

---

# Pengaruh model bisnis *canvassing* terhadap risiko pada industri *fintech* P2P lending Indonesia

JBB  
11, 2

Mohammad Fahmi Arkanuddin\*, Bernardus Yulianto Nugroho,  
Chandra Wijaya

Universitas Indonesia, Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia

287

## ABSTRACT

This quantitative study aims to analyze the significant effect of the application of the *canvassing* business model on risk. The data were analysed using structural equation modeling (SEM) on 100 respondents through the distribution of questionnaires. In addition, interviews were also conducted with several P2P lending *fintech* stakeholders to obtain an in-depth analysis of the problem. The result showed that the *canvassing* business model variable has a significant effect on risk with an estimate of 0.871. The P2P lending *fintech* industry has an inherent risk, namely credit risk and there are 7 (seven) components of the *canvassing* business model (CBM) that have a correlation to credit risk and the risk of the COVID-19 pandemic. Credit risk due to NPL caused by unbanked and underserved can be mitigated by implementing the CBM components and the customer segments. The application of customer segments and keys of partnership can mitigate fraudster. Over debt can be mitigated by the application of a key of partnership. Meanwhile, the risk of pandemic-covid 19 is one type of risk that is added for research in addition to 8 (eight) types of risk, which can be mitigated by implement-ing one component or element of CBM. CBM is a channel, by utilizing e-channels, through the use and use of mobile applications.

Received 15 Desember 2021

Revised 1 Maret 2022

Accepted 21 April 2022

## JEL Classification:

D81, G32, L21

## DOI:

10.14414/jbb.v11i2.2845

## ABSTRAK

Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh signifikan penerapan model bisnis *canvassing* terhadap risiko. Analisis data dilakukan menggunakan structural equation modeling (SEM) pada 100 responden melalui penyebaran kuisioner. Selain itu, dilakukan interview kepada beberapa stakeholder *fintech* P2P lending untuk memperoleh pendalaman analisis masalah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bisnis model *canvassing* memiliki pengaruh signifikan terhadap risiko dengan estimasi 0.871. Industri *fintech* P2P lending mempunyai inherent risk yaitu risiko kredit serta ada 7 (tujuh) komponen bisnis model *canvassing* memiliki korelasi terhadap risiko kredit dan risiko pandemik-COVID-19. Risiko kredit, karena NPL yang disebabkan oleh unbanked dan underserved, dapat dimitigasi dengan penerapan komponen bisnis model *canvassing*, dan customer segment. Fraudster, dapat dimitigasi oleh penerapan customer segment dan key of partnership. Over debt, dapat dimitigasi oleh penerapan key of partnership, sementara itu risiko pandemik-COVID- 19, merupakan salah satu jenis risiko yang ditambahkan untuk diteliti selain 8 (delapan) jenis risiko, di mana dapat dimitigasi dengan penerapan salah satu komponen atau elemen bisnis model *canvassing* yaitu channel, dengan memanfaatkan e-channel, melalui pe-manfaatan dan penggunaan aplikasi mobile.

## Keywords:

*Fintech, Fintech P2P lending, Canvassing business model, Risk and SEM.*

Journal of  
Business and Banking

ISSN 2088-7841

Volume 11 Number 2  
November 2021 - April  
2022

pp. 287-306

© STIE Perbanas Press  
2020

## 1. PENDAHULUAN

Model *fintech* di Indonesia dibagi menjadi 5 (lima) jenis model (Garvey, et.al.,2017), yaitu: (i) jenis model *payment fintech* atau *fintech* pembayaran, di mana *fintech* pembayaran dibagi 2 (dua) kategori, yaitu: (a) perusahaan *payment* dan (b) *mobile payment*; (ii) jenis model *lending fintech* atau dikenal

sebagai perusahaan *fintech P2P lending* atau *fintech* peminjaman; (iii) Jenis model *crowdfunding fintech* atau *fintech* pembiayaan gotong-royong, terbagi atas 5 (lima) macam, yaitu: (a) *equity based crowdfunding*; (b) *donation based crowdfunding*; (c) *reward based crowdfunding*; (d) *revenue sharing / profit sharing crowdfunding* dan terakhir (e) *debentures (debt based securities)* atau *debt crowdfunding*; (iv) jenis model *personal financial planning fintech* atau *fintech* perencanaan keuangan individu; (v) jenis model *retail investment fintech* atau *fintech* investasi *retail*.

Jenis model *payment fintech* atau *fintech* pembayaran dengan dasar pelaksanaan adalah PBI No.19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial. Sesuai dengan data BI per Mei 2019, ada sekitar 58 perusahaan *payment fintech* yang terdaftar di BI. Beberapa contoh nama *brand* pembayaran dari perusahaan *fintech payment* yang telah terdaftar di BI, antara lain: Cashlez, Saldomu, iPaymu, OttoPay, OttoCash, Celengan. ID, Cermati.com, CekAja.com, OnePay, Cash Cash Pro dan So Cash. *Mobile Payment (e-Wallet)*, contohnya, antara lain: LinkAja, Go Mobile By CIMB, Jenius, Sakuku, TCash (Telkomsel), Dompetku (Indosat Ooredoo), Uangku (SmartFren), XL Tunai. *Start-up payment*: Go-Pay, OVO, Dana, Doku, PayPro, PayAccess, dan lainnya.

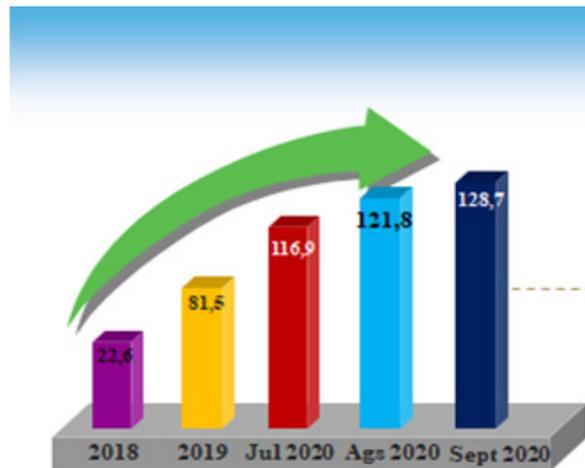
Jenis model *lending fintech* atau *fintech* peminjaman (*Peer-to-Peer* atau *P2P*) dengan dasar pelaksanaannya adalah POJK No. 77/POJK.01/2016 tentang layanan pinjam-meminjam uang berbasis teknologi informasi. *Lending fintech* dibagi 4 (empat) macam, antara lain (i) *fintech P2P for business lending*; (ii) *fintech P2P for consumer lending*; (iii) *fintech P2P for real estate lending*; (iv) *fintech balance sheet consumer lending*. Perusahaan *fintech P2P lending*, ada 161 *fintech P2P lending* (OJK, 2020, Maret). Jenis model *crowdfunding fintech*, *personal financial planning fintech* dan terakhir *retail investment fintech*, tidak dibahas detail, karena belum *popular* daripada *payment fintech* dan *lending fintech*. Fokus penelitian ini pada *lending fintech* atau *fintech P2P lending* dan risiko (risiko kredit) serta risiko *pandemic-COVID-19*.

Perkembangan jumlah perusahaan *fintech P2P lending* Indonesia (OJK, 2020, Maret) yang sudah terdaftar dan berizin, yaitu dengan perincian sebagai berikut; (i) 136 Perusahaan berstatus terdaftar; (ii) 25 Perusahaan berstatus berizin, yang terbagi 149 *fintech P2P lending* konvensional dan 12 *fintech P2P lending* syariah. Adapun sebaran penyelenggara *fintech P2P lending* sebagian besar ada di Jabodetabek (Jakarta-Bogor-Depok-Tangerang-Bekasi), ada 151 perusahaan, Surabaya ada 4 perusahaan, Bandung ada 1 perusahaan, Yogyakarta ada 1 perusahaan, Makasar ada sekitar 1 perusahaan, Lampung 1 perusahaan dan Bali (Badung) ada sekitar 1 perusahaan.

**Tabel 1**  
**Pertumbuhan Akumulasi Penyaluran Fintech P2P Lending**

No	Keterangan	Des. 2018	Des. 2019	Jul. 2020	Ags. 2020	Sept. 2020
1.	Akumulasi Penyaluran Pinjaman	22,6 T	81,5 T	116,9 T	121,8 T	128,7 T

Sumber: (OJK, 2020, September)



Gambar 1.1.  
Pertumbuhan Akumulasi Penyaluran Pinjaman Fintech P2P Lending

### Gambar 1

#### Pertumbuhan Akumulasi Penyaluran Fintech P2P Lending

Sumber: (OJK, 2020, September)

Pertumbuhan bisnis industri *fintech P2P lending* sangat signifikan (Hsueh & Kuo, 2017; Ge dkk., 2017). Pertumbuhan tersebut dapat dilihat pada frekuensi penyaluran pinjaman, yang diikuti dengan kenaikan tingkat wanprestasi pinjaman (TWP) atau *non-performing loan* (NPL).

Perkembangan *fintech* Indonesia, terutama jenis model *fintech peer-to-peer lending*, sangat signifikan dalam 3 (tiga) tahun terakhir. Model ini, kemudian, disebut sebagai *fintech P2P lending* (Hsueh & Kuo, 2017; Ge dkk., 2017) atau dikenal juga sebagai pinjaman *online*. Pertumbuhan akumulasi penyaluran *fintech P2P lending* Indonesia, dapat dilihat pada presentasi tabel 1 dan gambar 1. Di dalamnya terlihat adanya pertumbuhan akumulasi penyaluran *fintech P2P lending* di Indonesia. Pertumbuhan tersebut adalah: Posisi 31 Desember 2018 (Rp 22, 6 T). Posisi 31 Desember 2019 (Rp 81, 5 T) atau tumbuh 260, 62% dibandingkan 31 Desember 2018. Posisi 31 Juli 2020 (Rp 116, 9 T) atau tumbuh 43, 43% dibandingkan 31 Desember 2019. Posisi 31 Agustus 2020 (Rp 121, 8 T) atau tumbuh 4,19% dibandingkan 31 Juli 2020. 30 Sept. 2020 (Rp 128, 7 T) atau tumbuh 5, 66% dibandingkan 31 Agustus 2020. Penyaluran pinjaman *fintech P2P lending* mengalami peningkatan konsisten.

Pertumbuhan akumulasi penyaluran pinjaman sangat signifikan dalam 3 (tiga) tahun terakhir tersebut. Hal ini dapat mendorong munculnya risiko kredit (Saunders & Cornett, 2007; Grier, 2007), yang ditandai dengan kenaikan tingkat wanprestasi pinjaman (TWP) atau *non-performing loan* (NPL), yang disebut *bank's failure* (Grier, 2007), dapat dilihat pada presentasi tabel 2., bahwa posisi tingkat wanprestasi pinjaman (TWP) per 31 Desember 2018 sebesar 1,45%. Adapun posisi 31 Desember 2019 menjadi sebesar 3, 65% atau naik 151, 72% dibandingkan 31 Desember 2018. Posisi 31 Juli 2020 menjadi sebesar 7, 99% atau naik 118.9% dibandingkan 31 Desember 2019. Posisi 31 Agustus 2020 sebesar 8, 88% atau naik 11, 1% dibandingkan 31 Juli 2020. Posisi 30 September 2020 sebesar 8, 27%.

**Tabel 2**  
**Pertumbuhan TWP Fintech P2P Lending**

No	Keterangan	Des. 2018	Des. 2019	Jul. 2020	Ag. 2020	Sept. 2020
1.	Tingkat Wanpres- tasi Pinjaman (WTP)	1,45%	3,65%	7,99%	8,88%	8,27%

Sumber: (OJK, 2020, September)

**Tabel 3**  
**Kategori Usia Lender dan Borrower**

Jumlah Rekening Akumulasi Lender	< 19 Thn	8.387	Jumlah Rekening Akumulasi Borrower	< 19 Thn	186.014
640.233	19-35 Thn	446.306	24.147.567	19-35 Thn	16.927.207
	35-54 Thn	169.918		35-54 Thn	6.713.387
	> 54 Thn	15.622		> 54 Thn	330.959

Sumber: OJK (31 Maret 2020)

Jumlah akumulasi rekening *fintech P2P lending* (OJK, 2020 Maret) yaitu jumlah rekening akumulasi *lender (investor)* mengalami kenaikan berturut-turut. Per 31 Desember 2018 sebesar 207.507 rekening menjadi sebesar 605.935 rekening atau naik sebesar 192% pada 31 Desember 2019 dan terakhir per 31 Maret 2020, meningkat menjadi sebesar 640.233 rekening atau naik sebesar 5.66% dibandingkan 31 Desember 2019.

Berdasarkan catatan OJK (2020), jumlah rekening akumulasi *borrower* juga mengalami kenaikan signifikan dari 4.359.448 rekening per 31 Desember 2018 menjadi 18.569.123 rekening atau naik sebesar 325.95% per 31 Desember 2019. Kemudian, per 31 Maret 2020 yaitu 24.147.567 rekening atau naik sebesar 30.04% dibandingkan posisi 31 Desember 2019. Kenaikan signifikan jumlah rekening *borrower* menandakan bahwa bisnis industri *fintech P2P lending* (Hsueh & Kuo, 2017; Ge dkk., 2017), sangat prospektif di masa mendatang. Kategori usia baik *lender* atau *borrower* (OJK, 2020 Maret) dapat dilihat pada presentasi Tabel 3. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa usia pengguna baik *lender* maupun *borrower* sangat bervariasi dan masing-masing kelompok usia memiliki kelebihan masing-masing. Misalnya, kelompok usia 19 – 35 dan > 35 – 54 tahun sangat mendominasi pertumbuhan industri *fintech P2P lending* dan jumlah penduduk kelompok usia tersebut sangat besar dan potensial di masa mendatang.

Ada 2 (dua) faktor utama AFPI (2019), yang mendukung perkembangan signifikan *fintech* Indonesia, yaitu: (i) Pertumbuhan pengguna *internet* (Turban dkk., 2005) dan pengguna *smartphone* (Williams & Sawyer, 2010); (ii) Masih rendahnya tingkat penetrasi layanan lembaga perbankan dan institusi keuangan *non-bank* atau IKNB. APJII (2016-2019) menyatakan bahwa pertumbuhan pengguna *internet* pada tahun 2019, ada sekitar 196,71 juta jiwa pengguna *internet* atau sekitar 73.34% dari total populasi Indonesia 2019, sebesar 268.2 juta jiwa. Jumlah pengguna *internet* Indonesia, 2016-2019, seperti pada Tabel 4, dapat dijelaskan bahwa jumlah pengguna *internet* selalu meningkat setiap tahun, hal ini

menandakan bahwa sangat propsektif pertumbuhan *internet* (Turban dkk., 2005).

Jumlah pengguna *internet* pada 2017 sebanyak 143,26 juta jiwa atau naik sebesar 7.96% dibandingkan pada 2016 sebanyak 132.70 juta jiwa dan pada 2018 sebanyak 171.17 juta jiwa atau naik sebesar 19.48%. Kemudian, jika dibandingkan pada 2017 dan terakhir pada 2019, pengguna *internet* sebanyak 196.71 juta jiwa atau naik sebesar 14.92% dibandingkan pada 2018.

Rata-rata kenaikan jumlah pengguna setiap tahun dalam rentang periode 2016-2019 sebesar 14.12%, suatu jumlah yang besar dari sisi peluang bisnis. Pertumbuhan pengguna *internet* (Turban dkk., 2005), selama periode 2016-2019 terse-but, berpengaruh terhadap pertumbuhan pengguna *smartphone* (Williams & Sawyer, 2010) dan *social media* (Rehmoood & Khan, 2011). Pengguna ketiga *digital media* (Berger dkk., 2010), setiap tahun selalu meningkat dan prospektif di masa mendatang, sebaran pengguna *smartphone*, *internet* dan *social media* di Indonesia dalam 3 (tiga) tahun terakhir mengalami kenaikan signifikan.

Perkembangan industri *lending fintech* atau *fintech P2P lending* (Hsueh & Kuo, 2017; Ge dkk., 2017), mengingat perkembangan yang sangat pesat dalam 3 (tiga) tahun terakhir baik dari sisi akumulasi penyaluran pinjaman, tingkat wanprestasi pinjaman atau dikenal TWP atau NPL (Grier,2007), dan jumlah rekening *borrower* dan *lender*. Perkembangan tersebut memberikan banyak manfaat, peluang, tantangan dan kendala dari *fintech P2P lending* (Hsueh & Kuo, 2017), yang menarik untuk diteliti.

Permasalahan faktual yang dihadapi Industri *fintech P2P lending* (Hsueh & Kuo, 2017; Ge dkk., 2017), saat ini adalah risiko, khususnya risiko kredit (Saunders & Cornett, 2007; Grier, 2007), mengingat fenomena risiko kredit naik, seiring dengan pertumbuhan akumulasi penyaluran pinjaman. Peningkatan risiko kredit karena TWP atau NPL (Grier, 2007). Kenaikan ini disebabkan oleh 6 (enam) penyebab (AFPI, 2020), antara lain: (i) Segmentasi nasabah *fintech P2P lending* adalah berisiko

**Tabel 4**  
**Jumlah Pengguna Internet Indonesia (2016-2019)**

No	Jenis Layanan <i>Internet</i>	Jumlah Pengguna <i>Internet</i>			
		2016	2017	2018	2019
1	Internet Mobile	93,80 Juta			
2	Rumah Tangga (Rumah)	17,80 Juta			
3	Perkantoran	14,90 Juta			
4	Universitas	2,90 Juta			
5	Warnet	2,10 Juta			
6	Cafe dan restoran	1,20 Juta			
	Pengguna Internet	132,70 Jt	143,26 Jt	171,17 Jt	196,71 Jt

Sumber: Hasil survei 2016 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Inter-net Indonesia (APJII). Tahun 2017 dan 2018 sumber data berasal dari Buletin APJII, Edisi 40 - Mei 2019. Data Tahun 2019 bersumber Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2).

tinggi, yakni segmen *unbanked* dan *underserved*, dengan basis analisis pinjaman berbasis IT tentu sangat berbeda dengan lembaga keuangan konvensional, karena bisnisnya berisiko tinggi; (ii) *Fraudster* (identitas aspal atau identitas orang lain) jumlahnya meningkat sebagai peminjam; (iii) *Over debt* atau melewati batas pinjaman karena meminjam ke banyak penyelenggara *fintech lending*; (iv) Perusahaan *fintech P2P lending* yang terdaftar meningkat, sehingga masih mengalami pembelajaran pada *platform* mereka; (v) Penetrasi penyaluran pinjaman ke daerah-daerah yang baru meningkat signifikan; (vi) Literasi keuangan masih belum merata dan rendah di daerah-daerah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh signifikansi model bisnis *canvasing* terhadap risiko dan menganalisis mitigasi risiko kredit (Saunders & Cornett, 2007; Grier, 2007), karena TWP atau NPL (Grier, 2007). Pengaruhnya disebabkan 6 suatu faktor (AFPI,2020), dengan menerapkan komponen atau elemen bisnis model *canvasing* (Osterwalder & Pigneur, 2017). Dalam hal ini, peneliti berkeyakinan, bahwa komponen tersebut mempunyai korelasi terhadap risiko kredit, sehingga di antara komponen yang ada, dapat digunakan untuk memitigasi risiko kredit.

Ada beberapa penelitian terdahulu terkait mitigasi risiko dengan model bisnis kanvas (Manurung, 2019). Namun, penelitian ini bersifat umum tanpa menyebutkan secara spesifik sektor ekonomi atau industri yang diteliti. Intinya, penelitian ini hanya menganalisis adanya hubungan variabel model bisnis *canvasing* terhadap risiko.

*Novelty* penelitian terletak pada jenis industri yang diteliti, yaitu industri *fintech P2P lending* serta alat analisis yang digunakan yaitu *structural equation modeling* atau SEM. Selain itu, ada tambahan 1 (satu) jenis risiko yang diteliti di luar 8 (delapan) jenis risiko yang ada, yaitu risiko pandemik-covid 19. *Novelty* lain adalah peneliti saat ini menganalisis mitigasi terhadap 6 (enam) penyebab NPL (AFPI, 2020) pada industri *fintech P2P lending* Indonesia dengan penerapan komponen atau elemen bisnis model *canvasing*.

## **2. RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS**

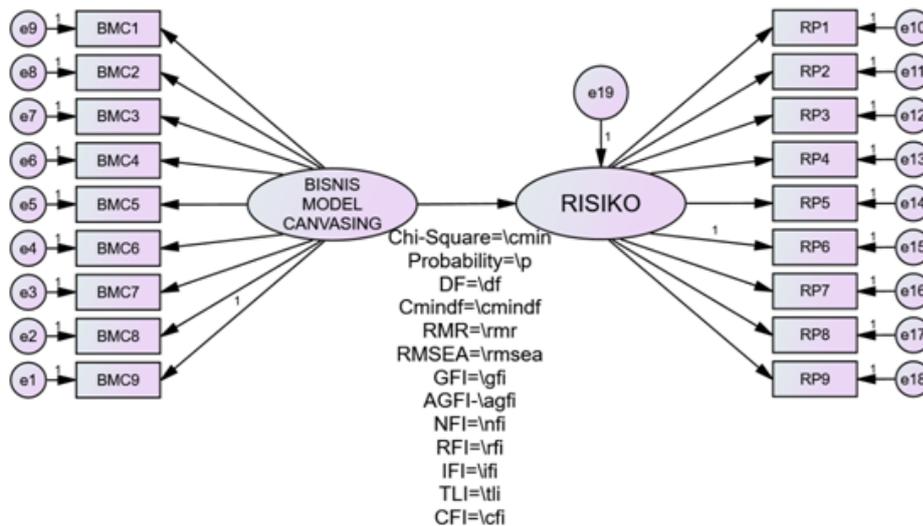
Strauss & Corbin (1998), menyatakan bahwa rerangka konseptual merupakan suatu gambaran hubungan atau keterkaitan antara konsep yang dipilih atau variabel yang diamati melalui penelitian yang dilakukan. Pendapat lain berasal dari Creswell (2009), menerangkan makna rerangka konseptual, yaitu suatu hubungan secara teoritis antara variabel independen dengan variabel dependen yang diamati atau diteliti. Smith & Liehr (1999), mendefinisikan rerangka teoritik adalah suatu empiris atau kuasi teori empirik dari proses sosial dan/atau proses psikologis merupakan ragam tingkat yang dapat diaplikasikan dalam memahami fenomena

Rerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan dan dilihat pada presentasi gambar 2 bahwa hubungan kedua variabel (bisnis model *canvasing* dan risiko), yang pernah diteliti oleh (Manurung, 2019). Penelitian sebelumnya tidak spesifik menganalisis industry atau sektor bisnis yang dianalisis. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, terletak pada adanya industri atau sektor bisnis yang dianalisis serta alat analisis yang digunakan yaitu SEM. Pada dasarnya, penelitian ini untuk

mengkonfirmasi model dari penelitian sebelumnya serta menganalisis secara mendalam faktor analisis dari masing-masing variabel yang diteliti dan korelasi dari masing-masing faktor analisis yang ada.

Menurut Saunders & Cornett (2007) dan Grier (2007), menyatakan bahwa besarnya potensi risiko *inherent* pada semua portfolio atau eksposur suatu perusahaan. Risiko merupakan jenis risiko *inherent* yang akan dihadapi oleh lembaga keuangan dan perbankan. Ada 8 jenis risiko, yaitu risiko kredit, risiko operasional, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko kepatuhan, risiko reputasi, risiko hukum, dan risiko strategik dan ditambah 1 (satu) jenis risiko oleh peneliti, yaitu risiko pandemik-COVID 19.

Definisi masing-masing jenis risiko menurut Imerman & Fabozzi (2020); Giudici (2018); Saunders & Cornett (2007); Grier (2007) yaitu, sebagai berikut: (i) Risiko kredit adalah risiko yang dijanjikan dari arus kas pinjaman dan surat berharga yang diperoleh lembaga keuangan yang tidak dibayar seluruhnya; (ii) Risiko operasional adalah risiko yang meliputi risiko teknologi, *audit*, serta *monitoring* dan pendukung lainnya disebabkan oleh tidak berfungsinya suatu proses *internal* yang dapat berpengaruh terhadap operasional lembaga keuangan; (iii) Risiko pasar adalah risiko yang ditimbulkan dari asset dan kewajiban yang ada pada posisi neraca dan rekening administratif pada suatu lembaga keuangan yang disebabkan adanya perubahan suku bunga, kurs valuta asing, dan perubahan harga lainnya; (iv) Risiko likuiditas didefinisikan sebagai suatu risiko yang diakibatkan karena ketidakmampuan lembaga keuangan dalam memenuhi kewajiban jatuh tempo yang disebabkan oleh sumber pendanaan arus kas dan/atau dari likuidasi asset yang rendah dibandingkan harga pasar; (v) Risiko kepatuhan adalah risiko ini terjadi karena tidak mematuhi aturan dan ketentuan yang dipersyaratkan oleh otoritas maupun regulator, sehingga dapat diberikan sanksi dalam bentuk denda atau sanksi lainnya, karena ketidaktaatan ini; (vi) Risiko reputasi merupakan suatu risiko yang diakibatkan adanya informasi



Gambar 2  
Hubungan Antar Variabel

Sumber: Manurung, Adler Haymans (2017)

media mengenai perusahaan yang kurang kondusif, dan adanya strategi komunikasi kurang efektif; (vii) Risiko legal merupakan suatu pembahasan utama *fintech*, yang dapat disebabkan oleh kelemahan perikatan, contohnya tidak dipenuhinya syarat sahnya kontrak dan/atau pengikatan jaminan tidak sempurna; (viii) Risiko strategik merupakan risiko yang diakibatkan tidak akuratnya dalam pengambilan keputusan strategis; (ix) Risiko pandemik adalah risiko yang diakibatkan oleh terjadinya suatu wabah penyakit yang dapat menimbulkan banyak korban, terjadi secara serempak di berbagai negara serta berpengaruh terhadap aktivitas perekonomian yang berpotensi mengganggu pencapaian pertumbuhan ekonomi dan bisnis.

Bisnis model *canvassing* menurut Osterwalder & Pigneur (2017), adalah suatu *framework* sederhana yang mudah dimengerti untuk menggambarkan bisnis model dalam bentuk *canvas*. Adapun menurut Osterwalder & Pigneur (2017), bisnis model *canvassing* itu terdiri atas 9 komponen atau elemen, yaitu: (i) *key of partnership*, suatu kemitraan utama dalam jaringan pemasok dan mitra yang membuat bisnis model dapat bekerja, ada 4 (empat) jenis kemitraan, yaitu: (i.1.) aliansi strategis antara non pesaing, (i.2) *competition*, yaitu kemitraan strategis antar pesaing; (i.3) usaha patungan untuk mengembangkan bisnis baru, (i.4.) hubungan pembeli-pemasok untuk menjamin pasokan yang dapat diandalkan; (ii) *key activity*, merupakan hal-hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan agar bisnis model dapat bekerja; (iii) *key resources*, adalah *asset-asset* yang diperlukan agar sebuah bisnis model dapat berfungsi; (iv) *value proposition*, menjelaskan tentang gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk segmen pelanggan spesifik; (v) *Customer relationship*, adalah suatu hubungan yang dibangun perusahaan bersama segmen pelanggan yang spesifik; (vi) *channel*, merupakan saluran distribusi di mana sebuah perusahaan berkomunikasi dengan segmen pelanggan dan menjangkau mereka untuk memberikan proposisi nilai. (vii) *customer segment*, segmen pelanggan menggambarkan sekelompok orang atau organisasi berbeda yang ingin dijangkau atau dilayani oleh perusahaan; (viii) *cost structure*, adalah struktur biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan bisnis model; (ix) *revenue stream*, merupakan arus pendapatan yang menjelaskan arus kas yang dihasilkan perusahaan dari masing-masing segmen pelanggan.

*Fintech P2P lending* adalah suatu model bisnis berbasis *internet*, yang memenuhi kebutuhan pinjaman antar perantara keuangan (Hsueh & Kuo, 2017; Ge dkk., 2017). *Platform* ini ditujukan untuk perusahaan menengah dan kecil di mana menurut mereka persyaratan pinjaman bank terlalu tinggi (Blanchard, 2015). *Fintech P2P lending* adalah sebuah proses menjalankan peminjaman uang antara 2 (dua) *peer* atau individual yang tidak berhubungan secara langsung tetapi melalui *platform* tanpa melalui lembaga intermediasi (Hsueh & Kuo, 2017; Ge dkk., 2017).

SEM (*structural equation modeling*) telah didefinisikan oleh Kirby & Bolen (2009), yaitu suatu teknik analisis *multivariate* generasi kedua dalam menggabungkan analisis faktor (*factor analysis*) dan jalur (*path analysis*) sehingga memungkinkan untuk mengestimasi secara simultan hubungan antara *multiple exogeneous* dan *endogeneous* dengan banyak indikator. Pendekatan *maximum likelihood* atau ML (Joreskog, 1967) mendefinisikan pendekatan dalam menguji hipotesis dan menyatakan bahwa ada

---

sejumlah faktor yang dapat menggambarkan interkorelasi antar variabel, dilakukan dengan cara meminimumkan fungsi *maximum likelihood* (ML), maka diperoleh *likelihood ratio chi-square test* untuk menguji hipotesis bahwa model yang diuji hipotesisnya adalah sesuai (*fit*) dengan data. Hipotesis yang dikembangkan, ada 2 (dua) hipotesis, yaitu; (i) Hipotesis Pertama.

H<sub>0</sub> Bisnis model *canvassing* (X) tidak memiliki pengaruh signifikansi terhadap risiko (Y).

H<sub>1</sub> Bisnis model *canvassing* (X) memiliki pengaruh signifikansi terhadap risiko (Y).

Hipotesis pertama, dijawab melalui penyebaran kuesioner dan alat analisis *structural equation modeling* atau SEM dan (ii) Hipotesis kedua, komponen bisnis model *canvassing* yang dapat digunakan untuk mitigasi risiko kredit, yang dikarenakan TWP dan Komponen apa saja dari BMC dapat digunakan untuk memitigasi risiko pandemik-COVID 19. Hipotesis 2, dijawab dengan *interview* dengan beberapa *stakeholder fintech P2P lending*.

### 3. METODE PENELITIAN

#### Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dengan teknik *non-probability sampling, purposive sampling* (Creswell, 2009). Penentuan jumlah sampelnya sebanyak 5-10 sampel per *parameter* atau indikator (Malhotra, 2007). Penelitian ini terdapat 2 (dua) konstruk dengan total 18 parameter atau indikator, berdasarkan ketentuan di atas maka jumlah minimum sampel yang akan diambil dalam penelitian ini  $5 \times 18 = 90$  responden, sementara sampel yang diambil dalam penelitian ini 100 responden (Malhotra, 2007), sehingga sudah memenuhi ketentuan. Instrumen penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada *end-user fintech P2P lending* serta *interview* terhadap *stakeholders fintech P2P lending* Indonesia.

#### Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel dimensi, yaitu indikator operasionalisasi variabel penelitian dapat dilihat pada presentasi Lampiran 1. Di dalamnya, dapat dijelaskan bahwa risiko itu ada 8 jenis, yaitu: risiko kredit, risiko operasional, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko kepatuhan, risiko reputasi, risiko hukum, risiko strategik dan 1 (satu) tambahan risiko yaitu risiko pandemik-covid 19. Sementara itu, komponen atau elemen bisnis model *canvassing* ada 9 (sembilan) komponen atau elemen, yaitu *key of partnership, key of activity key of resources, value Proposition, customer relation, channel, customer segment, cost structure* dan terakhir *revenue stream*

Kedua variabel tersebut, yaitu risiko sebagai variabel endogen, dengan 9 (sembilan) indikator dan bisnis modal *canvassing* atau BMC sebagai variabel eksogen, dengan 9 (sembilan) indikator juga. Antarvariabel akan dilakukan analisis pengaruh signifikansi dan antarindikator (*factor analysis*) atau *observed-variable* dianalisis juga hubungan atau korelasi satu sama lainnya.

### 4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti dapat meringkas teknik analisis data. Ini dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah analisis

SEM (Ghozali & Latan., 2012), yaitu: (i) uji kualitas data, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian (ii) uji CFA (*confirmatory factor analysis*) untuk model pengukuran (*measurement model*); (iii) hasil uji kecocokan model *variable* dan gabungan hasil uji CFA model *variable latent* (bila *Fit*), dapat digunakan untuk menyusun persamaan struktural lengkap (PSL) (iv) Uji GOF test (*Goodness of Fit Test*), yang terdiri dari: Df, *Chi-Square*, *Probability*, CMIN/df, RMR, RMSEA, GFI, AGFI, NFI, RFI, IFI, TLI dan CFI; (v) Model Struktur Persamaan *Full Model*, (vi) Uji Hipotesis

Penelitian ini dilanjutkan dengan analisis komponen bisnis model *canvasing* yang dapat digunakan untuk memitigasi risiko kredit, karena TWP yang disebabkan oleh keenam faktor penyebab. Penelitian ini menggunakan 100 (seratus) responden, sesuai ketentuan minimal analisis SEM. Adapun profil responden, yaitu: (i) jenis kelamin, yang terbagi responden pria sebanyak 54 orang responden atau 54% dan responden wanita sebanyak 46 orang responden atau 46%; (ii) kategori usia, < 19 thn (0%), > 19-34 Tahun sebanyak 29 orang (29%), usia 35-54 Tahun sebanyak 66 orang (66%) dan usia di atas 54 tahun sebanyak 5 orang atau 5%; (iii) kategori pekerjaan, terbagi atas kategori karyawan sebanyak 69 orang (69%), kategori pengusaha UMKM sebanyak 25 orang (25%), kategori profesional sebanyak 3 orang (3%) dan kategori lainnya sebanyak 3 orang (3%); (iv) kategori pendidikan, sebagai < D3-D3 sebanyak 8 orang (8%), S-1 sebanyak 81 orang (81%), S-2 sebanyak 10 orang (10%) dan S-2 sebanyak 1 orang (1%); (v) kategori tempat bekerja, bidang institusi perbankan sebanyak 46 orang (46%), bidang IKNB (institusi keuangan non bank) sebanyak 19 orang (19%), Perusahaan Swasta sebanyak 32 orang (32%) dan lembaga negara sebanyak 3 orang (3%)

Hasil uji normalitas bahwa nilai *c.r.* untuk *multivariate* adalah 3.458 yang berada sedikit di atas rentang  $\pm 2.58$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data belum berdistribusi normal secara *multivariate*. Nilai kurtosis *multivariate* antara 1 s.d. 10 menunjukkan ketidaknormalan yang moderat. Nilai *c.r.* Kurtosis 3.458 berada pada rentang 1 - 10.

Prosedur perlakuan pada data yang belum normal, peneliti melalui cara menggunakan teknik *bootstrapping* untuk menghitung nilai kritis kai kuadrat, nilai parameter dan kesalahan standar. Proses *boot-strapping* yang dilakukan menghasilkan nilai kritis sebesar 68.736, dibulatkan menjadi 70. Nilai Kai Kuadrat Tabel dengan  $df=70$ , dengan tingkat kepercayaan 0.95 bernilai 90.5312, jika dibandingkan dengan nilai kai-kuadrat model yang besarnya 68.736, dapat disimpulkan bahwa nilai kai-hitung yang diperoleh tidak dapat mengalahkan tabel. Kesimpulannya Tidak ada perbedaan yang signifikan antara model dengan data, dengan kata lain model penelitian fit.

Hasil uji *outlier* dapat ditemukan dengan nilai *Mahalanobis Distance*. Nilai Mahalanobis Distance atau  $\chi^2 (18; 0,001) = 42.312$ . Hal ini berarti semua kasus (*observation number*) yang memiliki nilai Mahalanobis *d-square* yang lebih besar dari 42,312 adalah *multivariate outliers*. Hasil *output* perhitungan *mahalanobis distance* oleh program Amos 23.00 di mana angka *Mahalanobis d-square* tertinggi 37.733 dan terendah 1.074, sehingga nilai  $37.733 < 42.312$ , sehingga tidak ada *data outliers*.

Hasil uji multikolinearitas dan singularitas, determinan matriks kovarians sampel oleh Program Amos 23.00 adalah sebagai berikut: *determinant of sample covariance matrix* = .000. Dari *output* hasil perhi-

tungan determinan matriks kovarians sampel dapat diketahui dari nilai *determinant of sample covariance matrix* sebesar 0,000 berada mendekati nol, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dan singularitas pada data penelitian ini, namun demikian masih dapat diterima karena persyaratan asumsi SEM yang lain terpenuhi. Hasil Uji *Determinant of sample covariance matrix*, *Condition number* = 116.088; *Eigenvalues* 7.213 .980 .510 .373 .333 .319 .279 .236 .227 .190 .164 .130 .125 .096 .090 .082 .077 .062. *Determinant of sample covariance matrix* = .000.

Hasil uji validitas dan reliabilitas memiliki *loading factor* di atas 0.5, di mana *loading factor* terendah adalah 0.667 ( $BMC_3$ ) dan *loading factor* tertinggi adalah 0.898 ( $RP_8$ ), semua indikator *valid*, karena memiliki *loading factor standard* > 0.5. *Loading factor* adalah nilai estimasi indikator terhadap konstraknya dan tidak ada nilai estimasi *loading factor* di bawah nilai *cut off value* < 0.5.

Pengujian *reliability* atau reliabilitas, dilakukan menggunakan formulasi *composite (construct) reliability* dan *variance extract cut off value* dari *construct reliability* adalah minimal 0.70 dan *cut off value variance extract* minimal 0.50, berdasarkan hasil perhitungan *construct reliability* konstruk eksogen bisnis model *canvassing* 90.97% dan Risiko 90.74%, maka semua hasil konstruk eksogen dan endogen adalah *reliable* (> 0.70) dan hasil perhitungan *variance extracted* model bisnis *canvassing* 53.09% dan risiko 52,28%, sehingga semua hasil konstruk eksogen dan endogen adalah *reliable* (> 0.50). *Discriminant validity*, dihitung dari nilai *variance extracted* (VE) setiap konstruk maka nilai akar kuadrat dari AVE, adapun hasilnya, yaitu: bisnis model *canvassing* =  $\sqrt{0.5309} = 0.7286$  dan Risiko =  $\sqrt{0.5228} = 0.7230$ .

Tahapan uji berikutnya, peneliti menguji uji *1st order* masing-masing konstruk eksogen (bisnis model *canvassing*) dan konstruk endogen (risiko), mengingat hanya dan 2 (dua) variabel, maka uji *2nd order*, juga dapat dikatakan uji *full model*, di mana dalam uji ini mencari *full model* yang *fit*, dengan menghubungkan konstruk eksogen terhadap konstruk endogen.

Hasil uji *full model* untuk memperoleh nilai estimasi *goodness of fit* indeks atau GOFI atau GFI. Hasil uji *full model* yang *fit model*, didapatkan beberapa hasil *parameter Goodness of Fit*, yaitu sebesar berikut: (i)  $Df > 0$ , hasil 64; (ii.)  $Chi-Square < a.df$ , hasil 67.549; (iii.)  $Probability > 0.05$ , hasil 0.357; (iv.)  $CMIN/DF < 2$ , hasil 1.055; (v)  $RMR < 0.05$ , hasil 0.029; (vi)  $RMSEA < 0.08$ , hasil 0.024; (vii)  $GFI > 0.90$ , hasil 0.910; ((viii.)  $NFI > 0.90$ , hasil 0.947; (ix)  $RFI > 0.90$ , hasil 0.924; (x)  $IFI > 0.90$ , hasil 0.997; (xi)  $TLI > 0.90$ , hasil 0.996; (xii)  $NNFI > 0.90$ , hasil 0.996; (xiii)  $CFI > 0.90$ , hasil 0.997. Berdasarkan hasil parameter *good-ness of fit*, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan model lengkap adalah *fit model* dan model dapat diterima. Sebelum uji hipotesis, maka peneliti menghitung nilai CR (*Critical Ratio*) dan Nilai P (*Probability*), sesuai dengan modal lengkap yang sudah *fit model*. Hasil perhitungan nilai CR dan P, adalah nilai CR terendah sebesar estimasi 6.836 dan nilai CR tertinggi sebesar estimasi 12.518 dan nilai P, seluruhnya \*\*\*. Jadi, angka ini mendekati nilai nol. Dengan hasil perhitungan ini, dapat diketahui dimensi maupun indikator dari konstruk seluruhnya signifikan karena nilai *critical ratio* atau C.R.  $\geq 1,96$  atau *probability* (P)  $\leq 0,05$  atau p \*\*\*. Apabila nilai *critical ratio* atau

C.R < 1.96, maka indicator atau dimensi tersebut tidak signifikan data nilai *probability* (P) > 0.05, maka indicator atau dimensi tidak signifikan. Nilai *cut off value critical ratio* atau CR > 1.96 dan *cut off value probability* (P) < 0.05 atau p \*\*\*.

Hasil perhitungan *software* Amos 23:00 juga memberikan hasil bahwa konstruk bisnis model *canvasing* memiliki pengaruh signifikan terhadap konstruk risiko dengan nilai estimasi sebesar .871, dengan nilai CR 9.871 (CR > 1.96, berarti signifikan dengan dan nilai P, dengan nilai estimasi mendekati nol yaitu \*\*\*, dapat ditafsirkan bahwa semua komponen atau elemen dalam konstruk bisnis model *canvasing* berpengaruh signifikan terhadap konstruk risiko.

Persamaan struktural dapat dilihat pada presentasi persamaan matematika dan dapat dijelaskan bahwa risiko = 0,871\* Bisnis Model *Canvasing* ± 0,241. Nilai *Error* atau *residual* persamaan struktural adalah 0.241 di-peroleh dari 1 - 0.759 yang diambil dari *tabel squared multiple correlations* dari konstruk risiko. Persamaan struktural di atas dapat dijelaskan, bahwa setiap kenaikan 1 (1%) pada variabel bisnis model *canvasing* berkontribusi pada kenaikan sebesar 0.871 (0,871%) terhadap variabel risiko.

**Tabel 5**  
**Korelasi Dimensi atau Indikator BMC terhadap**  
**Dimensi/Indikator Risiko**

No	BMC	Risiko	<i>Pan- demic Risk</i> RP <sub>9</sub>	<i>Stra- tegitic Risk</i> RP <sub>8</sub>	<i>Legal Risk</i> RP <sub>7</sub>	<i>Rep. Risk</i> RP <sub>6</sub>	<i>Liq. Risk</i> RP <sub>4</sub>	<i>Mar- ket Risk</i> RP <sub>3</sub>	<i>Cr. Risk</i> RP <sub>1</sub>
	BMC								
	Risiko	0.871							
BMC <sub>1</sub>	Key of Partner		.503	.502	.464	.504	.489	.397	.435
BMC <sub>3</sub>	Key Sources		.500	.500	.461	.501	.486	.395	.433
BMC <sub>4</sub>	<i>Value Prop.</i>		.621	.621	.573	.622	.604	.491	.538
BMC <sub>6</sub>	Chan-nel		.647	.646	.597	.648	.629	.511	.706
BMC <sub>7</sub>	Cus-tomer Seg-ment		.608	.607	.561	.609	.591	.480	.526
BMC <sub>8</sub>	Cost Struc-ture		.671	.671	.619	.672	.653	.530	.704
BMC <sub>9</sub>	Rev- enue Stream		.625	.625	.577	.626	.732	.494	.670

Sumber: Data Diolah, 2021

**Tabel 6**  
**Matrik Komponen BMC Dalam Mitigasi Risiko Kredit,**  
**karena TWP (6 Penyebab)**

Dimensi BMC sesuai <i>full model</i> yang <i>fit model</i>	Variabel	Variabel	Dimensi	No	Risiko kredit karena TWP/ NPL yang disebabkan 6 (enam) faktor	Dimitigasi penerapan komponen atau elemen bisnis model <i>canvassing</i>
Key of Partnership	Bisnis Model	Risiko	Risiko Kredit	1.	Unbanked and underserved	<i>Customer Segment</i> (0.526)
			(TWP/ NPL)	2.	Jumlah <i>Fraudster</i>	<i>Customer Segment</i> (0.526) dan <i>Key Partnership</i> (0.435)
Value Proposition Channel	<i>Canvassing</i>			3.	Over debt	<i>Key Partnership</i> (0.435)
				4.	<i>Startups Fintech</i> meningkat	<i>Key of Partnership</i> (0.435) dan <i>cost of structure</i> (0.704)
Customer Segment				5.	Penetrasi pinjaman ke daerah-daerah meningkat	<i>Customer Segment</i> (0.526) dan <i>Channel</i> (0.706)
Cost Structure				6.	Literasi tentang keuangan di daerah belum merata dan masih rendah	<i>Key Resources</i> (0.433) dan <i>Value Proposition</i> (0.706)

Sumber: Data Diolah, 2021

## Pengujian Hipotesis

### Hipotesis 1

Pengujian hipotesis seperti pada Gambar 2, dengan menggunakan diagram jalur (*path Analysis*) – peneliti memperoleh hasil hipotesisnya. Di dalamnya, dapat diketahui bahwa bisnis model *canvassing* berpengaruh signifikan sebesar estimasi 0.871 terhadap risiko. Jadi,  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_1$  diterima.

### Hipotesis 2

Korelasi dimensi atau indikator bisnis model *canvassing* (BMC) terhadap dimensi atau indikator risiko dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6. Ini untuk menjawab hipotesis 2, dengan menganalisis korelasi masing-masing komponen atau elemen model bisnis *canvassing* terhadap risiko kredit. Adapun risiko pandemik juga dapat dijelaskan bahwa masing-masing komponen dalam bisnis model *canvassing* mempunyai korelasi

terhadap risiko kredit. Hal ini menunjukkan adanya kemungkinan komponen ini digunakan dalam memitigasi risiko kredit karena adanya tingkat wanprestasi pinjaman (TWP).

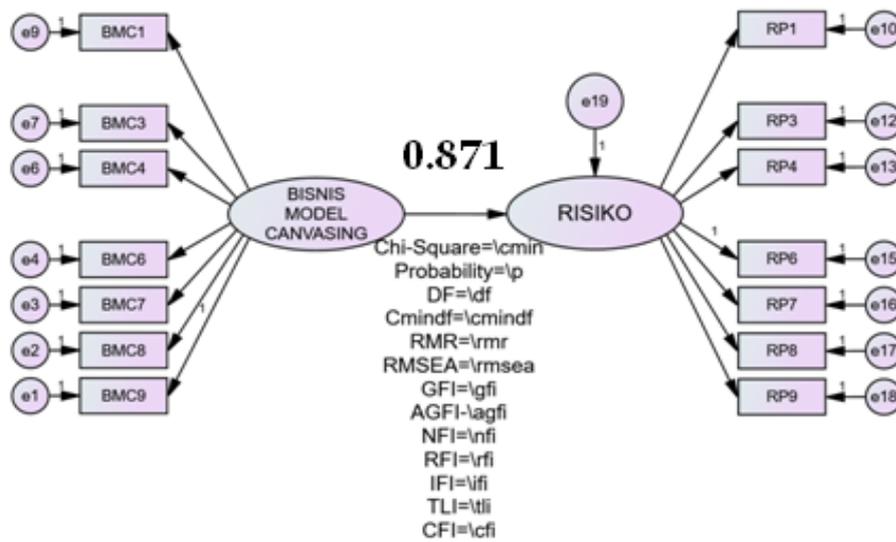
Nilai korelasi komponen atau elemen *key of partnership* terhadap risiko kredit sebesar estimasi 0.435. Begitu juga nilai korelasi *key resources* terhadap risiko kredit sebesar estimasi 0.433. Selanjutnya, nilai korelasi *value proposition* terhadap risiko kredit sebesar estimasi 0.538, nilai korelasi *channel* terhadap risiko kredit sebesar estimasi 0.706. Kemudian, nilai korelasi *customer segment* terhadap risiko kredit sebesar 0.526. Nilai korelasi *cost structure* terhadap risiko kredit sebesar 0.704. Yang terakhir, nilai korelasi *revenue stream* terhadap risiko kredit sebesar estimasi 0.670.

Pengaruh komponen bisnis model *canvasing* terhadap risiko kredit memberikan gambaran untuk penelitian lebih lanjut dengan *interview* kepada *stakeholders fintech P2P lending*. Ini guna menganalisis komponen yang ada dalam bisnis model *canvasing* yang memiliki korelasi. Dengan demikian, ini dapat memitigasi risiko kredit karena tingkat wanprestasi pinjaman (TWP) yang disebabkan oleh 6 (enam) faktor penyebab. Hasil penelitian dapat dijelaskan melalui matriks komponen BMC (Bisnis Model *Canvasing*) dalam mitigasi risiko kredit, karena tingkat wanprestasi pinjaman dapat dilihat pada presentasi Tabel 7. Oleh sebab itu, dapat dijelaskan bahwa mitigasi risiko, khususnya risiko kredit, karena TWP disebabkan oleh 6 faktor yang dimitigasi dengan penerapan komponen bisnis model *canvasing* sebagaimana dijelaskan berikut.

Nasabah *unbanked and underserve* dapat dimitigasi dengan penerapan komponen BMC, *customer segment*. Adapun penerapan *customer segment* secara baik tersebut dapat membantu *fintech start-up* dalam melakukan strategi *segmentation, targeting* dan *positioning* atau STP. Dengan demikian, nasabah *bankable* dan *non-bankable* serta *underserve* sudah dapat dipetakan dari awal sebelum pemberian pinjaman dilakukan dan dapat dimasukkan dalam *credit scoring* dan/atau analisis kredit lainnya dengan dukungan teknologi informasi melalui *core system* dimiliki *fintech start-up*.

Jumlah *Fraudster* (identitas tidak asli atau penggunaan identitas orang lain) dapat dimitigasi dengan penerapan komponen BMC, *customer segment*. *Start-up fintech* dapat digunakan untuk klasifikasi nasabah dari awal dan *record of accomplishment internal*, segmen nasabah yang pernah melakukan *fraudster* akan menjadi catatan tersendiri dan melakukan penerapan komponen BMC, *key of partnership*. Ini dikerjakan dengan bekerja sama dengan lembaga yang berwenang dalam penanganan ID atau KTP. Mereka juga bisa melakukan *partnership* dengan perusahaan yang menyediakan perlengkapan dalam mengidentifikasi kecocokan antara ID/KTP dengan pemegang yang sebenarnya.

*Over debt* (banyak melakukan peminjaman di banyak aplikasi pinjaman *online*), dapat dilakukan mitigasi dengan penerapan komponen BMC, *key of partnership*. Oleh sebab itu, ini dapat dilakukan dengan kerja sama dengan semua *fintech start-up* terkait dengan *sharing data* yang dikoordinasi oleh asosiasi. Dengan demikian, saat yang bersamaan "*real time*" dapat terdeteksi di mana saja calon debitur memiliki pinjaman atau sedang proses pengajuan pinjaman.



Gambar 3  
Koefisien Jalur

Sumber: Data Diolah, 2021

Tabel 7  
Matriks Komponen BMC Dalam Mitigasi Risiko Pandemi

Dimensi BMC sesuai full model yang fit model	Vari- abel	Vari- abel	Di- mensi	No	Risiko	Mitigasi Risiko Pandemik- Covid 19
Key of Partnership Key of Sources Value Proposition Channel Customer Segment Cost Strcuture Revenue Stream	Bisnis Mod- el Can- vasing	Risiko	Risiko Pan- de- mik- Covid 19	1.	Risiko Pande- mik-Covid 19 serta kebijakan Social Distancing	Penerapan Channel, mela- lui e-channel, dengan peman- faatan aplikasi mobile Fintech P2P Lending

Sumber: Data Diolah, 2021

Startups fintech meningkat dan mitigasi dapat dilakukan melalui penerapan komponen BMC, *key of partnership*, dan *cost of structure*. Pelaku baru (*provider*) fintech P2P lending harus berpartner terlebih dahulu pada *existing fintech start-up* yang ada dan asosiasi fintech P2P lending memberikan usulan kepada *regulator* agar dapat menaikkan modal pendirian fintech start-up baru. Dengan demikian, *cost of structure* meningkat sehingga dapat mencegah bertambahnya *start-ups fintech* baru.

Penetrasi pinjaman ke daerah-daerah meningkat. Mitigasi dapat melalui penerapan komponen BMC, *customer segment* dan *channel*.

*Fintech start-up* sejak awal dapat melakukan *customer segmentation* untuk wilayah/ daerah-daerah mana saja yang menjadi fokus dalam penyaluran pinjaman dan memanfaatkan *e-channel* yaitu *platform* aplikasi *mobile* yang dapat diakses dari manapun dan kapanpun.

Tingkat literasi keuangan di daerah belum merata dan masih rendah dan ini dapat dilakukan mitigasi melalui penerapan komponen BMC, *value proposition*. *Fintech start-up* dapat mendorong proses sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat dan memanfaatkan *network business partner* untuk membantu sosialisasi dan edukasi, sehingga memiliki literasi yang lebih baik lagi. *Value proposition*, dapat digunakan dalam sosialisasi produk dan jasa, melalui berbagai *media digital* yang mudah diakses oleh masyarakat.

Hasil penelitian risiko pandemik COVID 19 dapat dimitigasi melalui penerapan komponen model bisnis *canvassing*. Tentang hal ini, data dapat dilihat pada presentasi Tabel 7, bahwa Risiko pandemik COVID 19 dapat dimitigasi dengan menggunakan komponen bisnis model *canvassing, channel (e-channel)*, dengan memanfaatkan penggunaan *mobile-application*. Kegiatan ini dapat diakses dari mana saja, kapanpun dan oleh siapapun.

#### **Pembahasan**

Penelitian ini dapat dikembangkan di masa mendatang untuk menganalisis penerapan komponen bisnis model *canvassing* terhadap risiko. Selain risiko kredit, juga termasuk risiko pandemic-covid 19, dengan penelitian lebih lanjut, peneliti juga dapat menerapkannya pada efektivitas penerapan komponen bisnis model *canvassing* tersebut bagi industri *fintech P2P lending* Indonesia.

#### **5. SIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN, DAN KETERBATASAN**

Hasil analisis dan temuan, dapat disimpulkan bahwa variabel bisnis model *canvassing* berpengaruh signifikan terhadap risiko. Adapun risiko kredit tersebut diakibatkan oleh tingkat wanprestasi pinjaman (TWP), selain itu, keenam faktor penyebab (AFPI, 2020) dapat dimitigasi dengan penerapan komponen bisnis model *canvassing*.

Penelitian ini memberikan implikasi terhadap para pelaku industri *fintech P2P lending* Indonesia, bahwa terdapat bukti betapa pentingnya penerapan komponen bisnis model *canvassing* dalam memitigasi risiko yang dihadapi oleh perusahaan. Bisnis model *canvassing* juga dapat dinyatakan sebagai salah satu solusinya.

Berdasarkan hasil studi ini, peneliti menyarankan agar *start-up fintech P2P lending* dapat menerapkan model bisnis *canvassing* dalam upaya memitigasi risiko dari awal proses bisnis. Mereka juga diharapkan untuk implementasikan bisnis model *canvassing* dan memonitoring serta evaluasi, agar hasilnya dapat dicapai secara efektif. Keterbatasan penelitian fokus pada penelitian jenis model *fintech P2P lending* saja, dengan demikian, peneliti belum, memasukkan jenis *fintech* lainnya seperti *payment fintech* dan *crowdfunding fintech*, selain itu, juga ada keterbatasan lain, misalnya, pelaksanaan penelitian dilakukan pada masa menjelang pandemik COVID-19 sedang terjadi dan sampai pandemik COVID-19 tersebut berlangsung.

- AFPI, Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (2019). *Enam Faktor Penyebab TWP Fintech P2P lending*.
- APJII, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2016-2020). *Hasil survei oleh APJII. Buletin APJII, Edisi 40 – Mei 2019*. Laporan Survei Internet APJII 2019-2020 (Q2)
- Blanchard, Oliver. (2015). *Sosial Media ROI: Mengelola dan Mengukur Penggunaan Media Sosial pada Organisasi Anda*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Berger, Charles R., Roloff, Michael, E. & Ewoldsen, David, R., (2010). *Handbook For Communication Science*. DOI: 10.4135/9781412 982818, Edition: 2nd Edition Publisher: Sage ISBN: 978-1412918138.
- Chanona, R Maria del Rio., Mealy, Penny., Pichler, Anton., Lafond, François. & Farmer, J Doyne. (2020). *Supply and Demand Shocks in the Covid-19 Pandemic: An Industry and Occupation Perspective*. © CEPR Press, 2020
- Creswell, John W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed-Method Approaches*. Edition: 3rd. Sage Publications.
- Garvey, K. et al. (2017). *The 2nd Asia Pacific Region Alternative Finance Industry Report - Cultivating Growth* (September). Cambridge Centre for Alternative Finance (CCAF). London: University of Cambridge.
- Ge, Ruyi, Feng, Juan, Gu Bin & Zhang, Pengzhu (2017), Predicting and Deterring Default with Social Media Information in Peer to Peer Lending. *Journal of Management Information System*, 34(2).
- Giudici, Paolo (2018), *Fintech Risk Management: A Reaserch Challenge for Artificial Intelligence in Finance*. Department of economics and management, university of Pavia, Pavia, Italy. Published November 27, 2018. Doi: 10.3389/frai.2018.00001.
- Ghozali, Imam & Latan, Hengky (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 2.0 M3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Grier, Waymond, A., (2007). *Credit Analysis of Financial Institution*. Second Edition.
- Hsueh, S., & Kuo, H. (2017). Effective Matching for P2P Lending by Mining Strong Association Rules. *ICIBE 2017: Proceedings of the 3rd International Conference on Industrial and Business Engineering*. August, 2017, 30–33. <https://doi.org/10.1145/3133811.3133823>
- Imerman, Michael B. & Fabozzi, Frank J. (2020), Cashing in on inno- vation: a taxonomy of FinTech. *Journal of Asset Management*, 21, 167–177. <https://doi.org/10.1057/s41260-020-00163-4>.
- Jöreskog. (1967). General Approach to Confirmatory Maximum Likelihood Factor Analysis. *Psychometrika*. 34, 183–202.

- Joreskog. (1973). *A General Method for Estimating a Linear Structural Equation System*. In: A.S. Goldberger, O.D. Duncan (eds.), *structural equation models in the social sciences* (pp. 5–112).
- Kirby & Bollen. (2009). *An Empirical Evaluation of the Use of Fixed Cut-off Points in RMSEA Test Statistic in Structural Equation Models*. *Sociological Methods & Research*.36:462–494.
- Malhotra, N. K. (2007). *Marketing Research an Applied Orientation*. 5th Edition. New Jersey; Pearson Education.
- Manurung, Adler Haymans. (2019). *Mitigasi Risiko dengan Model Bisnis Kanvas*. <http://www.finansialbisnis.com/Jurnal/Mitigasi%20Risiko%20dengan%20Model%20Bisnis%20Kanvas.pdf>.
- OJK. (2020, Maret). *Statistik Perbankan Indonesia*.
- OJK. (2020, September). *Statistik Perbankan Indonesia*.
- Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yvest. (2017). *Business Model Generation: A handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers*. Hoboken, New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- PBI. (2017). *Penyelenggaraan Teknologi Finansial (PBI Tekfin)*.
- POJK. (2016). *Layanan Pinjam-meminjan Uang Berbasis Teknologi Informasi*.
- Rehmoor, R., & Khan, M. I. (2011). *The Impact of E-Media on Customer Purchase Intention*. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*. DOI: 10.14569/IJACSA .2011.020317.
- Saunders, Anthony & Cornett, Marcia, Millon. (2007). *Financial Institution Management: A Risk Management Approach*. Sixth Edition. Boston: The McGraw-Hill Irwin.
- Smith, Mary Jane & Liehr, Patricia. (1999). *Middle Range Theory: Spinning Research and Practice to Create Knowledge for the New Millennium*. *Advancing in Nursing Science*, 21(4), 81- 91.
- Smith, Mary Jane & Liehr, Patricia (1999). *Attentively Embracing Story: A Middle-Range Theory with Practice and Research Implications*. *Scholarly Inquiry for Nursing Practice*, 13, 187-204.
- Štefan, Slavik & Richard, Bednár. (2014). *Analysis of Business Models*. *Journal of Competitiveness*, 6(4), 19-40. DOI: 10.7441/joc.2014.04.02.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research, Ground-ed Theory Procedures and Techniques*. New York: Sage Publica-tions

---

Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. 2nd. edition. Sage Publications, Newbury Park, CA

**JBB**  
**11, 2**

Turban, Efraim, Rainer, R. Kelly Jr. & Potter, Richard E. (2005). *Introduction To Information Technology*. 3rd edition. John Wiley & Sons, United States.

Williams, Brian K. & Sawyer, Stancey, C. (2010). *Using Information Technology*. Eight Edition. Published by McGraw Hill.

---

**305**

**\*Koresponden Penulis**

Penulis 1 dapat dikontak pada e-mail: fahmi.arkanuddin@gmail.com.

**Lampiran 1. Variabel, Dimensi dan Indikator Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator	Kode	Sumber	
Bisnis Model <i>Canvasing</i>	Key of Partner	Acquisition of particular resources and activities	BMC <sub>1</sub>	Osterwalder, A., and Pigneur, Y., (2017),	
		Key of Activity	Platform / Network		BMC <sub>2</sub>
	Key of Resources	Intellectual Rights	BMC <sub>3</sub>		
		Value Proposition	Accessibility		BMC <sub>4</sub>
	Customer Relation	Automated Services	BMC <sub>5</sub>		
	Channel	Web Sales	BMC <sub>6</sub>		
	Customer Segment	Segmented	BMC <sub>7</sub>		
	Cost Structure	Value Driven	BMC <sub>8</sub>		
	Revenue Stream	Lending Margin	BMC <sub>9</sub>		
Risiko	Risiko kredit	Strategi penyediaan dana/ strategi mendapatkan <i>investor/lender</i>	RP <sub>1</sub>	Saunders and Cornett, (2007), and A Grier, Waymond, (2007)	
		Risiko operasional	TI dan infrastruktur pendukung		RP <sub>2</sub>
	Risiko pasar	Volume dan Komposisi <i>portfolio</i>	RP <sub>3</sub>		
	Risiko Likuiditas	Akses pada sumber pendanaan.	RP <sub>4</sub>		
	Risiko Kepatuhan	Pelanggaran / ketidakpatuhan yang dilakukan <i>Fintech</i> .	RP <sub>5</sub>	A Grier, Waymond, (2007)	
		Risiko Reputasi	Dampak reputasi kurang baik dari penyelenggara <i>fintech</i> dan perusahaan terkait		RP <sub>6</sub>
	Risiko Hukum	Faktor litigasi	RP <sub>7</sub>	Imerman and Fabozzi (2020)	
	Risiko Strategik	Strategi berisiko tinggi dan strategi berisiko rendah		RP <sub>8</sub>	A Grier, Waymond, (2007)
				RP <sub>9</sub>	
Risiko Pandemi	Memiliki BCP ( <i>Business Continously Plan</i> ) yang baik			Chanona, R Maria del Rio, Mealy Penny, Pichler, Anton, Lafond, François, Farmer, J. Doyne (2020)	

Sumber: Data Diolah, 2021