



Efektivitas Fintech Dalam Transaksi Non Tunai Pada Layanan Perbankan

Cindy¹, Agus Zainul Arifin², Sri Ida Royani Simanjuntak³

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanegara

³Universitas HKBP Nommensen

Alamat : Jl. Letjen S. Parman No.1, RT.6/RW.16, Tomang, Kec. Grogol petamburan,
Kota Jakarta Barat^{1,2}

Jl. Sangnawaluh No.4, Siopat Suhu, Kec. Siantar Tim.,Pematang Siantar, Sumatera
Utara¹

Korespondensi penulis: sri.simanjuntak@uhn.ac.id

Abstract; *This research aims to verify the influence between the transaction process and seamless transaction to perceived benefit. Approach the problem using the Theory Acceptance Model (TAM). The research uses primary data obtained by distributing questionnaires on an ongoing basis online. Data collection method with purposive sampling data collected 545 respondents. Data were analyzed using SEM-PLS. The research results prove it the transaction process and seamless transactions positive influence on perceived benefit. The original value of this research proves that the TAM theory can explain the relationship between variables from the research model that was built.*

Keywords: *Internet banking, perceived benefit, seamless transaction, and transaction process*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk memverifikasi hubungan pengaruh *transaction process* dan *seamless transaction* terhadap *perceived benefit*. Pendekatan masalah menggunakan Teori *Theory Acceptance Model (TAM)*. Penelitian menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Metode pengumpulan data dengan *purposive sampling* data yang terkumpul 545 responden. Data dianalisis dengan SEM-PLS. Hasil penelitian membuktikan *transaction process* dan *seamless transaction* berpengaruh positif terhadap *perceived benefit*. Nilai original penelitian ini membuktikan bahwa teori TAM mampu menjelaskan hubungan antar variabel dari model penelitian yang dibangun.

Kata kunci: *Internet banking, perceived benefit, seamless transaction, and transaction process*

LATAR BELAKANG

Di Indonesia teknologi keuangan (*FinTech*), menjadi salah satu terobosan teknologi yang pesat dalam meningkatkan layanan transaksi perbankan (Wonglimpiyarat, 2017). Peningkatan layanan perbankan melalui *FinTech* berkembang pesat sehingga banyak peminat mulai beradaptasi, Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah pengguna dan total transaksi setiap tahunnya. Namun dalam perkembangan ini belum didukung secara baik dalam hal penyediaan jaringan dan edukasi kepada nasabah, akibatnya manfaat dari layanan *FinTech* belum dirasakan secara luas. Keadaan ini dapat dilihat pada Gambar 1 yang menjelaskan bahwa hanya 13,1% dari nasabah bank yang sering dan sangat sering menggunakan *m-Banking & internet banking*.



Gambar 1 Presentase Pengguna *m-Banking* dan *Internet Banking* di Indonesia pada 2021

Sumber : (Mutia, 2022)

Gambar 1 menjelaskan sebanyak 62,9% orang di Indonesia yang mengaku tidak pernah melakukan transaksi menggunakan *m-Banking* dan *Internet Banking*, lalu terdapat 8,2% orang yang sangat jarang dan 15,8% orang yang jarang menggunakan *m-Banking* dan *Internet Banking*, serta 11,4% orang yang sering dan 1,7% orang yang sangat sering menggunakan *m-Banking* dan *Internet Banking* (Mutia, 2022). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *m-Banking* dan *Internet Banking* dalam manfaat belum tersebar secara merata, dikarenakan kurangnya pendidikan pengetahuan tentang perkembangan teknologi informasi (Dwiastanti, 2017) dan minimnya infrastruktur layanan internet yang tersebar dan terjangkau di beberapa daerah tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk memverifikasi hubungan *transaction process* dan *seamless transaction* terhadap *perceived benefit* pada penggunaan layanan FinTech dengan pendekatan teori TAM. Novelty penelitian ini yaitu terdapat perbedaan penggunaan teori dalam penelitian (Kustono et al., 2020) yang menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM), (Jain & Raman, 2022) yang menggunakan teori *Theory of Reasoned Aaction* (TRA), dan (Nurlaily et al., 2021) yang menggunakan teori *Theory of Planned Behavior* (TPB). Adapun untuk menguji seberapa besar penerimaan manfaat yang diperoleh dari nasabah dengan menggunakan layanan FinTech ini maka subjek yang digunakan ialah pengguna *m-Banking* dan *internet banking* dengan sampel responden yang tinggal di Jabodetabek.

KAJIAN TEORITIS

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Teori teknologi *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan penggunaan sistem informasi (SI) yang diimplementasikan pada transaksi pasar keuangan (Davis, 1989). Teori ini dari perspektif manajemen keuangan berhubungan dengan masalah inovasi teknologi keuangan yang digunakan pada pasar keuangan termasuk perbankan. Kecepatan diterima oleh masyarakat untuk transaksi keuangan, menurut teori TAM bergantung pada 3 faktor yaitu *perceived usefulness*, *ease of use* dan *intention of use*. *Perceived ease of use* merupakan tingkatan kepercayaan seseorang bahwa memakai teknologi akan mengurangi upaya yang berlebihan (Indarsin & Ali, 2017). *Perceived usefulness* merupakan tingkatan kepercayaan seseorang bahwa memakai teknologi akan meningkatkan kinerja dalam melakukan pekerjaannya (Ali et al., 2021). *Intention of use* merupakan niat seseorang siap untuk memakai teknologi dalam melakukan tindakan yang diinginkan (Chemingui & Ben lallouna, 2013). Melalui adopsi FinTech transaksi keuangan menjadi tidak memerlukan pembayaran tunai dan tidak perlu membawa uang sehingga dapat menghindari kehilangan uang pada saat membawa uang dan transaksi menjadi lebih cepat. Dalam teori TAM kedua variabel tersebut memenuhi kriteria *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Transaction process adalah prosedur seseorang atau konsumen dapat melakukan proses transaksi secara sistematis dan jelas (Choi et al., 2008). Dalam proses transaksi penting dalam memfasilitasi transaksi online dengan kecepatan yang tidak dapat menghambat proses pergerakan uang (Husin et al., 2019). *Seamless transaction* atau *seamless payment* adalah transaksi *non cash method* atau transaksi yang tidak terlihat secara fisik uang yang digunakan untuk bertransaksi karena menggunakan media yang lain (Ryu, 2018). *Seamless transaction* membuat perusahaan FinTech dapat mengembangkan produk dan layanan keuangan yang inovatif untuk bertahan di pasar keuangan dan bersaing dengan layanan keuangan tradisional (Diana & Leon, 2020).

Perceived benefit merupakan keyakinan konsumen tentang sejauh mana ia akan menjadi lebih baik dari transaksi online dengan situs web tertentu (Kim et al., 2008). Manfaat yang dirasakan dapat dikatakan sebagai keyakinan nasabah tentang cara mereka dapat menjadi lebih baik karena bertransaksi secara online menggunakan situs web tertentu (Ian Nurpatricia Suryawan, Yokie Radnan Kristiyono, 2021).

Hubungan antara *Transaction Process* dengan *Perceived Benefit*

FinTech merupakan salah satu potensi baru yang menggunakan inovasi dari suatu aplikasi, proses, produk, atau model bisnis industri keuangan. Salah satu produk dari fintech yaitu *m-Banking* dan *internet banking*. Penggunaan *m-Banking* dan *internet banking* semakin diminati oleh banyak nasabah. Hal ini karena manfaat yang diberikan berupa kemudahan dan meminimalisirkan waktu untuk bertransaksi.

Transaction process adalah sistem pemrosesan transaksi yang mencatat serta memproses data hasil dari transaksi yang diperlukan oleh nasabah. Salah satu produk inovasi fintech yang disediakan perbankan adalah layanan *m-Banking* atau *internet banking*. Proses transaksi produk layanan ini makin diminati nasabah karena memberikan layanan proses transaksi yang lebih cepat dan semakin mudah.

Transaction Process adalah prosedur yang sistematis untuk menyelesaikan suatu tugas. Semakin cepat suatu proses transaksi dari FinTech, maka nasabah akan semakin merasakan manfaat berupa kepuasan yang dirasakan nasabah dari penggunaan FinTech. Hal yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah dalam menggunakan FinTech ialah kualitas sistem proses transaksi yang baik akan mengutamakan kemudahan bagi nasabah (Haqqi & Suzianti, 2020). Menurut penelitian (Sudiatmika & Purwanti, 2020) bahwa dalam proses transaksi pada penggunaan FinTech dapat meningkatkan daya saing industri kecil dan menengah. Kepuasan adalah daya saing terpenting yang bersifat non moneter..

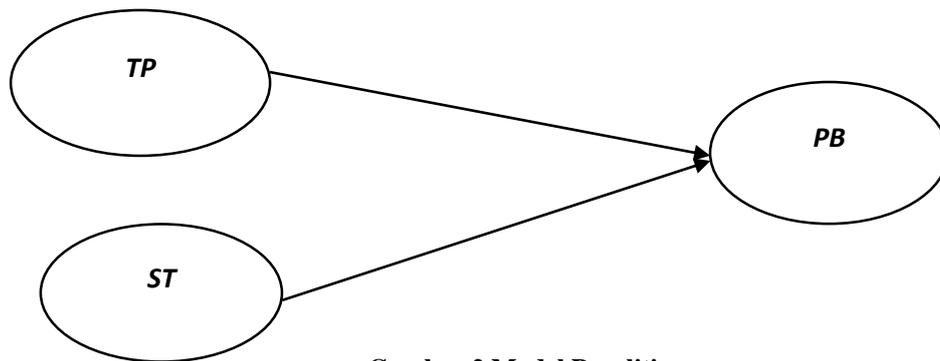
Hubungan antara *Seamless Transaction* dengan *Perceived Benefit*

Seamless transaction adalah transaksi *non cash method*, dapat disebut juga sebagai transaksi yang menggunakan media perantara dengan menggunakan inovasi teknologi informasi melalui media internet sebagai keberlangsungan bertransaksi. Dalam penerapannya pada FinTech khususnya layanan *m-Banking* atau *internet banking*, manfaat yang didapatkan oleh nasabah adalah merasa praktis karena dengan adanya *non cash method* nasabah tidak lagi membawa uang, nasabah dapat melakukan transaksi dimana saja, dan juga dapat meminimalisir risiko terjadinya kehilangan uang.

Transaksi *non - cash method* membantu nasabah dalam mendapatkan manfaat langsung dengan layanan keuangan FinTech yang mudah diakses dan waktu lebih cepat. Melalui *m-banking* dan *internet banking*, Ketika akan melakukan transaksi nasabah tidak perlu datang ke satu lokasi (ATM atau kasir), dan waktu transaksi yang lebih cepat,

karena cukup menggunakan aplikasi yang dapat diakses melalui telepon genggam. Penelitian yang telah diteliti oleh (Jain & Raman, 2022), dan (Nurlaily et al., 2021) menyatakan bahwa *seamless transaction* berpengaruh positif terhadap terhadap *perceived benefit* dalam penggunaan FinTech.

Berdasarkan penjelasan teori, hasil penelitian sebelumnya, dan hipotesis yang dibangun, maka model penelitian ini disajikan pada Gambar 1.



Gambar 2 Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah bank pengguna aplikasi layanan perbankan yaitu *m-Banking* dan *internet banking*. Objek penelitian terdiri dari : Variabel independent yaitu variable *transaction process*, *seamless transaction*, dan variable dependen yaitu *perceived benefit*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif. Data penelitian ini adalah primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang dibangun dengan *Google form* dan disebarakan menggunakan media sosial seperti *whatsapp* dan *instagram*. Melalui kuisisioner, responden diminta untuk memberikan pendapat berupa persepsi berupa skor. Skor atas tanggapan tiap item pernyataan diukur dengan skala skala diferensial semantik dengan rentang 1-10 (Fauzia, 2012). Skor 1 untuk pendapat sangat tidak setuju, dan skor 10 untuk pendapat sangat setuju. Metode analisis menggunakan metode SEM-PLS versi 4. Adapun operasionalisasi variable berupa pernyataan/item dari tiap variable disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Operasional Variabel

Variabel : <i>Transaction Process</i>		
Referensi	Item indikator	Kode
(Abramova & Böhme, 2016)	Saya merasa penggunaan m-Banking/Internet Banking memudahkan saya untuk mentransfer uang dengan cepat.	TP1
	Saya merasa penggunaan m-Banking/Internet Banking memudahkan saya untuk mentransfer uang ke berbagai tempat yang saya tuju.	TP2
	Saya merasa penggunaan m-Banking/Internet Banking memudahkan transfer dengan biaya yang murah.	TP3
Variabel : <i>Seamless Transaction</i>		
Referensi	Item indikator	Kode
(Chishti, 2016)	Dengan menggunakan aplikasi m-Banking/Internet Banking untuk transaksi, saya semakin dapat mengontrol transaksi keuangan saya.	ST1
	Dengan menggunakan aplikasi m-Banking/Internet Banking maka saya semakin banyak melakukan transaksi keuangan secara bersamaan.	ST2
	Saya semakin terdorong untuk melakukan transaksi <i>peer to peer</i> (melalui aplikasi transaksi <i>online</i>).	ST3
Variabel : <i>Perceived Benefit</i>		
Referensi	Item indikator	Kode
(Ali et al., 2021)	Non – monetary benefit Saya merasa penggunaan m-Banking/Internet Banking dapat digunakan kapan saja.	PB1
	Saya merasa penggunaan m-Banking/Internet Banking dapat digunakan di mana saja.	PB2
	Saya merasa lebih mudah dalam menggunakan m-Banking/Internet Banking ketika melakukan transaksi keuangan dibandingkan dengan layanan keuangan tradisional.	PB3
	Saya merasa lebih nyaman dalam menggunakan m-Banking/Internet Banking dibandingkan layanan keuangan tradisional	PB4
	Monetary benefit Saya merasa penggunaan m-Banking/Internet Banking biayanya lebih hemat.	PB5
	Saya merasa penggunaan m-Banking/Internet Banking memberikan keuntungan financial yang lebih banyak.	PB6

Analisis data dilakukan dengan mengukur *outer model* dan *inner model*. Dalam *outer model* terdapat uji validitas konvergen, uji validitas *cross loading*, dan uji reliabilitas. Sedangkan dalam *inner model* terdapat uji *R-square*, *Q-square*, uji *Goodness of Fit* dan *path coefficient*. Metode sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan kriteria yaitu :

1. Memiliki akun bank.
2. Responden yang aktif menggunakan *m-Banking* dan *internet banking* dalam bertansaksi.
3. Tinggal di wilayah Jabodetabek.
4. Minimal berumur 17 tahun

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Outer Model

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dengan Konvergen *Validity*, Uji *Cross Loading*, Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 3 dan 4. *Convergent Validity* memiliki tujuan untuk memahami seluruh kevaliditasan hubungan antara indikator dengan variabel latennya. Hasil ujinya disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Konvergen

No.	Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
1.	<i>Transaction Process (TP)</i>	TP-1	0.958	Valid
		TP-2	0.975	Valid
		TP-3	0.890	Valid
2.	<i>Seamless Transaction (ST)</i>	ST-1	0.919	Valid
		ST-2	0.920	Valid
		ST-3	0.859	Valid
3.	<i>Perceived Benefit (PB)</i>	PB-1	0.937	Valid
		PB-2	0.949	Valid
		PB-3	0.946	Valid
		PB-4	0.936	Valid
		PB-5	0.916	Valid
		PB-6	0.824	Valid

Pada Tabel 3 dapat disimpulkan hasil penelitian seluruh variabel sudah memenuhi kriteria yaitu minimal bernilai 0,7 (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017) dengan nilai terkecil di indikator PB-6 bernilai 0,824

Pada Tabel 4 dapat disimpulkan hasil penelitian seluruh variabel tersebut nilai *cross loading* seluruh indikator sudah memenuhi kriteria *discriminant validity*. Contoh PB-1 adalah indikator dari variabel perceived benefit dengan nilai 0,937 ini memiliki nilai paling besar dibandingkan dari indikator PB-1 pada variabel *service convenience* dengan

nilai 0,546, *transaction process* dengan nilai 0,789 dan *seamless transaction* dengan nilai 0,702.

Tabel 4 Hasil Uji Cross Loading

Variabel	TP	ST	PB
TP-1	0.958	0.654	0.791
TP-2	0.975	0.719	0.802
TP-3	0.890	0.857	0.724
ST-1	0.769	0.919	0.695
ST-2	0.719	0.920	0.631
ST-3	0.623	0.859	0.579
PB-1	0.789	0.702	0.937
PB-2	0.760	0.669	0.949
PB-3	0.742	0.652	0.946
PB-4	0.750	0.635	0.936
PB-5	0.790	0.636	0.916
PB-6	0.690	0.608	0.824

b. Uji Reliabilitas

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	rho_a	rho_c	Keterangan
1.	TP	0.935	0.940	0.959	Reliabel
2.	ST	0.883	0.891	0.927	Reliabel
3.	PB	0.963	0.964	0.970	Reliabel

Pada Tabel 5 dapat disimpulkan seluruh indikator dalam penelitian ini memenuhi syarat reliabilitas karena *Cronbach's Alpha* sudah berada diatas angka 0,6 dengan contoh variabel TP bernilai 0,935 (Hair J. F., Black, Babin, & Anderson, 2010) dan *Composite reliability* sudah berada diatas angka 0,7 dengan contoh variabel TP bernilai 0,940 (rho_a) dan 0,959 (rho_c) (Hair, 2009).

2. Inner Model

Pada *coefficient of determination* (R-square) membuktikan bahwa besarnya kontribusi dari variabel independen *transaction process*, dan *seamless transaction* terhadap variabel dependen *perceived benefit*. Hasil uji disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-square)

Variabel	R-square

<i>Perceived Benefit</i>	0.685
--------------------------	-------

Pada Tabel 6 dapat disimpulkan dalam penelitian variable independent, yaitu (*transaction process*, dan *seamless transaction*) mampu menjelaskan variable dependen (*perceived benefit*) sebesar 68.5%, sisanya dijelaskan oleh variable lain yang tidak diteliti pada penelitian ini sebesar 31,5%. Nilai *R-square* sebesar 0.685 dikatagorikan *moderate* (Hair, Risher , Sarstedt, & Ringle, 2019).

Tabel 7 Hasil Uji Prediksi Relevansi (Q-square)

Variabel	Q-square
<i>Perceived Benefit</i>	0.684

Pada Tabel 7 dapat disimpulkan dengan nilai *Q-square* sebesar 0.684 membuktikan variable independent secara Bersama-sama memprediksi mampu memprediksi dengan kuat terhadap variable yaitu *perceived benefit* (Hair, Risher , Sarstedt, & Ringle, 2019).

Tabel 8 Hasil Uji Goodness of Fit

Metode	<i>Saturated Model</i>	Keterangan
NFI	0.816	<i>Acceptable Fit</i>
SRMR	0.059	<i>Acceptable Fit</i>

Pada Tabel 8 dapat disimpulkan pada penelitian ini bahwa NFI *fit* dengan nilai 0,816 (Ghozali, 2014), sedangkan *Standardised Root Mean Square Residual* (SRMR) dapat disimpulkan pada penelitian ini bahwa SRMR *fit* dengan nilai 0,059 (Weston & Gore Jr, 2006).

Tabel 9 Hasil Uji Path Coefficient dan Uji Hipotesis

Variabel	<i>Path Coefficient</i>	<i>T-Statistic</i>	<i>P-Values</i>	Keterangan
TP → PB	0.691	3.267	0.001	Diterima
ST → PB	0.166	15.114	0.000	Diterima

Pada Tabel 9 dapat disimpulkan pada penelitian ini variabel independen yaitu variabel *transaction process* (TP) dengan nilai t-statistic 3.267 (> 1.96) atau P-Value =

0.001 (<0.05), dan *seamless transaction* (ST) dengan nilai t-statistic 15.114 (> 1.96) atau P-Value = 0.000 (<0.05) terhadap *perceived benefit* (PB), serta keduanya variable ini mempunyai arak positif dari nilai *path coefficient*. , maka dapat disimpulkan bahwa *transaction process* dan *seamless transaction* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap *perceived benefit* (Henseler et al., 2009). Berdasarkan bukti ini maka kedua hipotesis penelitian dapat diterima.

Pengaruh *Transaction Process* terhadap *Perceived Benefit*

Transaction process berpengaruh positif terhadap *perceived benefit* yang memiliki arti semakin cepat proses transaksi pada layanan *m-banking* dan *internet banking* maka manfaat yang dirasakan oleh pengguna layanan semakin tinggi. Untuk meningkatkan layanan *m-banking* dan *internet banking* maka proses transaksi penting untuk terus dipercepat. Hal ini sesuai dengan teori TAM bahwa penggunaan teknologi keuangan (fintech) akan cepat diserap oleh pengguna jika aplikasi fintech memenuhi kriteria mudah digunakan (*ease*) dan atau memberikan manfaat (*usefulness*) bagi penggunan. Dengan kata lain, bukti ini mengatakan bahwa kecepatan proses layanan *m-banking* dan *internet banking* dalam bertransaksi (*Transaction Process*) menjadi factor penting untuk diperhatikan oleh penyedia layanan fintech (Perbankan) sehingga dirasakan manfaatnya oleh pengguna (nasabah).

Pada pengukuran *Transaction Process*, indikator yang memiliki bobot paling besar adalah penggunaan layanan keuangan *m-banking* dan *internet banking* adalah factor biaya yang murah dan lokasi yang lebih luas. Dengan hipotesis *transaction process* yang menunjukkan adanya pengaruh positif maka dalam pernyataan ini, pengguna *m-banking* dan *internet banking* merasa bahwa layanan FinTech tersebut memudahkan dengan proses yang cepat serta transfer dengan biaya yang murah. Salah satu contoh ialah fitur BI *Fast m-Banking* BCA yang prosesnya *realtime* dengan biaya yang lebih murah yaitu Rp 2.500,00 per transaksi untuk melakukan pengiriman dana antar bank yang berbeda, ketimbang dengan pengiriman dana antar bank yang berbeda dengan mesin ATM dengan biaya Rp 6.500,00. Dengan biaya yang ditawarkan lebih murah, nasabah akan lebih terdorong menggunakan layanan FinTech dibandingkan transaksi dengan menggunakan mesin ATM.

Selain biaya yang lebih murah, dari hasil penelitian juga membuktikan bahwa manfaat akan lebih dirasakan jika dapat menjangkau lokasi yang lebih luas. Karena luas jangkauan selain ditentukan oleh sebaran dari bank itu sendiri, juga ditentukan oleh jumlah bank yang bekerja sama dalam transaksi fintech. Dengan demikian jaringan kerja sama antara perbankan menjadi factor penentu untuk memberikan manfaat yang tinggi kepada nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Haqqi & Suzianti, 2020), (Sudiatmika & Purwanti, 2020), dan (Kustono et al., 2020) menyatakan *transaction process* berpengaruh positif terhadap *perceived benefit* dalam penggunaan FinTech.

Pengaruh *Seamless Transaction* terhadap *Perceived Benefit*

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Seamless Transaction* mempunyai pengaruh positif terhadap *Perceived Benefit*. Dapat disimpulkan bahwa pengguna layanan *m-banking* dan *internet banking* mengakui adanya pengaruh kemudahan untuk mengelola transaksi secara lebih sederhana (*Seamless Transaction*) terhadap *Perceived Benefit*. Sesuai dengan teori TAM, keinginan pengguna dalam menggunakan layanan *m-Banking* dan *internet banking* ini sudah adanya *ease of use*. Transaksi non tunai menjadi daya Tarik sendiri bagi nasabah, karena nasabah tidak perlu menyiapkan uang tunai untuk pembayaran, tidak perlu mendatangi lokasi ATM. Hal ini juga mengurangi risiko kehilangan uang dan menghemat waktu.

Pada pengukuran *Seamless Transaction*, indikator yang memiliki pengaruh paling besar adalah semakin terdorong untuk melakukan transaksi *peer to peer* (melalui aplikasi transaksi *online*). Dengan hipotesis *seamless transaction* yang menunjukkan adanya pengaruh positif maka dalam pernyataan ini, pengguna *m-banking* dan *internet banking* merasa bahwa layanan FinTech tersebut semakin terdorong untuk melakukan transaksi *peer to peer* (melalui aplikasi transaksi *online*). Transaksi *peer to peer* atau dapat diartikan sebagai aplikasi *online* yang menyediakan layanan pinjam meminjam antara pemberi dan penerima pinjaman. Pada transaksi *peer to peer*, proses peminjaman dana dapat lebih cepat karena responden menganggap mudah dalam prosesnya ketimbang dengan peminjaman dengan bank tradisional. Dengan menggunakan teknologi internet yang canggih, peminjam dana tidak perlu lagi untuk membuang waktu untuk mengantri

dan melewati berbagai proses pencairan dana yang cukup lama. Peminjaman dana yang lebih fleksibel juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengguna terdorong untuk melakukan transaksi *peer to peer* karena dengan bermodal kan internet dan *handphone*, hal tersebut dapat menghemat waktu dan tenaga untuk melakukan peminjaman.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Jain & Raman, 2022), (Nurlaily et al., 2021), (Razzaque et al., 2020), (Setyadi et al., 2020), dan (Azizah et al., 2020).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif signifikan *Transaction Process* terhadap *Perceived Benefit* pada pengguna layanan *m-banking* dan *internet banking* di Jabodetabek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin adanya kecepatan proses dalam bertransaksi maka akan semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh pengguna layanan *m-banking* dan *internet banking* (*Perceived Benefit*).
2. Terdapat pengaruh positif signifikan *Seamless Transaction* terhadap *Perceived Benefit* pada pengguna layanan *m-banking* dan *internet banking* di Jabodetabek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin adanya kemudahan untuk mengelola transaksi secara lebih sederhana maka akan semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh pengguna layanan *m-banking* dan *internet banking* (*Perceived Benefit*).

Saran

Terkait dengan hasil penelitian yang telah diteliti oleh penulis dengan segala keterbatasannya, maka saran yang dapat diusulkan ialah

1. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan:
 - a. untuk responden berfokus pada kelompok usia tertentu karena setiap rentang usia menghadapi resiko yang dirasakan berbeda – beda.

- b. Memasukkan factor risiko sebagai variable independen
2. Bagi perbankan, disarankan untuk tetap memperhatikan kenyamanan yang diberikan kepada pengguna layanan *m-banking* dan *internet banking* agar pengguna tetap mengadopsi layanan FinTech.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul-Rahim, R., Bohari, S. A., Aman, A., & Awang, Z. (2022). Benefit–Risk Perceptions of FinTech Adoption for Sustainability from Bank Consumers’ Perspective: The Moderating Role of Fear of COVID-19. *Sustainability*, *14*(14), 8357. <https://doi.org/10.3390/su14148357>
- Abramova, S., & Böhme, R. (2016). *Perceived benefit and risk as multidimensional determinants of bitcoin use: A quantitative exploratory study*.
- 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>
- Azizah, A., Umamah, N., Sumardi, S., & Surya, R. A. (2020). The Effectiveness of Stopmotion Learning Media Based on Inquiry in Historical Learning in the Age of Industrial Revolution 4.0. *JURNAL HISTORICA*, *4*(1), 56–75.
- Chemingui, H., & Ben lallouna, H. (2013). Resistance, motivations, trust and intention to use mobile financial services. *International Journal of Bank Marketing*, *31*(7), 574–592. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2012-0124>
- Chishti, S. (2016). How peer to peer lending and crowdfunding drive the fintech revolution in the UK. *Banking beyond Banks and Money: A Guide to Banking Services in the Twenty-First Century*, 55–68.
- Choi, J., Seol, H., Lee, S., Cho, H., & Park, Y. (2008). Customer satisfaction factors of mobile commerce in Korea. *Internet Research*, *18*(3), 313–335. <https://doi.org/10.1108/10662240810883335>
- 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>
- Diana, N., & Leon, F. M. (2020). Factors Affecting Continuance Intention of FinTech Payment among Millennials in Jakarta. *European Journal of Business and Management Research*, *5*(4). <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.4.444>
- Dwiastanti, A. (2017). Analysis of financial knowledge and financial attitude on locus of control and financial management behavior. *MBR (Management and Business Review)*, *1*(1), 1–8.
- Fauzia, F. (2012). Perbandingan Sosial Desirabilitas Bentuk Soal Skala Likert, Semantik Diferensial, dan Forced-Choice dalam Pengukuran Prosocial Tendencies. *Jurnal Pengukuran Psikologi Dan Pendidikan Indonesia*, *1*, 4.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet.

Journal of Marketing Theory and Practice, 19(2), 139–152.

Hair, J. F. (2009). *Multivariate data analysis*.

Haqqi, F. R., & Suzianti, A. (2020). Exploring Risk and Benefit Factors Affecting User Adoption Intention of Fintech in Indonesia. *Proceedings of the 3rd Asia Pacific Conference on Research in Industrial and Systems Engineering 2020*, 13–18. <https://doi.org/10.1145/3400934.3400939>

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). *The use of partial least squares path modeling in international marketing* (pp. 277–319). [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)

Husin, M. M., Haron, R., & Aziz, S. (2019). The role of perceived benefits in formation of intention to use Islamic crowdfunding platform among small and medium enterprises in Malaysia. *Proceeding: International Conference on Business, Management, Technology and Education (ICBMTE 2019)*, 269.

Ian Nurpatricia Suryawan, Yokie Radnan Kristiyono, E. R. R. (2021). The Effect Of Perceived Benefits In Formatting Male Online Shoppers' Attitude. *Jurnal Manajemen*, 25(2), 290. <https://doi.org/10.24912/jm.v25i2.741>

Indarsin, T., & Ali, H. (2017). Attitude toward Using m-commerce: The analysis of perceived usefulness perceived ease of use, and perceived trust: Case study in Iken Wholesale Trade, Jakarta–Indonesia. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(11), 995–1007.

Jain, N., & Raman, T. V. (2022). A partial least squares approach to digital finance adoption. *Journal of Financial Services Marketing*, 1–14.

Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>

Kustono, A. S., Nanggala, A. Y. A., & Masâ€™ud, I. (2020). Determinants of the Use of E-Wallet for Transaction Payment among College Students. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(1), 85–95. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i1.2245>

Mutia, A. (2022). Survei: Mayoritas Publik Indonesia Belum Pernah Akses Internet atau Mobile-Banking. *Databoks. Katadata. Co. Id*.

Nurlaily, F., Aini, E. K., & Asmoro, P. S. (2021). Understanding the FinTech continuance intention of Indonesian users: the moderating effect of gender. *Business: Theory and Practice*, 22(2), 290–298.

Razzaque, A., Cummings, R. T., Karolak, M., & Hamdan, A. (2020). The propensity to use FinTech: input from bankers in the Kingdom of Bahrain. *Journal of Information & Knowledge Management*, 19(01), 2040025.

Setyadi, E. V., Suarly, R., Handoko, R., & Ali, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Continuance Intention dari Pengguna Pada Layanan M-Payment (Studi Kasus Go-Pay). *Kajian Branding Indonesia*, 2(2), 162–200.

Sudiatmika, I. M. A., & Purwanti, P. A. P. (2020). The effect of Fintech transactions, e-

commerce, and human resources quality on the competitiveness of small medium apparel industries in Denpasar City. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(3), 184–192.

Weston, R., & Gore Jr, P. A. (2006). A brief guide to structural equation modeling. *The Counseling Psychologist*, 34(5), 719–751.

Wonglimpiyarat, J. (2017). FinTech banking industry: a systemic approach. *Foresight*, 19(6), 590–603. <https://doi.org/10.1108/FS-07-2017-0026>