

ABSTRAK

Di negara Indonesia hanya ada 1% dari 57 juta usaha mikro yang bisa berkembang menjadi UMKM. Alasannya adalah keterbatasan akses kepada kredit dan pendanaan untuk pemilik usaha mikro di Indonesia. Namun, lembaga konsultan Oliver Wyman dalam laporannya menyebutkan bahwa terdapat banyak dana menganggur milik orang-orang kaya Indonesia yang selama ini hanya dibekukan dalam bentuk deposito dan instrumen investasi lain. Lahirnya *Peer to Peer Lending* di Indonesia diharapkan dapat menjembatani dua kondisi ini supaya menjadi sebuah *win-win situation*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Self-efficacy*, *Affect*, *Reputation*, *Trust* dan *Anxiety* terhadap *Behavioral Intention* individu pada masyarakat Ibu Kota DKI Jakarta dalam menggunakan layanan keuangan digital *Peer to Peer Lending*. Penelitian ini dilakukan menggunakan media kuesioner metode *Purposive Random Sampling* dengan jumlah responden 404. Penelitian ini menggunakan dua kerangka teori untuk melihat fenomena ketertarikan dalam menggunakan layanan keuangan *peer to peer lending*, yaitu *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Social Cognitive Theory* (SCT). Hasil dari penelitian ini adalah variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Self-efficacy*, *Affect* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat *Behavioral Intention*.

Kata Kunci: *Peer to Peer Lending*, UTAUT, SCT, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Self-efficacy*, *Affect*, *Reputation*, *Trust*, *Anxiety*.