

PENGARUH TINGKAT KEBERTERIMAAN UMKM TERHADAP LAYANAN PEER TO PEER LENDING MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANSE MODEL (TAM)

Puja Maduri¹, Dewi Sartika^{2*}

^{1,2}Fakultas Sosial Humaniora, Program Akuntansi, Universitas Bina Darma, Palembang

Correspondences: dewi.sartika@binadarma.ac.id

Artikel Masuk: 7 September 2024

Artikel Direview: 19 Juni 2025

Artikel Diterima: 30 Juni 2025

Artikel dapat diakses : [Archives | Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa \(jppmpelitabangsa.id\)](https://jurnal.akubis.id)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana proses tingkat keberterimaan layanan fintech peer to peer lending kepada para pelaku UMKM sub sektor Kuliner di Kecamatan Kertapati dengan menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan data primer melalui kuesioner secara online terhadap 95 responden. Teknik analisis data menggunakan SEMPLS dengan bantuan tool SmartPLS versi 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perceived ease of use dan information quality berpengaruh positif terhadap trust, trust berpengaruh positif terhadap attitude toward using, dan attitude toward using berpengaruh positif terhadap interest in user. Sedangkan perceived usefulness berpengaruh negatif terhadap trust UMKM dalam memilih peer to peer lending sebagai sumber alternatif pendanaan.

Keyword: Financial Technology, Peer to Peer Lending, UMKM, dan Technology Acceptance Model (TAM)

ABSTRACT

This study aims to analyze how the process of the level of acceptance of fintech peer to peer lending services to MSMEs in the Culinary sub-sector in Kertapati District using the Technology Acceptance Model (TAM). The method used is a quantitative method with primary data through an online questionnaire to 95 respondents. The data analysis technique uses SEMPLS with the help of the SmartPLS version 3 tool. The results of this study indicate that perceived ease of use and information quality have a positive effect on trust, trust has a positive effect on attitude toward using, and attitude toward using has a positive effect on interest in users. While perceived usefulness has a negative effect on MSME trust in choosing peer to peer lending as an alternative source of funding.

Keyword: Financial Technology, Peer to Peer Lending, UMKM, And Technology Acceptance Model (TAM)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah kian banyak mengubah persepsi dan sikap masyarakat, sehingga banyak dampak kemudahan penggunaan yang dapat dirasakan oleh masyarakat (Nurani & Bandung, 2023). Hampir semua sektor mengalami perkembangan teknologi salah satunya terjadi pada sektor keuangan dengan munculnya industri admisnistrasi keuangan secara online yang dikenal dengan sebutan *Financial Technology* (Fintech). *Financial Technology* merupakan model pembiayaan terbaru yang menggabungkan jasa keuangan dan teknologi yang awalnya bersifat rumit sekarang lebih menjadi sederhana. Berdasarkan Asosiasi Fintech Indonesia (2023), menyebutkan terdapat adanya jenis fintech yang paling sering digunakan di Indonesia adalah *peer to peer lending* (Fintech Lending).

Fintech Lending merupakan sistem di mana peminjam dan pemberi pinjaman terhubung langsung melalui platform digital. Dalam sistem ini, pemberi pinjaman menawarkan dana dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan yang kompetitif, sementara peminjam akan mendapatkan bantuan modal usaha (Kurniawan *et al.*, 2019). Tujuan utama dari sistem layanan ini adalah untuk menarik calon nasabah melalui suku bunga yang menarik, peminjaman tanpa anggunan, dan risiko yang terukur serta

kemudahan dalam bertransaksi. Model pendanaan *peer to peer* dirancang untuk memberikan opsi dukungan bisnis kepada investor sebagai bantuan bisnis dalam mendanai usaha UMKM (Hendri Rahmayani Asri *et al.*, 2022).

Kesulitan yang dialami oleh UMKM merupakan akses pembiayaan atau modal usaha. Pemerintah terus menyarankan para UMKM untuk menggunakan *peer to peer lending* sebagai bantuan modal usaha selain dari perbankan. Namun, UMKM masih memiliki rasa khawatir saat menggunakan peminjaman online yakni bunga yang tinggi, risiko keamanan data peminjaman dan tujuan untuk menggunakan bersifat masih konsumtif (Setyaningsih *et al.*, 2020).

Berdasarkan permasalahan tersebut Otoritas Jasa keuangan telah membuat peraturan yang bertujuan untuk meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat terutama UMKM yang berkeinginan mengajukan pinjaman melalui *peer to peer lending* yakni Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No.77/POJK.01/2016 tentang Penyelenggara Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi. Peraturan tersebut bertujuan untuk melindungi konsumen dengan cara memberikan edukasi agar para pelaku UMKM tidak mengalami hal yang bersifat merugikan. Permasalahan tersebut sudah terselesaikan oleh pihak-pihak tertentu yang sudah berupaya untuk meningkatkan rasa kepercayaan dan membantu menghilangkan rasa kekhawatiran UMKM di Indonesia terutama Kota Palembang saat menggunakan Fintech Lending sebagai solusi bantuan pendanaan selain dari Lembaga Perbankan.

Terdapat ada beberapa platform pinjaman online yang sudah sering digunakan oleh pemberi (*lender*) dan peminjam (*borrower*) antara lain Danamas, Investree, Boost, Akseleran, AdaKami, Alami, Easycash, Uangme, Amarnya dan lain-lain. Semua platform yang sudah disebutkan termasuk platform yang sudah terdaftar dan dikelola secara langsung oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Otoritas Jasa Keuangan bertujuan untuk mencapai dan memastikan bahwa sektor keuangan beroperasi dengan baik dan sesuai dengan prinsip-prinsip regulasi yang diperlukan untuk menjaga kestabilan ekonomi dan melindungi calon pengguna.

Fenomena yang terjadi pada UMKM di kota Palembang merupakan masalah permodalan (JATI, 2022). Sebagian besar pelaku UMKM memutuskan untuk berwirausaha dengan modal yang sedikit. Memang banyak fasilitas permodalan yang telah disediakan oleh pemerintah untuk UMKM. Namun, pelaku UMKM masih kesulitan untuk mendapatkan dana dan bahkan para pelaku UMKM tidak mengetahui cara untuk mendapatkan akses tersebut dikarenakan adanya *unbanked* dan *underbanked*. Oleh sebab itu, para pelaku UMKM di Sumatera Selatan telah menantikan kehadirannya industri teknologi finansial atau fintech guna mempermudah pinjaman modal bagi usaha sektor tersebut. Pinjaman modal yang dimaksud adalah *Peer to peer lending*, sistem ini sangat diperlukan oleh sektor usaha di bidang kuliner atau makanan yang biasanya sektor tersebut membutuhkan dana dalam kurun waktu cepat (D. Wulandari, 2021). Sistem fintech lending memiliki beberapa keuntungan yang akan ditawarkan berguna untuk menjadi pilihan baru bagi UMKM sebagai pengembangan usahanya.

Fintech Lending dapat memberikan pandangan dua sisi sebagai pengguna, satu sisi sebagai penyelesaian dan satu sisi lainnya sebagai ancaman (Setyaningsih *et al.*, 2020). Sebelum menggunakan *peer to peer lending* ada baiknya UMKM perlu mencari informasi dan mengumpulkan serta memahami semua informasi yang ada sebelum menggunakan *peer to peer lending* (Hendri Rahmayani Asri *et al.*, 2022). Hal ini untuk memastikan agar calon pengguna tidak merasakan dampak secara negatif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis terkait bagaimana proses tingkat keberterimaan pelayanan *peer to peer lending* bagi UMKM Kuliner di Kecamatan Kertapati,

Kota Palembang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan *et al.* (2019) dan Sartika *et al.* (2024) namun terdapat adanya perbedaan pada penelitian ini yang terletak pada objek yakni UMKM subsektor Kuliner di Kecamatan Kertapati dan peneliti menggunakan empat konstruk dan penambahan satu variabel dalam penelitian yaitu kualitas informasi pada model TAM, yaitu persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kepercayaan, sikap pengguna dan minat pengguna.

KAJIAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah suatu teori yang bertujuan untuk mengkaji proses, dimana calon pengguna dapat dengan mudah memahami dan menggunakan teknologi (Davis, 1989). Penelitian ini didasarkan oleh teori TAM yang di perkenalkan oleh Davis pada tahun 1989, dimana teori ini sering digunakan dalam penelitian system teknologi dikarenakan teori bersifat lebih sederhana dan mudah diterapkan. Hal itu menunjukkan bahwa teori TAM bertujuan menjadi teori yang kuat dibandingkan dengan teori lainnya (Rahmawati & Narsa, 2019).

Minat Pengguna (*Interest In User*)

Menurut Davis (1989) dalam Wulandari, 2019 menjelaskan minat perilaku pengguna merupakan salah satu pola sikap yang berkeinginan untuk terus memanfaatkan teknologi, sehingga minat pengguna dapat meningkat dan membantu membuat prediksi terkait penentuan sikap perhatian pada teknologi. Terdapat adanya indikator dalam penelitian menurut Pratiwi *et al.* (2017) dalam Joan & Sitinjak (2019) yakni suatu minat pengguna, antara lain berminat untuk menggunakan, melakukan transaksi, merekomendasikan kepada orang lain dan akan terus menggunakan di masa depan.

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan merupakan keyakinan bahwa penggunaan teknologi informasi dalam bisnis dapat meningkatkan efisiensi tanpa menghabiskan waktu dan tenaga yang berlebihan (Humaidi *et al.*, 2022). Terdapat adanya indikator dalam penelitian menurut Davis (1989) dalam Joan & Sitinjak (2019) yakni mudah dipelajari, dapat dikontrol, jelas dan dapat dipahami, fleksibel, mudah untuk menjadi terampil/mahir dan mudah digunakan.

Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan merupakan tingkat kepercayaan yang dimiliki individu tentang proses pengambilan keputusan (Asja *et al.*, 2021). Menurut Davis (1989) dalam Joan & Sitinjak (2019) terdapat adanya indikator persepsi kegunaan antara lain work more quickly (memprediksi pekerjaan), improve job erformance (meningkatkan kinerja), increase productivity (meningkatkan produktivitas), effectiveness (efektivitas), make job easier (mempermudah pekerjaan) dan useful (bermanfaat).

Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Kualitas informasi adalah tingkat pengetahuan seseorang yang mengukur keakuratan informasi yang disajikan dalam sistem informasi dan mempengaruhi cara penggunaan sistem aplikasi tersebut (Dwiyanti & Herawati, 2021). Menurut Dyatmika (2018), terdapat ada beberapa indikator yang mempengaruhi kualitas informasi, antara lain keakuratan informasi, ketepatan waktu, kelengkapan informasi dan penyajian informasi.

Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan adalah suatu hubungan yang didasarkan keyakinan seseorang terhadap rekan kerja yang didasari pada kepercayaan bahwa pihak lain akan memenuhi sesuai kewajiban yang dibutuhkan Terdapat adanya indikator menurut Kotler dan Keller (2016) dalam Sari *et al.*, (2020) yaitu *Benevolence* (kesungguhan atau ketulusan), *Ability* (kemampuan), *Integrity* (integritas) dan *Willingness to depend* (kesediaan untuk bergantung).

Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*)

Menurut Wardani (2021), menjelaskan bahwa sikap pengguna (*attitude toward using*) merupakan suatu tindakan seseorang yang menerima atau menolak hasil penggunaan teknologi sistem informasi dalam aktivitas kerjanya. Terdapat adanya indikator menurut penelitian Hanggono *et al.*, (2015) yakni kenyamanan berinteraksi, senang menggunakan, dan menikmati penggunaan

HIPOTESIS

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) Terhadap Kepercayaan (*Trust*)

Persepsi kemudahan adalah kepercayaan yang dimiliki suatu individu yang berpikir bahwa teknologi akan membuat pekerjaannya semakin mudah dan tidak mengharuskan banyak mengeluarkan tenaga (Davis, 1989). Artinya jika pengguna memiliki kepercayaan terhadap sistem teknologi yang digunakan serta dapat merasakan kemudahan saat dijalankan, hal tersebut akan mendorong suatu individu untuk menggunakan sistem teknologi tersebut secara konsisten. Penelitian ini didukung oleh Kurniasari & Utomo (2019), Kurniawan *et al.*, (2019), Pratama (2021) dan Sartika *et al.*, (2024) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *trust* UMKM dalam memilih sistem layanan Fintech Lending.

H₁: Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh terhadap Kepercayaan (*Trust*)

Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) Terhadap Kepercayaan (*Trust*)

Menurut Davis (1989) dalam Humaidi *et al.*, (2022), persepsi kegunaan merupakan seberapa besar keyakinan seseorang yang memiliki kepercayaan saat mengoperasikan suatu teknologi yang merasa manfaat, agar dapat menimbulkan peningkatan pada pekerjaan. Hal ini dapat membuktikan bahwa semakin banyak pengguna yang telah mencoba sistem teknologi dan merasakan dampak manfaat saat digunakan, sehingga akan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap sistem layanan tersebut dan begitu pun sebaliknya. Penelitian ini didukung Kurniasari & Utomo (2019), Kurniawan *et al.*, (2019) dan Putri *et al.*, (2023), yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *trust* UMKM dalam memilih sistem layanan *fintech lending*. Namun, berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami & Rahayu (2022), menjelaskan persepsi kegunaan secara langsung berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepercayaan.

H₂: Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh terhadap Kepercayaan (*Trust*)

Kualitas Informasi (*Information Quality*) Terhadap Kepercayaan (*Trust*)

Menurut Dwiyantri & Herawati (2021), Kualitas informasi adalah tingkat pemahaman pengguna ketika mengukur kebenaran informasi yang disajikan dalam sistem informasi, yang mempengaruhi cara pengguna untuk menjalankan aplikasi tersebut. Semakin banyak informasi yang didapatkan oleh individu, akan berpengaruh juga terhadap tingkat kepercayaan suatu individu dalam memilih teknologi. Penelitian ini didukung oleh Abidat *et al.*, (2019), Poeteri *et al.*, (2021), Ryu & Ko (2020), dan Sartika *et al.*, (2024), berpendapat bahwa *Information Quality* berpengaruh terhadap *Trust* UMKM dalam memilih sistem layanan *fintech lending*.

H₃: Kualitas Informasi (*Information Quality*) berpengaruh terhadap Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*)

Menurut Sari *et al.* (2020) Kepercayaan adalah ikatan antara individu yang bergantung pada keyakinan bahwa pihak lain akan memenuhi semua kewajiban yang dibutuhkan. Rasa kepercayaan merupakan pondasi awal dalam suatu hubungan antar rekan kerja, dimana hal tersebut dapat menimbulkan rasa kenyamanan bagi sesama rekan kerja. Semakin tinggi kepercayaan yang dimiliki oleh calon pengguna terhadap suatu sistem teknologi, semakin besar insentif bagi calon pengguna untuk memilih dan menggunakan

sistem tersebut. Penelitian ini didukung oleh Kurniawan *et al.*, (2019) dan Putri *et al.*, (2023), yang berpendapat bahwa *Trust* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using* UMKM dalam memilih sistem layanan *fintech lending*.

H₄: Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh terhadap Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*)
Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*) Terhadap Minat Pengguna (*Interest In User*)

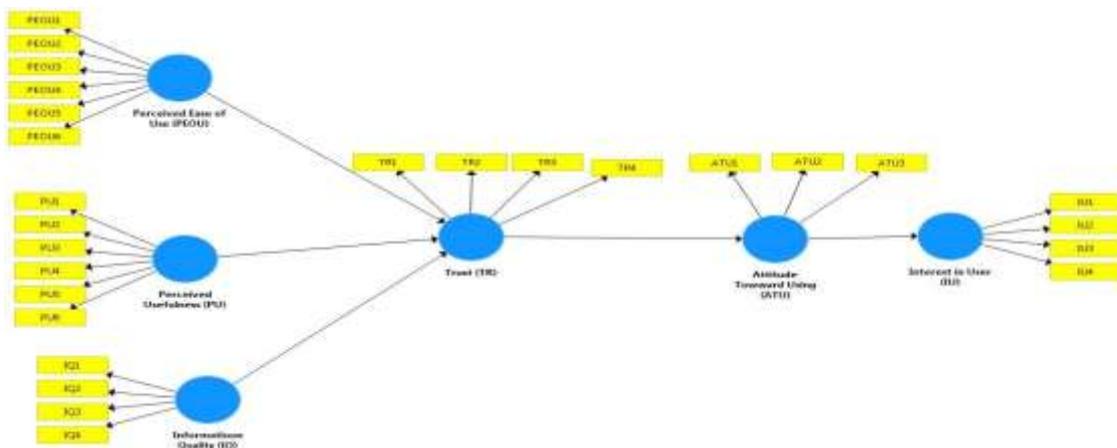
Menurut Davis (1989), menjelaskan bahwa sikap pengguna merupakan gambaran mengenai perasaan positif atau negatif terhadap kinerja pekerjaan yang dilakukannya. Suatu sikap pengguna dapat mengacu pada cerminan penilaian positif atau negatif terhadap aplikasi. Jika pengguna mempunyai perilaku yang bersifat positif terhadap sistem aplikasi, maka pengguna akan memiliki keyakinan tersebut dapat mudah digunakan dan dapat diadopsi secara sukarela. Sebaliknya jika pengguna memiliki sikap yang negatif dan kesulitan dalam menggunakan teknologi, tidak akan mengadopsi teknologi tersebut. Penelitian ini didukung oleh Kurniawan *et al.*, (2019), Putri *et al.*, (2023), Suyanto & Kurniawan (2019), dan Walangitan *et al.*, (2020), yang berpendapat bahwa *attitude toward using* berpengaruh terhadap *interest in user* UMKM dalam memilih sistem layanan *fintech lending*.

H₅: Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*) berpengaruh terhadap Minat Pengguna (*Interest In User*)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memfokuskan objek pada para pelaku UMKM sub sektor Kuliner di Kecamatan Kertapati, Kota Palembang dengan jumlah sampel yang didapatkan sebanyak 95 responden. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dan penentuan sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling karena jumlah populasi dalam penelitian ini memiliki jumlah yang terlalu besar sehingga peneliti membuat beberapa kriteria dengan tujuan untuk mempersempit wilayah, keterbatasan adanya waktu, tenaga dan biaya serta keterbatasan data yang akan dikumpulkan.

Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling atau Partial Least Square (SEMPLS) dengan bantuan tool SmartPLS versi 3, terdapat ada beberapa tahapan yang akan dilakukan dalam mengelola data yaitu Outer Model (convergent validity, discriminant validity dan uji reabilitas), Inner Model (R-Square, Predictive Relevance, dan uji Effect Size) dan Pengujian Hipotesis.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Sumber : Data Penelitian, 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Tabel 1. Karakteristik Profil Responden

Karakteristik	Total Responden	Persentase %
1. Jenis Kelamin		
Laki—laki	35	37
Perempuan	60	63
Total	95	100
2. Umur		
20— 30 Tahun	62	65
30—40 Tahun	22	23
40— 50 Tahun	11	12
3. Pendidikan		
Sekolah Dasar	0	0
Sekolah Menengah Pertama	3	3
Sekolah Menengah Atas	41	43
Sarjana 1	51	54
Lainnya	0	0
Total	95	100

Sumber : Data Penelitian, 2024

Berdasarkan tabel 1. dapat dilihat bahwasanya jenis kelamin responden yang paling mendominasi dalam penggunaan *fintech lending* adalah jenis kelamin perempuan sebanyak 63%, lalu untuk umur penggunaan dalam *peer to peer lending* yang mendominasi adalah umur 20-30 tahun sebanyak 65%, kemudian untuk pendidikan terakhir responden yang paling mendominasi adalah Sarjana 1 sebanyak 54%.

Sumber Penghasilan

Tabel 2. Karakteristik Sumber Pembiayaan

Karakteristik	Total Responden	Persentase %	Karakteristik	Total Responden	Persentase %
1. Lama Usaha			4. Tingkat Kesulitan		
< 1 Tahun	36	38	Tingkat Bunga Tinggi	21	22
3 Tahun	41	43	Proses Terlalu Lama	15	16
5 Tahun	15	16	Jumlah Pinjaman		
10 Tahun	3	3	Terbatas	35	37
Total	95	100	Lainnya "Tidak Ada"	24	25
2. Sumber Modal			Total	95	100
Usaha Milik	45	47	5. Status Penerimaan		
Sendiri			Kurang Mendukung	2	2
Bank	28	29	Tidak Mendukung	11	12
Pinjaman <i>Peer to Peer Lending</i>	15	16	Netral	20	21
Koperasi	7	7	Mendukung	36	38
Lainnya	0	0	Sangat Mendukung	26	27
Total	95	100	Total	95	100
3. Jumlah Peminjaman			6. Jenis <i>Peer to Peer Lending</i>		
< 20 Juta	63	66	Amarta	24	25
20 Juta — 50 Juta	22	23	Investree	33	35
50 Juta — 100 Juta	10	1	Akseleran	13	14
> 100 Juta	0	0	Danamas	25	26
Total	95	100	Lainnya	0	0
			Total	95	100

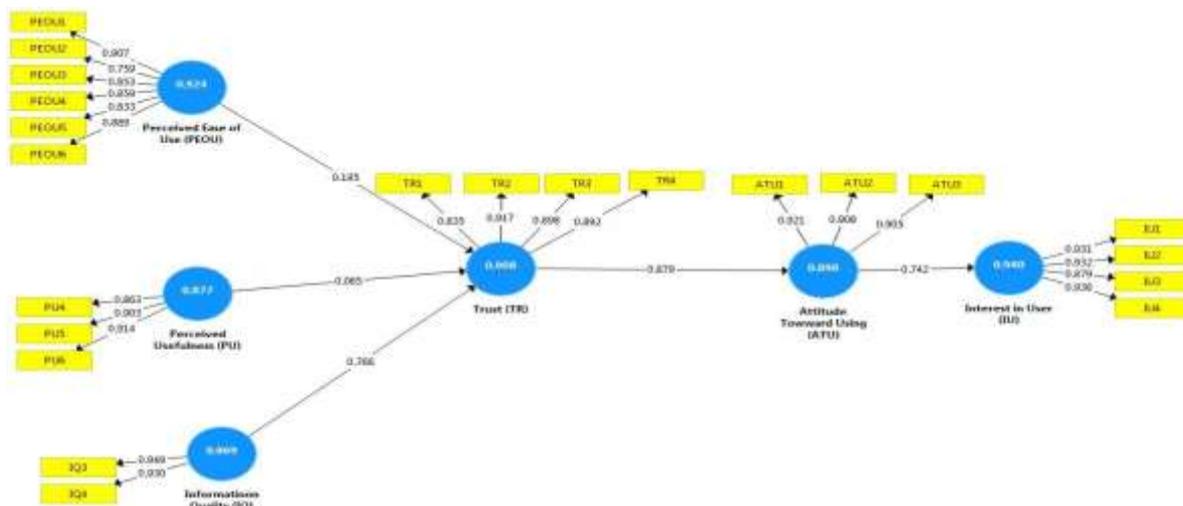
Sumber : Data Penelitian, 2024

Tabel 2 dapat dilihat bahwasanya dari 95 responden yang telah dikumpulkan terdapat adanya beberapa klasifikasi pengelompokkan yang paling mendominasi dalam penelitian ini adalah Usaha yang sudah dimiliki oleh UMKM selama 3 tahun merupakan jenis lama usaha menunjukkan sebanyak 43%. lalu sumber modal pengguna yang paling mendominasi adalah usaha milik sendiri yang menunjukkan sebanyak 47%. Kemudian jumlah peminjaman yang sering digunakan oleh UMKM adalah kurang dari 20 juta yang menunjukkan sebanyak 66%, untuk bagian tingkat kesulitan yang sering dialami oleh UMKM ketika melakukan peminjaman adalah jumlah pinjaman yang cukup terbatas sebanyak 37%. Selanjutnya status penerimaan yang menunjukkan bahwa mayoritas UMKM mendukung adanya *peer to peer lending* sebagai solusi atas pendanaan alternatif yang menunjukkan sebesar 38%, dan untuk bagian jenis *peer to peer lending* yang sering digunakan oleh pengguna adalah investree yang menunjukkan sebesar 35%.

MODEL PENGUKURAN (OUTER MODEL)

Pengujian untuk tahapan pertama di dalam outer model yakni uji validitas konvergent. Penilaian di dalam konvergent validitas dapat dinilai dari *loading factor* dan *avarage variance extracted* (AVE). Penilaian *outer loading* diantaranya harus melebihi nilai dari 0.6 atau 0.7 maka indikator tersebut dapat dinyatakan valid, sedangkan untuk nilai *avarage variance extracted* (AVE) harus memiliki nilai diatas 0.5, yang berarti nilai tersebut dapat dinyatakan baik (Santosa, 2018).

Gambar 2 menunjukkan bahwa untuk penilaian didalam outer loading pada setiap variabel di setiap indikatornya sudah memiliki nilai melebihi 0.7, yang artinya semua nilai tersebut dapat dinyatakan valid. Sedangkan untuk penilaian *avarage variance extracted* (AVE) sudah melebihi nilai dari 0.5 sehingga untuk nilai pada variabel indikator dapat dinyatakan baik.



Gambar 2. Outer Loading dan Avarage Variance Extracted (AVE)

Sumber : Data Penelitian, 2024

Selanjutnya, untuk tahapan pengujian validitas diskriminant dapat ditentukan dengan kriteria dari *Fornell Larcker's Criterion*. Untuk itu, pengujian pada penilaian dari *Fornell Larcker's Criterion* dapat ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis *Fornell Larcker's Criterion*

	Attitude Toward Using (ATU)	Information Quality (IQ)	Interest in User (IU)	Perceived Ease of Use (PEOU)	Perceived Usefulness (PU)	Trust (TR)
Attitude Toward Using (ATU)	0.912					
Information Quality (IQ)	0.739	0.940				
Interest in User (IU)	0.742	0.876	0.920			
Perceived Ease of Use (PEOU)	0.362	0.218	0.301	0.851		
Perceived Usefulness (PU)	0.206	0.245	0.349	0.144	0.894	
Trust (TR)	0.879	0.823	0.817	0.361	0.279	0.886

Sumber : Data Penelitian, 2024

Tabel 3. menjelaskan bahwasanya nilai *Fornell Larcker's Criterion* di setiap indikator sudah dapat dinyatakan baik, sehingga untuk hasil penilaian dari validitas diskriminan sudah dapat diterima. Selanjutnya untuk tahapan pengujian terakhir merupakan tahapan pengujian reabilitas yang dapat dinilai dari *Cronbach' Alpha* dan *Composite Reability*. Penilaian *composity reability* dan *cronbatch alpha* diharuskan memiliki nilai lebih tinggi diatas 0.7 walaupun untuk nilai 0,6 masih dapat dinyatakan terima (Abdillah & Hartono, 2015). Berikut temuan hasil analisis uji reabilitas dapa ditunjukkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Pengujian Reabilitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Attitude Toward Using (ATU)	0,898	0,900	0,936	0,831
Information Quality (IQ)	0,869	0,883	0,938	0,883
Interest in User (IU)	0,940	0,945	0,957	0,847
Perceived Ease of Use (PEOU)	0,924	0,960	0,940	0,725
Perceived Usefulness (PU)	0,877	0,922	0,922	0,799
Trust (TR)	0,908	0,910	0,936	0,785

Sumber : Data Penelitian, 2024

Penilaian pada tabel 4. menjelaskan bahwasanya nilai dari *Cronbach' Alpha* pada semua variabel laten sudah memiliki nilai lebih dari 0.7 yang berarti untuk semua pertanyaan yang digunakan didalam kuesioner dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan pada model penelitian, sedangkan dengan penilaian *Composite Reability* untuk masing-masing variabel laten sudah melebihi nilai 0,7, yang berarti untuk semua nilai variabel telah memenuhi persyaratan penilaian sehingga variabel tersebut dapat dinyatakan layak untuk dilakukan pada tahapan pengujian model struktural.

MODEL STRUKTURAL (INNER MODEL)

Pada evaluasi *inner model* dapat dipertimbangkan dengan melihat nilai dari PLS

Algorithm, dimana hasil dari penilaian tersebut dapat dilakukan dengan mengevaluasi nilai R-Square (R²) pada Tabel 5.

Tabel 5. Analisis nilai R-Square (R²)

	R Square	R Square Adjusted
Attitude Toward Using (ATU)	0.772	0.769
Interest in User (IU)	0.550	0.545
Trust (TR)	0.715	0.706

Sumber : Data Penelitian, 2024

Berdasarkan perhitungan R Square pada hasil nilai di dalam Tabel 5, dapat dilihat bahwa penilaian variabel endogen yang mempunyai nilai tertinggi adalah *attitude toward using* memiliki nilai sebesar 0.772 yang termasuk dalam kategori tinggi. Artinya variabel eksogen yakni variabel *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *information quality* dapat mempengaruhi nilai dari variabel endogen yakni *attitude toward using*. Sementara itu, untuk nilai sisa sebesar 22,8% dapat dipengaruhi oleh variabel eksogen lain. Lalu, untuk variabel endogen yakni *interest in user* dan *trust* dapat dipengaruhi oleh variabel eksogen *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *information quality* sebesar 0.550 dan 0,715 yang termasuk dalam kategori sedang, sedangkan untuk sisanya sebesar 45% dan 28.5% dapat dipengaruhi oleh variabel lain.

HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS.

Hasil pada pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 6, dengan membandingkan nilai dari T-tabel sebesar 1.661 dan P-Value sebesar 0.05% (*signifikansi level* = 5%). Berikut hasil uji hipotesis yang telah diperoleh dengan menggunakan software PLS pada bagian *bootstrapping*.

Tabel 6. Analisis *Patch Coefficients*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Attitude Toward Using (ATU) -> Interest in User (IU)	0.742	0.754	0.101	7.374	0.000
Information Quality (IQ) -> Trust (TR)	0.766	0.764	0.069	11.181	0.000
Perceived Ease of Use (PEOU) -> Trust (TR)	0.185	0.186	0.075	2.468	0.014
Perceived Usefulness (PU) -> Trust (TR)	0.065	0.073	0.044	1.465	0.143
Trust (TR) -> Attitude Toward Using (ATU)	0.879	0.883	0.047	18.619	0.000

Sumber : Data Penelitian, 2024

PEMBAHASAN

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh terhadap Kepercayaan (*Trust*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama yang memperlihatkan bahwasanya *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *Trust* yang dapat dilihat dari nilai T-Statistic 2.468 > 1.661 dengan nilai P-Value sebesar 0,014 < 0,05. Hasil analisis ini didukung oleh penelitian dari Kurniasari & Utomo (2019), Kurniawan *et al.*, (2019), Pratama (2021) dan Sartika *et al.*, (2024), yang berpendapat bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *trust*. Penelitian ini didasari oleh Teori TAM (*Technology Acceptance Model*). Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan merupakan suatu faktor terpenting didalam teori TAM dikarenakan persepsi

ini adalah sebuah tingkatan kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sistem dapat meningkatkan efisiensi tanpa memerlukan usaha yang besar (Tikaromah et al., 2025). Artinya, para pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Kertapati telah merasakan manfaat langsung dari kemudahan yang diberikan oleh sistem *peer to peer lending*. Hal ini membuat para pelaku UMKM Kuliner cenderung untuk terus menggunakan sistem tersebut secara konsisten, dengan keyakinan bahwa sistem Fintech Lending dapat diandalkan untuk melindungi informasi keuangan dan data pribadi pengguna.

Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) Terhadap Kepercayaan (*Trust*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua yang memperlihatkan bahwasanya *perceived usefulness* dapat berpengaruh terhadap *Trust* yang dapat dilihat dari nilai T-Statistic $1.465 < 1.661$ dengan nilai P-Value sebesar $0,143 > 0,05$. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniasari & Utomo (2019), Kurniawan et al., (2019) dan Putri et al., (2023), yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *trust* UMKM dalam memilih sistem layanan Fintech Lending. Namun, berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami & Rahayu (2022) menjelaskan persepsi kegunaan secara langsung berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepercayaan.

Penelitian ini didasari adanya teori TAM (*Technology Acceptance Model*). Menurut Davis (1989), menjelaskan bahwa persepsi kegunaan adalah keyakinan seseorang tentang sejauh mana penggunaan sistem teknologi dapat meningkatkan kinerjanya. Penelitian ini mengungkap bahwa para pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Kertapati belum sepenuhnya memiliki kepercayaan dan pemahaman terkait sistem layanan Fintech Lending yang dapat memberikan manfaat secara jangka panjang. Oleh karena itu, walaupun persepsi suatu kegunaan memang ada, namun kurangnya edukasi dan sosialisasi yang cukup tentang keamanan dan keandalan dari sistem Fintech Lending dapat membuat faktor ini menjadi tidak signifikan dalam membantu suatu kepercayaan UMKM Kuliner. Terdapat ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi adanya kepercayaan UMKM yakni reputasi penyedia layanan, pengalaman pribadi atau rekomendasi dari pengguna lain.

Kualitas Informasi (*Information Quality*) Terhadap Kepercayaan (*Trust*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga yang memperlihatkan bahwasanya *information quality* berpengaruh terhadap *trust* yang dapat dilihat dari nilai T-Statistic $1.465 < 1.661$ dengan nilai P-Value sebesar $0,143 > 0,05$. Hasil analisis ini didukung oleh penelitian Abidat et al., (2019), Poeteri et al., (2021), Ryu & Ko (2020), dan Sartika et al., (2024), menjelaskan *information quality* berpengaruh positif terhadap *trust*. Kualitas informasi dapat dipengaruhi oleh kepercayaan, karena bisa dijadikan kunci untuk memperkuat dan mempertahankan hubungan antara UMKM dengan platform *fintech lending* sebagai alternatif pendanaan. Penelitian ini menjelaskan bahwa sebelum menggunakan aplikasi atau website *peer to peer lending*, para pelaku UMKM sebagai calon pengguna harus mencari terlebih dahulu informasi yang berkualitas terkait sistem layanan *peer to peer lending*.

Informasi yang berkualitas harus secara akurat, rinci dan mudah diakses mengenai syarat pinjaman, bunga, risiko serta proses pengajuan pinjaman sangat penting bagi para pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Kertapati. Informasi yang jelas dan transparan dapat memungkinkan UMKM untuk memahami dengan baik semua aspek yang terkait dengan pinjaman yang dibutuhkan. Hal tersebut akan membantu dalam mengurangi ketidakpastian dan memberikan rasa aman, sehingga para UMKM mereka lebih percaya dan yakin dalam mengambil keputusan untuk menggunakan layanan *peer to peer lending*.

Kepercayaan (*Trust*) Terhadap Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis keempat yang memperlihatkan bahwasanya *Trust* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using* yang dapat dilihat dari nilai T -Statistic 18.619 > 1.661 dengan nilai P -Value sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil analisis ini didukung oleh penelitian dari Kurniawan *et al.*, (2019) dan Putri *et al.*, (2023), menyatakan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna. Penelitian ini didasari oleh teori TAM (*Technology Acceptance Model*). Menurut Wicaksono (2022), menjelaskan bahwa suatu kepercayaan individu terhadap teknologi akan mempengaruhi persepsi pengguna tentang manfaat, kemudahan penggunaan dalam teknologi, sehingga yang pada akhirnya akan mempengaruhi suatu tindakan dan niat individu dalam memilih dan menggunakan suatu sistem teknologi. Penelitian ini menjelaskan bahwa para pelaku UMKM Kecamatan Kertapati telah memiliki keyakinan yang kuat terhadap keamanan dan transparansi platform, hal tersebut akan berpengaruh pada tingkat keamanan para pelaku UMKM kepada sistem layanan Fintech Lending.

Suatu tingkat kepercayaan UMKM Kuliner di Kecamatan Kertapati dapat dipengaruhi oleh testimoni dan ulasan yang positive dari pengguna lain. Ketika para calon pengguna mendengar cerita sukses dan pengalaman positif dari pengguna lain, kepercayaan pengguna terhadap sistem Fintech Lending akan meningkat. Dengan demikian, hal tersebut akan mendapatkan dampak dimana semakin banyak UMKM yang tertarik dan merasa untuk mencoba menggunakan Fintech Lending sebagai solusi pembiayaan.

Sikap Pengguna (*Attitude Toward Using*) Terhadap Minat Pengguna (*Interest In User*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis keempat yang memperlihatkan bahwasanya *attitude toward using* berpengaruh terhadap *interest in user* yang dapat dilihat dari nilai T -Statistic 18.619 > 1.661 dengan nilai P -Value sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil analisis ini didukung oleh penelitian dari Kurniawan *et al.*, (2019), Putri *et al.*, (2023), Suyanto & Kurniawan (2019), dan Walangitan *et al.*, (2020), berpendapat bahwa sikap pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna. Penelitian ini didasari oleh teori TAM (*Technology Acceptance Model*). Menurut Wicaksono (2022), menjelaskan bahwa dalam teori TAM, suatu sikap seseorang terhadap teknologi dapat dipengaruhi oleh niat dan perilaku yang kemudian akan berdampak pada proses penerimaan sistem tersebut.

Sikap terhadap teknologi juga dapat tercermin dalam sikap yang positif atau negatif seseorang terhadap teknologi. Jika seseorang bersikap positif terhadap teknologi, maka hal tersebut akan cenderung membuat seseorang akan lebih terbuka untuk terus menggunakan teknologi secara sukarela dan konsisten. Dalam penelitian menjelaskan bahwa secara positif masih banyak UMKM Kuliner di Kecamatan Kertapati dapat bisa melihat berbagai peluang yang ada di sistem Fintech Lending. Melalui Fintech Lending, UMKM dapat memperoleh dana dengan proses yang lebih sederhana dan cepat dibandingkan dengan pinjaman dari bank tradisional. Hal ini dapat memberikan bantuan kepada UMKM sebagai bentuk mengembangkan usaha miliknya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat khususnya para pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Kertapati telah merasakan manfaat dan kemudahan dalam menggunakan sistem layanan Fintech Lending sebagai sumber pendanaan. Bentuk kualitas informasi menjadi penilaian tambahan untuk meningkatkan suatu kepercayaan UMKM, karena semakin banyak informasi yang didapatkan secara akurat, transparan dan

mudah dipahami tentang syarat beserta ketentuan pinjaman dalam proses pengajuan. Hal tersebut akan membantu UMKM dalam menentukan keputusan untuk menggunakan aplikasi yang cocok dengan kebutuhan yang produktif. Kepercayaan juga menjadi faktor kunci untuk mempengaruhi suatu sikap pengguna terhadap sistem layanan Fintech Lending.

Kepercayaan yang tinggi terhadap suatu sistem platform dapat menciptakan sikap positif yang pada akhirnya akan meningkatkan minat dan niat untuk menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan. Sikap pengguna yang positif terhadap Fintech Lending, didorong oleh pengalaman yang memuaskan dan kepercayaan yang terbentuk, menciptakan siklus umpan baik yang memeperkuat kepercayaan dan minat penggunaan di masa depan. Oleh karena itu, untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan penggunaan layanan Fintech Lending sebagai sumber pendanaan bagi UMKM Kuliner di Kecamatan Kertapati, penting untuk terus meningkatkan aspek kemudahan, kegunaan, kualitas informasi, serta membangun dan mempertahankan kepercayaan pengguna.

Keterbatasan pada penelitian ini hanya berfokus pada UMKM sub sektor Kuliner di Kecamatan Kertapati, sehingga untuk responden yang didapatkan hanya berjumlah 95 responden dan penelitian hanya menganalisis beberapa variabel saja seperti *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Information Quality*, *Trust*, *Attitude Toward Using* dan *Interest in User*. Sementara itu, masih banyak variabel lain yang dapat diuji yang kemungkinan dapat mempengaruhi minat penggunaan UMKM dalam penggunaan sistem layanan *peer to peer lending*. Saran yang dapat diberikan kepada penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah sehingga pada jumlah sampel dapat sesuai dengan kebutuhan penelitian yang kemudian akan menghasilkan nilai yang jauh lebih sempurna, dan bisa menambahkan beberapa variabel terbaru yang berkaitan dengan teori perilaku seperti TRA, TPB DAN UTAUT, variabel yang dapat direkomendasikan adalah *subjectived norma*, *social influence*, *actual of use*, kualitas layanan dan lain-lain.

REFERENSI

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial least square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis*.
- Abidat, A. H., Handayani, P. W., & Azzahro, F. (2019). Analysis of Factors Affecting People ' s Intentions in Investing Through Sharia Peer-To-Peer Lending. *2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 1, 224–229.
- Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). *Pengaruh Manfaat , Kemudahan , dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater : Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta (The Influence of Perceived Usefulness , Ease of Use and Income on Interest in Using Paylater : A Case Study of People in DKI Jakart*. 2(4), 309–325.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Dwiyanti, E., & Herawati, N. T. (2021). Pengaruh Faktor Psikologis Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Melakukan Pinjaman Online Melalui Peer-To-Peer Lending *Jimat*, 19, 815–826.
- Dyatmika, S. W. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia. *Majalah Ekonomi*, XXIII(1), 124–134.
- Hanggono, A. A., Handayani, S. R., & Susilo, H. (2015). Analisis Atas Praktek TAM Dalam Mendukung Bisnis Online Dengan Memanfaatkan Jejaring Sosial Instagram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 26(1), 1–9.
- Hendri Rahmayani Asri, Ekaning Setyarini, & Hantoro Arief Gisijanto. (2022). Pengaruh

- Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Peer To Lending. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(03), 01–09. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i03.99>
- Humaidi, H., Utomo, S., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 23. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13133>
- JATI, R. P. (2022). *Pengusaha Mula di Sumsel Masih Kesulitan Tembus Pasar Pemerintahan*. Kompas.Id.
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN PEMBAYARAN DIGITAL GO-PAY. *Jurnal Manajemen*, Vol. 8 No. 2 (2019): Mei.
- Kurniasari, F., & Utomo, P. (2019). The Effects of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security and Risk-Free on the Customer Decision to Borrow Using P2P Lending. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 5(6), 1164–1175.
- 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 Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 5(2), 151–160. <https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.59>
- Nurani, N. A., & Bandung, P. N. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Financial Technology P2P Lending Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Bandung) The Effect of Perceived Ease on Students's Interest in Using Financial Technology P2P Lendi. *Indonesian Accounting Research Journal*, 3(2), 183–193.
- Poeteri, N. A., Simanjuntak, M., & Hasanah, N. (2021). The Investment Intention Among Indonesian Millennials via Peer-to-Peer Lending Applications. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 25(4), 787–803. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i4.6352>
- Pratama, J. (2021). Analysis of Factors Affecting Trust on the Use of FinTech (P2P Lending) in Indonesia. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 10(1), 79–85. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v10i1.1068>
- Putri, S. A., Sartika, D., Gunarto, M., & Helmi, S. (2023). *Factors Affecting the Level of Trust of MSMEs in Using Fintech Using the Technology Acceptance Model (TAM)*. 685–695. <https://doi.org/10.46254/sa04.20230182>
- Rahmawati, R. N., & Narsa, I. M. (2019). Intention to Use e-Learning: Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM). *Owner*, 3(2), 260. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.151>
- Ryu, H. S., & Ko, K. S. (2020). Sustainable development of Fintech: Focused on uncertainty and perceived quality issues. *Sustainability (Switzerland)*, 12(18). <https://doi.org/10.3390/su12187669>
- Sari, G. I. H., Fermayani, R., & Harapah, R. R. (2020). ANALISIS PENGARUH KEPERCAYAAN, KEAMANAN, KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI SITUS JEJARING SOSIAL (STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI KOTA PADANG). *Menara Ekonomi*, VI(2), 1–11.
- Sartika, D., Gunarto, M., Maduri, P., Handayani, W., & Septianasari, R. (2024). *Analysis of Fintech Peer-to-Peer Lending as an Alternative Financing for MSMEs in Palembang City*. 2106–2116. <https://doi.org/10.46254/an14.20240562>
- Setyaningsih, T., Murti, N. W., & Nugrahaningsih, P. (2020). Pembiayaan Peer-To-Peer

- Lending Bagi Umkm: Mengatasi Masalah Dengan Masalah? *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 2(3), 74–81.
- Suyanto, S., & Kurniawan, T. A. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1). <https://doi.org/10.31316/akmenika.v16i1.166>
- Tikaromah, O., Yahya, A., Hidayat, T., & Bangsa, U. P. (2025). Technology Acceptance Model dalam Mendorong Intention to Use pada Sistem Informasi Akuntansi. *AKUBIS: Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa*, 9(2), 246–256. <https://doi.org/https://doi.org/10.37366/akubis.v9i02.2278>
- Utami, F. N., & Rahayu, N. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Continuance Intention to Use Mobile Banking dengan Trust sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile. 1, 57–67.
- Walangitan, P. G. M., Lopian, J. S. L. H. ., & Sumarauw, J. S. . (2020). Perbedaan Fintech Peer To Peer Lending Antara Generasi X Dan Generasi Y Dalam Model Behavioral Intention Di Manado. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 7(3), 640–656. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31428>
- Wardani, D. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2(1), 15–32. <https://doi.org/10.55122/junsibi.v2i1.253>
- Wicaksono, S. R. (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model (Issue March)* (Issue December 2022). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>
- Wulandari, D. (2021). *UMKM di Sumsel Menanti Akses Permodalan Fintech P2P*. Sumatra.
- Wulandari, F. (2019). Penggunaan Uang Elektronik (Studi Pada Pengguna Go-Pay Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).