Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi **e-ISSN**: 2549-4236, **p-ISSN**: 1411-8939
Lembaga Penellitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Volume 23(2), Juli 2023, 2403-2412
DOI: 10.33087/jiubj.v23i2.4086

Model Intensi UMKM dalam Mengadopsi Layanan Pinjaman Online (*Financial Technology Lending*)

Tria Apriliana*, Gusni, Lilik Farida
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyatama
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember
*Correspondence: tria.apriliana@widyatama.ac.id

Abstrak. UMKM di Indonesia merupakan sektor yang terbukti mampu bertahan dalam segala kondisi kritis ketika perekonomian nasional mengalami gangguan. Namun demikian, pengembangan usaha UMKM seringkali terhambat oleh akses permodalan. Revolusi industri 4.0 membuka peluang akses modal bagi UMKM, yang tidak dapat diakomodasi oleh lembaga pembiayaan konvesional seperti Bank atau Koperasi. *Financial technology* (*Fintech*) membuat UMKM memiliki akses permodalan dengan syarat yang lebih mudah daripada lembaga konvensional konvesnsional, namun dengan risiko yang lebih tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *subjective norms, perceived behavioral control, financial literacy*, *risk perception, perceived ease of use, perceived usefulness*, *interest rate*, dan *social influence* terhadap *intention to use application* pinjaman *online*, serta implikasinya terhadap *actual system use* dari aplikasi pinjaman *online*. Penelitian menggunakan sampel sebanyak 200 pelaku usaha UMKM di Jawa Barat yang menggunakan *fintech*. Adapun teknik sampel yang digunakan adalah *purposive random sampling.* Metode analisis yang digunakan adalah *path analysis*. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Perceived behavioral control, financial literacy, Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use the application. Intention to use the application* juga mempengaruhi *actual system use.* Selain itu, *perceived behavioral control, financial literacy*, dan *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *actual system use* melalui *intention to use.*

Kata Kunci: *financial literacy*; *financial technology*; *risk perception*; *theory of planned behavior*; UMKM

Abstract. *MSME in Indonesia is a sector that is proven to be able to survive in all critical conditions when the national economy is disrupted. However, MSME business development is often hampered by access to capital. The industrial revolution 4.0 opens opportunities for access to capital for MSMEs, which cannot be accommodated by conventional financing institutions such as banks or cooperatives. Financial technology (Fintech) allows MSMEs to have access to capital with easier conditions than conventional institutions but with higher risks. This study aims to determine the effect of subjective norms, perceived behavioral control, financial literacy, risk perception, perceived ease of use, perceived usefulness, interest rate, and social influence on intentions to use online loan applications, as well as the implications for actual system use of the application. online loans. The study used a sample of 200 MSME business actors in West Java who used fintech. The sampling technique used is purposive random sampling. The analytical method used is path analysis. The results of the analysis show that Perceived behavioral control, financial literacy, and perceived ease of use influence the intention to use the application. Intention to use the application also affects actual system use. In addition, perceived behavioral control, financial literacy, and perceived ease of use affect actual system use through intention to use.*

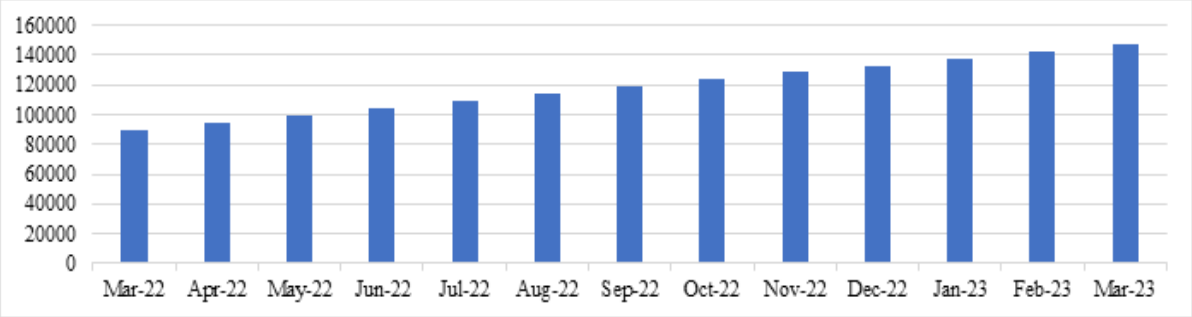
Kata Kunci: *financial literacy; financial technology; MSMEs; risk perception; theory of planned behavior.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat membantu aktivitas masyarakat, seperti dengan muculnya teknologi internet. Munculnya finansial teknologi dalam bentuk pinjaman *online* memberikan kemudahan untuk mendapatkan dana yang diinginkan dengan waktu yang singkat dan mudah prosesnya. Revolusi 4.0 memungkinkan begitu banyak proses bisnis menjadi semakin mudah. Industri keuangan atau perbankan adalah salah satu bidang yang mengalami perubahan yang sangat signifikan akibat perkembangan teknologi digital saat ini. Berkat perkembangan teknologi, berbagai aktivitas finansial bisa dilakukan dengan lebih mudah dan praktis sehingga hemat waktu dan tenaga. Salah satu perubahan tersebut adalah munculnya *financial Techology* atau dikenal juga dengan istilah fintech yaitu penggabungan antara teknologi dan sistem finansial atau keuangan yang merupakan inovasi di bidang jasa keuangan dan yang sedang tren di Indonesia.

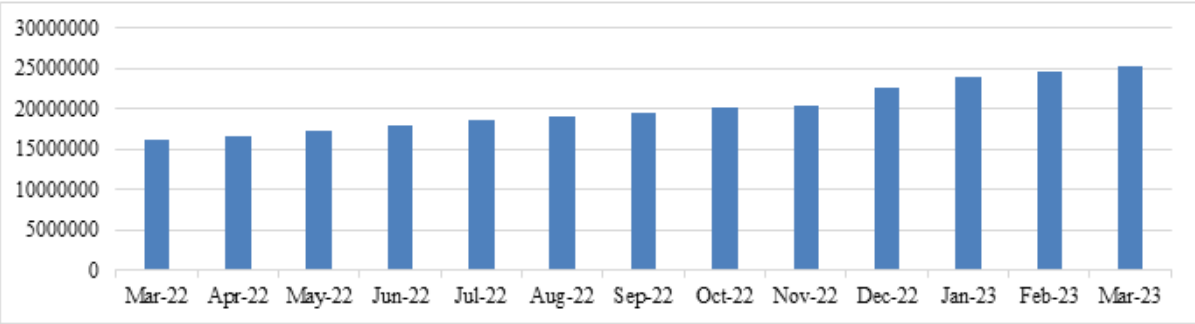
Bank Indonesia mendefinisikan *financial technology* sebagai hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Hal ini membuka peluang baru bagi penguatan aksesibilitas modal bagi UMKM di Indonesia. Pinjaman *online* (pinjol) merupakan produk *financial technology* yang berpotensi bagi siapa saja, termasuk UMKM. Pinjaman *online* Berdasarkan peraturan OJK No.77/POJK.01/2016 tentang layanan meminjam uang berbasis teknologi informasi, dijelaskan bahwa *Peer-to-Peer* (P2P) *Lending* adalah penyedia jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman dalam rangka mengadakan perjanjian pinjaman dalam mata uang asing. Uang Rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet dengan penyediaan layanan yang mudah digunakan, bermanfaat dan cepat.

Namun demikian, secara umum UMKM sendiri menghadapi dua permasalahan utama, yaitu masalah finansial dan non-finansial (organisasi manajemen). Terkait dengan masalah finansial, terdapat kurangnya kesesuaian (terjadinya *mismatch*) antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh UMKM, tidak adanya pendekatan yang sistematis dalam pendanaan UMKM, biaya transaksi yang tinggi, yantg disebabkan oleh oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit ytang dikucurkan kecil, kurangnya akses kesumber dana yang formal, baik yang disebabkan oleh ketiadaan bank dipelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai, serta banyaknya UMKM yang belum bankable, baik disebabkan belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kuranya kemampuan manajerial dan finansial (Niode, 2019).



Sumber: (OJK, 2023b)

Gambar 1
Akumulasi Penyaluran Pinjaman *Online* kepada Penerima Pinjaman Berdasarkan Lokasi Wilayah Jawa Barat



Sumber: (OJK, 2023b)

Gambar 2
Jumlah Rekening Penerima Pinjaman *Online* Wilayah Jawa Barat

Berdasarkan OJK, terdapat 5.793.316 rekening UMKM yang telah mendapatkan akses modal dari *fintech*, dengan total pinjaman sebesar Rp 14,5 Triliun per Januari 2023.

Sementara iitu OJK menyebutkan rasio kredit bermasalah atau NPL UMKM mengalami peningkatan. Kemudahan untuk mengakses modal melalui *fintech* berpotensi meningkatkan risiko pengembalian modal dari UMKM (OJK, 2023a). Beberapa penelitian juga menjelaskan bahwa pinjaman *online* memiliki risiko tinggi yang disebabkan karena tingginya bunga pinjaman yang dibebankan kepada peminjam (Rosavina et al., 2019; Sunardi et al., 2022), kurangnya regulasi karena industri pinjaman *online* relatif baru dan belum teratur dengan baik dalam beberapa yurisdiksi. Kurangnya regulasi dapat meningkatkan risiko penipuan, praktik penagihan yang tidak adil, dan kurangnya perlindungan konsumen (Arvante, 2022; Bahri & Hartanto, 2021).

Berdasarkan OJK, untuk wilayah Jawa Barat sendiri sejak Maret 2022 hingga Maret 2023 diketahui penyaluran pinjaman kepada penerima terus mengalami peningkatan, dari waktu ke waktu. Pada Maret 2022 jumlah penyaluran pinjaman *online* mencapai Rp 89.834 Miliar, pada tahun berikutnya di periode yang sama tahun berikutnya telah meningkat menjadi Rp 147.368 Miliar (OJK, 2023b). Berdasarkan jumlah rekening penerima pinjaman *online*, di Jawa Barat pada Maret 2022 telah mencapai 16.207.268 akun, dan pada tahun berikutnya di bulan yang sama telah mencapai 25.267.358 akun. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *subjective norms, perceived behavioral control, financial literacy, risk perception, perceived ease of use, perceived usefulness, interest rate*, dan *social influence* terhadap niat menggunakan aplikasi pinjaman *online*, serta implikasinya terhadap penggunaan aktual aplikasi pinjaman *online*.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat verifikatif. Tujuan penelitian verifikatif adalah untuk membuktikan atau menguji kembali kebenaran suatu ilmu pengetahuan yang telah ada sebelumnya (Alfaozan Imani Muslim, 2021; Sugiyono, 2019). Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM di Bandung. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria UMKM yang mengunakan layanan pinjaman *online.* Populasi dalam penelitian ini adalah 464.346 UMKM. Sampel penelitian ini berjumlah 200 UMKM yang tersebar di Bandung. Penelitian ini menguji model intensi UMKM dalam mengadopsi layanan pinjaman *online* (*Financial Technology Lending*) dengan *path analysis*. Karena data skor responden yang diperoleh berskala ordinal, maka untuk dapat dilakukan analisis jalur terlebih dahulu data dikonversi menjadi skala interval menggunakan *method of successive interval*. Persamaan jalur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \rho_{YX1}X_1 + \rho_{YX2}X_2 + \rho_{YX3}X_3 + \rho_{YX4}X_4 + \rho_{YX5}X_5 + \rho_{YX6}X_6 + \rho_{YX7}X_7 + \rho_{YX8}X_8 + e_1$$

$$Z = \rho_{YZ}Y + e_2$$

Dimana Z adalah *Actual System Use*, Y adalah *Intention to Use the Application*, X_1 adalah *Subjective Norms*, X_2 adalah *Perceived Behavioral Control*, X_3 adalah *Financial Literacy*, X_4 adalah *Risk Perception*, X_5 adalah *Perceived Ease of Use*, X_6 adalah *Perceived Ease of Usefulness*, X_7 *adalah Interest Rate*, X_8 adalah *Social Influence*, ρ adalah koefisien jalur dan e adalah error atau galat. Adapun tahapan pengujian secara berurutan adalah uji asumsi dasar yaitu uji normalitas, kemudian dilakukan uji multikolinearitas, persamaan jalur, pengaruh langsung dan tidak langsung, dan pengujian hipotesis (Kusnendi, 2005).

HASIL

Sebaran data responden hasil penelitian diketahui bahwa mayoritas responden menjawab perempuan yaitu sebanyak 147 orang atau (73,50%). Sedangkan minoritasnya responden menjawab laki-laki yaitu sebanyak 53 orang atau (26,50%). Usia responden didominasi oleh usia 41-50 tahun. Latar belakang pendidikan responden paling banyak adalah SMA. Sebagian besar responden sudah menikah, dan jenis usaha paling banyak adalah kuliner (makanan & minuman).

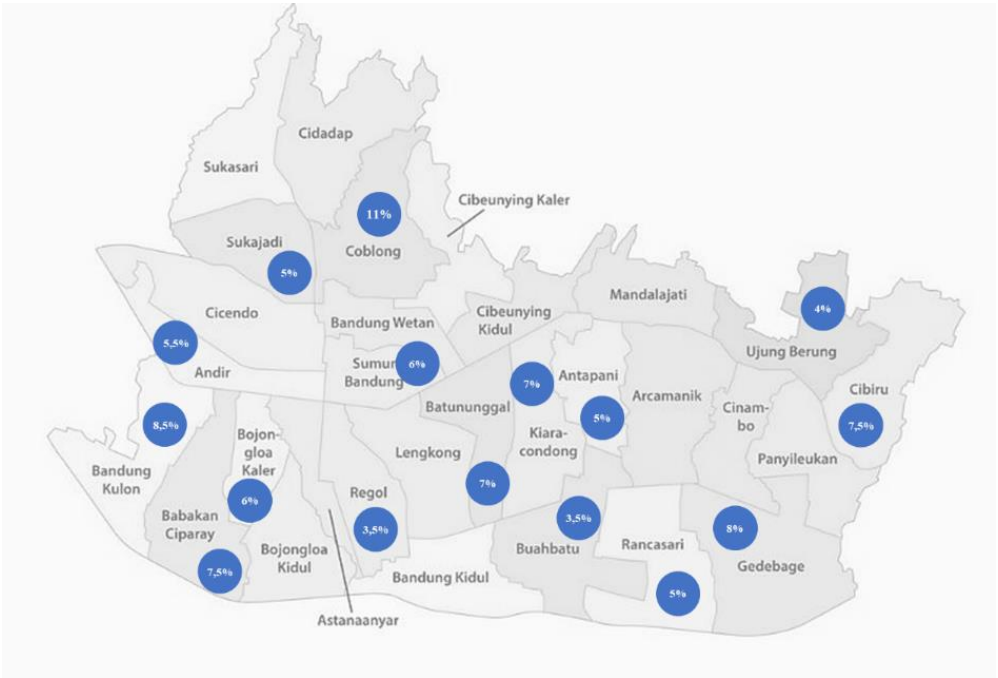
Tabel 1
Demografi Responden

	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	53	26,50%
Perempuan	147	73,50%
Usia		

< 30 tahun	7	3,50%
31 - 40 tahun	53	26,50%
41 - 50 tahun	91	45,50%
> 50 tahun	49	24,50%
Pendidikan terakhir		
SD	10	5,00%
SMP	15	7,50%
SMA	99	49,50%
Diploma	32	16,00%
Sarjana	44	22,00%
Status pernikahan		
Menikah	177	88,50%
Tidak/Belum Menikah	23	11,50%
Jenis usaha		
Fashion	44	22,00%
Kecantikan	1	0,50%
Kuliner (Makanan & Minuman)	131	65,50%
Lainnya	24	12,00%

Sumber: data olahan

Lokasi kerja atau tempat usaha responden sebagian besar berada di Kecamatan Coblong, kemudian Bandung Kulon, Gedebage, Babakan Ciparay, Cibiru, Kiaracondong, Batununggal, Bojongloa Kaler, Sumur Bandung, Andir, Sukajadi, Antapani, Rancasari, Ujungberung, Regol, dan Buahbatu.



Sumber: data olahan

Gambar 3
Sebaran Data Responden

Gambar 3 hasil pengujian model intensi UMKM dalam mengadopsi layanan pinjaman *online* (*Financial Technology Lending*), dikatahui bahwa data yang diperoleh memenuhi asumsi dasar yaitu berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas juga menunjukkan bahwa antara variabel independen tidak saling berkorelasi atau tidak terjadi masalah multikolinearitas. Adapun hasil persamaan jalur yang diperoleh dari perhitungan adalah sebagai berikut:

$Y = -0{,}037X_1 + 0{,}580X_2 - 0{,}120X_3 - 0{,}098X_4 + 0{,}180X_5 - 0{,}092X_6 + 0{,}042X_7 + 0{,}136X_8 + 0{,}438$

$Z = 0{,}836Y + 0{,}300$

Persamaan tersebut menjelaskan koefisien jalur *subjective norms* terhadap *intention to use the application* sebesar -0,037, dimana arah hubungan yang negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi *subjective norms* maka *intention to use the application* akan semakin rendah. Koefisien jalur *perceived behavioral control* terhadap *intention to use the application* sebesar 0,580, yang menunjukkan hubungan positif diantara keduanya yaitu semakin tinggi *perceived behavioral control* maka *intention to use the application* akan semakin tinggi pula. Koefisien jalur *financial literacy* terhadap *intention to use the application* sebesar -0,120, menunjukkan bahwa semakin tinggi *financial literacy* maka *intention to use the application* akan semakin rendah. Koefisien jalur *risk perception* terhadap *intention to use the application* sebesar -0,098, menunjukkan bahwa semakin tinggi *risk perception* maka *intention to use the application* akan semakin rendah. Koefisien jalur *perceived ease of use* terhadap *intention to use the application* sebesar 0,180, menunjukkan bahwa semakin tinggi *perceived ease of use* maka *intention to use the application* akan semakin tinggi pula. Koefisien jalur *perceived of usefulness* terhadap *intention to use the application* sebesar -0,092, menunjukkan bahwa semakin tinggi *perceived of usefulness* maka *intention to use the application* akan semakin rendah. Koefisien jalur *interest rate* terhadap *intention to use the application* sebesar 0,042, menunjukkan bahwa semakin tinggi perhatian tentang *interest rate* maka *intention to use the application* akan semakin tinggi pula. Koefisien jalur *social influence* terhadap *intention to use the application* sebesar 0,136, menunjukkan bahwa semakin tinggi *social influence* maka *intention to use the application* akan semakin tinggi pula. Koefisien jalur *intention to use the application* terhadap *actual system use* sebesar 0,836, menunjukkan bahwa semakin tinggi *intention to use the application* maka *actual system use* akan semakin tinggi pula.

Tabel 2
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh tidak langsung melalui:								Pengaruh Tidak Langsung	Total Pengaruh
			X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8		
X_1	-0,037	0,14%	-	-0,01	-0,001	-0,002	-0,0003	0,001	-0,0002	-0,004	-0,02	-1,9%
X_2	0,580	33,64%	-0,01	-	0,02	0,02	0,02	-0,03	0,002	0,06	0,08	41,5%
X_3	-0,120	1,44%	-0,001	0,02	-	0,003	0,00004	-0,003	-0,003	0,003	0,02	3,2%
X_4	-0,098	0,96%	-0,002	0,02	0,003	-	-0,001	-0,003	0,00002	0,01	0,02	3,4%
X_5	0,180	3,24%	-0,0003	0,02	0,00004	-0,001	-	-0,003	0,001	0,003	0,02	5,0%
X_6	-0,092	0,85%	0,001	-0,03	-0,003	-0,003	-0,003	-	0,00002	-0,01	-0,04	-3,3%
X_7	0,042	0,18%	-0,0002	0,002	-0,003	0,00002	0,001	0,00002	-	0,001	0,00	0,3%
X_8	0,136	1,85%	-0,004	0,06	0,003	0,01	0,003	-0,01	0,001	-	0,06	8,2%
Total Pengaruh												56,3%

Sumber: data olahan

Tabel 3 menunjukkan variabel yang memiliki pengaruh total paling tinggi terhadap *intention to use the application* adalah *perceived behavioral control*, sedangkan yang paling rendah adalah *perceived of usefulness*. Total pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap *intention to use the application* sebesar 56,3% sedangkan sebesar 43,7% adalah pengaruh dari variabel lain yang tidak diamati. Sementara itu, pengaruh *intention to use the application* terhadap *actual system use* sebesar 70,0%, dengan 30,0% merupakan pengaruh dari faktor lain.

Tabel 3
Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

Pengaruh	Koefisien Jalur	thitung	ttabel	p-value	Keputusan	Keterangan
Subjective norms -> intention to use the application	-0,037	-0,440	1,972	0,660	H0 diterima	Tidak Signifikan
Perceived behavioral control -> intention to use the application	0,580***	7,330	1,972	0,000	H0 ditolak	Signifikan
Financial literacy -> intention to use the application	-0,120**	-1,986	1,972	0,049	H0 ditolak	Signifikan
Risk perception -> intention to use the application	-0,098	-1,612	1,972	0,109	H0 diterima	Tidak Signifikan
Perceived ease of use -> intention to use the application	0,180***	3,611	1,972	0,000	H0 ditolak	Signifikan
Perceived of usefulness -> intention to use the application	-0,092	-1,533	1,972	0,127	H0 diterima	Tidak Signifikan
Interest rate -> intention to use the application	0,042	0,707	1,972	0,480	H0 diterima	Tidak Signifikan
Social influence -> intention to use the application	0,136	1,440	1,972	0,151	H0 diterima	Tidak Signifikan
Intention to use the application -> actual system use	0,836***	21,469	1,972	0,000	H0 ditolak	Signifikan

Keterangan: ***signifikan pada 1%; **signifikan pada 5%; *signifikan pada 10%
Sumber: data olahan

Tabel 3 hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat beberapa hipotesis pengaruh langsung yang diterima karena memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau *p-value* < dari alfa 1%, 5% atau 10%. Selanjutnya, akan diuji hipotesis efek variabel mediasi *intention to use the application* menggunakan Sobel test. Tabel 4 hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat beberapa hipotesis efek mediasi yang diterima karena memiliki nilai $Z_{hitung} > 1{,}98$. Adapun penjelasan dari hasi pengujian hipotesis adalah bahwa minat menggunakan aplikasi pinjaman *online*, berdasarkan hasil analisis, tidak dapat ditentukan oleh persepsi seseorang mengenai tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku, atau norma subjektif. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun terdapat dukungan dari orang-orang terdekat untuk menggunakan pinjaman *online*, namun hal tersebut tidak membuat pengusaha UMKM berminat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini dapat terjadi karena konsumen belum yakin atas saran atau dorongan orang sekitar (M. Zhu et al., 2020) dan menilai bahwa pendapat atau opini tersebut bukan datang datang orang yang kompeten (Lin et al., 2021). Selain itu, beberapa faktor yang diduga berpotensi mempengaruhi minat menggunakan aplikasi pinjaman *online* juga tidak terbukti berperan secara signifikan seperti persepsi risiko, *perceived of usefulnes*, *interest rate*, dan *social influence*. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya keyakinan atas risiko menggunakan aplikasi pinjaman *online*, kemudian pengetahuan tentang manfaat dari pinjaman *online*, pengaruh sosial, dan tingkat suku bunga, tidak menarik perhatian pelaku UMKM untuk menggunakan aplikasi pinjaman *online*. Hal ini berbeda dari penelitian terdahulu dimana minat menggunakan aplikasi ditentukan oleh *risk perception* (Kaur & Arora, 2021), *Perceived of usefulness* (Lina et al., 2021), *interest rate* Naysary & Daud, 2021; Rosavina et al., 2019), dan *social influence* (Hakim et al., 2022; Kazaure et al., 2020).

Tabel 4
Hasil Pengujian Hipotesis Efek Mediasi dengan Sobel Test

Pengaruh	Koefisien Jalur	Zhitung	Ztabel (5%)	Keputusan	Keterangan
Subjective norms -> intention to use the application -> actual system use	-0,031	-0,578	1,98	H0 diterima	Tidak Signifikan
Perceived behavioral control -> intention to use the application -> actual system use	0,485	6,380	1,98	H0 ditolak	Signifikan
Financial literacy -> intention to use the application -> actual system use	-0,100	-2,386	1,98	H0 ditolak	Signifikan
Risk perception -> intention to use the application -> actual system use	-0,082	-1,239	1,98	H0 diterima	Tidak Signifikan
Perceived ease of use -> intention to use the application -> actual system use	0,150	1,992	1,98	H0 ditolak	Signifikan
Perceived of usefulness -> intention to use the application -> actual system use	-0,077	-0,836	1,98	H0 diterima	Tidak Signifikan
Interest rate -> intention to use the application -> actual system use	0,035	0,736	1,98	H0 diterima	Tidak Signifikan
Social influence -> intention to use the application -> actual system use	0,114	0,768	1,98	H0 diterima	Tidak Signifikan

Sumber: data olahan

Namun demikian, minat untuk menggunakan aplikasi pinjaman *online* ini bisa tumbuh dari kepercayaan pengusaha UMKM bahwa tidak sulit untuk mengakses pinjaman *online*, besaran pinjaman tersebut masih dalam kendalinya. Dengan kata lain, ketika pengusaha UMKM memiliki kepercayaan yang tinggi bahwa dirinya dapat mengendalikan diri dalam mengakses pinjaman *online*, maka semakin tinggi pula minat untuk menggunakan aplikasi pinjaman *online* (Aldammagh et al., 2021; Kamble et al., 2019; Obaid & Aldammagh, 2021). Dengan tingginya minat menggunakan aplikasi pinjaman *online* atas dorongan dari *Percieved Behavioural Control* tersebut, akan berimplikasi pada tingginya intensitas penggunaan aplikasi pinjaman *online* (Chin et

al., 2021; Kurniawan, 2019; Lina et al., 2021; Sunardi et al., 2022).

Selain itu, pelaku usaha UMKM juga akan mempertimbangkan biaya administrasi dan bunga pinjaman yang dibebankan kepadanya. Ketika pelaku usaha semakin mengetahui dan memahami perhitungan dari biaya administrasi dan beban bunga yang ditanggunngnya ketika mengakses pinjaman *online*, maka minat untuk menggunakan aplikasi pinjaman *online* akan semakin rendah. Beberapa orang mungkin tidak sepenuhnya memahami bagaimana tingkat bunga bekerja dan bagaimana itu akan mempengaruhi jumlah yang harus mereka bayar. Ketika mereka mengetahui tingkat bunga yang tinggi, mereka mungkin tidak mengerti implikasinya secara keseluruhan, tetapi hanya melihat angka yang terlihat tinggi (Morgan et al., 2020). Jika tingkat bunga yang dikenakan terlalu tinggi, orang mungkin ragu untuk meminjam karena mereka takut akan jumlah pembayaran yang tinggi dan kemungkinan kesulitan dalam membayar kembali pinjaman tersebut (Artavanis & Karra, 2020). Tingkat bunga yang tinggi juga dapat membuat pinjaman menjadi kurang terjangkau dan mengurangi manfaat dari pinjaman tersebut. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat *financial literacy,* maka akan berdampak pada semakin rendahnya minat untuk melakukan pinjaman *online*. Sebaliknya, minat untuk menggunakan aplikasi pinjaman *online* akan tinggi ketika *financial literacy* seseorang rendah (Artavanis & Karra, 2020; Lina et al., 2021; Morgan et al., 2020). Dengan tingginya minat menggunakan aplikasi pinjaman *online* atas dorongan dari semakin rendahnya *financial literacy* para pengusaha UMKM tersebut, akan berimplikasi pada tingginya intensitas penggunaan aplikasi pinjaman *online* (Chin et al., 2021; Kurniawan, 2019; Lina et al., 2021; Sunardi et al., 2022).

Minat menggunakan aplikasi pinjaman *online* juga dapat ditentukan oleh sejauhmana sebuah aplikasi pinjaman *online* ini mudah untuk dioperasikan. Aplikasi pinjaman *online* dirancang untuk menjadi *user-friendly* dan mudah digunakan. Mereka sering memiliki antarmuka yang intuitif dan proses aplikasi yang sederhana (D. Zhu et al., 2022). Ini memungkinkan siapa pun, termasuk orang yang tidak terlalu terampil dalam teknologi, untuk mengajukan pinjaman dengan mudah (Santoso & Edwin Zusrony, 2020). Disamping itu, aplikasi pinjaman *online* sering kali menawarkan proses yang lebih cepat daripada lembaga keuangan tradisional. Dalam banyak kasus, persetujuan dan pencairan dana bisa terjadi dalam waktu yang relatif singkat, bahkan dalam hitungan jam (Djaakum, 2019; Hu et al., 2019; Rosavina et al., 2019). Hal ini membuat aplikasi pinjaman *online* menarik bagi mereka yang membutuhkan dana secara mendesak. Selain itu, Beberapa aplikasi pinjaman *online* memiliki persyaratan yang lebih rendah daripada bank tradisional (Djaakum, 2019). Mereka mungkin tidak memerlukan jaminan fisik atau riwayat kredit yang sempurna. Ini memungkinkan orang dengan riwayat kredit yang buruk atau tanpa jaminan untuk tetap mendapatkan akses ke pinjaman (Keong et al., 2020). Hal ini membuktikan bahwa semakin tingkatan dari *ease of use* aplikasi pinjaman *online,* maka akan menumbuhkan minat penggunanya untuk memakai aplikasi tersebut (Chin et al., 2021; Kurniawan, 2019; Lina et al., 2021; Sunardi et al., 2022). Dengan tingginya minat menggunakan aplikasi pinjaman *online* atas dorongan dari semakin tingginya *perceived of usefulness* dari para pengusaha UMKM tersebut, akan berimplikasi pada tingginya intensitas penggunaan aplikasi pinjaman *online* (Chin et al., 2021; Kurniawan, 2019; Lina et al., 2021; Sunardi et al., 2022).

SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Perceived behavioral control, financial literacy, Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *intention to use the application. Intention to use the application* juga mempengaruhi *actual system use.* Selain itu, *perceived behavioral control, financial literacy,* dan *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *actual system use* melalui *intention to use.* Hasil analisis secara keseluruhan menunjukkan bahwa *perceived behavioural control,* kemudian *perceived ease of use,* serta *financial literacy* merupakan variabel yang memberi pengaruh paling besar secara berurutan terhadap minat menggunakan aplikasi *online*, dan hal tersebut akan berdampak pada penggunaan aplikasi *online*. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa para pengusaha UMKM di Bandung akan menggunakan aplikasi pinjaman *online* ketika telah memiliki minat yang tinggi terhadap aplikasi pinjaman *online*, dimana minat tersebut timbul akibat adanya kepercayaan atas pengendalian diri ketika menggunakan aplikasi, kemudian aplikasi

tersebut mudah untuk dioperasikan, serta didukung dengan tingkat *financial literacy* yang rendah.

DAFTAR PUSTAKA

Aldammagh, Z., Abdeljawad, R., & Obaid, T. 2021. Predicting mobile banking adoption: An integration of TAM and TPB with trust and perceived risk. *Financial Internet Quarterly*, 17(3), 35-46

Alfaozan Imani Muslim. 2021. *Definisi Penelitian Komunikasi*.

Angendari, D. A. D. 2021. adopsi teknologi informasi dan komunikasi oleh perempuan di pedesaan (studi pada pengguna peer to peer lending berbasis teknologi finansial). in *perempuan dan literasi digital: antara problem, hambatan, dan arah pemberdayaan* (199).

Artavanis, N., & Karra, S. 2020. Financial literacy and student debt. *European Journal of Finance*, *26*(4–5), 382–401. https://doi.org/10.1080/1351847X.2019.1711435

Arvante, J. Z. Y. 2022. Dampak Permasalahan Pinjaman *Online* dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pinjaman *Online*. *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal*, *2*(1), 73–87. https://doi.org/10.15294/ipmhi.v2i1.53736

Asmy, M., Mohd, B., Thaker, T., Bin, H., Thas, M., Puspa, M., Rahman, B., & Amin, F. Bin. 2019. To Invest In A Peer-To-Peer Lending Platform In Malaysia : An Extended. *ADBI Working Paper Series FACTORS*, *998*, 2–21.

Bahri, S., & Hartanto, H. 2021. Peminjaman Dana Secara *Online* Ditinjau Dari Perspektif Perlindungan Konsumen. *Jurnal Yuridis*, *8*(1), 166. https://doi.org/10.35586/jyur.v8i1.2599

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. https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018-0028

Chin, K. Y., Zakaria, Z., Purhanudin, N., & Pin, C. T. 2021. A Paradigm of TAM Model in SME P2P Financing. *International Journal of Economics and Management*, *15*(3), 397–414.

Djaakum, C. S. 2019. Peer to Peer Lending Against Ease of Business Technology Acceptance Model (TAM) Approach. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, *10*(2), 217–238. https://doi.org/10.21580/economica.2019.10.2.3476

Fadhila, F. A., & Marpaung, M. 2020. *Pengaruh religiusitas, pengetahuan produk dan faktor sosial terhadap penggunaan shopeepaylater*. *1*(2), 20–30.

Fatahuddin, A., Sari, S. P., & ... (2020). Analisis Risiko Kredit Usaha Kecil dan Menengah (UKM) pada Platform Pinjaman Berbasis Daring. *Proceeding of The …*, 121–136. http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/991

Hakim, L., Fitriyani, Permana, M. I. C., & Aini, N. N. 2022. Pengaruh Pinjaman *Online* Terhadap Perkembangan Usaha Koperasi Syariah Bmt Investa Mubarokah Cianjur. *Ar-Rihlah: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah, 2(2)*, 179-185

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). https://doi.org/10.3390/sym11030340

Jerene, W., & Sharma, D. 2019. Journal of Internet Banking and Commerce Determinants Of Bank Customer's Intention To Adopt Electronic Finance Technologies In Ethiopia: An Integration Of Tam With Financial Risk, Financial Trust, And Awareness. *Journal of Internet Banking and Commerce*, *24*(2), 1–18. http://www.icommercecentral.com

Kamble, S., Gunasekaran, A., & Arha, H. 2019. Understanding the Blockchain technology adoption in supply chains-Indian context. *International Journal of Production Research*, *57*(7), 2009–2033. https://doi.org/10.1080/00207543.2018.1518610

Kaur, S., & Arora, S. 2021. Role of perceived risk in *online* banking and its impact on behavioral intention: trust as a

moderator. *Journal of Asia Business Studies*, *15*(1), 1–30. https://doi.org/10.1108/JABS-08-2019-0252

Kazaure, M. A., Abdullah, A. R., Jantan, A. H., & Zawawi, D. B. 2020. Influences of TPB variable on smes intention to adopt *online* crowdfunding services in Nigeria. *International Journal of Advanced Science and Technology*, *29*(4 Special Issue), 981–993.

Keong, O. C., Leong, T. K., & Bio, C. J. 2020. Perceived Risk Factors Affect Intention To Use FinTech. *Journal of Accounting and Finance in Emerging Economies*, *6*(2), 453–463. www.publishing.globalcsrc.org/jafee

Kurniawan, R. 2019. Examination of the Factors Contributing to Financial Technology Adoption in Indonesia using Technology Acceptance Model: Case Study of Peer to Peer Lending Service Platform. *Proceedings of 2019 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2019*, *1*, 432–437. https://doi.org/10.1109/ICIMTech.2019.8843803

Kusnendi. 2005. Structural Equation Modeling: Analisis Pemodelan Persamaan Struktural dalam Penelitian Manajemen. *Jurnal Manajemen Dan Sistim Informasi. Program Studi Pendidikan Manajemen UPI.* 2(3). 68-82.

Lin, X., Chang, S. C., Chou, T. H., Chen, S. C., & Ruangkanjanases, A. 2021. Consumers' intention to adopt blockchain food traceability technology towards organic food products. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *18*(3), 1–19. https://doi.org/10.3390/ijerph18030912

Lina, L. F., Nani, D. A., & Novita, D. 2021. Millennial Motivation In Maximizing P2p Lending In Smes Financing. *Journal of Applied Business Administration*, *5*(2), 188–193. https://doi.org/10.30871/jaba.v5i2.3175

Morgan, P., Huang, B., & Trinh, L. 2020. The Need to Promote Digital Financial Literacy for the Digital Age, *https:/www.Researchgate.Net/Publication/343682203 The*, *June 2019*, 1–9.

Mucinhato, R. M. D., da Cunha, D. T., Barros, S. C. F., Zanin, L. M., Auad, L. I., Weis, G. C. C., Saccol, A. L. de F., & Stedefeldt, E. 2022. Behavioral predictors of household food-safety practices during the COVID-19 pandemic: Extending the theory of planned behavior. *Food Control*, *134*. https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2021.108719

Naysary, B., & Daud, S. N. 2021. Peer to Peer Lending Industry in China and Its Implication on Economic Indicators: Testing the Mediating Impact of SMEs Performance. *International Journal of Financial Research*, *12*(2), 106. https://doi.org/10.5430/ijfr.v12n2p106

Niode, I. Y. 2019. Sektor umkm di Indonesia: profil, masalah dan strategi pemberdayaan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS*, *2*(1), 1–10.

Obaid, T., & Aldammagh, Z. 2021. Predicting Mobile Banking Adoption:An Integration of TAM and TPB With Trust and Perceived Risk. *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.3761669

OJK. 2023a. *Statistik Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi*.

OJK. 2023b. *Statistik Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi*. *Maret*. https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-Maret-2023.aspx

Reza-Gharehbagh, R., Hafezalkotob, A., Asian, S., Makui, A., & Zhang, A. N. 2020. Peer-to-peer financing choice of SME entrepreneurs in the re-emergence of supply chain localization. *International Transactions in Operational Research*, *27*(5), 2534–2558. https://doi.org/10.1111/itor.12715

Rosavina, M., Rahadi, R. A., Kitri, M. L., Nuraeni, S., & Mayangsari, L. 2019. P2P lending adoption by SMEs in Indonesia. *Qualitative Research in Financial Markets*, *11*(2), 260–279. https://doi.org/10.1108/QRFM-09-2018-0103

Santoso, B., & Edwin Zusrony. 2020. Analisis Persepsi Pengguna Aplikasi Payment Berbasis Fintech Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Teknologi Informasi Dan*

Komunikasi, *11*(1), 49–54. https://doi.org/10.51903/jtikp.v11i1.150

Shortell, S. M., Blodgett, J. C., Rundall, T. G., Henke, R. M., & Reponen, E. 2021. Lean Management and Hospital Performance: Adoption vs. Implementation. *Joint Commission Journal on Quality and Patient Safety*, *47*(5), 296–305. https://doi.org/10.1016/j.jcjq.2021.01.010

Soegesty, N. B., Fahmi, I., & Novianti, T. 2020. Kajian Faktor Yang Memengaruhi Adopsi Sistem Pijaman Peer To Peer Lending. *Jurnal Manajemen Teknologi*, *19*(1), 59–79. https://doi.org/10.12695/jmt.2020.19.1.4

Solihat, I., Hamundu, F. M., Hendrian, & Wahyu, M. 2023. Determinants of Behavior Intention To Adopt Peer-To-Peer Lending Services Among Indonesia Msmes. *International Journal of Business and Society*, *24*(1), 543–558. https://doi.org/10.33736/ijbs.5633.2023

Sugiyono, P. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sunardi, R., Hamidah, H., Dharmawan BUCHDADI, A., & Purwana, D. 2022. Factors Determining Adoption of Fintech Peer-to-Peer Lending Platform: An Empirical Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance*, *9*(1), 43–0051. https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no1.0043

Ursavaş, Ö. F., Yalçın, Y., & Bakır, E. 2019. The effect of subjective norms on preservice and in-service teachers' behavioural intentions to use technology: A multigroup multimodel study. *British Journal of Educational Technology*, *50*(5), 2501–2519. https://doi.org/10.1111/bjet.12834

Xie, J., Ye, L., Huang, W., & Ye, M. 2021. Understanding fintech platform adoption: Impacts of perceived value and perceived risk. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, *16*(5), 1893–1911. https://doi.org/10.3390/jtaer16050106

Zhu, D., Xu, Y., Ma, H., Liao, J., Sun, W., Chen, Y., & Liu, W. 2022. Building a Three-Level User Experience (UX) Measurement Framework for Mobile Banking Applications in a Chinese Context: An Analytic Hierarchy Process (AHP) Analysis. *Multimodal Technologies and Interaction*, *6*(9). https://doi.org/10.3390/mti6090083

Zhu, M., Hu, X., Lin, Z., Li, J., Wang, S., & Wang, C. 2020. Intention to adopt bicycle-sharing in China: introducing environmental concern into the theory of planned behavior model. *Environmental Science and Pollution Research*, *27*(33), 41740–41750. https://doi.org/10.1007/s11356-020-10135-1