



TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL DALAM PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY LENDING PADA GENERASI MILENIAL

Ni Wayan Radha Maharseni¹ Ni Ketut Rasmini² Dodik Ariyanto³ Ni Putu Sri Harta Mimba⁴

Article history:

Submitted: 28 Desember 2021

Revised: 8 Januari 2022

Accepted: 18 Januari 2022

Keywords:

Financial Lending;
Technology of Acceptance Model (TAM);
Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2);
Actual to Use.

Kata Kunci:

Aplikasi Pinjaman Online;
Model Penerimaan Teknologi (TAM);
Teori Penyatuan Penerimaan dan Penggunaan Teknologi 2 (UTAUT2);
Penggunaan Aktual;

Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana, Bali,
Indonesia
Email:
niiwayanradhamaharseni@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the factors that influence the actual use of fintech lending in the millennial generation in Central Kalimantan. Fintech lending is a financial service to provides convenience to borrowers by using technology and the internet. The population in this study were all fintech lending users in Central Kalimantan who were registered with the OJK, with a total sample of 400 respondents who were determined based on purposive sampling. The type of data used is primary data collected through the distribution of questionnaires using a 4-point Likert scale. The data analysis technique used is the Partial Least Square (PLS) approach. The results showed that perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, and habits had a positive and significant effect on the actual use of fintech lending. On the other hand, perceptions of risk, confidentiality, and trust have no significant effect on the actual use of fintech lending. Researchers suggest for fintech lending service providers continue to update facilities and reduce technological complexity to make it easier to use. The service provider also improves system security to be able to prevent the risk of crime. For further researchers, it is recommended to consider using models other than TAM because there are many models for the acceptance and use of information technology.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aktual *fintech lending* pada generasi milenial di Kalimantan Tengah. *Fintech lending* merupakan layanan jasa keuangan untuk memberikan kemudahan kepada para peminjam dengan menggunakan teknologi dan internet. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna *fintech lending* di Kalimantan Tengah yang tercatat di OJK, dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden yang ditentukan berdasarkan *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert 4 poin. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, dan kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aktual *fintech lending*. Sebaliknya, persepsi risiko, kerahasiaan, dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aktual *fintech lending*.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat telah mengubah perilaku masyarakat dan peradaban manusia secara menyeluruh di berbagai bidang (Widasari dkk., 2018). Pemanfaatan teknologi di Indonesia memberikan dampak di sektor keuangan, hal ini ditandai dengan hadirnya *financial technology (Fintech)* (Sitompul, 2019). *Financial technology (fintech)* merupakan penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi maupun model bisnis yang dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran (BI, 2021). Salah satu layanan *fintech* yang mendapatkan perhatian masyarakat adalah layanan *fintech lending*. *Fintech lending* merupakan layanan jasa keuangan yang mempertemukan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman untuk melakukan perjanjian pinjam-meminjam dengan menggunakan teknologi dan internet (Benuf, 2019). *Fintech lending* dapat memudahkan masyarakat yang tidak dapat terjangkau oleh bank untuk mendapatkan fasilitas pinjaman. Selain itu, *fintech lending* makin diminati karena menawarkan proses yang mudah, tidak harus datang ke kantor atau harus memiliki jaminan, dan proses pencairan yang lebih cepat (Disemadi, 2021).

Dengan hadirnya layanan *fintech lending* sebagai teknologi informasi membantu masyarakat ketika ingin meminjam. Salah satu model pemanfaatan teknologi informasi dalam pengambilan keputusan yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)*. Widasari dkk., (2018) mengatakan bahwa model TAM memberikan rekasi dan persepsi pengguna teknologi informasi dalam mempengaruhi penggunaan aktual terhadap teknologi tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, sehingga alasan seseorang dalam melihat manfaat dan kemudahan penggunaan layanan *fintech lending* menjadikan tindakan atau perilaku seseorang sebagai alat ukur dalam penerimaan sebuah teknologi. Keuntungan yang diperoleh ketika menggunakan layanan *fintech lending* berbasis teknologi, meliputi : (1) Tidak memerlukan usaha yang besar dalam pengoperasiannya karena dengan layanan *fintech lending* bisa digunakan dimana saja, (2) Dalam menggunakan layanan *fintech lending* tidak terikat oleh tempat dan waktu karena layanan ini dapat dijalankan kapan pun dan dimanapun berada, (3) Berkas administrasi yang harus diserahkan oleh individu tidak terlalu ketat dan penting, dan (4) Layanan *fintech lending* tidak membutuhkan agunan (jaminan).

Selain dari keuntungan yang diperoleh, terdapat juga hal-hal yang menjadi kelemahan ketika menggunakan layanan *fintech lending*. Berdasarkan data OJK per 2 november 2021 terdapat 104 perusahaan penyelenggara *fintech lending* yang telah berizin dan terdaftar di OJK (OJK, 2021). Dalam praktiknya tidak semua *fintech lending* yang beroperasi di Indonesia telah mendaftarkan ijinnya ke OJK. Karena banyak dari perusahaan yang menawarkan layanan *fintech lending* dengan illegal, maka tidak sedikit pengguna yang ikut terjebak dalam skema penipuan kredit. OJK telah menyajikan data daftar perusahaan *fintech lending* ilegal dari bulan Juli 2018 – Januari 2020. Dari data yang disajikan OJK terdapat 3.056 *fintech lending* ilegal yang tidak terdaftar dan diawasi oleh OJK (sikapiuangmu, 2021). Dengan banyaknya jumlah *fintech lending* ilegal di Indonesia menyebabkan beberapa kasus yang terjadi kepada masyarakat yang meminjam uang di aplikasi pinjaman online ilegal. Kasus yang terjadi pada 2 orang guru yang diteror hingga diancam akan menyebarkan editan foto tidak senonoh mereka (Kompas, 2021).

Menurut data yang diberikan oleh Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Jakarta, mereka telah menerima 7.200 laporan dari masyarakat terkait masalah pinjaman online. Pengacara LBH Jakarta, Jeanny Sirait mengatakan bahwa jumlah tersebut diterima dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. LBH Jakarta juga mencatat 6-7 laporan masyarakat yang bunuh diri karena terlilit hutang pinjaman online (nasionalkompas, 2021). Dengan terjadinya beberapa kasus pinjaman online yang sedang viral yaitu

kasus warga yang terjerat bunga pinjaman online yang tinggi, hal ini menjadi perhatian khusus Presiden Joko Widodo (Jokowi). Jokowi mengatakan bahwa percepatan pertumbuhan industri pinjaman online di Indonesia diikuti oleh banyaknya tindak kejahatan berupa penipuan yang merugikan masyarakat. Oleh karena itu, Jokowi meminta OJK untuk menjaga momentum pertumbuhan industri jasa keuangan digital, dengan menciptakan ekosistem pinjaman online yang bertanggung jawab serta memiliki mitigasi risiko yang kuat. Selain itu OJK juga diminta untuk mendorong inklusi yang dibarengi dengan literasi keuangan agar terciptanya ekosistem pembiayaan keuangan yang bisa diakses oleh berbagai pihak (keuangankontan, 2021). Selain itu, Presiden Jokowi memerintahkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) untuk melakukan penghentian sementara (moratorium) penerbitan izin bagi perusahaan pinjaman online legal yang baru. Menteri Komunikasi dan Informatika Johnny G. Plate mengatakan bahwa guna memberantas keberadaan pinjaman online ilegal, pihaknya telah menutup 4.874 akun-akun ilegal tersebut sejak 2018 hingga 15 oktober 2021. Pada tahun 2021 sebanyak 1.856 akun pinjaman online ilegal yang tersebar di website, google playstore, youtube, facebook, dan Instagram berhasil ditutup (voaindonesia, 2021).

Dengan terjadinya beberapa kasus pinjaman online di Indonesia, hal ini tidak menurunkan penggunaan *fintech lending*. Data dari OJK menyebutkan bahwa adanya peningkatan jumlah rekening penerima pinjaman di Indonesia terutama di Provinsi Kalimantan Tengah. Jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya, per September 2021 jumlah rekening untuk meminjam uang di *fintech lending* meningkat sebanyak 205.771 (OJK, 2021). Hal ini dapat menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti, karena dengan adanya kasus-kasus pinjaman online yang terjadi ternyata tidak menurunkan masyarakat untuk meminjam uang di *fintech lending*. Penelitian ini akan meneliti tentang penggunaan aktual *fintech lending* dengan memodifikasi model *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2).

Salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan aktual adalah persepsi kegunaan. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) adalah suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi akan dipercaya mendatangkan manfaat bagi yang menggunakannya. Santioso dkk., (2018) mendefinisikan persepsi kegunaan bagaimana individu menginterpretasikan bahwa layanan *fintech lending* dapat menguntungkan maka secara langsung individu akan menggunakan sistem *fintech lending*. Sebaliknya jika individu merasa kurang percaya atau tidak mendapat manfaat dari layanan *fintech lending* maka mereka akan ragu untuk menggunakannya. Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan pada niat berkelanjutan penggunaan teknologi. Penelitian Baabdullah *et al.* (2019) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan pada niat berkelanjutan untuk menggunakan *m-banking*. Hal serupa juga diungkapkan dalam penelitian Chawla and Joshi (2019) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *mobile wallets* di India. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Davis (1989) yang didasarkan pada *Technology Acceptance Model* (TAM). Sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989), persepsi kegunaan suatu teknologi akan mempengaruhi keputusan dalam mengadopsi sistem. Dalam kaitannya dengan *fintech lending*, jika pengguna yakin bahwa layanan *fintech lending* dapat memberikan kegunaan maka pengguna tersebut akan meningkatkan penggunaan aktual dalam mengadopsi sistem *fintech lending*. Berdasarkan pemaparan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis yang akan dirumuskan adalah : H1 : *Perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan pada *actual use fintech lending*.

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai alat ukur individu untuk percaya bahwa sistem teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan (Santioso dkk., 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan pada penggunaan aktual layanan *fintech lending*. Kemudahan penggunaan diartikan sebagai kemudahan

dalam peminjaman berbasis aplikasi internet. Hal ini dapat berupa kemudahan informasi pinjaman yang diberikan dan kemudahan pengumpulan syarat administrasi ketika melakukan pinjaman melalui aplikasi. Contreras Pinochet *et al.* (2019) meneliti tentang kecenderungan masyarakat menggunakan layanan kredit yang ditawarkan oleh *fintech lending* menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan pada niat berkelanjutan penggunaan layanan kredit *fintech lending*. Karahoca *et al.* (2018) dan Lara-Rubio *et al.* (2020) juga menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan pada niat penggunaan teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting yang mempengaruhi niat penggunaan berkelanjutan penggunaan teknologi informasi. Hal ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), bahwa suatu teknologi akan lebih mudah digunakan jika membantu dalam memfasilitasi penerimaan dan penggunaannya (Davis, 1989). Semakin sedikit upaya yang diperlukan, semakin banyak pengguna yang akan menganggap penggunaan teknologi *fintech lending* berguna sehingga akan meningkatkan keinginan untuk menggunakannya. Berdasarkan pemaparan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis yang akan dirumuskan adalah : H2 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan pada *actual use fintech lending*.

Persepsi risiko (*perceived risk*) merupakan faktor pertimbangan pengguna dalam menggunakan layanan *fintech lending*. Persepsi risiko adalah ketidakpastian yang dihadapi oleh pengguna ketika memutuskan untuk menggunakan suatu teknologi (Adha, 2020). Ketidakpastian disini diartikan sebagai kualitas layanan *fintech lending*, kecemasan tentang masalah ketika menggunakan suatu teknologi dan lainnya. Risiko yang dirasakan akan menciptakan keraguan pada individu. Hal ini menimbulkan rasa cemas dan gelisah yang akan menurunkan nilai dan kegunaan suatu teknologi yang dirasakan sehingga akan mengurangi niat penggunaan. Penelitian yang dilakukan oleh Park *et al.* (2019) menunjukkan bahwa persepsi risiko yang dirasakan konsumen berdampak negatif terhadap niat penggunaan *m-payment*. Selain itu Lara-Rubio *et al.* (2020) dan Marakarkandy *et al.* (2017) menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang negatif terhadap niat untuk menggunakan teknologi informasi. Tingkat persepsi risiko pengguna terhadap *fintech lending* dapat menurunkan penggunaan aktual untuk menggunakan sistem *fintech lending*. Semakin tinggi tingkat risiko yang dirasakan pengguna sistem *fintech lending*, maka penggunaan aktual *fintech lending* akan semakin menurun. Berdasarkan pemaparan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis yang akan dirumuskan adalah : H3 : Persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan pada *actual use fintech lending*.

Pengaruh sosial (*social influence*) mengarah pada tingkat individu menganggap penting orang lain untuk bisa meyakinkan dirinya ketika ingin menggunakan teknologi. Pengaruh sosial (*social influence*) dapat merujuk kepada keluarga, teman sebaya, rekan kerja, ataupun orang lain yang dapat mempengaruhi perilaku individu, dimana pendapatnya akan dipertimbangkan oleh orang tersebut dalam menggunakan *fintech lending* (Rahmayanti *et al.*, 2020). Ketika seseorang memiliki kepercayaan terhadap penilaian orang lain atau kelompok tertentu mengenai pengalaman dalam penggunaan layanan *fintech lending*, maka akan meningkatkan *actual use* dalam menggunakan layanan *fintech lending* yang serupa. Hal ini diinterpretasikan sebagai penilaian bentuk positif dalam penggunaan layanan *fintech lending* dan mendorong pengguna untuk menggunakan layanan *fintech lending*. Semakin tinggi pengguna dipengaruhi oleh orang lain dalam menggunakan *fintech lending* maka semakin signifikan dalam mempengaruhi penggunaan aktual *fintech lending*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Contreras Pinochet *et al.* (2019) menemukan bahwa *social influence* berpengaruh positif signifikan terhadap kecenderungan mengkonsumsi layanan kredit yang ditawarkan. Penelitian lainnya dilakukan oleh Farah *et al.*, (2018) menemukan bahwa *social influence* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* dalam megadopsi *Mobile Banking* di Pakistan. Berdasarkan

pemaparan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis yang akan dirumuskan adalah : H4 : Pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan pada *actual use fintech lending*.

Privacy sangat penting dalam penggunaan layanan *fintech lending*. Dalam penggunaan *fintech lending*, *privacy* merupakan hal yang paling sulit untuk diterapkan dan dibuktikan karena banyaknya bermunculan *fintech lending illegal* yang mengakibatkan masalah keamanan data pribadi. Pembuat layanan *fintech lending* harus bisa meyakinkan pengguna bahwa layanan *fintech lending* yang digunakan aman. Hal ini akan mengakibatkan meningkatkan penggunaan layanan *fintech lending* (Ashsifa, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Karahoca *et al* (2018) mengenai niat adopsi individu terhadap produk perawatan kesehatan menemukan bahwa *privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat adopsi individu terhadap produk perawatan kesehatan. Penelitian lainnya dilakukan oleh Baabdullah *et al.* (2019) menguji faktor-faktor penting dalam memprediksi niat berkelanjutan pengguna di Saudi terhadap adopsi *mobile banking* menemukan bahwa *privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat adopsi *mobile banking*. Berdasarkan pemaparan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis yang akan dirumuskan adalah : H5 : *Privacy* berpengaruh positif dan signifikan pada *actual use*.

Kepercayaan (*trust*) adalah salah satu pondasi utama yang harus dibangun jika ingin memulai tindakan penggunaan teknologi. Ketika pengguna dan pembuat layanan *fintech lending* saling percaya maka transaksi akan terjadi. Kepercayaan harus dibangun lebih awal oleh pihak pembuat layanan *fintech lending* dan dapat dibuktikan (Adha, 2020). *Trust* yang semakin tinggi akan membuat seseorang merasa lebih percaya ketika melakukan transaksi pinjaman online karena pengguna merasa layanan yang digunakan aman. *Trust* dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi untuk meningkatkan kinerja dalam suatu kegiatan. Semakin besar *trust* yang dirasakan oleh individu, maka penggunaan aktual juga akan semakin besar. Timbulnya *trust* dikarenakan pengguna merasa dalam penggunaan suatu teknologi dapat dipercaya sehingga membuat pengguna meningkat dalam menggunakan *fintech lending*. Penelitian yang dilakukan oleh Contreras Pinochet *et al.* (2019) menemukan hasil bahwa *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap kecenderungan mengkonsumsi layanan kredit yang ditawarkan. Hal ini disebabkan karena konsumen merasa perlu dan merasa yakin dengan layanan yang ditawarkan. Chawla and Joshi (2019) menemukan bahwa *trust* dalam menggunakan *mobile wallet* di India berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*. Penelitian lainnya dilakukan oleh Park *et al.* (2019) menemukan bahwa *trust* yang dirasakan konsumen berdampak positif signifikan terhadap niat penggunaan *m-payment*. Berdasarkan pemaparan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis yang akan dirumuskan adalah : H6 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada *actual use fintech lending*.

Kebiasaan (*habit*) merujuk pada sejauh mana individu melakukan perilaku tertentu secara berulang-ulang berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dimilikinya (Rahmayanti *et al.*, 2020). Kebiasaan (*habit*) muncul karena pengguna merasa terbiasa untuk menggunakan layanan *fintech lending* secara otomatis dan berulang-ulang ketika meminjam uang. Dalam UTAUT2 dikatakan bahwa penggunaan aktual ditentukan oleh perasaan seseorang terhadap perilaku yang sedang dilakukan, apa yang mereka pikirkan dalam perilaku mereka, dan dipengaruhi oleh konsekuensi dari berbagai ekspektasi perilaku (Venkatesh, *et al.*, 2012). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan aktual dipengaruhi oleh kebiasaan ketika menggunakan *fintech lending*. Hasil penelitian yang mendukung adanya pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention* ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Kwateng *et al.* (2018) menemukan bahwa *habit* berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi faktor utama dalam niat mengadopsi dan menggunakan layanan *m-banking* di Ghana. Gupta and Arora (2019) menemukan bahwa *habit* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan sistem pembayaran berbasis seluler di ibukota

India. Berdasarkan pemaparan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis yang akan dirumuskan adalah : H7 : Kebiasaan berpengaruh positif dan signifikan pada *actual use fintech lending*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, pengaruh sosial, privasi, kepercayaan, dan kebiasaan pada penggunaan aktual. Obyek dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aktual *fintech lending* di Kalimantan Tengah yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, pengaruh sosial, privasi, kepercayaan, dan kebiasaan. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh pengguna *fintech lending* yang terdaftar di OJK sebanyak 205.771 orang. Metode penggunaan sampel dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* yang jumlahnya ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat keyakinan 5%, sehingga jumlah sampel yang digunakan yaitu 400 responden. Adapun kriteria yang digunakan dalam penentuan *purposive sampling* yaitu pengguna aktif layanan *fintech lending*, pengguna *fintech lending* yang sebelumnya pernah menggunakan platform ini untuk meminjam, pengguna berusia antara 18 tahun sampai dengan 41 tahun, setidaknya pernah menggunakan satu aplikasi *fintech lending* untuk meminjam

Penelitian ini menggunakan 34 indikator. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survey dengan teknik penyebaran kuesioner. Data kuantitatif dalam penelitian ini meliputi skor atas jawaban responden melalui kuesioner yang terkumpul serta jumlah responden yang digunakan. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarluaskan secara online kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.
Tingkat Pengembalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang masuk	501
Kuesioner yang menjawab tidak	98
Kuesioner yang menjawab iya	403
Kuesioner yang gugur	29
Kuesioner yang digunakan untuk diolah	374
Tingkat Pengembalian yang diolah (<i>Useable Response Rate</i>)	
$= \frac{\text{Kuesioner yang diolah}}{\text{Kuesioner yang menjawab iya}} \times 100\%$	93%

Sumber : data diolah 2021

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa dari 501 kuesioner yang masuk, kuesioner yang menjawab tidak sebanyak 98 dan kuesioner yang menjawab iya sebanyak 403. Terdapat kuesioner

yang gugur sebanyak 29 karena tidak memenuhi ketentuan. Perhitungan dari data tersebut menghasilkan tingkat pengembalian yang di olah sebesar 93%. Data yang akan digunakan dan sesuai dengan kriteria peneliti berjumlah 374 responden

Tabel 2.
Karakteristik Responden (n = 374)

Profil Responden	Frekuensi	Persentasi
Jenis Kelamin		
Pria	202	54%
Wanita	172	46%
Usia		
18-23 tahun	121	32%
23-27 tahun	110	30%
28-33 tahun	60	16%
33-41 tahun	83	22%
Pekerjaan		
Ibu Rumah Tangga	7	2%
Kuliah dan Bekerja	56	15%
Kurir	8	2%
Mahasiswa	54	14%
Pegawai Honor	1	0%
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	43	12%
Pegawai Swasta	71	19%
UMKM	107	29%
Wiraswasta	27	7%
Mengetahui aplikasi pinjaman online yang digunakan		
Ya, mengetahui bahwa aplikasi yang digunakan aplikasi pinjaman legal	129	34%
Ya, mengetahui bahwa aplikasi yang digunakan aplikasi pinjaman ilegal	55	15%
Tidak mengetahui	190	51%

Sumber : data diolah 2021

Dapat dilihat pada Tabel 2 karakteristik jenis kelamin, penggunaan aktual *fintech lending* didominasi oleh pria yaitu sebanyak 54% lalu diikuti dengan wanita sebanyak 46%. Hal ini menunjukkan bahwa jenis kelamin pria lebih banyak meminjam menggunakan layanan *fintech lending* di Kalimantan Tengah dibandingkan dengan perempuan. Hal ini karena pria memiliki peran yang lebih besar dalam mencari pendapatan dan memberi nafkah kepada keluarga, sehingga laki-laki lebih berani mengambil keputusan untuk menggunakan layanan *fintech lending*.

Berdasarkan Tabel 2 karakteristik usia, penggunaan aktual *fintech lending* didominasi umur 18-23 tahun yaitu sebanyak 32% lalu diikuti dengan umur 23-27 tahun sebanyak 30%, umur 33-41 tahun sebanyak 22% dan umur 28-33 tahun sebanyak 16%. Hal ini menunjukkan bahwa umur 18-23 tahun lebih banyak meminjam menggunakan layanan *fintech lending* di Kalimantan Tengah dibandingkan dengan umur lainnya. Hal ini dikarenakan pengguna belum memiliki pekerjaan yang tetap sehingga mereka memerlukan pendapatan untuk menafkahi dirinya. Selain itu, mahasiswa relatif mencoba untuk membuka usaha yang memerlukan dana yang besar sehingga mereka akan meminjam modal dari layanan *fintech lending*.

Karakteristik pekerjaan pada Tabel 2, penggunaan aktual *fintech lending* didominasi oleh UMKM yaitu sebanyak 29% lalu diikuti pegawai swasta sebanyak 19%, kuliah dan bekerja sebanyak 15%, mahasiswa sebanyak 14%, pegawai negeri sebanyak 12%, wiraswasta sebanyak 7%, ibu rumah tangga dan kurir sebanyak 2%. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM lebih banyak meminjam menggunakan layanan *fintech lending* di Kalimantan Tengah dibandingkan dengan pekerjaan lainnya. Hal ini diakibatkan UMKM membutuhkan modal dalam melaksanakan jual-beli sehingga mereka melakukan pinjaman di layanan *fintech lending*.

Berdasarkan Tabel 2 karakteristik responden menunjukkan layanan *fintech lending* yang digunakan diketahui bahwa banyak pengguna yang tidak mengetahui layanan yang mereka gunakan tergolong legal atau ilegal sebanyak 51% diikuti dengan pengguna yang mengetahui bahwa aplikasi yang digunakan adalah aplikasi pinjaman legal sebanyak 35% dan pengguna mengetahui bahwa aplikasi yang digunakan merupakan aplikasi pinjaman ilegal sebanyak 15%. Hal ini berarti bahwa responden tidak memiliki pengetahuan dasar mengenai pinjaman online. Kondisi ini mengharuskan lembaga seperti OJK maupun Bank Indonesia untuk melakukan sosialisasi terkait layanan pinjaman online yang legal maupun ilegal. Semakin tinggi pengetahuan dasar tentang pinjaman online yang dimiliki oleh seseorang, maka akan mempengaruhi kasus penipuan kredit dan menaikkan penggunaan aktual.

Hasil uji validitas model yang dilakukan menunjukkan bahwa indikator penelitian yang digunakan untuk mengukur semua variabel telah memenuhi standar kriteria uji validitas dengan nilai korelasi dan nilai akar AVE diatas 0,70. Maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator penelitian dapat dinyatakan valid.

Tabel 3.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Composite Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X1)	0,891	0,837	Reliable
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	0,917	0,880	Reliable
Persepsi Risiko (X3)	0,953	0,946	Reliable
Pengaruh Sosial (X4)	0,896	0,827	Reliable
Privasi (X5)	0,963	0,953	Reliable
Kepercayaan (X6)	0,958	0,946	Reliable
Kebiasaan (X7)	0,939	0,919	Reliable
Penggunaan Aktual (Y)	0,887	0,830	Reliable

Sumber : data diolah 2021

Pada Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini bersifat reliabel, karena semua variabel memiliki nilai *composite reliability* diatas 0,70. Hasil ini diperkuat dengan nilai *Cronbach's alpha* yang memiliki nilai diatas 0,70. Sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel telah valid dalam uji reliabilitas.

Tabel 4.
Nilai R² Konstruk Dependen

Konstruk	Nilai R ²	Keterangan
Penggunaan Aktual	0,431	Moderat

Sumber : data diolah 2021

Nilai R^2 dalam penelitian ini mempunyai satu konstruk dependen yaitu variabel *Actual Use*. Nilai R^2 konstruk dependen yang dapat dilihat pada Tabel 5 sebesar 0,431 dan termasuk dalam kategori moderat dikarenakan kurang dari 0,67. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian ini yaitu konstruk dependen *actual use* memberikan nilai R^2 sebesar 0,431 yang dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas konstruk *actual use* dapat dijelaskan oleh variabilitas konstruk *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk*, *Social Influence*, *Trust*, *Privacy*, dan *Habit* sebesar 43,1% sedangkan 56,9% dijelaskan dari variabel lain diluar model yang diteliti.

Pengujian hipotesis pada *smartPLS* dilakukan dengan prosedur *bootstrapping*. Kriteria pengujian hipotesis melalui nilai signifikansi *p-value* dan *original sample*. Kriteria pengaruh hubungan variabel dinyatakan diterima jika *p-value* < 0,05. Sedangkan untuk melihat arah hubungan hipotesis digunakan nilai *original sample*. Jika nilai *original sample* positif berarti arah hubungan hipotesis positif, sedangkan jika nilai *original sample* negatif maka arah hubungan hipotesisnya negatif (Ghozali, 2014).

Tabel 5.
Pengaruh Langsung Antar Variabel dalam Inner Model

Hubungan Variabel	P-value	Original Sample	Keputusan	Keterangan
Perceived Usefulness (X1) -> Actual Use (Y)	0,005	0,137	H1 diterima	Signifikan
Perceived Ease Of Use (X2) -> Actual Use (Y)	0,026	0,124	H2 diterima	Signifikan
Perceived Risk (X3) -> Actual Use (Y)	0,078	-0,082	H3 ditolak	Tidak Signifikan
Social Influence (X4) -> Actual Use (Y)	0,000	0,232	H4 diterima	Signifikan
Privacy (X5) -> Actual Use (Y)	0,638	0,040	H5 ditolak	Tidak Signifikan
Trust (X6) -> Actual Use (Y)	0,370	-0,081	H6 ditolak	Tidak Signifikan
Habit (X7) -> Actual Use (Y)	0,000	0,384	H7 diterima	Signifikan

Sumber : data diolah 2021

Dalam Tabel 5 menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Hal ini dapat dilihat dari nilai *p-value* sebesar 0,005 dan nilai *original sample* sebesar 0,137. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 ($0,005 < 0,05$). Pengujian ini memperlihatkan bahwa hipotesis 1 diterima yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif dan signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Maka dapat dikatakan bahwa semakin besar tingkat persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) yang dirasakan oleh pengguna maka semakin besar pula penggunaan aktual (*actual use*) dalam layanan *fintech lending*. Pengguna merasa bahwa pemanfaatan layanan *fintech lending* tersebut meningkatkan efektivitas serta efisiensi ketika meminjam seperti pengguna dapat dengan mudah dan cepat ketika menyerahkan berkas-berkas administrasi yang diminta oleh pihak layanan *fintech lending*, pengguna dapat mengajukan pinjaman dengan cepat tanpa menemui langsung pihak layanan *fintech lending*, dan juga pengguna dapat membayar serta menerima pinjaman dengan lebih mudah melalui transaksi online. Dikarenakan manfaat yang didapatkan dalam penggunaan layanan *fintech lending*, banyak pengguna yang merasa

nyaman dan senang menggunakan layanan *fintech lending*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chawla & Joshi (2019) menjelaskan adanya hubungan positif dan signifikan antara persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*). Demikian pula hasil penelitian dari Baabdullah *et al.*, (2019); Lara-Rubio *et al.*, (2020); dan Marakarkandy *et al.*, (2017) yang menemukan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*).

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Hal ini dapat dilihat dari nilai *p-value* sebesar 0,026 dan nilai *original sample* sebesar 0,124. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 ($0,026 < 0,05$). Pengujian ini memperlihatkan bahwa hipotesis 2 diterima yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh positif dan signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Maka dapat dikatakan bahwa semakin besar tingkat *perceived ease of use* pengguna dalam penggunaan layanan *fintech lending*, maka semakin besar pula penggunaan aktual (*actual use*) dalam penggunaan layanan *fintech lending*. Ketika sebuah teknologi mudah untuk digunakan, maka akan mempengaruhi minat untuk menggunakan layanan *fintech lending* baik dimasa sekarang maupun di masa depan. Disaat pengguna merasa mudah dalam pengoperasian fitur dalam layanan *fintech lending*, maka pengguna akan berasumsi bahwa akan mempermudah dalam meminjam. Selain itu karena layanan *fintech lending* merupakan sebuah sistem yang mudah digunakan dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk dipelajari membuat individu dapat mengerjakan hal yang lain. Hal ini juga didukung dengan perkembangan teknologi yang semakin maju menuntuk individu untuk serba praktis dan *multitasking* membuat pengguna tentu akan memilih yang mudah dalam meminjam tanpa harus datang langsung ke kantor. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Contreras Pinochet *et al.*, (2019) menjelaskan adanya hubungan positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*). Demikian pula hasil penelitian dari Lara-Rubio *et al.*, (2020); dan Karahoca *et al.*, (2018) yang menemukan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*).

Persepsi risiko (*perceived risk*) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Hal ini dapat dilihat dari nilai *p-value* sebesar 0,078 dan nilai *original sample* sebesar -0,082. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai *p-value* lebih besar dari 0,05 ($0,078 > 0,05$). Pengujian ini memperlihatkan bahwa hipotesis 3 ditolak yang menyatakan bahwa persepsi risiko (*perceived risk*) berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Maka dapat dikatakan bahwa semakin besar persepsi risiko yang dirasakan pengguna, maka belum tentu penggunaan aktual layanan *fintech lending* akan menurun. Dalam indikator persepsi risiko pernyataan keempat yang berbunyi “Adanya kelemahan pada sistem aplikasi pinjaman online untuk melindungi informasi pribadi” pada kuesioner memiliki nilai *loading factor* yang tertinggi. Ini berarti pengguna kurang merasakan adanya kelemahan pada sistem layanan *fintech lending* ketika menggunakan teknologi tersebut. Dengan demikian, diharapkan layanan *fintech lending* lebih meningkatkan kualitas sistem untuk melindungi informasi pribadi agar penggunaan aktual pengguna terus meningkat. Namun pada indikator *security risk* pada pernyataan kuesioner pertama yang berbunyi “Adanya penyalahgunaan informasi (misalnya transaksi dan informasi pribadi) ketika saya menggunakan aplikasi *fintech lending*” memiliki *loading factor* terendah. Artinya pengguna masih kurang merasakan adanya penyalahgunaan informasi misalnya terkait informasi pribadi pengguna serta transaksi kredit yang dilakukan. Diharapkan lembaga seperti OJK lebih mengawasi dan

memperketat pengoperasian layanan *fintech lending* serta penyedia layanan *fintech lending* perlu meminimalkan risiko yang akan dihadapi pengguna ketika melakukan peminjaman. Walaupun memiliki nilai yang negatif, namun pada nilai *p-value* variabel *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan atau tidak cukup besar mempengaruhi penggunaan aktual. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farah *et al.* (2018) menjelaskan tidak adanya hubungan yang signifikan antara persepsi risiko (*perceived risk*) dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*). Demikian pula hasil penelitian dari Listyani, Rois and Prihati (2019) yang menemukan bahwa tidak adanya hubungan signifikan antara persepsi risiko (*perceived risk*) dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*).

Pengaruh sosial (*social influence*) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Hal ini dapat dilihat dari nilai *p-value* sebesar 0,000 dan nilai *original sample* sebesar 0,232. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Pengujian ini memperlihatkan bahwa hipotesis 4 diterima yang menyatakan bahwa pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh positif dan signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Hal ini berarti semakin tinggi *social influence* dalam menggunakan layanan *fintech lending* maka semakin tinggi pula penggunaan aktual individu untuk menggunakan teknologi tersebut. Faktor sosial (*social influence*) dalam penelitian ini berhubungan dengan pengaruh sosial dimana pengguna layanan *fintech lending* merasa bahwa dia harus menggunakan layanan tersebut karena adanya pengaruh dari lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya orang sekitar dalam menggunakan layanan *fintech lending* yang sama, adanya rekomendasi dari orang terdekat, dan pengaruh dari *influencer* maupun orang yang terkenal seperti artis mampu mempengaruhi penggunaan aktual (*actual use*) dalam menggunakan layanan *fintech lending*. Perusahaan layanan *fintech lending* harus mempertahankan tingkat *social influence* pengguna agar penggunaan aktual (*actual use*) semakin tinggi. Langkah yang dapat dilakukan oleh perusahaan layanan *fintech lending* adalah dengan meningkatkan kerjasama dengan *influencer* maupun orang yang terkenal seperti artis untuk mengiklankan layanan *fintech lending*. Hal ini dapat memberi kesan kepada pengguna bahwa layanan *fintech lending* merupakan salah satu metode yang dapat mempermudah peminjaman. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Contreras Pinochet *et al.*, (2019) menjelaskan adanya hubungan positif dan signifikan antara pengaruh sosial (*social influence*) dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*). Demikian pula hasil penelitian dari Indah dan Agustin (2019); dan Ispriandina dan Sutisna (2019) yang menemukan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara pengaruh sosial (*social influence*) dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*).

Privasi (*privacy*) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Hal ini dapat dilihat dari nilai *p-value* sebesar 0,638 dan nilai *original sample* sebesar 0,040. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai *p-value* lebih besar dari 0,05 ($0,638 > 0,05$). Pengujian ini memperlihatkan bahwa hipotesis 5 ditolak yang menyatakan bahwa privasi (*privacy*) berpengaruh positif dan tidak signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Maka dapat dikatakan bahwa semakin besar *privacy* yang dirasakan pengguna, maka belum tentu penggunaan aktual layanan *fintech lending* akan menurun. Jika pengguna layanan *fintech lending* merasakan *privacy* semakin kuat, maka pengguna akan bersedia untuk menggunakan layanan *fintech lending* dalam meminjam. Hal ini akan meningkatkan penggunaan aktual layanan *fintech lending*. Persepsi seseorang mengenai kerahasiaan data ketika menggunakan layanan *fintech lending* berbeda-beda, meskipun mayoritas sudah memiliki tingkat kepercayaan bahwa sistem menjaga kerahasiaan yang tinggi. Namun, masih ada pengguna yang meragukan hal tersebut. Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi mengenai kerahasiaan yang akan didapatkan oleh pengguna dalam penggunaan layanan *fintech lending*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karahoca *et al.* (2018) menjelaskan tidak adanya hubungan yang signifikan antara *privacy* dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*).

Demikian pula hasil penelitian dari Efrianto dan Tresnawaty (2021); dan Nurjannah, dkk (2016) yang menemukan bahwa tidak adanya hubungan signifikan antara *privacy* dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*).

Kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Hal ini dapat dilihat dari nilai *p-value* sebesar 0,370 dan nilai *original sample* sebesar -0,081. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai *p-value* lebih besar dari 0,05 ($0,370 > 0,05$). Pengujian ini memperlihatkan bahwa hipotesis 6 ditolak yang menyatakan bahwa kepercayaan (*trust*) berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Maka dapat dikatakan bahwa semakin besar kepercayaan yang dirasakan pengguna, maka belum tentu penggunaan aktual layanan *fintech lending* akan menurun. Dalam indikator keamanan (*safe*) pada pernyataan kedua pada kuesioner memiliki nilai *loading factor* yang tertinggi. Artinya informasi pribadi yang diberikan oleh pengguna sudah dilakukan dengan baik dan harus dipertahankan agar tingkat kepercayaan pengguna pada layanan *fintech lending* tetap terjaga. Namun pada indikator kelima kepercayaan konsumen (*consumer trust*) pada pernyataan kuesioner kelima memiliki nilai *mean* terendah. Artinya *fintech lending* perlu meningkatkan fungsi layanan *customer service* agar pengguna dapat mengajukan keluhan maupun masalah dalam penggunaan *fintech lending*. Hal ini diperlukan agar dapat meningkatkan kepercayaan pengguna untuk bertransaksi pada layanan *fintech lending*. Walaupun memiliki pengaruh yang negatif, namun pada nilai *p-value* variabel *trust* tidak berpengaruh signifikan atau tidak cukup besar mempengaruhi penggunaan aktual. Hal ini mengakibatkan beberapa pengguna masih merasa ragu untuk mempercayai layanan *fintech lending* karena beberapa kasus yang terjadi di Indonesia. Dengan adanya kasus yang terjadi, pengguna menyamaratakan layanan *fintech lending* ke arah yang negatif. Dengan demikian lembaga pengawas seperti OJK dan beberapa layanan *fintech lending* yang berstatus legal dan berizin untuk melakukan sosialisasi agar masyarakat lebih percaya lagi untuk menggunakan layanan *fintech lending* kedepannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farah *et al.*, (2018) menjelaskan tidak adanya hubungan yang signifikan antara kepercayaan (*trust*) dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*). Demikian pula hasil penelitian dari Karahoca *et al.*, (2018); dan Lara-Rubio *et al.* (2020) yang menemukan bahwa tidak adanya hubungan signifikan antara kepercayaan (*trust*) dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*).

Kebiasaan (*habit*) memiliki pengaruh positif dan signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Hal ini dapat dilihat dari nilai *p-value* sebesar 0,000 dan nilai *original sample* sebesar 0,384. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Pengujian ini memperlihatkan bahwa hipotesis 7 diterima yang menyatakan bahwa kebiasaan (*habit*) berpengaruh positif dan signifikan pada penggunaan aktual (*actual use*). Hal ini berarti semakin tinggi *habit* dalam menggunakan layanan *fintech lending* maka semakin tinggi pula penggunaan aktual individu untuk menggunakan teknologi tersebut. Pengguna teknologi yang memiliki pengalaman dalam menggunakan teknologi informasi biasanya akan membentuk kebiasaan yang kemudian akan mempengaruhinya untuk terus menggunakan teknologi informasi tersebut (Maharani, 2021). Maka dapat disimpulkan bahwa kebiasaan (*habit*) akan mendorong penggunaan aktual (*actual use*) layanan *fintech lending*. Penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang biasa dilakukan oleh generasi *millennial* karena mereka terlahir di lingkungan yang sudah mengenal dan menerima dengan baik penerapan teknologi (Maharani, 2021). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gupta & Arora (2019) menjelaskan adanya hubungan positif dan signifikan antara kebiasaan (*habit*) dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*). Demikian pula hasil penelitian dari Kwateng *et al.*, (2018); dan Maharani (2021) yang menemukan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara kebiasaan (*habit*) dengan niat berkelanjutan (*behavioral intention*).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), pengaruh sosial (*social influence*) dan kebiasaan (*habit*) berpengaruh positif dan signifikan pada penggunaan aktual *fintech lending*. Sebaliknya persepsi risiko (*perceived risk*), privasi (*privacy*) dan kepercayaan (*trust*) tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan aktual *fintech lending*.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan, maka saran yang diberikan penelitian ini yaitu hasil penelitian ini dapat menjadi referensi baru bagi peneliti di masa mendatang yang memilih topik yang sama terkait penerimaan dan penggunaan teknologi dibidang keuangan. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi penerimaan *fintech lending* di Indonesia, khususnya pada pengguna di Kalimantan Tengah. Sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan dan pertimbangan bagi perusahaan-perusahaan penyedia layanan *fintech lending* untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas serta fungsi layanan *fintech lending*. Bagi penelitian selanjutnya: penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 374 responden. Sampel yang digunakan belum dapat mewakili dari pengguna *fintech lending*, karena itu peneliti selanjutnya dapat memperluas sampel. Selain itu, masih banyak variabel mengenai penggunaan teknologi yang belum digunakan dalam penelitian ini sehingga peneliti selanjutnya harus menambahkan variabel yang berkaitan dengan penggunaan aktual seperti sikap dan pengetahuan tentang *fintech lending* karena beberapa responden masih banyak yang belum mengetahui apakah layanan yang digunakan termasuk dalam *fintech lending* legal atau ilegal.

REFERENSI

- Adha, M. S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Risiko Dan Pengaruh Lingkungan Terhadap Niat Dalam Melakukan Pembayaran Menggunakan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 9(2).
- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *Technobiz*, 3(1), 25–29.
- Baabdullah, A. M., Alalwan, A. A., Rana, N. P., Patil, P., & Dwivedi, Y. K. (2019). An Integrated Model For M-Banking Adoption In Saudi Arabia. *International Journal Of Bank Marketing*, 37(2), 452–478.
- Benuf, K. (2019). Jurnal Gema Keadilan Jurnal Gema Keadilan. *Jurnal Gema Keadilan*, 6(Ii), 196–216.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Consumer Attitude And Intention To Adopt Mobile Wallet In India – An Empirical Study. *International Journal Of Bank Marketing*, 37(7), 1590–1618.
- Contreras Pinochet, L. H., Diogo, G. T., Lopes, E. L., Herrero, E., & Bueno, R. L. P. (2019). Propensity Of Contracting Loans Services From Fintech's In Brazil. *International Journal Of Bank Marketing*, 37(5), 1190–1214.
- 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.
- Disemadi, H. S. (2021). Fenomena Predatory Lending: Suatu Kajian Penyelenggaraan Bisnis Fintech P2p Lending Selama Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Pandecta Research Law Journal*, 16(1), 55–67.
- Efrianto, G., & Tresnawaty, N. (2021). Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Penggunaan Fintech Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Tangerang Banten. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Ekonomi Usni*, 6(1), 53–72.
- Farah, M. F., Hasni, M. J. S., & Abbas, A. K. (2018). Mobile-Banking Adoption: Empirical Evidence From The Banking Sector In Pakistan. *International Journal Of Bank Marketing*, 36(7), 1386–1413.
- Gupta, K., & Arora, N. (2019). Investigating Consumer Intention To Accept Mobile Payment Systems Through Unified Theory Of Acceptance Model An Indian Perspective. 9(1), 88–114.
- Indah, M., & Agustin, H. (2019). Penerapan Model Utaut (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology Acceptance Model Dalam Penggunaan Financial Technology Lending Pada Generasi Milenial, Ni Wayan Radha Maharseni, Ni Ketut Rasmuni, Dodik Ariyanto dan Ni Putu Sri Harta Mimba

- Technology) Untuk Memahami Niat Dan Perilaku Aktual Pengguna Go-Pay Di Kota Padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(4), 1949–1967.
- Ispriandina, A., & Sutisna, M. (2019). Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet Di Kota Bandung. *Prosiding Industrial Research Workshop And National Seminar*, 10(1), 1046–1055.
- Karahoca, A., Karahoca, D., & Aksöz, M. (2018). Examining Intention To Adopt To Internet Of Things In Healthcare Technology Products. *Kybernetes*, 47(4), 742–770.
- Kwateng, K. O., Afo, K., Atiemo, O., & Appiah, C. (2018). *Acceptance And Use Of Mobile Banking : An Application Of Utaut2*.
- Lara-Rubio, J., Villarejo-Ramos, A. F., & Liébana-Cabanillas, F. (2020). Explanatory And Predictive Model Of The Adoption Of P2p Payment Systems. *Behaviour And Information Technology*, 0(0), 1–14.
- Listyani, T. T., Rois, M., & Prihati, S. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Pada PT Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (Akunbisnis)*, 2(1), 49–70.
- Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model Utaut 2. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 7(2), 140–154.
- Marakarkandy, B., Yajnik, N., & Dasgupta, C. (2017). Enabling Internet Banking Adoption: An Empirical Examination With An Augmented Technology Acceptance Model (Tam). *Journal Of Enterprise Information Management*, 30(2), 263–294.
- Nurjannah, N., Rasuli, M., & Rusli, R. (2016). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepuasan, Kecepatan, Keamanan Dan Kerahasiaan Terhadap Penggunaan Fasilitas E-Filing Sebagai Sarana Penyampaian Spt Masasecara Online Dan Realtime Bagi Wajib Pajak Badan Di Dumai. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 1828–1842.
- Park, J., Amendah, E., Lee, Y., & Hyun, H. (2019). M-Payment Service: Interplay Of Perceived Risk, Benefit, And Trust In Service Adoption. *Human Factors And Ergonomics In Manufacturing*, 29(1), 31–43.
- Rahmayanti, D., Suhartanto, D., & Rafdinal, W. (2020). Prediksi Niat Menggunakan Mobile Learning : Faktor Apa Yang Memengaruhi ? *Prosiding The 11 Th Industrial Research Workshop And National Seminar Bandung*, 1091–1907.
- Santioso, L., Daryatno, A. B., & Aistha, A. J. (2018). Analisis Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kesiapan Teknologi Informasi, Keamanan Dan Kerahasiaan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan E-Filing. *Jurnal Akuntansi*, 18(2), 247–268.
- Sitompul, M. G. (2019). Urgensi Legalitas Financial Technology (Fintech): Peer To Peer (P2p) Lending Di Indonesia. *Jurnal Yuridis Unaja*, 1(2), 68–79.
- Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology : Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology. *Mis Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Widasari, N. P. W., Wardana, I. M., & Setia wan, P. Y. (2018). Pendekatan Tam Dalam Layanan Go -Massage Pada Aplikasi Go-Jek. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 3, 869–902.