

Analisis Persepsi Nilai dan Risiko sebagai Determinan Intensi Penggunaan Layanan Pinjaman Online Berbasis Syariah

Sunaryono

Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Ekonomi Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 2025,3-12

Revised 2025, 4-02

Accepted, 2025,4-24

Keywords:

Pinjaman, Nilai, Risiko, Niat, Keamanan.

ABSTRACT

Dalam dunia keuangan digital yang terus berkembang, layanan pinjaman online Islam telah muncul sebagai alternatif yang didorong oleh keyakinan terhadap platform konvensional. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana nilai yang dipersepsikan dan risiko yang dipersepsikan mempengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi layanan pinjaman digital Islam. Berdasarkan data dari kuesioner, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis persepsi pengguna terkait kualitas layanan, keamanan data, kenyamanan, dan kekhawatiran etis. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa nilai yang dipersepsikan seperti kemudahan akses, transparansi, dan kesesuaian dengan prinsip-prinsip Syariah memainkan peran penting dalam membentuk niat pengguna. Sementara itu, risiko yang dipersepsikan termasuk ancaman siber, ketidakpastian regulasi, dan penyalahgunaan data pribadi berfungsi sebagai hambatan yang signifikan. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pengembang fintech, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan yang ingin mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan di sektor pinjaman digital Islam.

In the ever-evolving world of digital finance, Islamic online lending services have emerged as a faith-driven alternative to conventional platforms. This study explores how perceived value and perceived risk influence users' intention to adopt Islamic digital lending services. Drawing from a questionnaire-based dataset, this research employs a quantitative approach to analyze users' perceptions surrounding service quality, data security, convenience, and ethical concerns. The findings reveal that perceived value such as ease of access, transparency, and alignment with Sharia principles plays a significant role in shaping user intention. Meanwhile, perceived risk including cyber threats, regulatory uncertainty, and misuse of personal data serves as a critical deterrent. The study offers valuable insights for fintech developers, policymakers, and stakeholders seeking to promote sustainable growth in the Islamic digital lending sector. terjemahkan ke indonesia.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



Corresponding Author:

Sunaryono,
Administrasi Bisnis, Institut Bisnis dan Ekonomi Indonesia
Sunaryono.pmd@gmail.com

Pendahuluan

Dalam era digital, transformasi sektor keuangan global telah menghasilkan inovasi signifikan termasuk layanan pinjaman online berbasis syariah, yang mengintegrasikan prinsip keuangan modern dengan nilai-nilai Islam yang etis dan adil (Gupta, 2024; Haidar, 2024). Layanan ini menawarkan alternatif baru bagi konsumen dengan menggabungkan kemudahan akses digital dan standar kepatuhan syariah, sehingga memberikan keunggulan dari sisi nilai yang dirasakan. Namun, pertumbuhan yang pesat dalam industri ini juga menimbulkan perhatian terhadap keseimbangan antara nilai yang dirasakan *perceived value* dan risiko yang dirasakan (*perceived risk*) yang dihadapi oleh para pengguna (Silva et al., 2023; Yadav & Shanmugam, 2024).

Penelitian terkait digital lending telah mengungkap bahwa faktor-faktor seperti keamanan,

kemudahan penggunaan, dan kepercayaan memainkan peran sentral dalam membentuk persepsi nilai dan risiko (Yadav & Shanmugam, 2024). Dalam konteks pinjaman online berbasis syariah, dimensi religiositas dan kepatuhan terhadap prinsip etika Islam menambah lapisan kompleksitas. Misalnya, Hanif dan Santosa (2023) menemukan bahwa keterkaitan antara kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan tingkat religiositas dapat secara signifikan mempengaruhi keputusan para lender Muslim untuk menggunakan platform peer-to-peer lending syariah. Temuan ini didukung oleh Al-Rasyid et al. (2023) yang menekankan bahwa penekanan pada kepercayaan dan kemudahan penggunaan harus dipadukan dengan nilai-nilai religius untuk meningkatkan adopsi layanan tersebut, sehingga risiko yang dirasakan dapat diminimalisir.

Lebih lanjut, studi oleh Majid (2021) menyatakan bahwa religiositas memegang peranan penting dalam menjelaskan niat penggunaan Islamic FinTech, khususnya di kalangan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (MSME), di mana pemahaman dan internalisasi nilai-nilai syariah dapat meningkatkan persepsi nilai dan meredakan kekhawatiran terkait risiko. Dalam hal ini, literasi keuangan syariah yang semakin berkembang menjadi faktor penting untuk meningkatkan pemahaman konsumen mengenai operasi dan mekanisme pinjaman online berbasis syariah. Penelitian oleh Mahmud et al. (2024) juga mengungkapkan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah berpotensi berperan sebagai variabel moderasi yang mengubah dampak risiko terhadap niat adopsi layanan pinjaman digital, sehingga memberikan sinergi antara nilai yang dirasakan dan pengurangan risiko yang dirasakan.

Selain itu, penerapan model adopsi teknologi (*TAM*) dalam analisis perilaku konsumen telah berhasil mengintegrasikan aspek *perceived risk* dan *perceived value* dalam konteks layanan digital. Yadav dan Shanmugam (2024) mengemukakan bahwa variabel seperti keamanan dan kemudahan penggunaan, bila dikombinasikan dengan persepsi risiko yang dikontrol dengan baik, dapat meningkatkan niat penggunaan secara signifikan. Penelitian lain oleh Novianti dan Syamlan (2024) mendukung temuan tersebut dengan menyoroti bahwa keputusan investasi melalui platform teknologi keuangan syariah sangat dipengaruhi oleh persepsi nilai dan risiko, serta oleh norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku.

Dalam ekosistem fintech syariah yang terus berkembang, banyak pengguna mengapresiasi layanan pinjaman online sebagai solusi yang praktis, cepat, dan sesuai dengan prinsip syariah karena memberikan nilai tambah berupa transparansi, kemudahan akses, serta jaminan keberkahan (Kurniaputri & Fatwa, 2022; Sunaryono, 2022; Suzianti et al., 2021). Penggabungan nilai-nilai etis dalam operasional digital lending berbasis syariah tidak hanya menarik minat konsumen yang mengutamakan kemudahan dan keadilan, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif bagi penyedia layanan melalui peningkatan kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Kurniaputri & Fatwa, 2022). Di sisi lain, fenomena ini memicu kekhawatiran terkait perlindungan data pribadi, potensi penyalahgunaan layanan, dan ketidakpastian regulasi yang berdampak pada persepsi risiko di kalangan pengguna (Ehimuan et al., 2024; Widiarty & Tehupeiory, 2024).

Dalam konteks persepsi nilai dan risiko, beberapa studi telah mengidentifikasi bahwa nilai tambah yang dirasakan melalui aspek transparansi, kemudahan akses, dan keberkahan menjadi faktor pendorong utama niat pengguna untuk memanfaatkan layanan fintech syariah (Kurniaputri & Fatwa, 2022; Ryu, 2018; Sunaryono, 2024). Namun, secara bersamaan, kekhawatiran terkait keamanan data dan penyalahgunaan informasi pribadi dapat mengurangi kepercayaan pengguna, sehingga menurunkan minat adopsi platform tersebut (Ehimuan et al., 2024; Widiarty & Tehupeiory, 2024). Hal ini menuntut adanya pendekatan holistik yang tidak hanya mempromosikan manfaat layanan, tetapi juga menggabungkan penguatan regulasi dan penerapan etika digital sesuai dengan nilai-nilai Islam dalam pengelolaan data konsumen, sehingga dapat mengurangi persepsi risiko (Saputra et al., 2022).

Lebih lanjut, penelitian juga menunjukkan bahwa bagi regulator dan penyedia layanan, pemahaman mendalam tentang keseimbangan antara nilai yang dirasakan dan risiko yang ditakuti sangat penting untuk merumuskan kebijakan dan strategi operasional yang mendukung keberlanjutan layanan fintech syariah (Kurniaputri & Fatwa, 2022; Ryu, 2018). Peran hukum dan standar perlindungan konsumen menjadi kerangka acuan penting untuk menghadirkan sistem keuangan digital yang inklusif, aman, dan berkeadilan (Widiarty & Tehupeiory, 2024). Dengan demikian, pengembangan kebijakan yang melibatkan stakeholder secara komprehensif menjadi kunci untuk mengoptimalkan manfaat bagi masyarakat sekaligus meminimalisir risiko penyalahgunaan layanan dalam era transformasi digital (Ehimuan et al., 2024; Saputra et al., 2022).

Secara keseluruhan, literatur yang ada menunjukkan bahwa dalam era digital, kesuksesan layanan pinjaman online berbasis syariah sangat bergantung pada bagaimana pengguna

menyeimbangkan nilai yang mereka rasakan terhadap manfaat layanan dengan risiko yang mereka khawatirkan. Pendekatan yang mengintegrasikan literasi keuangan, kepercayaan, dan dimensi religiusitas menjadi kunci strategis untuk memperkuat positifnya persepsi nilai dan sekaligus mengurangi persepsi risiko, sehingga berpotensi mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan industri FinTech syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan pendekatan holistik yang menggabungkan data kuesioner berbasis persepsi pengguna terhadap tiga variabel utama: nilai, risiko, dan niat penggunaan. Hasil temuan diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan kebijakan dan praktik terbaik di sektor pinjaman online syariah.

Kajian Teori

Dalam kerangka teoretis, konsep nilai yang dipersepsikan didefinisikan sebagai persepsi individu terhadap manfaat yang diperoleh dari suatu produk atau layanan relatif terhadap pengorbanan atau biaya yang harus dikeluarkan (Harsono et al., 2023). Dalam hal ini, teori *Expectancy-Value* sebagai aspek fundamental dari *Expectancy-Value Theory* bersama dengan *Theory of Reasoned Action (TRA)* menjelaskan bahwa keyakinan individu dan nilai-nilai yang mereka anut secara langsung mempengaruhi perilaku mereka (Harsono et al., 2023; Hasibuan, 2021). Konsep ini menekankan bahwa apabila seseorang percaya bahwa keuntungan seperti kemudahan akses, kecepatan layanan, transparansi informasi, dan kesesuaian dengan prinsip syariah lebih besar daripada biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan, maka ia cenderung menunjukkan niat untuk menggunakan layanan tersebut.

Dalam konteks pinjaman online syariah, beberapa penelitian mengintegrasikan konstruk nilai seperti "price value" dan "performance expectancy" untuk mengukur nilai yang dipersepsikan, dengan memanfaatkan kerangka kerja *UTAUT2* yang secara implisit mengadopsi landasan *Expectancy-Value Theory* (Harsono et al., 2023; Hasibuan, 2021). Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa pelanggan yang dapat mengidentifikasi nilai tambah melalui aspek kemudahan, kecepatan, dan transparansi akan lebih percaya pada keberkahan dan kesesuaian produk dengan prinsip syariah. Dengan demikian, transformasi nilai persepsi ini tidak hanya meningkatkan minat adopsi layanan fintech syariah, tetapi juga memainkan peranan penting dalam membentuk sikap dan niat penggunaan yang berkelanjutan (Harsono et al., 2023; Hasibuan, 2021).

Dalam literatur mengenai adopsi layanan teknologi finansial, risiko yang dipersepsikan didefinisikan sebagai penilaian subjektif pengguna terhadap potensi kerugian atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi akibat penggunaan layanan tersebut (Ali et al., 2021). Dalam konteks fintech syariah, risiko ini meliputi berbagai dimensi yang spesifik, seperti risiko privasi (misalnya, terkait pengelolaan data pribadi), risiko hukum dan regulasi (terkait kepatuhan syariah dan peraturan pemerintah), risiko operasional (misalnya, kelancaran sistem dan keamanan transaksi), serta risiko etika (terkait kesesuaiannya dengan nilai-nilai Islam) (Ali et al., 2021).

Pendekatan psikologis dan perilaku konsumen menekankan bahwa persepsi risiko secara signifikan dapat menurunkan niat untuk mengadopsi teknologi baru, karena individu cenderung menghindari situasi di mana potensi kerugian dirasakan lebih tinggi dari manfaat yang diperoleh Ali et al. (2021). Penelitian oleh Ali et al. (2021) menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko, terutama dalam konteks fintech syariah, maka kepercayaan konsumen terhadap layanan tersebut semakin menurun, yang pada gilirannya berdampak negatif pada niat penggunaan. Temuan serupa juga diungkap oleh Hesniati dan Limgestu (Hesniati & Limgestu, 2023), yang menyoroti bahwa variabel risiko menjadi salah satu determinan penting yang menghambat adopsi, meskipun faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan dan dukungan pemerintah turut mempengaruhi.

Selain itu, beberapa penelitian juga mengindikasikan bahwa risiko yang dipersepsikan tidak hanya berdampak secara langsung terhadap niat penggunaan, tetapi dapat memediasi hubungan antara kepercayaan dan adopsi teknologi finansial (Diéguez et al., 2023). Di samping itu, pendekatan teoritis yang menggabungkan model adopsi teknologi seperti *TAM* dan kerangka perilaku konsumen menunjukkan bahwa persepsi risiko harus dikelola secara efektif melalui peningkatan transparansi, keamanan operasional, dan kepatuhan terhadap standar regulasi agar dapat meminimalkan kekhawatiran publik (Hesniati & Limgestu, 2023). Dengan upaya tersebut, diharapkan terdapat keseimbangan antara dorongan untuk inovasi melalui adopsi fintech syariah dan perlindungan

terhadap potensi kerugian bagi konsumen, sehingga menciptakan ekosistem layanan keuangan digital yang inklusif, aman, dan berkeadilan.

Dalam ranah teori perilaku pengguna, *User Intention to Use* didefinisikan sebagai keinginan atau niat individu untuk terus menggunakan atau merekomendasikan suatu layanan di masa depan, yang secara mendasar mencakup mekanisme pembentukan perilaku berdasarkan persepsi terhadap manfaat dan risiko teknologi (Davis, 1989). Dalam model *Technology Acceptance Model (TAM)*, niat penggunaan terbentuk dari persepsi tentang kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), yang kemudian berpengaruh pada perilaku penggunaan aktual (Davis, 1989). Selaras dengan hal tersebut, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* mengemukakan bahwa faktor-faktor seperti harapan kinerja (*performance expectancy*), usaha yang diperlukan (*effort expectancy*), pengaruh sosial, dan kondisi pendukung secara signifikan membentuk niat penggunaan, yang seiring berjalannya waktu akan merefleksikan perilaku pengguna yang nyata (Alkhwaldi et al., 2022; Pedrotti & Nistor, 2016).

Selain itu, persepsi terhadap risiko juga memiliki peran krusial dalam mempengaruhi niat penggunaan. Pengguna akan cenderung menolak atau mengurangi intensi menggunakan teknologi apabila mereka menilai potensi kerugian yang mungkin timbul lebih tinggi daripada manfaatnya. Dengan demikian, dalam konteks layanan fintech termasuk layanan pinjaman online syariah pemahaman mendalam mengenai persepsi nilai (*perceived value*) dan risiko (*perceived risk*) menjadi penting untuk merumuskan intervensi strategis yang mampu mengoptimalkan loyalitas pengguna dan keberlanjutan adopsi layanan (Chan & Hashim, 2023). Studi empiris oleh Chan dan Hashim (2023) menunjukkan bahwa atribut-atribut teknologi serta persepsi atas keamanan dan efektivitas operasional secara langsung mempengaruhi intensi penggunaan yang selanjutnya berkorelasi dengan loyalitas pengguna dalam jangka panjang.

Oleh karena itu, integrasi temuan dari *TAM* dan *UTAUT* memberikan kerangka analitis yang komprehensif untuk memahami bagaimana persepsi terhadap manfaat dan risiko dapat merangsang niat penggunaan, dan akhirnya mengarah pada perilaku penggunaan aktual yang konsisten. Temuan-temuan ini tidak hanya penting bagi pengembangan strategi pemasaran dan desain layanan, tetapi juga memberikan landasan empiris bagi pembentukan kebijakan yang mendukung adopsi teknologi di sektor keuangan digital, termasuk fintech syariah (Alkhwaldi et al., 2022; Chan & Hashim, 2023).

Dengan mempertemukan benang merah antara persepsi nilai, persepsi risiko, dan intensi penggunaan, kerangka teoretis ini membentuk mozaik yang menjelaskan dinamika psikologis konsumen dalam konteks adopsi layanan pinjaman online berbasis syariah. Nilai yang dirasakan sebagai manfaat seperti kemudahan, kecepatan, dan kesesuaian dengan prinsip syariah beradu dengan bayang-bayang risiko yang melekat pada dunia digital, mulai dari kerentanan data hingga keraguan akan kepatuhan syariah. Dalam tarikan dua kutub ini, terbentuklah niat pengguna yang bukan hanya rasional, tetapi juga emosional dan spiritual. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terhadap persepsi ini bukan semata menjadi kebutuhan akademik, melainkan juga menjadi fondasi bagi lahirnya strategi bisnis yang inklusif dan kebijakan publik yang adaptif. Melalui integrasi teori seperti *TAM*, *UTAUT*, dan *Expectancy-Value*, penelitian ini tidak hanya menjelaskan apa yang memengaruhi niat penggunaan, tetapi juga mengapa dan bagaimana persepsi itu terbentuk sebuah pijakan penting menuju ekosistem fintech syariah yang berkeadilan, berdaya saing, dan berkelanjutan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan media survei untuk menggali persepsi dari para pengguna maupun calon pengguna layanan pinjaman online berbasis syariah yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia. Survei dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner terstruktur kepada berbagai pihak terkait, termasuk pengguna individu, tokoh masyarakat, hingga pengamat fintech di tingkat lokal.

Penelitian ini menggunakan populasi masyarakat Indonesia yang merupakan pengguna aplikasi pinjaman online (pinjol) berbasis syariah. Populasi tersebut dipilih karena merupakan kelompok yang relevan dan secara langsung mengalami interaksi dengan layanan keuangan digital berbasis prinsip syariah, sehingga dapat memberikan data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti, dalam hal ini pengguna aktif

aplikasi pinjol syariah. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui aplikasi tSurvey dari Telkomsel, sebuah platform survei digital yang memungkinkan distribusi kuesioner kepada pengguna yang terseleksi secara geografis dan demografis di seluruh Indonesia. Sebanyak 50 responden berhasil mengisi dan mengembalikan kuesioner secara lengkap.

Jumlah sampel sebanyak 50 responden dipilih dengan mempertimbangkan efisiensi waktu dan sumber daya, serta didukung oleh pandangan beberapa ahli metodologi bahwa ukuran sampel minimal yang dapat digunakan dalam penelitian kuantitatif eksploratif berkisar antara 30 hingga 50 responden. Menurut Roscoe (1969), ukuran sampel yang baik untuk penelitian awal atau eksploratif adalah antara 30 hingga 500 responden, dan dalam konteks penelitian dengan analisis statistik dasar, jumlah minimum 30 responden sering dianggap cukup representatif untuk memperoleh hasil yang valid. Selain itu, Sugiyono (2016) juga menyatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif, sampel yang kurang dari 100 orang masih bisa digunakan, selama tujuan penelitian bersifat eksploratif dan tidak memerlukan generalisasi luas.

Dengan demikian, penggunaan 50 kuesioner dalam penelitian ini dipandang telah memenuhi syarat untuk memperoleh data yang memadai dalam menjawab rumusan masalah, serta memberikan gambaran awal mengenai persepsi dan pengalaman masyarakat terhadap aplikasi pinjol syariah.

Kuesioner dirancang untuk mengukur tiga variabel utama, yaitu persepsi nilai, persepsi risiko, dan intensi penggunaan. Ketiga variabel ini dianggap sebagai fondasi penting dalam memahami bagaimana dan mengapa seseorang tertarik (atau justru ragu) untuk menggunakan layanan pinjaman digital berbasis prinsip syariah. Masing-masing variabel diukur menggunakan sejumlah indikator yang mencakup kualitas layanan, kesesuaian dengan nilai-nilai etis, keamanan data pribadi, kepercayaan, serta kenyamanan pengguna. Responden diminta menyatakan tingkat persetujuan mereka terhadap setiap pernyataan menggunakan skala Likert 1–5.

Untuk menganalisis data yang terkumpul, penelitian ini menggunakan *SmartPLS (Partial Least Squares Structural Equation Modeling)* sebuah perangkat lunak statistik yang andal untuk menguji hubungan kompleks antar variabel laten dan indikatornya. *SmartPLS* dipilih karena kemampuannya dalam menangani jumlah sampel yang relatif kecil, serta kecocokannya untuk model yang melibatkan banyak variabel dengan hubungan yang tidak sederhana. Teknik ini memungkinkan analisis model struktural dan pengukuran dilakukan secara simultan dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS). SEM-PLS merupakan pendekatan statistik yang sesuai untuk penelitian eksploratif, bersifat prediktif, dan digunakan ketika model bersifat kompleks namun data yang tersedia tidak terlalu besar. Metode ini juga tidak mensyaratkan distribusi data normal, sehingga sangat cocok digunakan pada jumlah sampel kecil seperti 50 responden. Dengan SEM-PLS, peneliti dapat menganalisis hubungan antar konstruk laten secara lebih fleksibel dan efisien, sekaligus menguji validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Teknik ini memungkinkan analisis model struktural dan pengukuran dilakukan secara simultan, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh tentang pengaruh langsung maupun tidak langsung antara persepsi nilai, persepsi risiko, dan intensi penggunaan.

Melalui analisis ini, diharapkan dapat terungkap seberapa besar kontribusi dari masing-masing faktor dalam membentuk niat pengguna untuk memanfaatkan layanan pinjaman online berbasis syariah. Hasilnya diharapkan menjadi bahan pertimbangan praktis bagi pengembang aplikasi fintech syariah, regulator, dan para pemangku kepentingan lainnya dalam menciptakan ekosistem digital yang lebih aman, etis, dan berkelanjutan.

Tabel 1 Variabel Pengukuran, Sumber Data dan Keterangan

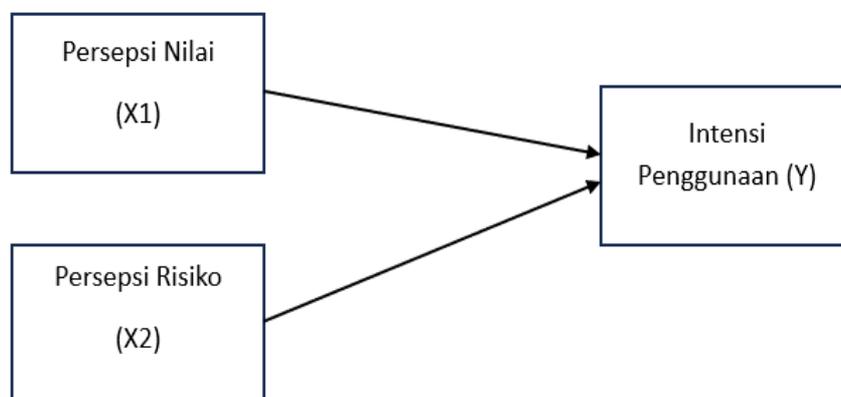
Variabel	Pengukuran	Keterangan
Persepsi Nilai (X_1)	Kuesioner dengan 7 indikator - Responsivitas layanan pelanggan - Keandalan layanan - Ketersediaan informasi - Kemudahan akses	Mengukur persepsi manfaat yang dirasakan pengguna terhadap layanan pinjaman online syariah, termasuk kemudahan, kecepatan, dan kesesuaian dengan prinsip syariah.

		<ul style="list-style-type: none"> - Kepercayaan karena dukungan regulasi - Kecepatan layanan - Transparansi
Persepsi Risiko (X_2)	Kuesioner dengan 3 indikator	Mengukur persepsi pengguna terhadap potensi kerugian dari penggunaan layanan, seperti risiko privasi, hukum, dan operasional.
	<ul style="list-style-type: none"> - Risiko penyalahgunaan data - Risiko finansial - Risiko makroekonomi 	
Intensi Penggunaan (Y)	Kuesioner dengan 3 indikator	Mengukur keinginan atau kecenderungan pengguna untuk menggunakan layanan pinjaman online syariah secara berkelanjutan..
	<ul style="list-style-type: none"> - Layanan nyaman digunakan - Layanan hemat biaya - Layanan mudah dijangkau 	

Sumber: Author (2025)

Tabel 1 diatas menggambarkan bahwa instrumen penelitian ini dirancang untuk mengukur tiga variabel utama, yaitu persepsi nilai, persepsi risiko, dan intensi penggunaan layanan pinjaman online berbasis syariah. Variabel Persepsi Nilai (X_1) diukur menggunakan kuesioner dengan tujuh indikator yang menggambarkan sejauh mana pengguna merasakan manfaat dari layanan yang ditawarkan. Manfaat tersebut mencakup aspek kemudahan dalam akses, kecepatan proses, transparansi informasi, dan kesesuaian dengan prinsip-prinsip syariah. Semakin tinggi nilai yang dirasakan, semakin besar kemungkinan pengguna tertarik untuk mengadopsi layanan tersebut.

Sementara itu, Persepsi Risiko (X_2) juga diukur dengan tujuh indikator yang mencerminkan kekhawatiran atau potensi kerugian yang mungkin timbul, seperti risiko pelanggaran privasi, ketidakpastian hukum, serta isu operasional dan etika. Tingkat risiko yang tinggi biasanya berdampak negatif terhadap kepercayaan pengguna. Adapun variabel Intensi Penggunaan (Y) diukur melalui lima indikator yang mengevaluasi seberapa besar keinginan dan niat pengguna untuk menggunakan layanan secara berkelanjutan. Ketiga variabel ini dianalisis untuk memahami bagaimana persepsi terhadap manfaat dan risiko dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam memanfaatkan layanan keuangan digital berbasis syariah. Berikut gambar dari kerangka pemikiran riset ini :



Gambar 1. Kerangka pemikiran
Sumber: Model Penelitian (diolah, 2025)

Gambar tersebut menunjukkan model konseptual penelitian yang menggambarkan hubungan antara dua variabel independen, yaitu Persepsi Nilai (X_1) dan Persepsi Risiko (X_2), terhadap satu variabel dependen yaitu Intensi Penggunaan (Y) layanan pinjaman online berbasis syariah. Panah yang mengarah dari X_1 dan X_2 ke Y merepresentasikan asumsi bahwa persepsi terhadap nilai dan risiko memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan dan kecenderungan seseorang dalam menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan.

Dalam kerangka ini, Persepsi Nilai diasumsikan memiliki pengaruh positif terhadap intensi penggunaan semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin tinggi keinginan untuk menggunakan layanan. Sebaliknya, Persepsi Risiko diperkirakan memberikan pengaruh negatif semakin tinggi risiko yang dirasakan, semakin rendah kecenderungan seseorang untuk melanjutkan penggunaan. Model ini menjadi dasar untuk pengujian empiris dalam penelitian, guna memahami dinamika perilaku pengguna terhadap inovasi keuangan syariah digital di era modern.

Dalam penelitian ini, berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dibangun, dapat diajukan tiga hipotesis yang menggambarkan hubungan antar variabel yang berfokus pada intensi Penggunaan Layanan Pinjaman Online Syariah yaitu :

- H1:** Persepsi Nilai memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Intensi Penggunaan
- H2:** Persepsi Risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Intensi Penggunaan
- H3:** Persepsi Nilai dan Risiko bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Intensi Penggunaan Layanan Pinjaman Online Syariah.

Hasil dan Pembahasan

Sebelum menganalisis hubungan antar variabel, langkah awal yang dilakukan adalah menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian untuk memastikan bahwa data yang digunakan akurat dan konsisten. Uji validitas dilakukan untuk menilai sejauh mana indikator yang digunakan mampu merepresentasikan variabel yang diukur, sementara uji reliabilitas bertujuan memastikan konsistensi pengukuran antar indikator. Dalam penelitian ini, validitas dinilai menggunakan *Average Variance Extracted (AVE)* dengan batas minimum 0,5, sedangkan reliabilitas diukur melalui Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability (CR)* dengan nilai minimum 0,7. Hasil dari pengujian ini memberikan dasar yang kuat untuk melanjutkan analisis lebih lanjut dengan model struktural, memastikan bahwa indikator yang digunakan mampu menjelaskan variabel secara tepat dan konsisten. Berikut hasil dari uji reabilitas

Tabel 2 Hasil dan Konstruksi Model

Construct/indicator	Item	Convergent validity		
	Loading	Alpha	CR	AVE
Persepsi Nilai (X_1)		0,958	0,965	0,798
Indikator 1	0,870			
Indikator 2	0,893			
Indikator 3	0,901			
Indikator 4	0,930			
Indikator 5	0,867			
Indikator 6	0,905			
Indikator 7	0,883			
Persepsi Risiko (X_2)		0,902	0,936	0,830
Indikator 1	0,927			
Indikator 2	0,924			
Indikator 3	0,882			
Intensi Penggunaan (Y)		0,885	0,929	0,814
Indikator 1	0,952			
Indikator 2	0,885			

Indikator 3

0,867

Sumber: Hasil olah data (Author 2025)

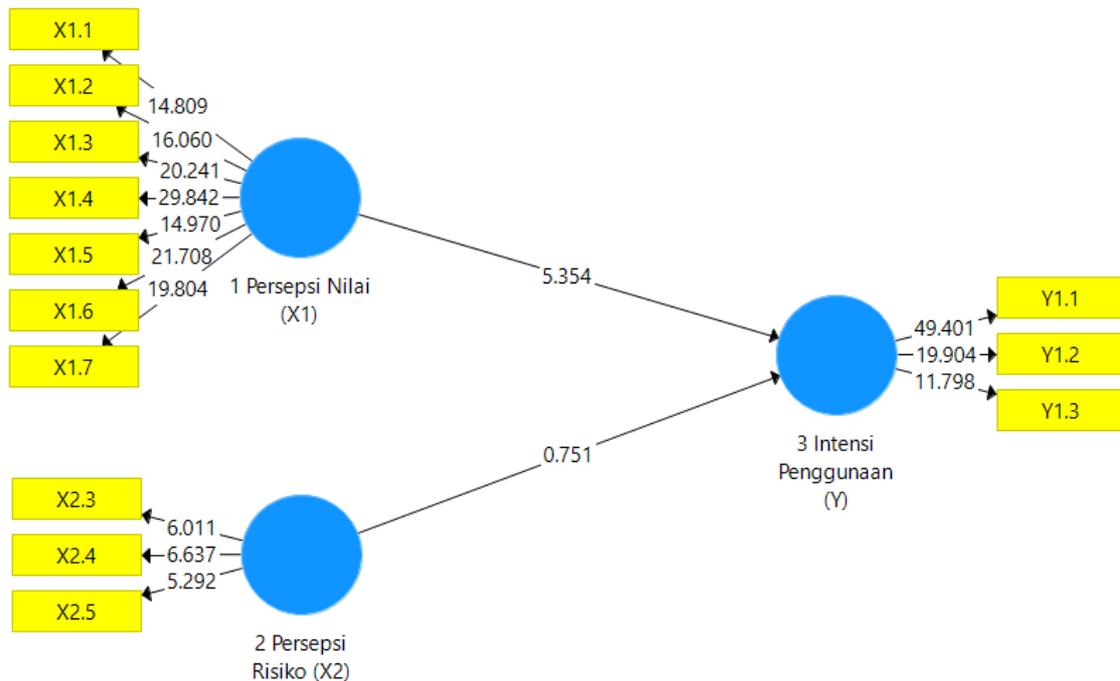
Hasil pengujian validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria kelayakan untuk digunakan dalam analisis lanjutan. Dari segi reliabilitas, semua konstruk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang tinggi dengan nilai Persepsi Nilai (0,958), Persepsi Risiko (0,902), dan Intensi Penggunaan (0,885) yang masing-masing melampaui batas minimum 0,7 (Hair et al., 2019), sehingga dapat disimpulkan memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Selain itu, nilai *Composite Reliability (CR)* untuk seluruh konstruk juga melebihi ambang batas 0,7, yakni 0,965 untuk Persepsi Nilai, 0,936 untuk Persepsi Risiko, dan 0,929 untuk Intensi Penggunaan, yang memperkuat kesimpulan bahwa konstruk-konstruk tersebut sangat reliabel (Fornell & Larcker, 1981).

Dari sisi validitas konvergen, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* masing-masing konstruk juga menunjukkan hasil yang sangat memuaskan. Persepsi Nilai memiliki *AVE* sebesar 0,798, Persepsi Risiko sebesar 0,830, dan Intensi Penggunaan sebesar 0,814, yang seluruhnya berada di atas nilai minimum 0,5 (Bagozzi et al., 1991). Selain itu, seluruh indikator dalam tiap konstruk menunjukkan loading faktor yang tinggi ($\geq 0,867$), menandakan bahwa indikator-indikator tersebut sangat representatif dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Temuan ini mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah terbukti valid dan reliabel secara statistik, serta layak digunakan dalam tahapan pengujian model struktural berikutnya.

Dengan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini valid dan reliabel, sehingga model siap untuk digunakan dalam analisis hubungan antar variabel menggunakan metode *SmartPLS*. Hasil ini memastikan bahwa data yang digunakan mampu merepresentasikan variabel penelitian secara akurat dan konsisten.

Gambar berikut menyajikan model struktural yang menguji hubungan antara Persepsi Nilai dan Persepsi Risiko terhadap Intensi Penggunaan layanan pinjaman online berbasis syariah. Model ini merinci dimensi konseptual serta indikator-indikator spesifik yang membentuk setiap konstruk, lengkap dengan nilai pemuatan (loading) dan koefisien jalur (path coefficient), dan dianalisis menggunakan pendekatan *SEM* berbasis *Partial Least Squares (SmartPLS 3.0)*.

Konsistensi internal dari setiap konstruk dibuktikan melalui nilai *Cronbach's Alpha* yang seluruhnya berada di atas 0,7 yaitu 0,958 untuk Persepsi Nilai, 0,902 untuk Persepsi Risiko, dan 0,885 untuk Intensi Penggunaan—mengindikasikan reliabilitas internal yang kuat (Field, 2005; Hair et al., 2019; Pallant et al., 2016). Hasil ini menunjukkan bahwa setiap indikator bekerja selaras dalam menangkap esensi dari masing-masing variabel, membentuk fondasi yang kokoh untuk analisis lebih lanjut.



Gambar 2. Path coefficients with t-values

Sumber: Author (diolah, 2024)

Gambar di atas menggambarkan model struktural yang menguji hubungan antara dua konstruk independen Persepsi Nilai (X1) dan Persepsi Risiko (X2) terhadap konstruk dependen, yakni Intensi Penggunaan (Y). Setiap konstruk dibentuk oleh sejumlah indikator dengan nilai pemuatan (loading) yang menggambarkan kontribusi masing-masing indikator dalam menjelaskan konstraknya. Misalnya, Persepsi Nilai dibentuk oleh tujuh indikator (X1.1 hingga X1.7) dengan nilai loading berkisar dari 14.809 hingga 29.842, sementara Persepsi Risiko dibentuk oleh tiga indikator (X2.3–X2.5) dengan loading antara 5.292 hingga 6.637. Intensi Penggunaan sebagai variabel dependen diukur melalui tiga indikator (Y1.1–Y1.3), dengan nilai loading sangat tinggi, mencapai 49.401 pada indikator pertama.

Dari sisi hubungan antar konstruk, model ini menunjukkan bahwa Persepsi Nilai (X1) memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap Intensi Penggunaan (Y) dengan koefisien jalur sebesar 5.354, dibandingkan dengan Persepsi Risiko (X2) yang memiliki koefisien sebesar 0.751. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan pengguna terhadap layanan yang ditawarkan, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakannya. Sebaliknya, persepsi terhadap risiko tetap memengaruhi intensi, namun dalam skala yang jauh lebih kecil. Temuan ini mencerminkan bahwa dalam konteks layanan digital berbasis syariah, nilai yang dirasakan (seperti kemanfaatan, efisiensi, dan keberkahan) jauh lebih dominan dalam membentuk niat pengguna.

Secara keseluruhan, model ini tidak hanya memvalidasi kekuatan pengaruh dari setiap konstruk, tetapi juga memperkuat argumen bahwa faktor persepsi baik dari sisi manfaat maupun risiko memainkan peran penting dalam membentuk perilaku pengguna. Visualisasi *SmartPLS* ini menggambarkan betapa kompleksnya proses pengambilan keputusan pengguna, yang secara tidak langsung menuntut layanan keuangan syariah untuk tidak hanya mengurangi risiko tetapi juga memaksimalkan nilai yang dirasakan oleh penggunanya. Seperti pelaut yang lebih tertarik oleh bintang-bintang terang di langit ketimbang gelapnya ombak di lautan malam, pengguna cenderung terdorong oleh manfaat yang mereka lihat dibandingkan potensi risiko yang membayangi.

Tabel 3 Path Coefficients for Direct Effect

<i>Hypotheses</i>	<i>Beta (β)</i>	<i>t-values</i>	<i>p values</i>	<i>97.5% CI</i>	<i>Report</i>
Persepsi Nilai (X1) -> Intensi Penggunaan (Y)	0,145	5,272	0,000	0,902	<i>Supported</i>
Persepsi Risiko (X2) -> Intensi Penggunaan (Y)	0,143	0,735	0,462	0,524	<i>Not Supported</i>

Sumber: Author 2025

Berdasarkan hasil pada Tabel 3: *Path Coefficients for Direct Effect*, terlihat bahwa hanya satu dari dua hipotesis yang mendapat dukungan empiris. Hubungan antara Persepsi Nilai (X1) terhadap Intensi Penggunaan (Y) menunjukkan hasil yang signifikan secara statistik, dengan nilai beta sebesar 0,145, t-value sebesar 5,272, dan p-value yang sangat kecil yaitu 0,000. Ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh pengguna, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan tersebut. *Confidence interval* yang mencapai 0,902 juga memperkuat validitas hubungan ini. Oleh karena itu, hipotesis ini dinyatakan *Supported*.

Sebaliknya, hubungan antara Persepsi Risiko (X2) terhadap Intensi Penggunaan (Y) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Meskipun nilai beta berada pada angka yang hampir serupa yaitu 0,143, namun nilai t-value hanya 0,735 dengan p-value sebesar 0,462, yang jauh dari ambang batas signifikansi 0,05. Selain itu, interval kepercayaan sebesar 0,524 mengindikasikan ketidakpastian pengaruh dari persepsi risiko terhadap keputusan penggunaan. Oleh sebab itu, hipotesis ini dinyatakan *Not Supported*, yang berarti bahwa persepsi terhadap risiko tidak memiliki dampak langsung yang cukup kuat dalam membentuk intensi penggunaan.

Secara keseluruhan, temuan ini mempertegas bahwa dalam konteks adopsi layanan, persepsi nilai jauh lebih berperan dibandingkan kekhawatiran atau risiko yang mungkin dirasakan pengguna. Ibarat seseorang yang tertarik membeli tiket perjalanan karena manfaat dan pengalaman yang dijanjikan, bukan karena kekhawatiran akan turbulensi di udara nilai yang dirasakan menjadi daya tarik utama, sedangkan risiko hanya bayang-bayang samar di latar belakang.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menyajikan gambaran yang cukup menarik mengenai pengaruh persepsi individu terhadap intensi penggunaan sebuah sistem atau layanan. Dua variabel utama Persepsi Nilai (X1) dan Persepsi Risiko (X2) menjadi sorotan utama dalam memahami dinamika perilaku pengguna.

Persepsi Nilai (X1) terbukti memiliki peran signifikan dan positif terhadap Intensi Penggunaan (Y), yang tercermin dari hasil uji statistik dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,145, t-statistik 5,272, dan signifikansi $p = 0,000$. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi individu terhadap manfaat, kemudahan, atau keuntungan yang ditawarkan oleh layanan pinjaman online syariah, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menggunakannya. Dalam kiasan sederhana, ketika seseorang merasa bahwa apa yang diperoleh sebanding, atau bahkan lebih besar, dari apa yang dikeluarkan, maka keputusan untuk mencoba atau terus menggunakan layanan tersebut menjadi lebih mudah diambil. Persepsi nilai yang dimaksud mencakup aspek fungsional, emosional, maupun sosial dari penggunaan aplikasi, menjadikannya sebagai salah satu faktor krusial dalam pengambilan keputusan.

Temuan yang menyatakan bahwa persepsi nilai berpengaruh besar terhadap keputusan konsumen konsisten dengan teori yang dikemukakan oleh Suryana & Briando (2023) dan Judijanto et al. (2024) menunjukkan bahwa adopsi teknologi finansial, termasuk persepsi nilai, memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan keuangan digital. Selanjutnya, Zahra et al. (2023) menegaskan bahwa pengakuan terhadap nilai manfaat dari teknologi memotivasi pelaku UMKM untuk mengadopsi sistem e-commerce, menunjukkan pentingnya persepsi nilai dalam konteks adopsi teknologi yang lebih luas. Dalam hal ini, literatur menunjukkan hubungan yang kuat antara persepsi nilai dan intensi serta keputusan adopsi, terutama dalam layanan digital dan teknologi inovatif (Arsyad & Riwinoto, 2023; Dewi & Akbar, 2023). Hal ini memperkuat argumen bahwa pemahaman mengenai persepsi nilai merupakan elemen krusial dalam strategi pemasaran dan pengembangan layanan teknologi finansial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi nilai menjadi fondasi penting dalam menjelaskan motivasi individu dalam menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi, termasuk pinjaman online berbasis syariah.

Sebaliknya, Persepsi Risiko (X_2) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Intensi Penggunaan (Y), meskipun nilai koefisien jalurnya sebesar 0,143 dan hubungan numeriknya bersifat positif. Dengan nilai t -statistik 0,735 dan p -value sebesar 0,462, hasil ini menunjukkan bahwa secara statistik, pengaruh persepsi risiko terhadap niat penggunaan layanan pinjaman online syariah tidak meyakinkan. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah keyakinan pengguna terhadap keamanan layanan berbasis syariah yang dianggap lebih transparan dan terpercaya, sehingga kekhawatiran akan risiko menjadi lebih rendah. Beberapa penelitian terdahulu menjelaskan bahwa dalam konteks digital, kepercayaan terhadap platform berfungsi untuk mengurangi dampak negatif dari risiko yang dirasakan oleh pengguna (Beils & Yuwono, 2023). Beils dan Yuwono mengungkapkan bahwa kepercayaan berperan sebagai variabel intervening penting dalam niat pembelian online, dan minimnya kepercayaan serta risiko yang dirasakan dapat menghalangi konsumen dalam berbelanja daring. Selain itu, Utama et al. (2024) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen dapat menguatkan minat mereka terhadap penggunaan mobile banking, sehingga lebih meminimalkan persepsi risiko (Utama et al., 2024). Temuan serupa juga diungkapkan oleh Hendrawan et al. (2021), yang menunjukkan bahwa kepercayaan dapat memitigasi dampak risiko dalam penggunaan aplikasi berbasis teknologi. Dengan demikian, tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap platform digital menjadi krusial dalam mendorong pengguna untuk mengurangi kekhawatiran yang timbul dari risiko yang dirasakan.

Dalam konteks ini, meskipun secara teoritis persepsi risiko seringkali menjadi faktor penghambat dalam proses adopsi teknologi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna layanan pinjaman syariah mungkin tidak terlalu mempermasalahkan risiko yang ada, atau justru merasa bahwa risiko tersebut telah diminimalkan oleh sistem yang ada. Fenomena ini dapat dianalogikan seperti awan mendung di langit: meskipun tampak mengkhawatirkan, tidak cukup kuat untuk menghentikan seseorang melanjutkan perjalanannya. Dengan demikian, hipotesis mengenai pengaruh persepsi risiko terhadap intensi penggunaan tidak mendapatkan dukungan empiris dalam studi ini, yang sekaligus menegaskan pentingnya faktor lain seperti persepsi nilai atau kepercayaan dalam memengaruhi perilaku pengguna layanan digital berbasis syariah.

Ketika kedua variabel ini dilihat secara bersamaan, terlihat bahwa kekuatan terbesar dalam membentuk Intensi Penggunaan tetap berada pada persepsi nilai. Ini menyiratkan bahwa dalam merancang strategi peningkatan penggunaan sistem atau layanan, organisasi sebaiknya lebih fokus pada penciptaan dan komunikasi nilai tambah yang nyata kepada pengguna. Menyajikan manfaat yang jelas, kemudahan akses, serta hasil yang bisa dirasakan secara langsung akan jauh lebih efektif daripada hanya sekadar memitigasi risiko. Dengan kata lain, "membuat pengguna jatuh cinta pada manfaat" lebih penting daripada "membuat mereka takut kehilangan".

Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa Persepsi Nilai (X_1) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Intensi Penggunaan (Y). Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi nilai yang dirasakan oleh pengguna baik dari segi manfaat, kenyamanan, maupun efisiensi maka semakin besar pula dorongan mereka untuk menggunakan sistem atau layanan yang ditawarkan. Sebaliknya, Persepsi Risiko (X_2) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap intensi penggunaan. Artinya, potensi kekhawatiran atau risiko yang mungkin dirasakan oleh pengguna tidak cukup kuat untuk menghambat niat mereka dalam memanfaatkan layanan tersebut.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa dalam membangun intensi penggunaan yang kuat, organisasi atau penyedia layanan sebaiknya lebih berfokus pada peningkatan persepsi nilai yang dirasakan oleh pengguna, alih-alih terlalu khawatir pada persepsi risiko. Strategi yang menekankan pada keuntungan nyata dan pengalaman positif akan lebih efektif dalam membentuk loyalitas dan keterlibatan pengguna di masa depan.

Referensi

Al-Rasyid, H., Rabbani, M. R., & Afifudin, A. (2023). Embracing the Digital Economy: Exploring the Role of Trust, Perceived Ease of Use, and Religiosity on Intention to Use Islamic Peer-to-Peer Lending. *Jema Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 20(2), 284–306. <https://doi.org/10.31106/jema.v20i2.9097>

- Ali, M., Raza, S. A., Khamis, B., Puah, C. H., & Amin, H. (2021). How Perceived Risk, Benefit and Trust Determine User Fintech Adoption: A New Dimension for Islamic Finance. *Foresight*, 23(4), 403–420. <https://doi.org/10.1108/fs-09-2020-0095>
- Alkhwaldi, A. F., Alharasis, E. E., Shehadeh, M., Abu-ALSondos, I. A., Oudat, M. S., & Atta, A. A. B. (2022). Towards an Understanding of FinTech Users' Adoption: Intention and E-Loyalty Post-Covid-19 From a Developing Country Perspective. *Sustainability*, 14(19), 12616. <https://doi.org/10.3390/su141912616>
- Arsyad, A. L., & Riwinoto, R. (2023). Analisis Penerimaan Terhadap Augmented Reality Dalam Desain Kapal Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Journal of Applied Multimedia and Networking*, 7(1), 35–42. <https://doi.org/10.30871/jamn.v7i1.5775>
- Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Singh, S. (1991). On the use of structural equation models in experimental designs: Two extensions. *International Journal of Research in Marketing*, 8(2), 125–140.
- Beils, Z., & Yuwono, W. (2023). Mempengaruhi Online Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Marketplace Di Batam. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 11(2), 156–165. <https://doi.org/10.20527/jwm.v11i2.239>
- Chan, T. J., & Hashim, N. H. (2023). Factor Influencing Continuation Intention of Using Fintech From the Users' Perspectives: Testing of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). *International Journal of Technology*, 14(6), 1277. <https://doi.org/10.14716/ijtech.v14i6.6636>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Mis Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewi, L. D. N., & Akbar, G. G. (2023). Analisis Penggunaan Aplikasi Tata Kelola BBM: Sebuah Pendekatan Multimetode. *Sawala Jurnal Administrasi Negara*, 11(2), 202–225. <https://doi.org/10.30656/sawala.v11i2.7487>
- Diéguez, A. I. I., Albort-Morant, G., Alfonso, M. D. O., & Ullah, S. (2023). Predicting the Intention to Use Paytech Services by Islamic Banking Users. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 17(1), 1–15. <https://doi.org/10.1108/imefm-07-2022-0298>
- Ehimuan, B., Chimezie, O. O., Akagha, O. V., Reis, O., & Oguejiofor, B. B. (2024). Global Data Privacy Laws: A Critical Review of Technology's Impact on User Rights. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(2), 1058–1070. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.21.2.0369>
- Field, A. P. (2005). Is the meta-analysis of correlation coefficients accurate when population correlations vary? *Psychological Methods*, 10(4), 444.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Gupta, G. K. (2024). Factors Affecting Adoption of Fintech in Nepal. *Interantional Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 08(05), 1–5. <https://doi.org/10.55041/ijsem33112>
- Haidar, A. (2024). Decoding Sentiments: Exploring Islamic Fintech Discourse on Twitter in the Post-Pandemic. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 4(1), 46. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v4i1.244>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hanif, M. A., & Santosa, P. B. (2023). TAM Construct, Trust, and Religiosity for Decision of Muslim Lenders to Use Funding Services on Sharia Peer-to-Peer Lending Platforms (Website and Apps). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(2), 151–168. <https://doi.org/10.20473/vol10iss20232pp151-168>
- Harsono, S., Yusri, Y., & Chairina, C. (2023). Determinan Behavioral Intention Penggunaan Peer-to-Peer Lending Syariah Di Indonesia: Model UTAUT2. *Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 48–63. <https://doi.org/10.30743/jmb.v5i1.6844>
- Hasibuan, H. T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Financial Technology Peer to Peer Lending Syariah. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(5), 1201. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i05.p10>
- Hendrawan, B., Hartanto, T., & Wulansari, S. (2021). Analisis Penerimaan Aplikasi Indriver Dengan Menggunakan Pendekatan Modified Technology Acceptance Model. *Syntax Idea*, 3(4), 722. <https://doi.org/10.36418/syntax-idea.v3i4.1133>
- Hesniati, H., & Limgestu, R. (2023). Determinants of Intention to Use Islamic Fintech During Covid-19 Pandemic. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 7(4), 587–604. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2023.v7.i4.5860>
- Judijanto, L., Destiana, R., Sudarmanto, E., Suprapti, I. A. P., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Adopsi Teknologi Finansial, Kepercayaan Nasabah, Dan Regulasi Terhadap Penggunaan Layanan Keuangan Digital. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 3(01), 20–28. <https://doi.org/10.58812/jakws.v3i01.906>
- Kurniaputri, M. R., & Fatwa, N. (2022). Behavioral Intention of Islamic Peer-to-Peer Lending Services Users. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 8(2), 179–200. <https://doi.org/10.20473/jebis.v8i2.34212>
- Mahmud, M. D. b., Quilim, C. A., & Salmatia, S. (2024). Islamic Fintech Lending Determinants Using Islamic

- Financial Literacy as a Moderation Variable. *Finansha- Journal of Sharia Financial Management*, 5(1), 84–99. <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v5i1.33870>
- Majid, R. (2021). The Role of Religiosity in Explaining the Intention to Use Islamic FinTech Among MSME Actors. *International Journal of Islamic Economics and Finance (Ijief)*, 4(2). <https://doi.org/10.18196/ijief.v4i2.11833>
- Novianti, F., & Syamlan, Y. T. (2024). Determinants of Investment Decision Through Sharia Financial Technology. *Milkiyah Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 1–16. <https://doi.org/10.46870/milkiyah.v3i1.662>
- Pallant, J. F., Haines, H. M., Green, P., Toohill, J., Gamble, J., Creedy, D. K., & Fenwick, J. (2016). Assessment of the dimensionality of the Wijma delivery expectancy/experience questionnaire using factor analysis and Rasch analysis. *BMC Pregnancy and Childbirth*, 16, 1–11.
- Pedrotti, M., & Nistor, N. (2016). *User Motivation and Technology Acceptance in Online Learning Environments*. 472–477. https://doi.org/10.1007/978-3-319-45153-4_45
- Roscoe, J. T. (1969). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences*.
- Ryu, H.-S. (2018). *Understanding Benefit and Risk Framework of Fintech Adoption: Comparison of Early Adopters and Late Adopters*. <https://doi.org/10.24251/hicss.2018.486>
- Saputra, A. A., Fasa, M. I., & Ambarwati, D. (2022). Islamic-Based Digital Ethics: The Phenomenon of Online Consumer Data Security. *Share Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 11(1), 105–128. <https://doi.org/10.22373/share.v11i1.11167>
- Silva, M. W. S. S., Perera, H. S. C., & Kumara, P. A. P. S. (2023). Effect of Perceived Risk on Behavioural Intention of Using Digital Financial Services: Exploring the Theoretical Gap. *South Asian Journal of Business Insights*, 3(2), 23–48. <https://doi.org/10.4038/sajbi.v3i2.56>
- Sunaryono, S. (2022). KONTRIBUSI DAN PELUANG FINTECH LENDING SYARIAH DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi STIEP*, 7(2), 83–96.
- Sunaryono, S. (2024). *Investasi Tanpa Riba: Membangun Portofolio Saham Syariah yang Berkelanjutan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Suryana, O., & Briando, B. (2023). Teknologi Finansial Sebagai Modul Penerimaan Negara Generasi Ketiga. *Tematics Technology Management and Informatics Research Journals*, 5(1), 17–28. <https://doi.org/10.52617/tematics.v5i1.464>
- Suzianti, A., Haqqi, F. R., & Fathia, S. N. (2021). Strategic Recommendations for Financial Technology Service Development: A Comprehensive Risk-Benefit IPA-Kano Analysis. *Journal of Modelling in Management*, 17(4), 1481–1503. <https://doi.org/10.1108/jm2-11-2020-0297>
- Utama, A. N. B., Fitriani, R., Firdaus, D., Arief, Z., & Vandika, Y. (2024). Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking. *Ekoma Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 4(1), 2686–2698. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.6221>
- Widiarty, W. S., & Tehupeior, A. (2024). The Role of Business Law in Improving Consumer Protection in the Digital Age. *Journal of Law and Sustainable Development*, 12(2), e3137. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v12i2.3137>
- Yadav, M., & Shanmugam, S. (2024). Factors Influencing Behavioral Intentions to Use Digital Lending: An Extension of TAM Model. *Jindal Journal of Business Research*, 13(2), 213–226. <https://doi.org/10.1177/22786821231211411>
- Zahra, N. A., Putri, A., Kamilah, I., & Kuslaila, N. R. (2023). Analisis Pengukuran Faktor Adopsi Teknologi E-Commerce Pada Pelaku Umkm Menggunakan Framework Toe. *Sitasi*, 3(1), 12–20. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v3i1.558>