak Setuju | : 1 |

Sedangkan studi Kepustakaan merupakan kegiatan mengumpulkan bahan yang berkaitan dengan penelitian terdahulu yang berasal dari jurnal-jurnal ilmiah, literatur-literatur, dan dokumen publikasi lainnya yang menjadi sumber penelitian.

### 3.5 Teknik Analisis Data (*Structural Equation Modelling*)

*Structural Equation Modelling* (SEM) adalah teknik analisis data multivariat yang digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel. SEM memungkinkan untuk memodelkan hubungan yang kompleks antarvariabel dan memperhitungkan efek langsung maupun tidak langsung. SEM merupakan teknik analisis data yang kompleks dan memerlukan keahlian statistik yang memadai. Namun, teknik ini sangat berguna dalam menguji hubungan antarvariabel yang kompleks dan memperhitungkan efek langsung dan tidak langsung. Untuk itu pada penelitian ini digunakan alat analisis AMOS sebagai alat bantu perhitungan.

#### 3.5.1 Model SEM

Pada model perhitungan SEM, terdapat dua jenis model yaitu:

1. Model Struktural

Model struktural merupakan seperangkat hubungan antar variabel laten dan hubungan ini dapat dianggap linear, meskipun pengembangan lebih lanjut memungkinkan memasukkan persamaan non-linear. Dalam bentuk grafis, garis dengan satu kepala anak panah menggambarkan hubungan regresi dalam karakter Greek ditulis “gamma” untuk regresi variabel eksogen ke variabel endogen dan dalam karakter Greek ditulis “beta” untuk regresi satu variabel endogen ke variabel endogen lainnya, sedangkan garis dengan dua kepala anak panah menggambarkan hubungan korelasi atau kovarian yang dalam karakter Greek ditulis “phi” untuk korelasi antar variabel eksogen. Pada model ini menghasilkan validitas prediktif (predictive validity).

2. Model Pengukuran

Model pengukuran merupakan bagian dari suatu model SEM yang biasanya dihubungkan dengan variabel-variabel laten dan indikator-indikatornya. Hubungan dalam model ini dilakukan lewat model analisis faktor konfirmatori atau confirmatory factor analysis (CFA) dimana terdapat kovarian yang tidak terukur antara masing-masing pasangan variabel-

variabel yang memungkinkan. Model pengukuran ini dievaluasi sebagaimana model SEM lainnya dengan menggunakan pengukuran uji keselarasan. Proses analisis ini hanya dapat dilanjutkan jika model pengukuran valid. Pada model ini menghasilkan validitas konvergen. (*convergent validity*).

### 3.5.2 Tahapan dan Prosedur SEM

Menurut (Hair et al., 2010) secara umum prosedur SEM mengandung tahap-tahap sebagai berikut

1. Spesifikasi model (*model specification*)

Tahap ini berkaitan dengan pembentukan model awal persamaan struktural. Model awal ini diformulasikan suatu teori atau penelitian sebelumnya.

2. Identifikasi (*identification*)

Tahap ini berkaitan dengan pengkajian tentang kemungkinan diperolehnya nilai yang unik untuk setiap parameter yang ada di dalam model dan kemungkinan persamaan simultan tidak ada solusinya.

3. Estimasi (*estimation*)

Tahap ini berkaitan dengan estimasi terhadap model untuk menghasilkan nilai-nilai parameter menggunakan salah satu metode estimasi yang tersedia. Pemilihan metode estimasi yang digunakan seringkali ditentukan berdasarkan karakteristik dari variabel-variabel yang dianalisis.

4. Uji kecocokan (*testing fit*)

Tahap ini berkaitan dengan pengujian kecocokan antara model dengan data. Beberapa kriteria ukuran kecocokan atau Goodness of Fit (GOF) dapat digunakan untuk melaksanakan langkah ini.

5. Respesifikasi (*Respecification*)

Tahap ini dapat juga disebut modifikasi yang berkaitan dengan respesifikasi model berdasarkan hasil uji kecocokan pada tahap sebelumnya.

### 3.5.3 Spesifikasi Model

Tahap spesifikasi model merupakan pembentukan hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten lainnya dan juga hubungan antara variabel laten dengan variabel manifest didasarkan pada teori yang berlaku. Melalui langkah-langkah berikut dapat diperoleh model yang diinginkan, yaitu:

1. Spesifikasi model pengukuran
  - Mendefinisikan variabel-variabel laten yang ada di dalam penelitian
  - Mendefinisikan variabel-variabel yang teramati
  - Mendefinisikan hubungan di antara variabel laten dengan variabel yang teramati
2. Spesifikasi model struktural Mendefinisikan hubungan kausal di antara variabel-variabel laten tersebut.
3. Menggambarkan diagram jalur dengan hybrid model yang merupakan kombinasi dari model pengukuran dan model struktural, jika diperlukan (bersifat opsional).

### 3.5.4 Identifikasi Model

Identifikasi Model secara garis besar ada 3 kategori dalam persamaan secara simultan, yaitu:

1. *Under-identified* model adalah model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih besar dari jumlah data yang diketahui (data tersebut merupakan varians dan kovarians dari variabel-variabel yang teramati).
2. *Just-identified* model adalah model dengan jumlah parameter yang diestimasi sama dengan jumlah data yang diketahui.
3. *Over-identified* model adalah model dengan jumlah parameter yang diestimasi lebih kecil dari jumlah data yang diketahui.

Besarnya *degree of freedom* (df) pada SEM adalah besarnya jumlah data yang diketahui dikurangi jumlah parameter yang diestimasi yang nilainya kurang dari nol ( $df = (\text{jumlah data yang diketahui} - \text{jumlah parameter yang diestimasi}) < 0$ ). Cara

melihat ada tidaknya problem identifikasi adalah dengan melihat hasil estimasi yang meliputi:

1. Adanya nilai standart error yang besar untuk 1 atau lebih koefisien;
2. Ketidakmampuan program untuk invert information matrix;
3. Nilai estimasi yang tidak mungkin error variance yang negatif; dan
4. Adanya nilai korelasi yang tinggi ( $> 0,90$ ) antar koefisien estimasi.

Jika diketahui ada problem identifikasi maka ada tiga hal yang harus dilihat

1. Besarnya jumlah koefisien yang diestimasi relatif terhadap jumlah kovarian atau korelasi, yang diindikasikan dengan nilai degree of freedom yang kecil;
2. Digunakannya pengaruh timbal balik atau respirokal antar konstruk (model non recursive); atau
3. Kegagalan dalam menetapkan nilai tetap (fix) pada skala konstruk

### 3.5.5 Estimasi Model

Tahap selanjutnya setelah melakukan identifikasi adalah estimasi yang bertujuan untuk menentukan nilai estimasi setiap parameter model yang membentuk matriks  $\Sigma(\theta)$  sehingga nilai parameter tersebut sedekat mungkin dengan nilai yang ada di dalam matriks S (matriks kovarians dari variabel yang teramati/sampel).  $\Sigma$  diestimasi oleh matriks kovarian sampel, dilambangkan dengan S, yaitu matriks estimator yang konsisten dan tak bias dari  $\Sigma$ , sehingga tujuan dari estimasi model adalah untuk meminimalkan perbedaan antara matriks hipotesis dan matriks kovarian sampel dalam sebuah fungsi pencocokan yang dinyatakan dalam F (S,  $\Sigma(\theta)$ ).

### 3.5.6 Uji Kecocokan Model

Uji Kecocokan Model adalah langkah selanjutnya setelah melakukan metode estimasi terhadap model. Uji kecocokan model dilakukan untuk menguji apakah model yang dihipotesiskan merupakan model yang baik untuk merepresentasikan hasil penelitian. Menurut Hair et al., (2019), evaluasi terhadap tingkat kecocokan data dengan model dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:



1. Kecocokan Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*);

Tahap ini merupakan tahap pertama yang dilakukan untuk mengevaluasi secara umum derajat kecocokan antara data dengan model.

1) Ukuran kecocokan absolut

a. Chi-Square dan Probabilitas

Chi-square merupakan statistik pertama dan satu-satunya uji statistik dalam GOF. Chi-square digunakan untuk menguji seberapa dekat kecocokan antara matrik kovarian sampel  $S$  dengan matrik kovarian model  $\Sigma(\theta)$ . Uji statistik  $\chi^2$  adalah  $\chi^2 = (n - 1)F(S, \Sigma(\theta))$ ..... yang merupakan sebuah distribusi Chi-Square dengan degree of freedom (df) sebesar  $c - p$  dimana  $c = (nx + ny)(nx + ny + 1)/2$  adalah banyaknya matrik varian-kovarian non-redundan dari variabel teramati. Dengan  $nx$  adalah banyaknya variabel teramati  $x$ ,  $ny$  adalah banyaknya variabel teramati  $y$  sedangkan  $p$  adalah parameter yang diestimasi dan  $n$  adalah ukuran sampel.

$P$  adalah probabilitas untuk memperoleh penyimpangan besar sehingga nilai chi-square yang signifikan ( $\leq 0,05$ ) menunjukkan bahwa data empiris yang diperoleh memiliki perbedaan dengan teori yang telah dibangun. Sedangkan nilai probabilitas tidak signifikan adalah yang diharapkan untuk menunjukkan data empiris sesuai dengan model. Oleh karena itu diperoleh kesimpulan hipotesis diterima jika nilai  $p$  yang diharapkan lebih besar daripada 0,05.

b. *Non-Centrality Parameter* (NCP)

NCP merupakan ukuran perbedaan antara  $\Sigma$  dengan  $\Sigma(\theta)$  yang dapat dihitung dengan rumus  $NCP = \chi^2 - df$ .

Dimana  $df$  adalah degree of freedom. NCP juga merupakan ukuran badness of fit dimana semakin besar perbedaan antara  $\Sigma$  dengan  $\Sigma(\theta)$  semakin besar nilai NCP

c. *Scaled NCP (SNCP)*

SNCP merupakan pengembangan dari NCP dengan memperhitungkan ukuran sampel seperti di bawah ini  $SNCP = (\chi^2 - df)/n$ .....(Rumus 3.4) dimana n adalah ukuran sampel.

d. *Goodness of Fit Indeks (GFI)*

GFI dapat diklasifikasikan sebagai ukuran kecocokan absolut karena pada dasarnya GFI membandingkan model yang dihipotesiskan dengan tidak ada model sama sekali ( $\Sigma(0)$ ). Rumus dari GFI adalah sebagai berikut

$$GFI = 1 - F/F_0$$

Dimana : F = nilai minimum dari F untuk model yang dihipotesiskan  
 $F_0$  = nilai minimum dari F, ketika tidak ada model yang dihipotesiskan  
 Nilai GFI berkisar antara 0 (poor fit) sampai 1 (perfect fit) dan nilai  $GFI \geq 0.90$  merupakan good fit (kecocokan yang baik) sedangkan  $0,80 \leq GFI < 0.90$  sering disebut marginal fit.

e. *Root Mean Square Residual (RMSR)*

RMSR mewakili nilai rerata residual yang diperoleh dari mencocokkan matrik varian-kovarian dari model yang dihipotesiskan dengan matrik varian-kovarian dari data sampel. Standardized RMSR mewakili nilai rerata seluruh standardized residuals dan mempunyai rentang dari 0 ke 1. Model yang mempunyai kecocokan baik (good fit) akan mempunyai nilai Standardized RMSR lebih kecil dari 0,05.

f. *Root Mean Square Error Approximation (RMSEA)*

RMSEA merupakan salah satu indeks yang informatif dalam SEM. Menurut Bougie & Sekaran, (2019); Hair et al., (2010, 2019), RMSEA memberitahu kita seberapa baik model, dengan tidak diketahui, tetapi secara optimal estimasi parameter yang dipilih akan sesuai dengan populasi matriks kovarians. Rumus perhitungan RMSEA adalah sebagai berikut

$$RMSEA = \sqrt{F_0/df}$$

Nilai  $RMSEA \leq 0,05$  menandakan close fit sedangkan  $0,05 < RMSEA \leq 0,08$  menunjukkan good fit. Nilai  $RMSEA \leq 0,05$  mengindikasikan model fit.

- g. Expected Cross Validation Indeks (ECVI) ECVI digunakan untuk perbandingan model dan semakin kecil nilai ECVI sebuah model semakin baik tingkat kecocokannya. Rumus perhitungan ECVI adalah sebagai berikut

$$ECVI = F + 2q n^{-1}$$

Dimana :  $n$  = ukuran sampel dan  $q$  = jumlah parameter yang diestimasi

## 2) Ukuran Kecocokan Incremental

- a. *Adjusted Goodness of Fit Indeks* (AGFI)

AGFI merupakan perluasan dari GFI yang disesuaikan dengan rasio antara degree of freedom dari null/independence/baseline model dengan degree of freedom dari model yang dihipotesiskan atau diestimasi. Rumus perhitungan AGFI adalah sebagai berikut

$$AGFI = 1 - \frac{df_0}{df_n} (1 - GFI)$$

$$= 1 - p \frac{df_n}{df_n} (1 - GFI)$$

Dimana :

$df_0$  = degree of freedom dari tidak ada model

$P$  = jumlah varian dan kovarian dari variabel teramati

$df_n$  = degree of freedom dari model yang dihipotesiskan

Nilai AGFI berkisar antara 0 sampai 1 dan nilai  $AGFI \geq 0,90$  menunjukkan good fit sedangkan  $0,80 \leq GFI < 0,90$  disebut sebagai marginal fit.

- b. *Tucker Lewis Index* (TLI)

TLI digunakan sebagai sarana untuk mengevaluasi analisis faktor yang kemudian diperluas untuk SEM. TLI juga dikenal sebagai NNFI. Rumus perhitungannya adalah

$$TLI = (\chi^2 / df) - (\chi^2 / df_h) / (\chi^2 / df_i) - 1$$

Dimana :

$\chi^2_i$  = chi-square dari null/independence model

$\chi^2_h$  = chi-square dari model yang dihipotesiskan

$df_i$  = degree of freedom dari null model

$df_h$  = degree of freedom dari model yang dihipotesiskan

Nilai TLI berkisar antara 0 sampai 1 dengan nilai  $TLI \geq 0,90$  menunjukkan good fit sedangkan  $0,80 \leq TLI < 0,90$  disebut sebagai marginal fit.

c. *Normed Fit Indeks (NFI)*

NFI mempunyai nilai berkisar antara 0 sampai 1 dengan nilai  $NFI \geq 0,90$  menunjukkan good fit sedangkan  $0,80 \leq NFI < 0,90$  adalah marginal fit. Untuk memperoleh nilai NFI dapat digunakan rumus di bawah ini  $NFI = (\chi^2_i - \chi^2_h) / \chi^2_i$

d. *Relative Fit Indeks (RFI)*

Rumus perhitungan RFI adalah sebagai berikut

$$RFI = 1 - \frac{f_h}{df_h} \frac{f_i}{df_i}$$

Dimana :

$f_h$  = nilai minimum F dari model yang dihipotesiskan.

$f_i$  = nilai minimum F dari model null/independence.

RFI mempunyai nilai berkisar antara 0 sampai 1 dengan nilai  $RFI \geq 0,90$  menunjukkan good fit sedangkan  $0,80 \leq RFI < 0,90$  adalah marginal fit.

e. *Incremental Fit Indeks (IFI)*

Rumus perhitungan IFI adalah sebagai berikut

$$IFI = \frac{nF_i - nF_h}{nF_i - dF_h}$$

Nilai IFI berkisar antara 0 sampai 1. Nilai  $IFI \geq 0,90$  menunjukkan good fit sedangkan  $0,80 \leq IFI < 0,90$  adalah marginal fit.

f. *Comparative Fit Indeks (CFI)*

Nilai CFI berkisar antara 0 sampai 1. Nilai  $CFI \geq 0,90$  menunjukkan good fit sedangkan  $0,80 \leq CFI < 0,90$  adalah marginal fit. Nilai CFI dapat dihitung dengan rumus  $CFI = 1 - l1/l2$

Dimana

$$l1 = \max (lh , 0)$$

$$l2 = \max (lh , i , 0)$$

$$lh = [(n - 1)h - dfh]$$

$$li = [(n - 1)i - dfi]$$

3) Ukuran Kecocokan Parsimoni

a. *Parsimonious Normed Fit Indeks (PNFI)*

PNFI digunakan untuk membandingkan model-model alternatif dan tidak ada rekomendasi tingkat kecocokan yang dapat diterima. Nilai PNFI yang lebih tinggi yang lebih baik. Rumus PNFI adalah sebagai berikut

$$PNFI = \frac{dfh}{dfi} \times NFI$$

Dimana:

$dfh$  = degree of freedom dari model yang dihipotesiskan.

$dfi$  = degree of freedom dari null/independence model.

b. *Parsimonious Goodness of Fit Indeks (PGFI)*

PGFI berdasarkan parsimoni dari model yang diestimasi. PGFI melakukan penyesuaian terhadap GFI dengan cara sebagai berikut

$$PGFI = \frac{dfh}{df0} \times GFI$$

Nilai PGFI berkisar antara 0 sampai 1 dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan model parsimoni yang lebih baik.

c. *Normed Chi-Square*

*Normed Chi-Square* diperoleh melalui  $\text{Normed } \chi^2 = \chi^2/dfh$ . Nilai *Normed Chi-Square* disarankan adalah antara batas bawah 1,0 dan batas atas 2,0 atau 3,0 atau lebih longgar 0,5.

d. *Akaike Information Indeks (AIC)*

AIC merupakan ukuran yang digunakan untuk membandingkan beberapa model dengan jumlah konstruk yang berbeda. AIC dapat dihitung dengan menggunakan rumus

$$AIC = \chi^2 + 2 * q.$$

Dimana q adalah jumlah parameter yang diestimasi. Nilai AIC yang lebih kecil dan mendekati nol menunjukkan kecocokan yang lebih baik serta parsimoni yang lebih tinggi.

e. *Consistent Akaike Information Indeks (CAIC)*

AIC memberikan penalti hanya berkaitan dengan degree of freedom dan tidak berkaitan dengan ukuran sampel. Rumus CAIC yang mengikutsertakan ukuran sampel sebagai berikut

$$CAIC = \chi^2 + (1 + \ln n) * q.$$

dimana n adalah jumlah observasi

2. Kecocokan Model Pengukuran (*Measurement Model Fit*);

Uji kecocokan model pengukuran dilakukan terhadap setiap konstruk atau model pengukuran secara terpisah melalui

1) Evaluasi terhadap validitas dari model pengukuran;

Validitas berhubungan dengan apakah suatu variabel mengukur apa yang seharusnya diukur. Meskipun validitas tidak akan pernah dapat dibuktikan tetapi dukungan kearah pembuktian tersebut dapat dikembangkan. Menurut Hair et al., (2010) suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya jika memenuhi syarat

- Nilai t muatan faktornya (loading factors) lebih besar dari nilai kritis (atau  $\geq 1,96$  atau untuk praktisnya  $\geq 2$ ); dan
- Muatan faktor standarnya (standardized loading factors)

2) Evaluasi terhadap reliabilitas dari model pengukuran.

Reliabilitas adalah konsistensi suatu pengukuran. Apabila reliabilitas tinggi menunjukkan indikator-indikator mempunyai konsistensi tinggi dalam mengukur konstruk latennya. Reliabilitas diukur menggunakan *Construct Reliability* (CR) dan *Variance Extracted* (VE). Dikatakan memiliki reliabilitas yang baik adalah jika *Construct Reliability* (CR)  $\geq 0,70$  dan *Variance Extracted* (VE)  $\geq 0,50$ .

3. Kecocokan Model Struktural (*Structural Model Fit*)

Kecocokan Model Struktural adalah evaluasi sejauh mana model yang diusulkan cocok dengan data empiris yang dikumpulkan. Model struktural dalam SEM digunakan untuk menguji hubungan antara variabel laten (konstruk) dan variabel observasi yang diukur. Menggunakan “tingkat ketelitian ( $\alpha$ ) sebesar 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95% sehingga diperoleh nilai  $Z = 1,96$ , nilai  $e$  (tingkat signifikansi/eror) sebesar 5%. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada persamaan struktural mengindikasikan jumlah varian pada variabel laten endogen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variabel-variabel laten independen. Semakin tinggi nilai  $R^2$ , maka semakin besar variabel-variabel independen tersebut dapat menjelaskan variabel endogen sehingga semakin baik persamaan struktural.

Pada akhirnya tidak seluruh pengujian *goodness of fit* (GOF) dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) harus menghasilkan hasil yang sempurna (*good fit*). Dalam SEM, pengujian *goodness of fit* adalah langkah penting untuk mengevaluasi sejauh mana model yang diusulkan cocok dengan data yang diamati. Namun, hasil *goodness of fit* dapat bervariasi tergantung pada banyak faktor, termasuk kompleksitas model, ukuran sampel, dan karakteristik data. Oleh karena itu, hasil *goodness of fit* yang tidak sempurna tidak selalu mengindikasikan kegagalan model. Menurut Hair et al., (2010) dalam buku "Multivariate Data Analysis," terdapat empat hingga lima kriteria *goodness of fit* yang dianggap cukup untuk menilai kelayakan suatu model analisis data multivariat.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan akses pinjaman, efisiensi biaya dan durasi pinjaman terhadap niat konsumen untuk melakukan pinjaman dengan risiko peminjaman sebagai variabel moderasi dengan Studi Pada Konsumen *FintechP2P Lending* di Indonesia. Variabel Kemudahan Akses Pinjaman ( $X1$ ) diukur melalui 7 indikator/item pertanyaan, variabel Efisiensi Biaya ( $X2$ ) dan Durasi Pinjaman ( $X3$ ) diukur melalui 3 indikator/item pertanyaan, variabel Risiko Pinjaman ( $M$ ) diukur melalui 9 indikator/item pertanyaan dan variabel Niat Melakukan Pinjaman ( $Y$ ) diukur melalui 4 indikator/item pertanyaan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengujian Kemudahan Akses Pinjaman ( $X1$ ) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Niat Melakukan Pinjaman ( $Y$ ). Koefisien jalur pada variabel Kemudahan Akses Pinjaman bernilai positif mengindikasikan bahwa Kemudahan Akses Pinjaman berpengaruh searah terhadap Niat Melakukan Pinjaman. Hal ini berarti semakin tinggi Kemudahan Akses Pinjaman maka cenderung dapat meningkatkan Niat Melakukan Pinjaman pada Konsumen *FintechP2P Lending* di Indonesia. Beberapa kemudahan akses seperti responden memiliki kemudahan untuk mengakses platform *Fintech P2P lending*, dan menggunakan platform *Fintech P2P lending* lebih fleksibel untuk mendapatkan pembiayaan dibandingkan dengan pembiayaan tradisional.
2. Pengujian Efisiensi Biaya ( $X2$ ) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Niat Melakukan Pinjaman ( $Y$ ). Koefisien jalur pada variabel Efisiensi Biaya bernilai positif mengindikasikan bahwa Efisiensi Biaya berpengaruh berlawanan arah terhadap Niat Melakukan Pinjaman. Hal ini berarti semakin tinggi Efisiensi Biaya maka cenderung dapat meningkatkan Niat Melakukan Pinjaman



pada Konsumen *FintechP2P Lending* di Indonesia. Hal ini menunjukkan kepercayaan responden bahwa mereka dapat menggunakan berbagai layanan keuangan dengan biaya rendah ketika mereka menggunakan *Fintech P2P lending*. Hal ini juga menandakan bahwa *Fintech P2P lending* hingga saat ini sudah mampu meningkatkan efisiensi biaya yang benar-benar bisa dirasakan oleh Masyarakat.

3. Pengujian Durasi Pinjaman ( $X_3$ ) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Niat Melakukan Pinjaman ( $Y$ ). Koefisien jalur pada variabel Durasi Pinjaman bernilai positif mengindikasikan bahwa Durasi Pinjaman berpengaruh positif terhadap Niat Melakukan Pinjaman. Hal ini berarti semakin tinggi Durasi Pinjaman maka cenderung dapat meningkatkan Niat Melakukan Pinjaman pada Konsumen *FintechP2P Lending* di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh beberapa alasan yaitu, *Fintech P2P lending* menawarkan waktu pinjaman sesuai keinginan responden sehingga responden mudah menyesuaikan dengan kemampuan finansial mereka, serta *Fintech P2P lending* menawarkan durasi pinjaman yang fleksibel daripada pembiayaan tradisional.
4. Pengujian pengaruh interaksi antara Kemudahan Akses Pinjaman ( $X_1$ ) dan Risiko Pinjaman ( $M$ ) terhadap Niat Melakukan Pinjaman ( $Y$ ) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan interaksi antara Kemudahan Akses Pinjaman dan Risiko Pinjaman terhadap Niat Melakukan Pinjaman. Koefisien jalur mengindikasikan bahwa variabel Risiko Pinjaman mampu memperkuat pengaruh Kemudahan Akses Pinjaman terhadap Niat Melakukan Pinjaman. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel Risiko Pinjaman mampu memoderasi pengaruh Kemudahan Akses Pinjaman terhadap Niat Melakukan Pinjaman pada Konsumen *FintechP2P Lending* di Indonesia.
5. Pengujian pengaruh interaksi antara Efisiensi Biaya ( $X_2$ ) dan Risiko Pinjaman ( $M$ ) terhadap Niat Melakukan Pinjaman ( $Y$ ) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan interaksi antara Efisiensi Biaya dan Risiko Pinjaman terhadap Niat Melakukan Pinjaman. Koefisien jalur mengindikasikan bahwa variabel Risiko Pinjaman mampu memperkuat pengaruh Efisiensi Biaya

terhadap Niat Melakukan Pinjaman. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel Risiko Pinjaman mampu memoderasi pengaruh Efisiensi Biaya terhadap Niat Melakukan Pinjaman pada Konsumen *Fintech P2P Lending* di Indonesia.

6. Pengujian pengaruh interaksi antara Durasi Pinjaman ( $X_3$ ) dan Risiko Pinjaman ( $M$ ) terhadap Niat Melakukan Pinjaman ( $Y$ ) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan interaksi antara Durasi Pinjaman dan Risiko Pinjaman terhadap Niat Melakukan Pinjaman. Koefisien jalur mengindikasikan bahwa variabel Risiko Pinjaman mampu memperkuat pengaruh Durasi Pinjaman terhadap Niat Melakukan Pinjaman. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel Risiko Pinjaman mampu memoderasi pengaruh Durasi Pinjaman terhadap Niat Melakukan Pinjaman pada Konsumen *Fintech P2P Lending* di Indonesia.

## 5.2 Saran

Terlepas dari kontribusi yang diberikan penelitian ini, dalam rangka penyempurnaan lebih lanjut. Peneliti bermaksud menyampaikan beberapa saran baik untuk perusahaan, maupun bagi peneliti selanjutnya agar penelitian ini dapat berkembang yang di jelaskan sebagai berikut:

- Saran Untuk Perusahaan

Untuk meningkatkan profit penjualan perusahaan dan menjaga agar peminjam di perusahaan *Fintech P2P Lending* di Indonesia, hendaknya perusahaan mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumennya. Hal ini disebabkan terdapat fenomena bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi pengambilan keputusan saat orang memiliki niat melakukan peminjaman di *Fintech P2P Lending* di Indonesia. Selain itu semakin banyaknya bermunculan *Fintech P2P Lending* di Indonesia yang diiringi semakin ketatnya persaingan antar perusahaan *Fintech P2P Lending*.

Perusahaan penyelenggara *Fintech P2P Lending* juga diharapkan bisa menjaga kualitas pinjaman yang disalurkan di perusahaannya, hal ini untuk tetap bisa memperkuat niat masyarakat melakukan transaksi di *Fintech P2P Lending* dimana berdasarkan penelitian ini juga tampak bahwa factor risiko pinjaman

memperkuat factor kemudahan akses, efisiensi biaya dan durasi pinjaman terhadap niat meminjam di *Fintech P2P lending*.

- **Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Penelitian ini dilakukan dari sudut pandang konsumen untuk meneliti faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk mengajukan pinjaman pada *Fintech P2P lending* di Indonesia. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian dari sisi penyelenggara *Fintech P2P lending*, sebagaimana yang terdapat dalam latar belakang penelitian ini juga di temukan data NPL di industry *Fintech P2P lending* mengalami trend peningkatan dan bahkan lebih tinggi dari industry perbankan yang lebih dulu beroperasi dan dikenal di masyarakat. Selain itu pada penelitian berikutnya diharapkan bisa juga dilakukan metode kualitatif agar hasil penelitiannya dapat digeneralisasi dengan baik oleh penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, L., & Handayani, T. (2018). Financial Technology: Legal Challenges for Indonesia Financial Sector. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 175(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/175/1/012204>
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Annas, M., & Edwin, E. (2023). Understanding Consumer Online Purchase Intention Analyzed From Perceived Risk. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 3(01), 610–631.
- B, S. D., Nigalye, A., & Mahajan, J. (2022). *Adoption Factors of P2P Lending in India* (Vol. 1). Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-080-0>
- Bank Indonesia (BI). (2018). *Mengenal Financial Technology*. Bank Indonesia.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). Research methods for business: A skill building approach. In *Long Range Planning* (Vol. 26, Issue 2). John Wiley & Sons. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(93\)90168-f](https://doi.org/10.1016/0024-6301(93)90168-f)
- Chen, C. W. S., Dong, M. C., Liu, N., & Sriboonchitta, S. (2019). Inferences of default risk and borrower characteristics on P2P lending. *North American Journal of Economics and Finance*, 50(October 2018), 101013. <https://doi.org/10.1016/j.najef.2019.101013>
- Chin, K. Y., Zakaria, Z., Purhanudin, N., & Pin, C. T. (2021). A Paradigm of TAM Model in SME P2P Financing. *International Journal of Economics and Management*, 15(3), 397–414.
- Dai, M., Liu, Q., & Serfes, K. (2014). Is the effect of competition on price dispersion nonmonotonic? Evidence from the US airline industry. *Review of Economics and Statistics*, 96(1), 161–170.
- Darwin. (2023). *Seperti Apa Perkembangan Peer to Peer Lending di Indonesia?* Julo.Co.Id.
- Dietrich, A., & Wernli, R. (2020). Determinants of Interest Rates in the P2P Consumer Lending Market: How Rational are Investors? *ArXiv*, March, 0–2.

- Dorfleitner, G., Hornuf, L., Schmitt, M., & Weber, M. (2017). FinTech in Germany. *FinTech in Germany*, 1–121. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-54666-7>
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human Computer Studies*, 59(4), 451–474. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00111-3](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00111-3)
- Feyen, Erik H.B.; Natarajan, Harish; Saal, M. (2022). *Fintech and the Future of Finance - Overview (English)*. Washington, D.C.: World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/099450005162250110/P17300600228b70070914b0b5edf26e2f9f>.
- Gobel, M. (2013). Analisis Efisiensi Biaya Operasional Melalui Pengelolaan Tunjangan Makan dan Jaminan Pemeliharaan Kesehatan pada Perusahaan Jasa Outsourcing. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1868–1878. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Gusti, I. M., Gayatri, S., & Prasetyo, A. S. (2021). Pengaruh umur, tingkat pendidikan dan lama bertani terhadap pengetahuan petani tentang manfaat dan cara penggunaan kartu tani di Kecamatan Parakan, Kabupaten Temanggung. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 19(2), 209–221.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Hair, Black, Babin, Anderson.pdf (p. 761).
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 30(1), 514–538.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). Consumer Behaviour: Building Marketing Strategies. In *McGraw-Hill*.
- Hughes, J. P., Jagtiani, J., & Moon, C. G. (2022). Consumer lending efficiency: commercial banks versus a fintech lender. *Financial Innovation*, 8(1), 1–39. <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00326-1>
- Hussain, S., Guangju, W., Jafar, R. M. S., Ilyas, Z., Mustafa, G., & Jianzhou, Y. (2018). Consumers' online information adoption behavior: Motives and antecedents of electronic word of mouth communications. *Computers in Human Behavior*, 80, 22–32. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.09.019>
- Johnson, S., Ashta, A., & Assadi, D. (2010). Online or offline? the rise of “peer-to-peer” lending in microfinance. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 8(3), 26–37. <https://doi.org/10.4018/jeco.2010070103>
- Julia, K. (2022). Financial Technology (Fintech): Its Uses and Impact on Our Lives. <https://www.investopedia.com/>.
- Khayatun, S., & Sari, C. T. (2021). The Effect Of Principle 5 C On Understanding Of Credit At The Head Office Of Pt Bpr Bkk Pati (Perseroda) Pati Regency Pengaruh Prinsip 5 C Terhadap Pemahaman Kredit Pada Kantor Pusat Pt Bpr Bkk Pati (Perseroda) Kabupaten Pati. *EXCELLENT: Jurnal Manajemen, Bisnis*

- Dan Pendidikan*, 8(02), 212–220.
- Ko, H., Jung, J., Kim, J., & Shim, S. W. (2004). Cross-Cultural Differences in Perceived Risk of Online Shopping. *Journal of Interactive Advertising*, 4(2), 20–29. <https://doi.org/10.1080/15252019.2004.10722084>
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. London: Pearson.
- Kotler dan Armstrong. (2016). Principles of Marketing. *New York: Pearson International.*, 735.
- Kumar Tiwari, K., Somani Associate Professor, R., & Mohammad, I. (2020). Determinants of Loan Delinquency in Personal Loan. *International Journal of Management (IJM)*, 11(11), 2566–2575. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.11.2020.241>
- Kumra, R., Khalek, S. A., & Samanta, T. (2021). Factors Affecting BoP Producer Intention to Use P2P Lending Platforms in India. *Journal of Global Marketing*, 34(4), 328–352. <https://doi.org/10.1080/08911762.2021.1915440>
- Kuncoro, A. (2012). Globalization and innovation in Indonesia: Evidence from micro-data on medium and large manufacturing establishments. *ERIA Discussion Paper*, 9.
- Lee, D. K. C., & Teo, E. G. S. (2015). Emergence of Fintech and the Lasic Principles. *SSRN Electronic Journal, January 2015*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2668049>
- Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130–141. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2008.11.006>
- Loyalty Analysis of Mass Transportation Facilities Customers Based on Service Quality and User Satisfaction: a Case Study of Inter-City Train Customers in Indonesia. (2019). In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). iVolga Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.18551/econeurasia.2019-07>
- Mariyantini, N. L. P. N., & Putri, I. G. A. M. A. D. (2020). Pengaruh CSR dan Intellectual Capital Pada Kinerja Keuangan Perbankan. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Keuangan*, 16(1).
- McHugh, S., & Ranyard, R. (2012). Credit repayment decisions: The role of long-term consequence information, economic and psychological factors. *Review of Behavioral Finance*, 4(2), 98–112. <https://doi.org/10.1108/19405971211284880>
- McHugh, S., Ranyard, R., & Lewis, A. (2011). Understanding and knowledge of credit cost and duration: Effects on credit judgements and decisions. *Journal of Economic Psychology*, 32(4), 609–620. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.02.005>

- Menon, M. E. (2014). The relationship between transformational leadership, perceived leader effectiveness and teachers' job satisfaction. *Journal of Educational Administration*, 52(4), 509–528. <https://doi.org/10.1108/JEA-01-2013-0014>
- Nair, B. U. (2021). Online Review as a Moderator in The Association Between Risk and Purchase Intention in Online Shopping. *Journal of Tianjin University Science and Technology*, 54(10), 656–669.
- Najaf, K., Subramaniam, R. K., & Atayah, O. F. (2022). Understanding the implications of FinTech Peer-to-Peer (P2P) lending during the COVID-19 pandemic. *Journal of Sustainable Finance and Investment*, 12(1), 87–102. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1917225>
- Nguyen, C., & Pacheco, A. (2022). Confidentiality in loan credit agreements. *International Journal of Managerial Finance*, 18(2), 336–364. <https://doi.org/10.1108/IJMF-10-2020-0532>
- Omopariola, E. D., Windapo, A. O., Edwards, D. J., & Chileshe, N. (2021). Attributes and impact of advance payment system on cash flow, project and organisational performance. *Journal of Financial Management of Property and Construction*. <https://doi.org/10.1108/JFMPC-03-2021-0022>
- Overton, A. A., & MacFadyen, A. J. (1998). Time discounting and the estimation of loan duration. *Journal of Economic Psychology*, 19(5), 607–618. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(98\)00027-0](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(98)00027-0)
- Pohan, N. W. A., Budi, I., & Suryono, R. R. (2020). Borrower Sentiment on P2P Lending in Indonesia Based on Google Playstore Reviews. *Sriwijaya International Conference on Information Technology and Its Applications (SICONIAN 2019)*, 172(Siconian 2019), 17–23. <https://doi.org/10.2991/aisr.k.200424.003>
- Ribot, J. C., & Peluso, N. L. (2003). A theory of access. *Rural Sociology*, 68(2), 153–181. <https://doi.org/10.1111/j.1549-0831.2003.tb00133.x>
- Ryu, H. S. (2018a). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: The moderating effect of user type. *Industrial Management & Data Systems*, 118(3), 541–569.
- Ryu, H. S. (2018b). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: the moderating effect of user type. *Industrial Management and Data Systems*, 118(3), 541–569. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2017-0325>
- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>
- Schlager, E., & Ostrom, E. (1992). The Board of Regents of the University of Wisconsin System Property-Rights Regimes and Natural Resources: A

- Conceptual Analysis Author ( s ): Edella Schlager and Elinor Ostrom Reviewed work ( s ): Property-Rights Regimes and Natural Resources : A Concept. *Land Economics*, 68(3), 249–262.
- Sehdev, B., Raman, T. V., & Ranawat, M. (2021). Evolving strategies for the structuring of working capital loans during covid times: An analysis of select indian private sector banks. *Estudios de Economia Aplicada*, 39(12). <https://doi.org/10.25115/eea.v39i12.5580>
- Shahzad, A., Zahrullail, N., Akbar, A., Mohelska, H., & Hussain, A. (2022). COVID-19's Impact on Fintech Adoption: Behavioral Intention to Use the Financial Portal. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(10). <https://doi.org/10.3390/jrfm15100428>
- Shinta, A. (2020). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. In *Universitas Brawijaya Press. Malang*. (Vol. 9, Issue 2). Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Tindakan). In *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Suhir, M., & Imam Suyadi, R. (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).
- Suryono, R. R., Budi, I., & Purwandari, B. (2021). Detection of fintech P2P lending issues in Indonesia. *Heliyon*, 7(4), e06782. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06782>
- Sutrisno, S., Panggalo, L., Asir, M., Yusuf, M., & Cakranegara, P. A. (2023). Literature Review: Mitigasi Resiko dan Prosedur Penyelamatan pada Sistem Perkreditan Rakyat. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 1154–1167.
- Syarfi, S. M., & Asandimitra, N. (2020). Implementasi theory of planned behavior dan risk tolerance terhadap intensi investasi peer to peer lending. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 864–877.
- Tatavarthy, A. D., & Mukherjee, K. (2019). Payment methods and their effect on durable goods replacement. *Journal of Consumer Marketing*, 36(4), 484–493. <https://doi.org/10.1108/JCM-11-2017-2435>
- Trificana, J. (2022). What is fintech? 6 main types of fintech and how they work. <https://Plaid.Com/>.
- Tsai, M. S., Liao, S. L., & Chiang, S. L. (2009). Analyzing yield, duration and convexity of mortgage loans under prepayment and default risks. *Journal of Housing Economics*, 18(2), 92–103. <https://doi.org/10.1016/j.jhe.2009.02.005>
- Ueltschy, L. C., Krampf, R. F., & Yannopoulos, P. (2004). A cross- national study of perceived consumer risk towards online (internet) purchasing. *Multinational*



*Business Review*, 12(2), 59–82.

- Venkatesh; Viaswanath, & Davis; Fred D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://www.jstor.org/stable/pdf/2634758.pdf>
- Vinhal Nepomuceno, M., Laroche, M., Richard, M. O., & Eggert, A. (2012). Relationship between intangibility and perceived risk: Moderating effect of privacy, system security and general security concerns. *Journal of Consumer Marketing*, 29(3), 176–189. <https://doi.org/10.1108/07363761211221701>
- Wang, H., Kou, G., & Peng, Y. (2021). Multi-class misclassification cost matrix for credit ratings in peer-to-peer lending. *Journal of the Operational Research Society*, 72(4), 923–934. <https://doi.org/10.1080/01605682.2019.1705193>