

BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan hal-hal yang berkaitan dengan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan sampel, penyusunan instrumen penelitian, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Sistematika penulisan ditampilkan pada Gambar 3.1.

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian	3.2.1. Waktu Penelitian 3.2.2. Tempat Penelitian
3.3. Desain Penelitian	
3.4. Populasi dan Sampel	3.4.1. Populasi Data Primer 3.4.2. Sampel Data Primer 3.4.3. Populasi Data Sekunder 3.4.4. Kriteria Inklusi Data Sekunder
3.5. Teknik Pengumpulan Sampel	
3.6. Penyusunan Instrumen Penelitian	
3.7. Teknik Analisis Data	3.7.1. Analisis Data Primer 3.7.2. Analisis Data Sekunder

Gambar 3.1. Sistematika BAB III Metode Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Memilih metode penelitian di bidang manajemen stratejik selalu relevan dengan kekuatannya, yang dapat dilakukan dengan metode yang menguntungkan dan kompetitif tergantung pada situasi manajerial atau ekonomi. Proses dinamis dalam manajemen stratejik membutuhkan pengembangan metodologi dan alat penelitian yang konstan. Dalam kondisi tersebut, salah satu masalah utama ini adalah masalah penerapan metode kuantitatif atau kualitatif yang efektif, serta kemungkinan untuk mengungkapkan hasil pengamatan statistik dan deskriptif.

Dalam manajemen stratejik, disebutkan bahwa penelitian kualitatif dapat didefinisikan sebagai jenis penelitian, di mana bentuk-bentuk yang diamati ditentukan dengan logika (strategi) yang sesuai dari topik penelitian, termasuk misi dan pengetahuan, yang bergabung dengannya. Metode kualitatif khusus ditujukan

untuk menentukan kausalitas. Pada gilirannya, metode kuantitatif diselidiki berdasarkan analisis statistik dari data yang dikumpulkan (Dzwigol, 2020).

Analisis yang didasarkan pada artikel yang diterbitkan dalam *Strategic Mangement Journal* dari tahun 1980 hingga 2006 menunjukkan bahwa artikel *mixed-methods* cenderung menerima lebih banyak kutipan daripada artikel monometode. Rata-rata kutipan yang diterima per tahun dan jumlah kutipan keduanya lebih tinggi untuk artikel yang melaporkan studi menggunakan *mixed-methods* daripada desain penelitian monometode (Molina-Azorin, 2010).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengumpulkan data primer tentang lingkungan eksternal, dan menggunakan metode kualitatif (meta-sintesis) untuk mengumpulkan data sekunder tentang lingkungan internal dan eksternal dari strategi adopsi *fintech P2P lending* yang diteliti, yang hasilnya kemudian diintegrasikan melalui penggabungan analisis dan interpretasi untuk mengembangkan lebih holistik dan kesimpulan komprehensif. Menurut Vicki L. Plano Clark (2019), metode penelitian dengan tujuan diatas adalah desain *convergent mixed-method*.

Penelitian ini menggunakan model *Convergent Parallel Design* dengan melakukan tahapan penelitian, yaitu:

1. Mengumpulkan data primer dan sekunder secara bersamaan.

Data primer dikumpulkan melalui survey dalam model penelitian empiris dengan faktor-faktor adopsi *fintech P2P lending platform*. Untuk mengobservasi topik yang diteliti secara lebih lengkap diperlukan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal dari data sekunder yang dikumpulkan melalui meta-sintesis dengan kerangka kerja *systematic review*.

2. Menganalisis dua set data secara terpisah.

Data primer dianalisis menggunakan *SEM* yang menghasilkan luaran-luaran lingkungan eksternal. Data sekunder dianalisis menggunakan *SWOT* yang menghasilkan luaran-luaran lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

3. Mencampur dua database dengan menggabungkan hasil selama analisis data dan interpretasi.

Luaran-luaran dari data empiris dan meta-sistesis, dibandingkan dan dihubungkan dengan topik yang diteliti untuk saling melengkapi satu sama lain

untuk menghasilkan interpretasi dengan validitas melalui verifikasi.

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

3.2.1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan sejak September 2022 sampai Maret 2023. Penelitian ini melalui tahapan observasi topik, pengajuan proposal, pengolahan uji instrumen, penyebaran kuesioner, pengolahan data, serta analisis data. Tahapan penelitian ini direpresentasikan pada Table 3.1.

Tabel 3.1. Tahapan Penelitian. Sumber: diolah untuk disertasi.

Deskripsi Kegiatan	Bulan						
	Sep 2022	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023
Observasi topik	■						
Penyusunan dan pengajuan proposal penelitian	■						
Perumusan dan pengolahan uji instrumen		■					
Studi pendahuluan untuk menentukan teknik sampling		■					
Penyebaran kuesioner			■				
Pengumpulan data				■			
Pengolahan dan analisis data				■	■		
Penyusunan laporan hasil penelitian						■	
Publikasi hasil penelitian melalui seminar dan jurnal							■

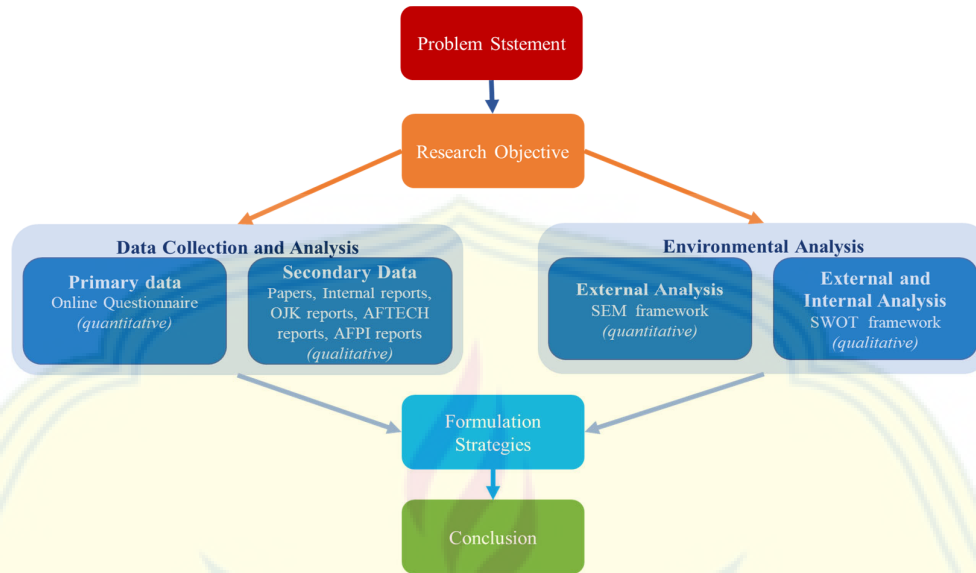
3.2.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Objek penelitian ini berlokasi di Indonesia dengan data primer menggunakan sampel responden di Indonesia, sedangkan data sekunder menggunakan data di Indonesia dan journal internasional.

3.3. Desain Penelitian

Desain penelitian disebut juga strategi penelitian, merupakan rencana untuk menjawab serangkaian pertanyaan dari topik yang diteliti (Saunders et al., 2009). Desain penelitian adalah kerangka kerja yang mencakup metode dan prosedur untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data. Sehingga, desain penelitian ini menggambarkan bagaimana penelitian ini akan menyelidiki masalah

utama penelitian dan dengan demikian menjadi bagian dari proposal penelitian.



Gambar 3.2. Desain Penelitian. Sumber: diolah untuk disertasi.

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan dari topik dan fenomena yang diteliti dan mempelajari literatur-literatur diatas, peneliti membuat desain penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang direpresentasikan pada Gambar 3.2. Diawali dengan suatu masalah yang memerlukan suatu penelitian tentang topik dan fenomena *fintech P2P lending platform*. Masalah dievaluasi dari situasi praktis dan teoretis, yang membantu menjelaskan fakta baru dan mengumpulkan fakta yang berguna untuk merumuskan masalah (*problem statement*). Tujuan dari rumusan masalah adalah untuk mengidentifikasi isu-isu yang menjadi perhatian dan memfokuskannya sedemikian rupa sehingga memungkinkan untuk dipelajari secara sistematis. Ini mendefinisikan masalah dan mengusulkan cara untuk meneliti solusinya, atau menunjukkan mengapa informasi lebih lanjut diperlukan agar solusi menjadi mungkin. Ada tiga pertanyaan umum yang penting dalam proses perumusan masalah, yaitu:

1. Apa yang ingin diketahui peneliti?

Peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *fintech P2P lending platform*, perlu dilakukan pengujian menggunakan data primer dengan analisis *SEM*, faktor-faktor mana yang signifikan berpengaruh positif dan yang berpengaruh negatif pada adopsi dengan sepuluh hipotesis, pada tahap ini merupakan *Confirmatory Research* dengan metode *Quantitative*. Faktor-faktor

tersebut dieksplorasi untuk menunjukkan dengan tepat kemungkinan hubungan antara konstruk dan dapat dipahami dengan baik sebagai heuristik menggunakan data sekunder dengan analisis *SWOT*, pada tahap ini merupakan *Exploratory Research* dengan metode *Qualitative*. Dari kedua analisis diintegrasikan dengan memvalidasi melalui verifikasi hasil dari dua metode pada penelitian ini untuk dilakukan interpretasi menyeluruh dengan luaran-luaran stratejik.

2. Mengapa?

Fintech berkembang cepat, menyebabkan gangguan pada pemain yang mapan (*disruptive technology*), salah satu inovasinya adalah *fintech P2P lending platform* yang masih ditemukan adanya masalah. Oleh karena inovasi *fintech* bertujuan untuk memudahkan layanan keuangan yang lebih efisien dengan dipayungi aturan yang tepat dari regulator sehingga perlu dilakukan penelitian.

3. Apa yang bisa menjadi kemungkinan jawaban untuk pertanyaan awal?

Pemangku kepentingan pada *fintech P2P lending* bertanggung jawab dalam berinovasi *platform* sesuai peran (*role*) dan kewenangannya untuk layanan yang lebih efektif dan efisien.

Tujuan penelitian (*research objective*) adalah hasil yang ingin dicapai peneliti dengan melakukan penelitian ini. Tujuan penelitian juga membantu peneliti mempersempit fokus penelitian dan variabel kunci. Sebagaimana yang sudah disampaikan pada bagian pendahuluan, penelitian ini diharapkan berkontribusi secara teoritis dan praktis sehingga dapat memberikan manfaat dan dijadikan acuan atau masukan oleh pemangku kepentingan *fintech P2P lending*.

Data yang sesuai (*data collecting*) diperlukan untuk setiap pekerjaan penelitian. Selain kesesuaian, data juga harus memadai. Data primer dikumpulkan melalui *online questionnaire* untuk *Confirmatory Research* dengan metode *Quantitative Research* menggunakan analisis *SEM*. Data sekunder diperoleh dari paper-paper di jurnal bereputasi, laporan internal, laporan dari OJK, laporan BI, laporan dari Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) dan Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH) melalui meta-sintesis untuk *Exploratory Research* dengan *Qualitative Research* menggunakan analisis *SWOT*.

Penelitian ini menganalisis topik dan fenomena penelitian dari berbagai

perspektif untuk menangani pemangku kepentingan yang memiliki perannya masing-masing berdasarkan data primer dan data sekunder. Analisis masing-masing data memiliki metode sendiri, sehingga diperlukan proses triangulasi. Triangulasi adalah strategi penelitian yang menggunakan kombinasi beberapa set data, beberapa peneliti, beberapa teori, dan beberapa metodologi untuk menjawab pertanyaan penelitian (Salkind, 2010).

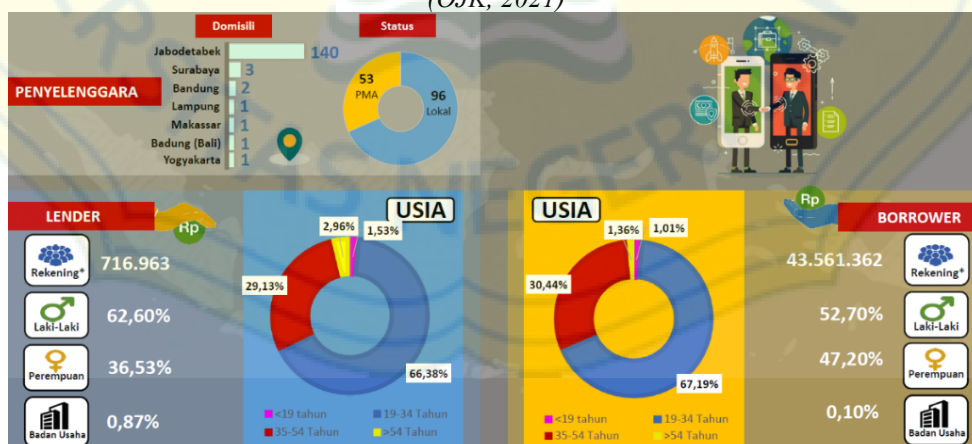
Analisis lingkungan (*environmental analysis*) dilakukan pada penelitian ini, analisis *SEM* digunakan untuk analisis lingkungan eksternal, sedangkan analisis *SWOT* digunakan untuk analisis lingkungan internal dan eksternal. Analisis lingkungan yang sudah valid dan terkonfirmasi, dilakukan interpretasi menyeluruh dengan luaran formulasi strategis. Diakhiri dengan kesimpulan yang digunakan untuk meringkas apa yang telah peneliti lakukan dalam penelitian ini.

3.4. Populasi dan sampel

3.4.1. Populasi Data Primer

Populasi adalah sekelompok individu yang berbeda, apakah kelompok itu terdiri dari suatu bangsa atau sekelompok orang dengan karakteristik yang sama (Fraenkel et al., 2012). Di dalam penelitian kuantitatif ini menggunakan populasi dari pengguna *fintech P2P lending* dan *internet banking / mobile banking* di Indonesia.

Tabel 3.2. Karakteristik penyelenggara & pengguna *P2P lending* per Desember 2020 (OJK, 2021)



Tabel 3.2. merupakan data statistik OJK (2021) pengguna *fintech P2P lending* periode Desember 2020, menunjukkan jumlah akumulasi rekening entitas

borrower 43.561.362 rekening, dan jumlah akumulasi rekening entitas *lender* sebanyak 715.963 rekening; sebaran terbesar di Pulau Jawa dengan jumlah akumulasi rekening entitas *borrower* 37.037.196 rekening (85%) dan jumlah akumulasi rekening entitas *lender* 581.455 (81%). Data tersebut merupakan rekapitulasi dari data rekening entitas pada penyelenggara *P2P lending* yang terdaftar di OJK, sedangkan pengguna memungkinkan untuk membuka lebih dari satu rekening entitas pada beberapa penyelenggara *P2P lending* sehingga tidak mencerminkan jumlah individu yang akurat dalam populasi.

3.4.2. Sampel Data Primer

Sampel merupakan kelompok yang lebih kecil yang diambil dari populasi yang memiliki ciri-ciri seluruh populasi, di dalam statistik dilambangkan dengan huruf kecil n . Pengamatan dan kesimpulan yang dibuat terhadap data sampel dikaitkan dengan populasi secara keseluruhan. Menurut Fraenkel et al. (2012), pengambilan sampel mengacu pada proses memilih individu dari kelompok orang yang lebih besar dan menarik kesimpulan yang merupakan "representasi akurat tentang bagaimana kelompok orang yang lebih besar bertindak atau apa yang mereka yakini".

Penelitian ini menggunakan karakteristik sampling sebagai berikut:

1. Desain pengambilan sampel, menggunakan *Purposive Sampling*, suatu teknik pengambilan sampel nonprobabilitas di mana unit-unit yang akan diamati dipilih berdasarkan penilaian peneliti tentang unit mana yang paling mewakili, yaitu pengguna *Internet Banking* atau *Mobile Banking* dan sampel acak diambil dengan menyebar tautan *online questionnaire* pada media sosial.
2. Jenis pengambilan sampel, menarik sampel acak, di mana setiap individu pada unit-unit yang dipilih dalam populasi memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih.
3. Stratifikasi, sampel memiliki probabilitas yang sama untuk ciri-ciri khusus individu, yaitu: Jenis kelamin, Usia, Status pernikahan, Status pekerjaan, Pendidikan, Pendapatan, dan *Internet banking/ Mobile banking* yang digunakan.
4. Penentuan ukuran sampel, dengan jumlah populasi (N) dari akumulasi rekening entitas *borrower* dan *lender* sebanyak 44.277.325 rekening (OJK, 2021), maka penentuan jumlah sampel yang diambil berdasarkan data populasi dan literatur

diatas:

4.1. Bentler & Choue (1987), dengan jumlah 39 instrumen pada penelitian ini dan menggunakan metode estimasi *maximum likelihood*, jadi *rule of thumb* ukuran sampel yang diperlukan $39 \times 5 = 195$ sampel.

4.2. Tabel 3.1. (Yamane, 1967), dengan tingkat presisi (*e*) 5% maka ukuran sample (*n*) ditentukan sebanyak 400 sampel.

Berdasarkan populasi dan literatur diatas, peneliti menetapkan ukuran sampel sebanyak 500 sampel, kemudian dengan mempertimbangkan *response rate* dari *online questionnaire* yang dikirim ke media sosial, maka ditetapkan sebanyak 660 sampel (plus 32%). *Response Rate* adalah jumlah kasus yang setuju untuk mengambil bagian dalam penelitian, karena kenyataannya, sebagian besar peneliti tidak pernah mencapai tingkat respons 100 persen dan setiap non respons dapat menyebabkan bias pada sampel akhir (Taherdoost, 2016).

Untuk mengidentifikasi karakteristik sampel dalam survei, dibuat demografi data, yaitu Jenis kelamin, Usia, Status pernikahan, Pendidikan, Status pekerjaan, Pendapatan, dan Status pengguna *Internet Banking* atau *mBanking*. Karakteristik data sampel direpresentasikan pada Table 3.3.

Tabel 3.3. Karakteristik sampel. Sumber: diolah untuk disertasi.

Variabel demografi	Kategori
Jenis kelamin	Pria
	Perempuan
Usia	< 20
	20 – 24
	25 – 29
	30 – 34
	35 – 39
	40 – 44
	45 – 49
	50 >
Status pernikahan	Telah menikah
	Lajang
	Bercerai
	Duda / Janda
Pendidikan	< SMA
	Sekolah Menengah Atas
	Diploma
	Sarjana
	Magister/Doktoral

Status pekerjaan	Mahasiswa
	Karyawan
	Wiraswasta
	Pensiun
	Tidak bekerja
Pendapatan (Rp)	<5.000.000
	5.000.000 – 10.000.000
	10.000.001 – 15.000.000
	15.000.001 – 20.000.000
	20,000.001 – 25.000.000
	> 25.000.000
Internet Banking/mBanking yang digunakan	Mandiri
	BRI
	BNI
	BTN
	BCA
	Bank lain

3.4.3. Populasi Data Sekunder

Populasi data sekunder dalam penelitian ini adalah semua studi tentang pengembangan UKM dengan adopsi *fintech*, laporan publikasi dari penyedia *P2P lending*, laporan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), laporan dari Bank Indoensia, laporan dari Asosisasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) dan Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH). Data sekunder digunakan untuk meta-sintesis dengan kerangka kerja *Systematic Review*.

Untuk paper diperoleh dari sumber jurnal-jurnal bereputasi yang sudah ditentukan, yaitu:

1. Science Direct (www.sciencedirect.com),
2. IEEE Xplore (ieeexplore.ieee.org),
3. Emerald Insight (www.emeraldinsight.com),
4. ACM Digital Library (dl.acm.org),
5. Springer Link (link.springer.com),
6. Inder-science Online (www.inderscienceonline.com),
7. Taylor & Francis (www.tandfonline.com), dan
8. SAGE Journals (journals.sagepub.com)

3.4.4. Kriteria Inklusi Data Sekunder

Jumlah paper pada sumber *digital library* begitu banyak, maka penentuan

jumlah sampel digunakan dalam penelitian ini melalui proses penyaringan (inklusi dan eksklusi), dan prosedur penilaian kualitas dan relevansi dari paper menggunakan kriteria yang sudah ditentukan, yaitu:

1. Isi (*content*) dari keseluruhan paper tentang dengan adopsi *fintech* pada UKM, bukan diskusi *fintech* dari bidang lain yang tidak terkait dengan sistem informasi dan UKM (contoh: sektor ekonomi)
2. Bahasa adalah Bahasa Inggris
3. Tahun publikasi antara 2011 – 2021
4. Jenis paper adalah paper jurnal dan prosiding.

3.5. Teknik Pengumpulan Sampel

Untuk menjawab pertanyaan penelitian, peneliti mengumpulkan data dari semua kasus dengan pemilihan sampel. Metode pengumpulan data diklasifikasikan menjadi data primer dan data sekunder, yang masing-masing didasarkan pada metode pengumpulan data yang berbeda, yaitu:

1. Metode pengumpulan data primer

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan metode *Purposive Sampling*, dimana unit-unit dalam populasi dipilih oleh peneliti yang paling mewakili yaitu pengguna *Internet Banking* atau *Mobile Banking*, dan sampel acak diambil dari unit-unit tersebut. Pengumpulan sampel dengan menyebar tautan *online questionnaire* pada media sosial, pada formulir pertanyaan yang memberikan pilihan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya untuk dipilih oleh responden. Formulir pertanyaan menggunakan skala penilaian, yaitu skala *Likert* enam poin, dengan pilihannya adalah: Sangat tidak setuju, Tidak setuju, Sedikit tidak setuju, Sedikit setuju, Setuju, dan Sangat setuju.

2. Metode pengumpulan data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini melibatkan populasi yang akan menjadi target penelitian. Tujuan dari proses pengumpulan data ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengumpulkan semua studi yang relevan dengan topik dan fenomena yang diteliti (Thomas & Harden, 2008). Pengumpulan data menggunakan metode meta-sintesis dengan kerangka kerja *systematic review*, ada dua target dalam penelitian ini, dan sejalan dengan Harris Cooper (2015), yaitu:

- 2.1. Hasil penelitian secara kumulatif mencerminkan semua penelitian sebelumnya
- 2.2. Studi yang disertakan memungkinkan generalisasi fokus di area topik dan fenomena penelitian.

Menurut Paton (2005), penelitian kualitatif menganalisis data dari tiga jenis pengumpulan data:

- 2.1. Wawancara mendalam dan terbuka (*in-depth, openended interviews*);
Hasil wawancara langsung kutipan dari orang-orang tentang pengalaman mereka, pendapat, perasaan, dan pengetahuan.
- 2.2. Pengamatan langsung (*direct observations*);
Data dari pengamatan terdiri dari deskripsi rinci aktivitas, perilaku, tindakan, dan berbagai interaksi interpersonal dan proses organisasi yang merupakan bagian dari yang dapat diamati pengalaman manusia.
- 2.3. Dokumen tertulis.

Analisis dokumen meliputi: mempelajari kutipan, seluruh bagian dari catatan organisasi, klinis atau program; memorandum dan korespondensi; publikasi resmi dan laporan; buku harian pribadi; dan tulisan terbuka tanggapan atas kuesioner dan survei.

Data sekunder pada penelitian ini menggunakan populasi penelitian dari jurnal bereputasi dan juga dari laporan internal, laporan dari Otoritas Jasa Keuangan, laporan dari Bank Indoensia, laporan dari Asosisasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) dan Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH).

3.6. Penyusunan Instrumen Penelitian

Berdasarkan model penelitian empiris yang diusulkan, maka dirangkum definisi konseptual, operasional, dan indikator dari variabel yang digunakan dalam studi ini, yang ditampilkan pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4. Variabel, Definisi Konseptual, Definisi Operasional, dan Indikator. Sumber: diolah untuk disertasi.

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator
<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Perceived Usefulness</i> didefinisikan sebagai bagaimana efisiensi tugas pelanggan akan meningkat jika mereka menggunakan inovasi teknologi (F. D. Davis, 1985).	<i>Perceived Usefulness</i> merupakan manfaat yang dirasakan konsumen sesuai ekspektasinya dengan menggunakan inovasi teknologi.	PU1: Memenuhi kebutuhan customer, PU2: Menghemat waktu, PU3: Efisiensi kerja, PU4: Banyak utility/fitur, PU5: Bermanfaat bagi customer
<i>Perceived Ease of use</i>	<i>Perceived Ease of use</i> didefinisikan sebagai jumlah pekerjaan yang diperlukan untuk menggunakan inovasi teknologi baru ini (F. D. Davis, 1985).	<i>Perceived Ease of use</i> merupakan kemudahan yang dirasakan konsumen dalam menggunakan inovasi teknologi.	PE1: Pengoperasiannya simpel, PE2: Petunjuk jelas & mudah dipahami, PE3: Dapat diakses dimana saja, PE4: Mudah dipelajari, PE5: Penggunaanya tidak menantang mental, PE6: Penggunaanya sangat mudah
<i>Relative Advantage</i>	<i>Relative Advantage</i> adalah faktor sejauh mana seseorang percaya bahwa inovasi teknologi terbaru lebih unggul dari pendahulunya (Rogers, 1995)	<i>Relative Advantage</i> merupakan keunggulan inovasi teknologi yang dirasakan konsumen dibandingkan dengan solusi yang ada.	RA1: Waktu pemrosesannya lebih cepat, RA2: Menghemat waktu customer, RA3: Akses yang lebih baik/tepat sesuai tujuan, RA4: Penolakan lebih kecil, RA5: Bisa memanfaatkan waktu yang lebih baik RA6: Lebih menguntungkan
<i>Compatibility</i>	<i>Compatibility</i> adalah faktor yang menggambarkan sejauh mana inovasi teknologi konsisten dengan nilai, pengalaman, dan persyaratan individu saat ini (Rogers, 1995).	<i>Compatibility</i> menunjukkan bahwa konsumen perlu melakukan lebih sedikit penyesuaian dalam rutinitas mereka atau mengerahkan lebih sedikit upaya saat mengadopsi sebuah inovasi teknologi,	CO1: Kompatibel dengan kebutuhan Mobilitas, CO2: Kompatibel dengan gaya hidup, CO3: Kompatibel, dengan tren saat ini, CO4: Cocok untuk customer
<i>Trust</i>	<i>Trust</i> adalah faktor entitas multifaset yang	<i>Trust</i> merupakan kepercayaan konsumen	TR1: System keamanan informasi,

kompleks yang memainkan peran penting dalam interaksi komersial (Lewis & Weigert, 1985). dalam mengadopsi inovasi teknologi, dalam *finance* menjadi lebih penting karena data yang luas dan berdimensi tinggi yang terlibat dalam layanan.

TR2: Penyedia layanan,
TR3: Kepercayaan diri,
TR4: Keamanan data pribadi
TR5: Kepercayaan terhadap aplikasi

Quality of Service

Quality of Service adalah faktor perbandingan harapan layanan pelanggan dengan persepsi tentang apa yang disediakan penyedia layanan (Grönroos, 1984), (Parasuraman et al., 1985).

Quality of Service adalah QS1: Cepat menanggapi kebutuhan,
QS2: Menjawab pertanyaan customer,
QS3: Memahami kebutuhan yang spesifik,
QS4: Membantu customer

Perceived Risk

Perceived Risk adalah faktor antisipasi kerugian (Schierz et al., 2010). Ko et al. (2004) mendefinisikan hubungan masyarakat sebagai persepsi konsumen terhadap variabel dan hasil yang kontradiktif dari pembelian produk atau layanan.

Perceived Risk adalah risiko yang dirasakan konsumen ketika mengadopsi suatu inovasi teknologi. Faktor ini merupakan kontra dari kepercayaan konsumen pada inovasi teknologi.
PR1: Aman memberikan informasi pribadi,
PR2: Khawatir akun digunakan orang lain,
PR3: Tidak aman memberikan informasi sensitif,
PR4: Lebih berisiko dibanding cara tradisional,
PR5: Tidak ada resiko keuangan dibanding cara tradisional

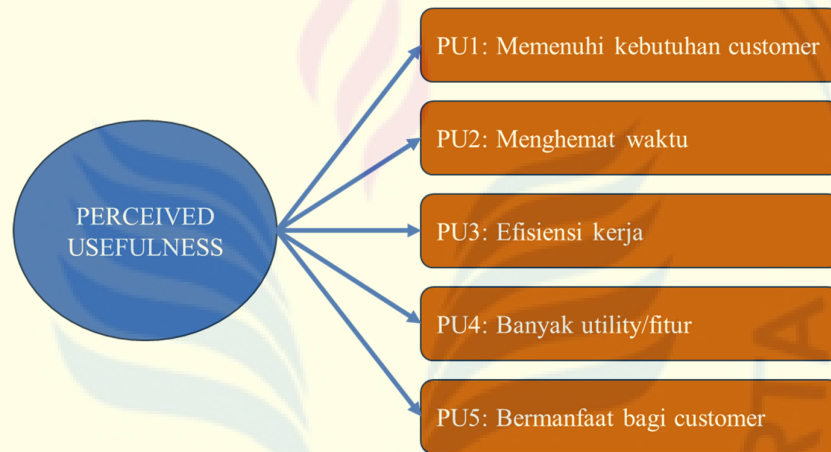
Adoption Intention

Adoption Intention atau *Adoption technology* adalah model sosiologis yang menggambarkan proses adopsi produk atau inovasi baru menurut karakteristik demografi dan psikologis kelompok pengadopsi tertentu (Rogers, 1995). Menurut Davis (1985), model adopsi teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama niat individu untuk menggunakan inovasi teknologi baru: persepsi

Adoption intention adalah niat mengadopsi inovasi teknologi baru atau lebih baik oleh konsumen untuk mencapai tujuan tertentu, seperti peningkatan produktivitas, efisiensi, atau kepuasan konsumen.
AI1: Berniat segera menggunakan,
AI2: Ingin terus menggunakan,
AI3: Merekomendasikan ke yang lain,
AI4: Menggunakannya di masa depan

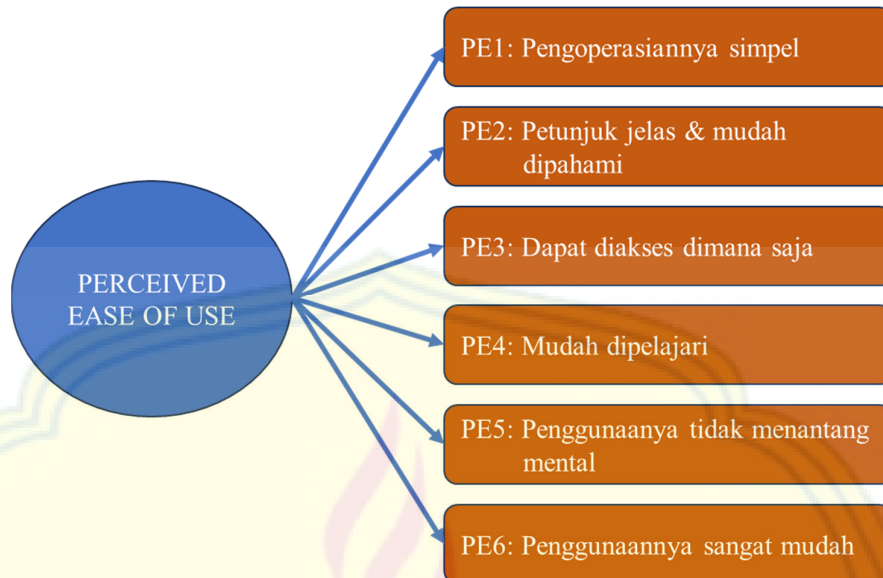
Kemudian, disusun instrumen dari penelitian empiris ini untuk menjawab isu-isu penelitian sebelumnya dengan melakukan ekspansi dan modifikasi yang diperlukan berdasarkan fitur *fintech P2P lending platform*.

3.6.1. *Perceived Usefulness*, dikutip dari penelitian “*Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model*” oleh Z. Hu et al.(2019) dan “*Fintech and Banking: Evidence from Vietnam*” oleh Lien et al. (2020).



Gambar 3.3. Instrumen Variabel *Perceived Usefulness*. Sumber: diolah untuk disertasi.

3.6.2. *Perceived Ease of use*, dikutip dari penelitian “*Limitations to the rapid adoption of M-payment services: Understanding the impact of privacy risk on M-Payment services*” oleh Johnson et al. (2018) dan “*Fintech and Banking: Evidence from Vietnam*” oleh Lien et al. (2020).



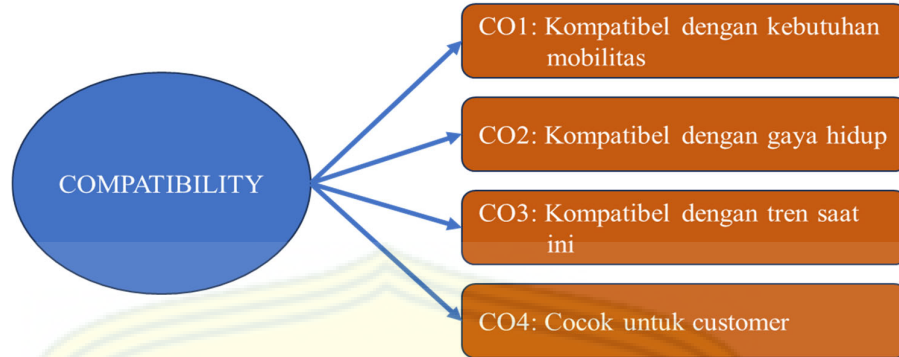
Gambar 3.4. Instrumen Variabel Perceived Ease of Use. Sumber: diolah untuk disertasi.

3.6.3. Relative Advantage, dikutip dari penelitian “*Factors influencing autonomous vehicle adoption: an application of the technology acceptance model and innovation diffusion theory*” oleh Yuen et al. (2020).



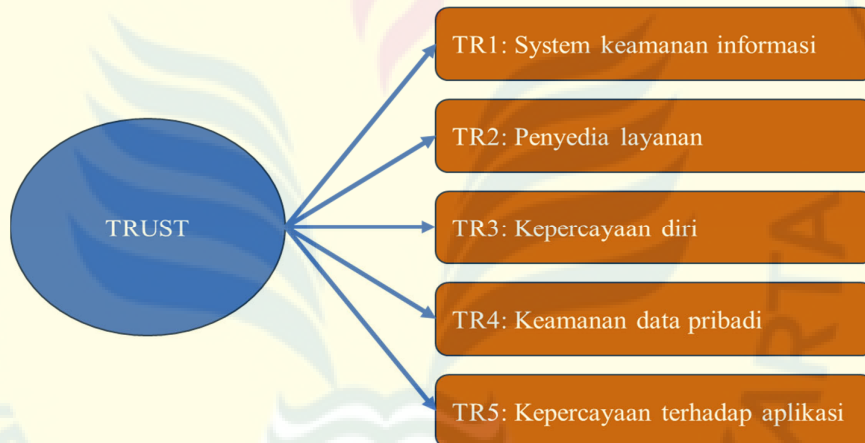
Gambar 3.5. Instrumen Variabel Relative Advantage. Sumber: diolah untuk disertasi.

3.6.4. Compatibility, dikutip dari penelitian “*Factors influencing autonomous vehicle adoption: an application of the technology acceptance model and innovation diffusion theory*” oleh Yuen et al. (2020).



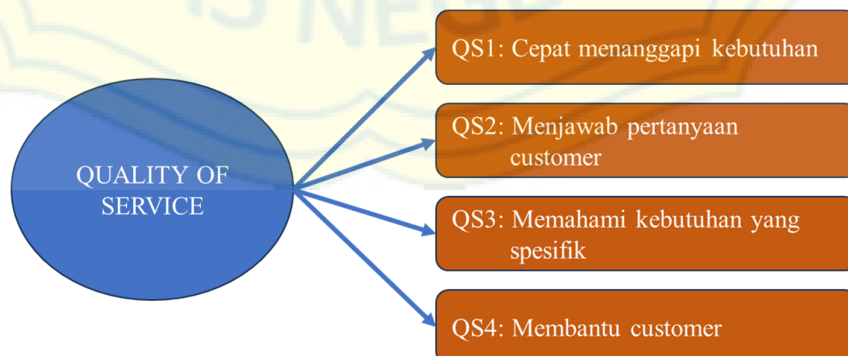
Gambar 3.6. Instrumen Variabel Compatibility. Sumber: diolah untuk disertasi.

3.6.5. Trust, dikutip dari penelitian “*Fintech and Banking: Evidence from Vietnam*” oleh Lien et al. (2020) dan “*How perceived trust mediates merchant’s intention to use a mobile wallet technology*” oleh Singh & Sinha (2020).



Gambar 3.7. Instrumen Variabel Trust. Sumber: diolah untuk disertasi.

3.6.6. Quality of Service, dikutip dari penelitian “*Sustainable Development of Fintech: Focused on Uncertainty and Perceived Quality Issues*” oleh Ryu & Ko (2020).



Gambar 3.8. Instrumen Variabel Quality of Service. Sumber: diolah untuk disertasi.

3.6.7. Perceived Risk, dikutip dari penelitian “*Limitations to the rapid adoption of M-payment services: Understanding the impact of privacy risk on M-Payment services*” oleh Johnson et al. (2018) dan “*Sustainable Development of Fintech: Focused on Uncertainty and Perceived Quality Issues*” oleh Ryu & Ko (2020).



Gambar 3.9. Instrumen Variabel Perceived Risk. Sumber: diolah untuk disertasi.

Model penelitian terdiri dari delapan variabel, dan setiap variabel terdiri dari empat sampai enam instrumen pengukuran. Daftar instrumen pengukuran ditampilkan pada Tabel 3.5, terdapat 39 item instrumen yang dinilai menggunakan skala *Likert* enam poin dengan pilihan:

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Sedikit tidak setuju,
4. Sedikit setuju,
5. Setuju, dan
6. Sangat setuju.

Tabel 3.5. Instrumen Pengukuran. Sumber: diolah untuk disertasi.

Variabel	Item Pengukuran	Sumber
<i>Perceived Usefulness</i>	PU1 Platform pinjaman P2P dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.	(Lien et al., 2020)
	PU2 Pelanggan menghemat banyak waktu saat menggunakan platform pinjaman P2P.	(Lien et al., 2020)
	PU3 Menggunakan platform pinjaman P2P meningkatkan efisiensi kerja pelanggan.	(Lien et al., 2020)

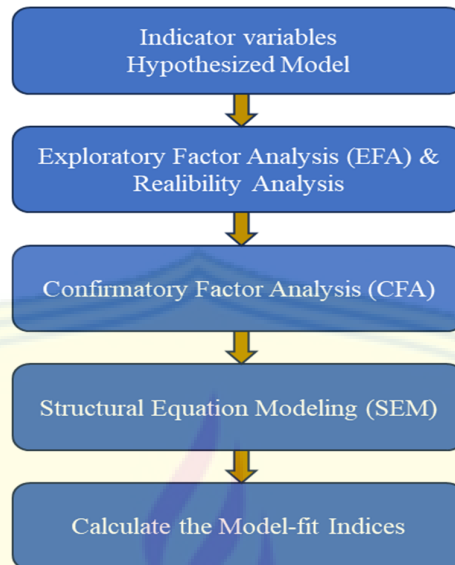
	PU4	Pelanggan dapat mengakses banyak utilitas yang terpasang saat menggunakan platform pinjaman P2P.	(Lien et al., 2020)
	PU5	Secara keseluruhan, platform pinjaman P2P bermanfaat bagi saya.	(Z. Hu et al., 2019)
<i>Perceived Ease of use</i>	PE1	Operasi yang dilakukan di platform pinjaman P2P cukup sederhana bagi pelanggan.	(Lien et al., 2020)
	PE2	Petunjuk pada sistem platform pinjaman P2P jelas dan mudah dipahami.	(Lien et al., 2020)
	PE3	Pelanggan dapat berinteraksi dengan sistem platform pinjaman P2P di mana saja.	(Lien et al., 2020)
	PE4	Belajar menggunakan platform pinjaman P2P akan mudah bagi saya.	(V. L. Johnson et al., 2018)
	PE5	Menggunakan platform pinjaman P2P tidak menantang secara mental.	(V. L. Johnson et al., 2018)
	PE6	Menggunakan platform pinjaman P2P sangat mudah.	(V. L. Johnson et al., 2018)
<i>Relative Advantage</i>	RA1	Pinjaman P2P akan mengurangi waktu pemrosesan dibandingkan dengan metode peminjaman yang lain.	(Yuen et al., 2020)
	RA2	Pinjaman P2P akan menghemat waktu saya dibandingkan dengan pinjaman konvensional.	(Yuen et al., 2020)
	RA3	Platform pinjaman P2P akan memungkinkan akses yang lebih baik ke tujuan yang saya tuju.	(Yuen et al., 2020)
	RA4	Menggunakan platform pinjaman P2P akan mengurangi penolakan dibandingkan dengan pinjaman konvensional.	(Yuen et al., 2020)
	RA5	Platform pinjaman P2P akan memungkinkan saya untuk menghabiskan waktu saya untuk hal-hal selain mencari pinjaman.	(Yuen et al., 2020)
	RA6	Platform pinjaman P2P akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan menggunakan pinjaman konvensional.	(Yuen et al., 2020)
<i>Compatibility</i>	CO1	Platform pinjaman P2P akan kompatibel dengan kebutuhan mobilitas saya.	(Yuen et al., 2020)
	CO2	Platform pinjaman P2P akan cocok untuk gaya hidup saya.	(Yuen et al., 2020)
	CO3	Platform pinjaman P2P akan kompatibel dengan tren saat ini.	(Yuen et al., 2020)
	CO4	Platform pinjaman P2P akan cocok untuk saya.	(Yuen et al., 2020)
<i>Trust</i>	TR1	Platform pinjaman P2P memiliki kemampuan keamanan informasi yang baik.	(Lien et al., 2020)
	TR2	Platform pinjaman P2P hanya disediakan oleh penyedia terkemuka.	(Lien et al., 2020)
	TR3	Pelanggan merasa percaya diri saat menggunakan platform pinjaman P2P.	(Lien et al., 2020)
	TR4	Saya percaya platform pinjaman P2P membuat saya dan informasi pribadi pelanggan tetap aman.	(N. Singh & Sinha, 2020)

	TR5	Saya mempercayai aplikasi platform pinjaman P2P dan transaksi yang dilakukan oleh pinjaman P2P.	(N. Singh & Sinha, 2020)
<i>Quality of Service</i>	QS1	Platform pinjaman P2P dengan cepat menanggapi kebutuhan saya.	(Ryu & Ko, 2020)
	QS2	Platform pinjaman P2P memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan saya.	(Ryu & Ko, 2020)
	QS3	Platform pinjaman P2P memahami kebutuhan spesifik saya.	(Ryu & Ko, 2020)
	QS4	Platform pinjaman P2P selalu bersedia membantu saya.	(Ryu & Ko, 2020)
<i>Perceived Risk</i>	PR1	Saya tidak akan merasa aman memberikan informasi pribadi melalui platform pinjaman P2P.	(V. L. Johnson et al., 2018)
	PR2	Saya khawatir orang lain mendapatkan akses ke akun saya jika saya menggunakan platform pinjaman P2P.	(V. L. Johnson et al., 2018)
	PR3	Saya tidak akan merasa aman mengirimkan informasi sensitif di seluruh platform pinjaman P2P.	(V. L. Johnson et al., 2018)
	PR4	Menggunakan platform pinjaman P2P akan melibatkan lebih banyak risiko finansial jika dibandingkan dengan cara pinjaman tradisional.	(V. L. Johnson et al., 2018)
	PR5	Saya tidak berpikir ada risiko keuangan nyata yang terkait dengan sistem platform pinjaman P2P.	(Ryu & Ko, 2020)
<i>Adoption Intention</i>	AI1	Jika tidak digunakan, nasabah berniat segera menggunakan platform P2P lending.	(Lien et al., 2020)
	AI2	Jika menggunakan, pelanggan ingin terus menggunakan platform P2P lending.	(Lien et al., 2020)
	AI3	Pelanggan akan merekomendasikan platform pinjaman P2P kepada tetangga atau kerabat mereka.	(Lien et al., 2020)
	AI4	Saya akan menggunakan platform pinjaman P2P di masa depan.	(Ryu, 2018)

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Analisis Data Primer

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan metode *Purposive Sampling*, dimana populasi pengguna *fintech Peer-to-Peer lending* diambil sampel nonprobabilitas dari unit-unit yang dipilih oleh peneliti yang paling mewakili yaitu kelompok pengguna *Internet Banking* atau *Mobile Banking* dan sampel acak diambil dari unit tersebut dengan menyebar tautan *online questionnaire* pada media sosial.



Gambar 3.10. Tahapan analisis SEM. Sumber: diolah untuk disertasi.

Gambar 3.10. merupakan tahapan analisis *SEM*, model yang dihipotesiskan terdiri dari tujuh variabel laten, yaitu variabel yang diukur melalui indikator yang digunakan untuk menggambarkan variabel tersebut. Indikator variabel disusun menjadi suatu formulir pertanyaan yang memberikan pilihan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya untuk dipilih oleh responden. Di dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak Microsoft Form 365, formulir pertanyaan didistribusikan dalam format *online questionnaire* untuk pengumpulan sampel dengan survei tertutup. Selanjutnya dari sampel yang terkumpul dilakukan *Exploratory Factor Analysis* dan *Realibility Analysis*, kemudian *Confirmatory Factor Analysis*, dan dilanjutkan analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*. Langkah terakhir dilakukan *model fit* yaitu ketepatan model yang dihipotesiskan dengan data sampel, dimana derajat yang menunjukkan seberapa mampu model yang dikembangkan menjelaskan data.

1. *Exploratory Factor Analysis (EFA) and Reliability Analysis*

EFA adalah proses yang dilakukan di perangkat lunak SPSS untuk memvalidasi skala instrumen dalam kuesioner. Tujuan dari *EFA* adalah untuk menggambarkan kumpulan data multidimensi menggunakan lebih sedikit variabel. Setelah kuesioner divalidasi, proses berikutnya yang disebut *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* dapat digunakan (Samuels, 2017).

Analisis faktor eksplorasi dilakukan pada 39 item instrumen menggunakan *direct oblimin rotation* dengan Delta = 0. Dalam penelitian ini, delapan variabel (yaitu, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Relative Advantage*, *Compatibility*, *Trust*, *Quality of Service*, *Perceived Risk*, dan *Adoption Intention*) digunakan untuk menentukan pola struktur pada instrumen dan digunakan untuk membuat *pattern matrix*. Dengan mengidentifikasi item instrumen yang tidak sesuai, dan dihilangkan jika terdapat *cross-loading* atau *low loading factor* (≤ 0.6).

Reliability Analysis mengacu pada tingkat konsistensi atau stabilitas hasil pengukuran, yang mencerminkan keandalan item kuesioner. Dalam penelitian ini, *Cronbach's alpha* (α) digunakan untuk menguji konsistensi internal data. Seperti yang disarankan oleh Taber (2018), *Cronbach's alpha* dari sampel lebih besar dari 0,7. Kemudian, tiga ukuran utama digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen suatu instrumen (Luo et al., 2017):

1. *Loading Factor* harus lebih besar dari 0,60
2. *Composite Reliability (CR)* adalah 0,70 atau lebih besar
3. *Average Variance Extracted (AVE)* adalah 0,50 atau lebih besar.

Suatu model memiliki reliabilitas yang baik dan validitas konvergen yang baik, jika *Cronbach's alpha*, *CR* dan *AVE* dari semua variabel laten memiliki nilai lebih besar dari nilai kritis.

2. *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*

CFA adalah teknik statistik lanjutan menggunakan perangkat lunak AMOS yang digunakan untuk menentukan seberapa baik sekumpulan variabel yang diamati (yaitu, instrumen) diwakili oleh satu atau lebih faktor laten yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam *CFA*, terdapat dua macam variabel yaitu variabel laten dan variabel indikator. Variabel laten (*latent variable*) adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, tetapi dapat dibentuk dan dibangun oleh variabel-variabel lain yang dapat diukur dan variabel tersebut adalah variabel indikator (Hair et al., 2006).

CFA digunakan untuk menguji struktur faktorial dari model pengukuran delapan faktor yang dihipotesiskan. Hasil awal *CFA* dibahas per skala dengan uji *P-value* (di mana $P > 0,05$ menunjukkan *good model fit*) dan uji *Root Mean Square Error*

of Approximation (RMSEA) (di mana $RMSEA \leq 0,08$ menunjukkan *reasonable model fit*, dan $RMSEA \leq 0,05$ menunjukkan *good fit of the data*) (Browne & Cudeck, 1992). Jika kecocokan yang buruk (*poor fit*) ditemukan, indeks modifikasi dieksplorasi untuk melihat apakah mungkin untuk menghapus item instrumen dengan beban (*loading factor*) yang lebih rendah pada matriks solusi standar (*solution matrix*) dan meningkatkan kecocokan model (*model fit*). Tabel 3.6., menampilkan rekomendasi CFA model fit.

Tabel 3.6. CFA Model Fit. Sumber: diolah untuk disertasi.

	CMIN	P	CMIN/DF	SRMR	RMSEA	TLI	CFI
Recommended model fit	Small	> .05	≤ 2 (Byrne, 1998)	$\leq .08$ (L. Hu & Bentler, 1999)	$\leq .08$ (Browne & Cudeck, 1992)	> .90 (Peter M Bentler & Bonett, 1980)	$\geq .95$ (Peter M Bentler, 1990)

3. Structural Equation Modeling (SEM)

SEM adalah perpanjangan dari CFA dimana hubungan teori spesifik antara faktor laten yang diuji. Teknik SEM menggunakan perangkat lunak AMOS digunakan untuk mengevaluasi kecocokan pengukuran dan komponen struktural dari model yang diteliti. Model tersebut mewakili bagaimana berbagai aspek dari suatu fenomena dianggap terhubung secara kausal satu sama lain. Model mengandung hubungan sebab akibat yang dipostulasikan antara beberapa variabel laten. Koneksi sebab akibat tambahan menghubungkan variabel laten tersebut dengan variabel observasi yang nilainya muncul dalam kumpulan data. Struktur sebab akibat menyiratkan bahwa pola tertentu harus muncul di antara nilai-nilai variabel yang diamati. Hal ini memungkinkan untuk menggunakan hubungan antara nilai-nilai variabel yang diamati untuk memperkirakan besarnya dampak yang dipostulasikan, dan untuk menguji apakah data yang diamati konsisten dengan persyaratan struktur sebab akibat yang dihipotesiskan (Pearl, 2009).

Koefisien jalur standar (*standardized path coefficient*) (β) dan nilai t diperoleh dengan menggunakan model SEM, yang digunakan untuk menguji hipotesis. Menurut Berger & Sellke (1987), jika nilai $t > 1,96$, secara statistik signifikan pada nilai $P < 0,05$. Jika nilai $t > 2,58$, maka secara statistik signifikan pada nilai $P < 0,01$. Jika nilai $t > 3,29$, maka secara statistik signifikan pada nilai $P < 0,001$. Tabel 3.7., menampilkan rekomendasi SEM model fit.

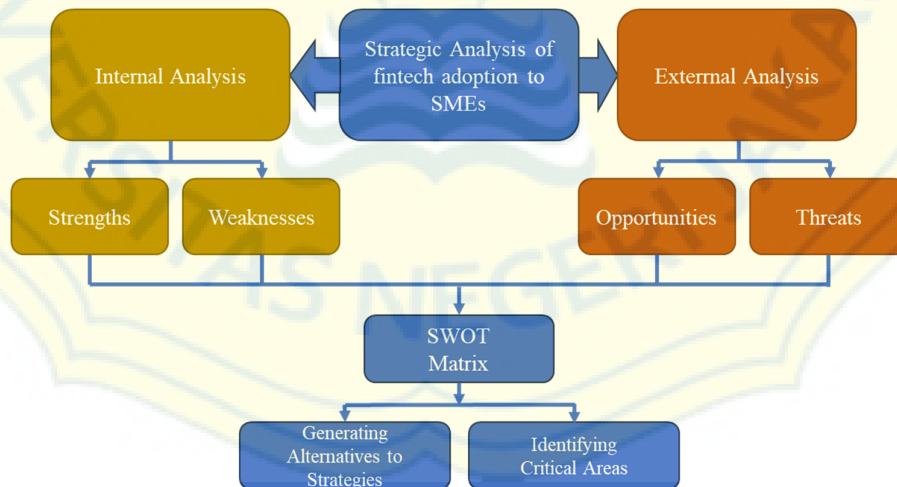
Table 3.7. SEM Model Fit

	CMIN	P	CMIN/DF	SRMR	RMSEA	TLI	CFI
Recommended model fit	Small	> .05	≤ 2 (Byrne, 1998)	≤ .08 (L. Hu & Bentler, 1999)	≤ .08 (Browne & Cudeck, 1992)	> .90 (Peter M Bentler & Bonett, 1980)	≥ .95 (Peter M Bentler, 1990)

3.7.2. Analisis Data Sekunder

Data sekunder dikumpulkan dengan metode meta-sintesis dengan kerangka kerja *systematic review*, kemudian dilakukan pemetaan kuadaran dari analisis *SWOT*. Analisis *SWOT* memiliki faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal untuk membuat strategi dalam mencapai tujuan strategis adopsi *fintech P2P lending* di UKM. Faktor lingkungan internal mengacu pada faktor-faktor yang berada dalam kendali bisnis, sedangkan faktor lingkungan eksternal adalah faktor-faktor di luar kendali bisnis (Bull et al., 2016)(M. E. David et al., 2017).

Secara khusus, analisis *SWOT* ini membantu untuk mengidentifikasi dan memenuhi syarat tujuan strategis dengan membuat penilaian tentang posisi perusahaan atau industri saat ini secara internal, sehubungan dengan perkembangannya dan, secara eksternal, sehubungan dengan pasar dan persaingannya.



Gambar 3.11. Tahapan analisis SWOT. Sumber: diolah untuk disertasi.

Tahapan dalam proses analisis *SWOT* direpresentasikan pada Gambar 3.11., yang terdiri dari beberapa langkah, yaitu:

1. Menentukan tujuan

Membuat matriks *SWOT* dengan tujuan menentukan strategi adopsi *fintech* pada UKM.

2. Mendefinisikan ancaman (*threats*)
 - Bagaimana pandangan pasar?
 - Adakah kelemahan yang bisa menjadi ancaman bagi industri *fintech*?
 - Apakah standar kualitas produk berubah?
 - Kendala apa yang dihadapi?
 - Bagaimana regulasi pemerintah mempengaruhi adopsi *fintech*?

Ancaman merupakan faktor yang menimbulkan risiko bagi perusahaan atau industri *fintech*. Hal ini bersifat eksternal, sehingga sulit untuk mengendalikannya, namun dapat mengembangkan rencana strategis untuk menghadapinya.

3. Menentukan peluang (*opportunities*) saat ini
 - Apa tren pasar yang menguntungkan?
 - Perubahan teknologi apa yang memnuhi peluang?
 - Apakah ada kekuatan (*strengths*) yang bisa dimanfaatkan?

Seperti halnya ancaman, disini tidak mempunyai kendali langsung atas peluang, namun dapat dibuat rencana strategis untuk memanfaatkannya.

4. Mengidentifikasi kekuatan (*strengths*)
 - Apa yang menjadi kelebihan?
 - Apa saja faktor yang membuat layak menerima peluang ini?
 - Apa proposisi nilai?
 - Kekuatan apa yang pasar lihat dalam *fintech*?

Kekuatan adalah aspek positif yang bersifat internal dalam bisnis dan oleh karena itu terkendali. Biasanya ketika memikirkan kekuatan adalah memikirkan apa yang dikuasai, tapi bisa melangkah lebih jauh dengan bertanya kepada pelanggan dan pasar apa pendapat mereka tentang *fintech*. Jika *fintech* telah melakukan sesuatu dengan benar, beberapa jawabannya akan menjadi kekuatan. Kekuatan juga bisa muncul pada tingkat proses. Mungkin memiliki tim penjualan yang hebat atau layanan purna jual yang sangat baik.

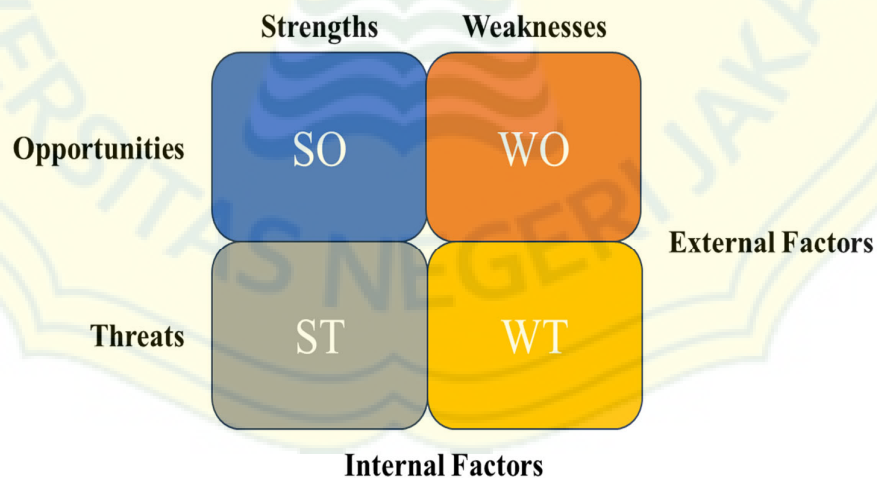
5. Mendeteksi kelemahan (*weaknesses*)
 - Di mana bisa meningkatkannya?

- Apa yang harus dihentikan?
- Aspek negatif apa yang disebutkan oleh pasar dan pelanggan?
- Mengapa kehilangan penjualan?
- Di mana kekurangan lebih banyak pengalaman?

Aspek-aspek yang meskipun terkendali atau dapat dikendalikan, tetap merugikan dalam kaitannya dengan persaingan dan terhadap pencapaian tujuan. Kurangnya pengalaman dalam pengembangan produk dan pemesanan, pemborosan proses, dan kualitas produk yang buruk adalah contoh kelemahannya.

6. Mendefinisikan strategi

Berdasarkan gabungan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, analisis *SWOT* dapat digunakan secara efektif untuk menghasilkan pilihan alternatif strategi suatu bisnis (Benzaghta et al., 2021) (K. Wang, 2007). Teknik-teknik tersebut dapat memperjelas bagaimana kekuatan dan kelemahan dapat dicocokkan dengan peluang dan ancaman. Berdasarkan faktor lingkungan eksternal dan lingkungan internal, dapat dikembangkan empat strategi dalam Matriks *SWOT*, yaitu *SO (Strengths – Opportunities)*, *ST (Strengths – Threats)*, *WO (Weaknesses – Opportunities)*, dan *WT (Weaknesses – Threats)* (F. R. David et al., 2019), ditampilkan pada Gambar 3.12.



Gambar 3.12. Matriks *SWOT*

Matriks *SWOT* dapat diringkas sebagai berikut:

6.1. Strategi SO

- Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.
- Pendekatan sukses.

6.2. Strategi ST

- Menggunakan kekuatan untuk memitigasi ancaman.
- Pendekatan reaksi.

6.3. Strategi WO

- Memanfaatkan peluang untuk memperbaiki kelemahan.
- Pendekatan adaptasi.

6.4. Strategi WT

- Bertahan meski ancaman terlihat.
- Pendekatan survival.

Menurut Kenton (2021), berdasarkan fakta dan data-driven perspektif kekuatan dan kelemahan sehingga analisis *SWOT* dapat memberikan gambaran kinerja serta menunjukkan potensi dan risiko perusahaan atau industri. Dilanjutkan dengan penggunaan Matriks *SWOT* untuk usulan strategi yang dapat diterapkan di industri *fintech P2P lending*.