

DETERMINAN PENGGUNAAN LAYANAN PINJAMAN *PEER-TO-PEER* PADA GENERASI Z: STUDI EMPIRIS TENTANG PERAN LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO, DAN *FEAR OF MISSING OUT*

Kalista Manna Suitra^{1*}, Suripto², K. Bagus Wardianto³

Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Lampung¹²³

*kalistamanna04@gmail.com

ABSTRACT

This study examines the impact of financial literacy, perceived ease of use, perceived risk, and fear of missing out (FoMO) on the adoption of peer-to-peer lending platforms among Generation Z in Bandar Lampung. Using a quantitative approach, data was collected through an online survey distributed via social media, with a sample consisting of 100 Generation Z respondents in Bandar Lampung. Data analysis was performed using SPSS. Findings indicate that financial literacy, perceived ease of use, and FoMO have significant positive influences on the use of peer-to-peer lending platforms. Conversely, perceived risk shows a significant negative influence. These results provide valuable insights into factors affecting financial technology adoption among young generations, with potential implications for the development and marketing of digital financial services.

Keywords: *Financial Literacy, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, FoMO, Peer-to-Peer, Generation Z*

ABSTRAK

Studi ini mengkaji dampak literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan *fear of missing out* (FoMO) terhadap adopsi platform pinjaman peer-to-peer di kalangan Generasi Z di Bandar Lampung. Menggunakan pendekatan kuantitatif, data diperoleh melalui survei daring yang disebarluaskan via media sosial, dengan sampel terdiri dari 100 responden Generasi Z di Bandar Lampung. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS. Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan FoMO memiliki arah hubungan positif yang signifikan terhadap penggunaan platform pinjaman *peer-to-peer*. Sebaliknya, persepsi risiko menunjukkan arah hubungan negatif yang signifikan. Hasil ini memberikan wawasan berharga tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi keuangan di kalangan generasi muda, dengan implikasi potensial bagi pengembangan dan pemasaran layanan keuangan digital.

Kata Kunci : *Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, FoMO, Peer to Peer, Generasi Z*

PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 telah membawa transformasi digital yang signifikan ke berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor keuangan (Tjandarwinata, 2016). Perkembangan teknologi digital melahirkan inovasi seperti *fintech (financial technology)*, yang telah mengubah lanskap layanan keuangan baik di sektor perbankan maupun non-perbankan dengan salah satu layanan yang populer adalah *peer to peer (P2P) lending*. Platform *peer to peer lending* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam proses pinjaman dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional (Adityandani, 2019).

Peer to peer lending, yang memfasilitasi pertemuan langsung antara debitur dan kreditur secara online, telah menjadi alternatif populer dalam peminjaman dana. Di Indonesia, *peer to peer lending* menjadi salah satu bentuk *fintech* yang paling diminati, terutama oleh generasi muda. Hal ini terbukti dari peningkatan jumlah pengguna aktif dan nilai pinjaman yang disalurkan secara signifikan setiap tahunnya. Meskipun menawarkan kemudahan dalam proses pengajuan pinjaman, penggunaan *fintech lending* juga memunculkan berbagai risiko, seperti tingginya suku bunga, kurangnya literasi keuangan yang baik, serta masalah privasi data yang dapat mempengaruhi keamanan pengguna.

Data dari Otoritas Jasa Keuangan (2023) menunjukkan peningkatan signifikan dalam penyaluran pinjaman melalui platform *peer to peer lending*, dengan mayoritas pengguna berasal dari generasi muda (19-34 tahun). Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran terkait literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan *fear of missing out (FoMO)* di kalangan generasi z dalam menggunakan layanan *peer to peer lending*. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap penggunaan *peer to peer lending*. Sementara kemudahan penggunaan dianggap sebagai faktor utama yang menarik minat generasi muda, terdapat juga risiko potensial seperti tingginya suku bunga, keamanan data pribadi, dan potensi terjebak dalam jeratan utang.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah sebuah model yang dikembangkan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi. Diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1989, TAM merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen. Secara sederhana, TAM digunakan untuk memprediksi tingkat penerimaan dan penggunaan teknologi berdasarkan persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan pengguna. Model ini memungkinkan penyedia layanan untuk memahami alasan diterima atau tidaknya suatu sistem informasi atau teknologi oleh pengguna. Penggunaan TAM dalam penelitian ini relevan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi platform *peer to peer lending* di kalangan generasi z, mengingat kemampuannya dalam menjelaskan penerimaan teknologi baru.

Literasi keuangan menjadi faktor kunci dalam memahami dan mengelola risiko-risiko ini secara efektif. Tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat membantu generasi z dan milenial untuk membuat keputusan keuangan yang lebih bijak, meminimalkan risiko, dan mengoptimalkan manfaat dari penggunaan layanan fintech seperti *peer to peer lending*. Literasi keuangan memiliki 3 indikator di dalamnya yaitu *financial knowledge, financial attitude, financial behavior* (Oseifuah, 2010) . Individu juga terbagi ke dalam beberapa tingkatan literasi yaitu *not literate, less literate, sufficient literate* dan *well literate*. Margaretha, *et al.* (2015) menyebutkan bahwa pengetahuan tentang keuangan menjadi sangat penting bagi individu agar tidak salah dalam membuat keputusan keuangan nantinya

Persepsi kemudahan penggunaan adalah tingkat upaya yang dibutuhkan dalam menggunakan suatu teknologi. Ini mengacu pada keyakinan individu bahwa mereka dapat memahami dan menggunakan sistem teknologi dengan mudah (Noviandini, 2012). Kemudahan ini berkaitan dengan seberapa mudah teknologi dipelajari, dipahami, dan dioperasikan. Semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan, semakin besar kemungkinan teknologi tersebut diterima oleh pengguna (Rahim, 2017). Sebaliknya, teknologi yang sulit digunakan cenderung dihindari. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan komponen penting dalam *Technology Acceptance Model* (TAM). Terdapat 3 indikator dalam persepsi kemudahan menurut Yoganda, *et al.* (2017) antara lain yaitu *easy to learn, easy to get* dan *easy to use*.

Risiko adalah konsekuensi tak terhindarkan dari model teknologi, termasuk fintech (Andista, *et al.*, 2021). Persepsi risiko merujuk pada pemahaman seseorang tentang potensi dampak negatif dalam transaksi online. Tingkat risiko yang tinggi dapat mendorong konsumen untuk menghindari penggunaan atau mengevaluasi alternatif sebelum membuat Keputusan (Putra *et al.*, 2019). Persepsi risiko didefinisikan sebagai anggapan ketidakpastian akan konsekuensi yang tidak diinginkan dari suatu aktivitas, serta ukuran potensi kerugian dari keputusan yang kurang menguntungkan (Andriyanto *et al.*, 2016). Pemahaman risiko yang lebih tinggi dapat meningkatkan keberanian individu dalam melakukan transaksi peminjaman. Dalam persepsi risiko, terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi konsumen dalam memutuskan penggunaan atau pembelian suatu produk yaitu risiko fungsional, risiko fisik, risiko keuangan, risiko sosial dan risiko psikologis.

Sosial media telah mengubah cara interaksi manusia, memberikan dampak positif dan negatif (Zahroh *et al.*, 2022). Salah satu dampak negatif yang muncul adalah fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO), suatu bentuk kecemasan sosial akibat penggunaan media sosial berlebihan. FoMO didefinisikan sebagai perasaan cemas, khawatir, dan gelisah ketika seseorang mengetahui orang lain memiliki pengalaman atau barang yang lebih memuaskan dari dirinya. Fenomena ini terutama memengaruhi generasi milenial dan z, memicu rasa takut tertinggal tren atau dipandang rendah jika tidak memiliki barang tertentu (Przybylski *et al.*, 2013). Akibatnya, FoMO dapat mendorong perilaku konsumtif, di mana individu terus melakukan pembelian meskipun produk tersebut tidak dibutuhkan.

Kecemasan akan tertinggal dari tren terbaru dan tekanan sosial untuk mengikuti perkembangan dapat mendorong individu untuk mencari alternatif pembiayaan cepat, seperti yang ditawarkan oleh *peer to peer lending*. Hal ini tercermin dari tingginya jumlah pinjaman yang diajukan oleh Generasi z untuk membeli produk-produk yang sedang tren, seperti album K-pop atau tiket konser.

Perkembangan teknologi keuangan (*fintech*) juga berperan dalam menciptakan inovasi yang dapat berkontribusi pada fenomena FoMO ini. Meskipun FoMO dapat mendorong penggunaan *peer to peer lending*, hal ini tidak selalu berarti positif. Edukasi finansial dan kesadaran akan risiko tetap diperlukan untuk memastikan penggunaan yang bertanggung jawab oleh generasi z. FoMO memiliki 3 indikator yang dirasakan didalamnya yaitu ketakutan, kekhawatiran dan kecemasan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan FoMO terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh generasi z. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan berharga tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi keuangan di kalangan generasi muda, dengan implikasi potensial bagi pengembangan dan pemasaran

layanan keuangan digital. Dengan demikian maka diperoleh hipotesis-hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini antara lain:

- Ha1: Literasi Keuangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z.
- Ho1: Literasi Keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z
- Ha2: Persepsi Kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z.
- Ho2: Persepsi Kemudahan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z
- Ha3: Persepsi Risiko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z.
- Ho3: Persepsi Risiko secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z.
- Ha4: *Fear of Missing Out* (FoMO) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z.
- Ho4: *Fear of Missing Out* (FoMO) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z
- Ha5: Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan *Fear of Missing Out* (FoMO) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* Oleh Gen Z
- Ho5: Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan *Fear of Missing Out* (FoMO) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* Oleh Gen Z

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan asosiatif dengan metodologi kuantitatif. Pengumpulan data primer dilakukan melalui survei, dimana peneliti secara langsung mendistribusikan kuesioner kepada responden. Proses penyebaran kuesioner dilaksanakan secara daring dengan memanfaatkan *platform gforms*, yang disebarluaskan melalui berbagai saluran media sosial. Target responden dalam penelitian ini adalah individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997-2012, dengan kriteria tambahan yaitu memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan *peer-to-peer lending* dan berdomisili di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda karena melibatkan beberapa variabel independen. Proses analisis data mencakup statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan regresi linear berganda. Seluruh analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS untuk memastikan pengolahan data yang akurat dan efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Berdasarkan hasil uji validitas yang disajikan dalam tabel 1 menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada setiap variabel memenuhi kriteria validitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi r hitung yang melebihi nilai r tabel (0,3610) untuk

sampel sebanyak 30 responden. Temuan ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki relevansi dan kelayakan yang memadai sebagai alat ukur dalam konteks penelitian ini. Dengan demikian, variabel-variabel yang diteliti dapat dianggap valid untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Item	R Tabel (df=n-2)	R Hitung	Keterangan
X1.1	0,3610	0,771	Valid
X1.2	0,3610	0,702	Valid
X1.3	0,3610	0,545	Valid
X1.4	0,3610	0,843	Valid
X1.5	0,3610	0,775	Valid
X1.6	0,3610	0,730	Valid
X1.7	0,3610	0,629	Valid
X1.8	0,3610	0,618	Valid
X1.9	0,3610	0,574	Valid
X2.1	0,3610	0,722	Valid
X2.2	0,3610	0,777	Valid
X2.3	0,3610	0,706	Valid
X2.4	0,3610	0,664	Valid
X2.5	0,3610	0,796	Valid
X2.6	0,3610	0,800	Valid
X2.7	0,3610	0,868	Valid
X2.8	0,3610	0,771	Valid
X3.1	0,3610	0,756	Valid
X3.2	0,3610	0,798	Valid
X3.3	0,3610	0,665	Valid
X3.4	0,3610	0,846	Valid
X3.5	0,3610	0,844	Valid
X3.6	0,3610	0,762	Valid
X3.7	0,3610	0,480	Valid
X3.8	0,3610	0,758	Valid
X3.9	0,3610	0,678	Valid
X3.10	0,3610	0,628	Valid
X4.1	0,3610	0,811	Valid
X4.2	0,3610	0,769	Valid
X4.3	0,3610	0,880	Valid
X4.4	0,3610	0,945	Valid
X4.5	0,3610	0,912	Valid
X4.6	0,3610	0,904	Valid
Y.1	0,3610	0,811	Valid
Y.2	0,3610	0,769	Valid
Y.3	0,3610	0,880	Valid
Y.4	0,3610	0,945	Valid
Y.5	0,3610	0,912	Valid
Y.6	0,3610	0,904	Valid

Sumber: Data Diolah (2024)

2. Uji Reabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil Reabilitas	N of Item	Keterangan
Literasi Keuangan	0,60	0,866	9	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,60	0,890	8	Reliabel
Persepsi Risiko	0,60	0,877	10	Reliabel
<i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	0,60	0,833	6	Reliabel
Platform <i>Peer to peer Lending</i>	0,60	0,858	6	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji reabilitas yang disajikan dalam tabel 2 di atas, menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yang merupakan standar minimum untuk reliabilitas yang dapat diterima. Bahkan, semua nilai berada di atas 0,80, yang menunjukkan reliabilitas yang sangat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang tinggi dan dapat diandalkan untuk mengukur konstruk yang dimaksud dalam penelitian ini.

Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian regresi linear berganda dilakukan untuk mengidentifikasi dan memahami korelasi antara penggunaan *platform Peer to Peer Lending* (variabel terikat Y) dengan empat faktor independent dalam penelitian ini, yakni literasi keuangan (X1), persepsi kemudahan (X2), persepsi risiko (X3), dan FoMO (X4).

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.162	2.997	-.054	.957
	LK	.281	.093	.299	3.027
	PK	.252	.100	.255	2.508
	PR	-.326	.070	-.415	-4.639
	FoMO	.710	.118	.548	6.018

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil analisis regresi dari tabel koefisien 3, persamaan regresi dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$Y_1 = -0,162 + 0,281 (\text{LK}) + 0,252 (\text{PK}) + (-0,326) (\text{PR}) + 0,710 (\text{FoMO})$$

- Nilai konstanta (a) adalah -0,162, yang berarti jika semua variabel independen (LK, PK, PR, FoMO) memiliki nilai 0, maka nilai variabel dependen (penggunaan *peer to peer lending*, Y) akan menjadi -0,162.
- Koefisien regresi untuk literasi keuangan (LK) adalah 0,281, menunjukkan hubungan positif dengan Y. Artinya, setiap kenaikan satu unit dalam literasi keuangan akan meningkatkan penggunaan *peer to peer lending* sebesar 0,281 dan sebaliknya.
- Koefisien regresi untuk persepsi kemudahan (PK) adalah 0,252, menandakan hubungan positif dengan Y. Dengan demikian, peningkatan satu satuan dalam

persepsi kemudahan akan meningkatkan penggunaan *peer to peer lending* sebesar 0,252 dan sebaliknya

4. Koefisien regresi untuk persepsi risiko (PR) adalah -0,326, menunjukkan hubungan negatif dengan Y. Ini berarti, kenaikan satu unit dalam persepsi risiko akan menurunkan penggunaan *peer to peer lending* sebesar -0,326 dan sebaliknya.
5. Koefisien regresi untuk FoMO adalah 0,710, menggambarkan hubungan positif dengan Y. Setiap kenaikan satu unit dalam FoMO akan meningkatkan penggunaan *peer to peer lending* sebesar 0,710 dan sebaliknya.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* untuk menilai normalitas data. Keputusan diambil berdasarkan nilai signifikansi jika lebih dari 0,05, data dianggap normal, dan sebaliknya jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data dianggap tidak terdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.58582183
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.070
	Negative	-.106
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed)	Sig.	.200

Sumber: Data Diolah (2024)

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari uji normalitas pada penelitian ini adalah 0,200, yang melebihi nilai 0,05. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki distribusi yang normal.

b) Uji Mutikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

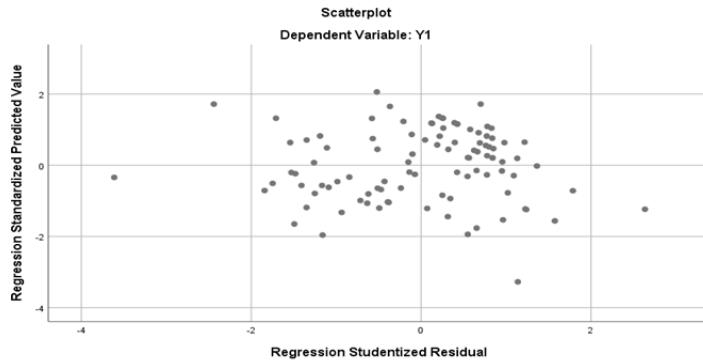
Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance	VIF	
1	(Constant)		
	LK	.525	1.904
	PK	.496	2.018
	PR	.640	1.563
	FoMO	.618	1.619

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel 5, hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki nilai VIF 1,904 dan tolerance 0,525, variabel persepsi

kemudahan memiliki VIF 2,018 dan tolerance 0,496, variabel persepsi risiko memiliki VIF 1,563 dan tolerance 0,640, serta variabel FoMO memiliki VIF 1,619 dan tolerance 0,618. Ini mengindikasikan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam penelitian ini karena setiap variabel independen memiliki VIF di bawah 10 dan tolerance lebih besar dari 0,1.

c) Uji Heterokedastisitas



Gambar 1 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan gambar 1 uji *scatterplot*, terlihat bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di sekitar sumbu tanpa membentuk pola yang jelas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi masalah heterokedastisitas pada keempat variabel independen dalam penelitian ini. Ini menunjukkan bahwa asumsi homoskedastisitas dalam model regresi linear terpenuhi, yang merupakan hasil yang memuaskan.

d) Uji Autokorelasi

Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.717 ^a	.514	.493	3.66053	1.610

Sumber: Data Diolah (2024)

Analisis statistik *Durbin-Watson* (DW) dalam pada tabel 6, dengan $n = 100$ dan k (jumlah variabel bebas) = 4 dan menghasilkan nilai DW 1,610. Nilai ini terletak antara batas kritis DU (1,592) dan 4-DU (2,408) pada tabel *Durbin-Watson*, sesuai dengan jumlah observasi dan variabel independen dalam studi ini. Hasil ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengalami masalah autokorelasi.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

a) Literasi Keuangan (X1)

Pemahaman masyarakat tentang keuangan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap penggunaan platform pinjam meminjam online. Dengan nilai t sebesar 3,027 dan signifikansi 0,003 pada tabel 3, data menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin besar kecenderungan mereka untuk memanfaatkan layanan *peer to peer lending*.

b) Persepsi Kemudahan (X2)

Pandangan pengguna mengenai kemudahan pengoperasian platform juga berperan penting dalam adopsi layanan. Nilai t 2,508 dengan signifikansi 0,014 pada tabel 3 mengindikasikan bahwa semakin mudah suatu platform dipersepsikan, semakin tinggi tingkat penggunaannya di kalangan masyarakat.

c) Persepsi Risiko (X3)

Faktor risiko yang dipersepsikan oleh pengguna memiliki pengaruh negatif yang signifikan. Dengan nilai t -4,639 dan signifikansi 0,000 pada tabel 3, data menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko yang dirasakan, semakin rendah kecenderungan seseorang untuk menggunakan layanan peer to peer lending.

d) Fear of Missing Out (FoMO) (X4)

Ketakutan akan ketertinggalan muncul sebagai faktor dengan pengaruh terkuat. Nilai t yang tinggi 6,018 dan signifikansi 0,000 pada tabel 3 menggambarkan bahwa FoMO sangat mempengaruhi keputusan seseorang untuk terlibat dalam penggunaan platform pinjam meminjam online

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui bahwa setiap variabel independen yaitu literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan FoMO masing-masing secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu penggunaan platform *peer to peer lending*.

2. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F
1	Regression	1345.636	4	336.409	25.106
	Residual	1272.954	95	13.400	
	Total	2618.590	99		

a. Dependent Variable: Y1
b. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan data pada tabel 7 anova diketahui bahwa hasil analisis menunjukkan nilai F hitung sebesar 25,106 dengan tingkat signifikansi 0,000. Mengingat angka signifikansi ini jauh di bawah ambang batas 0,05 sehingga dapat dipahami bahwa seluruh variabel independen (X1, X2, X3, dan X4) secara bersama-sama memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel dependen Y1. Temuan ini mengindikasikan bahwa model regresi yang mencakup variabel-variabel independen tersebut memiliki daya prediktif yang signifikan terhadap variabel dependen Y1. Lebih lanjut, hal ini juga menunjukkan bahwa setidaknya satu di antara variabel-variabel independen tersebut memiliki kontribusi yang signifikan dalam mempengaruhi variabel dependen Y1.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 ^a	.514	.493	3.66053
a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2				
b. Dependent Variable: Y1				

Sumber: Data Diolah (2024)

Merujuk pada tabel 8, nilai *R Square* teridentifikasi sebesar 0,514, setara dengan 51,4%. Interpretasi dari angka ini menunjukkan bahwa kombinasi variabel-variabel independen yang diteliti - meliputi literasi keuangan (X1), persepsi kemudahan (X2), persepsi risiko (X3), dan *Fear of Missing Out* (FoMO) (X4) secara kolektif mampu menerangkan 51,4% dari variasi yang terjadi pada variabel dependen Y1. Sementara itu, 48,6% variasi lainnya tidak tercakup dalam model ini dan kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Faktor-faktor tersebut mungkin mencakup, namun tidak terbatas pada, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dinamika pengaruh sosial, aspek motivasi hedonis, serta pertimbangan nilai harga.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Platform *Peer to Peer Lending* oleh Gen Z

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan, didapati bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh generasi Z di Bandar Lampung. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi positif sebesar 0,281 dan hasil uji t yang signifikan. Tingkat literasi keuangan generasi Z di Bandar Lampung tergolong baik (*well literate*) dengan nilai mean 3,96, yang berdampak positif pada pengambilan keputusan keuangan mereka. Penelitian ini mendukung temuan sebelumnya dan sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Literasi keuangan yang baik memungkinkan individu untuk lebih memahami manfaat dan risiko platform *peer to peer lending*, menggunakan layanan dengan lebih efektif, dan membuat keputusan keuangan yang lebih tepat. Tingkat pendidikan yang tinggi juga berkontribusi pada pemahaman keuangan yang lebih baik di kalangan generasi Z.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu Wulandari (2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Shopeepaylater*, sebuah fitur pinjaman online di aplikasi Shopee. Sejalan dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Aditya, *et al.* (2022) turut menemukan bahwa literasi keuangan secara positif mempengaruhi penggunaan platform *fintech* secara umum yang mencakup layanan *peer to peer lending*. Penelitian-penelitian ini menegaskan bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi meningkatkan pemahaman dan kemampuan generasi Z dalam membuat keputusan finansial yang tepat, termasuk dalam pemilihan dan penggunaan produk serta layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Platform *Peer to Peer Lending* oleh Gen Z

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh generasi Z di Bandar Lampung. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi positif sebesar 0,252 dan hasil uji t yang signifikan. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa kemudahan akses melalui smartphone dan kemudahan dalam melakukan peminjaman dana menjadi faktor utama yang dirasakan oleh pengguna. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu dan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Karakteristik responden yang didominasi oleh generasi z dengan rentang usia 23-26 tahun menunjukkan bahwa generasi ini memiliki kemampuan yang baik dalam menerima dan menggunakan teknologi baru. Persepsi kemudahan berperan penting dalam mendorong penerimaan, meningkatkan partisipasi, dan mempertahankan penggunaan platform dalam jangka panjang, serta dapat menjadi strategi kunci bagi penyedia layanan untuk membangun keunggulan kompetitif.

Temuan penelitian ini menunjukkan konsistensi dengan studi-studi terdahulu dalam bidang yang sama. Secara khusus, hasil ini memperkuat kesimpulan yang diperoleh oleh Viya (2021) dimana dalam penelitiannya mengungkapkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan dan intensi untuk menggunakan layanan pinjaman online, khususnya platform *peer to peer lending*, dari perspektif peminjam atau *borrower*. Lebih lanjut lagi, penelitian ini juga didukung dengan hasil yang dipaparkan oleh Suliantini, *et al.*, (2022). Mereka menemukan bahwa di kalangan mahasiswa, persepsi tentang kemudahan penggunaan memiliki dampak positif terhadap minat untuk memanfaatkan layanan *peer to peer lending*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin mudah suatu platform *fintech* dioperasikan, semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk mengadopsi dan menggunakan. Kedua studi ini, bersama dengan penelitian saat ini, menekankan tentang pentingnya faktor kemudahan penggunaan dalam adopsi sebuah teknologi finansial.

3. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan Platform *Peer to Peer Lending* oleh Gen Z

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan, dapat dipahami bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh generasi z di Bandar Lampung. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi negatif sebesar -0,326 dan hasil uji t yang signifikan. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi menjadi faktor utama dalam persepsi risiko. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu dan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Karakteristik responden yang didominasi oleh tingkat pendidikan sarjana menunjukkan bahwa pendidikan tinggi berkontribusi pada pemahaman risiko yang lebih baik. Semakin tinggi persepsi risiko, semakin rendah keinginan untuk menggunakan platform *peer to peer lending*. Hal ini berimplikasi pada perlunya upaya dari penyedia layanan untuk mengurangi risiko dan meningkatkan kepercayaan pengguna guna mendorong pertumbuhan platform.

Studi ini selaras dengan temuan-temuan penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara persepsi risiko dan minat penggunaan layanan fintech lending. Exelino (2023) dalam penelitiannya tentang Kredivo, yaitu sebuah platform *fintech lending*, menemukan korelasi negatif antara persepsi risiko dan minat penggunaan. Senada dengan itu, Andista, *et al.* (2021) juga mengungkapkan bahwa persepsi risiko secara

signifikan dan negatif mempengaruhi minat dalam mengadopsi teknologi finansial pinjaman *online*. Hasil-hasil ini konsisten menunjukkan bahwa semakin tinggi risiko yang dipersepsikan oleh calon pengguna, khususnya generasi Z, maka semakin rendah pula kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan *peer to peer lending*. Fenomena ini juga turut menyoroti pentingnya manajemen risiko dalam industri *fintech*

4. Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) Terhadap Penggunaan Platform *Peer to Peer Lending* oleh Gen Z

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan, dapat diketahui bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh generasi Z di Bandar Lampung. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi positif sebesar 0,710 dan hasil uji t yang signifikan. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa perasaan kurang senang ketika belum memiliki barang yang dimiliki orang sekitar dan merasa tertinggal ketika tidak mengetahui tren terbaru menjadi faktor utama dalam FoMO. Karakteristik responden yang didominasi oleh mahasiswa dengan sumber pemasukan utama dari orang tua dan jumlah pemasukan yang relatif rendah mendorong penggunaan platform *peer to peer lending* sebagai solusi cepat untuk memenuhi perilaku FoMO. Hasil ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan penelitian terdahulu. FoMO mendorong generasi Z untuk lebih aktif dalam memanfaatkan peluang finansial yang ditawarkan platform *peer to peer lending*, membuat keputusan peminjaman lebih cepat, dan cenderung melakukan peminjaman dengan volume yang lebih besar untuk menghindari rasa tertinggal dari tren yang sedang berkembang.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan keselarasan dengan studi-studi terdahulu yang telah dilakukan dalam konteks perilaku keuangan generasi Z, khususnya terkait dengan fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO). Secara spesifik, hasil ini diperkuat dengan kesimpulan yang diperoleh oleh Viviantika (2023) dimana dalam penelitiannya, beliau mengungkapkan adanya hubungan positif antara FoMO dan perencanaan keuangan individu (*personal financial planning*). Selain itu, temuan ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dinyatakan oleh Harahap, *et al.*, (2023) yang dalam studinya mengungkapkan bahwa perilaku FoMO di kalangan generasi Z dapat memicu pembelian impulsif, yang pada gilirannya mendorong penggunaan layanan *paylater*. Temuan ini menyoroti kompleksitas hubungan antara faktor psikologis (FoMO), perilaku konsumsi, dan adopsi teknologi finansial di kalangan generasi muda. Kedua studi ini, bersama dengan penelitian saat ini, menekankan peran signifikan FoMO dalam membentuk perilaku keuangan generasi Z, mulai dari perencanaan keuangan hingga adopsi teknologi finansial seperti *peer to peer lending*.

5. Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan *Fear of Missing Out* (FoMO) Terhadap Penggunaan Platform *Peer to Peer Lending* oleh Gen Z

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan *Fear of Missing Out* (FoMO) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh generasi Z di Bandar Lampung. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji F yang signifikan dan nilai koefisien determinasi sebesar 49,3%. Meskipun persepsi risiko memiliki arah hubungan negatif, keempat variabel independen bersama-sama berperan penting dalam menjelaskan variasi penggunaan platform. Literasi keuangan berperan sebagai pondasi pemahaman, persepsi kemudahan sebagai pendorong penggunaan,

persepsi risiko sebagai pengendali, dan FoMO sebagai pemicu. Kombinasi yang tepat dari keempat faktor ini dapat mendorong penggunaan platform yang baik, namun ketidakseimbangan (terutama FoMO yang berlebihan tanpa literasi keuangan yang memadai) dapat meningkatkan risiko. Hasil ini menunjukkan kompleksitas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan generasi z dalam menggunakan platform *peer to peer lending*.

Hasil pengujian simultan dalam penelitian ini mendapat dukungan dari beberapa studi terdahulu yang relevan yaitu Exelino (2023) yang melakukan penelitian dengan fokus pada platform *peer to peer lending* Kredivo. Dalam studinya menggunakan persepsi kemudahan dan persepsi risiko sebagai variabel independen untuk menguji pengaruhnya terhadap penggunaan Kredivo. Selanjutnya yaitu Viya (2023) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi intensi penggunaan layanan *peer to peer lending*. Salah satu variabel independen yang digunakan dalam penelitiannya adalah literasi keuangan. Kemudian Harahap, *et al.* (2023) memasukkan *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai salah satu variabel independen dalam studi mereka terkait perilaku keuangan.

Ketiga penelitian tersebut memiliki kesamaan dalam hal temuan utama mereka. Masing-masing studi menyimpulkan bahwa variabel-variabel independen yang mereka teliti, ketika diuji secara bersama-sama atau simultan, menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yang diteliti. Temuan-temuan ini sejalan dengan hasil pengujian simultan dalam penelitian saat ini yaitu literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan *Fear of Missing Out* (FoMO) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh generasi z di Bandar Lampung. Konsistensi ini memperkuat validitas hasil penelitian dan menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti persepsi kemudahan, persepsi risiko, literasi keuangan, dan FoMO memang memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan penggunaan layanan *peer to peer lending* atau platform *fintech* serupa. Keselarasan hasil ini menekankan pentingnya pendekatan yang menyeluruh dalam memahami perilaku pengguna terhadap layanan keuangan digital. Ini menunjukkan bahwa keputusan untuk mengadopsi atau menggunakan platform *peer to peer lending* tidak dipengaruhi oleh faktor tunggal, melainkan oleh kombinasi berbagai faktor yang saling berinteraksi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa penggunaan platform *peer to peer lending* oleh generasi Z di Bandar Lampung dipengaruhi secara signifikan oleh beberapa faktor. Literasi keuangan dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif, menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang baik dan kemudahan penggunaan *platform* mendorong adopsi layanan ini. Sebaliknya, persepsi risiko berpengaruh negatif, mengindikasikan bahwa kesadaran akan risiko cenderung mengurangi penggunaan platform. *Fear of Missing Out* (FoMO) juga berpengaruh positif, menggambarkan kecenderungan generasi z untuk mengikuti tren dan menghindari perasaan tertinggal. Temuan ini menggarisbawahi kompleksitas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan finansial generasi z, menekankan pentingnya edukasi keuangan, desain platform yang *user-friendly*, manajemen risiko yang efektif, serta pemahaman tentang dinamika sosial dalam pengembangan dan pemasaran layanan *peer to peer lending* untuk segmen pasar ini.

Beberapa saran dapat diajukan sebagai implikasi praktis dalam studi ini. Bagi generasi z di Bandar Lampung, disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan

mereka, terutama terkait inovasi teknologi keuangan, investasi, dan manajemen risiko guna membuat keputusan keuangan yang lebih baik. Untuk platform *peer to peer lending*, fokus pada peningkatan fitur, kualitas layanan, serta keamanan dan perlindungan data pengguna sangat direkomendasikan, mengingat kekhawatiran yang masih ada di kalangan pengguna. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan mengeksplorasi variabel-variabel lain yang belum dibahas dalam penelitian ini, seperti persepsi manfaat, perilaku keuangan, gaya hidup, dan *self-control*, untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan platform *peer to peer lending*. Dengan demikian, diharapkan semua pihak dapat berkontribusi dalam mengoptimalkan manfaat dan memitigasi risiko dari penggunaan platform *peer to peer lending*, khususnya di kalangan generasi z.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Trisna, and Luh Putu Mahyuni (2022). "Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech." *Forum Ekonomi* 24, no. 2 : 245–58.
<https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10330>.
- Adityandani, Welldan and Haryono, N. A. (2019). "Pengaruh Demografi, Financial Atitude, Financial Knowledge, Dan Suku Bunga Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Kota Surabaya." *Jurnal Ilmu Manajemen*, 316–26.
- Andista, Devi Rahayu, and Riaull Susilawaty. (2021). "The Influence of Perceived Ease of Use and Risk on Interest in Using Financial Online Loan Technology." Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar, 1228–33.
<https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2919>
- Andriyanto dan Diana, Yaufi Rahmawati. (2016). "Kebermanfaatan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa." *Jurnal Profita*, no. 1: 16.
- Davis, Fred D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly* 13 : 319–40.
- Exelino Ramandhika, Havis. (2023). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Konsumen Dalam Menggunakan Pinjaman Online Kredivo." *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta*.
- Harahap, Muhammad Ikhsan, Andri Soemitra, and Zuhriinal M Nawawi. (2023). "Analysis of the Effect of Fear of Missing Out (FoMO) and the Use of Paylater Application on Impulse Buying Behavior (Review of Maqashid Syariah)" 22, no. 2 : 67–73.
<https://doi.org/10.24123/jmb.v22i2.682>.
- Margaretha, Farah and Reza Arief Pambudhi. (2015). "Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 17: 76–85
- Noviandini, Nurul Citra. (2012) "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan E-Filing Bagi Wajib Pajak Di Yogyakarta." *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Otoritas Jasa Keuangan RI. (2019). "Penyelenggara Fintech Terdaftar Dan Berizin Di OJK Per 31 Mei 2019".
- Otoritas Jasa Keuangan RI. (2023). "Statistik P2P Lending Periode Agustus 2023".
<https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/default.aspx>

- Oseifuah, Emmanuel Kojo. (2010) "Financial Literacy and Youth Entrepreneurship in South Africa." *African Journal of Economic and Management Studies* 1, no. 2 : 164-82.
- Putra, Muhammad Iqbal Arya, and Ratna Candra Sari. (2020). "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking." *PROFITa : Kajian Ilmu Akuntansi* 8, no. 8 : 1-12.
- Przybylski, Andrew K., Kou Murayama, Cody R. DeHaan, and Valerie Gladwell. (2013). "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out." *Computers in Human Behavior* 29 : 1841-48.
- Rahim, Hamidah. (2017). "Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Transaksi Penggunaan Paytrenpadapt. Veritra Sentosa Internasional." *Jurnal Ekobistek* 6 : 274-85.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV 92 Alfabeta.
- Suliantini, Ketut Ayu, and Ketut Rencana Sari Dewi. (2022). "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Dan Personalisasi Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Peer to peer Lending (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha)." *Universitas Pendidikan Ganesha*. <http://repo.undiksha.ac.id/id/eprint/13170>
- Tjandrawinata, R. R. (2016). "Industri 4.0: Revolusi Industri Abad Ini Dan Pengaruhnya Pada Bidang Kesehatan Dan Bioteknologi." *Jurnal Medicinus*.
- Viviantika Putri, E. (2023). Pengaruh Love Of Money, Fomo & Pengendalian Diri Terhadap Personal Financial Planning Generasi Z Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Generasi Z Fakultas Ekonomi UIN Malang).
- Viya R, Reyhana. (2021). "Pengaruh Literasi Keuangan, Bandwagon Effect, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Intensi Penggunaan Layanan Pinjaman Online (Peer to peer Lending) Sebagai Pihak Peminjam (Borrower)." *Universitas Islam Indonesia*.
- Wulandari, Sri. (2023). "Pengaruh Literasi Keuangan, Parental Income Dan Self Control Terhadap Minat Menggunakan Shopeepaylater Pada Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Jambi Di UIN Walisongo Semarang)".
- Yogananda, Septa, A., Dirgantara, & Bayu, I. M. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. Skripsi.
- Zahroh, Lailatuz, and Ima Fitri Sholichah. (2022). "Pengaruh Konsep Diri Dan Regulasi Diri Terhadap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Penguna Instagram." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 4, no. 3 : 79.
<https://core.ac.uk/download/pdf/322599509.pdf>