

## Faktor-Faktor Potensial dalam Adopsi Fintech Lending di Kota Batam

### Authors:

Shellyna<sup>1</sup>  
Wisnu Yuwono<sup>2</sup>

### Affiliation:

<sup>1,2</sup>Fakultas Bisnis dan  
Manajemen, Universitas  
Internasional Batam, Batam,  
Indonesia

### Corresponding Author:

Shellyna

### Emails:

[1941046.shellyna@uib.edu](mailto:1941046.shellyna@uib.edu)<sup>1</sup>  
[wisnu@uib.ac.id](mailto:wisnu@uib.ac.id)<sup>2</sup>

### Article History:

Received: June 21<sup>st</sup>, 2022  
Revised : October 28<sup>th</sup>, 2022  
Accepted: November 22<sup>nd</sup>, 2022

### How to cite this article:

Shellyna, S., & Yuwono, W.  
(2022). Faktor-Faktor Potensial  
dalam Adopsi Fintech Lending  
di Kota Batam. *Organum:  
Jurnal Saintifik Manajemen  
dan Akuntansi*, 5(2), 152-172.  
doi:  
<https://doi.org/10.35138/organum.v5i2.286>

### Journal Homepage:

<http://ejournal.winayamukti.ac.id/index.php/Organum/index>

### Copyright:

© 2022. Published by  
Organum: Jurnal Saintifik  
Manajemen dan Akuntansi.  
Faculty of Economics and  
Business. Winaya Mukti  
University.



**Abstract.** *Peer-to-Peer (P2P) fintech services are increasingly popular in line with the government's tangible form and accelerated penetration of people who are not yet fully accessible by banking institutions. However, the acceptance of P2P technology by the public does not only depend on government regulations but also needs to understand its users' perspectives and knowledge so they can adapt to digital transformation in the financial services industry. This study aims to identify the potential factors that influence the attitude and adoption of fintech by P2P users in Batam City. The research sample was taken using the purposive sampling method, with a total sample that met the criteria of as many as 365 of the 422 respondents collected via Google form. All data were analyzed using the Smart PLS 3 program. The results prove that perceived usefulness, ease of use, risk, user innovativeness and government support significantly influence attitudes toward the intention to adopt fintech. Meanwhile, financial literacy does not affect users' attitudes toward adopting fintech. This research contributes to the literature on fintech adoption by expanding TAM and is expected to provide valuable insights.*

**Keywords:** *Fintech adoption; peer-to-peer; government support; Technology Acceptance Model (TAM).*

**Abstrak.** Layanan fintech *Peer-to-Peer (P2P)* semakin populer seiring dengan wujud nyata pemerintah serta percepatan penetrasi pada masyarakat yang belum sepenuhnya terjangkau oleh lembaga perbankan. Namun, penerimaan teknologi P2P oleh masyarakat tidak hanya bergantung pada regulasi pemerintah, tetapi perlu pula memahami perspektif dan pengetahuan penggunaannya sehingga dapat beradaptasi dengan transformasi digital di industri jasa keuangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor potensial yang berpengaruh pada sikap dan adopsi fintech oleh pengguna P2P di Kota Batam. Sampel penelitian diambil dengan metode *purposive sampling*, dengan total sampel yang memenuhi kriteria adalah sebanyak 365 dari 422 responden yang berhasil dikumpulkan melalui *Google form*. Keseluruhan data diolah dengan menggunakan program Smart PLS 3. Hasil penelitian membuktikan bahwa *perceived usefulness*, *ease of use*, *risk*, *user innovativeness* dan *government support* dapat memberikan pengaruh signifikansi terhadap *attitude* dan *intention to adopt fintech* pengguna. Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan bahwa *financial literacy* tidak memengaruhi sikap pengguna untuk mengadopsi fintech. Penelitian ini berkontribusi pada literatur tentang adopsi fintech dengan memperluas TAM sehingga diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat.

**Kata Kunci:** *Adopsi fintech; peer-to-peer; government support; Technology Acceptance Model (TAM).*

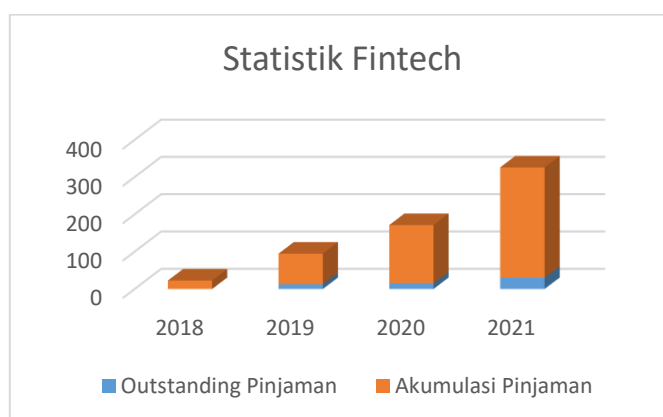
## Pendahuluan

Secara global, fintech berkembang pesat seiring dengan tumbuhnya *startup* atau bisnis berbasis teknologi informasi yang memungkinkan dana pihak ketiga maupun nasabah melakukan transaksi tanpa melalui jaringan perbankan (Abdillah, 2019). Sementara di Indonesia, popularitas fintech baru terjadi pada beberapa tahun belakangan ini meskipun awalnya telah berkembang sejak tahun 2006. Memang terbilang telat, namun keberadaannya terekspos dalam waktu yang cukup singkat. Hal ini didorong oleh kepercayaan masyarakat yang baru dapat dikantongi oleh pelaku fintech semenjak adanya pembentukan Asosiasi Fintech Indonesia (AFTech) pada tahun 2016. Hadirnya AFTech kemudian menjadi pemicu perkembangan fintech di Indonesia.

Dari sekian banyaknya jenis fintech, P2P *lending* adalah salah satu yang memiliki pertumbuhan tercepat di Indonesia (Safitri, 2020). Secara fungsi, P2P berperan layaknya bank dalam bentuk digitalisasi dengan menjembatani

kedua pihak melalui teknologi, yakni pihak yang punya dana lebih serta pihak yang butuh dana melalui penyediaan fasilitas pinjaman *online*. Terdapat pula aturan mengenai pinjaman *online* dalam peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016. Pascapenerbitan aturan tersebut, fintech menunjukkan pertumbuhan yang pesat, terhitung per tanggal 2 November 2021, total penyelenggara fintech *lending* berizin dan terdaftar di OJK telah berjumlah 104 perusahaan (OJK, 2021). Menurut Menkominfo, Johnny G. Plate, pada siaran pers nomor 354/HM/KOMINFO/09/2021, pertumbuhan fintech masih menunjukkan prospek serta tren yang positif dari aspek jangkauan pembiayaan maupun nominal pembiayaannya. Bahkan, OJK juga menyebut besarnya peran dan kontribusi fintech dalam memulihkan serta menumbuhkan ekonomi secara nasional (Prabowo, 2020). Berikutnya akan disajikan informasi statistik fintech oleh OJK melalui grafik serta diikuti dengan analisis secara sekilas terkait dengan pertumbuhannya:

**Gambar 1. Akumulasi dan Outstanding Pinjaman Berbasis Fintech Tahun 2018 hingga 2021**



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2021)

Data statistik OJK menunjukkan total akumulasi penyaluran dana pinjaman melalui fintech dari awal tahun 2018 hingga periode 2021 telah mencapai Rp 295,85 T, atau kalau dipersentasekan

menembus 1205%. Begitu pula dengan pertumbuhan *outstanding* pinjaman yang menyentuh 127% sejak tahun 2019. Drastisnya peningkatan tersebut bahkan dikatakan jauh di atas pertumbuhan kredit

sektor perbankan (Rini & Talattov, 2021). Maka dari itu, tidak heran kalau nyatanya banyak oknum-oknum tidak bertanggung jawab (ilegal) yang memanfaatkan kejayaan industri fintech hanya untuk memeras masyarakat melalui penetapan bunga pinjaman yang dibuat tinggi. Tidak hanya merugikan masyarakat, perlakuan curang tersebut juga tentunya akan merusak nama baik fintech di mata masyarakat (Hidajat, 2020). Namun untungnya, fintech tetap mencatatkan pertumbuhan penyaluran pembiayaan yang signifikan di tengah merajalelanya pinjaman *online* ilegal yang hingga kini masih dalam upaya pemberantasan oleh pemerintah (Ramli, 2021). Salah satu kota dengan pertumbuhan signifikan tersebut adalah Kota Batam.

Dengan potensinya yang besar, Batam dapat menjadi pusat perkembangan *e-commerce* yang secara tidak langsung juga dapat meningkatkan potensi pembiayaan digital. Hal tersebut diketahui melalui adanya pertumbuhan pengguna Kredivo yang meningkat hingga 90% di tahun 2020, dengan kelompok umur milenial yang lebih dominan, yakni mencapai hingga 55% (Sultan, 2021). Kemajuan tersebut tentu saja tidak terlepas dari adanya peningkatan penggunaan teknologi serta internet oleh masyarakat yang begitu intens, khususnya sejak pandemi melanda. Sebagaimana juga menurut Setiawan *et al.* (2021), pandemi COVID-19 baru-baru ini telah menunjukkan bahwa orang-orang dapat terdidik dalam memanfaatkan teknologi dalam waktu yang singkat. Intinya, masyarakat niat karena mudah dipakai dan layanan cepat (Khayer & Bao, 2019). Terlebih efektivitas serta fleksibilitas kala mengakses layanan akan didapatkan hanya dengan menggunakan ponsel pintar dan internet. Masyarakat dengan budaya inovasi yang terbuka dikatakan dapat mempercepat adopsi fintech sejalan dengan perkembangan inovasi teknologi

(Candy, *et al.*, 2022). Maka dari itu, *innovativeness* berdampak signifikan seperti yang ditunjukkan pada penelitian Setiawan *et al.* (2021).

Pada penelitian tentang adopsi teknologi, *Technology Acceptance Model* (TAM) banyak digunakan sebagai kerangka kerja untuk menganalisis niat individu dalam mengadopsi. Sesuai dengan penelitian oleh Akinwale dan Kyari (2020), niat tersebut dipengaruhi oleh *attitude* mereka terhadap penggunaannya. Terdapat pula alasan utama yang bisa meningkatkan *attitude* pengguna, yakni *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yang merupakan elemen dari TAM. Selain itu, aspek risiko juga merupakan kunci utama dalam adopsi fintech. Bagi sebagian populasi, terutama milenial, mereka memiliki kebiasaan adaptasi yang lebih cepat tanpa terlalu mempermasalahkan tingkat risiko yang tinggi. Bukan tidak mengenal suatu risiko tersebut, melainkan pola pikir serta daya tahan yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan generasi yang lebih tua (Aria, 2021). Hal tersebut diungkapkan Chong *et al.* (2021) dalam penelitiannya di Malaysia yang membuktikan bahwa *perceived risk* berpengaruh secara signifikan positif terhadap adopsi fintech. Lain lagi dengan Giovanis *et al.* (2019) dan Huei *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa *perceived risk* dapat menurunkan keinginan pengguna lantaran khawatir akan timbulnya ketidakpastian atau efek negatif dalam pemakaian fintech.

Demikianlah sebuah fenomena terbentuk seiring dengan popularitas penggunaan layanan P2P yang menjadi alternatif pengajuan pinjaman (pembiayaan) bagi masyarakat. Popularitas tersebut juga dipicu oleh percepatan penetrasi fintech *lending* pada masyarakat yang belum sepenuhnya terjangkau oleh lembaga perbankan. Apalagi ketika pemerintah juga ikut mendukung pengembangan fintech melalui undang-undang terbaru tentang

keamanan dan literasi keuangan (*financial literacy*) masyarakat. Selain itu, wujud nyata pemerintah dalam membangun ekosistem layanan keuangan digital yang sehat serta mendukung peningkatan edukasi dan literasi keuangan digital semakin terlihat melalui peluncuran situs di mana memungkinkan masyarakat untuk waspada supaya tidak terjerumus ke dalam fintech ilegal (Meilanova, 2021). Dukungan penuh itu dibutuhkan sebagaimana disebut dalam penelitian Setiawan *et al.* (2021) bahwa dukungan pemerintah (*government support*) berdampak signifikan sehingga sangat penting untuk mendorong inovasi pengguna dan peningkatan adopsi fintech.

Perkembangan fintech tidak bisa hanya bergantung pada regulasi untuk berkembang, tetapi perlu memahami serta mempertimbangkan perspektif dan pengetahuan penggunanya sehingga dapat menyimpulkan pengadaptasian mereka terhadap transformasi digital di industri jasa keuangan. Jika ditinjau dari sekumpulan penelitian terdahulu yang didapat, beberapa penelitian yang mencoba mengidentifikasi faktor-faktor adopsi layanan fintech masih belum dapat menggambarkan secara jelas bagaimana pengaruh eksternal yang dapat meningkatkan atau berpotensi menjadi hambatan dalam adopsi layanan fintech. Penelitian yang meneliti *financial literacy* dan *government support* masih sedikit jumlahnya padahal pengetahuan masyarakat tentang keduanya dapat mendukung berjalannya adopsi industri fintech (Suryono, *et al.* 2020). Karena itu, penting untuk meneliti topik tersebut sebagai bentuk kontribusi bagi literatur dan industri fintech dengan mengusulkan perluasan model TAM untuk mengidentifikasi faktor-faktor potensial yang berpengaruh pada adopsi fintech oleh pengguna masyarakat Kota Batam.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Adopt Fintech***

#### **Melalui *Attitude* Sebagai Variabel *Intervening***

Dalam TAM yang dikembangkan oleh Davis & Davis (1989), *perceived usefulness* adalah faktor yang digunakan dalam proses adopsi teknologi di mana didefinisikan sebagai sejauh mana individu yang memanfaatkan teknologi baru ini akan meningkatkan efisiensi kerja individu itu sendiri. Seperti yang diungkapkan oleh Elhajjar dan Ouaida (2020) bahwa hubungan ini dapat memotivasi individu untuk mengadopsi sistem yang inovatif sehingga penghematan waktu bisa ditemukan kala penggunaannya. Penelitian dari Hoang *et al.* (2021) mengatakan kalau pengguna menemukan layanan berteknologi tinggi dalam membantu efisiensi kerjanya, maka sebagai timbal baliknya mereka akan bersikap positif dan meningkatkan niat untuk memanfaatkannya. Pengaruh signifikan positif dalam hubungan ini juga didapatkan oleh penelitiannya Chong *et al.* (2021), Hu *et al.* (2019), Zhang *et al.* (2018), Ghazali *et al.* (2018) dan Chauhan *et al.* (2019).

H<sub>1</sub>: *Perceived usefulness* memberikan pengaruh signifikan terhadap *intention to adopt fintech* melalui *attitude* sebagai variabel *intervening*.

#### **Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Adopt Fintech* Melalui *Attitude* Sebagai Variabel *Intervening***

*Perceived ease of use* menyiratkan keyakinan dan penilaian individu bahwa pemakaian fintech akan mengurangi usahanya dalam penyelesaian suatu pekerjaan (Suprpto & Farida, 2022). Pengguna tidak akan menggunakan teknologi baru kecuali mudah digunakan, sehingga faktor ini menjadi kunci dalam adopsi fintech (Zhang *et al.*, 2018). Kenyamanan pengguna dalam proses pemanfaatan suatu teknologi tersebut telah diakui serta ditegaskan pula hubungannya dalam penelitian Akinwale dan Kyari (2020). Hubungan signifikan tersebut juga didapatkan oleh Chauhan *et*

al. (2019), Ghazali *et al.* (2018), Huei *et al.* (2018) serta Elhajjar dan Ouaida (2020). Sebaliknya, Asmy *et al.* (2019) mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* tidak memberikan pengaruh signifikan guna mengadopsi layanan fintech, karena keadaan teknologi saat ini yang cenderung ramah pengguna sehingga tidak sulit untuk digunakan. Apalagi melihat perkembangan teknologi sekarang, di mana berada pada posisi bahwa mayoritas individu sangat siap untuk beradaptasi dengan pengembangan fintech. Hasil ini sesuai pula dengan Hu *et al.* (2019).

H<sub>2</sub>: *Perceived ease of use* memberikan pengaruh signifikan terhadap *intention to adopt fintech* melalui *attitude* sebagai variabel *intervening*.

### **Pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Intention to Adopt Fintech* Melalui *Attitude* Sebagai Variabel *Intervening***

*Perceived risk* adalah bentuk kekhawatiran individu tentang timbulnya ketidakpastian atau efek negatif dalam pemakaian fintech, khususnya risiko yang mengacu pada penipuan dana ataupun yang berkaitan dengan informasi bersifat pribadi yang tidak pantas untuk disebar. Mengingat sebagian individu lebih menghindari risiko, maka *perceived risk* adalah variabel kunci yang dapat dijadikan sebagai penentu niat adopsi fintech. Giovanis *et al.* (2019) dan Hanafizadeh *et al.* (2014) menegaskan adanya hubungan signifikan yang negatif antara *perceived risk* dan *intention to adopt*. Hal terkait juga ditegaskan oleh Huei *et al.* (2018), di mana mengungkapkan bahwa semakin tinggi risiko dari pemanfaatan teknologi baru, semakin negatif *attitude* terhadapnya, dan semakin kecil keinginan untuk menggunakannya. Sebaliknya, Chong *et al.* (2021) menemukan hubungan signifikan yang positif pada *attitude* terhadap adopsi fintech, tepatnya perdagangan saham *mobile*. Temuan ini diindikasikan dengan keberanian investor muda di Malaysia untuk mengambil

risiko yang lebih tinggi sehingga memiliki sikap positif pada aplikasi teknologi baru. Mereka bersikap lebih cerdas secara digital di mana ini mampu mendongkrak kemauan mereka dalam penggunaan fintech.

H<sub>3</sub>: *Perceived risk* memberikan pengaruh signifikan terhadap *intention to adopt fintech* melalui *attitude* sebagai variabel *intervening*.

### **Pengaruh *Innovativeness* terhadap *Intention to Adopt Fintech* Melalui *Attitude* Sebagai Variabel *Intervening***

*Innovativeness* berarti sejauh mana keinginan individu untuk memakai atau mengadopsi suatu inovasi tertentu, khususnya inovasi yang berkaitan dengan teknologi. Bagaimana mereka berkeinginan untuk merealisasikan penggunaan fintech agar kinerjanya dapat bertumbuh (Setiawan, *et al.*, 2021). Keinovatifan pengguna yang lebih tinggi biasanya adalah individu yang sudah cukup memahami serta dapat dengan mudah mendekati dan menerima perubahan teknologi. Dengan begitu, sikap, perilaku, dan niat mereka terhadap produk fintech akan berubah pula secara positif. Hal tersebut dibuktikan oleh Hoang *et al.* (2021) yang mendapatkan adanya eksistensi pengaruh signifikansi yang positif antara *innovativeness* dan *intention* dengan *attitude* sebagai *intervening*. Hasil yang serupa ditegaskan juga oleh Hu *et al.* (2019), Zhang *et al.* (2018) serta Elhajjar dan Ouaida (2020). Kemudian, Setiawan *et al.* (2021) secara empiris mengkonfirmasi bahwa *innovativeness* adalah prediktor signifikan yang dapat memengaruhi adopsi fintech di Indonesia. Di sisi lain, Zhang *et al.* (2018) serta Elhajjar dan Ouaida (2020) juga membenarkan bahwa semakin banyak yang antusias terhadap inovasi, semakin positif sikap mereka terhadap hal berteknologi tinggi.

H<sub>4</sub>: *Innovativeness* memberikan pengaruh signifikan terhadap *intention to adopt fintech* melalui *attitude* sebagai variabel *intervening*.

**Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Intention to Adopt Fintech* Melalui *Attitude* Sebagai Variabel *Intervening***

*Financial literacy* merupakan derajat pengetahuan serta keterampilan individu dalam memahami konsep pengalokasian keuangan. Di sini, *financial literacy* mengacu pada pemahaman mengenai bunga majemuk, inflasi dan diversifikasi risiko. *Financial literacy* memegang peran penting pada segala hal di mana berkaitan dengan keuangan, termasuk fintech (Morgan & Trinh, 2020). *Financial literacy* yang tinggi akan mempercepat adopsi pemanfaatan fintech karena bagaimanapun juga seorang individu tersebut akan lebih optimis terhadap kemampuannya dalam mengelola penggunaan fintech (Setiawan, *et al.*, 2021). Utomo *et al.* (2020) pada penelitiannya menemukan bahwa terdapat hubungan langsung maupun tidak langsung antara *financial literacy* terhadap *intention* dengan *attitude* yang merupakan perantaranya. Hasil signifikan didapat pada kedua hubungan tersebut sehingga perkembangan fintech yang pesat juga menyoroti perlunya peningkatan *financial literacy* untuk menggunakan produk dan layanan keuangan yang inovatif.

H<sub>5</sub>: *Financial literacy* memberikan pengaruh signifikan terhadap

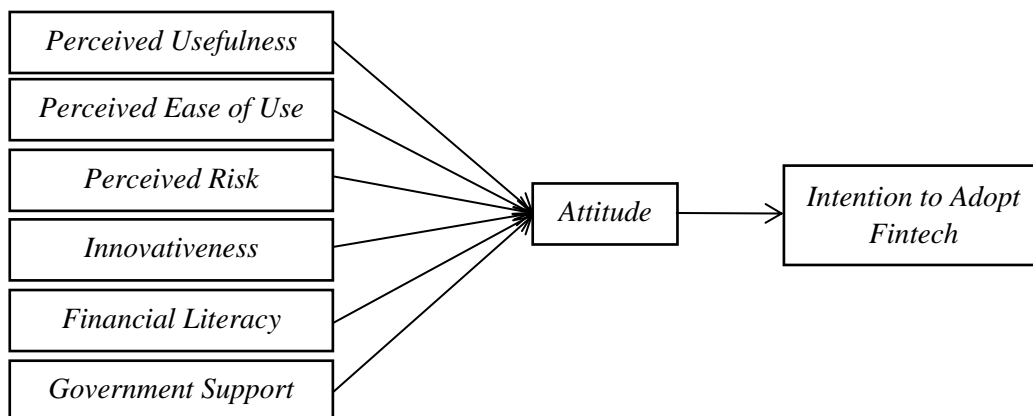
*intention to adopt fintech* melalui *attitude* sebagai variabel *intervening*.

**Pengaruh *Government Support* terhadap *Intention to Adopt Fintech* Melalui *Attitude* Sebagai Variabel *Intervening***

*Government support* adalah bentuk kontribusi atau dukungan pemerintah dalam membuat aturan atau regulasi terkait dengan fintech. Selain supaya fintech bisa terus berkembang, tingkat keamanan dan kenyamanan bisa terbentuk bagi masyarakat. Pemerintah dengan kredibilitas yang baik akan turut menumbuhkan rasa aman dan nyaman dari berbagai aspek, baik itu keandalan layanan maupun infrastruktur teknologi yang mampu membuat fintech dapat diterima dengan cepat oleh pengguna (Setiawan, *et al.*, 2021). Maka dari itu, dukungan pemerintah dikatakan memainkan peran penting dalam pengembangan industri fintech. Hasil dari Hu *et al.* (2019) terkait dengan *government support* adalah dapat memberi dampak positif signifikan terhadap *intention* melalui *attitude*. Sementara itu, Marakarkandy *et al.* (2017) menemukan bahwa tidak adanya hubungan yang signifikan pada hubungan ini.

H<sub>6</sub>: *Government support* memberikan pengaruh signifikan terhadap *intention to adopt fintech* melalui *attitude* sebagai variabel *intervening*.

**Gambar 2. Kerangka Penelitian**



## Metode Penelitian

Penelitian ini lebih merujuk pada pengembangan pengetahuan atas suatu fenomena, yang kemudian kita gali untuk mendapatkan hasil yang menyiratkan adanya hubungan ataupun pengaruh, di mana hasil terkait tidaklah memberikan solusi spesifik, melainkan hanya penemuan prinsip baru yang bersifat teoretis yang tidak langsung bisa dimanfaatkan (Cooper & Schindler, 2014). Selain itu, penelitian ini juga termasuk dalam kausal komparatif dikarenakan merupakan kegiatan yang mengarah pada penyelidikan hubungan sebab akibat (Sugiyono, 2014). Penyelidikan tersebut melibatkan populasi yang menandakan keseluruhan suatu objek penelitian (Cooper & Schindler, 2014). Populasi pada penelitian ini adalah pengguna fintech di Kota Batam yang terlibat dalam pendanaan atau dikenal dengan istilah P2P. Seperti yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka alasan dibalik penentuan objek penelitian ini adalah bahwa Batam merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan yang justru terus meningkat di tengah pandemi serta maraknya pinjaman *online* ilegal yang secara tidak langsung dapat mencoreng reputasi fintech di mata masyarakat (Ajeng, 2021).

Dalam penelitian ini, jenis atau metode sampel yang dimanfaatkan adalah *purposive sampling*, di mana berupa metode yang datanya mengacu pada penentuan kriteria-kriteria oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditetapkan, yakni merupakan investor (*lender* dan *borrower*) yang pernah atau sedang menggunakan layanan P2P. Kriteria yang ditetapkan bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih bermanfaat, di mana individu tersebut biasanya adalah pribadi yang mampu memberikan informasi atau pernyataan secara subjektif sesuai dengan pengalamannya. Metode yang dimanfaatkan dalam menentukan jumlah sampel minimum pada penelitian adalah dengan perbandingan 1:10 atau *10-times rule*, yang berarti besaran sampel diasumsikan harus lebih besar dari 10 kali jumlah maksimum item pertanyaan keseluruhan variabel independen. Total pertanyaan yang ada pada penelitian ini adalah 34 item, sehingga bila dikalikan sesuai dengan metode *10-times-rule*, jumlah sampel minimum yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 340 responden. Berikutnya adalah tabel berisi 34 indikator pertanyaan yang diajukan guna mengukur berbagai variabel yang diteliti, yakni:

**Tabel 1. Deskripsi Indikator Pertanyaan Variabel**

Variabel	Kode	Pertanyaan	Sumber
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1	Menggunakan Fintech P2P <i>lending</i> dapat memenuhi kebutuhan layanan saya	Hu <i>et al.</i> (2019), Owusu <i>et al.</i> (2020)
	PU2	Layanan Fintech P2P <i>lending</i> dapat menghemat waktu	
	PU3	Layanan Fintech P2P <i>lending</i> dapat meningkatkan efisiensi	
	PU4	Secara keseluruhan, layanan Fintech P2P <i>lending</i> bermanfaat bagi saya	
	PU5	Layanan Fintech P2P <i>lending</i> akan meningkatkan kinerja saya	
<i>Perceived Ease of Use</i>	PEU1	Sangat mudah menggunakan layanan Fintech P2P <i>lending</i>	Setiawan <i>et al.</i> (2021), Owusu <i>et al.</i> (2020), Khayer dan Bao (2019)
	PEU2	Saya pikir antarmuka operasi Fintech P2P <i>lending</i> ramah dan dapat dimengerti	
	PEU3	Saya pikir akan mudah bagi saya untuk menjadi	

		ahli dalam menggunakan layanan Fintech P2P <i>lending</i>	
	PEU4	Saya merasa mudah untuk memakai layanan Fintech P2P <i>lending</i> dalam melakukan apa yang ingin saya lakukan	
	PEU5	Interaksi dengan Fintech P2P <i>lending</i> tidak membutuhkan banyak usaha mental saya	
<i>Perceived Risk</i>	PR1	Saya percaya privasi pribadi akan diungkapkan dengan menggunakan layanan Fintech P2P <i>lending</i>	Hu <i>et al.</i> (2019), Giovanis <i>et al.</i> (2019), Chong <i>et al.</i> (2021)
	PR2	Secara keseluruhan, saya merasa layanan Fintech P2P <i>lending</i> berisiko	
	PR3	Saya khawatir menggunakan sistem Fintech P2P <i>lending</i> karena orang lain mungkin dapat mengakses akun saya	
	PR4	Saya tidak akan bisa mendapatkan kompensasi jika aplikasi layanan Fintech P2P <i>lending</i> mengalami kesalahan	
	PR5	Saya khawatir dengan kejadian penipuan dan serangan <i>hacker</i> saat menggunakan layanan Fintech P2P <i>lending</i>	
<i>Innovativeness</i>	IN1	Jika saya mendengar tentang layanan Fintech P2P <i>lending</i> baru, saya akan mencari cara untuk bereksperimen dengannya	Zhang <i>et al.</i> (2018)
	IN2	Di antara rekan-rekan saya, saya biasanya yang pertama menjelajahi layanan Fintech P2P <i>lending</i> baru	
	IN3	Saya suka bereksperimen dengan layanan Fintech P2P <i>lending</i> baru	
<i>Financial Literacy</i>	FL1	Saya memiliki pengetahuan tentang bunga majemuk	Setiawan <i>et al.</i> (2021)
	FL2	Saya memiliki pengetahuan tentang inflasi	
	FL3	Saya memiliki pengetahuan tentang diversifikasi risiko	
<i>Government Support</i>	GS1	Pemerintah mendukung dan meningkatkan pemakaian layanan Fintech P2P <i>lending</i>	Setiawan <i>et al.</i> (2021)
	GS2	Pemerintah telah memperkenalkan undang-undang dan peraturan yang menguntungkan untuk layanan Fintech P2P <i>lending</i>	
	GS3	Pemerintah aktif menyiapkan segala macam infrastruktur seperti jaringan telekomunikasi yang berperan positif dalam memajukan layanan Fintech P2P <i>lending</i>	
<i>Attitude</i>	ATT1	Saya percaya memakai layanan Fintech P2P <i>lending</i> adalah ide yang bagus	Setiawan <i>et al.</i> (2021), Oladapo <i>et al.</i> (2021)
	ATT2	Pemakaian layanan Fintech P2P <i>lending</i> memberi saya pengalaman yang menyenangkan	
	ATT3	Saya tertarik dengan layanan Fintech P2P <i>lending</i>	
	ATT4	Fintech P2P <i>lending</i> akan mendorong saya untuk memakainya terus menerus	
	ATT5	Saya akan merasa percaya diri ketika saya	



		mengakses Fintech P2P <i>lending</i>	
<i>Intention to Adopt Fintech</i>	INT1	Jika saya telah menggunakan layanan Fintech P2P <i>lending</i> , saya bersedia untuk terus menggunakannya	Hu <i>et al.</i> (2019), Oladapo <i>et al.</i> (2021)
	INT2	Saya ingin segera menggunakan layanan Fintech P2P <i>lending</i>	
	INT3	Saya akan merekomendasikan layanan Fintech P2P <i>lending</i> kepada teman-teman saya	
	INT4	Saya tertarik menggunakan Fintech P2P <i>lending</i> untuk transaksi keuangan	
	INT5	Saya akan merasa nyaman ketika saya menggunakan layanan Fintech P2P <i>lending</i> di masa depan	

Melalui sekumpulan pertanyaan pada Tabel 1, terlihat jelas bahwa sumber data yang dipakai sebagai bahan penelitian adalah data primer, yakni merupakan teknik pengumpulan data yang didapatkan secara langsung. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen dengan cara membagikan link kuesioner secara *online* kepada responden, atau lebih tepatnya melalui *google form*. Indikator yang dipakai dalam mengukur pendapat atau semua butir pertanyaan yang diajukan adalah skala *likert* dengan 5 skala jawaban, yakni sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Melalui penyebaran *google form*, total responden yang terkumpul adalah berjumlah 422 orang, dengan total sampel yang dapat dipergunakan untuk kepentingan analisis adalah 365 orang. Setelah data terkumpul, analisis data dilakukan dengan metode SEM melalui program Smart PLS 3.

## Hasil Dan Pembahasan

### Karakteristik Responden

Mayoritas pengguna fintech P2P *lending* di Batam adalah laki-laki

(53,7%). Data responden yang terkumpul cenderung merupakan responden yang berusia 19-34 tahun (86,0%), di mana hal ini sejalan juga dengan data statistik OJK yang menerangkan bahwa secara nasional, pengguna fintech P2P *lending*, baik itu *lender* maupun *borrower* selalu didominasi oleh perkumpulan individu dengan rentang usia 19 hingga 34 tahun. Tingkat pendidikan terakhir mayoritas responden adalah berada di jenjang SMA/K sederajat (62,4%) dan diikuti juga dengan porsi terbesar kedua yang merupakan responden yang tamat di jenjang S1 (30,5%). Selain itu, untuk aspek status pekerjaan, kebanyakan responden memiliki pekerjaan sebagai pekerja swasta (41,4%), dengan penghasilan yang diterima yakni kurang dari Rp 5 Juta (56,5%) dan juga berada pada rentang Rp 5 Juta s/d Rp 10 Juta (31,0%). Mayoritas responden merupakan responden yang memakai fintech P2P *lending* sebagai *borrower* (58,9%), dengan intensitas penggunaan yang kurang dari 4 kali dalam sebulan (77,2%). Berikutnya adalah tabel berisi karakteristik responden dalam penelitian ini, yaitu:

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

Karakteristik	Kriteria	Jumlah (n = 365)	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	196	53,7%
	Perempuan	169	46,3%
Usia	< 19 tahun	22	6,0%

	19-34 tahun	314	86,0%
	35-54 tahun	29	8,0%
	> 54 tahun	-	-
Pendidikan	Tamat SMA/K sederajat	228	62,4%
	Tamat Diploma	14	3,8%
	Tamat S1	111	30,5%
	Tamat S2	12	3,3%
	Tamat S3	-	-
Status Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	119	32,6%
	Pegawai Negeri	31	8,5%
	Pegawai Swasta	151	41,4%
	Wiraswasta	64	17,5%
Penghasilan	< Rp. 5.000.000	206	56,5%
	Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	113	31,0%
	Rp. 10.000.000 - Rp. 15.000.000	34	9,3%
	Rp. 15.000.000 - Rp. 20.000.000	6	1,6%
	> Rp. 20.000.000	6	1,6%
Status Penggunaan	<i>Borrower</i>	215	58,9%
	<i>Lender</i>	150	41,1%
Intensitas Penggunaan	Terkadang (< 4 kali)	282	77,2%
	Biasanya (4 s/d 7 kali)	63	17,3%
	Sering (> 8 kali)	20	5,5%

### Statistik Deskriptif Variabel (*Average*)

Pada statistik deskriptif, *minimum* dan *maximum* menerangkan nilai minimum serta maksimum jawaban responden. *Mean* menunjukkan kisaran rata-rata jawaban responden. Sedangkan, *standard deviation* merangkum seberapa jauh variasi data dari rata-rata nilai data. Standar deviasi adalah konsep penting

dalam statistik deskriptif karena mengungkapkan variabilitas dalam sekumpulan data (Cooper & Schindler, 2014). Sehingga, semakin tinggi standar deviasi suatu konstruk, maka akan mencerminkan bahwa data tersebut semakin bervariasi. Berikutnya adalah statistik deskriptif untuk setiap variabel yang telah dikumpulkan, yakni:

**Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel (*Average*)**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Perceived Usefulness</i>	365	1,80	5,00	4,28	0,58
<i>Perceived Ease of Use</i>	365	1,40	5,00	4,19	0,59
<i>Perceived Risk</i>	365	1,00	5,00	3,53	0,93
<i>Innovativeness</i>	365	1,00	5,00	3,60	0,89
<i>Financial Literacy</i>	365	1,00	5,00	4,21	0,77
<i>Government Support</i>	365	1,00	5,00	4,18	0,66
<i>Attitude</i>	365	1,50	5,00	4,14	0,66
<i>Intention to Adopt Fintech</i>	365	1,25	5,00	4,11	0,72
Total	365				

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada evaluasi model pengukuran (*outer model*), uji validitas dan reliabilitas adalah bentuk uji yang harus dilakukan sebelum membuktikan

serangkaian hipotesis yang telah diajukan. Keduanya dijalankan untuk memastikan tingkat validitas dan reliabilitas item pertanyaan yang dipakai dalam mengukur suatu variabel. Menurut

Hair *et al.* (2017), evaluasi model pengukuran tersebut dapat dilakukan dengan meninjau korelasi skor atau nilai tiap pertanyaan.

Pada *convergent validity*, keputusan terpenuhi tidaknya mengacu pada prinsip yang menyatakan bahwa setiap indikator pertanyaan suatu variabel seharusnya

memiliki korelasi yang tinggi (Ghozali & Latan, 2019). Parameter yang dipakai untuk mengevaluasi lolos tidaknya *convergent validity* adalah *loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)* dengan masing-masingnya harus memiliki nilai yang lebih dari 0,6 dan 0,5.

**Tabel 4. Loading Factor dan AVE**

Variabel	Item	Loading Factor	AVE
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	PU1	0,787	0,582
	PU2	0,708	
	PU3	0,783	
	PU4	0,758	
	PU5	0,777	
<i>Perceived Ease of Use (PEU)</i>	PEU1	0,703	0,549
	PEU2	0,731	
	PEU3	0,737	
	PEU4	0,775	
	PEU5	0,757	
<i>Perceived Risk (PR)</i>	PR2	0,813	0,730
	PR3	0,933	
	PR5	0,811	
<i>Innovativeness (IN)</i>	IN1	0,829	0,671
	IN2	0,771	
	IN3	0,855	
<i>Financial Literacy (FL)</i>	FL1	0,846	0,733
	FL2	0,871	
	FL3	0,851	
<i>Government Support (GS)</i>	GS1	0,852	0,714
	GS2	0,847	
	GS3	0,836	
<i>Attitude (ATT)</i>	ATT1	0,845	0,663
	ATT2	0,800	
	ATT3	0,841	
	ATT5	0,770	
<i>Intention to Adopt Fintech (INT)</i>	INT1	0,819	0,678
	INT3	0,842	
	INT4	0,834	
	INT5	0,798	

Bila *loading factor* dan AVE digunakan untuk menilai *convergent validity*, maka terdapat 2 metode yang akan diterangkan pada penelitian ini sebagai cara mengevaluasi lolos tidaknya *discriminant validity*. Kedua parameter tersebut adalah *cross loading* dan *fornell-larcker criterion*.

Umumnya, *cross loading* setiap konstruk di lihat untuk memastikan bahwa korelasi konstruk dengan item pertanyaannya lebih besar dibandingkan dengan konstruk lainnya. Adapun indikasi nilai *cross loading* yang diharapkan adalah di atas angka 0,7 (Ghozali & Latan, 2019). Sementara itu,

*fornell-larcker criterion* adalah metode yang dilakukan dengan cara membandingkan nilai akar kuadrat AVE masing-masing konstruk dengan korelasi antar konstruk lainnya (Ghozali & Latan,

2019). Bila akar kuadrat AVE tiap konstruk menunjukkan nilai yang lebih besar daripada korelasi antar konstruk lainnya, maka konstruk dikatakan telah memenuhi ketentuan.

**Tabel 5. Cross loading**

	ATT	FL	GS	IN	INT	PEU	PR	PU
ATT1	<b>0,845</b>	0,412	0,506	0,423	0,661	0,534	-0,132	0,555
ATT2	<b>0,800</b>	0,321	0,395	0,456	0,546	0,562	-0,083	0,491
ATT3	<b>0,841</b>	0,400	0,409	0,438	0,638	0,552	-0,142	0,567
ATT5	<b>0,770</b>	0,259	0,372	0,450	0,599	0,500	-0,073	0,489
FL1	0,372	<b>0,846</b>	0,457	0,410	0,422	0,311	-0,033	0,297
FL2	0,336	<b>0,871</b>	0,468	0,274	0,332	0,314	-0,061	0,275
FL3	0,393	<b>0,851</b>	0,417	0,358	0,356	0,391	0,004	0,273
GS1	0,468	0,463	<b>0,852</b>	0,396	0,523	0,409	-0,036	0,463
GS2	0,390	0,441	<b>0,847</b>	0,336	0,412	0,329	-0,012	0,357
GS3	0,448	0,416	<b>0,836</b>	0,427	0,411	0,401	0,032	0,370
IN1	0,464	0,289	0,355	<b>0,829</b>	0,474	0,430	0,033	0,342
IN2	0,357	0,262	0,274	<b>0,771</b>	0,364	0,274	0,060	0,249
IN3	0,491	0,437	0,477	<b>0,855</b>	0,544	0,369	-0,058	0,381
INT1	0,621	0,413	0,488	0,461	<b>0,819</b>	0,419	-0,178	0,514
INT3	0,612	0,374	0,439	0,467	<b>0,842</b>	0,471	-0,101	0,585
INT4	0,630	0,354	0,439	0,501	<b>0,834</b>	0,496	-0,043	0,524
INT5	0,612	0,286	0,393	0,451	<b>0,798</b>	0,446	-0,048	0,527
PEU1	0,472	0,372	0,415	0,286	0,386	<b>0,703</b>	-0,014	0,502
PEU2	0,463	0,316	0,281	0,323	0,340	<b>0,731</b>	0,054	0,337
PEU3	0,457	0,265	0,232	0,344	0,379	<b>0,737</b>	0,149	0,374
PEU4	0,485	0,228	0,271	0,270	0,405	<b>0,775</b>	0,072	0,495
PEU5	0,554	0,295	0,455	0,408	0,531	<b>0,757</b>	0,044	0,563
PR2	-0,082	0,030	0,054	0,001	-0,105	0,050	<b>0,813</b>	-0,109
PR3	-0,157	-0,071	-0,074	0,026	-0,112	0,062	<b>0,933</b>	-0,148
PR5	-0,070	-0,005	0,077	-0,031	-0,061	0,113	<b>0,811</b>	-0,018
PU1	0,525	0,233	0,393	0,386	0,522	0,535	-0,062	<b>0,787</b>
PU2	0,422	0,174	0,303	0,215	0,420	0,391	-0,099	<b>0,708</b>
PU3	0,488	0,199	0,326	0,297	0,481	0,487	-0,065	<b>0,783</b>
PU4	0,478	0,307	0,402	0,255	0,488	0,416	-0,151	<b>0,758</b>
PU5	0,542	0,329	0,371	0,361	0,564	0,517	-0,098	<b>0,777</b>

**Tabel 6. Fornell-Larcker Criterion**

	ATT	FL	GS	IN	INT	PEU	PR	PU
ATT	0,815							
FL	0,430	0,856						
GS	0,518	0,522	0,845					
IN	0,541	0,409	0,460	0,819				
INT	0,752	0,433	0,534	0,571	0,824			
PEU	0,659	0,398	0,453	0,443	0,557	0,741		
PR	-0,134	-0,033	-0,006	0,007	-0,113	0,081	0,854	
PU	0,647	0,330	0,473	0,403	0,653	0,619	-0,123	0,763

Setelah melakukan pengujian validitas, maka diperlukan pengujian reliabilitas yang merupakan pengukuran model yang dilakukan untuk memastikan tingkat konsistensi serta ketepatan item pertanyaan dalam mengukur variabel. Dengan kata lain, uji ini berfungsi untuk mengevaluasi reliabel tidaknya item

pertanyaan yang dipakai pada kuesioner penelitian. Reliabilitas tersebut dapat diukur dengan 2 parameter, yakni *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Variabel dikatakan reliabel jika nilai kedua parameter berada di atas 0,6 atau bahkan di atas 0,7.

**Tabel 7. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Kesimpulan
<i>Perceived Usefulness</i>	0,821	0,874	Reliabel
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,795	0,859	Reliabel
<i>Perceived Risk</i>	0,827	0,890	Reliabel
<i>Innovativeness</i>	0,757	0,859	Reliabel
<i>Financial Literacy</i>	0,818	0,892	Reliabel
<i>Government Support</i>	0,800	0,882	Reliabel
<i>Attitude</i>	0,830	0,887	Reliabel
<i>Intention to Adopt Fintech</i>	0,842	0,894	Reliabel

#### Uji R-Square

*R-square* adalah uji yang dilaksanakan untuk mencari tahu kemampuan pemodelan penelitian dalam

menjelaskan pengaruhnya. Biasanya, semakin besar nilai yang diindikasikan, berarti semakin baik pula kejelasan pengaruh variabel dalam model.

**Tabel 8. R-Square**

Variabel	R-Square Adjusted
<i>Attitude</i>	0,602
<i>Intention to Adopt Fintech</i>	0,564

Berdasarkan data pada Tabel 8, diketahui bahwa nilai *R-square* pada *attitude* diperoleh senilai 0,602 yang menyiratkan bahwa *attitude* berhasil dipengaruhi oleh variabel-variabel dalam model sebesar 60,2%. Dengan kata lain, persentase tersebut mengindikasikan tingkat pengaruh variabel independen terhadap *attitude* pada pemodelan yang diajukan. Selibhnya diperjelas oleh variabel lain yang tidak diteliti pada model penelitian ini.

Pada *intention to adopt fintech*, indikasi besaran *R-square* yang ditunjukkan adalah senilai 0,564. Hal tersebut menandakan bahwa variabel independen yang ada pada pemodelan penelitian ini dapat menjelaskan *intention to adopt fintech* sebesar 56,4%.

Kemudian, sisa persentase lainnya dipengaruhi atau diperjelas oleh variabel lain di luar model yang diajukan, atau yang tidak diteliti pada penelitian ini.

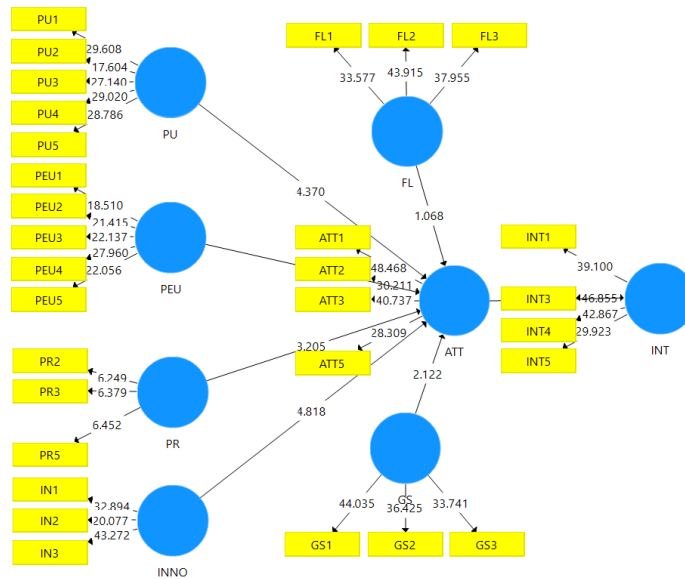
#### Uji Hipotesis

Serangkaian hipotesis yang telah diajukan sebelumnya akan dibuktikan melalui hasil analisis model struktural. Eksistensi pengaruh signifikan antar variabel baik itu secara langsung maupun tidak langsung dapat diketahui dengan melihat indikasi nilai *P-Values*. Jika nilai yang diindikasikan berada di bawah 0,05, maka menyiratkan bahwa adanya keterkaitan yang signifikan antarvariabel. Arah dan besar pengaruh variabel juga dapat diketahui dengan meninjau nilai pada kolom *sample mean*.

**Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis**

Hipotesis	Sample Mean	P-Values	Kesimpulan	Keterangan
PU → ATT → INT	0,200	0,000	Signifikan	H <sub>1</sub> diterima
PEU → ATT → INT	0,252	0,000	Signifikan	H <sub>2</sub> diterima
PR → ATT → INT	-0,095	0,002	Signifikan	H <sub>3</sub> diterima
IN → ATT → INT	0,160	0,000	Signifikan	H <sub>4</sub> diterima
FL → ATT → INT	0,046	0,294	Tidak Signifikan	H <sub>5</sub> ditolak
GS → ATT → INT	0,082	0,030	Signifikan	H <sub>6</sub> diterima

**Gambar 2. Inner Model**



Berdasarkan hasil sebagaimana tertera di atas, diketahui bahwa dari 6 hipotesis yang diajukan sebelumnya, 5 hipotesis dapat diterima kecuali H<sub>5</sub>. Hal ini mencerminkan bahwa hanya *financial literacy* terhadap *intention to adopt fintech* melalui *attitude* yang tidak berhasil dibuktikan. Lain halnya dengan hipotesis lainnya yang berhasil dimediasi *attitude* sebagaimana bahwa indikasi *P-Values* hubungan tersebut berada di bawah angka 0,05. Seluruh hipotesis yang diterima tersebut menunjukkan arah pengaruh positif. Sebaliknya, arah pengaruh negatif hanya diindikasikan oleh variabel *perceived risk* terhadap *intention to adopt fintech* melalui *attitude*.

**Pembahasan**

***Perceived Usefulness* Memberikan Pengaruh Signifikan terhadap *Intention to Adopt Fintech* Melalui *Attitude* Sebagai Variabel *Intervening***

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis ke-1 dengan *P-Values* sebesar 0,000 menandakan bahwa terdapat eksistensi pengaruh yang signifikan di antara kedua variabel melalui *attitude*, sehingga H<sub>1</sub> dapat diterima. Penemuan ini sejalan dengan penelitiannya Zhang *et al.* (2018), Hu *et al.* (2019), Khayer dan Bao (2019), Chong *et al.* (2021), Huei *et al.* (2018), Chuang *et al.* (2016), Hoang *et al.* (2021) serta Elhajjar dan Ouaida (2020).

Elhajjar dan Ouaida (2020) menyatakan bahwa penyikap serta keputusan adopsi oleh individu akan lebih tinggi ketika dirinya termotivasi oleh manfaat yang dirasakannya, seperti pada aspek penghematan waktu. Dengan demikian, dikatakan bahwa *attitude* terbentuk dari pengalaman penggunaan masing-masing individu. Pengalaman yang baik akan membuat mereka bersikap positif dan meningkatkan niat dalam menggunakan P2P *lending*.

***Perceived Ease of Use Memberikan Pengaruh Signifikan terhadap Intention to Adopt Fintech Melalui Attitude Sebagai Variabel Intervening***

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis ke-2 dengan *P-Values* sebesar 0,000 menandakan bahwa terdapat eksistensi pengaruh yang signifikan di antara kedua variabel melalui *attitude*, sehingga  $H_2$  dapat diterima. Penemuan ini sejalan pula dengan penelitiannya Zhang *et al.* (2018), Huei *et al.* (2018), Muñoz-Leiva *et al.* (2016), Akinwale dan Kyari (2020), Elhajjar dan Ouaida (2020) serta Chong *et al.* (2021).

Marakarkandy *et al.* (2017) dalam penelitiannya secara empiris mengatakan bahwa walau bagaimanapun juga, kenyamanan akan tetap menjadi hal utama yang mendorong sikap dan niat adopsi teknologi. Sehingga, terlepas dari manfaat yang ditawarkan, sistem tidak lagi menarik minat individu apabila pemakaiannya susah hingga kenyamanan mereka terenggut. Tidak jarang populasi yang mengungkapkan secara gamblang bahwa teknologi yang pesat hanya akan membawa dampak negatif terhadap dirinya, contohnya seperti pada kasus maraknya pinjaman *online* ilegal.

Berlawanan dengan hasil yang didapatkan, Asmy *et al.* (2019), Hu *et al.* (2019) dan Hoang *et al.* (2021) mengungkapkan bahwa *perceived ease of use* tidak memberikan pengaruh signifikan guna mengadopsi layanan fintech, baik itu melalui *attitude* atau tidak. Hal terkait dikarenakan keadaan teknologi saat ini yang cenderung ramah pengguna sehingga tidak sulit untuk digunakan. Apalagi melihat perkembangan teknologi sekarang, di mana berada pada posisi bahwa mayoritas individu sangat siap untuk beradaptasi dengan pengembangan fintech.

***Perceived Risk Memberikan Pengaruh Signifikan terhadap Intention to Adopt Fintech Melalui Attitude Sebagai Variabel Intervening***

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis ke-3 dengan *P-Values* sebesar 0,002 serta arah pengaruh negatif menandakan bahwa terdapat eksistensi pengaruh yang signifikan secara negatif di antara kedua variabel melalui *attitude*, sehingga  $H_3$  dapat diterima. Indikasi arah pengaruh tersebut mencerminkan bahwa semakin tinggi *perceived risk*, semakin rendah pula sikap serta niat individu dalam mengadopsi P2P *lending*. Penemuan signifikansi secara negatif ini juga ditemukan pada penelitiannya Huei *et al.* (2018) dan Giovanis *et al.* (2019).

Menurut Huei *et al.* (2018), elemen risiko dianggap penting dalam adopsi teknologi dikarenakan mobilitas meningkatkan ancaman terhadap keamanan. Hal ini sesuai juga dengan perkembangan P2P *lending* di Indonesia, di mana risiko tertinggi yang kerap dirasakan oleh khalayak ramai saat ini yaitu penyalahgunaan data pribadi oleh oknum ilegal yang secara tidak langsung mengganggu privasi mereka. Dengan demikian tentunya akan menimbulkan hubungan yang signifikan secara negatif terhadap niat adopsi masyarakat.

Hasil penemuan ini juga tidak sesuai dengan penelitiannya Chong *et al.* (2021) di mana mereka menemukan hubungan signifikan yang positif antara *perceived risk* dan *intention* melalui *attitude*. Temuan ini didapatkan karena adanya keberanian investor muda di Malaysia untuk mengambil risiko lebih tinggi sehingga memiliki sikap positif pada aplikasi teknologi baru. Mereka bersikap lebih cerdas secara digital di mana ini mampu meningkatkan kemauan mereka dalam penggunaan fintech, tepatnya pada perdagangan saham *mobile*.

***Financial Literacy Memberikan Pengaruh Signifikan terhadap Intention to Adopt Fintech Melalui Attitude Sebagai Variabel Intervening***

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis ke-5 dengan *P-Values* sebesar 0,294 menandakan bahwa tidak terdapat

eksistensi pengaruh yang signifikan di antara kedua variabel melalui *attitude*, sehingga  $H_5$  ditolak. Hal ini menandakan bahwa *financial literacy* tidak dapat memengaruhi secara signifikan terhadap niat adopsi melalui *attitude* walaupun arah pengaruh yang ditunjukkan adalah positif. Maka dengan kata lain, *financial literacy* yang tinggi tidak akan menentukan niat adopsi fintech apabila mereka tidak dapat bersikap positif terhadap fintech itu sendiri.

Di sisi lain, dikarenakan sampel pada penelitian ini hanya terbatas pada masyarakat Kota Batam, maka dapat disimpulkan bahwa besar kemungkinan mereka masih tidak begitu melibatkan pengetahuan dasar pengelolaan keuangan dalam menyikapi penggunaan fintech. Mereka menggunakan P2P *lending* semata-mata dikarenakan kemudahan, manfaat dan nilai tambah yang ditawarkan. Hal tersebut didukung oleh berita yang dituliskan Sultan (2021), bahwa motivasi Kredivo menyelenggarakan suatu program edukasi adalah berharap bahwa masyarakat Kota Batam dapat lebih bijak dalam memanfaatkan fintech.

Namun, hal tersebut tidak berarti bahwa *financial literacy* tidak penting untuk diperhatikan seperti yang diungkapkan oleh penelitiannya Morgan dan Trinh (2020), Setiawan *et al.* (2021) dan Utomo *et al.* (2020). Mereka menemukan hasil yang berbanding terbalik dengan penelitian ini, yakni adanya hubungan langsung maupun tidak langsung secara empiris bahwa *financial literacy* dapat meningkatkan rasa optimis individu terhadap kemampuannya dalam mengelola penggunaan fintech secara bijak dan optimal.

#### **Government Support Memberikan Pengaruh Signifikan terhadap Intention to Adopt Fintech Melalui Attitude Sebagai Variabel Intervening**

Sesuai dengan hasil pengujian hipotesis ke-6 dengan *P-Values* sebesar 0,030 menandakan bahwa terdapat

eksistensi pengaruh yang signifikan di antara kedua variabel melalui *attitude*, sehingga  $H_6$  dapat diterima. Penemuan ini sesuai dengan penelitiannya Hu *et al.* (2019) yang mengatakan bahwa *government support* adalah salah satu pendorong terbesar adopsi fintech. Dengan begitu, hubungan ini mencerminkan bahwa sikap dan niat adopsi masyarakat terhadap P2P *lending* akan meningkat bila terdapat dukungan pemerintah yang berperan dalam menumbuhkan kredibilitas serta keandalan layanan, sehingga fintech dapat cepat diterima oleh pengguna.

Namun, hasil yang didapatkan ini ternyata berbanding terbalik dengan penelitiannya Marakarkandy *et al.* (2017) yang tidak menemukan adanya hubungan signifikansi pada variabel *government support* ini. Hubungan signifikan hanya didapat pada *trust* yang tidak dibahas dalam penelitian ini, dan *trust* sendiri akan memberi dampak positif pada *attitude* individu untuk mengadopsi fintech.

#### **Kesimpulan**

Penelitian ini mengusulkan perluasan TAM untuk mengidentifikasi faktor-faktor potensial yang berpengaruh pada adopsi fintech *lending* di Batam. Kesimpulan yang didapatkan atas serangkaian pengujian yang dilakukan adalah bahwa pengguna akan menggunakan fintech ketika dirinya merasakan manfaat, kemudahan ataupun kenyamanan dalam penggunaannya (*perceived usefulness* dan *perceived ease of use*). Niat adopsi mereka juga berada di bawah pengaruh *innovativeness* dan *government support*. Terdapat pula *perceived risk* di mana merupakan keraguan yang dapat memengaruhi sikap adopsi mereka sehingga niat menggunakan fintech berpotensi menurun. Kemudian, pada lingkup sampel penelitian ini, didapatkan bahwa *financial literacy* tidak mampu



memberikan efek signifikansi terhadap adopsi fintech oleh masyarakat Batam.

Pada penelitian ini, terdapat pula berbagai keterbatasan yang membuat pelaksanaan penelitian tidak dapat dilakukan secara maksimal dan optimal. Pertama, responden hanya terbatas pada lingkup masyarakat Kota Batam, di mana hal ini tidak dapat menggambarkan keadaan sesungguhnya yang secara nasional. Kedua, objek yang diteliti hanya fokus pada fintech P2P *lending* yang merupakan satu dari sekian banyaknya jenis layanan fintech yang ada, seperti *payment* maupun manajemen risiko dan investasi. Ketiga, tidak meneliti risiko secara rinci dari berbagai dimensi, seperti *financial risk*, *cyber security risk*, *privacy risk*, *legal risk* dan lain sebagainya. Keempat, hanya fokus pada *indirect effect* yang berarti menitikberatkan pengaruh yang menggunakan variabel *intervening*.

Dengan berfokus terhadap fintech berjenis P2P *lending*, maka hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pandangan yang baru bagi perusahaan fintech dalam melakukan inovasi terhadap model bisnisnya. Seperti mempertahankan manfaat dan kemudahan penggunaan pada aplikasi serta memperbanyak artikel yang berisi informasi dan edukasi secara singkat tentang penggunaan beserta cara kerja aplikasi untuk memudahkan masyarakat dalam menggunakannya, khususnya bagi pengguna baru. Peningkatan keamanan sistem dan perlindungan terhadap data pribadi juga harus diperhatikan. Di sisi lain, pemerintah diharapkan dapat melakukan edukasi terhadap masyarakat mengenai fintech *lending* sehingga masyarakat dapat menggunakan produk inovatif tersebut secara bijak dan optimal. Edukasi yang dimaksud adalah yang berkaitan dengan manfaat dan risiko penggunaan fintech *lending*. Pembaharuan regulasi dan kecakapan pemerintah dalam pemberantasan pinjaman *online* ilegal juga diharapkan

dapat ditingkatkan serta disosialisasikan agar masyarakat dapat memahami secara menyeluruh hingga memiliki kesadaran diri supaya tidak terjerumus ke dalam fintech ilegal. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan mempertimbangkan beberapa keterbatasan penelitian ini maupun penelitian lainnya agar dapat membentuk pemodelan/karya baru yang berkontribusi pada literatur.

## Daftar Pustaka

- Abdillah, L. A. (2019). An overview of Indonesian fintech application. *International Conference on Communication, Information Technology and Youth Study (I-CITYS2019)*, 8–16. Diakses dari <http://eprints.binadarma.ac.id/4105/>
- Ajeng, E. (27 Oktober 2021). Peran fintech *lending* resmi mampu dorong sektor produktif dan UMKM. *Idn Times*. Diakses dari <https://www.msn.com/id-id/berita/nasional/peran-fintech-lending-resmi-mampu-dorong-sektor-produktif-dan-umkm/ar-AAQ11ja>
- Akinwale, Y. O., & Kyari, A. K. (2020). Factors influencing attitudes and intention to adopt financial technology services among the end-users in Lagos State, Nigeria. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 14(1), 1–8. doi: <https://doi.org/10.1080/20421338.2020.1835177>
- Aria, N. (27 September 2021). Fakta Investasi di Indonesia: milenial lebih pilih digital, boomer dan yang lebih kaya pilih konvensional. *Duniafintech.Com*. Diakses dari <https://duniafintech.com/fakta-investasi-di-indonesia-milenial/>
- Asmy, M., Anwar, A., Hassanudin, H., & Fouad, M. (2019). Factors

- influencing consumers' adoption of Islamic mobile banking services in Malaysia: an approach of partial least squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1037–1056. doi: <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0065>
- Candy, C., Shellyna, S., Justyanita, J., & Kristiani, K. (2022). E-wallet Doption: Technology Acceptance Model and COVID-19. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 7(2), 91–100. doi: <https://doi.org/10.22219/jiko.v7i02.20385>
- Chauhan, V., Yadav, R., & Choudhary, V. (2019). Analyzing the impact of consumer innovativeness and perceived risk in internet banking adoption: a study of Indian consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 323–339. doi: <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018-0028>
- Chong, L. L., Ong, H. B., & Tan, S. H. (2021). Acceptability of mobile stock trading application: a study of young investors in Malaysia. *Technology in Society*, 64, 1-11. doi: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101497>
- Chuang, L.-M., Liu, C.-C., & Kao, H.-K. (2016). The adoption of fintech service: TAM perspective. *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)*, 3(07), 1–15. Diakses dari <https://www.ijmas.org/3-7/IJMAS-3601-2016.pdf>
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods* (12th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Davis, F. D., & Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. Diakses dari [https://www.researchgate.net/publication/200085965\\_Perceived\\_Usefulness\\_Perceived\\_Ease\\_of\\_Use\\_and\\_User\\_Acceptance\\_of\\_Information\\_Technology](https://www.researchgate.net/publication/200085965_Perceived_Usefulness_Perceived_Ease_of_Use_and_User_Acceptance_of_Information_Technology)
- Elhajjar, S., & Ouaida, F. (2020). An analysis of factors affecting mobile banking adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 352–367. doi: <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2019-0055>
- Ghazali, E. M., Mutum, D. S., Chong, J. H., & Nguyen, B. (2018). Do consumers want mobile commerce? a closer look at m-shopping and technology adoption in Malaysia. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(4), 1064–1086. doi: <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2017-0093>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2019). *Partial least squares: konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris* (2nd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovanis, A., Assimakopoulos, C., & Sarmaniotis, C. (2018). Adoption of mobile self-service retail banking technologies: the role of technology, social, channel and personal factors. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 47(9), 894–914. doi: <https://doi.org/10.1108/IJRDM-05-2018-0089>
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Los Angeles: Sage Publications.

- Hanafizadeh, P., Behboudi, M., Abedini Koshksaray, A., & Jalilvand Shirkhani Tabar, M. (2014). Mobile-banking adoption by Iranian bank clients. *Telematics and Informatics*, 31(1), 62–78. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.11.001>
- Hidajat, T. (2020). Unethical practices peer-to-peer lending in Indonesia. *Journal of Financial Crime*, 27(1), 274–282. doi: <https://doi.org/10.1108/JFC-02-2019-0028>
- Hoang, Y. H., Nguyen, D. T. T., Tran, L. H. T., Nguyen, N. T. H., & Vu, N. B. (2021). Customers' adoption of financial services offered by banks and fintechs partnerships: evidence of a transitional economy. *Data Science in Finance and Economics*, 1(1), 77–95. doi: <https://doi.org/10.3934/dsfe.2021005>
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for Bank users: an empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry*, 11(3). doi: <https://doi.org/10.3390/sym11030340>
- Huei, C. T., Cheng, L. S., Seong, L. C., Khin, A. A., & Leh Bin, R. L. (2018). Preliminary study on consumer attitude towards fintech products and services in Malaysia. *International Journal of Engineering and Technology*, 7(2), 166–169. doi: <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.13310>
- Khayer, A., & Bao, Y. (2019). The continuance usage intention of alipay: integrating context-awareness and technology continuance theory (TCT). *The Bottom Line*, 32(3), 211–229. doi: <https://doi.org/10.1108/BL-07-2019-0097>
- Kominfo. (2021). *Siaran pers nomor 354/HM/KOMINFO/09/2021 tentang jadi pendorong ekonomi, Menkominfo: fintech perluas jangkauan ekonomi digital*. Diakses dari [https://kominfo.go.id/content/detail/37256/siaran-pers-no-354hmkominfo092021-tentang-jadi-pendorong-ekonomi-menkominfo-fintech-perluas-jangkauan-ekonomi-digital/0/siaran\\_pers](https://kominfo.go.id/content/detail/37256/siaran-pers-no-354hmkominfo092021-tentang-jadi-pendorong-ekonomi-menkominfo-fintech-perluas-jangkauan-ekonomi-digital/0/siaran_pers)
- 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. doi: <https://doi.org/10.1108/JEIM-10-2015-0094>
- Meilanova, D. R. (8 November 2021). Berantas fintech ilegal, AFTECH akan meluncurkan cekfintech.id. *Bisnis.Com*. Diakses dari <https://finansial.bisnis.com/read/20211108/563/1463298/berantas-fintech-ilegal-aftech-akan-luncurkan-cekfintechid>
- Morgan, P. J., & Trinh, L. Q. (2020). FinTech and financial literacy in Vietnam. *ADB Working Paper Series*, 1154, 1–23. Diakses dari <https://www.adb.org/publications/fintech-and-financial-literacy-vietnam>
- Muñoz-Leiva, F., Climent-Climent, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2016). Determinants of intention to use the mobile banking apps: an extension of the classic TAM model. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 21(1), 25–38. doi:

- <https://doi.org/10.1016/j.sjme.2016.12.001>
- Oladapo, I. A., Hamoudah, M. M., Alam, M. M., Olaopa, O. R., & Muda, R. (2021). Customers' perceptions of fintech adaptability in the Islamic banking sector: comparative study on Malaysia and Saudi Arabia. *Journal of Modelling in Management*. doi: <https://doi.org/10.1108/JM2-10-2020-0256>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor: 77/POJK.01/2016 tentang layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi*. Diakses dari [https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL-POJK Fintech.pdf](https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL-POJK-Fintech.pdf)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Statistik fintech lending periode 2018-2021*. Diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-Desember-2021.aspx>
- Owusu, G. M. Y., Bekoe, R. A., Addo-Yobo, A. A., & Otioku, J. (2020). Mobile banking adoption among the Ghanaian youth. *Journal of African Business*, 22(3), 339–360. doi: <https://doi.org/10.1080/15228916.2020.1753003>
- Penyelenggara fintech lending terdaftar dan berizin di OJK per 2 November 2021. (19 November 2021). Otoritas Jasa Keuangan. Diakses dari <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/finansial-technology/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Terdaftar-dan-Berizin-di-OJK-per-2-November-2021.aspx>
- Prabowo, A. (2020). Siaran pers peran industri fintech dalam pemulihan ekonomi nasional. *Otoritas Jasa Keuangan*. Diakses dari <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Documents/Pages/Siaran-Pers-Peran-Industri-Fintech-dalam-Pemulihan-Ekonomi-Nasional-SP%20-%20PERAN%20INDUSTRI%20FINTECH%20DALAM%20PEMULIHAN%20EKONOMI%20NASIONAL%20.pdf>
- Ramli, R. R. (8 November 2021). Di tengah sorotan pinjol ilegal, penyaluran pembiayaan fintech tetap melesat. *Kompas*. Diakses dari <https://money.kompas.com/read/2021/11/08/184335926/di-tengah-sorotan-pinjol-ilegal-penyaluran-pembiayaan-fintech-tetap-melesat>
- Rini, R. K., & Talattov, A. (21 Juli 2021). Menguji daya tarik fintech lending. *Investor.Id*. Diakses dari <https://investor.id/opinion/256337/menguji-daya-tarik-fintech-lending>
- Safitri, T. A. (2020). The development of fintech in Indonesia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 436, 666–670. doi: <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.139>
- Setiawan, B., Nugraha, D. P., Irawan, A., Nathan, R. J., & Zoltan, Z. (2021). User innovativeness and fintech adoption in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 1–18. doi: <https://doi.org/10.3390/joitmc7030188>
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*.

- Bandung: Alfabeta.
- Sultan, A. (2021, August 12). Batam percepat jadi sentral e-commerce. *Batampos*. Diakses dari <https://batampos.co.id/2021/08/12/batam-percepat-jadi-sentral-e-commerce/>
- Suprpto, Y., & Farida, F. (2022). Analisis pengaruh brand image, trust, security, perceived usefulness, perceived ease of use terhadap adoption intention fintech di Kota Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 6(1), 17–26. doi: <https://doi.org/https://doi.org/10.30871/jaba.v6i1.3396>
- Suryono, R. R., Budi, I., & Purwandari, B. (2020). Challenges and trends of financial technology (fintech): a systematic literature review. *Information (Switzerland)*, 11(12), 1–20. doi: <https://doi.org/10.3390/info11120590>
- Utomo, S. B., Sekaryuni, R., Widarjono, A., Tohirin, A., & Sudarsono, H. (2020). Promoting Islamic financial ecosystem to improve halal industry performance in Indonesia: a demand and supply analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 992–1011. doi: <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0259>
- Zhang, T., Lu, C., & Kizildag, M. (2018). Banking “on-the-go”: examining consumers’ adoption of mobile banking services. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 10(3), 279–295. doi: <https://doi.org/10.1108/IJQSS-07-2017-0067>