



PERILAKU PEMINJAMAN ONLINE (GAJIAN DULUAN) PADA KARYAWAN DI PT. SAFE AND SECURE GUARDING

Diah Rahmatu Zakiyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercubuana, Jakarta, Indonesia

Email : Drahmaturzakiyah@gmail.com

ABSTRAK

Latar Belakang: Perkembangan teknologi baru yang bertujuan membuat proses bisnis menjadi semakin efektif dan efisien, sehingga perlunya sektor jasa keuangan untuk mengadopsi teknologi digital agar melakukan inovasi layanan keuangan.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Perilaku Peminjaman Online (Gajian Duluan) Pada Karyawan Di PT. Safe And Secure Guarding

Metode : Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Populasi dari penelitian ini adalah Karyawan PT.SSG yang tersebar di beberapa lokasi di Indonesia, dengan jumlah sampel sebanyak 210 Karyawan SSG. Metode analisis data menggunakan Structural Equation Model (SEM) berbasis varian (PLS).

Hasil:. Manfaat emosional belum dinilai baik berupa peningkatan gengsi, mayoritas karyawan SSG termasuk generasi milenial dimana sudah terbiasa menggunakan aplikasi digital, sehingga mereka tidak perlu usaha yang tinggi dalam penggunaan aplikasi P2P Lending gajian duluan. mayoritas karyawan SSG termasuk generasi milenial disamping itu hampir semua aplikasi digital menerapkan kemudahan penggunaan serta mendukung semua perangkat smartphone baik android maupun IOS

Kesimpulan: Hasil penelitian ini menemukan bahwa Performance Expectancy, Effort Expectancy dan Hedonic Motivation tidak memiliki pengaruh terhadap Intention to Use, Perceived Security, Trust, Perceived Risk dan Promotion memiliki pengaruh terhadap Intention to Use, dan Intention to Use memiliki pengaruh terhadap Use Behavior.

ABSTRACT

Background: The development of new technology that aims to make business processes more effective and efficient, so the need for the financial services sector to adopt digital technology in order to innovate financial services.

Objectives: This study aims to analyze the behavior of online borrowing (Payroll first) on employees at PT. Safe And Secure Guarding

Methods: This study uses quantitative methods with the population of this study are PT.SSG employees spread across several locations in Indonesia, with a total sample of 210 SSG employees. The data analysis method used a variant-based Structural Equation Model (SEM) (PLS).

Results:. The emotional benefits have not been assessed either in the form of increasing prestige, the majority of SSG employees, including the millennial generation, are already accustomed to using digital applications, so they don't need a high effort in using the P2P Lending application to get paid first. the majority of SSG employees including the millennial generation besides that almost all digital applications implement ease of use and support all smartphone devices both android and IOS

Conclusion: The results of this study found that Performance Expectancy, Effort Expectancy and Hedonic Motivation had no effect on Intention to Use, Perceived Security, Trust, Perceived Risk and Promotion had an influence on Intention to Use, and

Kata Kunci:

UTAUT2; Keamanan; Kepercayaan; Risiko Promosi; ; Gunakan Perilaku

Keywords:

UTAUT2; Perceived Security; Trust; Perceived Risk; Promotion; Intention to Use; Use Behavior

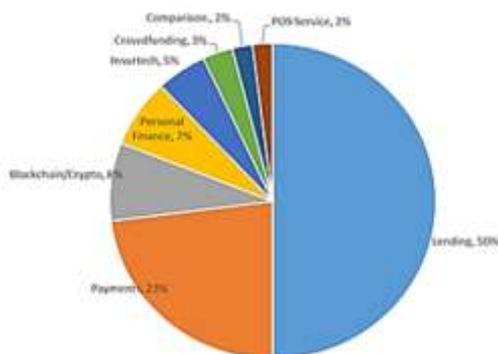
Intention to Use had an influence on Use Behavior.

PENDAHULUAN

Berdasarkan (Kominfo, 2018) terlihat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun 2017 sampai perkiraan tahun 2026 mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya, dimana pada tahun 2021 jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 188.59 Juta, artinya hampir setengah dari jumlah penduduk Indonesia sudah menggunakan layanan internet.

Disisi lain, jumlah pengguna smarthpone di Indonesia sejak tahun 2017 sampai dengan perkiraan tahun 2026 mengalami peningkatan secara signifikan seperti yang terlihat pada gambar 2 dibawah ini Dimana jumlah pengguna smathpone pada tahun 2021 sebesar 72.07 persen. Artinya lebih dari setengah jumlah penduduk Indonesia (265 Juta jiwa) memiliki perangkat smarthpone (handphone dan ipad). Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya jumlah pengguna internet dan jumlah pengguna smarthpone menjadi peluang bagi inovasi layanan keuangan seperti layanan *peer to pee Lending* (Yusuf, 2019).

Perkembangan teknologi baru yang bertujuan membuat proses bisnis menjadi semakin efektif dan efisien, sehingga perlunya sektor jasa keuangan untuk mengadopsi teknologi digital agar melakukan inovasi layanan keuangan (Ginatra et al., 2020). Perubahan pola penyediaan layanan keuangan menjadi ciri khas dari entitas *financial tekhology* (Fintech) dari proses layanan keuangan yang tradisional menjadi digital. Istilah Fintech mengacu kepada alternatif dan solusi keuangan yang didukung dengan penggunaan teknologi digital (Rumondang, Sudirman, Effendy, Simarmata, & Agustin, 2019). Seiring dengan perubahan perilaku masyarakat dalam bertransaksi dan menggunakan jasa keuangan, inovasi keuangan digital mengalami berkembang yang sangat pesat ditandai dengan tersedianya beragam jenis produk Fintech di Indonesia yaitu pembayaran (*payment*), pembiayaan, asuransi, crowdfunding dan blockchain dan beberapa jenis lainnya , seperti pada gambar 1 dibawah ini :



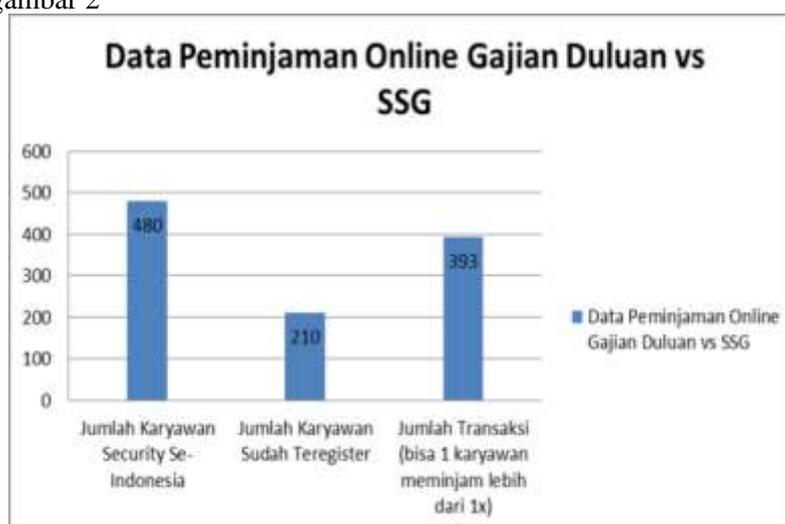
Gambar 1 Startup Fintech di Indonesia
Sumber: Fintechnews Singapore (2020)

Berdasarkan Indonesia Fintech Report (Safitri, 2020) yang dirilis oleh Fintechnews Singapore, dimana layanan pembiayaan digital (*Fintech Lending*) memiliki pangsa yang dominan sebesar 50% pada tahun 2020. *Fintech Peer to Peer Lending* atau *Fintech Lending* adalah penyelenggara layanan jasa keuangan yang 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, 2020).

Gajian Duluan merupakan salah satu *Platform Peer to Peer Lending* (P2P Lending) yang didirikan oleh PT Lampung Berkah Finansial Teknologi pada tahun 17 Februari 2018

dimana perusahaan tersebut melakukan kerjasama dengan PT. Safe and Secure Guarding (SSG) pada tahun 2020 dalam rangka memberikan kemudahan bagi karyawan SSG untuk memperoleh pinjaman (kredit Online). Platform Gajian Duluan memiliki empat layanan pinjaman Online yang bisa digunakan oleh karyawan SSG diantaranya : (1) *Multi Purpose Loan / Emergency Funds* berupa pemberian pinjaman dimulai dari 2 Juta sampai dengan 25 Juta dengan sistem Tenor sampai dengan 6 Bulan; (2) *Educational Loans Program* berupa pemberian pinjaman untuk kebutuhan pembayaran Pendidikan baik secara langsung ke Instansi Pendidikan ataupun secara tidak langsung oleh karyawan SSG; (3) *Cash Advance* berupa pemberian pinjaman dengan Fixed Rate sebesar 80 Ribu untuk semua jenis pinjaman *Cash Advance* dengan kisaran pinjaman sebesar 500 Ribu sampai dengan 2 Juta, dengan Tenor sampai dengan 45 Hari (Dewayani, 2021).

Berdasarkan data dari management SSG pada tahun 2021, dimana ada 480 karyawan. yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Namun kurang dari setengah karyawan tersebut sebesar 210 karyawan sudah melakukan pendaftaran penggunaan layanan pinjaman Online lewat Platform Gajian Duluan pada pertengahan tahun 2020. Dari 210 karyawan tersebut, terdapat 393 transaksi. Artinya ada beberapa karyawan yang sudah mendaftarkan pinjaman Online tersebut melakukan pinjaman lebih dari 2 kali, seperti yang terlihat pada gambar 2



Gambar 2. Data Peminjaman Online Gajian Duluan vs SSG

Sumber: Peneliti, 2021

Peneliti melakukan Pra survey kepada 30 karyawan SSG yang sudah pernah melakukan transaksi pinjaman Online lewat platform Gajian Duluan, hal ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menentukan karyawan SSG dalam melakukan pinjaman Online serta mengetahui kondisi demografi dari pengguna layanan pinjaman Online.

Tabel 1 Data Profile Pengguna Layanan Kredit Online di SSG

Data Profil Responden	Frequency	Percentage (%)
<u>Usia</u>		
< 30 Thn	9	30.0
30 - 40 Thn	18	60.0
41 - 50 Thn	3	10.0
Total	30	100.0
<u>Status</u>		
Belum Nikah	7	23.3
Menikah	23	76.7

Total	30	100.0
<u>Pendidikan</u>		
Smu/Sma/Smk	27	90.0
Lulusan S1	3	10.0
Total	30	100.0
<u>Lama Bekerja</u>		
< 1 Thn	2	6.7
1- 3 Thn	21	70.0
> 3 Thn	7	23.3
Total	30	100.0
<u>Gaji Perbulan</u>		
< 5 Juta	27	90.0
5 - 10 Juta	3	10.0
Total	30	100.0
<u>Lama Bergabung Dalam Pinjaman Online (Gajian Duluan)</u>		
> 3 Bulan	30	100.0
<u>Jumlah Pinjaman Pertama</u>		
500 Rb - 2 Juta	10	33.3
3 - 5 Juta	15	50.0
5 - 10 Juta	4	13.3
> 10 Juta	1	3.3
Total	30	100.0
<u>Frekuensi Peminjaman</u>		
1 Kali	4	13.3
2 Kali	7	23.3
> 2 Kali	19	63.3
Total	30	100.0
<u>Tujuan Melakukan Peminjaman</u>		
Pembayaran Pendidikan	13	43.3
Pembayaran Rs	1	3.3
Renovasi Rumah	5	16.7
Modal Buka Usaha	1	3.3
Pembayaran Kredit Motor	5	16.7
Gaya Hidup	5	16.7
Total	30	100.0
<u>Alasan Memilih Pinjaman Online</u>		
Suku Bunganya Rendah Dari Perbankan	30	100.0

Sumber: Peneliti, 2021

Berdasarkan hasil pra survey, diperoleh bahwa faktor-faktor utama yang menjadi dasar bagi karyawan SSG untuk melakukan transaksi pinjaman Online lewat Platform Gajian Duluan seperti yang terlihat pada tabel 1.2 dibawah ini. Dimana terdapat 7 faktor utama yang menentukan karyawan SSG melakukan pinjaman Online yaitu : (1) Performance Expectancy, (2) Effort Expectancy (3) Hedonic Motivation, (4) Perceived Security, (5) Trust, (6) Perceived Risk, (7) Promotion dari Platform Gajian Duluan. Sehingga faktor-faktor inilah yang akan dikaji secara mendalam yang mempengaruhi perilaku penggunaan layanan pinjaman Online oleh karyawan SSG.

**Tabel 2 Hasil Pra Survey, Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku
Penggunaan Layanan Kredit Online Oleh Karyawan SSG**

	Jawaban
--	---------

Pernyataan	Ya	%	Tidak	%
Manfaat Yang Diperoleh Sangat Tinggi	30.0	100.0	0.0	0.0
Usaha Yang Saya Gunakan Untuk Memperoleh Pinjaman Tidak Terlalu Besar (Energi, Waktu Dan Uang)	30.0	100.0	0.0	0.0
Pengaruh Sosial (Ajakan Teman, Keluarga, Dan Karyawan Tempat Bekerja)	23.0	76.7	7.0	23.3
Kondisi Fasilitas Yang Tersedia Sangat Memungkinkan (Memiliki Smartphone Dan Layanan Internet)	30.0	100.0	0.0	0.0
Motivasi Hedonis (Menyenangkan Dan Membahagiakan)Melakukan Pinjaman <i>Online</i>	30.0	100.0	0.0	0.0
Memperoleh Value Yang Tinggi (Memperoleh Benefit Yg Lebih Besar Daripada Cost Yang Saya Keluarkan)	24.0	80.0	6.0	20.0
Kebiasaan Dalam Menggunakan Layanan Berteknologi Tinggi (Seperti Terbiasa Menggunakan Layanan Marketplace Dan Digital Payment)	20.0	66.7	10.0	33.3
Memiliki Pengetahuan Yang Besar Dalam Hal Layanan Keuangan Perbankan Dan Pengetahuan TIK	23.0	76.7	7.0	23.3
Persepsi Keamanan Dalam Menggunakan Layanan Pinjaman <i>Online</i>	30.0	100.0	0.0	0.0
Kepercayaan Yang Tinggi Terhadap Layanan Pinjaman <i>Online</i>	30.0	100.0	0.0	0.0
Tingkat Resiko Yang Rendah Dalam Melakukan Pinjaman <i>Online</i>	30.0	100.0	0.0	0.0
Program Bauran Pemasaran (7P) Yang Menarik Dari Pinjaman <i>Online</i> (Gajian Duluan)	30.0	100.0	0.0	0.0

Sumber: Peneliti, 2021

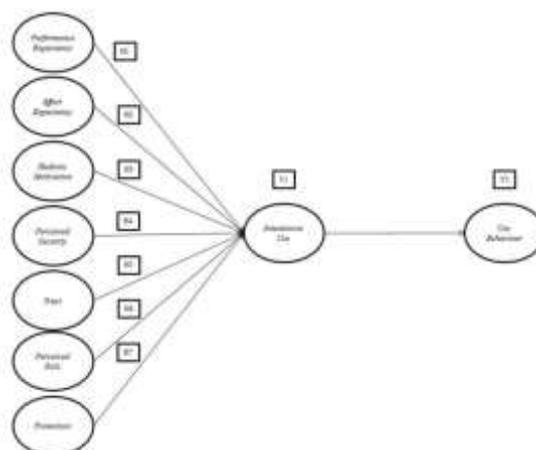
Berdasarkan hasil kajian studi literatur sebelumnya dan hasil Pra-Survey yang dilakukan peneliti, maka peneliti perlu mengkaji lebih dalam tentang pengembangan model Use Behavior layanan Fintech P2P Lending dengan mengkaji faktor-faktor penyebab sebagai berikut *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Hedonic Motivation, Perceived Security, Trust, Perceived Risk, Promotion, serta variabel Intervening* yaitu *Intention to Use Layanan Fintech P2P Lending*.

Ada beberapa literature yang membahas tentang Use Behavior P2P Lending. Menurut (Ujang & Noor, 2020) ada enam faktor yang menentukan *Use Behavior* yaitu *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitation Condition, Hedonic Motivation, Price Value, dan Habit Behaviour*. Namun ke enam faktor mesti melewati *Intention to Use* menggunakan layanan Fintech. Dari enam faktor tersebut yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap behavior intention yaitu *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Facilitation Condition, Hedonic Motivation, Price Value, dan Habit Behaviour*. Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hair, Risher, Sarstedt, & Ringle, 2019) di mana *Hedonic Motivation, Price Value, dan Habit Behavior* secara signifikan berhubungan dengan *Intention to Use* pada para petani di Jawa Barat dalam implementasi P2P Lending.

Di sisi lain, penelitian (Irawan & Affan, 2020) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara persepsi privasi terhadap *Intention to Use* namun terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived security* terhadap *Intention to Use* dalam menggunakan Fintech.

Dari tiga penelitian di atas, yang sesuai dengan hasil pra survey maka peneliti menentukan variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Hedonic Motivation*, *Perceived Security*, *Trust*, *Perceived Risk*, dan *Promotion* yang di mana akan dianalisis pengaruhnya terhadap *Intention to Use* sebagai *variabel intervening* serta kemudian analisis pengaruh *Intention to Use* terhadap *Use Behavior* sebagai variabel dependent dalam penelitian ini.

Dari beberapa penelitian tersebut di atas maka dapat disusun kerangka pemikiran dari penelitian ini. Beberapa peneliti menyimpulkan bahwa untuk sampai ke variabel Dependent (*Use Behavior*), beberapa variabel Independent harus melalui variabel Intervening yaitu *Intention to Use*.



Gambar 3 Kerangka Pemikiran

Sumber: Peneliti, 2021

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berjenis deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan metode penelitian yang digunakan yaitu Explanatory Survey (Kristanto, 2018). Populasi pada penelitian ini adalah Karyawan Security di PT.SSG yang sudah menggunakan layanan Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan). Dimana berjumlah 210 Karyawan SSG. Dan dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah sensus, dimana seluruh populasi menjadi sampel dalam penelitian ini yang berjumlah 210 karyawan SSG. Metode analisis pada penelitian ini Peneliti menggunakan analisis Partial Least Square (PLS) atau SEM berbasis varian (Ulum, 2014) (Soendari, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Performance Expectancy (X1) terhadap Intention to Use (Y1)

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.20 di atas bahwa, hipotesis satu ditolak, yang berbunyi Performance Expectancy tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Intention to Use Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan). Hal ini dikarenakan mayoritas karyawan SSG tidak mementingkan manfaat emosional. Hal ini terlihat dari nilai deskriptif manfaat emosional variabel Performance Expectancy dinilai belum memberikan manfaat secara keseluruhan oleh karyawan SSG. Adapun parameter Performance Expectancy 4.252 dibandingkan dengan nilai manfaat secara fungsional sebesar 4.290 Hal ini megindikasikan bahwa mayoritas karyawan SSG mementingkan manfaat kemudahan (manfaat fungsional) untuk meningkatkan niat menggunakan layanan pinjaman P2P Lending. Untuk itu manajemen P2P Lending gajian duluan lebih

menekankan kepada manfaat fungsional yaitu kemudahan dalam memperoleh pinjaman kepada karyawan SSG.

Hasil penelitian ini tidak relevan dengan hasil penelitian (Putri, 2019) yang menyatakan bahwa *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Intention to Use layanan peer to peer Lending*. Namun hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian (Hair et al., 2019) yang menyebutkan bahwa *Performance Expectancy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat menggunakan P2P Lending.

2. Pengaruh Effort Expectancy (X2) terhadap Intention to Use (Y1)

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai t-Statistic Effort Expectancy 1,229 (lebih kecil 1,96). Artinya *Effort Expectancy* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *Intention to Use*. Hal ini dikarenakan bahwa mayoritas karyawan SSG yang menggunakan aplikasi pinjaman Online (gajian duluan) memiliki usia 30 – 40 tahun (generasi milenial) yang mana generasi milenial pada umumnya sudah terbiasa menggunakan aplikasi digital termasuk aplikasi P2P Lending. Sehingga usaha dalam penggunaan aplikasi P2P Lending bukan merupakan faktor penting dalam meningkatkan niat penggunaan layanan aplikasi P2P Lending.

Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Christiono, 2018) yang menyatakan bahwa *Effort Expectancy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *Intention to Use* pada Online marketplace dimana mayoritas respondennya Masyarakat Indonesia Khususnya Di Kota Surabaya Yang Pernah Menggunakan Online Marketplace. Namun hasil penelitian ini tidak Relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Putro & Hendratmoko, 2019) yang menyatakan bahwa *Effort Expectancy* memiliki pengaruh terhadap *Intention to Use Layanan Peer To Peer Lending*.

3. Pengaruh Hedonic Motivation (X3) terhadap Intention to Use (Y1)

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai t-Statistic Hedonic Motivation 0,130 (lebih kecil 1,96). Artinya *Hedonic Motivation* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *Intention to Use*. Hal ini dikarenakan bahwa mayoritas pengguna aplikasi peminjaman Online (gajian duluan) adalah generasi milenial yang mana mereka menganggap bahwa semua aplikasi saat ini sudah mendukung semua jenis smartphone baik android maupun IOS, disamping itu semua aplikasi TIK (Teknologi Informasi Komunikasi) sudah sesuai dengan keinginan pengguna aplikasi dalam hal ini (*user friendly*). Sehingga aplikasi yang menyenangkan bukan menjadi penentu utama bagi karyawan SSG untuk berniat menggunakan layanan pinjaman Online.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Gewys, 2021) yang menyatakan bahwa *Hedonic Motivation* bukanlah faktor utama yang menentukan niat. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hair et al., 2019) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa Motivasi Hedonis memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan P2P Lending by farmers. Hal ini dikarenakan mayoritas respondennya adalah para petani yang hidup di desa, dimana mereka jarang sekali menggunakan aplikasi digital. Sehingga mereka membutuhkan aplikasi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

4. Pengaruh Perceived Security (X4) terhadap Intention to Use (Y1)

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.20 di atas, menyatakan bahwa hipotesis empat diterima yang berbunyi *Perceived Security* memiliki pengaruh secara

signifikan terhadap niat menggunakan Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan). Nilai t-Statistic *Perceived Security* 2,567 (lebih besar dari 1,96). Artinya keamanan yang diberikan oleh pihak gajian duluan sudah cukup baik sehingga hal ini menjadi salah satu indikator yang menjadi penentu bagi karyawan SSG dalam niat menggunakan Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan). Untuk itu manajemen gajian duluan perlu melakukan peningkatan keamanan penggunaan aplikasi P2P Lending gajian duluan. Adapun tingkat keamanan yang perlu ditingkatkan verifikasi data transaksi serta keamanan data nasabah untuk tidak di share kepada orang yang tidak berhak.

Hasil penelitian ini relevan dengan yang dilakukan oleh (Irawan & Affan, 2020) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi keamanan terhadap niat menggunakan fintech. Hasil ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nag & Gilitwala, 2019) yang menyatakan bahwa Security memiliki hubungan yang signifikan dengan niat untuk menggunakan E-Wallet.

5. Pengaruh Trust (X5) terhadap Intention to Use (Y1)

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.20 di atas, menyatakan bahwa hipotesis lima diterima yang berbunyi Kepercayaan karyawan SSG memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan layanan aplikasi P2P Lending (Gajian Duluan) . Adapun besar pengaruh kepercayaan karyawan SSG terhadap niat menggunakan Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan) sebesar 0.263 (26.3%). Artinya, jika manajemen Gajian Duluan dan SSG mampu mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan karyawan SSG, maka akan meningkatkan niat karyawan SSG untuk menggunakan Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan). Untuk itu manajemen Gajian Duluan perlu melakukan sebagai berikut (1) menjamin keamanan berupa kode verifikasi untuk melindungi data nasabah (data profile dan data transaksi) dengan cara meningkatkan keamanan berupa menambahkan fitur verifikasi data. (2) manajemen harus berkomitmen tinggi terhadap apa yang disampaikan dengan kenyataan berupa informasi beban bunga dan beban administrasi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dan calon nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Sijabat, Hutajulu, & Sihombing, 2019) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan fintech Sebagai Alat Pembayaran (Payment). Namun hasil penelitian ini tidak relevan dengan hasil penelitian (Putro & Hendratmoko, 2019) yang menyatakan bahwa variabel social influence, Trust, reputation, dan self efficacy tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Intention to Use layanan peer to peer Lending.

6. Pengaruh Perceived Risk (X6) terhadap Intention to Use (Y1)

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.20 di atas, menyatakan bahwa hipotesis enam diterima yang berbunyi Resiko yang Dirasakan (Perceived Risk) berpengaruh secara signifikan terhadap Intention to Use. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa T-value antara Perceived Risk terhadap Intention to Use Karyawan SSG dengan Gajian Duluan lebih besar dari 1,96 yaitu 2,290. Adapun tingkat resiko penggunaan layanan P2P Lending gajian duluan yang diperhatikan oleh karyawan SSG yaitu tingkat beban bunga pinjaman Online yang tinggi dan tingkat pembayaran cicilan melalui pemotongan gaji. Sehingga kedua resiko tersebut bukan menjadi pertimbangan penting untuk melakukan pinjaman Online kepada P2P Lending gajian duluan. Hal ini dikarenakan tingkat kebutuhan pinjaman yang besar bagi karyawan SSG untuk membiayai kebutuhan pendidikan ,pembayaran renovasi rumah, dan pembayaran cicilan kendaraan bermotor. Disamping itu aktifitas peminjaman secara offline

(pinjaman ke bank) memiliki prosedur yang sulit dibandingkan dengan pinjaman Online lewat aplikasi P2P Lending gaji dulan. Untuk itu manajemen gaji dulan perlu memperhatikan tingkat resiko yang diterima oleh nasabah atau calon nasabah dalam hal pembayaran cicilan dan bunga lewat pemotongan gaji yang lebih mudah dibandingkan dengan proses di perbankan (offline).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Sijabat et al., 2019) dimana persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan fintech Sebagai Alat Pembayaran (Payment). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurdin, Azizah, & Rusli, 2020) risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan fintech Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palu.

7. Pengaruh Promotion (X7) terhadap Intention to Use (Y1)

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.20 di atas, menyatakan bahwa hipotesis tujuh diterima yang berbunyi Promotion yang dilakukan pihak manajemen Gajian Dulan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat karyawan SSG dalam menggunakan Layanan pinjaman Online (Gajian Dulan). Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa T-value antara Promotion terhadap Intention to Use Karyawan SSG dengan Gajian Dulan lebih besar dari 1,96 yaitu 2,452. Artinya, jika manajemen Gajian Dulan mampu meningkatkan aktifitas sales Promotion, maka akan meningkatkan niat karyawan SSG dalam menggunakan Layanan pinjaman Online (Gajian Dulan). Untuk itu manajemen gaji dulan perlu meningkatkan aktifitas sales Promotion yaitu sering melakukan pemberian doorprice berupa pemberian souvenir barang elektronik maupun kendaraan bermotor kepada calon nasabah agar dapat meningkatkan niat individu dalam menggunakan layanan pinjaman Online gaji dulan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Puspitasari, 2016) menunjukkan bahwa bauran pemasaran (Promotion), karakteristik konsumen, dan psikologi konsumen mempunyai pengaruh secara signifikan dan simultan terhadap minat beli konsumen pada kosmetik brand “w”.

8. Pengaruh Intention to Use (Y1) terhadap Use Behavior (Y2)

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai t-Values Intention to Use 2,158 (lebih besar 1,96). Artinya Intention to Use memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Use Behavior. Sehingga hipotesis 8 diterima. Adapun besar pengaruh Intention to Use terhadap Use Behavior sebesar 0.155 (15.5%) artinya ada faktor lain yang memiliki pengaruh terhadap Use Behavior selain Intention to Use. Untuk itu bagi peneliti selanjutnya yang meneliti terkait dengan Use Behavior perlu mengkaji faktor-faktor lain tersebut selain faktor Intention to Use. Untuk itu manajemen gaji dulan jika ingin meningkatkan Use Behavior maka manajemen perlu meningkatkan niat nasabah untuk menggunakan layanan P2P Lending gaji dulan dengan cara meningkatkan keinginan individu (calon nasabah) serta meningkatkan keinginan individu untuk mencoba layanan P2P Lending gaji dulan. Hal ini dapat dilakukan dengan sering melakukan aktifitas sales Promotion berupa pemberian doorprice serta meningkatkan kepercayaan dengan memberikan jaminan keamanan penggunaan layanan P2P Lending gaji dulan.

Hasil penelitian ini Relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fauz, Widodo, & Djatmiko, 2018) menemukan bahwa Behavioral Intention memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap Use Behavior pada penggunaan aplikasi transportasi Online.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa; Performance Expectancy tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Intention to Use Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan). Hal ini dikarenakan manfaat emosional belum dinilai baik berupa peningkatan gengsi; Effort Expectancy tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Intention to Use Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan). Hal ini dikarenakan mayoritas karyawan SSG termasuk generasi milenial dimana sudah terbiasa menggunakan aplikasi digital, sehingga mereka tidak perlu usaha yang tinggi dalam penggunaan aplikasi P2P Lending gajian duluan; Hedonic Motivation tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Intention to Use Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan). Hal ini dikarenakan mayoritas karyawan SSG termasuk generasi milenial disamping itu hampir semua aplikasi digital menerapkan kemudahan penggunaan serta mendukung semua perangkat smartphone baik android maupun IOS; Perceived Security memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Intention to Use Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan), dengan besar pengaruh 24.2 persen; Trust memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Intention to Use Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan), dengan besar pengaruh 26.3 persen; Perceived Risk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Intention to Use Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan), dengan besar pengaruh 18.2 persen; Promotion memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Intention to Use Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan), dengan besar pengaruh 26.7 persen; Intention to Use memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Use Behavior Layanan pinjaman Online (Gajian Duluan), dengan besar pengaruh 15.5 persen.

BIBLIOGRAFI

- Christiono, Daniel Ivan. (2018). Analisis Pengaruh Performance Expectancy Dan Effort Expectancy Terhadap Behavioral Intention Pada Online Marketplace. *Agora*, 6(2).
- Dewayani, Tantri. (2021). Menyikapi Pinjaman Online, Anugerah Atau Musibah. Kementerian Keuangan Negara Republik Indonesia. Retrieved From <https://www.djkn.kemken.go.id/kanwil-jabar/baca-artikel/14040/menyikapi-pinjaman-online-anugerah-atau-musibah.html>
- Fauz, Achmad, Widodo, Teguh, & Djatmiko, Tri. (2018). Pengaruh Behavioral Intention Terhadap Use Behavior Pada Penggunaan Aplikasi Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Jek Dan Grab Di Kalangan Mahasiswa Telkom University). *Eproceedings Of Management*, 5(2).
- Gewys, Alfian Natyo. (2021). Pengaruh Aktivitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Psychological Well-Being Pada Mahasiswa. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Ginatra, Ni Luh Wiwik Sri Rahayu, Simarmata, Janner, Purba, Ramen A., Tojiri, Moch Yusuf, Duwila, Amin Ama, Siregar, Muhammad Noor Hasan, Nainggolan, Lora Ekana, Marit, Elisabeth Lenny, Sudirman, Acai, & Siswanti, Indra. (2020). Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi Di Era Digital. Yayasan Kita Menulis.
- Hair, Joseph F., Risher, Jeffrey J., Sarstedt, Marko, & Ringle, Christian M. (2019). When To Use And How To Report The Results Of PLS-Sem. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Irawan, Dwi, & Affan, Muhammad Wildan. (2020). Pengaruh Privasi Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Payment Fintech. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 4(1), 52–62.
- Kominfo. (2018). Jumlah Pengguna Internet 2017 Meningkat, Kominfo Terus Lakukan Percepatan Pembangunan Broadband. Retrieved From https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/12640/siaran-pers-no-53hmkominfo022018-tentang-jumlah-pengguna-internet-2017-meningkat-kominfo-terus-lakukan-percepatan-pembangunan-broadband/0/siaran_pers
- Kristanto, Vigih Hery. (2018). Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah:(Kti). Deepublish.
- Nag, Amit Kumar, & Gilitwala, Bhumiphat. (2019). E-Wallet-Factors Affecting Its Intention To Use. *International Journal Of Recent Technology And Engineering*, 8(4), 3411–3415.
- Nurdin, Nurdin, Azizah, Winda Nur, & Rusli, Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palu. *Jurnal Perbankan Dan Keuangan Syariah* Vol, 2(2).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Penyelenggara Fintech Terdaftar Dan Berizin Di Ojk Per 11 Juni 2020.
- Puspitasari, Vina. (2016). Pengaruh Produk, Harga, Dan Bintang Iklan (Celebrity Endorser) Terhadap Minat Beli Ulang Kosmetik Wardah (Survei Pengunjung Kosmetik Wardah Di Bandung Indah Plaza). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung.
- Putri, Zahramutya Nadapertiwi. (2019). Faktor Yang Memengaruhi Kecenderungan Perilaku (Behavioral Intention) Individu Pada Masyarakat Ibu Kota Dki Jakarta Dalam Menggunakan Layanan Keuangan Digital Peer To Peer Lending. Ppm Manajemen.
- Putro, Ascaryo, & Hendratmoko, Hendratmoko. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi

- Individu Dalam Menggunakan Peer To Peer Lending Dan Equity Crowd Funding Di Dki Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(1).
- Rumondang, Astri, Sudirman, Acai, Effendy, Faried, Simarmata, Janner, & Agustin, Tuti. (2019). *Fintech: Inovasi Sistem Keuangan Di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Safitri, Teti Anggita. (2020). *The Development Of Fintech In Indonesia*. 1st Borobudur International Symposium On Humanities, Economics And Social Sciences (Bis-Hess 2019), 666–670. Atlantis Press.
- Sijabat, Yacobo P., Hutajulu, Dinar Melani, & Sihombing, Pardongan. (2019). *Determinasi Technology Acceptance Model Terhadap Niat Penggunaan Fintech Sebagai Alat Pembayaran (Payment)*. Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2019.
- Soendari, Tjutju. (2012). *Metode Penelitian Deskriptif*. Bandung, Upi. Stuss, Magdalena & Herdan, Agnieszka, 17.
- Ujang, Sumarwan, & Noor, Yuliati Lilik. (2020). *Factors Encouraging The Use Of Peer-To-Peer Lending By Farmers*. *Russian Journal Of Agricultural And Socio-Economic Sciences*, 7(103), 72–81.
- Ulum, Miftahul. (2014). *Analisis Structural Equation Modeling (Sem) Untuk Sampel Kecil Dengan Pendekatan Partial Least Square (Pls)*.
- Yusuf, Muhammad. (2019). *Perlindungan Hukum Terhadap Debitur Pada Layanan Pinjaman Uang Berbasis Financial Technology*. Skripsi, Uin Syarif Hidayatullah Jakarta.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).