

Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Fintech Lending* Syariah

Aldilla Nur Fadzar, Asep Ramdan Hidayat, Intan Manggala Wijayanti

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

dilla.nurf29@gmail.com

Abstract—This study aims to determine: 1) Effect of Knowledge, 2) Effect of Perception of Ease of Use, 3) Effect of Trust, 4) Effect of Risk on interest in transactions using Islamic fending lending. This research uses Theory Technology Acceptance Model (TAM) and Theory of Planned Behavior (TPB). This research method uses non-probability sampling method with purposive sampling technique. The number of samples used in this study were 100 respondents with millennial generation criteria who are interested in making transactions using Islamic fending fintech. The data analysis tool used is multiple linear regression analysis. The results showed that the knowledge variable has a significance value of 0.527 greater than 0.05 ($0.527 > 0.05$), then the perceived ease of use variable has a significance value of 0.007 smaller than 0.05 ($0.007 < 0.05$) so that the perception variable ease of use has a positive effect on interest in using sharia lending fintech, then the trust variable has a significance value of 0,000 less than 0.05 ($0,000 < 0.05$) then the trust variable has a positive effect on interest in using sharia fintech lending, then the risk variable has a value significance of 0.491 is greater than 0.05 ($0.491 > 0.05$). And interest in making transactions using Islamic fending lending is 71.25%.

Keywords—*Knowledge, Perceived ease of use, Trust, Risk, and Interest in Transactions Using Sharia Fintech*

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh Pengetahuan, 2) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, 3) Pengaruh Kepercayaan, 4) Pengaruh Risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech lending syariah. Penelitian ini menggunakan *Theory Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Metode penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan kriteria generasi *millennial* yang berminat bertransaksi menggunakan *fintech lending* syariah. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki nilai signifikansi 0,527 lebih besar dari 0,05 ($0,527 > 0,05$), lalu variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05 ($0,007 < 0,05$) sehingga variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech lending* syariah, lalu variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil

dari 0,05 ($0,000 < 0.05$) maka variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech lending* syariah, selanjutnya variabel risiko memiliki nilai nilai signifikansi sebesar 0,491 lebih besar dari 0,05 ($0,491 > 0.05$). Dan minat bertransaksi menggunakan fintech lending syariah sebesar 71,25%.

Kata Kunci—*Pengetahuan, Persepsi kemudahan penggunaan, Kepercayaan, Risiko, dan Minat Bertransaksi Menggunakan Fintech Lending syariah.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada saat ini semakin pesat dimana pada masa era digital saat ini telah mempengaruhi pola perilaku manusia dalam mengakses beragam informasi dan berbagai fitur layanan elektronik. Menurut hasil survei (APJII, 2017) Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia adalah 171,17 juta jiwa atau sebesar 64,8% dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 264,16 juta. Penggunaan internet di Indonesia di dominasi usia produktif yaitu, 49,52% (usia 19-34 Tahun), 29,55% (usia 35-54 Tahun), 16,68% (usia 13-18 Tahun) sedangkan sisanya usia manula yaitu sebesar 4,24% (usia >54 Tahun). Dan generasi millennial ini menjadi generasi yang dimana pada zaman berkembangnya yaitu teknologi digital, dimana besarnya penggunaan ponsel tersebut dapat dimanfaatkan untuk berbagai macam aktivitas. Teknologi digital telah mengubah gaya hidup masyarakat millennial saat ini, masyarakat yang dekat dengan ponsel dan Internet dan di dukung dengan fasilitas pelayanan yang berbasis teknologi digital membuat aktivitas sehari-hari menjadi lebih mudah. Hal ini mendorong perkembangan bisnis dan teknologi digital, salah satunya adalah *Financial Technology (Fintech)*. salah satu *fintech* yang cukup diminati oleh masyarakat saat ini adalah *fintech lending*, perusahaan fintech saat ini saling berlomba untuk memberikan produk terbaik kepada masyarakat baik itu perusahaan fintech lending syariah maupun konvensional. Namun masyarakat dikalangan millennial masih belum mengetahui tentang fintech lending syariah. Padahal dunia perbankan syariah saat ini cukup diminati oleh banyak

masyarakat. Dengan jumlah penduduk muslim terbesar Indonesia masih kurang dalam pemahaman tentang transaksi dengan sistem syariah. Dilihat dari data statistik (OJK, 2020) Otoritas Jasa Keuangan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan *fintech lending* syariah adalah sebesar Rp. 56.099.390.692,-, sedangkan aset konvensional adalah Rp. 3.270.671.438.760,-. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa *fintech lending* syariah masih sangat jauh dari jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan *fintech lending* konvensional. Itu dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurangnya pengetahuan terhadap perusahaan *fintech lending* syariah, dan minat masyarakat dalam penggunaan *fintech lending* syariah. Dalam penelitian ini menggunakan *Theory Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior*. Dari penggabungan dua teori tersebut agar dapat dilihat seberapa pengaruhnya teori tersebut terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech lending* syariah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology Lending* Syariah”. Selanjutnya tujuan dalam penelitian ini diuraikan pokok-pokok sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Financial Technology Lending* syariah
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap minat bertransaksi menggunakan *Financial Technology Lending* syariah
3. Untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan *Financial Technology Lending* Syariah
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *Financial Technology Lending* syariah

II. LANDASAN TEORI

A. Pengetahuan

Pengetahuan menurut (Notoatmodjo, 2007) adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung, telinga, dan sebagainya).

B. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Pengertian persepsi kemudahan penggunaan menurut (Aditya, 2010) yaitu keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Definisi lain (Karim, 2017) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berdasarkan bahasanya “*ease of use*” berarti suatu ukuran keyakinan penggunaan

suatu teknologi tertentu bahwa dengan menggunakan suatu teknologi dapat memberikan keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih.

C. Kepercayaan

Kepercayaan menurut Ballester dan Alleman merupakan variabel kunci dalam mengembangkan keinginan konsumen akan produk dan layanan yang tahan lama untuk mempertahankan hubungan jangka panjang, dalam hal ini hubungan nasabah dengan lembaga keuangan (Ferrinadewi, 2014).

D. Risiko

Risiko sering dipahami sebagai bentuk perbedaan reflektif dalam sebuah distribusi hasil yang mungkin terjadi, kemungkinan pengguna dan penilai subjektif mereka. Risiko dapat diukur baik dengan non-linieritas dalam bentuk utilitas yang direvaluasi atau dengan berbagai bentuk keuntungan dan kerugian yang dapat diterima (Mitchel, 1999).

E. Minat

Minat adalah suatu kondisi dimana seseorang memiliki perhatian terhadap sesuatu serta mempunyai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut (Bimo, 1981). Sedangkan pendapat lain mengenai minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh (Suryabrata, 2002). Jadi minat adalah suatu dorongan individu untuk melakukan sesuatu atau menggunakan sesuatu tanpa dorongan dari pihak manapun.

F. *Theory Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior* (TPB)

TAM dikembangkan oleh Davis et al. berdasarkan model TRA. TAM menambahkan dua konstruk utama ini adalah kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*). Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) keduanya mempunyai pengaruh ke niat perilaku (*behavioral intention*). Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) mempengaruhi kegunaan persepsian (*perceived usefulness*). Teori ini dapat menjelaskan bahwa kepercayaan dan risiko dapat mempengaruhi individu berminat atau mempunyai keinginan untuk menggunakan teknologi (Ajzen, 1991). Teori yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991 ini telah banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku pemakaian dalam penggunaan teknologi. TPB memiliki kelebihan yaitu mampu untuk menganalisis situasi ketika individu tidak dapat mengontrol perilakunya (Jogiyanto, 2009). Dalam penelitian ini akan di kombinasikan antara teori TAM dan TPB dengan mengambil salah satu variabel dari masing-masing teori tersebut yaitu persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan risiko.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Hipotesis

1. H_1 : terdapat pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan dari variabel Pengetahuan terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech Lending Syariah
 Hasil statistik uji t variabel pengetahuan diperoleh nilai thitung sebesar 0,634 dengan nilai signifikansi 0,527 lebih besar dari 0,05 ($0,527 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif 0,054. Pengetahuan tidak berpengaruh dikarenakan nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05; maka dapat disimpulkan bahwa jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. H_2 : terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Pengetahuan terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech Lending Syariah
 Hasil statistik uji t variabel persepsi kemudahan penggunaan diperoleh nilai thitung sebesar 2,739 dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05 ($0,007 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif 0,270. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology lending syariah, dikarenakan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. H_3 : terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Pengetahuan terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech Lending Syariah
 Hasil statistik uji t variabel kepercayaan diperoleh nilai thitung sebesar 5,216 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif 0,454. Kepercayaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology lending syariah dikarenakan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. H_4 : terdapat pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan dari variabel Pengetahuan terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech Lending Syariah
 Hasil statistik uji t variabel risiko diperoleh thitung sebesar 0,691 dengan nilai signifikansi sebesar 0,491 lebih besar dari 0,05 ($0,491 > 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,058. Risiko tidak berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology lending syariah dikarenakan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

IV. KESIMPULAN

Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology Lending Syariah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel pengetahuan (X1) bahwa nilai sig. 0,527 yang menunjukkan bahwa nilai sig. X1 lebih besar dari 0,05 ($0,527 > 0,05$). Dengan demikian Pengetahuan tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology lending syariah. Hal ini disebabkan masih kurangnya pengetahuan masyarakat baik terhadap *financial technology lendingnya* maupun pengetahuan terhadap perusahaan atau produk *financial technology lending* syariah.
2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) bahwa nilai sig. 0,007 yang menunjukkan bahwa nilai sig. X2 lebih kecil dari 0,05 ($0,007 < 0,05$). Dengan demikian Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology lending syariah. Hal ini disebabkan kemudahan dalam penggunaan aplikasi dan cara bertransaksi membuat penggunaannya merasa dimudahkan.
3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel kepercayaan (X3) bahwa nilai sig. 0,000 yang menunjukkan bahwa nilai sig. X3 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan financial technology lending syariah. Hal ini dikarenakan memang banyak masyarakat butuh dana cepat agar mempermudah keperluan mereka sehingga masyarakat percaya untuk melakukan transaksi menggunakan *financial technology lending* baik syariah maupun konvensional.
4. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel Risiko (X4) bahwa nilai sig. 0,491 yang menunjukkan bahwa nilai sig. X4 lebih besar dari 0,05 ($0,491 > 0,05$). Dengan demikian Risiko tidak memiliki pengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology lending* syariah. Hal ini dikarenakan memang belum banyak risiko yang terjadi kepada konsumen atau nasabah yang melakukan transaksi menggunakan *fintech lending* baik syariah maupun konvensional selama mereka membayar kewajiban pinjaman sebelum jatuh tempo.

V. SARAN

Berdasarkan hasil penilaian responden yang dalam penelitian ini adalah generasi millennial dan beberapa kalangan terdapat kesimpulan yang dapat menjadi saran, yaitu:

1. Tingkatkan pemasaran atau pengenalan perusahaan maupun produk kepada generasi millennial, lalu berikan kemudahan untuk bertransaksi kepada generasi millennial yang rentan usianya. 19-25 tahun dikarenakan masih banyak yang menggunakan konvensional karena jauh lebih mudah persyaratannya.
2. Dan sebaiknya perusahaan dapat mencegah segala hal buruk baik risiko maupun hal-hal yang menyangkut dengan data-data peminjam biaya karena masih banyak yang membocorkan data pribadi.

A. Bagi penelitian lain

Agar penelitian ini dapat berkembang maka peneliti memberikan saran kepada peneliti lain agar dapat mengembangkan penelitian ini, saran tersebut adalah:

1. Peneliti selanjutnya agar engembangkan penelitian ini menggunakan faktor-faktor lain selain minat bertransaksi menggunakan financial technology lending syariah.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan objek yang lebih luas

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asosiasi penyelenggara jasa Internet Indonesia, "survey: penetrasi dan perilaku pengguna Internet", 2018
- [2] Decision Processes Journal, Vol. 50. No.2: 179-211
- [3] Ferrinadewi, (2014). "*Analisa Pengaruh Brand Image, Brand Trust, and Economic Benefit terhadap Niat Pembelian Polis Asuransi PT Seqislife Surabaya*", Vol. 2
- [4] Ick A (1991), "*The Theory of Planned Behavior*". Organization Behavior and Human
- [5] Imanuel, A.W. (2017). "*Analisis Swot Implementasi Teknolgi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Di Indonesia*", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 20, No. 1
- [6] Mustofa, A.K. (2017). "*Pengaruh Sistem Pembayaran Go-pay Menggunakan TAM (Technology Acceptence Model) Terhadap Intensitas Penggunaan Layanan Gojek*", Skripsi Fakultas Ekonomis Universitas Islam Indonesia.
- [7] Sumadi, S. (2002). "*Psikologi Pendidikan*". Jakarta : PT. Grafindo Perkasa rajawali
- [8] Vincent, W.M. (1999). "*Comsumer Perceived Risk: Conceptualisations and Model*". European journal of marketing. Vol/ 33 ISS 1/2 pp.163-195
- [9] Widjana, M.A. (2010). "*Determinan Faktor Penerimaan Terhadap Internet Banking Pada Nasabah Bank di Surabaya*", Tesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas