

PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MELAKUKAN PINJAMAN PADA *FINTECH PEER-TO-PEER LENDING* (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng)

¹Putu Satya Dadi Saputra, ²Ni Luh Gede Erni Sulindawati

Jurusan Ekonomi dan Akuntansi
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

e-mail: satyadadi17@gmail.com, erni.sulindawati@undiksha.ac.id,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan persepsi risiko terhadap minat penggunaan *peer-to-peer lending* pada UMKM di Kabupaten Buleleng. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh pelaku UMKM sektor Perdagangan di Kabupaten Buleleng. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 UMKM Sektor Perdagangan di Kabupaten Buleleng yang mengetahui terkait aplikasi pinjaman *online*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert. Analisis data digunakan dengan analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam melakukan pinjaman pada *fintech lending* yang terdaftar di OJK; (2) Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam melakukan pinjaman pada *fintech lending* yang terdaftar di OJK; (3) Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam melakukan pinjaman pada *fintech lending* yang terdaftar di OJK.

Kata kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Risiko, dan *Fintech Peer-to-Peer Lending*

Abstract

The purpose of this study was to examine the effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived risk on interest in using peer-to-peer lending in MSMEs in Buleleng Regency. This research is a study using a quantitative approach. The population of this study consisted of all MSME players in the Trade sector in Buleleng Regency. Sampling was carried out using non-probability sampling with purposive sampling technique. The number of samples used in this study were 100 MSMEs in the Trade Sector in Buleleng Regency who knew about online loan applications. The data used in this study are primary data collected through questionnaires using a Likert scale. The results of this study indicate that (1) Perceived Ease of Use has a positive and significant effect on MSME interest in making loans to fintech lenders registered with the OJK; (2) Perceived Usefulness has a positive and significant effect on MSME interest in making loans to fintech lenders registered with the OJK; (3) Perceived Risk has a negative and significant effect on MSME interest in making loans to fintech lenders registered with the OJK.

Keywords : *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, and Fintech Peer-to-Peer Lending*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia perbankan semakin hari semakin berkembang pesat. Terbentuknya *fintech* sangat didorong atas faktor krisis keuangan yang menimbulkan erosi kepercayaan penggunaannya. Nasabah bank banyak mengeluhkan terkait sistem perbankan yang akhirnya mendorong inovasi keuangan sehingga *fintech* hadir untuk berkompetisi dalam menawarkan layanan baru dengan biaya yang lebih rendah melalui aplikasi seluler yang memadai (Raharjo, 2021). Saat ini, lembaga jasa keuangan di Indonesia telah mengadopsi inovasi *fintech* dalam berbagai sektor meliputi layanan perbankan digital, pembiayaan dan investasi, serta asuransi (Sudaryo dkk., 2020).

Pada tahun 2016 Otoritas Jasa Keuangan mengeluarkan peraturan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016 mengenai Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI). *Peer-to-peer lending fintech (financial technology)* adalah bentuk pinjaman *online* yang menghubungkan peminjam individu atau bisnis kecil secara langsung dengan investor atau pemberi pinjaman, tanpa melibatkan lembaga keuangan tradisional seperti bank. Pertumbuhan *fintech P2P lending* saat ini makin berkembang pesat dan mudah diakses oleh masyarakat yang masih sulit mendapatkan pinjaman dana dan bagi para pelaku UMKM yang membutuhkan modal untuk pengembangan bisnisnya. Tidak hanya para pebisnis UMKM, terdapat juga *fintech P2P lending* yang memberikan akses pinjaman bagi mereka yang membutuhkan dana untuk pendidikan dan perawatan kesehatan dengan standarnya masing-masing, mulai dari kelayakan kredit pinjaman, nominal dan tenor pinjaman, suku bunga, hingga tingkat keamanan.

Minat pinjaman pada P2P melaju sangat pesat dan cukup tinggi di daerah Bali. Pada bulan Mei 2023 merupakan suatu puncak dimana jumlah akun peminjam yang menggunakan P2P di daerah Bali mencapai 191.934 akun dengan total pinjaman 307,29 miliar. Dilansir dari OJK pada bulan Februari 2022

outstanding pinjaman pada sektor UMKM perseorangan mencapai Rp 8.523,83 miliar dan pada Mei 2023 *outstanding* pinjaman pada sektor UMKM mencapai Rp15.629,80 miliar artinya terjadi peningkatan hampir 2 kali lipat atau setara dengan 83,35%. *Fintech* adalah inovasi pada jasa keuangan atau finansial. Respon masyarakat akan keberadaan *financial technology* ini cukup baik, terlihat dari semakin berkembangnya perusahaan *fintech* yang ada di Indonesia (Harahap et al., 2017).

Namun, dibalik peningkatan tersebut terjadi fenomena yang berbanding terbalik dengan peningkatan tersebut yaitu pinjaman *online* ilegal. Namun, dibalik peningkatan tersebut terjadi fenomena yang berbanding terbalik dengan peningkatan tersebut yaitu pinjaman *online* illegal. Banyaknya pelanggaran yang dilakukan oleh pinjol ilegal yang tidak memiliki izin Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dinilai telah merusak reputasi industri teknologi finansial pinjaman (*fintech lending*) secara keseluruhan sehingga sangat meresahkan masyarakat dan juga merugikan negara dimana negara akan kehilangan potensi penerimaan pajak (Fanny Novika et al., 2022).

Jumlah pengaduan kasus pinjol (Pinjaman *Online*) dari tahun 2019 hingga 2021 terdapat 19.711 pengaduan yang terdiri dari 47,03% pelanggaran berat dan 52,97% pelanggaran ringan atau sedang. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat, ada 3.903 aduan masyarakat terkait pinjaman *online* alias pinjol ilegal sejak 1 Januari hingga 29 Mei 2023. Meningkatnya aktivitas penggunaan pinjaman pada P2P sangat erat kaitannya dengan minat penggunaan P2P sebagai sarana peminjaman uang oleh Masyarakat khususnya UMKM. Hal ini ditunjukkan dari data akumulasi peminjaman pada P2P dan rekening peminjam semakin banyak setiap bulannya. Sampai saat ini *fintech payment* dan *fintech lending* adalah yang paling menonjol diminati oleh masyarakat Indonesia, karena kebutuhan pendanaan yang terus meningkat akan tetapi tidak semua kebutuhan tersebut dipenuhi oleh

lembaga keuangan konvensional (Wajuba dkk., 2021).

Buleleng merupakan kabupaten terluas di Bali yaitu dengan luas wilayah 1.365,88 km² dengan persentase 24, 23% terhadap luas Provinsi Bali (BPS, 2020). Perkembangan UMKM yang ada di Kabupaten Buleleng berkembang cukup pesat. Sektor UMKM dapat menjadi penopang perekonomian, sehingga dengan meningkatnya jumlah UMKM tentunya dapat memberikan kontribusi dalam perekonomian, khususnya pada penyerapan tenaga kerja (BPS, 2020). Kepala Bidang Pengembangan Usaha Mikro (PUM) Kabupaten Buleleng juga menyampaikan jumlah sektor UMKM yang paling tinggi adalah UMKM Sektor Perdagangan dengan jumlah 48.043 atau setara dengan 72,39% dari Jumlah keseluruhan UMKM.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang menjelaskan dampak dari variabel-variabel eksternal terhadap kepercayaan internal pribadi dan sikap individu yang kemudian akan berdampak pada minat individu untuk menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Teori ini digunakan karena adanya faktor-faktor persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*), persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) mampu untuk memprediksi minat pengguna juga dapat memperkirakan perilaku pengguna dalam menerima suatu teknologi.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan menggunakan pinjaman *online* adalah *Perceived ease of use* atau persepsi kemudahan. Menurut (Davis, 1989). *Perceived ease of use* atau persepsi kemudahan didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan individu yang menggunakan teknologi baru akan bebas dari usaha yang keras. Menurut Wahyuningtyas & Widiastuti (2017) *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) akan berdampak kepada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi tersebut. *Perceived ease of use* ditandai dengan sejauh mana seorang konsumen percaya bahwa Kemudahan dalam

penggunaan suatu sistem mampu meningkatkan minat penggunaan dan pembelajaran fitur-fitur yang mendukung sistem tersebut.

H1: Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam melakukan pinjaman pada *fintech lending* yang terdaftar di OJK.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi minat menggunakan *fintech peer to peer lending* adalah *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan. Menurut Venkatesh dkk., (2000) persepsi kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*). Persepsi kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) juga diartikan bahwa jika seseorang merasa sistem tersebut mudah digunakan maka sistem tersebut berguna bagi mereka (Fitriana & Wingdes, 2017). Pengguna atau UMKM yang telah merasakan manfaat dari sistem layanan *peer to peer lending* bagi usahanya, menumbuhkan keyakinan bahwa sistem itu sangat membantu dalam usaha yang dijalankannya. Semakin sering pengguna atau UMKM mendapatkan manfaat kegunaan sistem layanan maka semakin mendorong tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem layanan, karena dengan banyaknya testimoni yang positif dari pengguna mengenai manfaat yang diterima semakin menambah rasa kepercayaan dalam sistem tersebut (Kurniawan et al., 2019).

H2: Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam melakukan pinjaman pada *fintech lending* yang terdaftar di OJK.

Risiko merupakan sebuah ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak dapat meramalkan konsekuensi dimasa yang akan datang atas keputusan yang mereka lakukan (Schiffman et al., 2000). Teori TAM menurut Kit Lui dkk., (2003) menjelaskan bahwa Risiko dalam menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kepercayaan. Berkaitan dengan penggunaan suatu teknologi, teori tersebut menjelaskan bahwa Risiko akan muncul ketika individu kurang percaya dengan sistem tersebut sehingga minat individu untuk menggunakan sistem tersebut

menurun. Sebaliknya, jika individu merasa percaya dengan sistem tersebut, maka Risiko yang muncul ketika menggunakan sistem tersebut rendah (Yuniarti, 2019). Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan pinjaman *online* kredivo (Ramandhika, 2023).

H3: Persepsi Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat dalam melakukan pinjaman pada *fintech lending* yang terdaftar di OJK.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Buleleng, Bali yakni pada pelaku usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data sekunder dan data primer. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari literatur lain sedangkan data primer merupakan data yang didapatkan langsung dari subjek penelitian. Data primer dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner agar mendapatkan informasi secara langsung dari pelaku UMKM. Kuesioner tersebut akan akan disebarakan secara daring menggunakan *whatsapp* atau secara luring dengan datang langsung ke tempat usaha. Pengumpulan jawaban responden ini berpatokan pada metode yang dikembangkan oleh likert yaitu skala likert.

Populasi dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM Sektor Perdagangan di Kabupaten Buleleng yakni sebanyak 48.043 UMKM berdasarkan data Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng. Sampel penelitian ini dipilih

menggunakan metode *non-probability* dengan teknik *purposive sampling*. Kriteria pemilihan sampel yang dituju yaitu UMKM dengan klasifikasi UMKM Perdagangan di Kabupaten Buleleng dan mengetahui terkait aplikasi pinjaman *online*. Pemilihan kriteria tersebut karena mayoritas pinjaman kredit UMKM lebih banyak tersalur untuk sektor perdagangan. Pendapatan harian tetap pelaku usaha sektor perdagangan diartikan bahwa mereka memiliki kemampuan mengembalikan pinjaman Kredit UMKM tepat waktu dan tepat jumlah (Samudra & Suman, 2019). Mengingat penelitian ini memiliki keterbatasan waktu dan biaya, maka penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Total jumlah sampel yang terlibat dalam penelitian ini adalah 100 UMKM Perdagangan yang ada di Kabupaten Buleleng.

Variabel dependen di dalam kajian studi ini yakni minat penggunaan P2P pada UMKM di Kabupaten Buleleng (Y), sementara variabel independennya terdiri dari persepsi kemudahan (X1), persepsi kegunaan (X2), dan persepsi risiko (X3). Menurut Sugiyono (2017) Metode analisis data yang dipergunakan pada studi ini bila terdapat lebih dari dua variabel adalah regresi linier berganda menggunakan SPSS 25. Uji yang dilakukan yaitu uji *validitas*, uji *reliabilitas*, dan uji asumsi klasik berupa Uji *normalitas*, *multikolinearitas*, dan *heteroskedastisitas*. Regresi linier berganda, uji t, uji F untuk mengevaluasi kelayakan model, dan koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Analisis Deskriptif Statistik

<i>Descriptive Statistics</i>					
	<i>N</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Persepsi Kemudahan (X1)	100	18	42	33.60	3.987
Persepsi Kegunaan (X2)	100	8	28	23.65	3.724
Persepsi Risiko (X3)	100	9	24	12.77	2.313
Minat Penggunaan P2P (Y)	100	4	15	11.56	1.930
Valid N (listwise)	100				

Sumber: *Output SPSS*, Data primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 1 seluruh variabel penelitian menunjukkan nilai standar

deviasi lebih besar dari nilai rata-rata (*mean*) yaitu variabel persepsi

kemudahan, persepsi kegunaan, persepsi risiko, dan minat penggunaan P2P. Hal ini mengandung arti bahwa sebaran data variabel dalam penelitian ini merata, yang menunjukkan bahwa variasi antara data satu dengan data lainnya tidak terlalu besar atau terlalu kecil.

Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengevaluasi apakah variabel independen dan dependen dalam model regresi memiliki distribusi yang normal, sesuai dengan (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, hasil uji statistik *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test* menunjukkan nilai signifikansi $0,200 \geq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data pada semua unit analisis berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui korelasi antar variabel bebas dalam model regresi digunakan uji *multikolinearitas*. Variabel independen dalam model tidak boleh terkait satu sama lain. Model regresi efektif jika variabel independen tidak berkorelasi satu sama lain (Ghozali, 2018). Nilai *Tolerance and Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa nilai tolerance semua variabel bebas lebih besar dari 0.1, dan

nilai VIF dari semua variabel bebas lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian *heteroskedastisitas* pada penelitian ini diuji dengan menggunakan uji *spearman's rho*. Berdasarkan hasil uji diketahui bahwa nilai residual absolut variabel independen dari Persepsi Kemudahan (X1) $0,429 > 0,05$, selanjutnya Persepsi Kegunaan (X2) $0,229 > 0,05$, dan Persepsi Risiko (X3) $0,493 > 0,05$. Temuan pengujian ini menunjukkan, nilai residual absolut variabel independen lebih dari 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas atau model regresi bersifat *homoskedastisitas*.

Analisis Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi, dapat dipahami bagaimana garis regresi berinteraksi menggunakan analisis konstanta dan beta. Hasil pengujian konstanta dan koefisien beta dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.369	1.811		4.621	0.000
	Persepsi Kemudahan	0,092	0,029	0,190	3.163	0,002
	Persepsi Kegunaan	0,198	0,048	0,383	4.171	0,000
	Persepsi Risiko	-0,359	0,069	-0,430	-5.168	0,000

a. *Dependent Variable: Minat Penggunaan P2P*

Sumber: *Output SPSS, Data primer diolah, 2024*

Berdasarkan pada tabel 2 bisa diperhatikan bahwasanya nilai konstanta (nilai α) sebesar 8.369, Persepsi Kemudahan (nilai β_1) sebesar 0,190, Persepsi Kegunaan (nilai β_2) sebesar 0,383, dan Persepsi Risiko (nilai β_3) sebesar -0,430. Dengan demikian didapat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 8.369 + 0,190 X_1 + 0,383 X_2 + -0,430 X_3 + e$$

Uji t

Uji statistik t umumnya mengukur sejauh mana variabel *independent* dengan individu berkontribusi di dalam menjelaskan variasi variabel *dependent*. Uji ini dilaksanakan melalui taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dalam mengambil keputusan, bila hasil

signifikansi (sig) < 0,05, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y. Sebaliknya, jika nilai sig > 0,05, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

Uji F Kelayakan Model

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	275.884	3	91.961	95.177	.000 ^b
	Residual	92.756	96	.966		
	Total	368.640	99			

a. *Dependent Variable*: Minat Penggunaan P2P (Y)

b. Predictors: (*Constant*), Persepsi Risiko (X3), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kegunaan (X2)

Sumber: *Output SPSS*, Data primer diolah, 2024

Model regresi dinyatakan layak apabila memiliki nilai signifikansi $F < 0.05$. Nilai signifikansi uji F adalah $0,000 < 0,05$, sesuai Tabel 3 Hal ini pun membuktikan model regresi yang dipergunakan pada studi ini dianggap cocok, yang membuktikan bahwasanya variabel independen cukup dapat menguraikan variabel dependen, sehingga memungkinkan untuk terus menggunakan model regresi.

Kelayakan model regresi linier sebagai alat analisis yang secara bersama-sama mengevaluasi dampak dari variabel *independent* dan *dependent* akan ditentukan dengan menggunakan *Fisher's Statistical Test* (F). Uji statistik F yang terdapat pada tabel ANOVA digunakan untuk uji ini.

Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melaksanakan pengukuran sampai dimana keahlian model mampu menjelaskan variasi variabel independen, yang tercermin dalam nilai *Adjusted R Square*.

Tabel 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 ^a	.748	.741	.983

a. Predictors: (*Constant*), Persepsi Risiko (X3), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kegunaan (X2)

b. *Dependent Variable*: Minat Penggunaan P2P (Y)

Sumber: *Output SPSS*, Data primer diolah, 2024

Berdasarkan data yang tercantum dalam Tabel 4 ditemukan bahwa nilai koefisien determinasi adalah 0,748. Hal ini mengindikasikan bahwa sebesar 74,8% variasi dalam variabel Minat Penggunaan P2P pada UMKM di Kabupaten Buleleng bisa dipaparkan melalui variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Risiko yang diteliti, sedangkan 25,2% sisanya disebabkan oleh aspek lainnya di luar lingkup penelitian ini.

PEMBAHASAN

Hasil uji hipotesis pertama berkaitan dengan pengaruh persepsi kemudahan bagi minat penggunaan pinjaman *online* untuk pembiayaan usaha bagi UMKM di Kabupaten Buleleng menunjukkan temuan sebagai berikut: nilai t hitung sebesar $3,163 > t$ tabel 1.983. Nilai probabilitas signifikansi t senilai $0,002 < 0,05$ dan koefisien B memiliki nilai positif sebesar 0,190. Maka dapat ditarik kesimpulan

bahwasannya variabel persepsi kemudahan (X1) menyumbangkan pengaruh positif signifikan terhadap variabel minat penggunaan P2P (Y) sebagai salah satu sarana pembiayaan usaha bagi pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng, **H1 diterima.**

Persepsi kemudahan mempunyai pengaruh dalam membentuk minat pengguna terhadap penggunaan pinjaman *online*. Ketika pengguna merasakan bahwa proses peminjaman *online* mudah dan cepat, mereka cenderung lebih tertarik untuk menggunakan layanan tersebut. Semakin sering pengguna merasakan kemudahan akses sistem layanan *peer to peer lending* maka semakin mendorong pengguna untuk memanfaatkan sistem layanan *peer to peer lending* untuk membantu usahanya, karena dengan adanya sistem layanan *peer to peer lending* akan memberikan manfaat efektifitas dan efisiensi waktu bagi pengguna atau pelaku UMKM (Kurniawan et al., 2019). Persepsi Kemudahan mampu meningkatkan minat UMKM untuk menggunakan *platform peer to peer lending* karena *platform* tersebut memberikan fleksibilitas dalam melakukan pinjaman uang tanpa harus memikirkan jaminan dan agunan seperti lembaga peminjaman konvensional. Selain itu. Layanan *peer to peer lending* lebih fleksibel dan dapat mengalokasikan modal atau dana kepada siapa saja, dalam jumlah nilai berapa pun, secara efektif dan transparan, serta dengan bunga yang ringan (Kurniawan et al., 2019). Para pelaku UMKM juga mempertimbangkan kemudahan berinteraksi menggunakan aplikasi tersebut serta kemudahan aplikasi untuk dipelajari. Sehingga, hal ini dapat diartikan semakin mudah penggunaan teknologi informasi oleh pengguna, maka akan semakin besar manfaat yang akan diperoleh oleh pengguna akibat penggunaan teknologi (Muntianah & Astuti, 2012). *Peer to peer lending* dapat menjembatani UMKM peminjam yang layak atau *credit worthy* menjadi *bankable* dengan menyediakan pinjaman tanpa agunan.

Sejalan dengan *Theory Acceptance Model (TAM)* menegaskan bahwasanya

terdapat dampak dari variabel-variabel eksternal terhadap kepercayaan internal pribadi dan sikap individu yang kemudian akan berdampak pada minat individu untuk menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Persepsi kemudahan dalam penelitian ini merupakan suatu kepercayaan internal atau suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer atau aplikasi dapat dengan mudah dipahami. Konsep ini merujuk pada kepercayaan internal (persepsi) individu pada beberapa indikator yaitu persepsi fleksibilitas, persepsi kemudahan berinteraksi, persepsi kemudahan untuk digunakan, dan persepsi kemudahan untuk dipelajari.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nurhayani dkk., (2023) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan pinjaman *online*. Hal ini dapat diartikan bahwasannya penggunaan aplikasi pinjaman *online* atau *peer to peer lending* sangat mudah dalam menggunakannya sesuai dengan kebutuhan *borrower*. Selain itu, Suliantini & Dewi (2022) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *peer-to-peer lending*. Nurani & Susilawati (2023) Persepsi Kemudahan berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap minat dalam menggunakan *Financial Technology P2P Lending* oleh mahasiswa di Kota Bandung.

Hasil penelitian ini memiliki temuan yaitu sektor UMKM juga memiliki minat untuk menggunakan *peer-to-peer lending* sebagai sarana pembiayaan usahanya. Perusahaan *Fintech* hadir memberikan layanan pinjaman modal bagi UMKM dengan proses pengajuan yang lebih sederhana dibandingkan lembaga keuangan konvensional seperti bank tanpa perlu menyerahkan jaminan dan cukup melengkapi beberapa persyaratan dokumen saja, layanan pinjaman *online* ini menjadi alternatif dari pinjaman konvensional bank atau perusahaan pinjaman lainnya (Muzdalifa dkk, 2018).

Hasil uji hipotesis pertama berkaitan dengan pengaruh persepsi kegunaan bagi minat penggunaan pinjaman *online* untuk

pembiayaan usaha pada UMKM di Kabupaten Buleleng menunjukkan temuan sebagai berikut: nilai t hitung sebesar $4,171 > t$ tabel $1,983$. Nilai probabilitas signifikansi t senilai $0,000 < 0,05$ dan koefisien B memiliki nilai positif sebesar $0,383$. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya variabel persepsi kegunaan (X_2) menyumbangkan pengaruh positif signifikan terhadap variabel minat penggunaan P2P (Y) sebagai salah satu sarana pembiayaan usaha bagi pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng, **H2 diterima**.

Persepsi kegunaan mempunyai pengaruh dalam membentuk minat pengguna terhadap penggunaan pinjaman *online*. Persepsi kegunaan memiliki peran penting dalam membentuk minat penggunaan *Peer-to-peer lending*, terutama dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM seringkali dihadapkan pada tantangan finansial dalam mengakses pinjaman dari lembaga keuangan tradisional. P2P *lending* hadir sebagai alternatif yang menjanjikan kemudahan akses ke modal tanpa melibatkan proses yang rumit. Ketika pelaku UMKM percaya bahwa *platform P2P lending* dapat memberikan solusi nyata untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka, minat untuk menggunakan layanan tersebut akan meningkat. Persepsi kegunaan mampu meningkatkan minat UMKM untuk menggunakan *platform peer to peer lending* karena *platform* tersebut memberikan efisiensi bagi penggunanya baik dari biaya proses peminjaman dan waktu dalam proses transaksi. Selain itu, penggunaan *peer to peer lending* dapat membuat peminjaman uang lebih efektif dan lebih mudah dalam melakukan peminjaman uang. Persepsi kegunaan juga memberikan kegunaan dalam meningkatkan kinerja dan menjawab kebutuhan informasi. Individu akan menggunakan sistem tersebut jika individu tersebut percaya dan paham mengenai manfaat atau kegunaan yang baik atas penggunaan sistem tersebut. Asumsinya jika pengguna mempercayai dan memahami jika sistem tersebut berguna maka pengguna akan menggunakannya, tetapi sebaliknya jika

pengguna tidak percaya dan tidak paham jika sistem tersebut berguna maka pengguna pasti tidak akan menggunakan sistem tersebut (Yuniarti, 2019).

Sejalan dengan *Theory Acceptance Model (TAM)* menegaskan bahwasanya terdapat dampak dari variabel-variabel eksternal terhadap kepercayaan internal pribadi dan sikap individu yang kemudian akan berdampak pada minat individu untuk menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989). Dalam konteks penelitian ini, persepsi kegunaan berarti masyarakat maupun pengguna beranggapan bahwa menggunakan atau mengakses *platform peer to peer lending* sangat berguna dan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka dalam melakukan tugas-tugas tertentu. Apabila dipersepsikan efisien, efektif, dan meningkatkan kinerja maka *platform* tersebut mudah untuk digunakan maka akan menimbulkan minat bagi penggunanya. Sebaliknya, apabila dipersepsikan tidak efisien, efektif, dan meningkatkan kinerja, maka *platform* tersebut tidak menimbulkan minat bagi pengguna untuk menggunakannya (Suliantini & Dewi, 2022). Semakin sering pengguna atau UMKM mendapatkan manfaat kegunaan sistem layanan maka semakin mendorong tingkat kepercayaan pengguna terhadap sistem layanan, karena dengan banyaknya testimoni yang positif dari pengguna mengenai manfaat yang diterima semakin menambah rasa kepercayaan dalam sistem tersebut (Kurniawan et al., 2019).

Penelitian ini didukung oleh penelitian Nurul & Ningrat (2019) bahwa keputusan untuk menggunakan produk investasi *fintech* yang berbasis syariah dipengaruhi karena adanya kegunaan atau manfaat yang melekat pada teknologi tersebut. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku dalam mengadopsi *financial technology (fintech)*. Layanan *financial technology (fintech)* memungkinkan pengguna untuk memperoleh informasi yang relevan tentang perusahaan secara efisien, mudah, dan cepat atau melakukan transaksi secara real-time dan tanpa batasan waktu dan lokasi, maka niat berperilaku positif pengguna terhadap

penggunaan layanan *fintech* akan meningkat. Selain itu, penelitian Laksana dkk., (2015) bahwa persepsi kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap kepercayaan (*trust*).

Hasil temuan penelitian Yuniarti, (2019) menyatakan bahwasannya persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *Fintech Peer to peer Lending* tidak sesuai dengan penelitian ini. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori TAM. Teori TAM menurut Davis (1989) menjelaskan bahwa kegunaan merupakan sejauhmana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya.

Hasil uji hipotesis pertama terkait pengaruh persepsi risiko (X1) terhadap minat penggunaan pinjaman *online* untuk pembiayaan usaha pada UMKM di Kabupaten Buleleng menunjukkan temuan berikut: nilai t hitung senilai -5,168, nilai probabilitas signifikansi t sebanyak $0.000 < 0.05$, dan koefisien B mempunyai nilai negatif sebesar -0,430. Sehingga bisa ditarik simpulannya persepsi risiko (X3) mempunyai pengaruh negatif bagi minat penggunaan pinjaman *online* untuk pembiayaan usaha pada UMKM di Kabupaten Buleleng dan hipotesis **H3 diterima**.

Persepsi risiko dapat memainkan peran krusial dalam memengaruhi minat penggunaan *peer-to-peer lending* pada UMKM. Ketika para pelaku usaha UMKM menghadapi persepsi risiko yang tinggi terkait dengan *platform P2P lending*, hal ini cenderung memberikan dampak negatif dan menurunkan minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Persepsi risiko pada *peer-to-peer lending* dapat secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan UMKM. Adanya risiko yang ditimbulkan, kerugian yang mungkin dialami, dan anggapan bahwa produk tersebut memiliki risiko dapat menjadi hambatan utama dalam adopsi *P2P lending* di kalangan UMKM. Hal ini wajar karena selain manfaat yang dirasakan sebuah inovasi tidak lepas dari adanya Risiko. Di saat membuat keputusan tanpa mengacu informasi yang jelas akan berakibat kepada tingkat Risiko atau

ketidakpastian dalam menggunakan sebuah teknologi (Kim, 2008)

Resiko yang timbul menjadi titik sentral dalam persepsi negatif terhadap *P2P lending*. UMKM cenderung memandang risiko ini sebagai potensi ancaman terhadap keberlanjutan usaha mereka. Faktor-faktor seperti fluktuasi tingkat bunga, ketidakpastian pasar, dan risiko kredit dapat menciptakan keraguan dalam pikiran pelaku UMKM, yang mungkin lebih memilih alternatif pendanaan yang dianggap lebih stabil. Meskipun melakukan pinjaman pada *P2P* memberikan kelebihan tanpa jaminan dan agunan, ketakutan akan risiko yang harus ditanggung dalam bertransaksi pada aplikasi *P2P* tetap akan muncul.

Kerugian yang mungkin dialami oleh UMKM dapat memperkuat persepsi risiko negatif terhadap *P2P lending*. Jika UMKM mengalami kesulitan dalam memenuhi kewajiban pembayaran atau terkena dampak suku bunga yang tinggi, hal ini dapat menciptakan ketidakpercayaan terhadap keberlanjutan pendanaan melalui *platform P2P lending*. Disamping itu kerugian yang diakibatkan oleh maraknya *cybercrime* Dunia cyber yang sangat canggih memudahkan para pembobol untuk dapat melacak transaksi keuangan, sedangkan keamanan di daerah terpencil belum mencapai titik aman yang sempurna (Muzdalifa et al., 2018). Oleh karena itu, risiko tersebut akan memungkinkan mendatangkan kerugian baik bersifat materi maupun non materi.

Selain itu, adanya anggapan bahwa produk *P2P lending* memiliki risiko tinggi dapat membatasi minat pelaku UMKM. Persepsi ini dapat berkembang melalui pikiran manusia itu sendiri yang menganggap aplikasi pinjaman *online* belum cukup aman dijadikan sumber pembiayaan dan merasa data pribadi akan menjadi tidak aman. Pendapat pengusaha UMKM yang menyatakan tidak akan menggunakan jasa pembiayaan *P2P* karena khawatir bahwa mereka akan dimanfaatkan oleh pengguna jasa (penggunaan informasi pribadi karena kurangnya perhatian pada keamanan data nasabah) menuntut peran pengawasan OJK untuk melindungi nasabah. Peran ini

juga menjadi semakin dituntut karena maraknya P2P ilegal (Setyaningsih et al., 2020). Anggapan bahwa produk tersebut beresiko tinggi dapat merintangai UMKM untuk menjelajahi potensi keuntungan dan akses pendanaan yang ditawarkan oleh P2P *lending*.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Suliantini & Dewi (2022) menyatakan persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa *menggunakan peer-to-peer lending*. 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 atau ekonomi, Risiko psikologi atau personal, Risiko performa perusahaan, dan Risiko privasi. Selain itu juga didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Juanda (2020) yang menyatakan bahwa persepsi Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Namun, penelitian yang dilakukan oleh Mauludiyahwati (2017) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi Risiko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di lazada.co.id. Kemudian Yuniarti (2019) juga menyatakan bahwasannya Risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *Financial Technology Peer to peer Lending*. Kemudian Persepsi Risiko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan. Sehingga tidak sesuai dengan hasil penelitian ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan penelitian ini sebagai berikut.

1. Variabel persepsi kemudahan (X1) berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan P2P (Y). Nilai t hitung sebesar 3,163 > t tabel 1.983. Nilai probabilitas signifikansi t senilai 0,001 < 0,05 dan koefisien B memiliki nilai positif sebesar 0,190.
2. Variabel persepsi kegunaan (X2) berpengaruh positif terhadap Minat

Penggunaan P2P (Y). Nilai t hitung sebesar 4,171 > t tabel 1.983. Nilai probabilitas signifikansi t senilai 0,000 < 0,05 dan koefisien B memiliki nilai positif sebesar 0,383.

3. Variabel persepsi risiko (X3) berpengaruh negatif terhadap Minat Penggunaan P2P (Y). Nilai t hitung senilai -5,168, nilai probabilitas signifikansi t sebanyak 0.000 < 0.05, dan koefisien B mempunyai nilai negatif sebesar -0.430.

Saran yang dapat diberikan yaitu Pertama bagi pelaku UMKM harus cerdas dalam menggunakan aplikasi tersebut, meskipun minat mereka cukup tinggi akan kemudahan dan kegunaan yang diberikan, pelaku UMKM juga senantiasa meningkatkan kapabilitasnya dalam hal dunia teknologi. Kedua, bagi Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng dapat melaksanakan sosialisasi dan pelatihan mengenai pembiayaan usaha melalui aplikasi pinjaman *online*. Ketiga, bagi penulis selanjutnya sebaiknya dapat memasukkan lebih banyak variabel yang akan menaikkan koefisien determinasi untuk penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya dapat melakukan perubahan pada variabel independennya yaitu untuk meneliti Keputusan menggunakan *peer-to-peer lending* tersebut sebagai pembiayaan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2020). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Buleleng*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Buleleng. <https://bulelengkab.bps.go.id>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fanny Novika, P., Septivani, N., & Made Indra, I. P. (2022). Illegal Online Loans Become A Social Disaster For The Millenial Generation. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1174–1192.

- <http://journal.yrpiptku.com/index.php/msej>
- Fitriana, A., & Wingdes, I. (2017). Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan e-Money Indomaret Card di Pontianak. *Techno.Com*, 16(4), 401–410. <https://doi.org/10.33633/tc.v16i4.1515>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Harahap, B. A., Idham, B., Cinditya, A., Kusuma, M., & Rakhman, R. N. (n.d.). *Perkembangan Financial Technology Terkait Central Bank Digital Currency (Cbdc) Terhadap Transmisi Kebijakan Moneter Dan Makroekonomi*.
- Juanda, A. R. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Internet Banking*. Universitas Islam Negeri AR-Raniry.
- Kim. (2008). An Empirical Study On The Integrated Framework of e-CRM in Online Shopping: Evaluating the Relationships Among Perceived value, Satisfaction and Trust Based on Customer Perspective. *Journal of Elecreonis Commerce in Organization*, 6(3), 1–19.
- Kit Lui, H., Jamieson, R., & Kit, H. (n.d.). *Association for Information Systems Integrating Trust and Risk Perceptions in Business to Consumer Electronic Commerce with Technology Acceptance Model Recommended Citation Integrating Trust and Risk Perceptions in Business-to-Consumer Electronic Commerce with the Technology Acceptance Model*. <http://aisel.aisnet.org/ecis2003/60>
- Kurniawan, T. A., Wardani, D. K., & Widhayati, L. (2019). Pengaruh Keberterimaan Layanan Peer To Peer Lending Kepada Umkm Sebagai Pengguna Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 5(2), 151–160. <https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.59>
- Laksana, G. B., Siti, E., Rizki, A., & Dewantara, Y. (2015). Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol* (Vol. 26, Issue 2).
- Mauludiyahwati, S. (2017). *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Konsumen www.lazada.co.id)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>
- Nurani, N. A., & Bandung, P. N. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Financial Technology P2P Lending Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Bandung) The Effect of Perceived Ease on Students's Interest in Using Financial Technology P2P Lending During Pandemic (Case Study on Bandung City College Students) Riauli Susilawati. *Indonesian Accounting Research Journal*, 3(2), 183–193.
- Nurhayani, Tugi Prihatma, G., & Syaqqillah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pinjaman Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Serang Raya. *Jurnal Manajemen Perusahaan: JUMPA*, 1(2), 61–70. <https://doi.org/10.30656/jumpa.v1i2.6116>
- Nurul, M., & Ningrat, R. G. (2019). Adopsi Teknologi Muslim, Sikap, Dan Intensi Pembelian Produk Investasi Islam

- Menggunakan Financial Technology. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 3(2), 155–175.
<https://doi.org/10.33476/jeba.v3i2.958>
- Raharjo, B. (2021). *Fintech Teknologi Finansial Perbankan Digital No Title*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik. <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/144>
- Ramandhika, H. E. (2023). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Konsumen Dalam Menggunakan Pinjaman Online Kredivo*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Yayasan Keluarga Pahlawan Negara.
- Samudra, A. L., & Suman, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kredit UMKM Serta Dampaknya Terhadap Kemiskinan Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah*, 8, 14. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6211>
- Schiffman, G. Kanuk, L., & Lazar, L. (2000). *Perilaku Konsumen*. Pearson prentice hall.
- Setyaningsih, T., Murti, N. W., & Nugrahaningsih, P. (2020). Pembiayaan Peer-To-Peer Lending Bagi Umkm : Mengatasi Masalah Dengan Masalah? *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 2(3), 74–81.
- Siti Tutik Muntianah*, Endang Siti Astuti*, D. F. A. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Profit Universitas Brawijaya Malang*, 6(1), 1–26.
- Sudaryo, Y., Sofiati, N. A., Yosep, M. A., & Nurdiansyah, B. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia* (G. Rizky, Ed.). Anggota IKAPI.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (26th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (26 ed.).
- Suliantini, K. A., & Dewi, Gst. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Dan Personalisasi Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Peer To Peer Lending. *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 10(02), 186–194. <https://doi.org/10.23887/vjra.v10i02.50881>
- Venkatesh, V., Davis, F. D., & Walton, S. M. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*.
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion Di Facebook). *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 23(2), 112–120. <https://doi.org/10.32477/jkb.v23i2.208>
- Wajuba, L., Fisabilillah, P., & Hanifa, N. (2021). Analisis Pengaruh Fintech Lending Terhadap Perekonomian Indonesia. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship and Innovation*, 1(3), 2721–8287. <https://doi.org/10.31960/ijoeei.v1i3.866>
- Yuniarti, V. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology Peer to peer Lending. *J. Chem. Inf. Model*, 53(9), 1689–1699.