

**Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan
Fintech Peer to peer (P2P) Lending Syariah: Studi Kasus Masyarakat di
Jabodetabek**

Kahar Muzakkar, Nurizal Ismail, Solahudin Al-Ayyubi

Institut Agama Islam Tazkia Bogor
muzakkark46@gmail.com, nurizal@tazkia.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of variables such as knowledge, ability, attitude, and trust on the interest in using Shariah Peer to peer (P2P) Lending Fintech: A Case Study of Communities in Jabodetabek. The data source of this research is primary data derived from a sample of residents in Jabodetabek. Data collection was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents. The analysis method used is Partial Least Squares Structural Equation Modeling (SEM-PLS) technique using SmartPLS.3 software. The results of this study indicate that all four variables significantly influence interest and engagement of the community in using Shariah fintech services. It emphasizes the complexity of factors influencing the adoption of Shariah financial technology.

Keywords: Sharia financial literacy, Intention to use, and Sharia P2P Lending

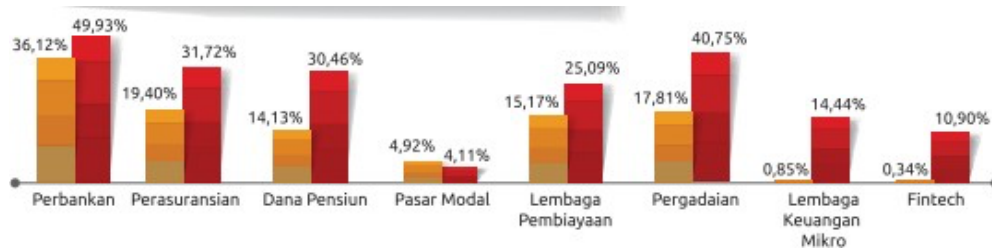
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel pengetahuan, kemampuan, sikap dan kepercayaan terhadap minat Penggunaan *Fintech Peer to peer (P2P) Lending* Syariah: Studi Kasus Masyarakat di Jabodetabek. Sumber data penelitian ini merupakan data primer yang berasal dari sampel yaitu masyarakat di jabodetabek. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah Teknik analisis sem-PLS dengan menggunakan aplikasi bantuan SmartPLS.3. Hasil dari penelitian ini menunjukkan menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan; peningkatan pengetahuan, kemampuan, sikap yang positif, dan kepercayaan yang kuat dapat meningkatkan minat dan keaktifan masyarakat dalam menggunakan layanan fintech syariah tersebut, menegaskan kompleksitas faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi keuangan syariah

Kata kunci: Literasi keuangan syariah; Niat menggunakan; P2P *Lending* syariah

PENDAHULUAN

Literasi keuangan sangat penting bagi individu dalam menghindari kesulitan keuangan. Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan, Indeks Literasi Keuangan di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 49,68% (OJK, 2024).



Gambar 1 Indeks literasi keuangan sektor jasa keuangan 2019 dan 2022.

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2024

Berdasarkan Gambar 1 hasil Survei Nasional Literasi Keuangan tahun 2019 dan 2022 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat terhadap sektor perbankan masih lebih tinggi dibandingkan dengan industri keuangan lainnya. Indeks literasi keuangan di sektor *fintech* mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya, indeks literasi keuangan di sektor *fintech* pada tahun 2019 sebesar 0,34% dan pada tahun 2022 sebesar 10,90% (Otoritas Jasa Keuangan: 2024).

Angka ini menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terkait konsep-konsep keuangan, investasi, dan pengelolaan keuangan yang efektif. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku individu untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (yanti: 2019). Peningkatan literasi keuangan dianggap sebagai salah satu faktor penting dalam pertumbuhan dan perkembangan suatu perekonomian (Widiyawati et al.: 2023).

Adanya tingkat literasi keuangan yang dimiliki masyarakat membuat masyarakat memiliki pengetahuan yang lebih luas terkait keuangan syariah (Jayanti: 2023). Perkembangan literasi keuangan mendorong gaya hidup baru masyarakat dalam memilih produk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam. Dengan harapan mendapatkan berkah dan kesejahteraan dalam usaha dan kegiatan masyarakat. Literasi keuangan syariah tidak hanya mencakup pemahaman terhadap produk-produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, tetapi juga kesadaran akan pentingnya kepatuhan terhadap prinsip-prinsip tersebut dalam kehidupan finansial sehari-hari. Dengan pesatnya pertumbuhan industri keuangan syariah di berbagai negara, pemahaman terhadap produk-produk dan prinsip-prinsip keuangan syariah menjadi semakin penting (Albaity & Rahman: 2019).

Seiring dengan perkembangan revolusi industri, teknologi telah berkembang dan dirancang sedemikian rupa untuk menunjang dan mempermudah kebutuhan masyarakat dalam setiap bidang pekerjaan. Teknologi tersebut juga bersimbiosis dengan aktivitas keuangan, yang kemudian disebut dengan financial technology. Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan terkait inovasi keuangan digital dan

kecerdasan buatan, maka semakin banyak pula perusahaan teknologi keuangan syariah yang lahir, muncul, dan mengikuti untuk bergabung di pasar tersebut (Novianti: 2024). Pada tahun 2020, terdapat 52 perusahaan teknologi keuangan syariah yang bergabung menjadi anggota Asosiasi Fintech Syariah Indonesia, dengan 11 perusahaan terdaftar dan berizin di OJK. AFPI (2021a) menyebutkan pada tahun 2020, tingkat investasi platform peer-to-peer lending syariah tumbuh dua kali lipat menjadi Rp 1,7 triliun. Jika dibandingkan dengan penyaluran pembiayaan bank syariah, menurut pemberitaan Merdeka (Merdeka: 2020) mencapai Rp 36,36 triliun dengan tingkat pengembalian pinjaman. OJK (2020) menyatakan mencapai 98,43%, tingkat keberhasilan pengembalian pinjaman pada platform syariah peer-to-peer lending dan mencapai 95,22% yang menandakan hal yang baik karena syariah peer-to-peer lending merupakan platform pembiayaan digital. yang baru-baru ini muncul di masyarakat (AFPI: 2021a)

Di Indonesia fintech syariah memiliki payung hukum yaitu berlandaskan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) 77 Tahun 2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Aturan ini juga berlaku untuk fintech konvensional maupun Syariah. Tetapi ada peraturan tambahan untuk fintech syariah yaitu harus mengacu kepada Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) Nomor 117/2018 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah (Yudhira: 2021).

Perkembangan *Financial Technology Lending* atau *Peer-to-peer* (P2P) *Lending* di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat. Pada Oktober 2020, akumulasi jumlah pembiayaan mencapai Rp56,16 triliun, meningkat 23,88% dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan signifikan ini juga terlihat dari peningkatan jumlah pinjaman pada platform fintech lending. Pada Desember 2019, akumulasi penyaluran pinjaman mencapai Rp81,49 triliun, yang meningkat drastis sebesar 91,30% menjadi Rp155,90 triliun pada Desember 2020. Selain itu, jumlah pengguna *fintech lending* juga meningkat pesat, dari 18 juta pengguna pada Desember 2019 menjadi 45 juta pengguna pada akhir Desember 2020. Data OJK pada Desember 2020 menunjukkan bahwa terdapat 16.354.541 entitas peminjam aktif, dengan mayoritas berasal dari masyarakat Pulau Jawa (Yaser Taufik Syamlan: 2021)

Lending Peer to peer (P2P) merupakan sistem keuangan digital yang menghubungkan individu yang membutuhkan pinjaman dengan mereka yang bersedia memberikan pinjaman melalui platform online, sebagaimana yang disampaikan oleh Yudhira (2021). Berdasarkan ketentuan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No 77 tahun 2016, dalam Pasal 1 ayat (3), dijelaskan bahwa *peer to peer* (P2P) *lending* adalah model layanan keuangan yang memfasilitasi pertemuan antara pemberi pinjaman dan penerima pinjaman untuk melakukan kesepakatan pinjaman melalui fasilitas internet, sebagaimana diungkapkan oleh Thoha (2022).

Dasar hukum dari *peer to peer* (P2P) *lending* adalah saling membantu, saling tolong-menolong dalam kebaikan. Agama Islam sendiri sangat menganjurkan umatnya agar tolong-menolong dalam kebaikan. Seperti yang terdapat dalam firman

Allah:

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya. (QS. Al-Maidah:2)

Maraknya praktek layanan pinjaman platform *peer to peer* (P2P) *lending* menjadikan pemerintah selaku regulator, melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia, serta Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI), telah aktif mengeluarkan regulasi terkait layanan pinjaman *peer to peer* (P2P) *lending*. Regulasi ini, seperti Peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 dan Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017, bertujuan untuk memastikan transparansi, kompetitivitas, dan kepatuhan terhadap aturan dalam bisnis *fintech*. DSN MUI juga mengeluarkan fatwa, yakni Fatwa DSN MUI Nomor 117/DSN-MUI/II/2018, yang mengatur layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi sesuai dengan prinsip syariah. Kehadiran fatwa ini menjadi penting mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori perilaku konsumen, Kotler & Keller (2016) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai sebuah studi tentang cara individu, kelompok, dan organisasi memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka dengan memilih, membeli, menggunakan, dan mendisposisikan barang, jasa, ide, atau pengalaman (Rumondang et al., 2020) menekankan bahwa proses ini melibatkan tindakan mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau layanan yang diharapkan memuaskan kebutuhan. Selain itu, (Ulum, et al.: 2021) menyatakan bahwa perilaku konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan semata, tetapi juga oleh faktor psikologis dan faktor eksternal lainnya.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan keuangan digital seperti *fintech peer to peer* (P2P) *lending* syariah (Handayani: 2017). Namun demikian, belum banyak penelitian khusus yang meneliti terkait pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat menggunakan *fintech peer to peer* (P2P) *lending* syariah. Padahal literasi keuangan syariah memiliki cakupan yang berbeda dengan literasi keuangan konvensional karena melibatkan pemahaman terhadap produk dan prinsip keuangan berdasarkan syariah Islam.

Oleh karena itulah peneliti ingin mengkaji lebih lanjut terkait pengaruh literasi keuangan *fintech peer to peer* (P2P) *lending* syariah di jabodetabek, yang merupakan wilayah dengan kepadatan penduduk dan aktivitas ekonomi yang tinggi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran seberapa besar pengaruh tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Jabodetabek. Selain itu pen terhadap minat menggunakan layanan *fintech peer to peer* (P2P) *lending* syariah. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi

pengembangan layanan *fintech* syariah agar lebih diterima oleh masyarakat melalui peningkatan literasi keuangan syariah.

METODE PENELITIAN

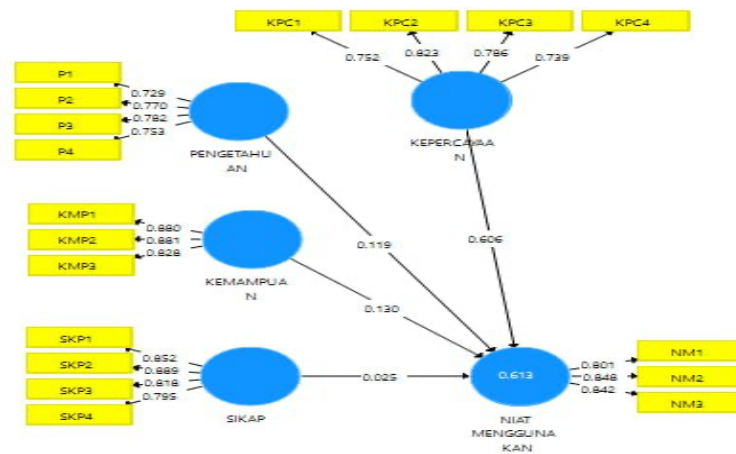
Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan metode non-probabilitas dengan *purposive sampling*, yang memilih responden berdasarkan kriteria tertentu, yaitu masyarakat Jabodetabek dengan usia maksimum 60 tahun (Imani et al., 2022; Oktavia et al.: 2024). Berdasarkan pedoman untuk menentukan ukuran sampel dalam *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), jumlah minimum sampel yang diperlukan adalah 100, sesuai dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online yang didistribusikan melalui Google Forms, menggunakan skala *Likert* lima poin untuk mengukur setiap pertanyaan.

Metode PLS-SEM digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hubungan antara variabel dalam model pengukuran dan struktural. PLS-SEM merupakan metode statistik multivariat yang mampu menguji model-model kompleks dengan banyak variabel dan korelasi di antaranya. Metode ini menggunakan korelasi antar variabel, dilanjutkan dengan reduksi dimensi menggunakan analisis komponen utama. Setelah itu, model pengukuran diuji menggunakan regresi parsial, dan model struktural diuji untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel tersebut. SEM-PLS juga memiliki kemampuan untuk mengatasi data yang abnormal dan dapat digunakan dalam analisis prediktif seperti pemasaran dan keuangan (leguina 2015; Henseler et al.: 2012)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Data

Menurut (Fornell & Larcker: 1981) untuk memastikan validitas diskriminan, penting untuk memeriksa *cross loading* dari setiap instrumen yang harus melebihi angka 0,5. Sementara itu, (Chin: 1998) berpendapat bahwa suatu indikator dianggap valid jika memiliki nilai AVE minimal 0,5 atau jika semua bobot beban dari dimensi variabel melebihi 0,5. Ini mengindikasikan bahwa metode pengukuran tersebut memenuhi kriteria validitas konvergen. Di sisi lain, (Ghozali: 2006) menekankan bahwa validitas diskriminan terpenuhi ketika nilai akar kuadrat AVE lebih besar dibandingkan dengan korelasi antara konstruk yang bersangkutan.



Gambar 2. Uji validitas

Sumber: Diolah melalui SmartPLS, 2024

Berdasarkan evaluasi validitas pada model gambar 2, variabel pengetahuan (P) menunjukkan rentang nilai antara 0,729 hingga 0,782. Sementara itu, variabel kemampuan (KMP) memiliki rentang nilai dari 0,820 hingga 0,881. Adapun variabel sikap (SKP) menampilkan rentang antara 0,795 hingga 0,889, dan variabel kepercayaan (KPC) berkisar antara 0,739 hingga 0,823. Dengan melihat hasil validasi ini, semua variabel yang dianalisis memiliki nilai loading di atas 0,5, menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid.

Uji Realibilitas

Menurut (Chin: 1998) Untuk menguji reabilitas suatu konstruk variabel, dapat dilihat melalui nilai *composite reliability*. Suatu konstruk akan dinyatakan *reliable* ketika memiliki *composite reliability* besar dari 0,7.

Tabel 1. Composite Realibility

Variabel	Composity Realibility
Kemampuan	0.898
Kepercayaan	0.858
Pengetahuan	0.869
Sikap	0.844
Niat Menggunakan	0.905

Sumber: Diolah melalui SmartPLS, 2024

Dari data yang tercantum pada tabel 1, variabel kemampuan (KMP) menunjukkan angka 0,898, sementara kepercayaan (KPC) mencatat angka 0,858. Variabel pengetahuan mendapatkan nilai 0,869, sikap (SKP) sebesar 0,844, dan untuk variabel niat menggunakan (NM) memiliki angka 0,905. Dengan nilai

composite reliability di atas 0,7 untuk setiap variabel, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan data dalam penelitian ini dapat diandalkan atau reliable.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan evaluasi terhadap model internal dalam penelitian statistik ini. Pengujian ini menggunakan metode SEM-PLS dengan alat analisis SmartPLS Versi 3, yang menilai nilai variabel seperti pengetahuan (P), kemampuan (KMP), sikap (SKP), kepercayaan (KPC), dan niat menggunakan (NM). Ringkasan dari model estimasi path coefficients dapat dilihat dalam Tabel 2. Jika nilai p-value < 0,05, maka hipotesis dapat diterima; sebaliknya, jika p-value > 0,05, maka hipotesis ditolak.

Tabel 2. Uji Hipotesis

	Original S	Sample M	Standard	T Statistik	P Values
Kemampuan -> Niat Menggunakan	0.130	0.142	1.101	1.291	0.009
Pengetahuan -> Niat Menggunakan	0.606	0.582	0.119	5.086	0.000
Kepercayaan -> Niat Menggunakan	0.119	0.114	0.095	1.249	0.006
Sikap -> Niat Menggunakan	0.025	0.044	0.135	0.189	0.005

Sumber: Diolah melalui SmartPLS, 2024

Hasil analisis menunjukkan beberapa temuan penting. Pertama, variabel kemampuan (KMP) mempengaruhi niat menggunakan (NM) dengan p-value sebesar $0.002 < 0.05$, sehingga H1 diterima. Kedua, kepercayaan (KPC) berpengaruh terhadap niat menggunakan (NM) dengan p-value $0.000 < 0.05$, sehingga H2 diterima. Ketiga, pengetahuan (P) berpengaruh terhadap niat menggunakan (NM) dengan p-value $0.006 < 0.05$, sehingga H3 diterima. Keempat, sikap (SKP) mempengaruhi niat menggunakan (NM) dengan p-value $0.005 < 0.05$, sehingga H4 diterima.

(Abdillah & Hartono: 2015) mengatakan bahwa setelah model yang diusulkan diterima dan telah melewati tahapan pengujian outer model, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis inner model atau evaluasi model struktural. Dalam analisis ini, nilai R-Square digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Uji R-Square

Tabel 3. Uji R-Square

Variable	R Square	R Square Adjusted
Niat Menggunakan	0.613	0.596

Sumber: Diolah melalui SmartPLS, 2024

Berdasarkan Tabel 3, tampak bahwa variabel NM menunjukkan R-Square sebesar 0,0613. Hal ini menunjukkan bahwa variabel seperti pengetahuan (P),

kemampuan (KMP), sikap (SKP), dan kepercayaan (KPC) memberikan kontribusi sekitar 61,3% terhadap variabel niat menggunakan (NM). Sisanya, yaitu 38,7%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan.

Hipotesis 1: Pengetahuan Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Fintech Peer to peer (P2P) Lending Syariah (P2P) Lending Syariah Se-Jabodetabek.

Teori perilaku konsumen, sebagaimana yang diuraikan oleh Kotler & Keller (2016), (Rumondang et al.: 2020) dan (Ulum, et al.: 2021), memberikan landasan untuk memahami bagaimana individu memilih, menggunakan, dan mendisposisikan barang, jasa, atau pengalaman. Dalam konteks penggunaan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah* di Jabodetabek, pengetahuan memainkan peran kunci dalam membentuk minat dan niat penggunaan layanan tersebut. Pengetahuan yang baik tentang fintech syariah memungkinkan individu untuk membuat keputusan yang tepat dan cermat dalam mengelola keuangan mereka, sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang mereka anut. Hasil analisis dari SmartPLS menunjukkan bahwa pengetahuan secara langsung berpengaruh pada minat menggunakan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah*, mendukung hipotesis pertama penelitian ini.

Studi sebelumnya oleh (Iryani et al: 2022) juga memberikan dukungan empiris terhadap keterkaitan antara pengetahuan finansial atau literasi keuangan syariah dengan penggunaan layanan keuangan syariah. Temuan ini mencerminkan pentingnya pengetahuan dalam membentuk perilaku konsumen, di mana individu yang terinformasi dengan baik tentang layanan keuangan syariah cenderung lebih cenderung untuk mengadopsi dan menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, keterlibatan pengetahuan dalam penggunaan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah* di Jabodetabek menegaskan relevansi teori perilaku konsumen dalam konteks ini, di mana pengetahuan menjadi faktor kunci dalam membentuk preferensi dan perilaku konsumen.

Hipotesis 2: Kemampuan Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Fintech Peer to peer (P2P) Lending Syariah (P2P) Lending Syariah Se-Jabodetabek.

Teori perilaku konsumen, sebagaimana dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016), (Rumondang et al: 2020), dan (Ulum, et al: 2021), memberikan dasar pemahaman tentang bagaimana individu memilih dan menggunakan layanan keuangan. Pengetahuan yang baik tentang fintech syariah memungkinkan individu membuat keputusan keuangan yang lebih baik sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Rumondang et al: 2020). Kemampuan untuk memahami literasi keuangan syariah juga memainkan peran penting dalam memanfaatkan layanan keuangan syariah dengan efektif (Ulum et al: 2021). Temuan analisis dari SmartPLS menunjukkan bahwa pengetahuan dan kemampuan secara langsung mempengaruhi minat menggunakan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah* di Jabodetabek, mendukung hasil riset sebelumnya (Kotler & Keller: 2016). Hal ini menegaskan bahwa pengetahuan dan kemampuan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku penggunaan layanan keuangan (Rumondang et al.: 2020; Ulum et al., 2021)

Hipotesis 3: Sikap Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Fintech Peer to peer (P2P) Lending Syariah (P2P) Lending Syariah Se-Jabodetabek.

Hipotesis ketiga, yaitu bahwa sikap mempengaruhi secara langsung niat untuk menggunakan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah* di Jabodetabek, mendapatkan dukungan dari hasil analisis SmartPLS. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (M. Nasri et al: 2020). Mereka mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk pembiayaan dari multifinance syariah dan menemukan bahwa sikap memainkan peran penting dalam keputusan konsumen. Temuan lain yang relevan berasal dari penelitian (Arseto & Soemitra: 2022) yang menegaskan bahwa sikap seseorang mempengaruhi niat untuk menggunakan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah* di Indonesia. Ini menandakan bahwa semakin positif pandangan seseorang terhadap suatu teknologi, semakin besar kemungkinannya untuk menggunakan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah*.

Selanjutnya, pandangan dari (Aslam et al: 2017) dan (Amalia: 2018) juga menggarisbawahi bahwa niat individu untuk mengadopsi teknologi tertentu sangat dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap teknologi tersebut. Jika seseorang merasa bahwa *fintech syariah* memberikan manfaat yang positif dan konstruktif, maka kemauan mereka untuk memanfaatkan *fintech syariah* akan meningkat.

Hipotesis 4: Sikap Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Fintech Peer to peer (P2P) Lending Syariah (P2P) Lending Syariah Se-Jabodetabek.

Variabel terakhir yang dianalisis adalah kepercayaan, yang memainkan peran penting dalam mempengaruhi niat untuk menggunakan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah* di Jabodetabek. Teori perilaku konsumen, seperti yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016), (Rumondang et al: 2020), dan (Ulum, et al: 2021), memberikan landasan bagi pemahaman bahwa kepercayaan merupakan faktor yang signifikan dalam membentuk perilaku konsumen. Dalam konteks ini, kepercayaan terhadap *fintech syariah* menjadi faktor penentu dalam keputusan untuk menggunakan layanan tersebut. Hasil analisis dari SmartPLS menunjukkan bahwa kepercayaan secara langsung berpengaruh pada minat menggunakan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah*, sesuai dengan penelitian sebelumnya (Kotler & Keller, 2016; Rumondang et al., 2020; Ulum et al: 2021).

Studi yang dilakukan oleh (Fadzar et al: 2020) memberikan dukungan empiris terhadap temuan ini. Mereka menemukan bahwa kepercayaan memainkan peran penting dalam keputusan individu untuk bertransaksi melalui platform *fintech lending syariah*. Dalam konteks kebutuhan akses cepat terhadap dana, tingkat kepercayaan pengguna terhadap *fintech peer to peer (P2P) lending syariah* menjadi faktor penentu. Pengguna cenderung memilih platform *fintech* yang mereka percayai untuk mengurangi risiko dan mengantisipasi potensi masalah di masa depan (Fadzar et al: 2020). Oleh karena itu, temuan ini menegaskan relevansi teori perilaku konsumen dalam menjelaskan bagaimana kepercayaan mempengaruhi minat individu untuk menggunakan layanan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah*.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan, kemampuan, sikap dan kepercayaan terhadap minat menggunakan fintech peer to peer (P2P) lending syariah sejabodetabek. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang masyarakat sejabodetabek. Data kemudian diolah melalui SmartPLS, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap keinginan masyarakat Jabodetabek untuk menggunakan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah*. Data parsial menunjukkan bahwa pengetahuan secara signifikan mempengaruhi kecenderungan masyarakat untuk memilih *fintech peer to peer (P2P) lending syariah*.
2. Kemampuan juga mempengaruhi kecenderungan masyarakat Jabodetabek untuk menggunakan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah*. Berdasarkan hasil analisis parsial, kemampuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut.
3. Sikap masyarakat Jabodetabek terhadap *fintech peer to peer (P2P) lending syariah* memiliki dampak pada minat penggunaannya. Data parsial menunjukkan bahwa sikap masyarakat secara signifikan mempengaruhi kecenderungan mereka untuk memanfaatkan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah*.
4. Sikap masyarakat Jabodetabek terhadap *fintech peer to peer (P2P) lending syariah* mempengaruhi keputusan mereka untuk memanfaatkan layanan tersebut. Hasil analisis parsial menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *fintech peer to peer (P2P) lending syariah*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015), *Partial least square (PLS) Alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 22, 103–150.
- Albaity, M., & Rahman, M. (2019), The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literac, *International Journal of Emerging Markets*, 14(5), 988–1012.
- Amalia, S. N. A. (2018), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology (Fintech) Syariah (Paytren) Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran (Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Of Planned Behavior (TPB), *Iqtishaduna*, 9(1), 64–79.
- Arseto, D. D., & Soemitra, A. (2022), Analysis of the influence of attitudes and perceptions on decisions to use sharia fintech peer to peer lending in Indonesia with satisfaction as an intervening variable, *Reslaj: Religion*

Education Social Laa Roiba Journal, 4(4), 1000–1009.

- Aslam, W., Ham, M., & Arif, I. (2017), *Consumer behavioral intentions towards mobile payment services: An empirical analysis in Pakistan. Trziste= Market, 29(2), 161–176.*
- Chin, W. W. (1998), *Commentary: Issues and opinion on structural equation modeling, In MIS quarterly (pp. vii–xvi). JSTOR.*
- Fadzar, A. N., Hidayat, A. R., & Wijayanti, I. M. (2020), Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Fintech Lending Syariah, *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah, 6(2), 583–586.*
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981), Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error, *Journal of Marketing Research, 18(1), 39–50.*
- Ghozali, M. H. I. (2006), Pengaruh Teknologi Informasi Berbasis Sumber Daya Terhadap Kinerja Perusahaan, *MAKSI, 6.*
- Handayani, V. (2017), Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Fintech Peer To Peer (P2p) Lending Syariah Pada Generasi Milenial Di Sumatera Barat. In *Экономика Региона.*
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2012), *Using partial least squares path modeling in advertising research: basic concepts and recent issue., In Handbook of research on international advertising. Edward Elgar Publishing.*
- Imani, M. F., Fikri, M. K., & Filzah, A. (2022), Pengaruh kreatif, inovasi dan strategi pemasaran terhadap peningkatan daya beli konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan, 2(1), 117–138.*
- Iryani, I., Yulianto, H., & Nurpadilah, L. (2022), Pengaruh Tunjangan Kinerja terhadap Kinerja Pegawai melalui Kepuasan Kinerja Sebagai Variabel Mediasi, *SEIKO: Journal of Management & Business, 5(1), 343–354.*
- Jayanti, I. (2023), Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembiayaan Melalui Fintech Peer To Peer Lending (Studi Pada Perempuan Pengusaha Mikro Di Kecamatan Teluk Betung Selatan), *Journal of Engineering Research.*
- Mohamad Nasri, N., Husnin, H., Mahmud, S. N. D., & Halim, L. (2020), Mitigating the COVID-19 pandemic: a snapshot from Malaysia into the coping strategies for pre-service teachers' education, *Journal of Education for Teaching, 46(4), 546–553.*
- Nela Widiyawati, Yuniiorita Indah Handayani, W. F. N. (2019), Mampukah Pengetahuan, Produk, Promosi Dan Literasi Keuangan Mempengaruhi Minat Menabung? *2(1).* <http://sahabatpegadaian.com/keuangan/inklusi-keuangan>
- Novianti, F. (2024), *Penentu Keputusan Investasi Melalui Teknologi Keuangan Syariah. 1, 1–17.* <https://doi.org/10.46870/milkiyah.v3i1.662>

- Rumondang, A., Sudirman, A., & Sitorus, S. (2020), *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*, Yayasan Kita Menulis.
- Ulum, Fariyanto, F., & Suaidah, (2021), Perancangan aplikasi pemilihan kepala desa dengan metode ux design thinking (Studi kasus: kampung kuripan). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(2), 52–60.
- Widiyawati, N., Handayani, Y. I., & Ningsih, W. F. (2023), Mampukah Pengetahuan, Produk, Promosi Dan Literasi Keuangan Mempengaruhi Minat Menabung? *Riamba - Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 90–103. <https://doi.org/10.31967/riamba.v1i1.939>
- Yaser Taufik Syamlan, H. L. K. (2021), *Menganalisis Niat Peminjam Menggunakan Fintech Lending*.
- Yudhira, A. (2021), Analisis Perkembangan Financial Technology (Fintech) Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Value*, 1(2), 13–28.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016), *Marketing Management (15th ed. Pearson)*.
- Leguina, A. (2015), A Tutorial on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *Journal of Educational and Behavioral Statistics*, 40(3), 337-358.
- Ocktavia, A. K., Marenza, S. E., Al-Ayubi, S., & Maulana, H. K. (2024), Factors Influencing Fashion Consciousness in Muslim Fashion Consumption among Zillennials, *Journal of Islamic Economic Laws*, 7(01), 56-87.
- OJK. 2019, Statistik Fintech Lending Periode Desember 2019, Diakses dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-danstatistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-Desember2019.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024b), Penyelenggara Fintech Lending Berizin di OJK per 1 Maret, 2024, Ojk.Go.Id. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financialtechnology/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Berizin-di-OJK-per-9-Maret-2023.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024c), Statistik Fintech Lending Periode Februari 2023. Ojk.Go.Id. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-danstatistik/fintech/Pages/Statistik-Fintech-Lending-Periode-Februari-2023.aspx>
- Panghayo, N. A., & Musdhalifah, M. (2018), Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pemilihan Layanan Keuangan Syariah, *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 2(2), 152. <https://doi.org/10.26740/al-uqud.v2n2.p152-167>