

PERSEPSI GENERASI MILENIAL TERHADAP PLATFORM *PEER-TO-PEER LENDING* BERDASARKAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI

Nandike Ayudiah Poeteri¹, Megawati Simanjuntak² dan Nur Hasanah³

Sekolah Bisnis, IPB University, Bogor, Indonesia^{1,3}

Fakultas Ekologi Manusia, IPB University, Bogor, Indonesia²

Email: nandikeayu@gmail.com, mega_juntak@apps.ipb.ac.id

nur.hasanah@apps.ipb.ac.id

Abstract

Peer-To-Peer (P2P) lending is a form of financial service innovation that is currently developing in Indonesia. In addition to providing solutions to borrowers who have limited access to formal finance, P2P lending also acts as an alternative investment in the form of financing. Currently, the millennial generation is a community of productive age who are expected to be financially independent. This study aims to analyze millennial perceptions about P2P lending by considering relationships and differences in perceptions based on demographic characteristics. The sampling technique was carried out by means of non-probability sampling and obtained 254 respondents. There are eight indicators based on perceived reputation, perceived structural assurance, perceived information quality, and perceived risk on the P2P lending platform that are of concern to be improve. In addition, gender, age, occupation, income have a relationship with seven indicators, while education has no relationship. Meanwhile, the respondents' gender, education, and income have significant differences in perceptions of the three indicators. Managerial implications that can be carried out by organizers include improving services, providing periodic reports on the use of invested funds, collaborating with custodian banks to improve investment fund protection, and considering the demographic characteristics of the millennial generation as a reference to increase the perception of using a P2P lending platform.

Keywords: *Demographic characteristics; millennial generation; P2P lending.*

Abstrak

*Peer-To-Peer (P2P) lending merupakan salah satu bentuk inovasi layanan keuangan yang sedang berkembang di Indonesia. Selain memberikan solusi kepada peminjam yang memiliki keterbatasan akses keuangan formal, P2P lending juga berperan sebagai alternatif investasi dalam bentuk pembiayaan. Saat ini, generasi milenial merupakan komunitas usia produktif yang diharapkan sudah mandiri secara finansial. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi milenial mengenai P2P lending dengan mempertimbangkan hubungan serta perbedaan persepsi berdasarkan karakteristik demografi. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non-probability sampling* dan didapatkan 254 responden. Terdapat delapan indikator berdasarkan *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, dan *perceived risk* pada platform P2P lending yang menjadi*

perhatian untuk ditingkatkan. Selain itu, jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan memiliki hubungan dengan tujuh indikator, sedangkan pendidikan tidak memiliki hubungan. Sementara itu, jenis kelamin, pendidikan, dan penghasilan responden memiliki perbedaan persepsi yang signifikan terhadap tiga indikator. Implikasi manajerial yang dapat dilakukan oleh penyelenggara diantaranya meningkatkan layanan, menyediakan laporan berkala tentang penggunaan dana yang sudah diinvestasikan, melakukan kerja sama dengan bank kustodian untuk meningkatkan perlindungan dana investasi, dan mempertimbangkan karakteristik demografi generasi milenial sebagai acuan untuk meningkatkan persepsi menggunakan platform P2P *lending*.

Kata kunci: Generasi milenial; P2P *lending*; karakteristik demografi.

Pendahuluan

Asosiasi Fintech Indonesia (2019) mengungkapkan bahwa pesatnya perkembangan *financial technology* atau *fintech* di Indonesia tergambarkan pada layanan keuangan modern jenis pendanaan yaitu *Peer-To-Peer lending* (P2P *lending*). P2P *lending* atau yang dikenal sebagai *fintech lending* merupakan layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi yang memungkinkan terjadinya pertemuan tidak langsung antara investor dengan peminjam. Perkembangan teknologi informasi saat ini memberikan stimulus bagi layanan keuangan non-bank seperti P2P *lending* yang memiliki solusi pemodal usaha dengan proses pinjaman cepat dan tanpa agunan secara *online* dibandingkan perbankan (Diana, 2019). Selain itu, P2P *lending* juga berperan sebagai salah satu alternatif investasi yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk dapat melakukan diversifikasi portofolio investasi atas produk-produk investasi yang dimilikinya. Antusiasme masyarakat terhadap penggunaan P2P *lending* ditunjukkan dari akumulasi jumlah investor yang semakin meningkat di akhir tahun 2020 hingga mencapai 716.963 orang, sedangkan jumlah peminjam mencapai 43.561.362 orang (OJK, 2020). Namun, masih terdapat platform P2P *lending* yang belum dapat memaksimalkan pemenuhan kebutuhan dana untuk peminjam hingga batas waktu yang telah ditentukan (Puteri et al., 2019).

Berinvestasi dengan menggunakan platform P2P *lending* memiliki resiko atas potensi perilaku yang tidak menguntungkan dari penyelenggara ataupun peminjam. Penggunaan teknologi keuangan seperti P2P *lending* akan dihadapkan dalam berbagai celah resiko yang berhubungan dengan resiko gagal bayar, resiko diretas, resiko penipuan, dan resiko penyalahgunaan data pribadi (Wijayani, 2017). Salah satu faktor penting untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen menghadapi resiko dalam penggunaan suatu layanan dengan menilai resiko yang dirasakan (*perceived risk*) dari konsumen (Martins et al., 2014; Park et al., 2019). Namun, semakin banyak platform P2P *lending* yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan menandakan terdapat alternatif pilihan platform untuk berinvestasi. Hasil penelitian Wang et al. (2014) menemukan adanya kecenderungan dari individu yang belum pernah berinvestasi di P2P *lending* untuk bergantung pada reputasi platform tersebut. Reputasi yang dirasakan (*perceived reputation*) dikaitkan dengan proses sosial yang bergantung pada interaksi yang

dilakukan oleh investor dan penyelenggara P2P *lending* di masa lalu (Collier & Hampshire, 2010). Reputasi yang dinilai positif pada platform dapat mengurangi resiko yang dirasakan (*perceived risk*) untuk bertransaksi di platform tersebut (Sánchez-Alzate & Sánchez-Torres, 2017; Septarizki & Wijaya, 2020).

Struktur teknologi yang terdapat di platform P2P *lending* memungkinkan menimbulkan kekhawatiran konsumen untuk menggunakan teknologi tersebut. Jaminan yang dirasakan untuk melindungi informasi pribadi, memastikan kerahasiaan transaksi, serta mensistematisasikan syarat, dan ketentuan kontrak pada platform P2P *lending* dikaitkan dengan *perceived structural assurance* (Yang & Lee, 2016). Hal tersebut didukung oleh Wang et al. (2019) bahwa perlindungan berupa *structural assurance* di lingkungan online semakin tinggi dapat mengurangi resiko yang dirasakan (*perceived risk*) dan membantu calon investor untuk mengatasi kecemasan akan potensi kerugian. Namun, berinvestasi di platform P2P *lending* melibatkan pihak investor dan peminjam yang tidak bertemu secara langsung. Hal ini dapat menimbulkan kekhawatiran atas peluang resiko terhadap asimetri informasi yang disediakan pada platform P2P *lending*. Oleh sebab itu, kualitas informasi yang dirasakan (*perceived information quality*) di lingkungan online memainkan peran penting dalam memengaruhi pengalaman dan keputusan konsumen (Ghasemaghaei & Hassanein, 2016). Adanya informasi yang berkualitas dapat membantu calon investor agar dapat lebih memahami dan mempelajari profil resiko dari peminjam dan meminimalisir asimetri informasi serta mengurangi resiko yang dirasakan (*perceived risk*) (Chen et al., 2015; Kgoroadira, 2014).

Saat ini, generasi milenial telah menjadi komunitas usia produktif yang diharapkan sudah mandiri secara finansial. Hasil riset Jakpat (2018) mengungkapkan bahwa 80% generasi milenial sudah memiliki investasi seperti emas, deposito, properti, saham, reksadana, *foreign currency*, serta obligasi. Sebagian besar milenial tersebut membeli produk investasi melalui bank, namun ada kecenderungan untuk membeli produk-produk investasi melalui platform digital seperti *fintech*. Hal tersebut menunjukkan bahwa seiring dengan berkembangnya teknologi informasi milenial melakukan investasi melalui platform digital atau *fintech*. Disamping itu generasi milenial sering dicirikan sebagai generasi yang nyaman, percaya diri, optimis, dan ada kemauan untuk mengambil resiko terhadap penggunaan teknologi (Leon, 2018; Ichwan & Kasri, 2019; Diana & Leon, 2020).

Secara demografi setiap individu generasi milenial memiliki perbedaan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan. Beberapa studi mengungkapkan bahwa faktor demografi memiliki hubungan dengan penggunaan teknologi diantaranya penggunaan *mobile banking* (Alalwan et al., 2015), *mobile shopping* (Marriott & Williams, 2018), dan *e-banking* (Abrar & Handoyo, 2020). Sementara hubungannya dalam berinvestasi pada penelitian (Bayyurt et al., 2013) menemukan bahwa jenis kelamin memiliki perbedaan untuk mengambil resiko investasi, sedangkan pada penelitian Chavali & Mohan Raj (2016) menemukan faktor usia dan pekerjaan memiliki hubungan terhadap toleransi resiko. Namun, penelitian yang sangat terbatas mempelajari bagaimana persepsi generasi milenial terutama pada *perceived reputation*, *perceived*

structural assurance, *perceived information quality*, dan *perceived risk* dalam platform P2P *lending* untuk berinvestasi yang mempertimbangkan hubungannya dengan karakteristik demografi.

Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi generasi milenial untuk menggunakan platform P2P *lending* sebagai salah satu platform investasi yang terfokus pada *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, dan *perceived risk*. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis hubungan serta perbedaan persepsi generasi milenial berdasarkan faktor demografi (jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan) terhadap *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, dan *perceived risk*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak penyelenggara dalam mengetahui persepsi generasi milenial untuk menggunakan platform P2P *lending*.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan melakukan *cross sectional survey* yang hanya dilakukan pada waktu tertentu. Data yang digunakan pada penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil pengisian kuesioner, sementara data sekunder diperoleh dari studi literatur yang relevan dan mendukung penelitian ini. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan syarat sampel yang ditetapkan pada penelitian ini adalah responden milenial dan belum pernah menggunakan platform P2P *lending*. Pengisian kuesioner dilakukan secara *self-report* melalui Google Form. Adapun jumlah sampel yang didapatkan pada penelitian ini sebanyak 254 responden.

Skala penelitian yang digunakan adalah skala Likert lima tingkat dengan rincian (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) cukup setuju, (4) setuju, dan (5) sangat setuju. Variabel di dalam penelitian ini meliputi *perceived reputation*, *perceived structural assurance*, *perceived information quality*, dan *perceived risk*. Indikator-indikator pada seluruh variabel diadaptasi dari penelitian terdahulu kemudian dimodifikasi agar sesuai dengan objek penelitian. Indikator pada variabel *perceived reputation* diadaptasi dari penelitian Koufaris & Hampton-Sosa (2004) yaitu PRE1, PRE2, PRE3, PRE4, PRE5; variabel *perceived structural assurance* diadaptasi dari penelitian Bock et al. (2012) yaitu PSA1, PSA2, PSA3, PSA4; variabel *perceived information quality* diadaptasi dari penelitian Kim et al. (2008) yaitu PIQ1, PIQ2, PIQ3, PIQ4, PIQ5; dan variabel *perceived risk* diadaptasi dari penelitian Featherman & Pavlou (2003) yaitu PRK1, PRK2, PRK3, PRK4, PRK5. Selanjutnya, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur tingkat akurasi dan kehandalan instrumen penelitian. Sementara, variabel dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's alpha* memiliki nilai $\geq 0,7$ (Haryono, 2016).

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan *software* SPSS. Analisis tersebut meliputi analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara dua variabel dan analisis *top two boxes/bottom two boxes* yang digunakan untuk menganalisis sebaran jawaban responden berdasarkan indikator dimana jawaban sangat tidak setuju (STS) dan tidak setuju (TS) dikelompokkan

menjadi tidak setuju (TS) sementara jawaban cukup setuju (CS) diasumsikan cenderung setuju, setuju (S), dan sangat setuju (SS) dikelompokkan menjadi setuju (S) (Anggelina & Japariato, 2014). Selanjutnya, analisis *crossstabulation* dengan *Chi-square test* digunakan untuk menganalisis hubungan antara karakteristik demografi responden dengan variabel penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan uji statistik parametrik yaitu uji-t dengan sampel independen untuk menguji perbandingan rata-rata secara nyata antara dua kelompok (Santoso, 2014) dan uji *Analysis of Variance* (ANOVA) digunakan untuk menguji perbedaan secara nyata antara dua kelompok atau lebih (Ghozali, 2005) dan dilanjutkan uji *Tuckey Post-Hoc*.

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Demografi Responden

Sampel dalam penelitian ini merupakan generasi milenial dan belum pernah melakukan investasi di platform P2P *lending*. Karakteristik demografi responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1 Karakteristik demografi responden

Karakteristik	Frekuensi (n)	Persentase (%)	Persentase Kumulatif (%)
Jenis Kelamin			
Pria	124	48,8	48,8
Wanita	130	51,2	100,0
Usia			
20 – 25 tahun	50	19,7	19,7
26 – 31 tahun	172	67,7	87,4
32 – 38 tahun	32	12,6	100,0
Pendidikan			
SMA/SMK	15	5,8	5,8
Diploma	22	8,7	14,5
Sarjana	196	77,2	91,7
Pascasarjana	21	8,3	100,0
Pekerjaan			
Mahasiswa	33	13,0	13,0
Ibu Rumah Tangga	9	3,5	16,5
ASN/TNI/POLRI	26	10,2	26,7
Pegawai Swasta	139	54,7	81,4
Pegawai BUMN	23	9,2	90,6
Wiraswasta	24	9,4	100,0
Penghasilan			
< Rp 5.000.000	76	29,9	29,9
Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	114	44,9	74,8
> Rp 10.000.000	64	25,2	100,0

Sumber: data diolah (2021)

Responden dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan (51,2%) dan sisanya berjenis kelamin laki-laki (48,8%). Rentang usia responden milenial dalam penelitian ini mayoritas merupakan milenial dengan kelompok usia 26 hingga 31 tahun (67,7%). Tingkat pendidikan responden didominasi pada pendidikan sarjana atau Strata-1 (77,2%). Selanjutnya, lebih dari 50% jumlah responden melakukan pekerjaan sebagai pegawai swasta (54,7%). Sementara, penghasilan perbulan didominasi oleh responden yang berpenghasilan Rp 5.000.000 hingga Rp 10.000.000 (44,9%).

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan *software* SPSS didapatkan hasil bahwa seluruh indikator penelitian menunjukkan nilai *r*-hitung yang lebih tinggi dari nilai *r*-tabel yaitu lebih dari 0,396 ($n=25$). Sementara itu untuk pengujian reliabilitas didapatkan hasil bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's alpha* $\geq 0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penelitian dapat dinyatakan valid dan reliabel.

3. Uji Korelasi

Berdasarkan hasil uji korelasi sederhana didapatkan hasil bahwa variabel PRE, PSA, PIQ, dan PRK memiliki hubungan yang signifikan dan positif (Tabel 2). Hal tersebut dapat diartikan bahwa jika salah satu variabel meningkat, maka akan meningkatkan variabel lainnya. Namun, hal ini berbeda pada hubungan PRE dengan PRK yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan.

Tabel 2 Hubungan antar variabel PRE, PSA, PIQ, dan PRK

		Total_PRE	Total_PSA	Total_PIQ	Total_PRK
Total_PRE	Pearson Correlation	1	0,604**	0,704**	0,122
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,053
	N	254	254	254	254
Total_PSA	Pearson Correlation	0,604**	1	0,615**	0,227**
	Sig. (2-tailed)	,000		0,000	0,000
	N	254	254	254	254
Total_PIQ	Pearson Correlation	0,704**	0,615**	1	0,180**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		0,004
	N	254	254	254	254
Total_PRK	Pearson Correlation	0,122	0,227**	0,180**	1
	Sig. (2-tailed)	0,053	0,000	0,004	
	N	254	254	254	254

Keterangan: **) terdapat hubungan (signifikan $< 0,05$)

Sumber: data diolah (2021)

Variabel PRE dan PSA memiliki hubungan positif dengan tingkat hubungan yang kuat ($r=0,604$). Hal ini diartikan bahwa variabel PSA dapat dijelaskan oleh variabel PRE

sebesar 60,4%. Selanjutnya, terdapat hubungan positif dengan tingkat hubungan yang kuat antara variabel PRE dengan PIQ ($r=0,704$). Hal ini juga diartikan bahwa variabel PIQ dapat dijelaskan oleh variabel PRE sebesar 70,4%. Variabel PSA dan PRK memiliki hubungan positif dengan tingkat hubungan cukup rendah ($r=0,227$). Hal ini diartikan bahwa variabel PRK dapat dijelaskan oleh variabel PSA sebesar 22,7%. Sementara itu variabel PIQ memiliki hubungan positif dengan PRK, namun memiliki tingkat hubungan yang sangat rendah ($r=0,180$). Hal ini dapat diartikan bahwa variabel PRK dapat dijelaskan oleh variabel PIQ hanya sebesar 18%.

4. Persepsi Responden Terhadap Variabel *Perceived Reputation, Perceived Structural Assurance, Perceived Information Quality, dan Perceived Risk*

Berdasarkan hasil analisis seluruh variabel dengan menggunakan *top two boxes* dan *bottom two boxes* didapatkan beberapa indikator yang menjadi perhatian. Indikator-indikator yang menjadi perhatian pada penelitian ini ditunjukkan pada indikator yang memiliki persentase setuju di bawah rata-rata atau persentase tidak setuju di atas rata-rata setiap variabel. Tabel 3 menunjukkan bahwa terdapat delapan indikator yang menjadi perhatian diantaranya PRE4, PRE5, PSA3, PSA4, PIQ2, PIQ3, PRK2, dan PRK3.

Tabel 3 Hasil analisis *top two boxes* dan *bottom two boxes*

Simbol	Indikator	Persentase (%)	
		Tidak Setuju	Setuju
PRE1	Platform P2P <i>lending</i> dikenal sebagai inovasi layanan keuangan pinjam meminjam selain bank	4,3	95,7
PRE2	Platform P2P <i>lending</i> dikenal sebagai media alternatif berinvestasi	6,3	93,7
PRE3	Platform P2P <i>lending</i> dikenal sebagai perantara pemodal alternatif	3,9	96,1
PRE4*	Popularitas platform P2P <i>lending</i> dapat memengaruhi pandangan untuk berinvestasi	8,7	91,3
PRE5*	Platform P2P <i>lending</i> memiliki reputasi yang baik	14,2	85,8
Rata-rata <i>Perceived Reputation</i>		7,5	92,5
PSA1	Keyakinan bahwa platform P2P <i>Lending</i> memiliki perlindungan hukum untuk memastikan keberhasilan transaksi	8,7	91,3
PSA2	Keyakinan bahwa teknologi keamanan (enkripsi) di platform P2P <i>Lending</i> cukup melindungi transaksi secara <i>online</i>	12,6	87,4
PSA3*	Keyakinan bahwa perlindungan privasi di platform P2P <i>Lending</i> memberikan rasa aman dalam bertransaksi	17,3	82,7

Simbol	Indikator	Persentase (%)	
		Tidak Setuju	Setuju
PSA4*	Keyakinan bahwa terdapat jaminan asuransi untuk melindungi dana investasi di platform P2P <i>Lending</i> jika terjadi gagal bayar oleh peminjam	16,9	83,1
Rata-rata <i>Perceived Structural Assurance</i>		13,9	86,1
PIQ1	Platform P2P <i>Lending</i> menyediakan informasi mengenai peminjam	6,3	93,7
PIQ2*	Platform P2P <i>Lending</i> menyediakan informasi yang dapat dipercaya	10,2	89,8
PIQ3*	Platform P2P <i>Lending</i> menyediakan informasi yang bermanfaat	9,0	91,0
PIQ4	Platform P2P <i>Lending</i> memberikan informasi mengenai investasi	4,3	95,7
PIQ5	Platform P2P <i>Lending</i> memberikan informasi mengenai pinjaman	4,7	95,3
Rata-rata <i>Perceived Information Quality</i>		6,9	93,1
PRK1	Investasi melalui platform P2P <i>Lending</i> berpeluang tidak memberikan hasil yang diharapkan	49,2	50,8
PRK2*	Investasi melalui platform P2P <i>Lending</i> dapat menimbulkan kerugian keuangan	29,1	70,9
PRK3*	Investasi melalui platform P2P <i>Lending</i> akan menghabiskan banyak waktu untuk mengidentifikasi informasi peminjam	44,5	55,5
PRK4	Investasi melalui platform P2P <i>Lending</i> akan menyebabkan hilangnya kontrol privasi	46,5	53,5
PRK5	Investasi melalui platform P2P <i>Lending</i> menimbulkan kerugian sosial karena mendapatkan sentimen negatif dari orang terdekat	61,0	39,0
Rata-rata <i>Perceived Risk</i>		46,0	54,0

Keterangan: *) indikator yang menjadi perhatian

Sumber: data diolah (2021)

Perceived Reputation (PRE4 & PRE5)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keseluruhan indikator *perceived reputation* didapatkan rata-rata persentase responden yang menyatakan tidak sependapat sebesar 7,5% dan responden yang menyatakan sependapat sebesar 92,5%. Oleh karena itu, indikator yang menyatakan bahwa popularitas platform P2P *lending* dapat memengaruhi pandangan untuk berinvestasi (PRE4) dan platform P2P *lending* memiliki reputasi yang baik (PRE5) termasuk dalam indikator yang menjadi perhatian. Hal ini menunjukkan persepsi generasi milenial terhadap kedua indikator tersebut masih cukup rendah

dibandingkan indikator lainnya, khususnya indikator PRE5 yang berada di bawah rata-rata. Karena tidak mencapai 100% responden milenial pada penelitian ini yang sependapat bahwa platform P2P *lending* memiliki reputasi yang baik. Penelitian Wang et al. (2014) menyatakan bahwa terdapat kecenderungan bagi investor yang belum memiliki pengalaman di P2P *lending* untuk bergantung pada reputasi platform tersebut. Sementara, reputasi dikaitkan dengan proses sosial yang bergantung pada interaksi yang dilakukan oleh konsumen dan penyelenggara di masa lalu (Collier & Hampshire, 2010).

Perceived Structural Assurance (PSA3 & PSA4)

Secara keseluruhan rata-rata responden yang menyatakan sependapat dengan semua indikator *perceived structural assurance* sebesar 86,1% dan yang tidak sependapat sebesar 13,9%. Terdapat dua indikator yang menjadi perhatian pada penelitian ini karena memiliki persentase tidak sependapat di atas rata-rata yaitu keyakinan bahwa perlindungan privasi di platform P2P *lending* memberikan rasa aman dalam bertransaksi (PSA3: 17,3%) dan keyakinan bahwa terdapat jaminan asuransi untuk melindungi dana investasi di platform P2P *lending* jika terjadi gagal bayar oleh peminjam (PSA4: 16,9%). Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapatnya persepsi dari generasi milenial yang memiliki ketidakpercayaan terhadap perlindungan privasi serta jaminan asuransi dalam platform P2P *lending*. Responden menyatakan bahwa jaminan asuransi tidak cukup kuat untuk meyakinkan perlindungan dana investasi apabila terjadi gagal bayar dari peminjam. Lebih lanjut dalam konteks perlindungan privasi, elemen digital pada layanan *fintech* memungkinkan akan menimbulkan kekhawatiran dalam penggunaannya karena internet merupakan jaringan terbuka tanpa kontrol manusia secara langsung (Kim et al., 2010; Wang et al., 2019).

Perceived Information Quality (PIQ2 & PIQ3)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keseluruhan indikator *perceived information quality* didapatkan rata-rata persentase responden yang menyatakan tidak sependapat sebesar 6,9% dan responden yang menyatakan sependapat sebesar 93,1%. Namun, terdapat indikator yang menjadi perhatian karena memiliki persentase tidak sependapat di atas rata-rata. Indikator tersebut diantaranya platform P2P *lending* menyediakan informasi yang dapat dipercaya (PIQ2: 10,2%) dan platform P2P *lending* menyediakan informasi yang bermanfaat (PIQ3: 9,0%). Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua generasi milenial mempercayai informasi yang tersedia atau diberikan di platform P2P *lending*. Selain itu, terdapat pernyataan yang diungkapkan oleh responden bahwa masih belum terdapat informasi mengenai transparansi dana yang digunakan jika memberikan pinjaman kepada peminjam.

Perceived Risk (PRK2 & PRK3)

Secara keseluruhan rata-rata responden yang sependapat dengan indikator-indikator dari variabel *perceived risk* sebesar 54,0%, sedangkan yang tidak sependapat sebesar 46,0%. Indikator variabel *perceived risk* merupakan pernyataan negatif mengenai resiko

yang akan dirasakan oleh konsumen jika menggunakan platform P2P *lending*. Terdapat dua indikator yang menjadi perhatian karena memiliki persentase sependapat di atas rata-rata diantaranya indikator yang menyatakan bahwa investasi melalui platform dapat menimbulkan kerugian keuangan (PRK2: 70,9%) dan investasi melalui platform P2P *lending* akan menghabiskan banyak waktu untuk mengidentifikasi informasi peminjam (PRK3: 55,5%). Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial masih memiliki persepsi yang kuat mengenai resiko kerugian keuangan jika berinvestasi di platform P2P *lending*. Selain itu, terdapat asumsi bahwa dengan terlalu banyak informasi akan menghabiskan waktu tambahan untuk menyaring informasi, sedangkan banyak informasi yang harus diperhatikan secara menyeluruh.

5. Hubungan Antara Karakteristik Demografi Responden dengan Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan dengan karakteristik demografi responden adalah variabel dengan indikator yang menjadi perhatian pada analisis sebelumnya (Tabel 3). Indikator tersebut diantaranya popularitas platform P2P *lending* dapat memengaruhi pandangan untuk berinvestasi (PRE4), platform P2P *lending* memiliki reputasi yang baik (PRE5), keyakinan bahwa perlindungan privasi di platform P2P *lending* memberikan rasa aman dalam bertransaksi (PSA3), keyakinan bahwa terdapat jaminan asuransi untuk melindungi dana investasi di platform P2P *lending* jika terjadi gagal bayar oleh peminjam (PSA4), platform P2P *lending* menyediakan informasi yang dapat dipercaya (PIQ2), platform P2P *lending* menyediakan informasi yang bermanfaat (PIQ3), investasi melalui platform P2P *lending* dapat menimbulkan kerugian keuangan (PRK2), dan investasi di platform P2P *lending* akan menghabiskan banyak waktu untuk mengidentifikasi informasi peminjam (PRK3).

Tabel 4 Hasil analisis *crosstabulation* karakteristik demografi dengan indikator

Karakteristik Demografi	<i>Asymp. Sig (2-sided) Chi-Square Test</i>							
	PRE4	PRE5	PSA3	PSA4	PIQ2	PIQ3	PRK2	PRK3
Jenis kelamin	0,073	0,064	0,287	0,003*	0,623	0,411	0,018*	0,033*
Usia	0,165	0,025*	0,340	0,470	0,223	0,143	0,011*	0,193
Pendidikan	0,429	0,178	0,424	0,530	0,212	0,183	0,575	0,147
Pekerjaan	0,689	0,283	0,161	0,075	0,182	0,068	0,664	0,001*
Penghasilan	0,031*	0,630	0,021*	0,560	0,060	0,066	0,294	0,292

Keterangan: *) terdapat hubungan nyata pada *Asymp.Sig* < 0,05

Sumber: data diolah (2021)

Berdasarkan hasil analisis *crosstabulation* terlihat bahwa terdapat beberapa indikator memiliki hubungan dengan karakteristik demografi yang ditunjukkan dari nilai *Asymp.Sig (2-sided)* < 0,05 (Tabel 4). Variabel *perceived reputation* yaitu indikator PRE4 memiliki hubungan dengan karakteristik demografi berdasarkan penghasilan responden, sedangkan indikator PRE5 memiliki hubungan dengan usia responden. Selanjutnya,

variabel *perceived structural assurance* yaitu indikator PSA3 memiliki hubungan dengan penghasilan responden, sedangkan indikator PSA4 memiliki hubungan dengan jenis kelamin. Indikator pada variabel *perceived information quality* tidak memiliki hubungan dengan seluruh karakteristik demografi responden. Berikutnya, variabel *perceived risk* yaitu indikator PRK2 memiliki hubungan dengan karakteristik demografi berdasarkan jenis kelamin dan usia responden, sedangkan indikator PRK3 memiliki hubungan dengan jenis kelamin dan pekerjaan responden.

6. Perbedaan persepsi Antara Karakteristik Demografi Responden dengan Variabel Penelitian

Hasil analisis uji-t dengan sampel independen yaitu jenis kelamin didapatkan hasil bahwa ditemukan adanya perbedaan persepsi yang signifikan ditinjau berdasarkan indikator dari *perceived reputation* bahwa platform P2P *lending* memiliki reputasi yang baik (PRE5). Responden berjenis kelamin pria (rata-rata=3,37) memiliki persepsi yang lebih tinggi daripada responden berjenis kelamin wanita (rata-rata=3,08) mengenai pernyataan tersebut. Selanjutnya dengan uji ANOVA, didapatkan hasil bahwa usia milenial yang terbagi atas tiga kelompok yaitu rentang usia 20 – 25 tahun, 26 – 31 tahun, dan 32 – 38 tahun tidak ditemukan adanya perbedaan persepsi yang signifikan terhadap seluruh indikator yang ditinjau dari masing-masing variabel penelitian. Hal yang sama juga didapatkan bahwa tidak ditemukan perbedaan persepsi yang signifikan berdasarkan pekerjaan responden (mahasiswa, ibu rumah tangga, ASN/POLRI/TNI, pegawai swasta, pegawai BUMN, dan wiraswasta) terhadap seluruh indikator pada setiap variabel yang menjadi perhatian.

Selanjutnya, ditemukan perbedaan persepsi yang signifikan antara responden yang berpendidikan terakhir SMA, diploma, sarjana, dan pascasarjana terhadap pernyataan dari variabel *perceived information quality* bahwa platform P2P *lending* menyediakan informasi yang bermanfaat (PIQ3). Responden berpendidikan terakhir sebagai pascasarjana memiliki persepsi yang lebih rendah (rata-rata=3,10) dibandingkan responden dengan pendidikan terakhir SMA, diploma, ataupun sarjana. Berikutnya terdapat perbedaan persepsi yang signifikan berdasarkan tingkat penghasilan responden yang ditinjau berdasarkan indikator dari *perceived risk* bahwa investasi melalui platform P2P *lending* dapat menimbulkan kerugian keuangan (PRK2). Responden dengan penghasilan kurang dari lima juta (rata-rata=3,18) memiliki persepsi lebih tinggi dibandingkan responden dengan penghasilan lebih dari sepuluh juta (rata-rata=2,78) ataupun penghasilan diantara lima juta sampai sepuluh juta (rata-rata=2,97).

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, terdapat beberapa hal yang dapat dipertimbangkan untuk dilakukan oleh penyelenggara dalam rangka meningkatkan persepsi generasi milenial terhadap penggunaan platform P2P *lending* untuk berinvestasi. Penyelenggara dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan kembali reputasinya dengan cara menyediakan layanan prima yang cepat dan tanggap (*customer service/call*

center) untuk investor yang sudah ada, dengan demikian investor dapat menyebarkan keunggulan layanan pada platform P2P *lending* kepada calon investor. Selanjutnya, penyelenggara dapat meningkatkan kembali jaminan perlindungan tersebut dengan cara mengadopsi teknologi canggih mengenai perlindungan privasi untuk dapat mengurangi kekhawatiran. Kemudian penyelenggara dapat meningkatkan kembali kualitas informasi yang sudah ada dengan menyediakan laporan berkala tentang penggunaan modal usaha yang sudah diinvestasikan oleh investor sebelumnya. Lebih lanjut, penyelenggara dapat mempertimbangkan untuk memperhatikan karakteristik demografi responden karena terdapat hubungan dan perbedaan persepsi mengenai platform P2P *lending* berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan.

Kesimpulan

Hasil penelitian menyimpulkan terdapat indikator yang menjadi perhatian dan difokuskan agar dapat dilakukan perbaikan untuk meningkatkan persepsi generasi milenial terhadap platform P2P *lending*. Dalam hal ini, persepsi milenial masih rendah mengenai reputasi dari platform P2P *lending* dan popularitas dari platform tersebut tidak memengaruhi milenial untuk berinvestasi. Selain itu masih terdapat keraguan mengenai perlindungan privasi atas penyalahgunaan data pribadi serta jaminan asuransi yang diberikan untuk dapat melindungi dana investasi. Lebih lanjut, informasi yang diberikan platform P2P *lending* tidak sepenuhnya dipercayai oleh milenial dan masih terdapat milenial yang memiliki persepsi bahwa informasi yang diberikan tersebut tidak sepenuhnya bermanfaat. Berdasarkan resiko yang dirasakan oleh milenial masih terdapat persepsi yang cukup kuat mengenai resiko kerugian keuangan.

Beberapa indikator memiliki hubungan dengan karakteristik demografi responden milenial dalam penelitian ini. Namun, indikator pada *perceived information quality* tidak memiliki hubungan dengan seluruh karakteristik demografi. Selanjutnya, popularitas platform P2P *lending* dalam memengaruhi pandangan untuk berinvestasi memiliki hubungan dengan pekerjaan responden, sementara itu terdapat hubungan antara persepsi mengenai platform P2P *lending* memiliki reputasi yang baik dengan rentang usia milenial dalam penelitian ini. Adanya keyakinan bahwa terdapat perlindungan privasi di platform P2P *lending* memiliki hubungan dengan penghasilan responden, sedangkan keyakinan bahwa terdapat jaminan asuransi memiliki hubungan dengan jenis kelamin. Persepsi mengenai resiko yang akan dirasakan khususnya kerugian keuangan memiliki hubungan dengan jenis kelamin dan rentang usia milenial, sementara persepsi mengenai resiko kehilangan waktu untuk mengidentifikasi informasi peminjam memiliki hubungan dengan jenis kelamin dan pekerjaan.

Selanjutnya, platform P2P *lending* memiliki reputasi yang baik dipersepsikan berbeda oleh karakteristik demografi responden khususnya jenis kelamin pria dan wanita. Selain itu, platform P2P *lending* menyediakan informasi yang bermanfaat nyatanya dipersepsikan berbeda berdasarkan tingkat pendidikan responden, sedangkan resiko kerugian keuangan jika berinvestasi di platform P2P *lending* dipersepsikan berbeda berdasarkan tingkat penghasilan responden. Karakteristik demografi seperti usia dan

pekerjaan tidak memiliki perbedaan persepsi secara signifikan terhadap indikator lainnya. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan komponen afektif menyangkut faktor emosional yang dapat memengaruhi persepsi responden.

Bibliography

- Abrar, M. & Handoyo, R. D. (2020). Karakteristik dan Kesenjangan Spasial Pengguna Internet, E-Commerce, serta E-Banking di Jawa Timur. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(1), 61-67.
- Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., Lal, B., & Williams, M. D. (2015). Adoption of mobile banking in Jordan: Exploring demographic differences on customers' perceptions. *International Federation for Information Processing*, 2015:13-23.
- Anggelina, J. & Japariato, E. (2014). Analisis pengaruh sikap, subjective norm dan perceived behavioral control terhadap purchase intention pelanggan SOGO Departement Store di Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-7.
- Asosiasi Fintech Indonesia. (2019). Fintech Landscape di Indonesia. Retrieved May 27, 2020 from <https://klcfiles.kemenkeu.go.id/2019/08/4-Reynold-Wijaya-Fintech-Landscape-di-Indonesia.pdf>.
- Bayyurt, N., Karişık, V., & Coşkun, A. (2013). Gender Differences in Investment Preferences. *European Journal of Economic & Political Studies*, 6(1), 71–84.
- Bock, G. W., Lee, J., Kuan, H. H., & Kim, J. H. (2012). The progression of online trust in the multi-channel retailer context and the role of product uncertainty. *Decision Support Systems*, 53(1), 97–107.
- Chavali, K., & Mohan Raj, P. (2016). Impact of demographic variables and risk tolerance on investment decisions: An empirical analysis. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(1), 169–175.
- Chen, D., Lou, H., & Van Slyke, C. (2015). Toward an understanding of online lending intentions: Evidence from a survey in China. *Communications of the Association for Information Systems*, 36(1), 317–336.
- Collier, B. C., & Hampshire, R. (2010). Sending mixed signals: Multilevel reputation effects in peer-to-peer lending markets. *Proceedings of the 2010 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*, 197–206.
- Diana, N., & Leon, F. M. (2020). Factors Affecting Continuance Intention of FinTech Payment among Millennials in Jakarta. *European Journal of Business and Management Research*, 5(4), 1–9.
- Diana, R. (2019). Analisis aksesibilitas permodalan usaha mikro kecil pada lembaga keuangan formal di Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 27(1), 67–80.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *International Journal of Human Computer Studies*, 59(4),

451–474.

- Ghasemaghaei, M., & Hassanein, K. (2016). A macro model of online information quality perceptions: A review and synthesis of the literature. *Computers in Human Behavior, 55*, 972–991.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS edisi 3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS 22.00, LISREL 8.80 dan Smart PLS 3.0*. Jakarta: PT Intermedia Personalia Utama.
- Ichwan, I., & Kasri, R. (2019). Why are youth intent on investing through peer to peer lending? Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance, 5*(4), 741–762.
- Jakpat. (2018). Indonesian millennials investment trend 2018 – survey report. Retrieved December 18, 2020 from <https://blog.jakpat.net/indonesian-millennials-investment-trend-2018-survey-report/>.
- Kgoroadira, R. (2014). *The impact of commercial peer-to-peer lending websites on the finance of small business ventures*. Cranfield University.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems, 44*(2), 544–564.
- Kim, J. U., Kim, W. J., & Park, S. C. (2010). Consumer perceptions on web advertisements and motivation factors to purchase in the online shopping. *Computers in Human Behavior, 26*(5), 1208–1222.
- Koufaris, M., & Hampton-Sosa, W. (2004). The development of initial trust in an online company by new customers. *Information & Management, 41*(3), 377–397.
- Leon, S. (2018). Service mobile apps: a millennial generation perspective. *Industrial Management & Data Systems, 118*(9), 1837–1860.
- Marriott, H. R., & Williams, M. D. (2018). Exploring consumers perceived risk and trust for mobile shopping: A theoretical framework and empirical study. *Journal of Retailing and Consumer Services, 42*, 133–146.
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management, 34*(1), 1–13.
- OJK (Otoritas Jasa Keuangan). (2020). Statistik Fintech Lending Periode Desember 2020. Retrieved February 27, 2021 from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Pages/-Statistik-Fintech-Lending-Periode-Desember-2020.asp>

- Park, J., Amendah, E., Lee, Y., & Hyun, H. (2019). M-payment service: Interplay of perceived risk, benefit, and trust in service adoption. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 1-13.
- Puteri, F. S., Handayani, P. W., Azzahro, F., & Pinem, A. A. (2019). Analysis of Investor Intention to Invest Capital in Small and Medium Enterprises through Peer-to-Peer Lending in Indonesia. *2018 International Conference on Computing, Engineering, and Design (ICCED)*, 87–92.
- Sánchez-Alzate, J. A., & Sánchez-Torres, J. A. (2017). Analysis of social factors and their relationship with perceived risk for e-commerce purchases. *Dyna*, 84(200), 335–341.
- Santoso, S. (2014). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: Gramedia.
- Septarizki, R., & Wijaya, C. (2020). The Effect of P2P Lending Platform Reputation on Lender's Investment Decision in Indonesia. *International Journal of Management*, 11(5), 718–727.
- Wang, M., Wang, T., Kang, M., & Sun, S. (2014). Understanding Perceived Platform Trust and Institutional Risk in Peer-to-Peer Lending Platforms from Cognition-Based and Affect-Based Perspectives. *Proceedings - Pacific Asia Conference on Information Systems, PACIS*, 208.
- Wang, Z., Guan, Z., Hou, F., Li, B., & Zhou, W. (2019). What determines customers' continuance intention of FinTech? Evidence from YuEbao. *Industrial Management & Data Systems*. 119(8):1625–1637.
- Wijayani, R. (2017). *Perlindungan hak konsumen selaku debitur dan kreditur pada transaksi peer-to-peer (P2P) lending financial technology*. Universitas Gadjah Mada.
- Yang, Q., & Lee, Y.C. (2016). Influencing factors on the lending intention of online peer-to-peer lending: Lessons from Renrendai. com. *The Journal of Information Systems*, 25(2), 79–110.