

BAB I. PENDAHULUAN

Disertasi ini merupakan studi dengan pendekatan deduktif dan induktif. Pendekatan deduktif adalah aktivitas berpikir yang berdasar pada hal umum (teori, konsep, prinsip, keyakinan) mengarah ke khusus, dengan melalui tahapan: Memulai dengan teori yang sudah ada; Merumuskan hipotesis berdasarkan teori yang ada; Mengumpulkan data primer untuk menguji hipotesis; Analisis hasil: apakah menolak atau menerima hipotesis?; Untuk menguji model empiris "Faktor-faktor penentu adopsi *fintech Peer-to-Peer lending platform*". Pendekatan induktif adalah aktivitas berpikir diawali dari sesuatu yang khusus mengarah ke umum, dengan melalui tahapan: Observasi data sekunder; Mengamati pola; Mengembangkan luaran strategik; Untuk luaran "strategi adopsi *fintech* pada UKM". Triangulasi kedua pendekatan, yaitu deduktif dengan metode kuantitatif korelasi dan induktif dengan metode kualitatif eksploratif dalam upaya mencapai kelengkapan data untuk memungkinkan penggambaran fenomena yang lebih holistik dan kontekstual, yang dapat memperkaya pemahaman topik penelitian. Bab ini diorganisasikan menjadi beberapa bagian dengan sistematika pada Gambar 1.1.

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	
1.2. Pembatasan Penelitian	
1.3. Pertanyaan Penelitian	
1.4. Tujuan Penelitian	
1.5. Manfaat Penelitian	1.5.1. Teoritis (<i>Basic Research</i>)
	1.5.2. Praktis (<i>Applied Research</i>)
1.6. <i>State of The Art (SOTA)</i>	1.6.1. Identifikasi Topik Penelitian Menggunakan <i>Publish or Perish</i> dan <i>VOSviewer</i>
	1.6.2. Identifikasi Penelitian-penelitian Adopsi Inovasi Teknologi Yang Relevan

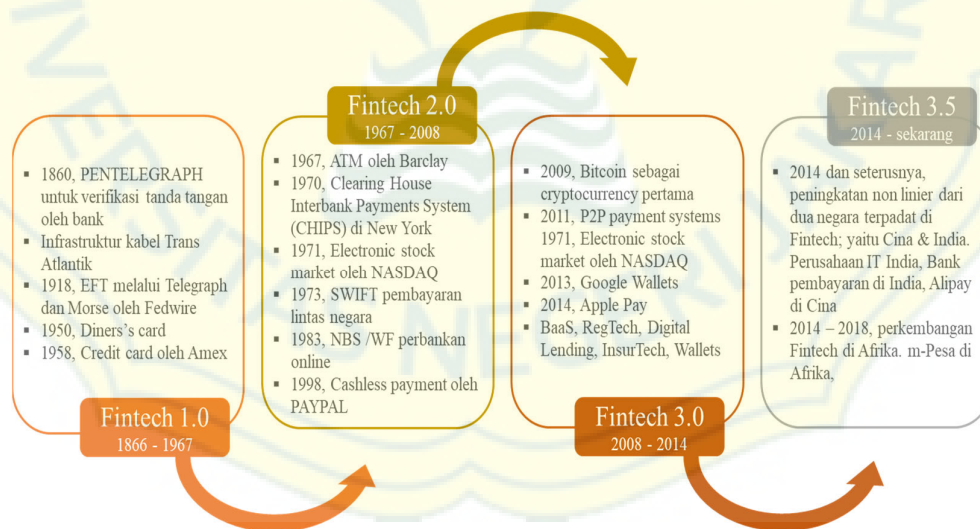
Gambar 1.1. Sistematika BAB I Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Saat ini dunia menyaksikan transformasi baru dan lebih maju berdasarkan virtualisasi dan interkoneksi objek industri cerdas (*intelligent industrial*) yang

disebut Industri 4.0. Diawali pada tahun 2013, era baru ini bertujuan untuk mendefinisikan "transisi dari masa ketika orang bekerja dengan komputer ke masa ketika komputer bekerja tanpa manusia". Dengan demikian, pengembangan teknologi informasi, penggunaan komputer yang meluas, internet dan ponsel telah berdampak pada sektor keuangan seperti pada semua sektor lain, yang mengarah pada kemunculan perusahaan baru, produk dan instrumen keuangan baru (Machkour & Abriane, 2020).

Sebuah inovasi industri jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi, dengan istilah *Financial Technology*, disingkat *fintech*, telah muncul untuk pertama kalinya pada abad ke-19 dengan ditemukannya *pentelegraf* oleh Giovanni Caselli yang pertama kali digunakan di Paris dan Lyon untuk memverifikasi tanda tangan dalam transaksi perbankan dengan mengirim dan menerima transmisi pada kabel telegraf. Setelah krisis keuangan tahun 2007 *fintech* menyebar luas di sektor keuangan dengan perusahaan-perusahaan yang lebih inovatif menggunakan teknologi digital, ponsel, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), dll. untuk mengembangkan kembali layanan keuangan dan perbankan agar lebih efisien, lebih murah, dan lebih cepat. Sejarah perkembangan evolusi *fintech* ini ditampilkan pada Gambar 1.2.



Gambar 1.2. Evolusi Fintech (Fintica, 2021)

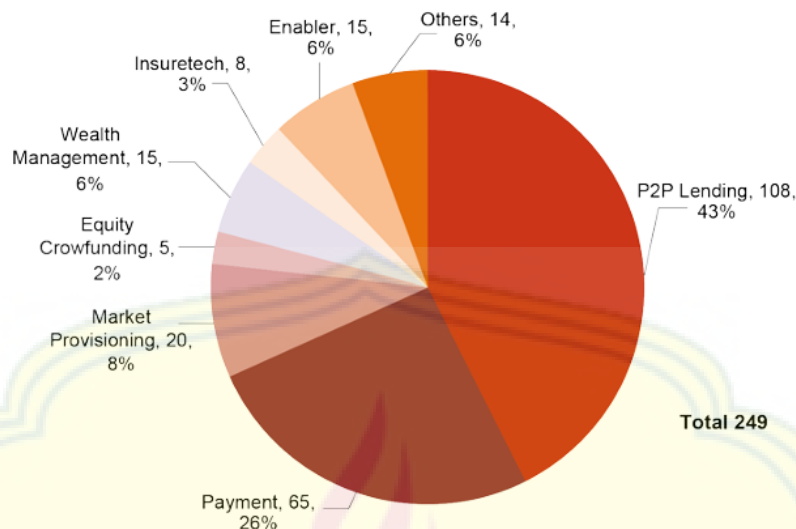
Kemajuan teknologi telah memungkinkan untuk menemukan inovasi di sektor keuangan dan bahkan mengganggu pemain yang sudah mapan (*disruptive technology*) di sektor ini dengan menciptakan produk baru dan peluang baru. Yang

terakhir memungkinkan *fintech* untuk masuk ke area yang berfokus pada pelanggan yang diabaikan oleh pemain besar. Aplikasi yang dijalankan melalui ponsel dengan kecepatan akses internet, karena rekayasa dan perkembangan perangkat lunak, terus berdampak pada sektor keuangan serta banyak sektor lainnya.

Sistem pembayaran digital dan *mobile* tetap menjadi hal utama bagi *fintech*. Selain itu, *fintech* menawarkan layanan di bidang: *Banking APIs*, Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence*), Keuangan Pribadi (*Personal Finance*), Investasi Ritel, Investasi Korporasi, *Peer-to-Peer (P2P) lending*, *Mass Finance*, Manajemen Aset, Transfer Uang, *InsurTech*, *Regulatory Technologies (RegTech)*, *Blockchain*, *Cryptocurrency*, dan *Robo Assistants* (Machkour & Abriane, 2020).

Zopa adalah platform pertama yang mengembangkan *P2P lending* dan menjadi pemimpin di bidang ini. Platform ini berasal dari Inggris dan beroperasi secara eksklusif untuk warga negara Inggris dengan menghubungkan peminjam langsung ke pemberi pinjaman (Bachmann et al., 2011). Pada Mei 2020, GBP 5 miliar pinjaman individu yang dipinjam lebih dari 470.000 pelanggan di Inggris dijamin melalui Zopa, memberikan pendapatan bagi pemberi pinjaman dan membantu peminjam untuk mewujudkan tujuan dan keinginan pribadinya (Zopa, 2020). Pada tahun 2006, dua *P2P lending platform* terbesar di Amerika Serikat, Lending Club dan Prosper, muncul secara bertahap, dan jumlah platform meningkat di Amerika Serikat, Eropa, dan Cina. Ratusan platform meminjam jutaan dolar sekarang. Namun, terlepas dari ekspansi saat ini, *P2P lending* pertama kali dianggap sebagai satu-satunya dan layanan unik yang didirikan secara eksklusif, secara online, dan untuk sebagian kecil orang yang memercayai sesuatu yang belum pernah didengar sebelumnya.

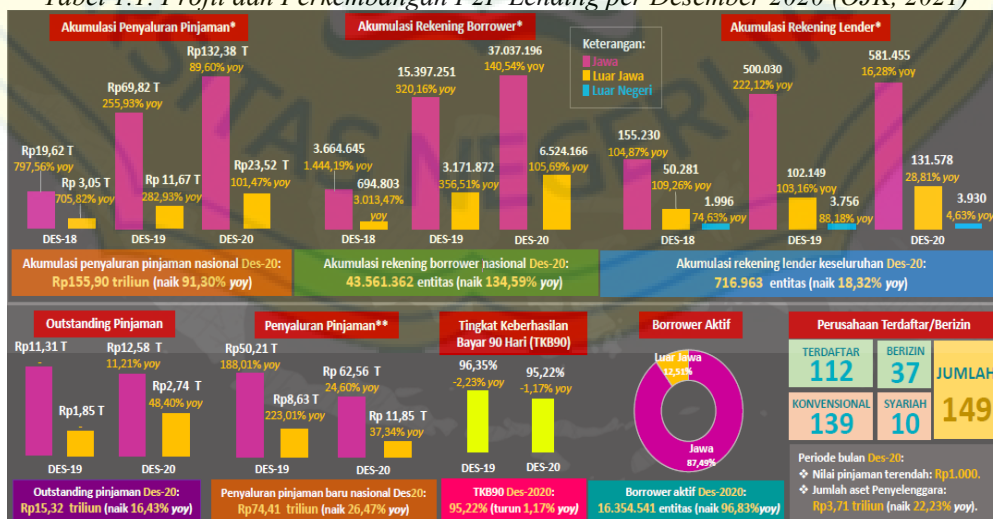
Berdasarkan artikel yang dirilis pada Oktober 2019 oleh Asian Development Bank Institute, *P2P lending* adalah bisnis yang berkembang pesat di industri teknologi keuangan yang berkembang pesat di Indonesia, berkontribusi 43% dari perusahaan *fintech* di negara ini (Batunanggar, 2019), lanskap *fintech* Indonesia ditampilkan pada Gambar 1.3.



Gambar 1.3. Lanskap fintech Indonesia (OJK, 2020)

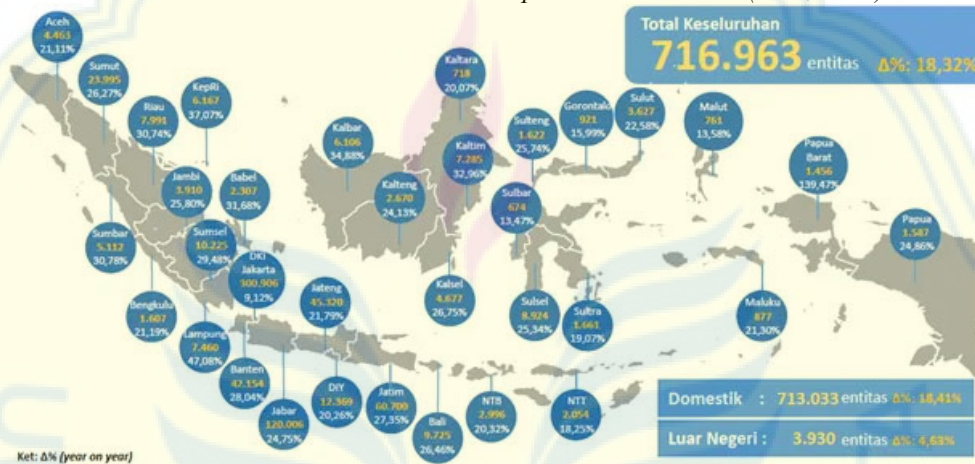
Penyaluran kredit melalui jaringan *P2P lending* mencapai IDR 22,67 triliun pada bulan Desember 2018, data yang menunjukkan pertumbuhan 645% *year-on-year*. Pencairan tersebut berasal dari 101 *P2P lending platform* lokal yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Semenjak itu, sektor ini telah tumbuh dengan mantap, pada bulan Desember 2020 dengan perkiraan IDR 155,90 triliun, menunjukkan peningkatan 91,30% *year-on year* (OJK, 2021), ditampilkan pada Tabel 1.1. Sektor *P2P lending* di Indonesia yang berkembang pesat telah menarik minat investor lokal dan global, yang telah menyuntikkan jutaan dolar untuk perusahaan domestik.

Tabel 1.1. Profil dan Perkembangan *P2P Lending* per Desember 2020 (OJK, 2021)

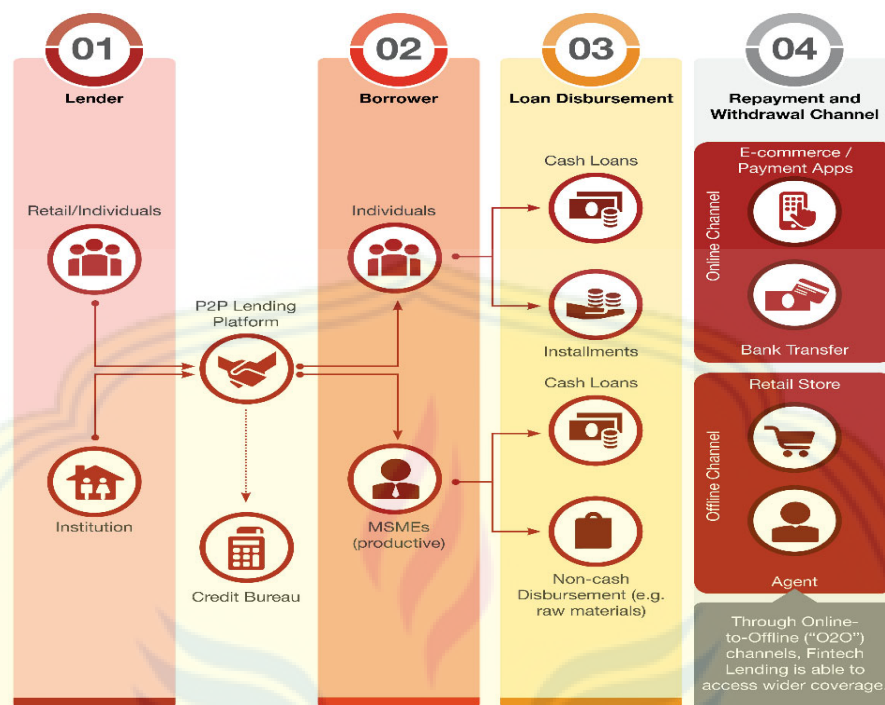


Di Indonesia, pemerintah telah mengeluarkan regulasi untuk nasabah *fintech* dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (OJK, 2016) dengan hadirnya beberapa *P2P lending platform* yang terdaftar di OJK dan cukup terkenal seperti Koinworks, Modalku, Akseleran, Amarnya, Investree, Danamas dan lainnya. Tabel 1.2. menampilkan sebaran akumulasi *lender* per Desember 2020 (OJK, 2021).

Tabel 1.2. Sebaran Akumusi Lender per Desember 2020 (OJK, 2021)



Berdasarkan Laporan *Fintech Lending* Indonesia tahun 2019 dari PwC (PWC, 2020), infrastruktur dan manajemen risiko telah menjadi salah satu alasan utama mengapa penyedia pinjaman konvensional mengalami kesulitan dalam memberikan akses kredit kepada individu dan UKM yang belum tersentuh. Pada Gambar 1.4., munculnya *Fintech Lending* telah memungkinkan cakupan yang lebih luas bagi individu dan UKM yang sebelumnya belum tersentuh. Didukung oleh teknologi, model bisnis yang berbeda (misalnya *peer-to-peer* vs *institusi-to-peer*), produktif vs konsumtif) dan pendekatan inovatif (“O2O” *offline to online*). *Fintech Lending* mampu mencocokkan selera risiko pemberi pinjaman yang berbeda dengan tingkat risiko peminjam yang berbeda-beda. Ketika Indonesia beralih ke solusi inovatif berbasis teknologi untuk memfasilitasi akses yang lebih baik terhadap pembiayaan, menciptakan ekosistem *Fintech Lending* yang berkelanjutan dan kondusif akan menjadi hal yang sangat penting.



Gambar 1.4. Inovasi Fintech Lending sebagai pemberdayaan akses pembiayaan yang lebih baik (PWC, 2020)

Perusahaan *fintech* penyedia *P2P lending platform* bersaing untuk memperluas komunitas dan mendapatkan transaksi terbesar untuk tercapainya tujuan komersial perusahaan oleh karena itu diperlukan strategi inovasi bisnis. Sebagian besar studi tentang inovasi telah difokuskan pada pemahaman bagaimana faktor internal organisasi termasuk manajemen puncak, sumber daya manusia, teknologi, kapabilitas, dan budaya organisasi, memengaruhi inovasi (Ar & Baki, 2011) (Oke et al., 2013). Hal ini karena inovasi teknologi dipandang sebagai aktivitas yang berada dalam kendali perusahaan dimana manajemen dapat mengontrol atau memanipulasi. Sebaliknya, sedikit yang diketahui tentang efek eksternal faktor inovasi. Tindakan perusahaan termasuk aktivitas inovatif teknologi bergantung pada mereka dan terkadang didorong oleh faktor eksternal termasuk permintaan konsumen (pasar), tindakan pesaing, atau bahkan undang-undang pemerintah (Corrocher & Zirulia, 2010) (Yalabik & Fairchild, 2011). Namun penelitian dari sisi konsumen dalam mengadopsi *P2P lending platform* masih jarang, termasuk di Indonesia, seperti Kurniawan (2019) pada individu sebagai pengguna, Rosavina et al. (2019) pada UKM sebagai pengguna.

Studi sebelumnya oleh Zhao et al. (2017) menggunakan survei

komprehensif secara khusus telah merangkum beberapa *P2P lending platform* utama dunia dan menyediakan taksonomi sistematis, membandingkan berbagai jenis mekanisme kerja secara rinci. Ditemukan, beberapa tantangan kritis dan masalah terbuka di bidang ini perlu dipecahkan, termasuk *pricing, mechanism enhancement, risk management, privacy preservation, dan personalization*. *P2P lending platform* cocok untuk peminjam individu dan UKM dengan investor individu dan investor institusional.

Hasil analisis yang dilakukan peneliti pada ekosistem *fintech P2P lending* di Indonesia juga menemukan temuan yang serupa. Perkembangan *fintech P2P lending* di Indonesia cukup pesat, sebelum OJK mengklaim sebagai regulator yang mengatur secara komprehensif transaksi layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi, *P2P lending platform* mulai bermunculan di tahun 2016 (Rosavina et al., 2019). OJK mencatat ada 149 *P2P lending platform* per Desember 2020 (OJK, 2021). Namun seiring dengan berkembangnya *P2P lending platform* yang terdaftar di OJK, Satgas Waspada Investasi (SWI) juga menemukan ribuan *platform* ilegal yang bermunculan dari tahun ke tahun (Suryono et al., 2020). Berikut adalah kesenjangan fenomena empiris *fintech P2P lending* di Indonesia,

- a. Kebocoran data (*data leakage*) dan pembatasan akses data, termasuk perlindungan data pribadi.

Perlindungan data pribadi merupakan bagian dari perlindungan privasi (*privacy preservation*). Data pribadi adalah data tentang seseorang yang dikumpulkan melalui sistem elektronik atau non-elektronik. Pemerintah telah mengatur dengan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang perlindungan data pribadi dalam penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik. Peraturan tersebut menjelaskan bahwa penggunaan informasi yang berkaitan dengan data pribadi seseorang melalui media sosial harus mendapat persetujuan dari yang bersangkutan. Hak-hak tersebut meliputi hak untuk menikmati kehidupan pribadi, bebas dari gangguan, hak untuk berkomunikasi, dan hak untuk mengakses informasi.

- b. Penipuan data pribadi (*fraud*)

P2P lending platform menghubungkan investor dengan peminjam melalui internet, memungkinkan pemberi pinjaman menghasilkan pendapatan sambil

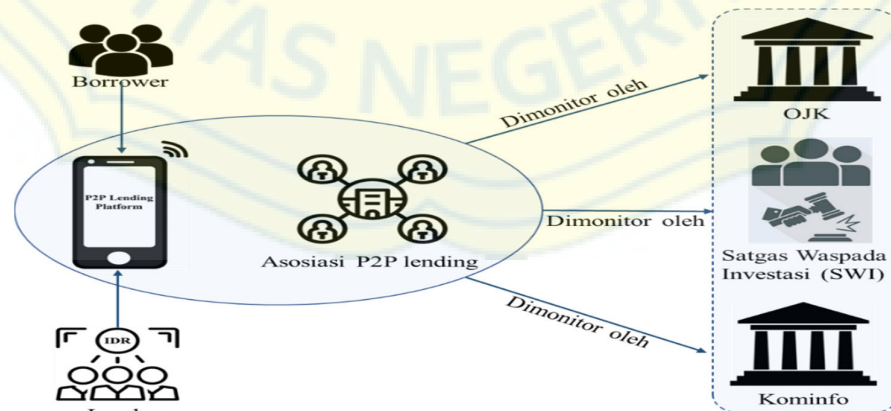
menawarkan kredit kepada banyak orang yang tidak dapat memperoleh pinjaman dari bank. Namun, karena teknologi yang semakin canggih, *platform* tersebut telah memicu risiko moral (*moral hazard*). Beberapa orang menggunakan data orang lain untuk melakukan pinjaman di *P2P lending platform*. Hal serupa terjadi di Cina, sehingga pemerintah Cina meningkatkan pengawasan dan menyusun langkah-langkah dan peraturan baru untuk sektor pinjaman online.

c. *Peer-to-Peer lending* ilegal

Kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan pinjaman dengan cara yang lebih cepat telah dimanfaatkan oleh pelaku *P2P lending* ilegal. Aktivitasnya memiliki ciri-ciri, yaitu:

- Menetapkan suku bunga besar
- Fee besar
- Denda tidak terbatas
- Teror atau intimidasi

Satgas Waspada Investasi (SWI) menemukan 126 entitas *P2P lending* ilegal, 32 entitas investasi, dan 50 perusahaan gadai yang beroperasi tanpa izin hingga akhir September 2020. Lebih dari 2.500 situs dan *platform* telah diblokir oleh SWI. Satgas ini merupakan kerjasama antara Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Kementerian Perdagangan, Kementerian Komukasi dan Informatika (Kominfo), Kementerian Koperasi dan UKM, Kejaksaan Agung, Polri, dan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). Pemangku kepentingan *P2P lending* di Indonesia ditampikan pada Gambar 1.5.



Gambar 1.5. Pemangku kepentingan (*stakeholders*) *P2P lending* di Indonesia. Sumber: dibuat untuk disertasi.

d. Etika pemasaran produk

Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) menjelaskan, menawarkan pinjaman online melalui layanan pesan singkat (*SMS*) adalah praktik *platform* ilegal yang tidak terdaftar di OJK. Korban yang terkena pinjaman ilegal biasanya adalah orang-orang yang tidak memiliki literasi keuangan yang kuat. Selain itu, pandemi COVID-19 mengakselerasi perubahan perilaku masyarakat yang mencoba untuk mulai menggunakan teknologi digital dalam aktivitas transaksinya. Literasi keuangan yang baik akan sangat membantu mengurangi kerugian dan kecemasan masyarakat terhadap maraknya tawaran pinjaman ilegal melalui *SMS*.

Berdasarkan kajian studi-studi dan fakta empiris diatas, maka penelitian ini mengeksplorasi pengujian faktor-faktor adopsi *fintech P2P lending* dan luaran strategi adopsi di UKM. Jadi, studi ini memadukan antara konsep adopsi *fintech* adopsi *P2P lending* dalam relasi *fintech* untuk UKM dan hasil-hasil strategik dalam adopsinya, untuk mengujinya dibangun satu model empiris dan meta-sintesis data sekunder dengan kerangka kerja *systematic review* untuk dianalisis *SEM* dan *SWOT*. Oleh karena itu disertasi ini diberi judul “*Fintech Peer-to-Peer Lending: Pengujian Model Penentu Adopsi Dan Analisis Strategi Pada UKM*”.

1.2. Pembatasan Penelitian

Berdasarkan ruang lingkup masalah yang akan diteliti, peneliti menentukan batasan penelitian untuk membuat fokus pada topik penelitian, membantu dalam mengidentifikasi masalah yang akan dibahas, membatasi jangkauan proses yang dibahas, menjadi gambaran terkait hal yang hendak diteliti, diuji dan akhirnya dapat menemukan kesimpulan dari penelitian ini. Sekaligus sebagai bentuk dari memfokuskan pembahasan. Batasan penelitian, yaitu:

1. Mengeksplorasi dan menguji faktor-faktor penentu adopsi *fintech P2P lending* pada UKM dengan menggunakan faktor-faktor dari teori-teori: *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Inovation Diffusion Theory*, Kepercayaan (*Trust*), Risiko (*Perceived Risk*) dan Kualitas layanan (*Quality of Service*).
2. Melakukan evaluasi lingkungan industri *fintech*, baik lingkungan eksternal dan lingkungan internal dalam adopsi *fintech* pada UKM

3. Data primer menggunakan sampel dari konsumen *P2P lending platform* di Indonesia yang dikumpulkan melalui online kuesioner.
4. Data sekunder menggunakan sumber dari paper pada jurnal bereputasi, laporan internal, laporan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), laporan dari Bank Indonesia (BI), laporan dari Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) dan Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH), yang dikumpulkan melalui kerangka kerja *systematic review*.
5. Analisis data primer menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dan analisis data sekunder menggunakan kerangka kerja *SWOT*.
6. Rekomendasi hasil penelitian merupakan luaran-luaran strategik adopsi *fintech* pada UKM.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Dari ruang lingkup penelitian yang telah ditetapkan, maka beberapa pertanyaan didalam penelitian ini, adalah:

1. Apakah *Perceived Usefulness* memengaruhi niat adopsi *P2P lending platform*?
2. Apakah *Perceived Ease of Use* memengaruhi niat adopsi *P2P lending platform*?
3. Apakah *Perceived Ease of Use* memengaruhi *Perceived Usefulness* dalam niat adopsi *P2P lending platform*?
4. Apakah *Trust* memengaruhi niat adopsi *P2P lending platform*?
5. Apakah *Quality of Service* memengaruhi *Trust* dalam niat adopsi *P2P lending platform*?
6. Apakah *Perceived Risk* memengaruhi *Trust* dalam niat adopsi *P2P lending platform*?
7. Apakah *Quality of Service* memengaruhi *Perceived Risk* dalam niat adopsi *P2P lending platform*?
8. Apakah *Relative Advantage* memengaruhi niat adopsi *P2P lending platform*?
9. Apakah *Relative Advanatage* memengaruhi *Perceived Usefulness* dalam niat adopsi *P2P lending platform*?
10. Apakah *Compatibility* memengaruhi *Perceived Usefulness* dalam niat adopsi *P2P lending platform*?

Pertanyaan berikutnya, bagaimana strategi dalam adopsi *fintech* pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM)?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibangun dengan mengajukan *grand theory* dengan model empiris dan meta-sintesis data sekunder dengan kerangka kerja *systematic review*, model tersebut kemudian dianalisis *SEM* dan *SWOT*: untuk mendapatkan luaran-luaran strategik adopsi *fintech* pada UKM berbasis pada teori-teori adopsi inovasi teknologi, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)*, teori Kepercayaan (*trust*), teori Risiko (*risk*), teori Kualitas Layanan (*quality of service*), dan teori Manajemen Strategik.

Untuk mencapai kesimpulan akhir penelitian ini, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis dampak faktor kegunaan (*perceived usefulness*) terhadap adopsi *fintech*.
2. Menguji dan menganalisis dampak faktor kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap adopsi *fintech*.
3. Menguji dan menganalisis dampak faktor kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap faktor kegunaan (*perceived usefulness*) pada adopsi *fintech*.
4. Menguji dan menganalisis dampak faktor keunggulan relatif (*relative advantage*) terhadap adopsi *fintech*.
5. Menguji dan menganalisis dampak faktor keunggulan relatif (*relative advantage*) terhadap faktor kegunaan (*perceived usefulness*) pada adopsi *fintech*.
6. Menguji dan menganalisis dampak faktor kompatibilitas (*compatibility*) terhadap faktor kegunaan (*perceived usefulness*) pada adopsi *fintech*.
7. Menguji dan menganalisis dampak faktor kepercayaan (*trust*) terhadap adopsi *fintech*.
8. Menguji dan menganalisis dampak faktor kualitas layanan (*quality of service*) terhadap adopsi *fintech*.
9. Menguji dan menganalisis dampak faktor risiko (*perceived risk*) terhadap faktor kepercayaan (*trust*) pada adopsi *fintech*.
10. Menguji dan menganalisis dampak faktor kualitas layanan (*quality of service*) memengaruhi faktor risiko (*perceived risk*) pada adopsi *fintech*.

11. Menganalisis lingkungan industri *fintech* baik lingkungan eksternal dan lingkungan internal terhadap strategi adopsi *fintech* pada UKM.
12. Untuk membuat interpretasi dan luaran-luaran strategi adopsi *fintech* pada UKM melalui validasi dan verifikasi hasil analisis *SEM* dari faktor-faktor penentu adopsi *fintech*: *trust*, *perceived risk*, *quality of service*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *relative advantage*, dan *compatibility*; dan analisis *SWOT* dari meta-sintesis data sekunder.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk berbagai pihak, yaitu:

1.5.1. Teoritis (*Basic research*)

- a. Untuk memberikan sumbangan pemikiran dan pengayaan teori-teori dalam lingkup *innovation technology adoption* dan *SWOT analysis*, tentang: teori adopsi inovasi teknologi: kegunaan (*usefulness*), kemudahan penggunaan (*ease of use*), keunggulan relatif (*relative advantage*), kompatibilitas (*compatibility*), kepercayaan (*trust*), kualitas layanan (*quality of service*), dan risiko (*risk*) dalam adopsi strategik *fintech* pada UKM.
- b. Sebagai media pengayaan teoritikal dan konseptual dalam ilmu manajemen strategik yang berkaitan dengan hubungan antar organisasi (*inter-organizational/firm relationship*) dalam konteks industri *fintech* dan luaran-luaran strategi adopsi *fintech* (*strategic adoption outcomes*), berupa: sinergitas kerjasama (*co-operation synergy*), keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dan kinerja industri (*industry performance*).

1.5.2. Praktis (*Applied research*)

- a. Sebagai bahan untuk memahami, bagaimana faktor-faktor penentu adopsi inovasi teknologi: kegunaan (*usefulness*), kemudahan penggunaan (*ease of use*), keunggulan relatif (*relative advantage*), kompatibilitas (*compatibility*), kepercayaan (*trust*), kualitas layanan (*quality of service*), dan risiko (*risk*) dalam menciptakan, membangun, memelihara dan mempertahankan hubungan jangka panjang, menciptakan sinergitas kerjasama dengan pemangku kepentingan untuk meraih keunggulan bersaing dan mencapai kinerja industri *fintech* yang optimal.

- b. Sebagai literatur bagi praktisi untuk memilih apa yang dapat dikembangkan dalam melakukan kerjasama antar pemangku kepentingan pada ekosistem, khususnya dalam konteks adopsi *fintech* untuk menjalankan hubungan antar perusahaan/organisasi.
- c. Sebagai literatur bagi praktisi untuk membuat kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan strategi kerjasama dengan pendekatan manajemen stratejik dan perilaku sosial.

1.6. *State of The Art*

Penelitian ini dilandasi oleh beberapa temuan teoretis dan fakta empiris dari berbagai penelitian sebelumnya pada adopsi inovasi teknologi, kerjasama pemasaran antar pemangku kepentingan pada industri *fintech*. Temuan dari hasil kajian tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1.6.1. Identifikasi topik penelitian menggunakan *Publish or Perish* dan *VOSviewer*

Dengan perangkat lunak *Publish or Perish* dapat membuat daftar paper dari sumber literatur yang ditentukan pada penelitian yaitu *Scopus* dan *Google Scholar* untuk mendapatkan paper-paper sesuai kriteria topik yang diteliti, kemudian menganalisisnya dan menyajikan berbagai metrik paper, termasuk jumlah paper, total kutipan, dan indeks-h. Hasil dari daftar paper yang didapat kemudian datanya diolah dengan perangkat lunak *VOSviewer* untuk membangun dan memvisualisasikan jaringan bibliometrik.

Perangkat lunak *VosViewer* menggunakan matriks di dalam mengolah data tersebut, yaitu:

1. Matriks Similaritas

Vosviewer menggunakan matriks similaritas sebagai inputnya untuk membuat peta (van Eck & Waltman, 2010). Similaritas antara pasangan item dihitung dengan,

$$S_{ij} = \frac{C_{ij}}{W_i W_j}$$

s_{ij} = nilai similaritas item i dan j

c_{ij} = jumlah kemunculan bersama item i dan j

w_i = jumlah kemunculan item i

w_j = jumlah kemunculan j

Pengukuran similaritas tersebut akan menghasilkan kekuatan hubungan antara item dan menentukan posisinya didalam peta.

2. Teknik Pemetaan *VOSViewer*

Teknik pemetaan *VOS* membangun peta dua dimensi dengan item ditempatkan pada jarak yang menunjukkan similaritas seakurat mungkin (van Eck & Waltman, 2010). Item-item yang memiliki tingkat similaritas yang tinggi ditempatkan berdekatan antar satu sama lain. Untuk menghindari beberapa item memiliki lokasi yang sama, maka jarak rata-rata antara dua item harus sama dengan 1. Dalam notasi matematika, fungsi untuk menyederhanakannya yaitu:

$$v(x_1, \dots, x_n) = \sum_{1 < j} S_{ij}$$

Dimana vektor $x_i = (x_{i1}, x_{i2})$ menunjukkan letak item i dalam peta dua dimensi.

Untuk mengurangi pertemuan antara item, penyerderhaan fungsi objektif dilakukan item terhadap item lain:

$$\frac{2}{n(n-1)} \sum_{i < j} \|x_i - x_j\| = 1$$

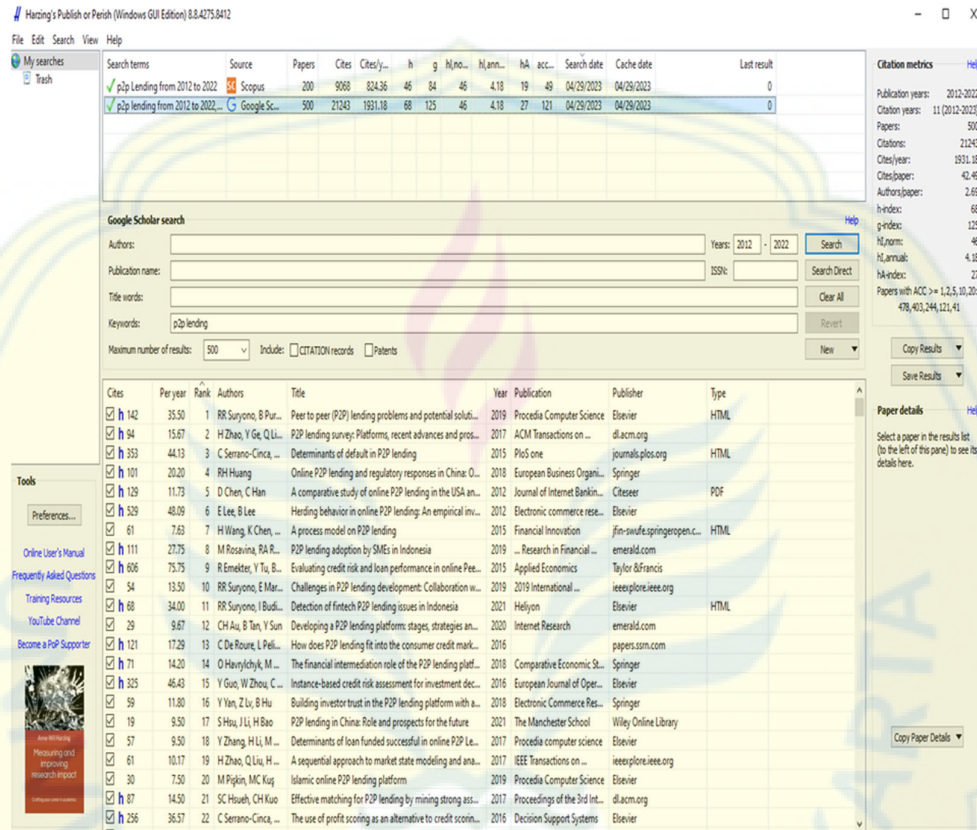
Mengoptimalkan permasalahan tersebut dapat dilakukan menggunakan algoritma mayoritas. Algoritma mayoritas (*majorization algorithm*) yang digunakan dalam *VOSviewer* adalah varian algoritma SMACOF.

3. Cluster

Cluster merupakan kumpulan antara node yang saling berdekatan (van Eck & Waltman, 2010). Jumlah *cluster* ditentukan oleh sebuah parameter resolusi. Semakin tinggi nilai parameter, semakin besan jumlah *cluster*. *Cluster* dalam *VOSviewer* dikelompokan berdasarkan warna, setiap kata-kunci didalam peta diidentifikasi berdasarkan warna.

Pada Gambar 1.6., menunjukkan identifikasi topik penelitian menggunakan kata kunci pencarian 'P2P lending' dengan rentang publikasi antara 2012 sampai dengan 2022, hasilnya terdapat 200 paper dan 9.068 sitasi di database *Scopus* dan 500 paper dan 21.243 sitasi di database *Google Scholar*. Database *Google Scholar* menghasilkan lebih banyak paper hasil pencarian karena fokus pada semua area

subjek, mencakup semua jenis dokumen (tutorial, poster, presentasi), menemukan lebih banyak kutipan di sebagian besar bidang studi, dan termasuk eBook dan publikasi online gratis. Menggunakan data hasil dari database *Google Scholar* kemudian disimpan dalam format RIS (*Research Information Systems*).



Gambar 1.6. Identifikasi paper dari database Scopus dan google Scholar. Sumber: diolah untuk disertasi.

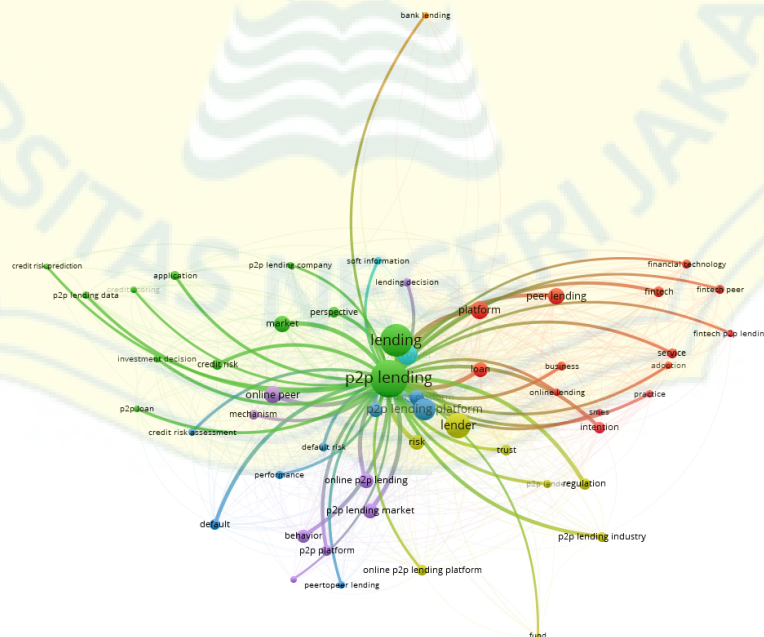
Selanjutnya dilakukan analisa terhadap hasil data diatas untuk mencari celah dari penelitian (*research gap*) tersebut. Perangkat lunak *VOSviewer* membantu analisa dengan melakukan pembatasan 5 kali pengulangan kata (*minimum number of occurrences of a term*) untuk menentukan fokus dari kajian. Hasilnya, didapat kata/frasa ‘*P2P lending*’ terdapat 289 peristiwa (*occurrences*), yang saling berkaitan dan mengalami pengulangan selama 5 kali. Analisa hubungan antar *cluster* berdasarkan keterbaruan dan tahun data dan kejenuhan fokus kajian di tampilan pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3. Analisa cluster berdasarkan frasa dengan lima kali pengulangan. Sumber: diolah untuk disertasi

Cluster 1 (14 items)	Adoption, business, financial technology, fintech, fintech p2p lending, fintech peer, intention, loan, online lending, peer lending, platform, practice, SMEs
Cluster 2 (12 items)	Application, credit risk, credit risk prediction, credit scoring, investment decision, lending, market, P2P lending, P2P lending company, P2P lending data, P2P loans, perspective
Cluster 3 (8 items)	Credit risk assessment, default, default risk, investor, lending platform, P2P lending platform, peer-to-peer lending, regulation, risk, trust
Cluster 4 (8 items)	Fund, lender, online P2P lending platform, P2P lender, P2P lending industry, regulation, risk, trust
Cluster 5 (8 items)	Behavior, lending decision, mechanism, online P2P lending, online P2P lending market, online peer, P2P lending market, P2P platform
Cluster 6 (2 items)	Borrower, soft information
Cluster 7 (1 items)	Bank lending

Selanjutnya *VOSviewer* membuat visualisasi, dimana ada tiga jenis visualisasi untuk analisa lebih lanjut, yaitu:

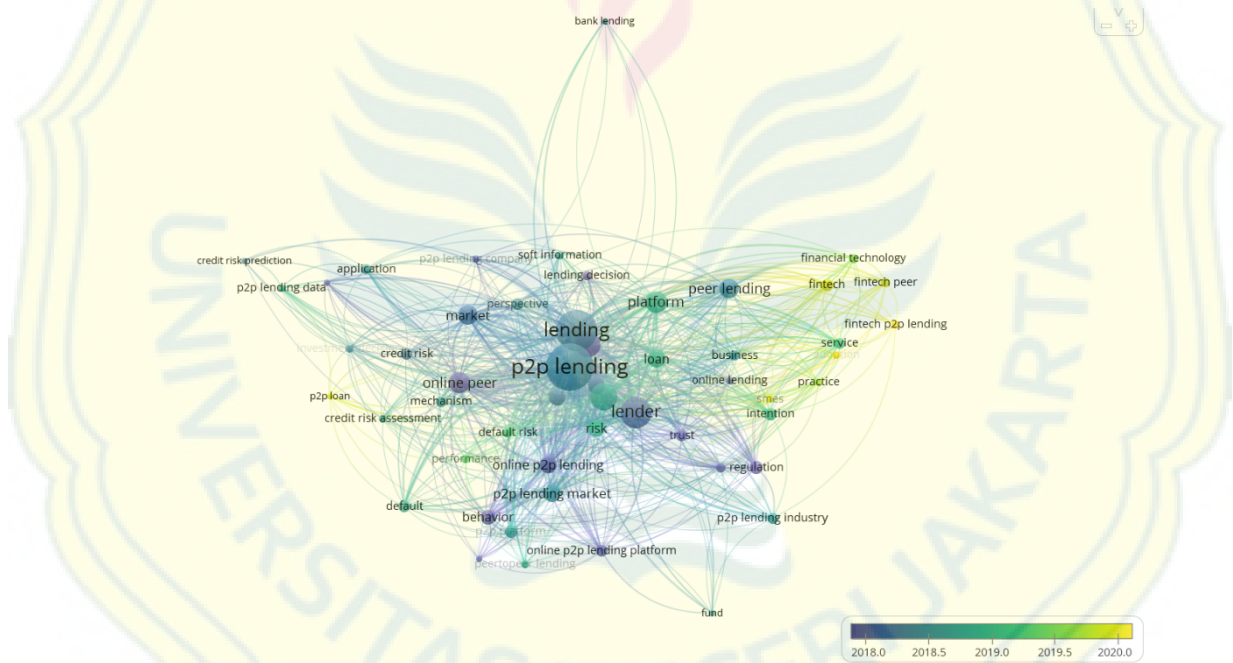
1. Visualisasi Jaringan (*network visualization*)



Gambar 1.7. Visualisasi jaringan keyword 'P2P lending'. Sumber: diolah untuk disertasi.

Dalam visualisasi jaringan, item direpresentasikan dengan labelnya dan juga dengan lingkaran. Ukuran label dan lingkaran suatu item ditentukan oleh bobot (*weight*) item tersebut. Semakin besar bobot suatu item, semakin besar label dan lingkaran item tersebut (VOSviewer, 2022). Visualisasi jaringan menunjukkan, item ‘*P2P lending*’ terdapat 9 item/topik yang dominan, yaitu: *lender*, *borrower*, *platform*, *investor*, *market*, *risk*, *trust*, *regulation*, dan *industry*. Pada item-item yang berwarna merah ada topik-topik yang juga diteliti, yaitu *loan*, *SMEs*, *intention*, *practice*, *service*. Dari 7 *cluster* terdapat 58 item/topik yang dibicarakan mengenai subjek penelitian dengan warna dominan yaitu hijau, dan biru. Sedangkan warna ungu menjadi warna terkecil dalam penelitian.

2. Visualisasi Overlay (*overlay visualization*)



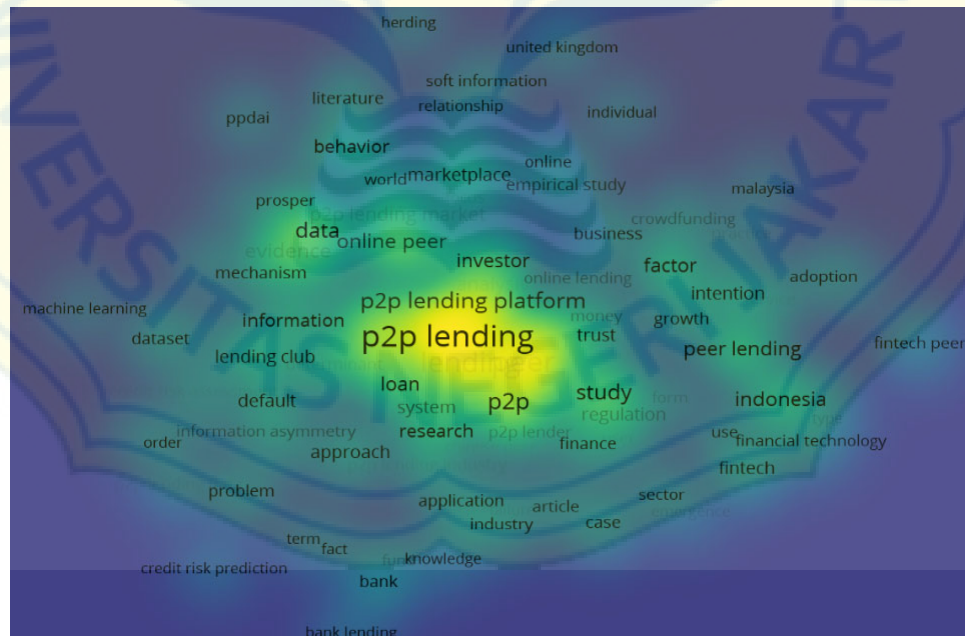
Gambar 1.8. Visualisasi overlay keyword ‘P2P lending’. Sumber: diolah untuk disertasi.

Pada visualisasi *overlay*, item yang memiliki skor ditampilkan dengan warna yang berbeda, di mana skor terendah berwarna dari biru, kemudian hijau, hingga skor tertinggi berwarna kuning (VOSviewer, 2022). Visualisasi overlay menunjukkan, penelitian paling sering dilakukan pada tahun 2018 sampai dengan 2020 dan mulai berkurang setelahnya. Warna hijau gelap mengindikasikan bahwa pada tahun 2018 awal penelitian paling banyak

dilakukan, dan semakin berkurang pada saat warnanya bergeser menjadi kuning.

3. Visualisasi Kerapatan (*density visualization*)

Visualisasi kerapatan ada dua jenis yaitu kerapatan item dan kerapatan *cluster*. Dalam visualisasi kerapatan item, memiliki warna yang menunjukkan kerapatan item pada titik tersebut. Warna untuk kerapatan terendah ke tinggi dari biru ke hijau ke kuning. Semakin besar jumlah item di sekitar suatu titik dan semakin tinggi bobot item di sekitarnya, semakin dekat warna titik tersebut menjadi kuning. Sebaliknya, semakin kecil jumlah item di sekitar suatu titik dan semakin rendah bobot item di sekitarnya, semakin dekat warna titik tersebut menjadi biru. Untuk visualisasi kerapatan klaster hanya tersedia jika item telah ditetapkan ke *cluster*. Visualisasi kerapatan klaster mirip dengan visualisasi kerapatan item kecuali bahwa kerapatan item ditampilkan secara terpisah untuk setiap klaster item (VOSviewer, 2022). Visualisasi kerapatan menunjukkan, item ‘P2P lending’ terdapat 3 (tiga) topik yang memiliki warna kuning terang, yaitu *lender*, *risk*, dan *trust*. Ketiga item/topik tersebut merupakan yang paling sering diteliti dan dibicarakan.



Gambar 1.9. Visualisasi Kerapatan Item Keyword ‘P2P lending’. Sumber: diolah untuk disertasi.

dampak sosial (*social impact*), kepercayaan pelanggan (*trust*), dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

Min et al. (2019), menyimpulkan bahwa adopsi inovasi teknologi dipengaruhi oleh keunggulan relatif (*relative advantage*), kompatibilitas (*compatibility*), kompleksitas (*complexity*), observabilitas (*observability*), dan pengaruh sosial (*social influence*).

Hubert et al. (2019), mengidentifikasi persepsi risiko (*perceived risk*) sebagai penghambat utama niat penggunaan teknologi *smart home*, yang dimediasi melalui kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*). Hasil mengungkapkan bahwa penentu yang paling penting dari niat penggunaan adalah kompatibilitas (*compatibility*) dan kegunaan (*perceived usefulness*) aplikasi.

Khlaisang et al. (2019), mengidentifikasi sikap adopsi inovasi teknologi pada *application for learning* secara signifikan dipengaruhi kemudahan penggunaan (*ease of use*), keunggulan yang dirasakan (*perceived advantage*), inovasi yang dirasakan (*perceived innovativeness*), dan reputasi yang dirasakan (*perceived reputation*).

Nidhi Singh and Neena Sinha (2020), pada penelitian adopsi *eWallet* menemukan bahwa biaya yang dirasakan (*perceived cost*) berpengaruh kecil, sedangkan penambahan nilai pelanggan yang dirasakan (*perceived customer value addition*) memiliki pengaruh tertinggi dan positif, diikuti oleh kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*). Dalam penelitiannya juga mengkonfirmasi efek mediasi dari kepercayaan yang dirasakan (*perceived trust*) pada kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*). Ini dapat memengaruhi penerimaan atau penolakan *eWallet* oleh pengguna.

Zhongqing Hu et al. (Z. Hu et al., 2019), pada penelitian adopsi layanan *fintech* menyimpulkan bahwa citra merek (*brand image*), dukungan pemerintah (*government support*), dan inovasi pengguna (*user innovation*) memiliki dampak positif dan signifikan. Dampak tersebut tidak hanya efek langsung tetapi juga dapat berdampak tidak langsung pada kepercayaan (*trust*) terhadap layanan, sedangkan kepercayaan (*trust*) akan berdampak positif. Risiko yang dirasakan (*perceived risk*) dapat memengaruhi sikap pengguna melalui kepercayaan (*trust*) mereka terhadap layanan *fintech*. Sedangkan, kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived*

ease of use) tidak berdampak signifikan pada adopsi pengguna terhadap layanan *fintech*.

Syed Ali Raza et al. (2017), pada penelitian adopsi *mobile banking* menunjukkan bahwa resistensi secara signifikan dan negatif terkait dengan kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*) sementara secara signifikan dan positif terkait dengan kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*). Juga, risiko yang dirasakan (*perceived risk*) dan kompatibilitas (*compatibility*) memiliki hubungan positif yang signifikan dengan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*). Kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan persepsi kegunaan dan sikap, sedangkan persepsi kegunaan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan sikap dan niat untuk mengadopsi *mobile banking*. Terakhir, sikap juga berhubungan positif dan signifikan dengan niat menggunakan *mobile banking*.

Hyun-Sun Ryu et al. (Ryu & Ko, 2020), pada penelitian pengembangan *fintech* yang berkelanjutan menunjukkan bahwa kualitas sistem (*quality system*) berhubungan negatif dengan risiko yang dirasakan (*perceived risk*), sedangkan kualitas informasi (*information quality*) berhubungan positif dengan kepercayaan (*trust*). Kualitas layanan (*service quality*) adalah faktor kualitas yang paling penting untuk mengendalikan ketidakpastian dan mendorong penggunaan *fintech* secara berkelanjutan.

PK Senyo dan Ellis L.C. Osabutey (2020), pada penelitian anteseden inklusi keuangan melalui inovasi *fintech* menunjukkan bahwa kinerja (*performance*) dan ekspektasi usaha (*effort*) memiliki hubungan yang signifikan dengan niat untuk menggunakan layanan *mobile money*. Namun, bertentangan dengan posisi mapan, dimana nilai harga (*price value*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), pengaruh sosial (*social influence*) dan risiko yang dirasakan (*perceived risk*) tidak mempengaruhi niat dan penggunaan layanan *mobile money*.

Jianli Xie et al. (2021), pada penelitian adopsi *fintech platform* menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan (*perceived value*), risiko yang dirasakan (*perceived risk*), dan pengaruh sosial (*social influence*) sangat terkait dengan niat adopsi individu *fintech*, sedangkan harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan

usaha (*effort expectancy*), dan risiko yang dirasakan (*perceived risk*) mempengaruhi nilai yang dirasakan (*perceived value*) individu, yang pada gilirannya mempengaruhi niat adopsi.

Lam Oanh Ha et al. (2022), pada penelitian faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan layanan *fintech* dalam rangka pemberantasan berita palsu, menunjukkan bahwa meminimalkan dampak berita palsu melalui peningkatan kualitas layanan (*service quality*), keamanan (*security*), dan kepercayaan (*trust*) akan berdampak positif pada niat untuk menggunakan layanan *fintech*. Selain itu, empat faktor yang meliputi: kegunaan (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*ease of use*), pengaruh sosial (*social influence*), dan komunikasi (*communication*) tentang layanan *fintech* juga berdampak positif pada niat untuk menggunakan layanan *fintech*.

Tabel 1.4 merupakan ringkasan penelitian adopsi inovasi teknologi untuk menemukan *research gap*.

Tabel 1.4. *Research Gap Pada Penelitian Adopsi Inovasi Teknologi. Sumber: diolah untuk disertasi.*

Penelitian	Research Gap	Metode Analisis
Evaluation of Mobile Application in User's Perspective: Case of P2P Lending Apps in FinTech Industry (S. Lee, 2017)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Consumer adoption of the Uber mobile application: Insights from diffusion of innovation theory and technology acceptance model (Min et al., 2019)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Relative advantage, Compatibility, Complexity, Observability, dan Social influence</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Fintech and Banking: Evidence from Vietnam (Lien et al., 2020)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Perceived usefulness, Social impact, Trust, dan Perceived ease of use.</i>	<i>Multivariate regression</i>
The influence of acceptance and adoption drivers on smart home usage (Hubert et al., 2019)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Perceived risk, Perceived usefulness, Compatibility, dan Perceived usefulness</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Acceptance of a flipped smart application for learning: a study among Thai university students (Khlaisang et al., 2019)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Ease of use, Perceived advantage, Perceived innovativeness, dan Perceived reputation.</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>

How perceived trust mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology (N. Singh & Sinha, 2020)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Perceived cost, Perceived customer value addition, Perceived usefulness, dan Perceived trust.</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model (Z. Hu et al., 2019)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Brand image, Government support, User innovation, Trust, Perceived risk, dan Perceived ease of use.</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
New determinants of ease of use and perceived usefulness for mobile banking adoption (Raza et al., 2017)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Perceived ease of use, Perceived usefulness, Perceived risk, Compatibility, Perceived ease of use, dan Perceived usefulness.</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Sustainable Development of Fintech: Focused on Uncertainty and Perceived Quality Issues (Ryu & Ko, 2020)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Quality system, Perceived risk, Information quality, Trust, dan Service quality.</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Unearthing antecedents to financial inclusion through FinTech innovations (Senyo & Osabutey, 2020)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Performance, Effort, Price value, Hedonic motivation, Social influence, dan Perceived risk.</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Understanding FinTech Platform Adoption: Impacts of Perceived Value and Perceived Risk (Xie et al., 2021)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Perceived value, Perceived risk, Social influence, Performance expectancy, Effort expectancy, dan Perceived risk.</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Factors Affecting the Intention of Using Fintech Services in the Context of Combating of Fake News (Ha et al., 2022)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Service quality, Trust, Perceived usefulness, Ease of use, Social influence, dan Communication.</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Factors influencing the adoption intention of using mobile financial service during the COVID-19 pandemic: the role of FinTech (C. Yan et al., 2021)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Perceived risk, Performance expectancy, dan Effort expectancy.</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
An Investigation into the acceptance of mobile wallets in the FinTech era: an empirical study from Kuwait (Rabaa'i, 2021)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Performance expectancy, Effort expectancy, Hedonic motivation, Facilitating conditions, Perceived compatibility, Personal innovativeness, Individual</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>

	<i>mobility, Trust, dan Perceived risk.</i>	
Factors that influence FinTech adoption in South Africa : a study of consumer behaviour towards branchless mobile banking (Slazus, 2022)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: Enabling factors: <i>Utility, Socio-Economic Influencers, Mobile Device Trust and Youth.</i> Inhibiting factors: <i>Perceived Risks and Associated Costs</i>	<i>Mixed method Quantitative using Exploratory Factor Analysis (EFA)</i>
Exploring Online Payment System Adoption Factors in the Age of COVID-19 - Evidence from the Turkish Banking Industry (Coskun et al., 2022)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Relative advantage, Perceived trust, Perceived usefulness, Personal innovativeness, Perceived integrity, Perceived ease of use, Health and epidemic effects, Income, Private sector employment and Self-employment</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
Application of Technology Acceptance Model (TAM) in Fintech Services (Khatri et al., 2020)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Brand and Service trust, Perceived usefulness, Perceived ease of use, Attitude toward using, and Behavioural intentions to use.</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
A Conceptual Study of Technology Adoption of Online Mutual Fund Investment Platform (Dewi & Rahadi, 2020)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Performance expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating conditions, Hedonic motivation, Price value, Habits, Content design quality, User interface and Perceived trust.</i>	<i>Multi Linear Regression</i>
Digital Payments Adoption Research: A Review of Factors Influencing Consumer's Attitude, Intention and Usage (Patil et al., 2018)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Trust and Risk</i>	<i>Literature review using meta-analysis</i>
P2P Mobile Payments: Investigating the Factors of Adoption Among Students in Germany (Kleivene, 2018)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Perceived usefulness, Easy to use, and Compatible</i>	<i>Simple descriptive statistics</i>
An Empirical Investigation of Reasons Influencing Student Acceptance and Rejection of Mobile Learning Apps Usage (Al-Bashayreh et al., 2022)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Perceived ease of use, Perceived usefulness, and Perceived compatibility</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
An assessment of the key factors in the uptake of mobile banking apps (Kieran, 2019)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Perceived use, Perceived usefulness, Compatibility with</i>	<i>Mixed method Quantitative using Simple descriptive statistics</i>

	<i>lifestyle, Attitude to trust, Perceived risk</i>	
Impact Analysis of Fintech on Banking Industry (Siek & Sutanto, 2019)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Interest rate, Approval process speed, Accessibility, Ease of obtaining loan or deposit, Safety</i>	<i>Regression random sampling</i>
Fintech in COVID-19 and beyond: what factors are affecting customers' choice of fintech applications? (Al Nawayseh, 2020)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Social influence, Benefits, Risk, Trust</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
An Extended Tam Model to Explain the Adoption of Payment Banks in India (Gupta & Sahu, 2020)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Social Influence, Facilitating Conditions, Trust, Perceived Ease of Use, Perceived and Usefulness</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>
What drives FinTech adoption? A multi-method evaluation using an adapted technology acceptance model (S. Singh et al., 2020)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi: <i>Responsiveness, Security, Social Influence, Usefulness, Ease of use.</i>	<i>Structural Equation Modeling and Multi-Group analysis</i>
The Optimal Model for Consumers' E-wallets Usage Intention (Cuong, 2021)	Faktor yang diteliti memengaruhi adopsi <i>Effort expectancy, Perceived ease to use, Promotions, and Perceived security and Privacy</i>	<i>Optimal model using Akaike information criterion (AIC) technique.</i>

Berdasarkan identifikasi subjek penelitian dengan menggunakan perangkat lunak dan penelitian-penelitian adopsi inovasi teknologi yang relevan diatas, penelitian ini memiliki keterbaruan pada pengintegrasian variabel-variabel adopsi inovasi teknologi dengan mengusulkan *grand theory*, model empiris dan meta-sintesis data sekunder menggunakan kerangka kerja *systematic review*. Perilaku relasional (*relational behavior*), luaran-luaran dari hubungan adopsi atau pemasaran (*relationship marketing*) dengan luaran-luaran stratejik yang dihasilkan dari aktivitas pemasaran relasional, yaitu: sinergitas pemangku kepentingan, memperbaiki kinerja industri *fintech*.

Dengan mempertimbangan keunikan topik, referensi/rujukan teori, model penelitian, *tempus* dan *lokus*, penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya dan merupakan kebaruan penelitian. Untuk itu dapat dipastikan bahwa penelitian berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya