



Determinan *Behavioral Intention* Penggunaan *Peer-to-peer lending Syariah* Di Indonesia: Model UTAUT2

Subambang Harsono¹, Yusri², Chairina³

¹Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Graha Kirana, Medan, Indonesia

²Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Graha Kirana, Medan, Indonesia

³Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Graha Kirana, Medan, Indonesia

Corresponding author: subambang@graha-kirana.com

ARTICLE INFO	ABSTRAK
Article history Received : Accepted : Published :	<p><i>Teknologi finansial mengembangkan sebuah konsep, peer-to-peer lending, yang membuka akses pada layanan keuangan tanpa intermediasi perbankan tradisional. Namun, data menunjukkan bahwa pangsa pasar peer-to-peer lending syariah masih sangat kecil dibanding industri peer-to-peer lending secara keseluruhan. Oleh karena itu, diperlukan usaha lebih jauh untuk meningkatkan pangsa pasar peer-to-peer lending syariah. Penelitian ini mencoba untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi intensi perilaku pengguna (pemberi pendanaan/funder) untuk menggunakan peer-to-peer lending syariah dengan pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2). Menggunakan metode judgment sampling, 157 pengguna peer-to-peer lending syariah sebagai responden. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Partial Least Square – Structural Equation Modelling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat SmartPLS 3.0 untuk menguji model yang diusulkan. Hasil menunjukkan bahwa performance expectancy, price value, dan habit memiliki pengaruh secara positif terhadap intensi perilaku untuk menggunakan peer-to-peer lending syariah, dimana performance expectancy memberi pengaruh paling besar.</i></p>
Kata Kunci: <i>Peer-to-peer lending syariah;</i> <i>Intensi perilaku;</i> <i>UTAUT 2.</i>	ABSTRACT <p><i>Financial technology developed a concept, peer-to-peer lending, that enables access to funding without the role of financial institutions such as banks. However, data shows that market share of Islamic peer-to-peer lending is still very small compared to the peer-to-peer lending industry as a whole. Therefore, further efforts are needed to increase the market share of Islamic peer-to-peer lending. This study attempts to understand factors influencing behavioral intention of users (as a funders) to use Islamic peer-to-peer lending with the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2) approach. Using the judgment sampling method, 157 Islamic peer-to-peer lending users were collected as respondents. This research was conducted using the Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method and use SmartPLS 3.0 software to test the proposed model. The results show that performance expectancy, price value, and habit have a positive influence on behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending, where performance expectancy has the biggest influence.</i></p>
Keyword: <i>Islamic Peer-to-peer lending;</i> <i>Behavioral Intention;</i> <i>UTAUT 2.</i>	

PENDAHULUAN

Perkembangan keuangan Islam telah berlangsung secara pesat hingga saat ini dan masih akan terus berkembang. Selain itu perkembangan keuangan Islam juga didorong oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Kemajuan teknologi telah menjadi bagian penting dari pasar jasa keuangan di seluruh dunia (Dubai International Financial Centre, 2019). Selain itu, Marszk & Lechman (2018) menyatakan bahwa teknologi informasi dan komunikasi berdampak pada pembentukan lingkungan ekonomi dan sosial. Penggunaan teknologi dalam jasa keuangan meningkatkan efisiensi perantara keuangan dengan berkurangnya biaya peluang dan meningkatnya kepuasan pelanggan. Selama ada akses internet, masyarakat dapat mengakses jasa keuangan kapan dan dimana saja (Mohd Thas Thaker, et al,2019)

Keberadaan teknologi finansial (tekfin) diprediksi dapat berkontribusi secara signifikan dalam pengembangan keuangan Islam (Thomson Reuters, 2018). Aaron, et al (2017) mendefinisikan tekfin sebagai sebuah aplikasi teknologi digital untuk mengatasi masalah intermediasi keuangan. Tekfin memegang peranan penting sebagai perantara keuangan bagi masyarakat, menandai sebuah era baru dalam jasa keuangan yang selama ini dikuasai oleh perbankan (Firmansyah, et al 2022; Milian, et al, 2019). Tekfin merubah cara masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan (Tat Huei, et al, 2018).

Indonesia, sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, difavoritkan menjadi pusat keuangan Islam dan tekfin dunia. Tekfin berkembang pesat di Indonesia dan telah menarik perhatian dari investor asing sebagai negara dengan potensi ekonomi digital (Hendratmi, et al, 2019). Pertumbuhan *peer-to-peer lending* syariah ditunjukkan dengan terus bertambahnya *Platform* yang menyediakan pendanaan syariah. Menurut daftar penyelenggara tekfin lending berizin dan terdaftar per 7 Desember 2020 OJK, terdapat 11 *Platform* (5% dari total 152 *Platform peer-to-peer lending*) yang tergolong sebagai jenis usaha syariah. Investree, Ammana dan Alami adalah 3 *Platform* yang memiliki status berizin dari OJK. Sedangkan 8 *Platform* yang memiliki status terdaftar diantaranya adalah Dana Syariah, Duha Syariah, Qazwa, Bsalam, Ethis, Kapitalboost, Papatupi Syariah, dan Finteck Syariah. Sebagai catatan, Investree merupakan *Platform* yang menyediakan pinjaman/pendanaan konvensional dan syariah, sementara yang lainnya hanya menyediakan pendanaan syariah.

Data dari Laporan Perkembangan Keuangan Syariah 2021 yang diterbitkan oleh OJK menunjukkan akumulasi rekening *lender* dari penyelenggara tekfin pendanaan syariah sebanyak 21.451 entitas dengan akumulasi transaksi *lender* mencapai 46.645 transaksi, sedangkan akumulasi rekening *borrower* dari penyelenggara tekfin pendanaan syariah sebanyak 9.982 entitas dengan akumulasi transaksi *borrower* mencapai 11.472 transaksi (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). Angka tersebut menunjukkan bahwa jumlah transaksi *lender* 117,45% lebih besar dari jumlah akumulasi rekening *lender* dan jumlah transaksi *borrower* 14,93% lebih besar dari jumlah akumulasi rekening *borrower*. Implikasi dari hal tersebut adalah adanya transaksi yang dilakukan berulang oleh *lender* dan *borrower* serta menunjukkan kegunaan dan kepuasan yang didapatkan *lender* dan *borrower* atas transaksi yang telah dilakukan. Hingga Desember 2021, akumulasi penyaluran dari penyelenggara tekfin pendanaan syariah sejumlah Rp509,02 miliar dengan pendanaan *outstanding* sebesar Rp284,71 miliar. Data dari Perkembangan *Fintech Lending* Periode Desember 2021 yang diterbitkan oleh OJK menunjukkan akumulasi rekening *lender* sebanyak 605.935 entitas, akumulasi rekening *borrower* sebanyak 18.569.123 entitas, dan akumulasi penyaluran pinjaman sebesar Rp81,5 triliun.

Meskipun tidak ada laporan yang menyatakan persentase tekfin pendanaan syariah terhadap total tekfin pendanaan, angka ini dapat digunakan untuk menghitung hal tersebut. Akumulasi rekening *lender* tekfin pendanaan syariah berada di angka 3.54% dari total tekfin pendanaan, akumulasi rekening *borrower* tekfin pendanaan syariah hanya berada di angka 0,05%, dan akumulasi penyaluran pendanaan hanya ada di angka 0,62%. Penyebabnya antara lain banyak layanan *peer (P2P) lending* syariah yang masih dalam tahap pengajuan izin kepada OJK, sehingga operasionalnya menjadi terhambat oleh ketentuan regulasi serta rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat pada layanan yang belum secara resmi terdaftar. Stagnansi ini juga disebabkan karena masih rendahnya pengetahuan masyarakat, termasuk muslim milenial, mengenai layanan *fintech* seperti *peer (P2P) lending* termasuk kegunaannya sebagai sarana berinvestasi dan melakukan jasa keuangan lain (Batunanggar, 2019). Disamping itu, masih rendahnya kinerja industri keuangan syariah tercermin dari *market share* perbankan syariah di Indonesia yang hanya berkisar pada angka 10,41% per Juni 2022 (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Hal ini cukup kontras dengan kondisi perbankan syariah di Malaysia yang mampu mencapai nilai *market share* sebesar 40% sampai 50% (Paulina, 2021).

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, di Indonesia saat ini pangsa pasar tekfin pendanaan syariah masih relatif kecil dibanding dengan industri tekfin pendanaan secara keseluruhan. Untuk mendukung pertumbuhan tekfin pendanaan syariah, salah satu upaya yang perlu dilakukan adalah menarik lebih banyak

pemberi pendanaan (*funder*) dengan penerapan strategi yang berdasarkan riset pasar. Riset tersebut bertujuan untuk menganalisis faktor penentu intensi perilaku masyarakat Indonesia untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah, yang salah satunya dapat dilihat dari *behavioral intention* dari pengguna. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (Venkatesh, et al, 2012) menjelaskan penggunaan teknologi oleh konsumen, terdapat 7 faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* pengguna yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*. UTAUT2 merupakan penelitian yang menjelaskan penggunaan teknologi dalam konteks penggunaan internet seluler pada individu, sedangkan dalam penelitian skripsi ini UTAUT2 diterapkan pada konteks penggunaan *Platform peer-to-peer lending* syariah.

Penelitian terkait *peer-to-peer lending* syariah masih sangat sedikit. Secara khusus, belum ada yang melakukan penelitian yang mengkaji faktor psikologis yang mempengaruhi *behavioral intention* penggunaan *peer-to-peer lending* syariah dengan didasarkan oleh teori UTAUT2. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam kajian tentang adopsi pengguna *peer-to-peer lending* syariah serta menambah referensi pada literatur *peer-to-peer lending* syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan *Islamic peer-to-peer lending* di Indonesia dengan menggunakan pendekatan teori UTAUT2. Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh *Platform* tekfin pendanaan syariah di Indonesia untuk mengembangkan *Platform* secara efektif dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang paling berpengaruh pada penggunaan *peer-to-peer lending* syariah.

KAJIAN LITERATUR

Teknologi Finansial Pendanaan (*Peer-to-peer lending*) Syariah

Peer to peer (P2P) lending didefinisikan dalam Peraturan OJK (POJK) Nomor 77 Tahun 2016 sebagai Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi berupa penyelenggara layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). *Peer-to-peer lending*, atau yang biasa disebut dengan *P2P lending*, merupakan sistem pinjam-meminjam antarindividu (dan juga antara perusahaan-individu pada pengembangannya) pada sebuah *Platform* digital tanpa adanya intermediasi institusi keuangan konvensional (Suryono, et al, 2019). Dengan proses pengajuan pinjaman yang lebih mudah dibanding institusi keuangan konvensional, *P2P lending* menjadi sumber kredit alternatif yang menarik bagi peminjam, khususnya peminjam yang tergolong *unbanked*. Selain itu, *P2P lending* juga menawarkan imbal hasil yang lebih menarik, membuat *P2P lending* menjadi alternatif investasi yang menarik bagi para pemberi pinjaman (Chaffee & Rapp, 2012). Pihak-pihak ini kemudian disebut sebagai *borrower* dan *lender*, yaitu pihak yang meminjam dan memberi pinjaman. Dalam pengembangan skema *P2P lending* di Indonesia, terdapat satu pihak lain yang memiliki peran penting dalam transaksi pinjam-meminjam, yaitu *payor*. *Payor* muncul dalam skema *invoice financing*, dimana *borrower* menjaminkan tagihan *payor* kepada *Platform P2P lending* sebagai syarat untuk mendapatkan pinjaman.

Tagihan atau *invoice* itulah yang menjadi dasar ditentukannya batas jumlah pinjaman dan pengukuran *credit score*. *Lender* bisa menyetor dana dan mendanai berbagai pinjaman yang diajukan *borrower* dengan periode dan tingkat imbal hasil tertentu (Downes & Goodman, 2014). Semakin tinggi *credit score* (rendah risiko) maka semakin rendah tingkat bunga yang ditagihkan, dan sebaliknya. Sebagai differensiasi antar *Platform P2P lending*, beberapa *Platform* mengkhususkan jasanya pada kebutuhan dan minat *borrower* dan *lender* tertentu (Wang, et al, 2009).

P2P lending syariah didefinisikan sebagai penyelenggaraan layanan jasa keuangan yang didasarkan atas prinsip syariah yang menghubungkan antara pemberi pembiayaan dengan penerima pembiayaan untuk melakukan akad pembiayaan melalui sistem elektronik dengan bantuan jaringan internet. *P2P lending* syariah sendiri memiliki skema transaksi yang sama secara teknis dengan *P2P lending* konvensional (DSN-MUI, 2018). Penerapan sistem yang menjauhkan diri dari unsur riba serta kerjasama yang dilakukan melalui asas *profit loss sharing* (PLS) pada pelaksanaan *P2P lending* syariah (Wulandari, 2018). Bunga (*riba*), spekulasi (*qimar*), judi (*maysir*), ketidakjelasan (*gharar*) serta jual beli produk-produk yang dilarang seperti alkohol merupakan unsur-unsur yang dilarang dalam transaksi keuangan secara Islam (Todorof, 2018).

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)

Teori ini merupakan pengembangan teori UTAUT yang dikemukakan oleh Venkatesh, et al (2003) untuk mempelajari penerimaan dan penggunaan teknologi baru pada konteks individu sebagai konsumen. Teori UTAUT memiliki empat variabel yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions*. Pada teori UTAUT 2, Venkatesh, et al (2012) menambahkan tiga faktor baru yang

dianggap mempengaruhi niat perilaku serta perilaku penggunaan teknologi. Ketiga faktor tersebut adalah motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*). Berbeda dengan UTAUT, UTAUT 2 hanya menggunakan tiga variabel moderasi, yaitu umur (*age*), jenis kelamin (*gender*), dan pengalaman (*experience*).

Pengembangan Hipotesis

Tingkat *performance expectancy* seseorang dianggap mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Penelitian sebelumnya membuktikan adanya pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Venkatesh, et al (2012) menemukan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan secara positif pada *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile internet*. Dewi, et al (2019) menemukan bahwa *performance expectancy* mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan *online shopping channels*. Selain itu, Rahi, et al (2019) menemukan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh pada *behavioral intention* untuk menggunakan *internet banking*. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis merumuskan hipotesis:

H1: *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to use Islamic Peer-to-peer lending*

Tingkat *effort expectancy* seseorang dianggap mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Penelitian sebelumnya membuktikan adanya pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Venkatesh, et al (2012) menemukan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh signifikan secara positif pada *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile internet*. Penelitian Giovanis, et al (2019) membuktikan bahwa *effort expectancy* mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile banking*. Penelitian Dewi, et al (2019) juga menunjukkan bahwa *effort expectancy* mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan *online shopping channels*. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis merumuskan hipotesis:

H2: *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to use Islamic Peer-to-peer lending*

Tingkat *social influences* seseorang dianggap mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Penelitian sebelumnya membuktikan adanya pengaruh *social influences* terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Venkatesh, et al (2012) menemukan bahwa *social influence* memiliki pengaruh signifikan secara positif pada *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile internet*. Penelitian Giovanis, et al (2019) membuktikan bahwa *social influences* mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis merumuskan hipotesis:

H3: *Social Influence* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to use Islamic Peer-to-peer lending*

Tingkat *facilitating conditions* seseorang dianggap mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Penelitian sebelumnya membuktikan adanya pengaruh *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Venkatesh, et al (2012) menemukan bahwa *facilitating conditions* memiliki pengaruh signifikan secara positif pada *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile internet*. Penelitian Darmansyah, et al (2021) menemukan bahwa *facilitating condition* mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan tekfin syariah. Selain itu, Rahi, et al (2019) menemukan bahwa *facilitating condition* memiliki pengaruh pada *behavioral intention* untuk menggunakan *internet banking*. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis merumuskan hipotesis:

H4: *Facilitating Condition* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to use Islamic Peer-to-peer lending*

Tingkat *hedonic motivation* seseorang dianggap mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Penelitian sebelumnya membuktikan adanya pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Penelitian Venkatesh, et al (2012) menemukan bahwa *hedonic motivation* memiliki pengaruh pada *behavioral*

intention untuk menggunakan *mobile internet*. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis merumuskan hipotesis:

H5: *Hedonic Motivation* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to use Islamic Peer-to-peer lending*

Tingkat *price value* seseorang dianggap mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Penelitian sebelumnya membuktikan adanya pengaruh *price value* terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Venkatesh, et al (2012) menemukan bahwa *price value* memiliki pengaruh signifikan secara positif pada *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile internet*. Darmansyah, et al (2021) menemukan bahwa *price value* mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan tekfin syariah. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis merumuskan hipotesis:

H6: *Price Value* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to use Islamic Peer-to-peer lending*

Tingkat *habit* seseorang dianggap mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Penelitian sebelumnya membuktikan adanya pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan sebuah teknologi atau sistem baru. Venkatesh, et al (2012) menemukan bahwa *habit* memiliki pengaruh signifikan secara positif pada *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile internet*. Darmansyah, et al (2021) menemukan bahwa *habit* mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan tekfin syariah. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis merumuskan hipotesis:

H7: *Habit* memiliki pengaruh positif terhadap *Behavioral Intention to use Islamic Peer-to-peer lending*

METODOLOGI PENELITIAN

Desain penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian *conclusive*, dengan tujuan mengukur suatu fenomena yang telah teridentifikasi sebelumnya, dimana pengukuran ini dilakukan dengan pengujian hipotesis dan uji pengaruh antar variabel (Malhotra & Dash, 2016). Peneliti menggunakan metode *single cross sectional*, dimana pengambilan data dilakukan sekali di satu wilayah dan di satu waktu (Malhotra & Dash, 2016). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yaitu survei dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner disusun menggunakan *Google Form* dan disebar secara *online* melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, Line, dan media lainnya. Kuesioner tersebut terdiri dari pertanyaan terkait tiap variabel penelitian yang ditujukan pada *funder Platform* tekfin pendanaan syariah di Indonesia.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Sumber
PE1	Menurut saya, <i>Platform P2P Lending Syariah</i> berguna dalam aktifitas pendanaan	Venkatesh (2012)
PE2	Penggunaan <i>Platform P2P Lending Syariah</i> memungkinkan saya melakukan aktifitas pendanaan dengan lebih cepat	Venkatesh (2012)
PE3	Penggunaan <i>Platform P2P Lending Syariah</i> meningkatkan produktifitas saya dalam melakukan aktifitas pendanaan	Venkatesh (2012)
EE1	Mempelajari penggunaan <i>Platform P2P Lending Syariah</i> mudah bagi saya	Venkatesh (2012)
EE2	Interaksi saya dalam menggunakan <i>Platform P2P Lending Syariah</i> jelas dan dapat dipahami	Venkatesh (2012)
EE3	Menurut saya, <i>Platform P2P Lending Syariah</i> mudah untuk digunakan	Venkatesh (2012)
EE4	Mudah bagi saya untuk mahir dalam menggunakan <i>Platform P2P Lending Syariah</i>	Venkatesh (2012)
SI1	Orang-orang yang penting bagi saya menganjurkan saya menggunakan <i>Platform P2P Lending Syariah</i>	Venkatesh (2012)
SI2	Orang-orang yang mempengaruhi saya menganjurkan saya menggunakan <i>Platform P2P Lending Syariah</i>	Venkatesh (2012)
SI3	Orang-orang yang pendapatnya saya hargai menganjurkan saya menggunakan <i>Platform P2P Lending Syariah</i>	Venkatesh (2012)
FC1	Saya memiliki sumber daya yang diperlukan (telepon seluler, akses internet dll.) untuk menggunakan <i>Platform P2P Lending Syariah</i>	Venkatesh (2012)

FC2	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan (risk-return, kontrak dll.) untuk menggunakan <i>Platform</i> P2P Lending Syariah	Venkatesh (2012)
FC3	Menurut saya, <i>Platform</i> P2P Lending Syariah kompatibel dengan teknologi (telepon seluler, komputer) yang saya gunakan	Venkatesh (2012)
FC4	Saya bisa mendapatkan bantuan dari orang lain ketika saya mengalami kesulitan dalam menggunakan <i>Platform</i> P2P Lending Syariah	Venkatesh (2012)
FC5	<i>Platform</i> P2P Lending Syariah memiliki customer service yang selalu bersedia membantu ketika saya mengalami kesulitan	Venkatesh (2012)
HM1	Saya merasa penggunaan <i>Platform</i> P2P Lending Syariah menyenangkan	Venkatesh (2012)
HM2	Saya menikmati penggunaan fitur-fitur dalam <i>Platform</i> P2P Lending Syariah	Venkatesh (2012)
HM3	Penggunaan <i>Platform</i> P2P Lending Syariah memberikan pengalaman menyenangkan	Venkatesh (2012)
PV1	Biaya dalam menggunakan <i>Platform</i> P2P Lending Syariah wajar bagi saya	Venkatesh (2012)
PV2	Biaya dalam menggunakan <i>Platform</i> P2P Lending Syariah seimbang dengan manfaat yang saya dapatkan	Venkatesh (2012)
PV3	Dengan biaya saat ini, <i>Platform</i> P2P Lending Syariah memberikan nilai/manfaat yang sepadan bagi saya	Venkatesh (2012)
H1	Penggunaan <i>Platform</i> P2P Lending Syariah sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari saya	Venkatesh (2012)
H2	Saya merasakan ketergantungan terhadap penggunaan <i>Platform</i> P2P Lending Syariah	Venkatesh (2012)
H3	Saya merasa harus menggunakan <i>Platform</i> P2P Lending Syariah	Venkatesh (2012)
BI1	Saya berniat untuk memberikan pendanaan melalui <i>Platform</i> P2P Lending Syariah di masa depan	Venkatesh (2012)
BI2	Saya memprediksi bahwa saya akan memberikan pendanaan melalui <i>Platform</i> P2P Lending Syariah di masa depan	Venkatesh (2012)
BI3	Saya berencana untuk memberikan pendanaan melalui <i>Platform</i> P2P Lending Syariah di masa depan	Venkatesh (2012)

Keterangan. PE = *Performance Expectancy*; EE = *Effort Expectancy*; SI = *Social Influence*; FC = *Facilitating Conditions*; HM = *Hedonic Motivation*; PV = *Price Value*; H = *Habit*; BI = *Behavioral Intention*.

Kuesioner yang digunakan terdiri dari tujuh variabel yang diadaptasi dari penelitian *use of technology* (Venkatesh, et al., 2012) dan *behavioral intention*. Setiap item menggunakan skala *Likert* dari 1 hingga 6 (sangat tidak setuju hingga sangat setuju) agar dapat dilakukan pengukuran secara kuantitatif. Kuesioner disusun dengan *Google Form*. Dalam penyusunannya, kuesioner dibagi menjadi tiga bagian, yaitu *screening question*, pertanyaan inti, dan profil responden. Penelitian ini terdiri dari variabel eksogen dan variabel endogen, dimana peneliti menggunakan beberapa pertanyaan yang menjadi alat ukur dari setiap variabel dalam penelitian ini. Variabel eksogen dalam penelitian ini terdiri dari (i) *Performance expectancy* adalah tingkat ekspektasi seorang *funder* bahwa berinvestasi di *Platform peer-to-peer lending* syariah akan meningkatkan kinerjanya dalam berinvestasi; (ii) *Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan dalam berinvestasi di *peer-to-peer lending* syariah; (iii) *Social influence* adalah tingkat pengaruh orang terdekat (*important others*) menganjurkan investasi pada *peer-to-peer lending* syariah; (iv) *Facilitating condition* adalah tingkat sumber daya (*handphone*, akses internet) dan dukungan yang tersedia membantu pengguna dalam berinvestasi di *peer-to-peer lending* syariah; (v) *Hedonic motivation* adalah kesenangan atau kepuasan yang diperoleh dari penggunaan *peer-to-peer lending* syariah; (vi) *Price value* adalah perbandingan antara biaya untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah dan manfaat yang didapatkan dari penggunaannya; (vii) *Habit* adalah konstruk persepsi yang mencerminkan hasil dari pengalaman menggunakan *peer-to-peer lending* syariah. Sedangkan variabel endogen dalam penelitian ini adalah *behavioral intention*, yaitu kekuatan intensi seseorang untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan hasil dari penerjemahan dari kuesioner berbahasa Inggris. Penerjemahan dilakukan sedemikian rupa dengan harapan kuesioner penelitian ini dapat dipahami dengan baik oleh responden. *Wording test* perlu dilakukan guna memastikan bahwa responden

memahami makna dan kosa kata yang digunakan dalam setiap *item* serta mengidentifikasi jika terdapat kesalahan seperti adanya ambiguitas pada *item*. Kemudian dilanjutkan dengan *pretesting* untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas alat ukur. Setelah validitas dan reliabilitas alat ukur sudah teruji, peneliti melakukan *main test* yang terdiri dari analisis distribusi frekuensi dan statistik deskriptif serta analisis pengujian hipotesis dengan menggunakan metode *partial least square – structural equation modelling* (PLS-SEM).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Responden penelitian ini harus memenuhi satu syarat, yaitu pernah menggunakan platform *peer-to-peer lending* syariah sebagai pemberi pendanaan (*funder*), baik yang sudah pernah memberikan pendanaan (*funding*) maupun belum. Setidaknya, pengguna sudah memiliki akun yang terdaftar pada platform *peer-to-peer lending* syariah. Sedangkan pengguna yang menggunakan tekfin pendanaan sebagai penerima pembiayaan (*borrower/beneficiary*) tidak termasuk dalam responden penelitian ini. Secara keseluruhan, peneliti telah mengumpulkan 157 responden yang memenuhi syarat dan telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Jumlah responden yang dikumpulkan telah melampaui jumlah minimal sesuai kaidah Hair, et al. (2014) yaitu jumlah indikator (27) dikali 5 = 135.

Tabel 2 menunjukkan demografi responden. Responden dari penelitian ini memiliki komposisi jenis kelamin yang berimbang, sebanyak 78 responden (49.68%) adalah laki-laki. Sedangkan responden perempuan berjumlah 79 dengan persentase 50.32%. Pengguna beragama Islam mendominasi responden penelitian ini dengan persentase sebesar 87.90% atau sejumlah 138 responden. Responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA mendominasi lebih dari separuh responden penelitian ini, yaitu sejumlah 88 responden (56.05%). 157 responden penelitian, 98 diantaranya (62.42%) merupakan pelajar/mahasiswa, menunjukkan tingginya literasi keuangan dan minat investasi di kalangan pelajar/mahasiswa. Sementara 36 responden (22.93%) merupakan pegawai swasta dan 6 responden pegawai negeri sipil. Selain itu, terdapat 7 wirausaha, 7 profesional dan 3 ibu rumah tangga yang menjadi responden penelitian ini. sebesar 80 responden penelitian (51.28%) tidak memiliki posisi pekerjaan, termasuk diantaranya responden yang masih menempuh pendidikan tanpa berwirausaha atau bekerja. Terdapat 24 responden (15.38%) merupakan pemilik bisnis, 39 responden (25%) merupakan staf, 7 responden (4.49%) first line manager, dan 6 responden (3.85%) middle manager. Terdapat 83 responden yang memiliki pendapatan per bulan di bawah Rp3.000.000, mendominasi responden penelitian ini dengan persentase 52.87%. Hal ini bisa tercapai karena minimum pendanaan yang ditawarkan platform *peer-to-peer lending* syariah bervariasi dan cenderung rendah. terdapat 86 responden dengan pengeluaran per bulan di bawah Rp2.000.000 mendominasi responden penelitian ini dengan persentase 54.78%.

Tabel 2. Demografi Responden

Demografi Responden	Keterangan	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	78	49,68
	Perempuan	79	50,32
Agama	Islam	138	87,90
	Protestan	6	3,82
	Katolik	11	7,01
	Hindu	2	1,27
	Buddha	0	0
	Konghucu	0	0
	Pendidikan terakhir	SLTA/SMK	88
	Diploma	6	3,82
	S1/D4	59	37,58
	S2	4	2,55
Profesi	Pegawai Negeri Sipil	6	3,82
	Pegawai Swasta	36	22,93
	Wirausaha	7	4,46
	Profesional	7	4,46
	Pelajar/Mahasiswa	98	62,42
Posisi Pekerjaan	Ibu Rumah Tangga	3	1,91
	Pemilik Bisnis	24	15,38
	Top Manajer	0	0
	Middle Manager	6	3,85
	First line Manager	7	4,49

	Staff/Associate	39	25,00
	No Job level	80	51,28
Pendanaan (<i>funding</i>)	Pernah	143	91,08
	Tidak pernah	14	8,92
Platform yang digunakan	Alami	17	10,83
	Amartha	28	17,83
	Ammana	19	12,10
	Bsalam	0	0
	Dana syariah	28	17,83
	Duha syariah	1	0,64
	Ethis	0	0
	Finteck Syariah	5	3,18
	Investree	51	32,48
	Kapitalboost	0	0
	Papitupi syariah	0	0
	Qazwa	9	5,73
	Tidak pernah memberikan pendanaan	14	8,92
Tingkat Pendapatan	< 3.000.000	83	52,87
	3.000.000 – 5.000.000	26	16,56
	6.000.000 – 10.000.000	29	18,47
	11.000.000 – 15.000.000	9	5,73
	16.000.000 – 20.000.000	2	1,27
	> 20.000.000	8	5,10
Tingkat Pengeluaran	< 2.000.000	86	54,78
	2.000.000 – 4.000.000	43	27,39
	5.000.000 – 9.000.000	15	9,55
	10.000.000 – 14.000.000	6	3,82
	15.000.000 – 19.000.000	1	0,64
	> 19.000.000	6	3,82
Motivasi Menjadi Pemberi Pendanaan	Imbal hasil keuangan	41	26,11
	Sarana untuk mencapai tujuan keuangan	72	45,86
	Memfaatkan dana yang belum terpakai	20	12,74
	Mewujudkan inklusi keuangan pada UMKM	22	14,01
	lain-lain	2	1,27

Responden penelitian yang menggunakan *peer-to-peer lending* syariah sebagai sarana untuk mencapai tujuan keuangan berjumlah 72 responden atau sekitar 45.86%. Sedangkan yang termotivasi karena imbal hasil keuangan yang ditawarkan berjumlah 26.11% atau 41 responden. 143 dari 157 (91.08%) responden penelitian ini pernah memberikan pendanaan (*funding*) melalui platform tekfin pendanaan syariah, sementara 14 lainnya (8.92%) belum pernah. Meskipun peneliti tidak menanyakan alasan mengapa pengguna belum pernah memberikan pendanaan, alasan-alasan tersebut bisa disebabkan oleh belum menemukan pendanaan yang sesuai dengan profil risiko dan *expected return*-nya, baru saja melakukan registrasi pada platform sehingga masih dalam proses verifikasi akun, atau alasan-alasan lain. Investree menjadi platform yang paling populer diantara 157 responden penelitian ini, digunakan oleh 51 dari 157 responden (32.48%).

Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Kami telah melakukan *pretest* untuk menguji validitas dan reliabilitas dengan dengan *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) dan *Bartlett's Test*. Nilai *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) lebih dari 0.5 dan *Bartlett's Test* kurang dari 0.05. Sedangkan parameter untuk masing-masing indikator adalah nilai *component matrix* yang lebih tinggi dari 0.5. Sedangkan parameter untuk reliabilitas variabel adalah nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6. Dengan hasil *pretest* ini, penelitian dapat dilanjutkan ke tahap *main test*. Model pengukuran terdiri dari *convergent validity* dan *discriminant validity*. Dalam penelitian ini, *convergent validity* diuji dengan *indicators' reliability* (*outer loading*), *internal consistency reliability* (*composite reliability* dan *cronbach's alpha*), dan *Average Variance Extracted* (AVE). Indikator dinilai valid ketika nilai *outer loading* $\geq 0,70$. Pada penelitian ini seluruh

indikator berhasil mencapai angka yang lebih dari 0,70 sehingga seluruh indikator dapat dinilai valid. Analisis *internal consistency reliability* dilakukan untuk mengukur besarnya kemampuan setiap indikator dalam menjelaskan variabelnya yang dihitung dari nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* $\geq 0,6$ (Hair, et al., 2016). *Composite reliability* dapat menunjukkan sejauh mana konsistensi pengukuran dapat mengukur hasil yang sama dari percobaan yang dilakukan berulang kali (Bagozzi & Yi, 2012). Hasil uji *average variance extracted (AVE)* yang seluruhnya memiliki nilai $\geq 0,5$. Hair et al., (2016) menjelaskan bahwa nilai $AVE \geq 0,5$ mengindikasikan bahwa lebih dari 50 persen dari setiap variabel dapat dijelaskan oleh indikatornya masing-masing, sehingga dapat kami tunjukkan pada Tabel 3.

Discriminant Validity

Uji *discriminant validity* dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan setiap variabel tidak memiliki korelasi dengan variabel lain. Hair et al., (2016) menjelaskan bahwa variabel akan menjadi unik jika setiap indikatornya tidak dapat direpresentasikan oleh variabel lain. 3 metode yang digunakan dalam uji *discriminant validity* diantaranya adalah *cross loadings*, *Fornell-Larcker Criterion*, dan *Heterotrait-Monotrait Ration (HTMT)*. Dalam Penelitian ini menggunakan *Fornell-Larcker Criterion* (tabel 4). Uji *Fornell-Larcker Criterion* dilakukan dengan melihat semua variabel memiliki varians yang paling banyak dengan konstruknya sendiri. Tabel 4. menunjukkan hasil uji setelah *treatment*, dimana seluruh variabel telah memiliki varians yang lebih besar terhadap konstruknya sendiri.

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Analisis model struktural dimulai dari pengujian *collinearity*, lalu dilanjutkan dengan pengujian *coefficient of determination* (R^2), kemudian pengujian *effect size* (f^2), lalu uji *predictive relevance Stone-Geisser* (Q^2), dan *size and significane of path coefficient (direct effect)*. Uji *collinearity* pada model struktural penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *inner VIF (inner variance inflation factors)*. Nilai *inner VIF* di bawah 5 menandakan bahwa tidak terdapat kolinearitas antar variabel (Henseler, et al, 2015). Hasil uji dapat dilihat pada tabel 5 dimana seluruh variabel memiliki nilai di bawah 5, yang artinya tidak terdapat kolinearitas antarvariabel.

Tingkat akurasi prediksi konstruk dalam model struktural ditunjukkan oleh *coefficient of determination* (R^2), dimana nilainya memiliki rentang antara 0 sampai 1. Semakin mendekati 1, semakin akurat prediksi konstruk dalam model struktural.

Tabel 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Indikator	Outer Loading	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE	Keterangan
PE1	0,871	0,803	0,883	0,717	Valid dan reliabel
PE2	0,809				
PE3	0,858				
EE1	0,893	0,887	0,930	0,816	Valid dan reliabel
EE2	0,913				
EE3	0,904				
EE4	0,917				
SI1	0,936	0,916	0,947	0,857	Valid dan reliabel
SI2	0,923				
SI3	0,776				
FC1	0,775	0,785	0,861	0,608	Valid dan reliabel
FC2	0,836				
FC3	0,729				
FC4	0,920				
FC5	0,882				
HM1	0,911	0,889	0,931	0,818	Valid dan reliabel
HM2	0,881				
HM3	0,924				
PV1	0,917	0,892	0,933	0,823	Valid dan reliabel
PV2	0,915				
PV3	0,911				
H1	0,939	0,912	0,944	0,850	

H2	0,929				Valid dan reliabel
H3	0,947				
BI1	0,944				Valid dan reliabel
BI2	0,871	0,934	0,958	0,884	
BI3	0,809				

Sumber: Output SmartPLS

Tabel 3 menunjukkan hasil uji *coefficients of determination (R²)*, dimana nilai R sebesar 0,577 dan R² sebesar 0,557. Hasil ini menunjukkan nilai R² yang lebih rendah dibanding nilai R karena nilai R² memperhitungkan variabel laten eksogen yang tidak signifikan di dalam model penelitian. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa tingkat akurasi prediksi konstruk sebesar 55,7%. Uji *effect size (f²)* bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari variabel eksogen terhadap nilai R² variabel endogen. Tabel 5 memaparkan hasil uji *effect size (f²)* dimana variabel *habit (HT)* memiliki nilai f² tertinggi dengan nilai 0,081, diikuti dengan variabel *performance expectancy (PE)* dengan nilai 0,035 dan variabel *price value (PV)* dengan nilai 0,033. Hal ini mengindikasikan bahwa 3 variabel tersebut memiliki pengaruh terbesar terhadap nilai R² variabel *behavioral intention*. Pengukuran relevansi prediktif Stone-Geisser (Q²) memiliki tujuan untuk mengukur bagaimana variabel endogen dapat direpresentasikan. Peneliti mengukur Q² dengan software SmartPLS dengan cara melakukan *blindfolding test* yang akan menghasilkan nilai *cross-validated redundancy*. Nilai Q² > 0 mengindikasikan bahwa variabel eksogen memiliki relevansi prediktif terhadap variabel endogen (Hair et al., 2016). Hasil dari pengukuran ini menunjukkan nilai Q² sebesar 0,494, yang artinya variabel eksogen dalam penelitian ini memiliki relevansi prediktif terhadap *behavioral intention* (variabel endogen). Tabel 5, memaparkan hasil pengukuran ini.

Size and Significance of Path Coefficients (Direct Effect)

Uji *size and significance of path coefficient (direct effect)* dilakukan dengan melakukan *bootstrapping analysis* dengan 500 sampel, tingkat *significance level* 0,05, dan dengantipe *one-tailed test*. Hal ini dilakukan karena hipotesis penelitian ini merupakan hipotesis yang memiliki 1 arah pengaruh tanpa melihat pengaruh pada arah sebaliknya.

Tabel 4. Fornell-Larcker Criterion

Variabel	PE	EE	SI	FC	HM	PV	HT	BI
Performance Expectancy	0,847							
Effort Expectancy	0,606	0,903						
Social Influence	0,388	0,394	0,926					
Facilitating Condition	0,649	0,742	0,449	0,780				
Hedonic Motivation	0,613	0,642	0,515	0,704	0,904			
Price Value	0,474	0,674	0,424	0,691	0,673	0,907		
Habit	0,438	0,497	0,550	0,432	0,648	0,568	0,922	
Behavioral Intention	0,576	0,587	0,436	0,619	0,676	0,608	0,600	0,940

Sumber: Output SmartPLS

Tabel 5. Model Struktural

Variabel	BI (Inner VIF Value)	R	R ²	BI (f ²)	SSO	SSE	Q ² (1-SSE/SSO)
PE	1,989			0,035	471,000	471,000	
EE	1,585			0,000	471,000	471,000	
SI	1,585			0,000	471,000	471,000	
FC	3,313			0,012	628,000	628,000	
HM	3,174			0,023	471,000	471,000	
PV	2,421			0,033	471,000	471,000	
HT	2,039			0,081	471,000	471,000	
BI		0,577	0,557		471,000	238,358	0,494

Sumber: Output SmartPLS

Nilai *T statistics* ≥ 1,645 menunjukkan signifikansi pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, sementara *path coefficient* menunjukkan hubungan positif atau negatif. Tabel 6 menunjukkan hasil *T statistics* dan *path coefficient* dari setiap variabel eksogen. Hasil dari uji *size and significance of path*

coefficient (direct effect) menunjukkan bahwa *performance expectancy* (PE), *price value* (PV), dan *habit* (HT) memiliki pengaruh positif pada *behavioral intention* (BI). Sedangkan *effort expectancy* (EE), *social influence* (SI), *facilitating condition* (FC), dan *hedonic motivation* (HM) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* (BI). Hasil ini dapat dipahami dengan mengacu pada pernyataan [Alvesson & Kärreman \(2007\)](#) dan [Venkatesh, et al \(2012\)](#) bahwa teori yang diaplikasikan pada konteks baru dapat memberikan hasil yang berbeda seperti menghasilkan hubungan yang tidak signifikan, merubah arah hubungan, mengubah besarnya hubungan serta menciptakan hubungan baru.

Tabel 6. Size and Significance of Path Coefficients (Direct Effect)

Variabel	T Statistics	Path Coefficient	Keterangan
PE → BI	2,040	0,712	Signifikan positif
EE → BI	0,220	0,023	Tidak signifikan
SI → BI	0,157	-0,013	Tidak signifikan
FC → BI	1,309	0,132	Tidak signifikan
HM → BI	1,431	0,174	Tidak signifikan
PV → BI	2,155	0,184	Signifikan positif
HT → BI	2,821	0,264	Signifikan positif

Sumber: Output SmartPLS

Dalam kasus UTAUT, yang pada awalnya dikembangkan untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi oleh karyawan, sangat penting untuk memeriksa bagaimana hal itu dapat diperluas ke konteks lain seperti konteks teknologi konsumen ([Venkatesh, et al, 2016](#)). Selain itu, tidak diikutsertakannya pengaruh variabel moderasi umur, gender, dan pengalaman juga diprediksi menjadi penyebab tidak ditemukannya pengaruh signifikan antar variabel. Hasil penelitian [Venkatesh, et al \(2012\)](#) menunjukkan bahwa R^2 dari model *direct effect* hanya sebesar 0,44 sementara R^2 dari model dengan variabel moderasi (*indirect effect*) sebesar 0,74, dimana hal ini menjelaskan bahwa model dengan variabel moderasi dapat memprediksi *intention* dengan lebih baik.

Hasil Pengujian Hipotesis

H1: Performance Expectancy memiliki pengaruh positif pada Behavioral Intention to use Islamic P2P Lending

T statistics yang dihasilkan dari hipotesis H1 sebesar 2,040. Nilai ini melebihi 1,645 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan *performance expectancy* terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa hasil penelitian mendukung hipotesis ini. Selain itu, *performance expectancy* menjadi variabel dengan pengaruh paling besar diantara variabel eksogen lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian acuan terdahulu yang dilakukan oleh [Venkatesh, et al \(2012\)](#) dimana *performance expectancy* memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile internet*. Selain itu, hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian [Dewi, et al \(2019\)](#) dengan kesimpulan bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif pada *online purchase intention*. Penelitian yang dilakukan [Rahi, et al \(2019\)](#) juga mendapatkan hasil serupa, di mana *performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap *intention to adopt internet banking*. Kesimpulannya, *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Hal ini mengindikasikan bahwa ketika seseorang beranggapan bahwa penggunaan *peer-to-peer lending* syariah dapat meningkatkan kinerja mereka dalam melakukan aktifitas pendanaan, intensi mereka dalam menggunakan *peer-to-peer lending* syariah meningkat. Lebih spesifik, jika dilihat dari indikator dengan nilai *outer loading* tertinggi yaitu PE1 dengan pernyataan “Menurut saya, platform P2P Lending Syariah berguna dalam aktifitas pendanaan.” Hal ini mengindikasikan bahwa semakin seseorang merasa platform *peer-to-peer lending* syariah berguna dalam aktifitas pendanaan, semakin tinggi intensi mereka untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah.

H2: Effort Expectancy memiliki pengaruh positif pada Behavioral Intention to use Islamic P2P Lending

Pengaruh positif *effort expectancy* terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending* ditemukan memiliki nilai *T statistics* sebesar 0,220. Hasil ini tidak memenuhi syarat nilai *T statistics* yang dianggap signifikan. [Venkatesh, et al, \(2003\)](#) juga menemukan hasil yang serupa, bahwa konstruk yang berhubungan dengan *ease of use* menjadi tidak signifikan seiring bertambahnya pengalaman. Kesimpulannya,

effort expectancy tidak memiliki pengaruh langsung terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemudahan penggunaan *peer-to-peer lending* syariah tidak meningkatkan intensi seseorang untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah. Jika melihat dari profil responden penelitian ini, sebanyak 143 responden (91,08%) pernah memberikan pendanaan. Artinya, mayoritas responden penelitian ini telah mempunyai cukup pengalaman dalam penggunaan *peer-to-peer lending* syariah.

H3: Social Influence memiliki pengaruh positif pada Behavioral Intention to use Islamic P2P Lending

Hipotesis H3 mengenai pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending* memiliki nilai *T statistics* yang tidak memenuhi syarat untuk dianggap signifikan, yaitu hanya sebesar 0,157. Oleh karena itu, hasil penelitian tidak mendukung hipotesis penelitian ini. Venkatesh, et al, (2003) juga menemukan hasil yang serupa, dimana *social influence* tidak ditemukan signifikan pada *voluntary context*. Kesimpulannya, *social influence* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak meningkatkan intensi seseorang untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah. Jika dilihat dari profil responden dimana mayoritas responden merupakan mahasiswa dan sarjana, dapat dipahami bahwa mahasiswa dan sarjana dapat mengambil keputusannya dengan alasan atau motivasi dari diri sendiri dan bukan karena pengaruh orang lain.

H4: Facilitating Condition memiliki pengaruh positif pada Behavioral Intention to use Islamic P2P Lending

Hipotesis H4 mengenai pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending* memiliki nilai *T statistics* 1,309, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak mendukung hasil hipotesis ini. Venkatesh, et al, (2003) menemukan bahwa ketika konstruk *performance expectancy* dan *effort expectancy* digunakan, konstruk *facilitating condition* menjadi tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian ini memiliki hasil yang serupa dengan hasil penelitian Venkatesh, et al, (2003). Kesimpulannya, *facilitating condition* ditemukan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap intensi perilaku untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi seseorang terhadap kondisi yang mendukung penggunaan *peer-to-peer lending* syariah tidak meningkatkan intensi seseorang untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah. Jika dilihat dari perkembangan zaman saat ini dimana penetrasi internet telah berkembang pesat di Indonesia, dapat dipahami bahwa faktor ini menjadi kurang relevan karena hampir semua orang telah memiliki *facilitating condition*, baik orang yang menggunakan *peer-to-peer lending* syariah maupun yang tidak menggunakan.

H5: Hedonic Motivation memiliki pengaruh positif pada Behavioral Intention to use Islamic P2P Lending

Pengaruh positif *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending* ditemukan memiliki nilai *T statistics* sebesar 1,431. Hasil ini tidak memenuhi syarat nilai *T statistics* yang dianggap signifikan. Hasil penelitian Venkatesh, et al (2012) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh moderasi umur, gender, dan pengalaman terhadap hubungan *hedonic motivation* dengan *behavioral intention*. Sedangkan penelitian ini tidak mengikutsertakan pengaruh moderasi, melainkan hanya *direct effect*. Kesimpulannya, *hedonic motivation* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesenangan dalam penggunaan *peer-to-peer lending* syariah tidak meningkatkan intensi perilaku seseorang untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah. Jika dilihat dari profil responden dimana mayoritas motivasi untuk memberikan pendanaan adalah sebagai sarana untuk mencapai tujuan keuangan, dapat dipahami bahwa faktor kesenangan (*hedonic motivation*) bukan merupakan faktor utama yang menjadi motivasi responden untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah.

H6: Price Value memiliki pengaruh positif pada Behavioral Intention to use Islamic P2P Lending

Hipotesis H6 mengenai pengaruh positif *price value* terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending* memiliki nilai *T statistics* 2,155, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian mendukung hipotesis ini. Hasil hipotesis penelitian ini memiliki hasil hipotesis yang sama dengan penelitian Venkatesh, et al (2012) dimana *price value* memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile internet*. Selain itu, penelitian Darmansyah, et al (2021) menunjukkan hasil serupa bahwa *price value* memiliki pengaruh positif terhadap *behavioral intention to use Islamic fintech*.

Kesimpulannya, *price value* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Ketika biaya dalam menggunakan *peer-to-peer lending* syariah semakin sepadan dengan manfaatnya, semakin meningkat pula intensi seseorang untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah. Lebih spesifik, jika dilihat dari indikator dengan nilai *outer loading* tertinggi yaitu PV2 dengan pernyataan “Biaya dalam menggunakan platform P2P Lending Syariah seimbang dengan manfaat yang saya dapatkan.” Hal ini mengindikasikan bahwa semakin seseorang merasa biaya dalam menggunakan platform *peer-to-peer lending* syariah seimbang dengan manfaat yang mereka dapatkan, semakin tinggi intensi mereka untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah.

H7: *Habit* memiliki pengaruh positif pada *Behavioral Intention to use Islamic P2P Lending*

Habit ditemukan signifikan secara positif terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending* dengan nilai *T statistics* 2,821, bahkan nilai ini menjadi nilai *T statistics* terbesar di antara variabel eksogen lain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *habit* menjadi faktor kedua terkuat yang mempengaruhi *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Hal ini selaras dengan hasil penelitian Venkatesh, et al (2012) dimana *habit* memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile internet*. Penelitian Darmansyah, et al (2021) juga menghasilkan hasil yang serupa dimana *habit* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *behavioral intention to use Islamic fintech*. Kesimpulannya, *habit* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Artinya, semakin tingginya pengalaman seseorang menggunakan *peer-to-peer lending* syariah, maka semakin tinggi intensi untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah. Lebih spesifik, jika dilihat dari indikator dengan nilai *outer loading* tertinggi yaitu HT3 dengan pernyataan “Saya merasa harus menggunakan platform P2P Lending Syariah.” Hal ini mengindikasikan bahwa semakin seseorang merasa bahwa mereka harus menggunakan platform *peer-to-peer lending* syariah, semakin tinggi intensi mereka untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah.

KESIMPULAN

Performance expectancy memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Kekuatan pengaruh variabel *performance expectancy* berada di urutan pertama di depan *habit* dan *price value*. Implikasinya, persepsi pengguna mengenai kenaikan kinerja dalam aktivitas pendanaan berperan sangat penting dalam intensi perilaku untuk menggunakan Platform *peer-to-peer lending* syariah. Penelitian ini tidak menemukan cukup bukti bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Implikasinya, persepsi tingkat kemudahan pengguna tidak mempengaruhi intensi perilaku untuk menggunakan Platform *peer-to-peer lending* syariah. Penelitian ini tidak menemukan cukup bukti bahwa *social influence* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Implikasinya, pengaruh sosial tidak mempengaruhi intensi perilaku untuk menggunakan Platform *peer-to-peer lending* syariah. Penelitian ini tidak menemukan cukup bukti bahwa *facilitating condition* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Implikasinya, persepsi pengguna tentang kondisi yang mendukung penggunaan Platform *peer-to-peer lending* syariah tidak mempengaruhi intensi perilaku untuk menggunakan Platform *peer-to-peer lending* syariah. Penelitian ini tidak menemukan cukup bukti bahwa *hedonic motivation* memiliki pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Implikasinya, persepsi tingkat kesenangan pengguna tidak mempengaruhi intensi perilaku untuk menggunakan Platform *peer-to-peer lending* syariah.

Price value memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Kekuatan pengaruh variabel *price value* berada di urutan ketiga di belakang *performance expectancy* dan *habit*. Implikasinya, persepsi pengguna mengenai biaya penggunaan Platform *peer-to-peer lending* syariah yang sepadan dengan manfaatnya berperan penting dalam intensi perilaku untuk menggunakan Platform *peer-to-peer lending* syariah. *Habit* memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Bahkan, ditemukan dalam penelitian ini bahwa *habit* merupakan faktor kedua terkuat yang mempengaruhi intensi perilaku untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah. Implikasinya, pengalaman terdahulu pengguna dalam penggunaan Platform *peer-to-peer lending* syariah berperan penting dalam intensi perilaku untuk menggunakan Platform *peer-to-peer lending* syariah.

Implikasi Manajerial

Platform *peer-to-peer lending* syariah sebagai perantara butuh menarik pemberi pendanaan (*funder*) yang bersedia untuk memberikan pendanaan kepada penerima pendanaan (*beneficiary*) yang ada pada marketplace Platform. Sesuai hasil penelitian ini, dimana *performance expectancy* memiliki pengaruh positif

terbesar pada intensi perilaku untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah dengan indikator dengan nilai *outer loading* tertinggi PE1 (Menurut saya, *Platform P2P Lending Syariah* berguna dalam aktifitas pendanaan), sangat penting bagi *Platform* untuk meningkatkan manfaat dan keuntungan yang ditawarkan kepada pengguna (pemberi pendanaan/*funder*) *Platform peer-to-peer lending* syariah. *Platform* dapat meningkatkan dengan berbagai cara, salah satunya dengan menarik lebih banyak penerima pendanaan (*beneficiary*) sehingga pendanaan syariah yang ditawarkan kepada pengguna lebih banyak. Hal ini menjadi relevan karena sampai saat ini jumlah pendanaan syariah yang ditawarkan *Platform peer-to-peer lending* di Indonesia masih sangat sedikit dibanding pinjaman konvensional. Selain itu, *Platform* dapat meningkatkan sistem *credit scoring* agar pendanaan yang ditawarkan dapat lebih akurat dalam mengakomodir profil risiko pengguna (pemberi pendanaan/*funder*). Jika masalah ini dapat diatasi, pengguna (pemberi pendanaan/*funder*) dapat meningkatkan kinerjanya dalam berinvestasi dengan penggunaan *Platform peer-to-peer lending* syariah karena mereka dapat merasakan kegunaan *Platform*.

Selain itu, *Platform* dapat meningkatkan *habit* pengguna dengan berbagai cara. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dimana *habit* memiliki pengaruh positif kedua terbesar terhadap *behavioral intention* untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah, dengan indikator dengan nilai *outer loading* tertinggi HT3 (Saya merasa harus menggunakan *Platform P2P Lending Syariah*). Usaha-usaha untuk menarik minat pengguna agar pengguna memberikan pendanaan dapat berupa pemberian berbagai macam bonus seperti promo *cashback*, *referral fee* dan promo lainnya. Usaha-usaha seperti ini akan terus memberikan pengguna pengalaman baru dalam menggunakan *peer-to-peer lending* syariah, dan dari pengalaman-pengalaman tersebut akan tercipta sebuah *habit* dimana pengguna merasa harus menggunakan *Platform peer-to-peer lending* syariah.

Terakhir, *Platform* dapat mengoptimalkan biaya-biaya yang dibebankan kepada pengguna agar biaya dalam menggunakan *Platform peer-to-peer lending* syariah seimbang dengan manfaat yang didapatkan. Sebagai contoh, biaya transfer antarbank menjadi biaya yang harus ditanggung oleh pengguna. Sebagai solusi, *Platform* dapat menambah pilihan rekening bank sehingga pengguna dapat melakukan transaksinya sesuai dengan rekening bank yang mereka gunakan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *price value* memiliki pengaruh positif ketiga terbesar terhadap intensi perilaku untuk menggunakan *peer-to-peer lending* syariah, dimana indikator dengan nilai *outer loading* tertinggi PV2 (Biaya dalam menggunakan *Platform P2P Lending Syariah* seimbang dengan manfaat yang saya dapatkan).

Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya

Layanan *peer-to-peer lending* syariah masih dalam tahap awal pertumbuhannya, sehingga belum banyak responden yang memiliki banyak pengalaman dalam menggunakan *Platform peer-to-peer lending* syariah. Mengingat *behavioral intention* merupakan hal yang dinamis, tanggapan responden dapat bervariasi sesuai durasi serta frekuensi (pengalaman) penggunaan *Platform peer-to-peer lending* syariah. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini masih sangat minim dan dapat ditingkatkan lagi untuk menangkap populasi pengguna *Platform peer-to-peer lending* syariah di Indonesia secara umum dengan lebih tepat sasaran. Penelitian ini tidak berhasil menangkap pengaruh *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, dan *hedonic motivation*. Hal ini mungkin dapat diakibatkan dari keterbatasan alat ukur atau model yang digunakan serta ukuran sampel yang kecil. Objek penelitian ini merupakan produk keuangan, dimana ada faktor-faktor lain yang memiliki pengaruh seperti *trust*, *anxiety*, *investment risk perception* namun tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Dengan adanya berbagai keterbatasan dalam penelitian ini, berikut saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya. Penelitian selanjutnya dapat mengikutsertakan variabel moderasi pengalaman guna menangkap pengaruh variabel eksogen terhadap *behavioral intention* sebagai variabel yang dinamis. Untuk menangkap populasi dengan lebih baik, penelitian selanjutnya dapat menggunakan lebih banyak responden dengan cakupan lebih luas. Hal ini diharapkan dapat menghasilkan gambaran yang lebih representatif terhadap pasar *peer-to-peer lending* syariah di Indonesia. Penelitian selanjutnya dapat mengikutsertakan variabel moderasi umur, jenis kelamin dan pengalaman sesuai penelitian Venkatesh, et al (2012) guna menangkap pengaruh *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, dan *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention to use Islamic peer-to-peer lending*. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan atau indikator lain untuk mengukur variabel-variabel penelitian ini agar penelitian dapat menghasilkan model dengan kinerja yang lebih baik. Penelitian selanjutnya dapat mengikutsertakan variabel *trust*, *anxiety*, *investment risk perception* mengingat objek penelitian ini merupakan produk keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaron, M., Rivadeneyra, F., & Samantha, F. (2017). Fintech: Is this time different? A framework for assessing risks and opportunities for central banks. *Bank of Canada Staff Discussion Paper, 1*, 283–312. Retrieved from <https://www.banqueducanada.ca/wp-content/uploads/2017/07/sdp2017-10.pdf>
- Alvesson, M., & Kärreman, D. (2007). Constructing mystery: Empirical matters in theory development. *Academy of Management Review, 32*(4), 1265–1281. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.26586822>
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (2012). Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science, 40*(1), 8–34. <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0278-x>
- Batunanggar, S. (2019). Fintech Development and Regulatory Frameworks In Indonesia. *ADB Working Paper Series FINTECH, 1014*(1014), 1–12. Retrieved from www.adbi.org
- Chaffee, E. C., & Rapp, G. C. (2012). Regulating Online Peer-to-Peer Lending in the Aftermath of Dodd-Frank: In Search of an Evolving Regulatory Regime for an Evolving Industry. *Washington and Lee Law Review, 69*(2), 447–530. Retrieved from <https://scholarlycommons.law.wlu.edu/wlulr/vol69/iss2/4%0A>
- Darmansyah, D., Fianto, B. A., Hendratmi, A., & Aziz, P. F. (2021). Factors determining behavioral intentions to use Islamic financial technology. *Journal of Islamic Marketing, 12*(4), 794–812. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0252>
- Dewi, C. K., Mohaidin, Z., & Murshid, M. A. (2019). Determinants of online purchase intention: a PLS-SEM approach: evidence from Indonesia. *Journal of Asia Business Studies, 14*(3), 281–306. <https://doi.org/10.1108/JABS-03-2019-0086>
- Downes, J., & Goodman, J. E. (2014). *Dictionary of Finance and Investment Terms* (Barron's Business Dictionaries, Ed.). New York: Simon and Schuster.
- DSN-MUI. (2018). *Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 117/DSN-MUI/II/2018 Tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah*. Jakarta.
- Dubai International Financial Centre. (2019). *State of the global islamic economy report: Driving the islamic economy revolution 4.0*. Dubai: DinarStandard.
- Firmansyah, E. A., Masri, M., Anshari, M., & Besar, M. H. A. (2022). Factors Affecting Fintech Adoption: A Systematic Literature Review. *FinTech, 2*(1), 21–33. <https://doi.org/10.3390/fintech2010002>
- Giovanis, A., Assimakopoulos, C., & Sarmaniotis, C. (2019). Adoption of mobile self-service retail banking technologies. *International Journal of Retail & Distribution Management, 47*(9), 894–914. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-05-2018-0089>
- Hair, F. J., Hult M., G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. Harlow. UK: Pearson Education Limited.
- Hendratmi, A., Ryandono, M. N. H., & Sukmaningrum, P. S. (2019). Developing Islamic crowdfunding website platform for startup companies in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing, 11*(5), 1041–1053. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2019-0022>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science, 43*(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Malhotra, N. K., & Dash, S. (2016). *Marketing research: An applied orientation*. Boston: Pearson Education Inc.
- Marszk, A., & Lechman, E. (2018). Tracing financial innovation diffusion and substitution trajectories. Recent evidence on exchange-traded funds in Japan and South Korea. *Technological Forecasting and Social Change, 133*(January), 51–71. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.03.003>
- Milian, E. Z., Spinola, M. de M., & Carvalho, M. M. de. (2019). Fintechs: A literature review and research agenda. *Electronic Commerce Research and Applications, 34*(February), 100833. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100833>

- Mohd Thas Thaker, M. A. Bin, Allah Pitchay, A. Bin, Mohd Thas Thaker, H. Bin, & Amin, M. F. Bin. (2019). Factors influencing consumers' adoption of Islamic mobile banking services in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1037–1056. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0065>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77 /POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–29. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/ regulasi/ otoritas-jasa-keuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77-POJK.01-2016/SAL - POJK Fintech.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah 2021*. Jakarta.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Memperkuat Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah. Retrieved March 8, 2023, from <https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/1340/memperkuat-literasi-dan-inklusi-keuangan-syariah>
- Paulina, P. (2021). Measurement of Competitiveness and Market Concentration of Indonesian Banking Sharia. *Journal of Economics and Business*, 4(2). <https://doi.org/10.31014/aior.1992.04.02.341>
- Rahi, S., Othman Mansour, M. M., Alghizzawi, M., & Alnaser, F. M. (2019). Integration of UTAUT model in internet banking adoption context. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), 411–435. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2018-0032>
- Suryono, R. R., Purwandari, B., & Budi, I. (2019). Peer to Peer (P2P) Lending Problems and Potential Solutions: A Systematic Literature Review. *Procedia Computer Science*, 161, 204–214. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.116>
- Tat Huei, C., Suet Cheng, L., Chee Seong, L., Aye Khin, A., & Ling Leh Bin, R. (2018). Preliminary Study on Consumer Attitude towards FinTech Products and Services in Malaysia. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(2.29), 166. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.13310>
- Thomson Reuters. (2018). Islamic Finance Development Report 2018: Building Momentum. In *Islamic Finance Development Report*.
- Todorof, M. (2018). Shariah-compliant FinTech in the banking industry. *ERA Forum*, 19(1), 1–17. <https://doi.org/10.1007/s12027-018-0505-8>
- Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2016). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5), 328–376. <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>
- Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, Thong, & Xu. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wang, H., Greiner, M., & Aronson, J. E. (2009). People-to-people lending: The emerging e-commerce transformation of a financial market. *15th Americas Conference on Information Systems 2009, AMCIS 2009*, 10, 6731–6739.
- Wulandari, F. E. (2018). Peer To Peer Lending Dalam POJK, PBI dan Fatwa DSN-MUI. *Ahkam: Jurnal Hukum Islam*, 6(2). <https://doi.org/10.21274/ahkam.2018.6.2.241-266>