

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI INDIVIDU DALAM MENGGUNAKAN PEER TO PEER LENDING DAN EQUITY CROWD FUNDING DI DKI JAKARTA

Ascaryo Putro
Hendratmoko¹

Program Studi Manajemen, Kwik Kian Gie School of Business, Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Jakarta 14350

Abstract

Financial Technology (Fintech) is rife in finance. Fintech giving advantages to users such as efficiency, and also capable to increase financial inclusion in Indonesia. Peer to Peer Lending service, and Equity Crowdfunding are currently becoming a trend. The research purpose is to find out what factors influencing individuals in using these digital financial services. This research was conducted in DKI Jakarta by collecting 349 respondents consisting of various demographic characteristics and using the Purposive Random Sampling sampling method. The variables used in research are adaptations of the UTAUT (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) theory. The results obtained in the form of Performance Expectant Variables and Effort Expectancy have a positive and significant effect on Behavioral Intention of Peer to Peer Lending Services, while Social Influence, Trust, Reputation, and Self Efficacy variables have no positive and significant influence on Behavioral Intention of Services Peer to Peer Lending. Then for Equity Crowdfunding Services the results obtained in the form of Performance Expectancy Variables have a positive and significant effect, while the other 5 variables namely Effort Expectancy, Social Influence, Trust, Reputation, and Self Efficacy do not have a positive and significant effect on Behavioral Intention

Key Words : *Fintech, UTAUT, Peer to Peer Lending, Equity Crowdfunding, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Trust, Reputation, Self Efficacy, Behavioral Intention.*

Abstrak

Financial Technology (Fintech) sedang marak pada bidang keuangan. Selain memberikan *advantage* kepada pengguna seperti efisiensi, *Fintech* juga berkontribusi dalam meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia. *Peer to Peer Lending*, dan *Equity Crowdfunding* sedang menjadi tren saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan faktor-faktor apa sajakah yang memengaruhi individu dalam menggunakan layanan keuangan digital tersebut. Penelitian ini dilakukan di DKI Jakarta dengan mengumpulkan 349 responden yang terdiri dari berbagai macam karakteristik demografis, dengan menggunakan metode penarikan sampel *Purposive Random Sampling*. Variabel yang digunakan dalam penelitian merupakan adaptasi dari teori UTAUT (*The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*). Kesimpulan dari penelitian ini didapatkan hasil Variabel *Performance Expectancy* dan *Effort Expectancy* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Behavioral Intention* Layanan *Peer to Peer Lending*, sementara Variabel *Social Influence*, *Trust*, *Reputation*, dan *Self Efficacy* tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap *Behavioral Intention* Layanan *Peer to Peer Lending*. Untuk Layanan *Equity Crowdfunding* didapatkan hasil berupa Variabel *Performance Expectancy* memiliki pengaruh yang positif, sementara 5 variabel lainnya yakni *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Trust*, *Reputation*, dan *Self Efficacy* tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap *Behavioral Intention*.

Kata Kunci : *Fintech, UTAUT, Peer to Peer Lending, Equity Crowdfunding, Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Trust, Reputation, Self Efficacy, Behavioral Intention.*

¹ Alamat: IBII Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter, Jakarta 14350

Penulis untuk Korespondensi: Telp.: 021-65307062. Email: hendratmoko@kwikkiangie.ac.id

PENDAHULUAN

Pada satu dekade terakhir, akses internet seolah menjadi sebuah kebutuhan primer yang sudah hampir dimiliki oleh setiap orang. Hal tersebut tercermin pada sebuah survey tingkat inklusi digital di Indonesia yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2016), berdasarkan hasil survey tersebut penduduk Indonesia yang sudah memiliki akses internet sebesar 51,9 % atau setara dengan 132,7 Juta penduduk dari total 256,2 juta penduduk Indonesia secara keseluruhan.

Tidak hanya itu hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan pemakai internet di Indonesia dalam 2 tahun terakhir mencapai 50,79% dari yang sebelumnya hanya 88 juta penduduk pada tahun 2014 meningkat menjadi 132,7 juta penduduk di tahun 2016. Jika melihat tren tersebut bukan tidak mungkin jika dalam waktu kurun 5 hingga 10 tahun mendatang seluruh penduduk Indonesia sudah memiliki akses terhadap internet.

Merujuk pada hasil survei yang dilakukan oleh APJII (2016) terkait tingkat inklusi digital tersebut terlihat adanya potensi yang dapat dimanfaatkan serta terdapat keterkaitan dengan potensi peningkatan inklusi keuangan di Indonesia. Hal tersebut didasari oleh marak dan bermunculannya berbagai lembaga keuangan atau pembiayaan alternatif berbasis teknologi digital. Berdasarkan data yang dihimpun dari Asosiasi Fintech Indonesia (2017) jumlah perusahaan *Fintech (Financial Technology)* di Indonesia saat ini sudah mencapai 132 perusahaan yang terdiri dari 103 *Startup*, 22 Lembaga Keuangan (*Incumbent*) dan 7 mitra asosiasi.

Sementara Otoritas Jasa Keuangan (2017) mendefinisikan perusahaan *Fintech* di Indonesia menjadi dua kategori yakni, *Fintech 2.0*, merupakan seluruh *incumbent* pada sektor jasa keuangan baik itu perbankan, pasar modal, maupun Industri Keuangan Non Bank (IKNB) yang melakukan elektronifikasi terhadap produk atau layanannya yang semula konvensional menjadi digital. Kemudian *Fintech 3.0*, merupakan seluruh *start up* yang baru memasuki industri keuangan digital baik pada sektor perbankan, pasar modal, maupun Industri Keuangan Non Bank (IKNB).

Salah satu cara untuk meningkatkan inklusi keuangan ialah dengan cara memanfaatkan layanan keuangan berbasis digital (*Fintech*) yang sedang marak agar dapat diterima dan digunakan

oleh masyarakat. Salah dua jenis layanan keuangan digital (*Fintech*) yang sedang bertumbuh di Indonesia serta sudah dalam proses supervisi OJK ialah jenis *Peer to Peer Lending* dan *Equity Crowdfunding*. *Peer to Peer Lending* sendiri menurut Investree (2017) merupakan sebuah *platform* atau layanan yang dapat mempertemukan orang yang sedang membutuhkan dana (*borrower*) dengan orang yang mau meminjamkan dana (*investor*), sementara *Equity Crowdfunding* Menurut Akseleran (2017) merupakan sebuah penggalangan dana bagi sebuah kegiatan atau usaha melalui *platform online* atau teknologi. Menurut OJK (2018) hingga Bulan Januari 2018 sudah terdapat 36 perusahaan *Peer to Peer Lending* yang telah terdaftar dan 1 perusahaan yang telah mendapatkan izin. Sementara terdapat 42 perusahaan *Peer to Peer Lending* lainnya yang masih dalam proses mendaftar, untuk total pendanaan atau pinjaman yang telah tersalurkan pun berkisar sejumlah 3 Triliun Rupiah. Untuk perusahaan penyedia layanan *Equity Crowdfunding* sendiri hingga 2017 menurut DailySocial (2017) sudah terdapat 6 perusahaan. Sebagai tambahan menurut hasil riset DailySocial (2017) jumlah pengguna *Fintech Incumbent* atau bank justru menurun yang semula berjumlah 81,08% pada tahun 2016 menjadi 73,40% pada tahun 2017, hasil tersebut berbanding terbalik dengan jumlah pengguna *Fintech Startup* atau non bank dimana yang semula berjumlah 10,27% pada tahun 2016 meningkat menjadi 15,02% pada tahun 2017, dimana layanan *Peer to Peer Lending* dan *Equity Crowdfunding* yang menjadi objek pada penelitian ini mayoritas ditawarkan oleh lembaga jasa keuangan non bank.

Hal tersebut membuat dirasa perlu untuk menggali lebih dalam terkait faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi seseorang dalam minat dan perilaku menggunakan layanan keuangan berbasis digital yang sedang marak tersebut yakni *Peer to Peer Lending* dan *Equity Crowdfunding* dengan cakupan masyarakat DKI Jakarta. Hal yang mendasari dipilihnya masyarakat DKI Jakarta sebagai objek penelitian ialah karena DKI Jakarta menurut Deloitte (2015) memiliki jumlah GDP per kapita paling tinggi di Indonesia atau mencapai 130 juta rupiah, selain itu GDP DKI Jakarta merepresentasikan lebih dari 10% GDP secara nasional. Namun pada sisi lain menurut Deloitte (2015) masih terdapat sekitar 44% atau setara dengan 4,4 juta penduduk DKI Jakarta yang belum

tersentuh layanan keuangan formal dari total 10 juta penduduk, pada sisi lain tingkat inklusi digital masyarakat DKI Jakarta yang diukur dari sisi *mobile penetration* telah mencapai 100%. Sementara menurut Erik Koenen (2017) 3 dari 4 perusahaan *Fintech* pada tahun 2017 di Indonesia beroperasi di DKI Jakarta, untuk itu jika ingin mengukur dan mengetahui perkembangan yang telah terjadi baik pada industri *Fintech* maupun pada konsumennya secara relevan pada tahun 2017 saat ini dapat dimulai dari DKI Jakarta. Dengan menggunakan model *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) penelitian ini memiliki maksud untuk melihat kesiapan maupun tingkat pemahaman masyarakat terkait penerimaan dan penggunaan serta mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam menggunakan layanan keuangan berbasis digital khususnya layanan *Peer to Peer Lending* dan *Equity Crowdfunding* pada wilayah DKI Jakarta melalui penelitian dengan judul **“Faktor-faktor yang Memengaruhi Individu dalam Menggunakan Peer to Peer Lending dan Equity Crowd Funding di DKI Jakarta”**. Selain secara makro penelitian ini dapat berkontribusi secara tidak langsung terhadap tingkat inklusi keuangan, kontribusi lain dari penelitian ini tentunya ditujukan kepada para pelaku pasar yakni lembaga jasa keuangan yang menawarkan layanan *Peer to Peer Lending* dan *Equity Crowdfunding*.

Menurut Williams et, al (2011) metode UTAUT merupakan metode yang paling tepat digunakan dalam penelitian pada bidang IT maupun penerimaan sebuah produk baru berbasis teknologi pada suatu kelompok karena telah andal dan banyak dipergunakan dalam berbagai penelitian terdahulu yang bertujuan untuk melihat faktor-faktor yang memengaruhi *Behavioral Intention* atau minat perilaku seseorang terhadap suatu produk baru yang telah terdampak teknologi atau telah dielektronifikasi. Dengan adanya penelitian ini nantinya dapat dijadikan masukan dan saran terkait gambaran perkembangan industri *Fintech* di Indonesia khususnya *Peer to Peer Lending* dan *Equity Crowdfunding* yang dapat berkontribusi terhadap peningkatan inklusi keuangan di Indonesia khususnya dari sudut pandang akademisi, serta sebagai *input* atau rujukan lembaga jasa keuangan yang menawarkan layanan *Peer to Peer Lending* dan *Equity Crowdfunding* seperti yang telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya.

Permasalahan yang akan diteliti adalah faktor-faktor apa sajakah yang memiliki pengaruh positif

dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Peer to Peer Lending*? dan faktor-faktor apa sajakah yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Equity Crowdfunding*? Sementara Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Faktor-faktor apa sajakah yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Peer to Peer Lending* dan untuk mengetahui Faktor-faktor apa sajakah yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Equity Crowdfunding*. Secara teoritis, laporan ini dibuat untuk memperbaharui atau memperkuat beberapa fakta maupun temuan yang sudah pernah diberikan oleh beberapa penelitian terdahulu dengan model atau teori yang sama yakni *The Unified Model of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) khususnya pada bidang penerimaan dan penggunaan sebuah teknologi baru pada sebuah produk atau aktivitas. Selain itu jika pada bidang *Financial Technology* atau layanan keuangan digital khususnya *Peer to Peer Lending* dan *Equity Crowdfunding* di Indonesia, penelitian ini dapat dijadikan sebuah fakta dan temuan yang baru. Secara praktis, laporan ini dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi minat atau perilaku seseorang dalam menggunakan layanan keuangan digital atau *Financial Technology* khususnya *Peer to Peer Lending* dan *Equity Crowdfunding* yang kemudian dapat dijadikan rujukan oleh *stakeholders* terkait seperti lembaga jasa keuangan maupun regulator dalam menentukan *action* atau kebijakan. Untuk lembaga jasa keuangan penelitian ini dapat dijadikan salah satu rujukan dalam menentukan strategi kedepannya dalam rangka mengakuisisi para *potential customer*-nya, sementara bagi regulator penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu acuan pula dalam menentukan arah kebijakan kedepannya yang dapat diterapkan ke seluruh lembaga jasa keuangan terkait di bawahnya, agar nantinya seluruh layanan keuangan digital yang dikeluarkan oleh lembaga jasa keuangan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat, dimana hal tersebut sekaligus dapat berkontribusi dalam peningkatan angka inklusi keuangan di Indonesia.

Ketika terdapat sebuah teknologi baru yang dapat mengubah suatu tatanan sosial ekonomi baru, seperti bisnis proses hingga

cara hidup seseorang umumnya teknologi tersebut akan berusaha untuk dimanfaatkan semaksimal mungkin agar tercapainya sebuah tujuan yang memang sejatinya diinginkan. Salah dua dari model atau teori yang kerap digunakan untuk menganalisis terkait penerimaan teknologi tersebut ialah *Theory of Acceptance Model* (TAM) dan *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT).

Model *Theory of Acceptance Model* (TAM) merupakan sebuah model yang sudah sangat sering digunakan oleh berbagai peneliti yang umumnya digunakan untuk meneliti berbagai faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi komputer atau informasi. Model ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1986 oleh Davis, model tersebut disempurnakan atau dirujuk dari sebuah model yang dinamakan *Theory of Reason Action* (TRA). Menurut Davis et, al (1989) *Theory of Acceptance Model* (TAM) merupakan sebuah model yang lebih banyak berbicara mengenai persepsi kemanfaatan dan kemudahan dari seseorang terhadap penggunaan sebuah produk atau teknologi baru.

Menurut Venkatesh et, al. (2003) Model *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan sebuah teori yang dapat menjelaskan terkait tingkat pemahaman seseorang tentang penerimaan dan penggunaan sebuah teknologi baru. Terdapat 8 model teori yang membentuk model UTAUT menjadi sebuah model yang kerap digunakan dalam menjelaskan tingkat pemahaman seseorang terkait penerimaan dan penggunaan sebuah produk atau teknologi baru yakni *Theory of Reason Action* (TRA), *Theory of Acceptance Model* (TAM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Motivational Model* (MM), *Combined TAM-TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT). Dalam model UTAUT awal mulanya terdapat 7 variabel independen yakni *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Computer Self Efficacy*, *Anxiety*, dan *Attitude Toward Using Technology*. Namun hanya

terdapat 4 variabel independen yang ternyata dianggap relevan dan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya, yakni yang terdiri dari *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*. Sementara yang menjadi variabel dependen ialah *Behavior Intention* dan *Use Behavior*. Selain itu terdapat 4 variabel lain yang berfungsi sebagai moderator yakni *Gender*, *Age*, *Experience*, dan *Voluntariness of Use*. UTAUT dinilai mampu dalam menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam bertindak atau berperilaku pada hal ini kaitannya ialah dalam menggunakan sebuah teknologi baru.

Menurut Widnyana dan Yadnyana (2015) digunakan model atau kerangka penelitian mengacu pada model UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh, et al (2003) dimana terdapat 4 variabel Independen yakni *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* serta 2 variabel dependen yakni *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*.

Terbalik.....; sebaiknya sudah ada keterangan teoritis terlebih dahulu (bagian bawah) barulah ada hipotesis

Hipotesis

- H1 :Terdapat pengaruh yang positif antara *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Peer to PeerLending*
- H2 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Peer to Peer Lending*
- H3 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Peer to PeerLending*
- H4 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Trust* terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Peer to PeerLending*
- H5 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Reputation* terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Peer to PeerLending*

- H6 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Self Efficacy* terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Peer to Peer Lending*
- H7 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Equity Crowdfunding*
- H8 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Equity Crowdfunding*
- H9 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Equity Crowdfunding*
- H10 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Trust* terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Equity Crowdfunding*
- H11 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Reputation* terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Equity Crowdfunding*
- H12 : Terdapat pengaruh yang positif antara *Self Efficacy* terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam menggunakan layanan *Equity Crowdfunding*.

Sebaiknya langsung model yang dipakai saja

Model The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

Menurut Venkatesh et, al. (2003) Model *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan sebuah teori yang dapat menjelaskan terkait tingkat pemahaman seseorang tentang penerimaan dan penggunaan sebuah teknologi baru. Terdapat 8 model teori yang membentuk model UTAUT menjadi sebuah model yang kerap digunakan dalam menjelaskan tingkat pemahaman seseorang terkait penerimaan dan penggunaan sebuah produk atau teknologi baru yakni *Theory of Reason Action* (TRA), *Theory of Acceptance Model* (TAM), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Motivational Model* (MM), *Combined TAM-TPB* (C-TAM-TPB), *Model of PC Utilization* (MPCU), *Innovation Diffusion Theory* (IDT), dan *Social Cognitive Theory* (SCT). Dalam model UTAUT awal mulanya terdapat 7 variabel independen yakni *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Computer Self Efficacy*, *Anxiety*, dan *Attitude Toward Using Technology*. Namun hanya

terdapat 4 variabel independen yang ternyata dianggap relevan dan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya, yakni yang terdiri dari *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*. Sementara yang menjadi variabel dependen ialah *Behavior Intention* dan *Use Behavior*. Selain itu terdapat 4 variabel lain yang berfungsi sebagai moderator yakni *Gender*, *Age*, *Experience*, dan *Voluntariness of Use*. UTAUT dinilai mampu dalam menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam bertindak atau berperilaku pada hal ini kaitannya ialah dalam menggunakan sebuah teknologi baru.

Performance Expectancy

Menurut Venkatesh et, al (2003) *Performance Expectancy* dapat diartikan sebagai sebuah ekspektasi seseorang terhadap suatu produk baru, dimana orang tersebut berharap produk tersebut akan dapat memberikan manfaat atau dampak positif ketika digunakan. Jika ditarik relevansinya dengan layanan keuangan digital (*Fintech*) sejatinya komponen ini tidak jauh berbeda dengan komponen *Perceived Usefulness* yang telah dijelaskan pada model *Theory of Acceptance Model* (TAM) oleh Davis et, al (1989) yakni menjelaskan seberapa besar manfaat yang akan diperoleh seseorang ketika beralih menggunakan layanan keuangan berbasis digital, dibandingkan dengan ketika menggunakan sebuah layanan keuangan konvensional sebelumnya. Manfaat dapat diukur mulai dari tingkat efisiensi dan efektivitas ketika menggunakan layanan tersebut.

Effort Expectancy

Menurut Venkatesh et, al (2003) *Effort Expectancy* didefinisikan sebagai ekspektasi usaha seseorang terkait kemudahan dalam menggunakan sebuah produk baru. Jika ditarik relevansinya dengan layanan keuangan digital (*Fintech*) sejatinya komponen ini tidak jauh berbeda dengan komponen *Perceived Ease of Use* yang telah dijelaskan pada model *Theory of Acceptance Model* (TAM) oleh Davis et, al (1989). Yakni dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang dapat mengakses atau menggunakan sebuah layanan keuangan digital. Tingkat kesulitan pun akan dibandingkan oleh seseorang ketika menggunakan layanan keuangan konvensional, hal-hal seperti ini dapat mulai diukur dari kemudahan mengakses,

mendapatkan informasi hingga ketika penggunaannya.

Social Influence

Menurut Venkatesh et,al (2003) *Social Influence* didefinisikan sebagai tingkat pengaruh lingkungan sekitar seseorang yang dapat memengaruhi perilaku atau keputusan seseorang dalam menggunakan sebuah produk baru. Jika ditarik relevansinya dengan layanan keuangan digital (*Fintech*) maka komponen ini dapat diartikan sejauh mana keputusan seseorang untuk menggunakan sebuah layanan keuangan digital berasal dari dorongan atau ajakan dari lingkungan sekitar, seperti keluarga dan kerabat.

Facilitating Conditions

Menurut Venkatesh et,al (2003) *Facilitating Conditions* didefinisikan sebagai tingkat kesiapan baik dari segi teknis maupun infrastruktur dalam penggunaan teknologi maupun produk baru. Jika ditarik relevansinya dengan layanan keuangan digital (*Fintech*) maka komponen ini dapat diartikan sebagai keyakinan seseorang terhadap segala jenis fasilitas penunjang dari serangkaian proses *financial technology* mulai dari hulu ke hilir baik yang bersifat *hard* maupun *soft* yang dapat menunjang penggunaan layanan keuangan digital (*Fintech*).

Behavioral Intention dan Use Behavior

Menurut Venkatesh et,al (2003) *Behavioral Intention* didefinisikan sebagai minat dan perilaku seseorang dalam menggunakan sebuah produk yang baru diperkenalkan. Sementara *Use Behavior* merupakan perilaku seseorang ketika telah menggunakan sebuah produk baru tersebut.

Gender

Menurut Venkatesh et,al (2003) jenis kelamin (*Gender*) dinilai mampu menjadi variabel moderasi antara variabel independen yakni *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence* terhadap variabel dependen *Behavioral Intention*.

Age

Menurut Venkatesh et,al (2003) Usia (*Age*) dinilai mampu menjadi variabel moderasi antara variabel independen yakni *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence* terhadap variabel dependen *Behavioral*

Intention serta menjadi variabel moderat antara variabel independen *Facilitating Condition* dengan *Use Behavior*. Jika ditarik relevansinya dengan layanan keuangan digital (*Fintech*) dan perkembangan penggunaan internet atau teknologi informasi di Indonesia, maka sesuai dengan Survey yang telah dilakukan oleh APJII pada tahun 2016, di Indonesia terbagi menjadi 5 kelompok usia yang terdiri dari usia 10-24 tahun, 25-34 tahun, 35-44 tahun, 45-54 tahun, dan 55 tahun keatas.

Experience

Menurut Venkatesh et,al (2003) pengalaman (*Experience*) dinilai mampu menjadi variabel moderasi antara variabel independen yakni *Effort Expectancy*, dan *Social Influence* terhadap variabel dependen *Behavioral Intention* serta menjadi variabel moderat antara variabel independen *Facilitating Condition* dengan *Use Behavior*. Jika ditarik relevansinya dengan layanan keuangan digital (*Fintech*) dan penelitian kali ini maka jenis pengalaman yang digunakan hanya untuk mengetahui faktor minat perilaku maka pengalaman dapat diartikan ketika seseorang telah pernah menjadi nasabah dari sebuah lembaga jasa keuangan dan pernah menggunakan sebuah layanan keuangan digital.

Voluntariness of Use

Menurut Venkatesh et,al (2003) kesukarelaan (*Voluntariness of Use*) dinilai mampu menjadi variabel moderasi antara variabel independen yakni *Social Influence* terhadap variabel dependen *Behavioral Intention*.

Menurut Widnyana dan Yadnyana (2015) model atau kerangka penelitian mengacu pada model UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh, et al (2003) dimana terdapat 4 variabel Independen yakni *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* serta 2 variabel dependen yakni *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*.

Menurut Nasir (2013) model atau kerangka penelitian mengacu pada model UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh, et al (2003) dimana terdapat 4 variabel Independen yakni *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Condition* serta 2 variabel dependen yakni *Behavioral Intention* dan *Use Behavior*.

Menurut Suryadi (2014) peneliti mengadopsi model UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh, et,al (2003) dengan menggunakan

7 variabel independen yakni *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence Facilitating Condition*, *Self Efficacy*, *Anxiety*, dan *Attitude Toward Using Technology* serta 1 variabel dependen yakni *Behavioral Intention*.

Menurut Putra (2017) peneliti mengadopsi model atau teori UTAUT dengan mengkombinasikan beberapa studi terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti. Untuk itu peneliti mendapatkan kerangka penelitian yang terdiri dari 7 variabel independen yang 4 diantaranya berasal dari teori atau model UTAUT yakni *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, dan *Facilitating Condition* serta 3 variabel independen lainnya diolah dan didapatkan oleh peneliti setelah melakukan studi terdahulu yakni variabel *Perceived Risk*, *Perceived Compatibility* dan *Awareness of Benefit*. Sementara untuk variabel dependen peneliti memutuskan menggunakan 1 variabel yakni *Behavioral Intention*. Terkait variabel dependen *Use Behavior* tidak peneliti gunakan dengan alasan bahwa penelitian kali ini hanya ingin mencari tahu hingga sejauh mana minat seseorang untuk menggunakan belum sampai pada tahap ketika seseorang sudah menggunakan produk tersebut.

Menurut Sabatini (2017) peneliti mengadopsi model atau teori UTAUT dengan mengkombinasikan beberapa studi terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti. Untuk itu peneliti mendapatkan kerangka penelitian yang terdiri dari 6 variabel independen yang 3 diantaranya berasal dari teori atau model UTAUT yakni *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence*, serta 3 variabel independen lainnya diolah dan didapatkan oleh peneliti setelah melakukan studi terdahulu yakni variabel *Trust*, *Reputation* dan *Self Efficacy*. Sementara untuk variabel dependen peneliti memutuskan menggunakan 1 variabel yakni *Behavioral Intention*.

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah *Quantitative research*, dimana *Quantitative Research* menurut Sugiyono (2010) ialah sebuah metode yang datanya diperoleh dari data valid statistik hasil jawaban sampel baik melalui kuesioner maupun survey, yang pada akhirnya hasilnya berbentuk angka atau persentase.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di DKI Jakarta secara menyeluruh, dan penelitian ini berlangsung dan dimulai pada Bulan November 2017 hingga berakhir pada Bulan Februari 2018.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menggunakan metode kuesioner dengan cara menyebarkan dan menghimpun data dalam bentuk kuesioner secara langsung ke beberapa responden yang terbagi ke dalam beberapa kelompok umur di DKI Jakarta.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dipakai pada penelitian ini ialah berdasarkan sumber data primer. Dapat dikatakan data primer karena data yang dihimpun melalui metode kuesioner yang disebarkan dan didapatkan datanya secara langsung ke beberapa responden yang terbagi ke dalam beberapa kelompok umur di DKI Jakarta. Sementara untuk jenis data yang digunakan ialah jenis data kuantitatif.

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi yang dipakai untuk melakukan penelitian ini ialah seluruh penduduk atau masyarakat DKI Jakarta dari berbagai kelompok usia dengan jumlah populasi 7.654.209. Jika angka populasi tersebut dimasukkan ke dalam tabel Isaac & Michael dengan tingkat alpha 5 %, maka jumlah sampel yang harus didapatkan ialah berjumlah 349.

3.6 Metode Penarikan Sampel

Metode yang digunakan untuk penarikan sampel ialah metode *Purposive random Sampling*, menurut Sugiyono (2010) Metode tersebut merupakan metode pengambilan sampel secara acak, namun terdapat kriteria-kriteria tertentu yang membatasi terkait dengan kesesuaian tujuan penelitian, jadi meskipun seluruh sampel memiliki kesempatan dan probabilitas yang serupa untuk menjadi responden, namun hal tersebut akan dibatasi oleh beberapa kriteria sampel atau responden yang kemudian jawabannya akan diolah lebih lanjut menjadi data penelitian.

3.7 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah batasan pengertian yang dijadikan pedoman untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan seperti penelitian dengan karakteristik tertentu, dan dapat diamati, diukur serta dapat diulang oleh orang lain.

Metoda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Skala Likert

karena skala tersebut dinilai paling tepat dan sudah umum digunakan apabila sebuah penelitian atau pertanyaan dari sebuah kuesioner ditujukan untuk mencari sebuah persepsi terhadap sebuah fenomena, hal tersebut sama seperti yang telah diungkapkan oleh Himawati (2007).

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berupa uraian saja/penjelasan ; keterangan tentang table tidak usah dinyatakan; karena pembaca ahli dapat membaca secara langsung

Equity Crowdfunding

Tabel Hasil Uji t *Equity Crowdfunding*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	ketrenga
	B		Beta			
1 (Constant)	,745			2,227	,027	F= R ² =
PE	,540		,542	7,213	,000	
EE	,001		,002	,022	,983	
SI	,081		,116	1,729	,086	
T	,115		,132	1,769	,079	
R	,045		,053	,748	,456	
SE	,060		,063	,925	,356	

PEMBAHASAN

Implikasi Akademik dan Teoritik *Peer to Peer Lending*

1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* layanan *Peer to Peer Lending*

Dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Performance Expectancy* terhadap variabel *Behavioral Intention* layanan *Peer to Peer Lending*. Hasil tersebut menunjukkan adanya kesamaan hasil pada penelitian terdahulu yang dijadikan salah satu acuan pada penelitian kali ini, yakni pada penelitian yang dilakukan oleh

Sabatini (2017) terkait analisis faktor-faktor yang memengaruhi individu atau nasabah dalam menggunakan internet banking. Selain itu hasil yang didapatkan dalam penelitian kali ini terkait pengaruh *Performance Expectancy* terhadap

Behavioral Intention layanan *Peer to Peer Lending* dimana memiliki hasil yang positif dan signifikan memengaruhi, maka dapat disimpulkan bahwa salah satu variabel dalam teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni variabel *Performance Expectancy* pada teori UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh, et.al (2003) masih relevan untuk digunakan dalam penelitian kali ini. Dalam konteks layanan *Peer to Peer Lending*, dapat disimpulkan bahwa *customer* yang memiliki demografi mayoritas generasi milenial tersebut sangat dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja atau dapat atau tidaknya sebuah layanan dalam memberikan *added value* bagi dirinya, dalam arti lain *Performance Expectancy* menjadi sebuah *order winner* bagi LJK terkait yang menawarkan layanan *Peer to Peer Lending* untuk menjadi salah satu faktor yang patut dipertimbangkan. Hal tersebut juga didukung oleh hasil survey DailySocial (2017) terkait *Fintech*, dimana pada pertanyaan *advantage of fintech* bagi pengguna yang diisi langsung oleh responden pengguna *fintech*, mayoritas jawabannya bersinggungan dengan manfaat atau

peningkatan performa kehidupan sehari-harinya terutama pada sisi finansial, seperti lebih efektif dan efisien, membuat seseorang menjadi bisa memanajemen keuangan pribadinya, serta banyak manfaat lainnya jika dibandingkan dengan layanan konvensional.

2. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* layanan *Peer to PeerLending*

Dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan *Peer to PeerLending*. Hasil tersebut tidak sejalan lurus dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sabatini (2017) dimana dalam penelitian tersebut *Effort Expectancy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan Internet Banking. Selain itu juga tentunya dapat dikatakan hasil tersebut tidak sejalan dengan teori yang digunakan dalam penelitian kali ini yakni UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh, et.al (2003). Namun jika dianalisis lebih dalam terkait konteks penelitian kali ini pada layanan *Peer to PeerLending*, dimana mayoritas penggunaannya generasi milenial dan pekerja muda maka dapat disimpulkan kemudahan akses, informasi, serta panduan bukan menjadi hal utama yang menjadi pertimbangan individu tersebut untuk menggunakan sebuah layanan atau tidak, karena dapat dikatakan pada era digital seperti ini kemudahan akses, informasi, ataupun panduan sudah merupakan hal yang umum dan bahkan dapat dikatakan harus dimiliki seluruh layanan tidak hanya layanan *Peer to PeerLending* atau menjadi sebuah *order qualifier* sebuah layanan.

3. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* layanan *Peer to PeerLending*

Dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa *Social Influence* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan *Peer to PeerLending*. Hasil tersebut sejalan lurus dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sabatini (2017) dimana dalam penelitian tersebut *Social Influence* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan Internet Banking. Namun jika dikaitkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian kali ini yakni UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh, et.al (2003), maka dapat dikatakan hasil tersebut tidak memiliki

kesamaan dengan apa yang telah dikatakan pada teori. Jika dianalisis lebih dalam pada konteks *Peer to PeerLending* atau bahkan layanan keuangan digital secara keseluruhan maka dapat disimpulkan bahwa, keputusan individu dalam menggunakan sebuah layanan keuangan digital bukanlah berasal dari lingkungan sekitar seperti keluarga, teman, ataupun figur tertentu namun lebih berasal dari keyakinan sendiri yang dipengaruhi oleh beberapa faktor tertentu yang muncul dari internal untuk menggunakan.

4. Pengaruh *Trust* terhadap *Behavioral Intention* layanan *Peer to PeerLending*

Dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Trust* terhadap variabel *Behavioral Intention* layanan *Peer to PeerLending*. Hasil tersebut menunjukkan adanya kesamaan hasil pada penelitian terdahulu yang dijadikan salah satu acuan pada penelitian kali ini, yakni pada penelitian yang dilakukan oleh Sabatini (2017) terkait analisis faktor-faktor yang memengaruhi individu atau nasabah dalam menggunakan internet banking. Variabel *Trust* merupakan sebuah variabel independen yang ditambahkan khusus pada penelitian kali ini berdasarkan hasil studi dan replikasi variabel penelitian terdahulu yang dianggap relevan. Jika dalam konteks *Peer to PeerLending*, maka tingkat kepercayaan individu dalam menggunakan layanan tersebut menjadi sangat penting dan patut dipertimbangkan oleh LJK terkait. Pasalnya *Peer to PeerLending* merupakan sebuah layanan pinjam meminjam berbasis digital antar satu individu dengan individu yang lain, oleh karena itu dijamin dan disupervisinya keamanan sebuah LJK oleh sebuah otoritas atau institusi yang berwenang dianggap mampu meminimalisir risiko yang mungkin akan terjadi pada individu tersebut. Untuk itu mendaftarkan diri dibawah pengawasan OJK merupakan keputusan yang tepat bagi sebuah LJK yang menawarkan layanan *Peer to PeerLending*, ditambah lagi momen tersebut dirasa tepat karena OJK baru saja merilis POJK terkait *Peer to PeerLending*. Jadi dapat disimpulkan disaat semakin marak dan bertumbuhnya LJK yang menawarkan *Peer to PeerLending* berikut dengan pertumbuhan penggunaannya, berada dibawah sebuah pengawasan otoritas atau dijaminnya sebuah LJK yang menawarkan *Peer to PeerLending* dapat dikatakan menjadi sebuah *order winner* pasalnya tidak semua lembaga mau dan mampu untuk mendaftarkan diri.

5. Pengaruh *Reputation* terhadap *Behavioral Intention* layanan *Peer to Peer Lending*

Dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa *Reputation* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan *Peer to Peer Lending*. Hasil tersebut sejalan lurus dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sabatini (2017) dimana dalam penelitian tersebut *Reputation* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan Internet Banking. *Reputation* juga merupakan sebuah variabel independen yang ditambahkan khusus pada penelitian kali ini berdasarkan studi dan replikasi penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Dalam konteks *Peer to Peer Lending* jika dianalisis lebih dalam mengapa variabel *Reputation* tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Behavioral Intention* ialah karena dari segi reputasi maupun popularitas LJK Fintech yang menawarkan *Peer to Peer Lending* khususnya baru berusia sekitar 3-5 tahun, sehingga tentu jika dilihat dari segi popularitas ataupun reputasinya termasuk ke dalam kategori yang belum populer. Namun memang ada sekelompok orang yang menggunakan layanan tersebut untuk menambah penghasilan meskipun LJK yang menjadi tempat tujuan individu tersebut belum banyak dikenal masyarakat.

6. Pengaruh *Self Efficacy* terhadap *Behavioral Intention* layanan *Peer to Peer Lending*

Dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa *Self Efficacy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan *Peer to Peer Lending*. Hasil tersebut sejalan lurus dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sabatini (2017) dimana dalam penelitian tersebut *Self Efficacy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan Internet Banking. *Self Efficacy* juga merupakan sebuah variabel independen yang ditambahkan khusus pada penelitian kali ini berdasarkan studi dan replikasi penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Dalam konteks *Peer to Peer Lending* jika dianalisis lebih dalam mengapa variabel *Self Efficacy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Behavioral Intention* ialah karena keyakinan individu dalam menggunakan atau mengoperasikan sebuah layanan keuangan digital sudah menjadi hal yang lumrah, dimana mayoritas responden merupakan generasi milenial sehingga aktivitas dan gaya hidup sehari-harinya pun sudah

terbiasa dengan menggunakan segala sesuatu yang berbasis digital. Oleh karena itu bagi LJK terkait memiliki fitur yang umum dan mudah dipahami oleh seluruh kalangan khususnya generasi milenial baik pada aplikasi maupun websitenya sudah menjadi keharusan atau *order qualifier*.

Equity Crowdfunding

1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* layanan *Equity Crowdfunding*

Dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Performance Expectancy* terhadap variabel *Behavioral Intention* layanan *Equity Crowdfunding*. Hasil tersebut menunjukkan adanya kesamaan hasil pada penelitian terdahulu yang dijadikan salah satu acuan pada penelitian kali ini, yakni pada penelitian yang dilakukan oleh Sabatini (2017) terkait analisis faktor-faktor yang memengaruhi individu atau nasabah dalam menggunakan internet banking. Selain itu hasil yang didapatkan dalam penelitian kali ini terkait pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* layanan *Equity Crowdfunding* dimana memiliki hasil yang positif dan signifikan memengaruhi, maka dapat disimpulkan bahwa salah satu variabel dalam teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni variabel *Performance Expectancy* pada teori UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh, et.al (2003) masih relevan untuk digunakan dalam penelitian kali ini. Dalam konteks layanan *Equity Crowdfunding*, dapat disimpulkan bahwa *customer* yang memiliki demografi mayoritas generasi milenial tersebut sangat dipengaruhi oleh ekspektasi kinerja atau dapat atau tidaknya sebuah layanan dalam memberikan *added value* bagi dirinya, dalam arti lain *Performance Expectancy* menjadi sebuah *order winner* bagi LJK terkait yang menawarkan layanan *Equity Crowdfunding* untuk menjadi salah satu faktor yang patut dipertimbangkan. Hal tersebut juga didukung oleh hasil survey DailySocial (2017) terkait Fintech, dimana pada pertanyaan *advantage of fintech* bagi pengguna yang diisi langsung oleh responden pengguna fintech, mayoritas jawabannya bersinggungan dengan manfaat atau peningkatan performa kehidupan sehari-harinya terutama pada sisi finansial, seperti lebih efektif dan efisien, membuat seseorang menjadi bisa memanajemen keuangan pribadinya, serta banyak manfaat lainnya jika dibandingkan dengan layanan konvensional.

2. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* layanan *Equity Crowdfunding*

Dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan *Equity Crowdfunding*. Hasil tersebut tidak sejalan lurus dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sabatini (2017) dimana dalam penelitian tersebut *Effort Expectancy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan Internet Banking. Selain itu juga tentunya dapat dikatakan hasil tersebut tidak sejalan dengan teori yang digunakan dalam penelitian kali ini yakni UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh, et.al (2003). Namun jika dianalisis lebih dalam terkait konteks penelitian kali ini pada layanan *Equity Crowdfunding*, dimana mayoritas penggunaannya generasi milenial dan pekerja muda maka dapat disimpulkan kemudahan akses, informasi, serta panduan bukan menjadi hal utama yang menjadi pertimbangan individu tersebut untuk menggunakan sebuah layanan atau tidak, karena dapat dikatakan pada era digital seperti ini kemudahan akses, informasi, ataupun panduan sudah merupakan hal yang umum dan bahkan dapat dikatakan harus dimiliki seluruh layanan tidak hanya layanan *Equity Crowdfunding* atau menjadi sebuah *order qualifier* sebuah layanan.

3. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* layanan *Equity Crowdfunding*

Dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa *Social Influence* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan *Equity Crowdfunding*. Hasil tersebut sejalan lurus dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sabatini (2017) dimana dalam penelitian tersebut *Social Influence* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan Internet Banking. Namun jika dikaitkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian kali ini yakni UTAUT yang diperkenalkan oleh Venkatesh, et.al (2003), maka dapat dikatakan hasil tersebut tidak memiliki kesamaan dengan apa yang telah dikatakan pada teori. Jika dianalisis lebih dalam pada konteks layanan *Equity Crowdfunding* atau bahkan layanan keuangan digital secara keseluruhan maka dapat disimpulkan bahwa, keputusan individu dalam

menggunakan sebuah layanan keuangan digital bukanlah berasal dari lingkungan sekitar seperti keluarga, teman, ataupun figur tertentu namun lebih berasal dari keyakinan sendiri yang dipengaruhi oleh beberapa faktor tertentu yang muncul dari internal untuk menggunakan.

4. Pengaruh *Trust* terhadap *Behavioral Intention* layanan *Equity Crowdfunding*

Dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *Trust* terhadap variabel *Behavioral Intention* layanan *Equity Crowdfunding*. Hasil tersebut menunjukkan adanya perbedaan hasil pada penelitian terdahulu yang dijadikan salah satu acuan pada penelitian kali ini, yakni pada penelitian yang dilakukan oleh Sabatini (2017) terkait analisis faktor-faktor yang memengaruhi individu atau nasabah dalam menggunakan internet banking. Variabel *Trust* merupakan sebuah variabel independen yang ditambahkan khusus pada penelitian kali ini berdasarkan hasil studi dan replikasi variabel penelitian terdahulu yang dianggap relevan. Jika dianalisis lebih dalam maka dapat disimpulkan bahwa variabel *trust* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Behavioral intention* layanan *Equity Crowdfunding* karena memang hingga penelitian ini dilakukan layanan *Equity Crowdfunding* belum diatur dan diawasi, sementara responden kuesioner yang mengisi merupakan para pengguna layanan tersebut. Untuk itu dirasa cukup relevan jika memang akhirnya variabel tersebut memiliki hasil yang tidak berpengaruh secara positif dan signifikan.

5. Pengaruh *Reputation* terhadap *Behavioral Intention* layanan *Equity Crowdfunding*

Dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa *Reputation* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan *Equity Crowdfunding*. Hasil tersebut sejalan lurus dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sabatini (2017) dimana dalam penelitian tersebut *Reputation* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan Internet Banking. *Reputation* juga merupakan sebuah variabel independen yang ditambahkan khusus pada penelitian kali ini berdasarkan studi dan replikasi penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Dalam konteks layanan *Equity Crowdfunding* jika dianalisis lebih dalam mengapa variabel

Reputation tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Behavioral Intention* ialah karena dari segi reputasi maupun popularitas LJK Fintech yang menawarkan layanan *Equity Crowdfunding* khususnya baru berusia sekitar 3-5 tahun, sehingga tentu jika dilihat dari segi popularitas ataupun reputasinya termasuk ke dalam kategori yang belum populer. Namun memang ada sekelompok orang yang menggunakan layanan tersebut untuk menambah penghasilan meskipun LJK yang menjadi tempat tujuan individu tersebut belum banyak dikenal masyarakat.

6. Pengaruh *Self Efficacy* terhadap *Behavioral Intention* layanan *Equity Crowdfunding*

Dalam penelitian ini didapatkan hasil berupa *Self Efficacy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan *Equity Crowdfunding*. Hasil tersebut sejalan lurus dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Sabatini (2017) dimana dalam penelitian tersebut *Self Efficacy* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention* layanan Internet Banking. *Self Efficacy* juga merupakan sebuah variabel independen yang ditambahkan khusus pada penelitian kali ini berdasarkan studi dan replikasi penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Dalam konteks *Equity Crowdfunding* jika dianalisis lebih dalam mengapa variabel *Self Efficacy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Behavioral Intention* ialah karena keyakinan individu dalam menggunakan atau mengoperasikan sebuah layanan keuangan digital sudah menjadi hal yang lumrah, dimana mayoritas responden merupakan generasi milenial sehingga aktivitas dan gaya hidup sehari-harinya pun sudah terbiasa dengan menggunakan segala sesuatu yang berbasis digital. Oleh karena itu bagi LJK terkait memiliki fitur yang umum dan mudah dipahami oleh seluruh kalangan khususnya generasi milenial baik pada aplikasi maupun websitenya sudah menjadi keharusan atau *order qualifier*.

Implikasi Manajerial

Regulator

Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan oleh regulator terkait yakni Otoritas Jasa Keuangan dalam menyusun kebijakan ataupun peraturan yang akan segera diterbitkan, mengingat sejauh ini Otoritas Jasa Keuangan baru menerbitkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan

(POJK) tentang *Peer to Peer Lending*, sementara Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) tentang *Equity Crowdfunding* baru berbentuk draft.

Lembaga Jasa Keuangan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan oleh para Lembaga Jasa Keuangan khususnya yang menawarkan layanan pada bidang *Peer to Peer Lending* dan *Equity Crowdfunding* dalam menentukan strategi atau langkah kedepannya dalam rangka mengakuisisi *potential customer*-nya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan penelitian diatas, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Untuk Layanan *Peer to Peer Lending* terdapat 2 variabel yang memiliki pengaruh secara positif terhadap *Behavioral Intention*, yakni variabel *Performance Expectancy* dan variabel *Trust*, dengan variabel *Trust* dengan nilai pengaruh yang paling tinggi atau signifikan. Sementara 4 variabel lainnya yakni variabel *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Reputation*, dan *Self Efficacy* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*.
2. Untuk Layanan *Equity Crowdfunding* terdapat 1 variabel yang memiliki pengaruh secara positif terhadap *Behavioral Intention*, yakni variabel *Performance Expectancy*, sementara 5 variabel lainnya yakni variabel *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Trust*, *Reputation*, dan *Self Efficacy* tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*.

SARAN

Berdasarkan hasil dari kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Seluruh *Stakeholder* terkait baik pelaku industri (lembaga jasa keuangan) maupun regulator setidaknya dapat memperhatikan variabel yang ditemukan pada penelitian mampu berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*, yakni variabel *Performance Expectancy* & *Trust* untuk layanan *Peer to Peer Lending* dan variabel *Performance Expectancy* untuk layanan *Equity Crowdfunding*.

2. Diharapkan dengan adanya laporan penelitian ini dengan segala keterbatasannya, dapat dikembangkan dan dijadikan rujukan oleh para peneliti berikutnya yang ingin mengembangkan topik dengan konsep dan model yang sama.
3. Dengan lebih memperbanyak jumlah sampel, serta memperluas wilayah penelitian ke seluruh Indonesia, penelitian berikutnya akan sangat bernilai bagi perkembangan industri keuangan digital (*Fintech*) khususnya pada layanan *Peer to Peer Lending* dan *Equity Crowdfunding* yang nantinya akan berkontribusi terhadap

peningkatan angka inklusi keuangan di Indonesia.

4. Penelitian lanjutan diharapkan dapat menganalisis lebih dalam serta menemukan faktor-faktor baru yang relevan dan dapat memengaruhi *Behavioral Intention* layanan *Peer to Peer Lending* dan *Equity Crowdfunding*, dengan tetap mengkolaborasikan dengan faktor atau variabel yang telah ditemukan memengaruhi secara positif dan signifikan pada penelitian ini.

Menggunakan Model UTAUT, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2016). Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2016. Didapatkan dari <https://www.apjii.or.id> pada 3 Desember 2017 pukul 15.00

Cara Membaca Tabel f (16 Mei 2016). Didapatkan dari <http://www.spssstatistik.com/cara-membaca-tabel-f/> pada 11 Desember 2017 pukul 17.45 WIB.

Daily Social (2017). *Fintech Report 2017*. Didapatkan dari <https://dailysocial.id> pada 11 Maret 2018 pukul 21.20

Davis, F. D. (1989) Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information. *MIS Quarterly*, 319-339.

Deloitte (2015). *The Future is now Digital Financial Services in Indonesia*. Didapatkan dari <https://www2.deloitte.com/> pada 15 Desember 2017 pukul 19.20

Hair JR., J. F., Black, W. C. (2010) Multivariate Data Analysis. didapatkan dari <https://www.slideshare.net/adityanovanto5/hair-et-al-2010> pada 3 Februari 2018 pukul 21.30

Hikmawati, Fenti. (2017) *Metodologi Penelitian*, Depok, Rajawali.

Jumlah Perusahaan Fintech di Indonesia (n.d). Didapatkan dari <https://fintech.id/> pada 9 November 2017 pukul 12.20.

Nasir, M. (2013) Evaluasi Penerimaan Teknologi Informasi Mahasiswa di Palembang

Otoritas Jasa Keuangan (2015). Master Plan Sektor Jasa Keuangan Indonesia 2015-2019. Didapatkan dari <https://www.ojk.go.id/> pada 4 November 2017 pukul 15.20

Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2016. Didapatkan dari <https://www.ojk.go.id> pada 3 November 2017 pukul 13.30

References APA style (n.d). Pada Website APA style. Didapatkan dari <http://www.apastyle.org/learn/index.aspx> pada 12 Desember 2017 pukul 17.00.

Putra, R.T. (2017) Analisa Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Perilaku Pengguna Dompet Virtual (e-Wallet) (Studi Kasus : Pengguna e-Wallet Go-PAY), Program Studi Manajemen Bisnis, Sekolah Tinggi Manajemen PPM, Jakarta, Indonesia.

Pengertian Equity Crowdfunding (n.d) Didapatkan dari <https://akseleran.com> pada 25 April 2018 pukul 09.15

Pengertian *Peer to Peer Lending* (n.d). Didapatkan dari <https://investree.id/> pada 25 April 2018 pukul 09.00

Sabatini, N. (2017) Analisa Faktor-faktor yang Memengaruhi Behavioral Intention Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking, Program Studi Manajemen Bisnis, Sekolah Tinggi Manajemen PPM, Jakarta, Indonesia.

Sugiyono. (2010) *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta.

Suryadi, I. (2014) Adopsi Sistem Informasi Asuransi Terpadu dengan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Studi Kasus : PT. Asuransi Binagriya, Jurnal Asuransi dan Manajemen Risiko, Asosiasi Ahli Manajemen Asuransi Indonesia, Indonesia.

Tabel Isaac dan Michael.(n.d.). Pada course hero online website. Didapatkan dari <https://www.coursehero.com/file/p1gkpem/Tabel-penentuan-jumlah-sampel-dari-Isaac-dan-Michael-memberikan-kemudahan/> pada 23 November 2017 pukul 13.05 WIB.

Tabel r dan Cara Membacanya.(8 Juni 2013). Di dapatkan dari <http://rumushitung.com/2013/06/08/tabel-r-statistika-dan-cara-membacanya/> pada 11 Desember 2017 pukul 16.35 WIB.

Tabel t dan Cara Menggunakannya (23 Januari 2013). Di dapatkan dari

<http://rumushitung.com/2013/01/23/tabel-t-dan-cara-menggunakannya/pada> 11 Desember 2017 pukul 16.50 WIB.

Venkatesh, V., Morris, M.G., Davis, G.B., Davis, F.D. (2003). User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View. *Mis Quarterly*, 425-478.

Widnyana, I. I. D. P., Yadnyana, I. K. (2015) Implikasi Model UTAUT dalam menjelaskan Faktor Niat dan Penggunaan SIPKD Kabupaten Tabanan Bali, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali, Indonesia.

Williams, Michael D., Rana, Nripendra., Dwiyedi, Yogesh k., Lal Banita. (2011) *Is UTAUT Really Used or Just Cited For The Sake it? A Systematic Review of Citation of UTAUT's Originating Article*, School of Business and Economics, Swansea University, Swansea, United Kingdom