

# PENGARUH FAKTOR PERCEIVED BENEFIT, PERCEIVED EASE OF USE, TRUST, DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP WILLINGNESS TO LEND P2P LENDING

Christian Very  
Dra. Yunia Panjaitan, M.M.  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

## ABSTRACT

*P2P Lending is one of the innovations in the financial technology that offers an alternative funding solution for borrowers and investment alternatives for lenders. When someone deciding to become a lender, there are several factors such as Perceived Benefit, Perceived Ease of Use, Trust and Financial Literacy. The purpose of this study was to analyze the effect of these factors on Willingness to Lend of P2P Lending lenders.*

*Questionnaires in the form of Google Forms were distributed through social media such as Line, Whatsapp, Instagram and Facebook with the main target being lenders who already have experience in lending funds in P2P Lending and the number of samples in this study was 230 respondents. This study used the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) 26 software and analyzed using multiple regression analysis. The results of this study indicate that Perceived Benefit, Perceived, Ease of Use, Trust and Financial Literacy have a significant effect on the Willingness to Lend of P2P Lending lenders*

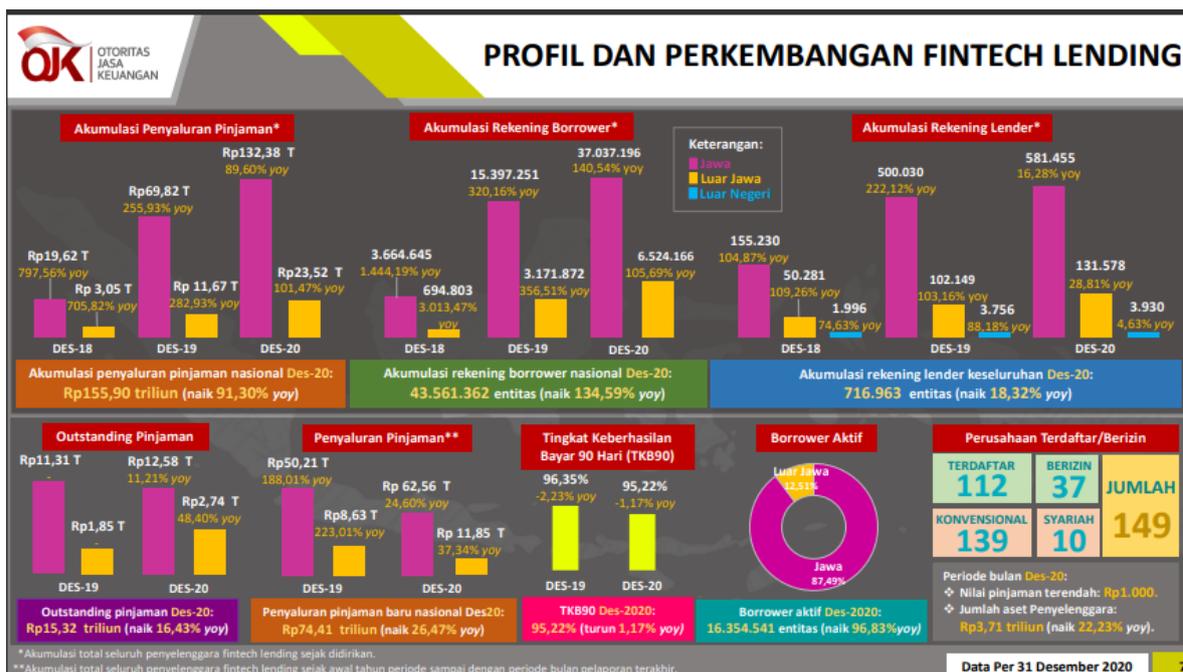
***Keywords: Perceived Benefit, Perceived Ease of Use, Trust, Financial Literacy, Willingness to Lend.***

## 1. PENDAHULUAN

Pada era dimana perkembangan teknologi semakin pesat, penggunaan *gadget* seperti *smartphone* dan lain-lainnya merupakan hal yang sudah biasa ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi tersebut juga diiringi dengan perkembangan internet yang juga semakin baik seiring dengan waktu. Perkembangan internet merupakan salah faktor utama yang membawa dunia ke era modern seperti saat ini. Keberadaan internet sendiri mendorong munculnya berbagai hal seperti sosial media, *online shop*, hingga teknologi keuangan atau biasa disebut sebagai *fintech*.

Di Indonesia sendiri, *fintech* mulai berkembang dan dikenal sekitar tahun 2015, dimana Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) tercipta dengan tujuan untuk menyediakan partner bisnis yang mumpuni. Kehadiran AFTECH menjadi salah satu pemicu penting dalam langkah perkembangan *fintech* di Indonesia. Selain itu, perkembangan *fintech* sendiri di dorong dengan semakin banyaknya pengguna internet dan *smartphone* di Indonesia. Dengan adanya *smartphone* dan gadget lainnya, serta layanan internet yang mendukung, semua aktivitas dapat dilakukan dengan praktis dan efisien. Masyarakat bisa mengakses dan menggunakan layanan *fintech* dimana pun dan kapan pun yang diinginkan, untuk melakukan pembayaran transaksi menggunakan dompet digital, hingga berinvestasi secara *online*. Berbicara tentang investasi *online* melalui *fintech*, terdapat beberapa jenis instrumen investasi yang cukup umum seperti deposito, emas, reksa dana hingga saham. Salah satu instrumen investasi yang ada di Indonesia saat ini, adalah *Peer-to-Peer (P2P) Lending*.

Menurut ([Otoritas Jasa Keuangan, 2020 : 1](#)) *P2P Lending* adalah salah satu inovasi pada bidang keuangan dengan pemanfaatan teknologi yang memungkinkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman melakukan transaksi pinjam meminjam tanpa harus bertemu langsung. Mekanisme transaksi pinjam meminjam dilakukan melalui sistem yang telah disediakan oleh penyelenggara *P2P Lending* baik melalui aplikasi maupun laman *website*. Berinvestasi di *P2P Lending* bisa dilakukan dengan cara menjadi pemberi pinjaman (*lender*) yang memberikan pinjaman berupa dana kepada peminjam dana (*borrower*). *Return* yang dihasilkan dari memberi pinjaman sendiri berupa bunga atas pinjaman yang diberikan dan resiko investasi di *P2P Lending* sendiri terbilang cukup tinggi dengan *return* yang tinggi juga tentunya. Jumlah pengguna *P2P Lending* baik pemberi pinjaman dan peminjam dana semakin meningkat seiring berjalannya waktu, hal tersebut dapat dilihat dari gambar dibawah ini :



Gambar 1. Grafik Perkembangan Fintech Lending per Desember 2020

Sumber : (Otoritas Jasa Keuangan, 2020 : 7)

Berdasarkan data diatas, jumlah pemberi pinjaman meningkat seiring dengan berjalannya waktu. Dalam periode bulan Desember 2018 sampai bulan Desember 2019, jumlah lender meningkat sebesar 222,12% dari angka 155.230 menjadi 500.030 atau naik dua kali lipat selama periode tersebut.

Menurut Alshurideh et al (2019) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan teknologi. Lebih lanjut peneliti menyatakan bahwa kemudahan penggunaan harus diperhatikan dan dimaksimalkan perancang sistem sehingga niat penggunaan suatu sistem meningkat. Sedangkan hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Ichwan & Kasri (2019) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *willingness to lend* diduga karena responden dari penelitian tersebut masih mencakup orang-orang yang belum pernah menggunakan *P2P Lending* sebelumnya, sehingga tidak mengetahui apakah *P2P Lending* mudah digunakan atau tidak.

Menurut Pikkarainen et al (2004) menyatakan literasi keuangan ataupun pengetahuan dan informasi yang berhubungan dengan suatu teknologi baru berpengaruh terhadap niat penggunaan seseorang. Sedangkan hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Ichwan & Kasri (2019) yang menyatakan bahwa literasi keuangan atau pengetahuan keuangan tidak berpengaruh terhadap *willingness to lend*. Peneliti menduga bahwa generasi milenial menganggap bahwa saat ini regulasi *fintech* di Indonesia tidak jelas dan belum optimal ditambah *P2P Lending* merupakan hal yang masih tergolong baru di Indonesia, sehingga hal tersebut menghalangi niat untuk berinvestasi.

## 2. TINJAUAN LITERATUR

Pikkarainen et al (2004), menggunakan pendekatan TAM untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan perbankan *online* dari konsumen perbankan swasta di Finlandia. Hasil dari studi tersebut menemukan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan dan informasi yang berkaitan dengan produk semuanya mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan *Mobile Banking*.

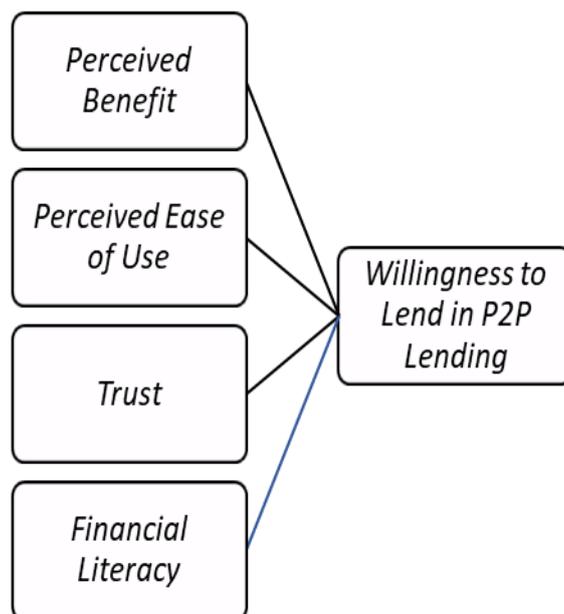
Yang et al (2020) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku investor dalam *Peer-to-Peer (P2P) Lending* dalam pasar di Cina, dan hubungan di antara mereka dari perspektif investor. Peneliti meneliti faktor *operation ability, popularity, profitability, platform resources and security of the platform* sebagai faktor-faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap *investment behavior*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin baik *operation ability, profitability, and security of the platform* akan mempengaruhi perilaku investor, salah satunya adalah meningkatkan tingkat kesediaan investor untuk memberi pinjaman.

Chen et al (2014) melakukan penelitian mengenai pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to lend* di *P2P Lending*. Model penelitian diuji secara empiris menggunakan survei data dari 785 pemberi pinjaman *online PPDai*, yang merupakan

platform *P2P Lending* pertama dan terbesar di Cina. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust in borrower* dan *trust in intermediary* merupakan faktor yang mempengaruhi *willingness to lend* seseorang secara signifikan, terutama *trust in borrower*. Peneliti menyimpulkan bahwa untuk mengembangkan kepercayaan pemberi dan akhirnya mau memberi pinjaman, peminjam harus memberikan informasi yang jelas, transparan dan juga motif meminjam dananya harus jelas.

Chen et al (2015) meneliti faktor pendorong perseptual pinjaman *online* dari perspektif pemberi pinjaman. Peneliti menguji model penelitian secara empiris dengan data survei yang dikumpulkan dari 217 pemberi pinjaman di salah satu situs web *P2P Lending* besar di China. Peneliti menemukan bahwa faktor *trust* adalah faktor paling berpengaruh terhadap kesediaan investor untuk memberi pinjaman di *P2P Lending*. Selain itu kualitas informasi juga berpengaruh penting dalam mengurangi risiko yang dirasakan dan meningkatkan kepercayaan.

Ichwan & Kasri (2019) meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi intensi pemuda / milenial di Jakarta, ibu kota Indonesia, untuk berinvestasi dalam *Peer to Peer (P2P) Lending*. Peneliti meneliti faktor *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Used*, *Perceived Risk*, *Perceived Knowledge*, dan *Perceived Trust* sebagai variabel independen, dan *Attitude Toward Behaviour* sebagai variabel yang memediasi variabel dependen dalam penelitian ini yakni, *Investment Intention*. Peneliti mengambil sampel 400 pemuda, mayoritas di antaranya adalah Muslim dan laku dianalisis dengan *Structural Equation Modeling (SEM)* dan analisis regresi, sedangkan alat analisisnya adalah *SmartPLS*. Peneliti menyatakan niat berinvestasi (*Investment Intention*) dalam *P2P Lending* berkorelasi positif dan dipengaruhi oleh variabel *attitude*, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain *perceived ease of use*, *knowledge* dan *trust*. Berikut merupakan model penelitian dalam penelitian ini:



**Gambar 1. Model Penelitian**

Maka hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini yaitu:

- H<sub>1</sub> : *Perceived Benefit* berpengaruh terhadap *Willingness to Lend in P2P Lending*.
- H<sub>2</sub> : *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Willingness to Lend in P2P Lending*.
- H<sub>3</sub> : *Trust* berpengaruh terhadap *Willingness to Lend in P2P Lending*.
- H<sub>4</sub> : *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Willingness to Lend in P2P Lending*.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer yang merupakan data yang diperoleh dari kuesioner dalam bentuk *google form* lalu disebarikan melalui media sosial seperti Line, Whatsapp, Instagram, Facebook, dan lain-lain. Kuesioner disebarikan secara umum, namun dengan syarat utama yakni bahwa responden yang mengisi kuesioner merupakan seseorang yang sudah pernah menggunakan layanan *P2P Lending* sebagai pemberi pinjaman (*lender*). Peneliti menentukan jumlah sampel penelitian ini berdasarkan pernyataan Hair et al (2010) sehingga didapatkan jumlah sampel minimal sebesar 150

sampel dan jumlah maksimal sebesar 300 sampel. Maka dari itu peneliti memutuskan untuk menggunakan sampel sebanyak 230 sampel.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Analisis Deskriptif

Menurut Ghazali (2018), analisa deskriptif memberikan suatu gambaran atau deskripsi dari sumber data yang dilihat dari mean (rata-rata), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan kemencengan distribusi (*skewness*). *Skewness* bertujuan mengukur kemencengan dari data dan kurtosis bertujuan untuk mengukur puncak dari distribusi data.

#### 2. Uji Pretest

##### a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018), Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuesioner dapat menggambarkan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. Indikator kuesioner dinyatakan tidak valid jika korelasi antara masing-masing indikator terhadap total skor menunjukkan hasil yang signifikan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *Bivariate Pearson* dengan cara membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05 dengan tingkat *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ . jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan atau indikator dalam kuesioner dinyatakan valid dan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

##### b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018), uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner reliabel atau tidak. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu sehingga hasil pengukuran tetap stabil pada setiap kali pengukuran dilakukan pada

hal yang sama. Uji reliabilitas ini menggunakan *Cronbach's Alpha* yang terdapat pada program SPSS. Pertanyaan akan dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,7$  dan jika nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $< 0,7$  , maka pertanyaan tersebut dianggap tidak reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018). Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan memakai tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% atau 0,05 dimana jika nilai probabilitas (p-value)  $> 5\%$  atau 0,05 maka data berdistribusi normal. Dan apabila nilai probabilitas (p-value)  $< 5\%$  atau 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik jika tidak ada korelasi antara variabel independen. Metode yang digunakan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance* (T). dimana apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $\geq 10$  atau tingkat *tolerance level*  $\leq 0,10$  maka terjadi multikolinearitas antar variabel independen. Sedangkan apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $\leq 10$  atau tingkat *tolerance level*  $\geq 0,10$  maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke

pengamatan yang lain dalam model regresi. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap sama, maka dapat disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji *Park* dalam mengukur tingkat heteroskedastisitas. Dimana jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka terjadi gejala heteroskedastisitas jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 4. Analisis Regresi Berganda

##### a. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018), uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang mendekati 0 berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Begitu juga sebaliknya, jika nilai  $R^2$  mendekati 1 maka variabel independen dapat memberikan banyak informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen.

##### b. Uji F

Menurut Ghozali (2018), uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas (independen) memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel (dependen). Dalam pengujian penelitian uji F, dasar pengambilan keputusan dengan cara, jika  $\text{sig.}_{F_{hitung}} < 0,05$  maka secara simultan memiliki pengaruh signifikan,  $H_1$  diterima. Sedangkan jika  $\text{sig.}_{F_{hitung}} > 0,05$  maka secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan,  $H_1$  ditolak.

##### c. Uji T

Menurut Ghozali (2018), uji T mempunyai tujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas (independen) secara individual yang berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Dalam uji T dilakukan dengan cara membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Dalam pengujian penelitian uji T, dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika tingkat signifikansi  $t_{hitung} < 0,05$  maka secara individual memiliki pengaruh signifikan sehingga H1 diterima.
- Jika tingkat signifikansi  $t_{hitung} > 0,05$  maka secara individual tidak memiliki pengaruh signifikan sehingga H1 ditolak.

#### 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### 1. Analisis Deskriptif

Tabel 4.1 Tabel Karakteristik Responden

Pertanyaan	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	156	67,8%
	Perempuan	74	32,2%
	Total	230	100%
Usia	21-30 tahun	121	52,6%
	30-40 tahun	79	34,4%
	40-50 tahun	18	7,8%
	> 51 tahun	12	5,2%
	Total	230	100%
Pekerjaan	Pelajar	5	2,1%
	Karyawan	102	44,5%
	Wirausahawan	85	36,9%
	Ibu Rumah Tangga	28	12,2%
	<i>Other</i>	10	4,3%
	Total	230	100%
Domisili	Jabodetabek	147	63,9%
	Luar Jabodetabek	83	36,1%
	Total	230	100%
Telah menjadi pengguna <i>P2P Lending</i>	Kurang dari 1 Tahun	123	53,5%
	Lebih dari 1 Tahun	107	46,5%
	Total	230	100%
Platform <i>P2P</i> yang Digunakan	Investree	83	36,1% / 230 Responden
	Amartha	64	27,8% / 230 Responden
	Koinworks	43	18,7% / 230 Responden
	Modalku	52	22,6% / 230 Responden
	Lainnya	23	10% / 230 Responden
	Total	264	100%

Modal Awal Ketika Bergabung	Dibawah 1.000.000	103	44,8%
	1.000.000-5.000.000	96	41,2%
	5.000.000-10.000.000	26	11,8%
	Diatas 10.000.000	5	2,25
	Total	230	100%

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan data karakteristik responden diatas, jumlah responden laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan perempuan dengan angka 67,8% berbanding dengan 32,2%. Berdasarkan usia, rentang umur 21-30 tahun memiliki angka tertinggi 52,6%, yang bisa diartikan mayoritas responden kuesioner ini merupakan generasi muda. Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai karyawan dan juga wirausahawan dengan total angka gabungan 81,4% Berdasarkan domisili, mayoritas responden tinggal di Jabodetabek dengan angka 63,9%. Berdasarkan lama penggunaan, lebih banyak responden yang memiliki pengalaman kurang dari 1 tahun dibandingkan dengan yang lebih dari 1 tahun dengan angka 63,9% berbanding 36,1%. Berdasarkan platform yang digunakan, Investree masih menjadi yang paling banyak digunakan diikuti, Amarth, Modalku dan Koinworks. Terakhir, berdasarkan modal awal, mayoritas responden memberi pinjaman dibawah 1 juta dengan angka 44,8% yang sesuai dengan salah satu keuntungan *P2P Lending* yakni dapat berinvestasi dengan modal kecil.

## 2. Uji Pretest

### a. Uji Validitas

**Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Indikator**

Variabel	Kode Variabel	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig.</i>	=Keterangan
<i>Perceived Benefit</i>	PB1	0,506	0,000	Valid
	PB2	0,698	0,000	Valid
	PB3	0,614	0,000	Valid
	PB4	0,720	0,000	Valid
	PB5	0,699	0,000	Valid

	<b>PB6</b>	<b>0,518</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
<b>U</b>	<b>PE1</b>	<b>0,639</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>PE2</b>	<b>0,572</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>PE3</b>	<b>0,882</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>PE4</b>	<b>0,533</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>PE5</b>	<b>0,510</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>PE6</b>	<b>0,414</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
<b>j</b>	<b>TR1</b>	<b>0,811</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>TR2</b>	<b>0,641</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>TR3</b>	<b>0,498</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>TR4</b>	<b>0,548</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>TR5</b>	<b>0,473</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>TR6</b>	<b>0,727</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>TR7</b>	<b>0,560</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
<b>R</b>	<b>FL1</b>	<b>0,795</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>FL2</b>	<b>0,732</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>FL3</b>	<b>0,606</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>FL4</b>	<b>0,626</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>FL5</b>	<b>0,510</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
<b>e</b>	<b>WL1</b>	<b>0,620</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>WL2</b>	<b>0,778</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>WL3</b>	<b>0,782</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>WL4</b>	<b>0,720</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>WL5</b>	<b>0,472</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>WL6</b>	<b>0,828</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan tabel 4.2, semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai lebih dari  $r_{tabel}$  sebesar 0,361 Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam penelitian ini valid.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas Indikator**

b. Uji Reliabilitas

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
<b><i>Perceived Benefit</i></b>	<b>0,749</b>	<b><i>Reliable</i></b>
<b><i>Perceived Ease of Use</i></b>	<b>0,767</b>	<b><i>Reliable</i></b>
<b><i>Trust</i></b>	<b>0,746</b>	<b><i>Reliable</i></b>
<b><i>Financial Literacy</i></b>	<b>0,806</b>	<b><i>Reliable</i></b>
<b><i>Willingness to Lend</i></b>	<b>0,776</b>	<b><i>Reliable</i></b>

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan tabel 4.3, semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai lebih dari 0,7. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam penelitian ini reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

**Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
<b>N</b>		230
<b>Normal Parameters<sup>a,b</sup></b>	<b>Mean</b>	.0000000
	<b>Std. Deviation</b>	.45117566
<b>Most Extreme Differences</b>	<b>Absolute</b>	.066
	<b>Positive</b>	.033
	<b>Negative</b>	-.066
<b>Test Statistic</b>		.066
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>		.200 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Olahan Data

Dari hasil uji normalitas yang telah dilakukan, hasil signifikansi dari uji normalitas tersebut sebesar 0,200 atau diatas 0,05 Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas**

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	8.416	.767		10.977	.000		
	Perceived_Benefit	-.045	.019	-.121	-2.295	.023	.849	1.178
	Perceived_Ease_of_Use	.033	.019	.093	1.754	.081	.844	1.185
	Trust	-.202	.021	-.530	-9.855	.000	.817	1.224
	Financial_Literacy	-.055	.016	-.193	-3.539	.000	.792	1.263

a. Dependent Variable: Willingness\_to\_Lend

Sumber: Hasil Olahan Data

Dari hasil uji multikolinearitas, penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas karena semua nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10

c. Uji Heterokedastisitas

**Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.138	1.712		3.001	.003
	Perceived_Benefit	-.078	.043	-.125	-1.804	.073
	Perceived_Ease_of_Use	.011	.042	.018	.253	.800
	Trust	.064	.046	.099	1.398	.163
	Financial_Literacy	.002	.002	.068	.963	.337

a. Dependent Variable: RES3

Sumber: Hasil Olahan Data

Dari hasil uji heterokedastisitas, penelitian ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas karena nilai signifikansi semua variabel lebih besar dari 5% atau 0,05

#### 4. Analisis Regresi Berganda

##### a. Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 <sup>a</sup>	.405	.395	2.16578

a. Predictors: (Constant), Financial\_Literacy, Perceived\_Benefit, Perceived\_Ease\_of\_Use, Trust

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan hasil yang didapatkan pada tabel 4.8, nilai *Adjusted R square* sebesar 0,395 yang berarti ada pengaruh sebesar 39,5% dari variabel *perceived benefit*, *perceived ease of use*, *trust*, dan *financial literacy* dan sisanya sebesar 61,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain

##### b. Uji F

**Tabel 4.8 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	719.675	4	179.919	38.357	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1055.390	225	4.691		
	Total	1775.065	229			

a. Dependent Variable: Willingness\_to\_Lend

b. Predictors: (Constant), Financial\_Literacy, Perceived\_Benefit, Perceived\_Ease\_of\_Use, Trust

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived benefit*, *perceived ease of use*, *trust*, dan *financial literacy* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap *willingness to lend* dari para pemberi pinjaman (*lender*).

c. Uji T

**Tabel 4.9 Hasil Uji T**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.677	3.159		3.063	.002
	Perceived Benefit	.247	.080	.176	3.088	.002
	Perceived Ease of Use	.240	.074	.177	3.228	.001
	Trust	.724	.082	.497	8.850	.000
	Financial Literacy	.311	.251	.066	1.238	.001

a. Dependent Variable: *Willingness to Lend*

Sumber: Hasil Olahan Data

Berdasarkan hasil uji T, keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini yakni *perceived benefit*, *perceived ease of use*, *trust*, dan *financial literacy* berpengaruh terhadap *willingness to lend* pemberi pinjaman (lender).

5. Pembahasan

a. Pengaruh *Perceived Benefit* terhadap *Willingness to Lend*

Pada penelitian yang telah dilakukan pada tabel 4.9, variabel *perceived benefit* mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,002 yang artinya adalah variabel *perceived benefit* berpengaruh terhadap *willingness to lend* karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau  $\alpha = 5\%$ . Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian (Wan et al., 2016) dimana peneliti menemukan bahwa *trust* dan *perceived benefit* merupakan 2 faktor utama yang mempengaruhi *willingness to lend* seseorang secara signifikan, namun bila dibandingkan, nilai *perceived benefit* sendiri lebih tinggi dari *trust* yang berarti investor di Cina lebih memperhatikan keuntungan yang ada dibanding risikonya.

Peneliti menduga bahwa berdasarkan hasil penelitian ini, para pemberi pinjaman tertarik dengan faktor keuntungan yang ditawarkan dari meminjamkan dana di *P2P lending*, karena kembali lagi kepada tujuan utama, seseorang berinvestasi adalah harapan mendapat keuntungan pada masa-masa yang akan datang. Utamanya,

seseorang berinvestasi karena ingin mendapatkan keuntungan di masa mendatang, dan dalam penelitian ini, bentuk investasi yang dimaksud adalah meminjamkan dana di *P2P Lending* dengan harapan mendapatkan keuntungan berupa bunga pinjaman

Salah satu alternatif yang bisa dipilih apabila ingin meminjam dana untuk modal awal adalah melalui *P2P Lending*. Dari sisi pemberi pinjaman sendiri, peneliti menduga bahwa motif meminjamkan dana itu sendiri tidak jauh dari memperoleh *profit*, dan hal ini didorong dengan meningkatnya permintaan meminjam dana dari para peminjam dana karena fenomena yang telah disebutkan sebelumnya.

b. Pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Willingness to Lend*

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.9, variabel *perceived ease of use* mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang artinya adalah variabel *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *willingness to lend* karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau  $\alpha = 5\%$ . Hasil penelitian didukung oleh penelitian Alshurideh et al (2019) yang menemukan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan teknologi. Lebih lanjut peneliti menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan harus diperhatikan sehingga niat pengguna dan penggunaan sistem meningkat. Peneliti menduga bahwa hal ini disebabkan utamanya memang karena sistem antarmuka, registrasi, untuk menjadi seorang pemberi pinjaman tidaklah rumit, namun memang syarat yang ada tetap perlu diperhatikan. Lebih lagi semua hal ini bisa dilakukan secara *online* dimanapun dan kapanpun dengan hanya bermodalkan *gadget* dan juga koneksi internet. Kemudahan sendiri menurut dugaan peneliti berpengaruh terhadap niat meminjamkan dana di *P2P Lending* karena sesuatu yang prosesnya rumit ataupun panjang akan menimbulkan rasa malas dari calon penggunanya yang akibatnya lalu tidak jadi menggunakan sesuatu tersebut.

c. Pengaruh *Trust* terhadap *Willingness to Lend*

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.9, variabel *trust* mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya adalah variabel *trust* berpengaruh terhadap *willingness to lend* karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau  $\alpha = 5\%$ . Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Wang et al (2015) yang menemukan bahwa pemberian pinjaman dipengaruhi terutama oleh kepercayaan pada peminjam. Lebih lanjut peneliti menyimpulkan ada tiga faktor yang mempengaruhi kepercayaan *P2P Lending*, yaitu reputasi penyelenggara, integritasnya dalam menyediakan dan informasi dan persepsi informasi asimetris. Peneliti menduga bahwa hasil penelitian ini memang memungkinkan karena seberapa besarnya keuntungan yang ditawarkan, dan seberapa mudah sebuah *platform* digunakan namun jika *platform* ataupun data peminjam dana tersebut tidak dapat dipercaya maka seorang calon pemberi pinjaman pun akan berpikir kembali untuk meminjamkan dana, lebih lagi para pemberi pinjaman pemula. Lebih lanjut peneliti menduga bahwa dari sisi penerima pinjaman kelengkapan dan transparansi data serta niat meminjam dan kemampuan membayar peminjam dana merupakan hal yang perlu diperhatikan karena hal ini selain mempengaruhi analisis dari penyelenggara yang dapat menentukan besar kecilnya bunga pinjaman, hal ini juga dapat mempengaruhi niat meminjamkan pemberi pinjaman. Hal ini dapat terjadi apa bila data dan kemampuan membayar dinilai kurang mumpuni maka besar kemungkinan pemberi pinjaman yang biasa menghindari resiko akan menghindari pengajuan pinjaman seperti ini, dan sebaliknya. Sedangkan untuk penyelenggara *P2P Lending*, kepercayaan pemberi pinjaman bisa didapat salah satunya melalui reputasi atau tingkat kesuksesan pembayaran. Semakin kecil kemungkinan terjadi gagal bayar maka akan semakin terpercaya reputasi suatu reputasi penyelenggara *P2P Lending*.

#### d. Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Willingness to Lend*

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.9, variabel *financial literacy* mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang artinya adalah variabel *financial literacy* berpengaruh terhadap *willingness to lend* karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau  $\alpha = 5\%$ . Hasil penelitian ini didukung penelitian Aren & Zengin (2016) yang menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi. Menurut dugaan peneliti hasil penelitian ini terjadi karena literasi keuangan merupakan salah satu dasar untuk melakukan investasi. Menurut peneliti, seseorang yang ingin berinvestasi minimal harus mengerti terlebih dahulu mengenai investasi, mulai dari pengertian, cara kerja, resiko dll. Maka dari itu untuk berinvestasi dengan memberi pinjaman, calon pemberi pinjaman harus mengetahui dasar-dasar mengenai investasi dan juga *P2P Lending* agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan kedepannya.

## 5. SIMPULAN

### a. Simpulan

Berdasarkan hasil olahan data, maka kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Perceived Benefit* berpengaruh signifikan terhadap *Willingness to Lend* pemberi pinjaman (*lender*).
2. *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Willingness to Lend* pemberi pinjaman (*lender*).
3. *Trust* berpengaruh signifikan terhadap *Willingness to Lend* pemberi pinjaman (*lender*).
4. *Financial Literacy* berpengaruh signifikan terhadap *Willingness to Lend* pemberi pinjaman (*lender*).

## b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan saran sebagai berikut:

### 1. Saran untuk Calon Pemberi Pinjaman

Peneliti menyarankan untuk calon pemberi pinjaman atau yang belum pernah memberi pinjaman di *P2P Lending*, untuk mencari informasi mengenai *P2P Lending* terlebih dahulu, dan bergabung ke grup investasi *P2P Lending* yang ada di berbagai media sosial salah satunya Facebook. Dengan bergabung ke grup tersebut, calon pemberi pinjaman dapat mendapatkan banyak informasi, testimoni, dan juga saran dari para anggota yang sudah berpengalaman memberi pinjaman.

### 2. Saran untuk Peminjam dana Penyelenggara *P2P Lending*

Peneliti menyarankan peminjam dana untuk penyelenggara *P2P Lending* untuk selalu memperhatikan hal hal yang berkaitan mengenai kepercayaan pemberi pinjaman. Peminjam dana bisa meningkatkan kepercayaan pemberi pinjaman dengan cara memberikan data diri, niat meminjam, dan kemampuan membayar yang jelas, lengkap dan transparan. Sedangkan untuk penyelenggara *P2P Lending* sendiri, dapat dilakukan secara tidak langsung dengan meningkatkan angka kesuksesan transaksi. Semakin besar angka kesuksesan transaksi maka akan semakin rendah kemungkinan gagal bayar, yang nantinya dapat mempengaruhi reputasi penyelenggara *P2P Lending* itu sendiri dan lalu kepercayaan dari pemberi pinjaman.

### 3. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Peneliti menyarankan penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel-variabel yang mempengaruhi niat meminjamkan dana lainya seperti *Social influence*, *Hedonic motivation*, *Habit*, dan lain-lain,.

## 6. DAFTAR RUJUKAN

- Alshurideh, M., Salloum, S. A., Al Kurdi, B., Monem, A. A., & Shaalan, K. (2019). Understanding the quality determinants that influence the intention to use the mobile learning platforms: A practical study. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 13(11), 157–183. <https://doi.org/10.3991/ijim.v13i11.10300>
- Aren, S., & Zengin, A. N. (2016). Influence of Financial Literacy and Risk Perception on Choice of Investment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 656–663. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.047>
- Chen, D., Lai, F., & Lin, Z. (2014). A trust model for online peer-to-peer lending: a lender's perspective. *Information Technology and Management*. <https://doi.org/10.1007/s10799-014-0187-z>
- Chen, D., Lou, H., & Van Slyke, C. (2015). Toward an understanding of online lending intentions: Evidence from a survey in China. *Communications of the Association for Information Systems*, 36, 317–336. <https://doi.org/10.17705/1cais.03617>
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun*.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). Multivariate Data Analysis: A Global Perspective. In *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*.
- Ichwan, I., & Kasri, R. (2019). Why Are Youth Intent on Investing Through Peer To Peer Lending? Evidence From Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4), 741–762. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i4.1157>
- OJK (2020) <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/direktori/fintech/Documents/FAQ%20Fintech%20Lending.pdf>

- OJK (2020) <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Documents/Statistik%20Fintech%20Lending%20Desember%202020.pdf>
- Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., & Pahnala, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: An extension of the technology acceptance model. *Internet Research*, 14(3), 224–235. <https://doi.org/10.1108/10662240410542652>
- Wan, Q., Policy, S. G., Consultation, D., Chen, D., Chain, S. S., Tank, S. T., Shi, W., & Business, D. (2016). Online Peer-To-Peer Lending Decision Making : *Social Behavior and Personality*.
- Wang, P., Zheng, H., Chen, D., & Ding, L. (2015). Exploring the critical factors influencing online lending intentions. *Financial Innovation*. <https://doi.org/10.1186/s40854-015-0010-9>
- Yang, X., Fan, W., & Yang, S. (2020). Identifying the influencing factors on investors' investment behavior: An empirical study focusing on the Chinese P2P lending market. *Sustainability (Switzerland)*, 12(13). <https://doi.org/10.3390/su12135345>