

# Analisis Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Penggunaan Fintech Peer To Peer (P2P) Lending sebagai Alternatif Pendanaan Modal Kerja UMKM Kuliner di Alun-alun Karanganyar

*by* Debora Citra

---

**Submission date:** 08-Jul-2024 01:25PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2413788896

**File name:** MRI\_-\_VOL.\_2,\_NO.\_3\_JULI\_2024\_hal\_132-143.docx (123.23K)

**Word count:** 3694

**Character count:** 23968



## **Analisis *Technology Acceptance Model (TAM)* terhadap Penggunaan *Fintech Peer To Peer (P2P) Lending* sebagai Alternatif Pendanaan Modal Kerja UMKM Kuliner di Alun-alun Karanganyar**

**Debora Citra Kaloka**

Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Indonesia

**Edi Wibowo**

Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Sumpah Pemuda No 18 Kadipiro Kota Surakarta

Korespondensi penulis: [deboracitra95@email.com](mailto:deboracitra95@email.com)

**Abstract.** *The study aims to determine how much (1) the effect of perceived ease of use on perceived usefulness in P2P Lending for culinary MSMEs in Karanganyar town square, (2) the effect of perceived ease of use on trust in P2P Lending for culinary MSMEs in Karanganyar town square, (3) the effect of perceived usefulness on trust in P2P Lending for culinary MSMEs in Karanganyar town square, (4) the effect of trust on attitude toward using in P2P Lending for culinary MSMEs in Karanganyar town square, and (5) the effect of attitude toward using on behavioral intention to use P2P Lending for culinary MSMEs in Karanganyar town square. This research uses Technology Acceptance Model (TAM) research methods with a sample of 75 respondents. Data analysis techniques using PLS SEM which consist of outer model and inner model. The outer model consists of convergent validity test, discriminant validity test, unidimensionality test, and reliability test. The inner model uses R-square, Q-square, path coefficient, Goodness of Fit, and descriptive analysis. The result showed that (1) perceived ease of use has a significant effect on perceived usefulness in P2P Lending for culinary MSMEs in Karanganyar town square, (2) perceived ease of use has a significant effect on trust in P2P Lending for culinary MSMEs in Karanganyar town square, (3) perceived usefulness has a significant effect on trust in P2P Lending for culinary MSMEs in Karanganyar town square, (4) trust has a significant effect on attitude toward using in P2P Lending for culinary MSMEs in Karanganyar town square, (5) attitude toward using has a significant effect on behavioral intention to use P2P Lending for culinary MSMEs in Karanganyar town square.*

**Keywords:** TAM, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust, Attitude Toward Using, Behavioral Intention to Use, P2P Lending, Culinary MSMEs

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar (1) pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi kegunaan pada P2P Lending UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar, (2) pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan pada P2P Lending UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar, (3) pengaruh persepsi kegunaan terhadap kepercayaan pada P2P Lending UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar, (4) pengaruh kepercayaan terhadap sikap pengguna pada P2P Lending UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar, dan (5) pengaruh sikap pengguna terhadap minat menggunakan pada P2P Lending UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan jumlah sampel 75 responden. Teknik analisis data yang menggunakan PLS SEM yang terdiri dari outer model dan inner model. Outer model tersebut terdiri dari uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, uji unidimensionalitas, dan uji reliabilitas. Inner model menggunakan R-square, Q-square, path coefficient, Goodness of Fit, dan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan pada P2P Lending UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar, (2) persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada P2P Lending UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar, (3) persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pada P2P Lending UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar, (4) kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna pada P2P Lending UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar, (5) sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pada P2P Lending UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar.

**Kata kunci:** TAM, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Kepercayaan, Sikap Pengguna, Minat Menggunakan, P2p Lending, UMKM Kuliner

## 1. LATAR BELAKANG

Pada masa *era society 5.0* masyarakat cenderung menyelesaikan permasalahan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada, tidak terkecuali pada sistem keuangan. Kini terdapat *Fintech (Financial Technology)* sebagai bentuk peningkatan layanan jasa perbankan dan keuangan yang menjadi satu inovasi pemanfaatan teknologi. Pemanfaatan perkembangan teknologi pada masa kini tentu memberikan dampak bagi kita dalam menjalankan kehidupan sehari-hari, tak terkecuali pada sektor keuangan. Terdapat beberapa jenis dari *fintech* ini, salah satunya adalah *Peer to Peer (P2P) Lending* atau pinjaman *online* (Pinjol). Menurut Christensen (2023) dalam P2P market data menyatakan bahwa *Peer to Peer (P2P) Lending* merupakan *platform* peminjaman dan penginvestasian yang inovatif tanpa membutuhkan lembaga keuangan tradisional untuk menjadi perantara. OJK mengatakan bahwa *Peer to Peer Lending (P2PL)* adalah layanan peminjaman uang berbasis teknologi informasi antara peminjam dan pemberipinjaman atau disebut juga pinjaman online (Pertiwi, 2023).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sudah mengikuti tren atau perkembangan zaman dari peningkatan teknologi pada *financial technology* untuk menunjang keberlangsungan dari usaha atau bisnis yang dibangun. Tidak terkecuali pada UMKM yang terdapat di Alun-Alun Karanganyar. Alun-Alun Karanganyar merupakan salah satu tempat wisata yang berada di Jalan Lawu No. 35 Kecamatan Karanganyar dan selalu banyak didatangi oleh pengunjung baik di hari biasa maupun di akhir pekan. Berdasarkan pada survey dan wawancara langsung kepada beberapa pelaku usaha UMKM yang berada di Alun-Alun Karanganyar maka peneliti mengetahui bahwa kini sudah banyak pelaku usaha yang mengetahui dan menjadi pengguna dari *financial technology*. Pelaku usaha UMKM di Alun-Alun Karanganyar melihat kemudahan dari penggunaan *fintech* terutama pada sistem pembiayaan yang umumnya menjadi permasalahan mendasar dalam membangun usaha. Sistem pembiayaan yang membantu pelaku UMKM salah satunya adalah *Peer to Peer Lending* atau pinjaman online.

Dengan adanya kemajuan teknologi pinjaman ini menjadi solusi yang sesuai dengan kondisi UMKM selama ini yaitu terkendalanya pada akses permodalan. Seperti yang telah disampaikan dalam Solopos.com pada hari Sabtu, 12 September 2020 bahwa UMKM di Kabupaten Karanganyar gagal mendapatkan bantuan modal usaha karena masih memiliki pinjaman kredit perbankan yang belum selesai. Hal tersebut disampaikan oleh Kepala Bidang Koperasi dan UKM Dinas Perdagangan Tenaga Kerja Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Disdagnakerkop dan UKM) Kabupaten Karanganyar. Menteri Investasi Kepala

BKPM, Bahlil Lahadalia dalam kegiatan pemberian NIB UMKM di Karanganyar dalam kbr.id juga menyampaikan bahwa pemberian kredit untuk UMKM sangat kecil dibandingkan dengan kredit untuk pengusaha-pengusaha besarkarena birokrasi perizinan yang sulit. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*) untuk memperkuat pembahasan *Fintech Peer to Peer (P2P) Lending* sebagai alternatif pendanaan modal yang dilakukan oleh pelaku UMKM kuliner yang terdapat di Alun-Alun Kabupaten Karanganyar.

Metode TAM atau *Technology Acceptance Model* adalah salah satu model yang dibangun dan dikembangkan pada tahun 1980-an untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan suatu teknologi yang bertujuan menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM ini hadir dengan dasar dari TRA (*Theory of Reasoned Action*) oleh Ajzen dan Fisbein (1980) yang menjelaskan terdapat reaksi dan persepsi pengguna Teknologi Informasi (TI) yang kemudian mempengaruhi sikap pengguna terhadap penerimaan suatu teknologi. Menurut Davis (1989), memberi pemahaman mengenai penentuan penerimaan komputer secara umum adalah tujuan utama dari TAM. Telah banyak riset yang mengukur tingkat keberterimaan maupun minat menggunakan sistem teknologi menggunakan TAM.

P2P *Lending* dapat diteliti dengan menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*) karena model TAM ini merupakan model yang valid untuk meneliti suatu sistem informasi. Model TAM ini telah menjelaskan manfaat dan kemudahan menggunakan sistem informasi sehingga model TAM ini sangat selaras untuk mengeksplorasi minat UMKM terkait pembiayaan modal kerja melalui P2P *Lending* sesuai dengan pemaparan diatas.

## 2. KAJIAN TEORITIS

### a. Teknologi Keuangan (*Financial Technology*)

Menurut Rahadjeng dan Fiandari (2021), *Financial technology* adalah hasil dari kombinasi jasa keuangan dengan teknologi yang menjadi transformasi dari model konvensional menjadi model moderat, yang semula pembayaran dengan uang tunai kini dapat dilakukan melalui jarak jauh dimanapun dan kapan saja. Konvensional yang dimaksud adalah yang mulanya diharuskan untuk bertatap-muka ketika melakukan transaksi, kemudian dengan hadirnya *fintech* segala transaksi keuangan dapat dilakukan secara daring atau *online* tanpa harus datang ke kantor untuk bertatap-muka. Menurut

OCBC NISP, *fintech* bermanfaat untuk mempermudah transaksi keuangan, mendapatkan akses pendanaan yang lebih baik, meningkatkan taraf hidup masyarakat, mendukung inklusi keuangan, dan mempercepat perputaran ekonomi. Berdasarkan pada manfaat yang diberikan oleh *financial technology* menunjukkan bahwa sistem *fintech* berpengaruh pada 4 aspek yang membuat konsumen tertarik untuk menggunakan seperti kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan sikap pengguna.

**b. Peer to Peer (P2P) Lending**

*P2P lending* merupakan salah satu dari jenis *fintech* yang paling dikenal dan diminati oleh masyarakat. Target dari *P2P lending* ini lebih mengutamakan UMKM yang belum memperoleh fasilitas pembiayaan dari perbankan namun memiliki kemampuan usaha untuk meminimalisir resiko dalam pembayaran. Peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 menyebutkan bahwa *fintech* P2PL merupakan penyelenggaraan 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. *P2P Lending* adalah salah satu inovasi pada sektor keuangan dengan memanfaatkan teknologi yang dimana pemberi pinjaman (*lender*) dan penerima pinjaman (*borrower*) dapat melakukan transaksi pinjam-meminjam tanpa harus bertemu langsung.

**c. UMKM**

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah sebuah istilah yang mengacu pada suatu usaha ekonomi produktif yang dibedakan berdasarkan pada kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 7 Tahun 2021, UMKM adalah (1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah; (2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Peraturan Pemerintah; (3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung

maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Menengah sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah.

**d. TAM (Technology Acceptance Model)**

TAM merupakan penerimaan suatu teknologi sangat dipengaruhi oleh kemanfaatan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*). “TAM merupakan persepsi pengguna terhadap suatu sistem yang akan mempengaruhi sikap pengguna” (Jefri, 2013:60) dalam (Kurniawan, Wardani dan Widhayati, 2019). Menurut Davis (1989) mengatakan bahwa tujuan dari TAM adalah memberikan penjelasan mengenai penentuan penerimaan teknologi secara umum, memberikan penjelasan mengenai perilaku atau sikap pengguna dalam suatu populasi. Terdapat enam konstruk didalam TAM yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan penentu dasar dari penggunaan suatu sistem (Davis, 1989). TAM merupakan model yang tepat untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima suatu sistem. TAM digunakan untuk memprediksi penggunaan dan penerimaan pengguna berdasar pada persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). TAM memahami bahwa niat perilaku (*behavioral intention*) merupakan penentu yang signifikan dalam penggunaan sistem secara aktual, TAM juga menunjukkan bahwa niat perilaku ditentukan oleh dua hal penting yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

**e. HIPOTESIS**

1. H1: Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan.
2. H2: Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.
3. H3: Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.
4. H4: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna.
5. H5: Sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.

**3. METODE PENELITIAN**

**a. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yakni dengan kuantitatif. Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka maupun data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2015: 14). Data kuantitatifnya adalah jawaban dari responden mengenai persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kepercayaan, sikap pengguna dan minat menggunakan pada fintech P2P Lending.



## b. Uji Pengaruh Langsung

Tabel 1. Hasil Uji Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Persepsi Kemudahan -> Persepsi Kegunaan	0.848	0.850	0.034	24.945	0.000
Persepsi Kemudahan -> Kepercayaan	0.258	0.264	0.104	2.474	0.014
Persepsi Kegunaan -> Kepercayaan	0.659	0.654	0.101	6.507	0.000
Kepercayaan -> Sikap Pengguna	0.765	0.769	0.051	14.923	0.000
Sikap Pengguna -> Minat Menggunakan	0.821	0.821	0.056	14.652	0.000

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas dapat di simpulkan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Persepsi Kegunaan (X2) Dari tabel menunjukkan hasil positif koefisien original sampel sebesar 0,848. Hal ini menunjukkan arah pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Persepsi Kegunaan (X2) adalah positif. Nilai dari P Value sebesar 0,000 lebih kecil dari *level of signifikan* yaitu 5% (0,05), hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Persepsi Kegunaan.
- 2) Pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Kepercayaan (X3) Dari tabel menunjukkan hasil positif koefisien original sampel sebesar 0,258. Hal ini menunjukkan arah pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Kepercayaan (X3) adalah positif. Nilai dari P Value sebesar 0,014 lebih kecil dari *level of signifikan* yaitu 5% (0,05), hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Kepercayaan (X3).
- 3) Pengaruh Persepsi Kegunaan (X2) terhadap Kepercayaan (X3) Dari tabel menunjukkan hasil positif koefisien original sampel sebesar 0,659. Hal ini menunjukkan arah pengaruh Persepsi Kegunaan (X2) terhadap Kepercayaan (X3) adalah positif. Nilai dari P Value sebesar 0,000 lebih kecil dari *level of signifikan* yaitu 5% (0,05), hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan Persepsi Kegunaan (X2) terhadap Kepercayaan (X3).
- 4) Pengaruh Kepercayaan (X3) terhadap Sikap Pengguna (X4)

Dari tabel menunjukkan hasil positif Koefisien original sampel sebesar 0,765. Hal ini menunjukkan arah pengaruh Kepercayaan (X3) terhadap Sikap Pengguna (X4) adalah positif. Kemudian nilai dari P Value sebesar 0,000 kecil dari level of signifikan yaitu 5% (0,05), hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan Kepercayaan (X3) terhadap Sikap Pengguna (X4).

5) Pengaruh Sikap Pengguna (X4) terhadap Minat Menggunakan (Y)

Dari tabel menunjukkan hasil positif Koefisien original sampel sebesar 0,821. Hal ini menunjukkan arah pengaruh Sikap Pengguna (X4) terhadap Minat Menggunakan (Y) adalah positif. Kemudian nilai dari P Value sebesar 0,000 kecil dari level of signifikan yaitu 5% (0,05), hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan Sikap Pengguna (X4) terhadap Minat Menggunakan (Y).

c. Uji Nilai R<sup>2</sup>

Tabel 2. Hasil Uji Nilai R<sup>2</sup>

	R Square	R Square Adjusted
Kepercayaan	0.790	0.784
Minat Menggunakan	0.675	0.670
Persepsi Kegunaan	0.719	0.715
Sikap Pengguna	0.586	0.580

Sumber : Data primer diolah, 2024

R Square menunjukkan kemampuan variabel-variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen. Persepsi Kegunaan (X2) dan Kepercayaan (X3) dalam menjelaskan Sikap Pengguna (X4) adalah  $0,580 = 58\% > 50\%$ , maka dikategorikan moderat menuju kuat. Persepsi Kegunaan (X2) dan Kepercayaan (X3) dengan Sikap Pengguna (X4) dalam menjelaskan Minat Menggunakan (Y) adalah  $0,670 = 67\%$ , yaitu antara 0,5 sampai dengan 0,75, sehingga dalam kategori moderat menuju kuat.

## 5. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

a. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Persepsi Kegunaan pada P2P Lending UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil positif koefisien original sampel sebesar 0,848. Hal ini menunjukkan arah pengaruh Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Persepsi Kegunaan (X2) adalah positif. Nilai dari P Value sebesar 0,000 lebih kecil dari level of signifikan yaitu 5% (0,05), hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan Persepsi Kemudahan (X1) terhadap Persepsi Kegunaan (X2).

Agar variabel Persepsi Kemudahan meningkatkan Minat Menggunakan pada P2P Lending, maka *Fintech P2P Lending* sebaiknya menghadirkan fitur P2P Lending yang semakin mudah dipelajari, jelas dan dapat dipahami dalam penggunaan sehingga akan memudahkan dalam penggunaannya untuk memperoleh pendanaan modal bagi pelaku UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar.

b. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Kepercayaan pada P2P Lending UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil positif koefisien original sampel sebesar 0,258. Hal ini menunjukkan arah pengaruh Persepsi Kemudahan (X<sub>2</sub>) terhadap Kepercayaan adalah positif. Nilai dari P Value sebesar 0,014 lebih kecil dari level of signifikan yaitu 5% (0,05), hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan Persepsi Kemudahan (X<sub>1</sub>) terhadap Kepercayaan (X<sub>3</sub>). Agar variabel kepercayaan meningkat maka perlu adanya kepercayaan pelaku UMKM akan kemudahannya dapat melayani permintaan pengguna yang pada penelitian ini adalah pelaku UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar serta meyakinkan bahwa P2P lending dapat memenuhi kebutuhan pengguna sesuai dengan kesepakatan yang dibuat. Oleh karena itu, P2P Lending sebaiknya semakin meningkatkan fitur keamanan pada aplikasi yang dapat menjaga data pribadi konsumen dan bersedia melayani kepentingan-kepentingan pengguna.

c. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Kepercayaan pada P2P Lending UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil positif koefisien original sampel sebesar 0,659. Hal ini menunjukkan arah pengaruh Persepsi Kegunaan (X<sub>2</sub>) terhadap Kepercayaan (X<sub>3</sub>) adalah positif. Nilai dari P Value sebesar 0,000 lebih kecil dari level of signifikan yaitu 5% (0,05). Hal tersebut membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan Persepsi Kegunaan (X<sub>1</sub>) terhadap Kepercayaan (X<sub>3</sub>), sehingga hipotesis 3 yang menyatakan bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan pada UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar terbukti kebenarannya. Implikasi dalam penelitian ini yaitu agar variabel kepercayaan meningkat melalui pengaruh dari persepsi kegunaan yang kemudian akan meningkatkan Minat Menggunakan pada P2P Lending pada pelaku UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar. Oleh karena itu, *Fintech P2P Lending* sebaiknya lebih meningkatkan produktivitas, kinerja, dan efektivitas sehingga UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar merasa bahwa dengan menggunakan P2P lending atau

pinjaman online dapat semakin bermanfaat, mempermudah pekerjaan, dan mempercepat pekerjaan.

d. Pengaruh Kepercayaan pada Sikap Pengguna pada P2P *Lending* UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil positif Koefisien original sampel sebesar 0,765. Hal ini menunjukkan arah pengaruh Kepercayaan (X3) terhadap Sikap Pengguna (X4) adalah positif. Kemudian nilai dari P *Value* sebesar 0,000 kecil dari *level of signifikan* yaitu 5% (0,05), hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan Kepercayaan (X3) terhadap Sikap Pengguna (X4). Agar variabel Sikap Pengguna meningkatkan Minat Menggunakan pada P2P *Lending* UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar, maka UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar perlu menyeimbangkan dengan peningkatan kepercayaan pada diri pelaku UMKM. Pelaku UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar sebaiknya semakin menikmati penggunaan *fintech* P2P *Lending* sehingga UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar semakin tertarik untuk menyimpan segala informasi terkait P2P *Lending* atau pinjaman online dan merasa senang apabila melakukan interaksi pada aplikasi P2P *Lending*.

e. Pengaruh Sikap Pengguna terhadap Minat Menggunakan pada P2P *Lending* UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil positif Koefisien original sampel sebesar 0,821. Hal ini menunjukkan arah pengaruh Sikap Pengguna (Z2) terhadap Minat Menggunakan (Y) adalah positif. Kemudian nilai dari P *Value* sebesar 0,000 kecil dari *level of signifikan* yaitu 5% (0,05), hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan Sikap Pengguna (Z2) terhadap Minat Menggunakan (Y). Agar Minat Menggunakan pada P2P *Lending* pada UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar semakin meningkat, maka P2P *lending* perlu meningkatkan beberapa faktor seperti yang telah disebutkan sebelumnya seperti persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kepercayaan serta sikap pengguna yang akan semakin merasa nyaman dan berminat dalam menggunakan aplikasi P2P *lending* sebagai alternatif pendanaan modal. Pelaku UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar diharapkan dapat semakin meningkatkan rencana penggunaan *fintech* P2P *Lending* dengan cara semakin berencana menggunakan P2P *lending* atau pinjaman online dan selalu tertarik untuk menggunakan P2P *lending* atau pinjaman online.

## 6. KESIMPULAN DAN SARAN

### a. Kesimpulan

Hasil penelitian ini Persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Kegunaan, Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna, Sikap pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pada P2P *Lending* UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar.

### b. Saran

1. Pelaku UMKM Kuliner di Alun-Alun Karanganyar sebaiknya semakin meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan mengenai perkembangan teknologi yang ada termasuk pada sistem keuangan sehingga dapat selalu *update* mengenai platform-platform pembiayaan modal untuk usaha atau bisnis.
2. Dinas UMKM Karanganyar sebaiknya melakukan edukasi melalui sosialisasi kepada UMKM yang ada di Karanganyar mengenai perkembangan teknologi pada sistem keuangan khususnya pada pembiayaan modal seperti P2P*Lending* sehingga pelaku UMKM menjadi percaya dan dapat membedakan platform yang aman dan diawasi oleh OJK.

## DAFTAR REFERENSI

- Armereo, C., Marzuki, A., & Seto, A. A. (2020). *Manajemen Keuangan, Edisi 1*. Nusa Litera Inspirasi. Cirebon.
- <sup>14</sup> Christensen, M. (2023). What is Peer-to-Peer (P2P) Lending? How it Works. Retrieved from <https://p2pmarketdata.com/articles/p2p-lending-explained/> Accessed May 23, 2024.
- <sup>6</sup> Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Mis Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- <sup>9</sup> Irfani, A. S. (2020). *Manajemen Keuangan dan Bisnis: Teori dan Aplikasi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kurniawan, T. A., Wardani, D. K., & Widhayati, L. (2019). Pengaruh Keberterimaan Layanan Peer to Peer Lending Kepada UMKM Sebagai Pengguna dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Spsaal Ekonomi dan Humaniora*, 5(2), 151–160. <https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.29>
- <sup>15</sup> Nadila, D. F. (2020). Analisis Dimensi Persepsi yang Memengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Banking (Studi Kasus pada BJB Syariah KCP Ciputat). (Skripsi, IAIN Purwokerto, Purwokerto).

- 10  
Pertiwi, H. F. (2023). Pengaruh Perkembangan Fintech Peer to Peer Lending (P2P) Terhadap Bank Umum Konvensional di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 71–86. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.7186>
- 5  
Rahadjeng, E. R., & Fiandari, Y. R. (2021). The Effect of Attitude, Subjective Norms and Control of Behavior Towards Intention in Share Investment. *Manajemen Bisnis*, 10(2), 17–25. <https://doi.org/10.22219/jmb.v10i2.13616>
- Riyanto, B. (2011). *Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan Edisi 4*. BPFE. Yogyakarta.
- 17  
Saputra, A. Y., Primadasa, Y., & Juliansa, H. (2021). Penerapan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Faktor Kepercayaan dan Risiko dalam Penggunaan Aplikasi Fintech. *CogITO Smart Journal*, 7(2), 290–304. <https://doi.org/10.31154/cogito.v7i2.327>
- Satika, D., Gunarto, M., & Helmi, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Menggunakan Fintech Lending. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 10(2), 246–257.
- 9  
Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- Suyanto, & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Memengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan Financial Technology Pada UMKM dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 16(1), 24–34. <https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166>
- Umar, & Rafique. (2009). *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Seribu Bintang. Malang.

# Analisis Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Penggunaan Fintech Peer To Peer (P2P) Lending sebagai Alternatif Pendanaan Modal Kerja UMKM Kuliner di Alun-alun Karanganyar

## ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

- 1** Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur  
Student Paper 1%
- 2** [conference.unikama.ac.id](https://conference.unikama.ac.id)  
Internet Source 1%
- 3** Submitted to Universitas Bunda Mulia  
Student Paper 1%
- 4** Andrea Anne Suharsono, Sugeng Hariadi, Mintarti Ariani. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Atome di Kalangan Mahasiswa Universitas Surabaya", JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 2023  
Publication 1%
- 5** [journal.sinov.id](https://journal.sinov.id)  
Internet Source 1%

6	<a href="http://repository.stei.ac.id">repository.stei.ac.id</a> Internet Source	1 %
7	<a href="http://kuasakata.com">kuasakata.com</a> Internet Source	1 %
8	Submitted to University of Mary Student Paper	1 %
9	<a href="http://journal.jis-institute.org">journal.jis-institute.org</a> Internet Source	1 %
10	<a href="http://www.jptam.org">www.jptam.org</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://blog.binadarma.ac.id">blog.binadarma.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://beginnenofajourney.wordpress.com">beginnenofajourney.wordpress.com</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://data.lombokbaratkab.go.id">data.lombokbaratkab.go.id</a> Internet Source	1 %
14	Submitted to Taylor's Education Group Student Paper	1 %
15	<a href="http://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet Source	1 %
16	<a href="http://e-journal.umc.ac.id">e-journal.umc.ac.id</a> Internet Source	1 %
17	<a href="http://jurnal.iicet.org">jurnal.iicet.org</a> Internet Source	1 %

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      < 1%

Exclude bibliography      Off