

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI RISIKO, DAN PERSONALISASI TERHADAP MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN PEER TO PEER LENDING

Ketut Ayu Suliantini¹, Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi²

Universitas Pendidikan Ganesha; Singaraja

ayu.suliantini@undiksha.ac.id, ayurencana@undiksha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan personalisasi terhadap minat generasi Z menggunakan peer to peer lending. Penelitian ini menggunakan Technology Acceptance (TAM) adalah suatu teori yang biasa digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan penerimaan individu terhadap suatu teknologi. Penelitian ini mengambil sampel mahasiswa prodi S1 Akuntansi angkatan 2018 Fakultas Ekonomi di Universitas Pendidikan Ganesha yang telah menggunakan peer to peer lending dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan google form. Data di peroleh melalui metode Probability sampling dengan jumlah sampel sebanyak 166 responden. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26.0. Hasil pengujian hipotesis serta pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik simpulan, yaitu (1) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending, (2) persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending, (3) persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending, dan (4) personalisasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending.

Kata kunci : Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Personalisasi

Abstract

This study aims to determine the effect of perceived convenience use, perceived benefit, perceived risk, and personalization of interest Generation Z uses peer to peer lending. This research uses Technology Acceptance (TAM) is a theory commonly used to analyze and explain individual acceptance of a technology. This study took a sample of students of the 2018 S1 Accounting study program Faculty of Economics at Ganesha University of Education who has used peer to peer lending by distributing online questionnaires using google forms. The data was obtained through the probability sampling method with the number of a sample of 166 respondents. The test is carried out using SPSS version 26.0 program. The results of hypothesis testing and discussions that have been carried out can conclusions are drawn, namely (1) the perception of ease of use has a positive effect on student interest in using peer-to-peer lending, (2) perception benefits have a positive effect on student interest in using peer-to-peer lending, (3) risk perception has a negative effect on student interest using peer-to-peer lending, and (4) personalization has a positive effect on student interest in using peer-to-peer lending.

Keywords : Peer to Peer Lending, Technology Acceptance (TAM), Perception Ease of Use, Perceived Benefits, Perceived Risk, Personalization

1. PENDAHULUAN

Fintech merupakan salah satu inovasi teknologi berupa platform digital yang digunakan untuk meningkatkan operasi bisnis dan menyediakan layanan keuangan. Fintech dipandang sebagai bentuk teknologi yang akan merevolusi industri perbankan (Wonglimpiyarat, 2017). Pertumbuhan fintech di Indonesia cukup pesat, dibuktikan dengan data pertumbuhan sebesar 20% pada tahun 2016 dari jumlah keseluruhan penyelenggara fintech yang berada di ASEAN terdapat di Indonesia. Pertumbuhan fintech yang begitu pesat sejalan dengan pertumbuhan pengguna internet dan smartphone yang memungkinkan adanya potensi transformasi digital di berbagai aspek termasuk pada sektor keuangan.

Peer to peer lending atau bisa disebut p2p lending merupakan penyelenggaraan layanan

jasa keuangan yang prakteknya mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman melalui mekanisme online. Pada dasarnya p2p lending memiliki konsep yang sangat mirip dengan online market place yang menyediakan wadah sebagai tempat dipertemukan pembeli dan penjual, tetapi p2p lending mempertemukan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman. Adanya p2p lending semakin mempermudah masyarakat untuk memberikan pinjaman atau mengajukan pinjaman untuk berbagai kepentingan tanpa menggunakan jasa dari lembaga keuangan yang sah sebagai perantara. Kemudahan yang ditawarkan pada p2p lending dibandingkan dengan pelayanan perbankan masih terbatas, persyaratan dan proses pinjaman lebih cepat dan mudah pada p2p lending dibandingkan dengan lembaga perbankan yang persyaratan yang sudah ditetapkan dan sudah di atur oleh pihak bank dan proses pinjaman memerlukan waktu yang lumayan cukup lama. Masih banyak masyarakat Indonesia yang belum dilayani oleh perbankan sebab daya tarik masyarakat dengan kehadiran p2p lending. penyelenggara p2p lending pertama kali muncul pada tahun 2017 (OJK 2018), sampai dengan tahun 2020 sebanyak 149 perusahaan p2p lending yang terdaftar dan memiliki izin usaha hadir di Indonesia, dari jumlah tersebut sebanyak 35 perusahaan fintech p2p lending yang beroperasi dengan memiliki izin usaha penuh dari regulator.

Perkembangan p2p lending tidak luput dari makin maraknya perkembangan p2p lending yang illegal. Menurut OJK (2020) ada banyak perusahaan fintech p2p lending dengan ciri-ciri (1) tidak memiliki legalitas, (2) mengenakan bunga, biaya, dan denda yang sangat tinggi, (3) proses penagihan yang tidak ber etika, (4) akses data pribadi berlebihan, (5) pengaduan tidak tertangani, (6) lokasi kantor tidak jelas, (7) mengirmkan pesan singkat spam. Kasus-kasus pinjaman p2p lending sempat menjadi pemberitaan yang cukup meluas. Berdasarkan data Lembaga Bantuan (LBH) Jakarta pada tahun 2019 terdapat 4.500 aduan tentang fintech p2p lending, sementara satgas waspada investasi p2p lending melaporkan sebanyak 683 entitas p2p lending yang telah dihentikan operasinya. Pelanggaran yang dilakukan oleh p2p lending tidak hanya dilakukan oleh penyelenggara p2p lending ilegal tetapi juga dilakukan oleh p2p lending yang telah terdaftar di OJK. Sanksi berupa pemblokiran situs dan akses rekening yang dilakukan oleh OJK dinilai kurang tepat, sehingga langkah yang dilakukan selanjutnya adalah memberikan sosialisasi dan merilis daftar p2p lending yang terdaftar di OJK. OJK bekerjasama dengan AFPI (Asosiasi Fintech Pendanaan Indonesia) membentuk task force yaitu memantau pergerakan fintech ilegal melalui aplikasi fintech ilegal dan melaporkannya ke satgas waspada investasi dan bareskrim cyber crime (Kontan.co.id,2019). Upaya untuk meminimalisir terhadap resiko tersebut membuat masyarakat harus jeli memilih flatform p2p lending yang digunakan dalam melakukan peminjaman atau pembayaran (Hanny,2020).

Kehadiran fintech atau biasa yang dikenal dengan pinjaman online memang membantu banyak orang. Masyarakat yang sebelumnya kesulitan untuk mendapatkan akses kredit, kini bisa ngajuin pinjaman dalam hitungan jam. Karena kemudahannya tersebut, banyak orang yang mulai beralih ke pinjaman online. akan tetapi belakangan ini, mulai banyak aduan nasabah akan fintech yang dinilai tidak aman. Bahkan di bulan Januari 2019 banyak kasus penipuan fintech sejumlah 500 kasus, baik dari segi bunga yang terlalu besar, biaya tambahan yang tersembunyi, proses penagihan yang tidak manusiawi, biaya administrasi yang terlalu besar, dan masih banyak aduan lainnya. Dan setelah ditelusuri ternyata sebagian aduan tersebut datang dari konsumen perusahaan pinjaman online yang ilegal, yang tidak terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Aplikasi atau website pinjaman online sudah kian tersebar, bukan hanya kalangan dewasa atau karyawan namun bagi kalangan pelajar khususnya mahasiswa pun kini dapat melakukan pinjaman online. pinjaman online ini memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk membeli barang yang menjadi kebutuhan atau menjadi keinginan dari mahasiswa bahkan meminjam dalam bentuk uang. Barang-barang tersebut dapat berupa elektronik, furniture, fashion, dan yang lainnya. Pinjaman online berarti fasilitas berupa pinjaman dana oleh penyedia jasa keuangan yang dilakukan secara online. dengan persyaratan yang mudah, pinjaman online ini merupakan "kartu kredit" bagi mahasiswa, karena pada umumnya mahasiswa belum mempunyai pekerjaan dan slip gaji, sehingga persyaratan ini yang membuat mahasiswa jarang memiliki kartu kredit.

Mahasiswa yang memiliki latar belakang ekonomi yang kurang stabil, tentu sangat

membantu dengan adanya pinjaman online ini. Disamping itu, mahasiswa tidak harus bertemu dengan pemberi pinjaman secara langsung, tetapi dapat dilakukan secara online dengan memenuhi persyaratan yang ada yaitu dengan menggunakan foto KTP, foto diri dengan memegang KTP, foto Kartu Keluarga, identitas diri, dan tidak melampirkan slip gaji.

Setelah peneliti melakukan pengamatan, bahwa peneliti menemukan fenomena pada generasi Z lebih cenderung menggunakan layanan online. munculnya fintech karena adanya perubahan gaya hidup masa kini yang didominasi dengan menggunakan digitalisasi, tidak hanya itu saja generasi Z juga mendominasi dalam hal penggunaan smartphone dan internet. Maka dari itu peneliti tertarik menggunakan mahasiswa sebagai subjek penelitian, karena mahasiswa merupakan kaum intelektual yang dapat memahami, yang dapat dikatakan sadar akan adanya teknologi dan juga yang ikut merasakan laju pertumbuhan dan perubahan yang kian meningkat pada era globalisasi saat ini. Technology Acceptance (TAM) adalah suatu teori yang biasa digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan penerimaan individu terhadap suatu teknologi. Teori yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 silam menjadikan variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai alat ukur untuk menganalisis penerimaan individu terhadap penggunaan suatu teknologi. Ada teori lain yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis minat bertransaksi menggunakan fintech yaitu Theory Behavior (TPB). Teori ini dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991 yang digunakan untuk menjelaskan bahwasannya kepercayaan dan risiko dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu teknologi.

Dalam hal ini fintech tidak hanya di gunakan oleh masyarakat akan tetapi mahasiswa juga dinilai memiliki tingkat intelektual yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir, dan perencanaan dalam bertindak. Berfikir kritis dan bertindak cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa yang merupakan saling melengkapi. Maka dari itu, penulis fokus pada mahasiswa prodi Akuntansi. Hal ini dikarenakan mahasiswa prodi Akuntansi merupakan mahasiswa yang senantiasa berhubungan dengan dunia perekonomian dibandingkan dengan mahasiswa dengan prodi lainnya. Diharapkan sebagai mahasiswa akuntansi mampu menguasai perkembangan dunia di era digital ini khususnya Financial Technology (FINTECH).

Penelitian ini akan membahas dari faktor psikologis konsumen dengan menganalisis persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan personalisasi. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi bebas dari usaha, yang artinya mudah untuk digunakan. Persepsi manfaat merupakan kepercayaan seseorang akan manfaat yang timbul akibat menggunakan suatu teknologi. Persepsi risiko merupakan suatu perasaan konsumen akan ketikpastian terhadap keputusan yang dilakukannya.

Personalisasi dapat diartikan sebagai persepsi pengguna layanan yang didasarkan atas perhatian masing-masing penggunaan dan perbedaan pelayanan yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi individu. Minat merupakan keinginan seseorang secara sadar untuk melakukan suatu perilaku agar tercapainya tujuan tertentu. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan peer-to-peer lending, untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan peer-to-peer lending, untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan peer-to-peer lending, dan untuk menganalisis pengaruh persepsi personalisasi terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu sebuah metode penelitian yang bertujuan menggambarkan fenomena atau gejala sosial yang terjadi dimasyarakat saling berhubungan satu sama lain. Metode ini mendasarkan penelitian pada penyelidikan jumlah atau frekuensi suatu kejadian atau fenomena. Jenis penelitian ini dikategorikan penelitian lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mendatangi langsung tempat yang menjadi obyek penelitian. Dalam penelitian ini variabel yang akan diteliti yaitu variabel bebas

(x), yaitu persepsi kemudahan penggunaan (x1), persepsi manfaat (x2), persepsi risiko (x3) dan personalisasi (x4) sedangkan variabel terikat (y) adalah minat generasi Z menggunakan peer-to-peer lending. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder..

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui persamaan garis regresi dengan menggunakan analisis konstanta dan koefisien beta. Adapun hasil perhitungan konstanta dan koefisien beta penelitian ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1.

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Beta		
1	(Constant)	9,513		20,038	0,000
	X1	0,103	0,454	6,413	0,000
	X2	0,041	0,138	2,238	0,027
	X3	-0,038	-0,142	-3,154	0,002
	X4	0,130	0,296	4,851	0,000

Keterangan: X1 = persepsi kemudahan penggunaan, X2 = persepsi manfaat, X3 = persepsi risiko, X4 = personalisasi, dan Y = minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending.

Berdasarkan model regresi yang terbentuk, dapat diinterpretasikan hasil sebagai berikut: Konstanta 9,513 menunjukkan jika variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi manfaat (X2), persepsi risiko (X3), dan personalisasi (X4) bernilai konstan, maka variabel minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending (Y) memiliki nilai 9,513. Persepsi kemudahan penggunaan (X1) memiliki koefisien regresi 0,103. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending (Y). Hal ini menggambarkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan persepsi kemudahan penggunaan (X1) dapat meningkatkan minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending (Y) sebesar 0,103 dengan asumsi variabel independen yang lainnya tetap. Persepsi manfaat (X2) memiliki koefisien regresi 0,041. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa persepsi manfaat (X2) berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending (Y). Hal ini menggambarkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan persepsi manfaat (X2) dapat meningkatkan minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending (Y) sebesar 0,041 dengan asumsi variabel independen yang lainnya tetap.

Persepsi risiko (X3) memiliki koefisien regresi -0,038. Nilai koefisien regresi yang negatif menunjukkan bahwa persepsi risiko (X3) berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending (Y). Hal ini menggambarkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan persepsi risiko (X3) dapat menurunkan minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending (Y) sebesar 0,038 dengan asumsi variabel independen yang lainnya tetap. Personalisasi (X4) memiliki koefisien regresi 0,130. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa personalisasi (X4) berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending (Y). Hal ini menggambarkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan personalisasi (X4) dapat meningkatkan minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending (Y) sebesar 0,130 dengan asumsi variabel independen yang lainnya tetap.

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), yang ditunjukkan dengan nilai Adjusted R Square. Pada penelitian ini menggunakan nilai dari Adjusted R Square karena dianjurkan digunakan pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik (Ghozali, 2011). Hasil analisis koefisien determinasi disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2.

Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,831	0,690	0,683

Berdasarkan 2. diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,683. Hal ini menunjukkan bahwa 68,3% variabel minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan personalisasi, sedangkan 31,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji t digunakan untuk menentukan analisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan personalisasi terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending secara parsial. Adapun hasil uji t penelitian ini disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Beta		
1	(Constant)	9,513		20,038	0,000
	X1	0,103	0,454	6,413	0,000
	X2	0,041	0,138	2,238	0,027
	X3	-0,038	-0,142	-3,154	0,002
	X4	0,130	0,296	4,851	0,000

Keterangan: X1 = persepsi kemudahan penggunaan, X2 = persepsi manfaat, X3 = persepsi risiko, X4 = personalisasi, dan Y = minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending.

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka berdasarkan Tabel 3. hasil pengujian hipotesis sebagai berikut. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi uji t sebesar 0,000, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga H1 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki nilai signifikansi uji t sebesar 0,027, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga H2 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki nilai signifikansi uji t sebesar 0,002, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga H3 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending. Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa personalisasi memiliki nilai signifikansi uji t sebesar 0,000, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga H4 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa personalisasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan bahwa koefisien regresi persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,103 yang berarti bahwa apabila terdapat penambahan persepsi kemudahan penggunaan sebesar 1 satuan, maka minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending akan meningkatkan sebesar 0,103 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan mempunyai nilai signifikansi uji t sebesar 0,000. Nilai signifikansi untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan lebih kecil daripada nilai probabilitas $\alpha = 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending. Dengan demikian hipotesis pertama (H1), yaitu persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending dapat diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang

diperkenalkan oleh Davis (1989), yang mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi kemudahan penggunaan mempunyai langsung maupun dampak tidak langsung terhadap sikap seseorang dalam penggunaan teknologi. Dalam Technology Acceptance Model/ TAM yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 menunjukkan bahwa konstruk kemudahan penggunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka mereka akan menggunakannya dan sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi ini tidak mudah digunakan, maka tidak akan menggunakannya. Dalam konteks penelitian ini, persepsi kemudahan penggunaan berarti masyarakat maupun pengguna beranggapan bahwa menggunakan atau mengakses platform peer to peer lending mudah untuk dimengerti. Apabila dipersepsikan mudah dimengerti, maka platform tersebut mudah untuk digunakan. Sebaliknya, apabila dipersepsikan tidak mudah untuk dimengerti dan diakses, maka platform tersebut tidak menimbulkan minat bagi pengguna untuk menggunakannya.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nanik dan Zamrud (2016), yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan. Hasil yang sama juga diperoleh penelitian yang dilakukan oleh Yaufi Andryano (2017) bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan. Senada dengan itu, penelitian Eka (2017) juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan bahwa koefisien regresi persepsi manfaat sebesar 0,041 yang berarti bahwa apabila terdapat penambahan persepsi manfaat sebesar 1 satuan, maka minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending akan meningkatkan sebesar 0,041 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat mempunyai nilai signifikansi uji t sebesar 0,027. Nilai signifikansi untuk variabel persepsi manfaat lebih kecil daripada nilai probabilitas $\alpha = 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending. Dengan demikian hipotesis kedua (H2), yaitu persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending dapat diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989, mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh variabel persepsi kebermanfaatan. Persepsi manfaat mempunyai dampak langsung terhadap sikap seseorang dalam menggunakan teknologi. Dalam Technology Acceptance Model/TAM yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989, persepsi kebermanfaatan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan teknologi informasi. Artinya apabila seseorang menggunakan teknologi dapat mendatangkan manfaat, maka mereka akan menggunakannya. Begitupun sebaliknya jika seseorang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi kurang bermanfaat, maka tidak akan menggunakannya. Dalam konteks penelitian ini, dapat diartikan bahwa persepsi manfaat dalam Peer To Peer Lending merupakan pandangan subjektif dari masyarakat maupun pengguna platform peer to peer lending mengenai manfaat yang diperoleh dari meminjam secara online melalui peer to peer lending. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizki (2015), yang menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan. Hasil yang sama juga diperoleh penelitian yang dilakukan oleh Mega (2016), yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Senada dengan itu, penelitian Yaufi (2014) juga menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan bahwa koefisien regresi persepsi risiko sebesar -0,038 yang berarti bahwa apabila terdapat penambahan persepsi risiko sebesar 1 satuan, maka minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending akan menurunkan sebesar 0,038 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa

menggunakan peer-to-peer lending. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko mempunyai nilai signifikansi uji t sebesar 0,002. Nilai signifikansi untuk variabel persepsi risiko lebih kecil daripada nilai probabilitas $\alpha = 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending. Dengan demikian hipotesis ketiga (H3), yaitu persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending dapat diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Theory of Reasoned Action (TRA) yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980), menunjukkan bahwa perilaku dilakukan karena individual mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya (behavioral intention). Maka dalam hal ini ketika risiko menjadi tinggi, akan ada keinginan untuk menghindari menggunakannya. Sebaliknya ketika risiko rendah, akan ada keinginan untuk menggunakannya. Dalam konteks penelitian ini, persepsi risiko berarti masyarakat maupun pengguna beranggapan bahwa menggunakan peer to peer lending dapat menimbulkan risiko. Risiko tersebut timbul akibat adanya ketidakpastian dan konsekuensi akibat menggunakan peer to peer lending. Risiko tersebut dapat terdiri dari risiko finansial/ekonomi, risiko psikologi/personal, risiko performa perusahaan, dan risiko privasi.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adi (2017), yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Hasil yang sama juga diperoleh penelitian yang dilakukan oleh Mega (2016), yang menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Senada dengan itu, penelitian Rizki (2015) juga menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan bahwa koefisien regresi personalisasi sebesar 0,130 yang berarti bahwa apabila terdapat penambahan personalisasi sebesar 1 satuan, maka minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending akan meningkatkan sebesar 0,130 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel personalisasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer- to-peer lending. Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa variabel personalisasi mempunyai nilai signifikansi uji t sebesar 0,000. Nilai signifikansi untuk variabel personalisasi lebih kecil daripada nilai probabilitas $\alpha = 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel personalisasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending. Dengan demikian hipotesis keempat (H4), yaitu personalisasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending dapat diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Wolfinbarger & Gilly (2003) bahwa personalisasi diartikan sebagai persepsi penggunaan layanan yang didasarkan atas perhatian masing-masing pengguna dan perbedaan pelayanan yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi individu. Personalisasi memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan penawaran mereka untuk kebutuhan dan selera masing-masing pengguna dengan mengumpulkan data dalam berbagai bentuk dan mengadaptasi situs web sesuai dengan preferensi yang diungkapkan. Personalisasi memberikan berbagai kemudahan kepada para pengguna layanan fintech karena memudahkan mereka untuk membangun sebuah hubungan dengan pihak penyelenggara kapanpun dan dimanapun tanpa perlu memberikan informasi setiap waktu kepada pihak penyelenggara fintech. Personalisasi mengarah pada peningkatan ekspektasi kinerja dan penurunan ekspektasi upaya, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan niat untuk menggunakan layanan. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wessel & Thies (2015), yang menyatakan bahwa personalisasi berpengaruh positif terhadap intensi penggunaan teknologi.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik simpulan sebagai berikut. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending, yang ditunjukkan dengan koefisien regresi positif 0,103 dengan nilai signifikansi uji t 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending, yang ditunjukkan

dengan koefisien regresi positif 0,041 dengan nilai signifikansi uji t 0,027 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending, yang ditunjukkan dengan koefisien regresi negatif - 0,038 dengan nilai signifikansi uji t 0,002 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Personalisasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending, yang ditunjukkan dengan koefisien regresi positif 0,130 dengan nilai signifikansi uji t 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

Merujuk pada hasil penelitian diperoleh variabel persepsi kemudahan penggunaan paling dominan mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending karena memiliki Standardized Coefficients Beta paling besar di antara variabel bebas lainnya, yaitu sebesar 0,454. Oleh karena itu, persepsi kemudahan penggunaan menjadi hal utama yang harus diperhatikan. Dengan demikian, disarankan kepada pengembang fintech peer to peer lending untuk berinovasi dalam menciptakan sistem operasi pada peer-to-peer yang lebih sederhana, mudah dipahami, dan mudah digunakan oleh mahasiswa. Hal ini harus diperhatikan dalam meningkatkan minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending.

Hasil penelitian menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,683, artinya variabel minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan personalisasi sebesar 68,3%, sedangkan sisanya 31,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Oleh karena masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending, maka bagi peneliti selanjutnya disarankan agar menambahkan variabel bebas lain yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan peer-to-peer lending. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah populasi penelitian, yaitu dengan menambah jumlah mahasiswa tidak hanya yang berada di Universitas Pendidikan Ganesha saja, sehingga diperoleh hasil penelitian yang tingkat generalisasinya lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwiyanti, E. (2021). *Pengaruh Psikologis dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Melakukan Pinjaman Online melalui Peer To Peer Lending di Masa Pandemi Covid-19*. *Akuntansi*, 99-154.
- Franedy, R. (2020, Desember 30). *Daftar 149 Pinjol Resmi OJK 2020*. Retrieved Desember 30, 2020, from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com>
- Hasibuan, H. T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Financial Technology Peer To Peer Lending Syariah. *Akuntansi*, 1202- 1206.
- IKNB. (2020, Desember 11). *Penyelenggara Fintech Lending Terdaftar dan Berizin di OJK*. Retrieved Desember 11, 2020, from OJK : ojk.go.id
- Misissaifi, M. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Syariah . *Akuntansi*, 1-49.
- Poeteri, N. A. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Berinvestasi Generasi Milenial Melalui Platform Peer To Peer Lending . *Manajemen dan Akuntansi*, 265-269.
- Suci Ramadhona, d. (2019). *Fintech Peer to peer Lending Sebagai Peluang Peningkatan UMK Di Indonesia* . *Ekonomi*, 121-125.
- Zahara, H. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Penggunaan Peer To Peer Lending Fintech Oleh Pelaku UMKM Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Akuntansi*, 1-3
- Joan Leoni, Tony Sitinjak. (2019). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay*. *Jurnal Manajemen* Vol 8 No 2 ISSN: 2089- 3477
- Aini, R. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan FinancialTechnology (Fintech) (studi kasus pada mahasiswa S1 FEBI UIN Raden Fatah Palembang)* . *Akuntansi*, 1-83.
- Risa Pratiwi, D. M. (2018). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Fitur Terhadap Minat Penggunaan E-Money (Studi Kasus Pada Penggunaan E-Money Kota Palembang)*. *Akuntansi*, 1-80.

- Devi Rahayu Andista, R. S. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Pengguna Dalam Penggunaan Finansial Teknologi Pinjaman Online. *IRWNS* , 1228-1229.
- I Dewa Ayu Rizky Pradnyani Marranitha, I. B. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Selisih Bunga Kredit Dengan Bank Konvensional, Dan Kemudahan Proses Kredit Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Layanan Fintech Berbasis Pinjaman Online (Studi Kasus Di PTN dan PTS Provinsi Bali). *Information Technology* , 44-49.
- Jumaizah. (2020). Alasan Penggunaan Pinjaman Online Ilegal Beserta Dampaknya (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Jemur Wonosari). *Akuntansi* , 1- 83.
- Keuang, O. J. (2022, January 7). *Penyelenggara Fintech Lending Berizin Di OJK*. Dipetik January 7, 2022, dari Otoritas Jasa Keuangan: <http://www.ojk.go.id>
- Sentosa, A. (2021). Peran Otoritas Jasa Keuangan Dalam Pengawasan Pinjaman Online. *Akuntansi* , 22-24.
- Wulandari, D. N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Meminjam Dana Online. *Akuntansi* , 1-12.