

Pinjaman Online Sebagai Ancaman Keamanan Data Pribadi Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen

I Gusti Ngurah Satya Widiana^{1*}, Putu Sri Arta Jaya Kusuma²
Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional
Jl. Bedugul No. 39 Sidakarya, Denpasar - Bali
E-mail: Satyawidiana800@gmail.com, sriarta@undiknas.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan layanan pinjaman online (fintech lending) di Indonesia memberikan kemudahan akses keuangan bagi masyarakat, namun di sisi lain memunculkan risiko serius terkait keamanan dan perlindungan data pribadi konsumen. Maraknya kasus kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi menimbulkan kekhawatiran yang berpotensi menurunkan kepercayaan konsumen terhadap layanan pinjaman online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kebocoran data pribadi, penyalahgunaan data, dan transparansi kebijakan privasi terhadap kepercayaan konsumen, serta menguji peran faktor demografi sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada pengguna layanan pinjaman online. Data dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebocoran data pribadi, penyalahgunaan data, dan transparansi kebijakan privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen. Faktor demografi juga terbukti berpengaruh langsung terhadap kepercayaan konsumen. Namun demikian, faktor demografi tidak terbukti memoderasi hubungan antara kebocoran data, penyalahgunaan data, maupun transparansi kebijakan privasi terhadap kepercayaan konsumen. Temuan ini mengindikasikan bahwa isu perlindungan data pribadi dan transparansi informasi merupakan faktor fundamental yang memengaruhi kepercayaan konsumen secara universal, tanpa memandang perbedaan karakteristik demografi. Penelitian ini menegaskan pentingnya pengelolaan data yang aman, etis, dan transparan oleh penyedia layanan pinjaman online guna menjaga dan meningkatkan kepercayaan konsumen secara berkelanjutan.

Kata kunci: pinjaman online, keamanan data pribadi, kepercayaan konsumen, transparansi privasi.

ABSTRACT

The rapid growth of online lending services (fintech lending) in Indonesia has significantly improved public access to financial services; however, it also raises serious concerns regarding personal data security and privacy protection. Increasing incidents of data breaches and data misuse have heightened consumer anxiety and potentially undermined trust in online lending platforms. This study aims to analyze the effects of personal data breaches, data misuse, and privacy policy transparency on consumer trust and to examine the moderating role of demographic factors in these relationships. A quantitative research approach was employed, with data collected through questionnaires distributed to users of online lending services. The data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with a Partial Least Squares (PLS) approach. The results indicate that personal data breaches, data misuse, and transparency in privacy policies have a positive and significant effect on consumer trust. Demographic factors were also found to have a direct and significant influence on consumer trust. However, demographic factors do not moderate the relationships among data breaches, data misuse, and privacy policy transparency and consumer trust. These findings suggest that issues related to data protection and transparency are fundamental determinants of consumer trust and are consistently perceived across demographic groups. This study highlights the critical importance of online lending providers implementing secure, ethical, and transparent data management practices in order to maintain and enhance consumer trust in the digital financial ecosystem.

Keywords: online lending, personal data security, consumer trust, privacy transparency.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi finansial atau financial technology (fintech) telah membawa transformasi signifikan pada sistem keuangan global. Inovasi digital dalam sektor keuangan memudahkan transaksi, mulai dari pembayaran digital, investasi daring, hingga pengelolaan keuangan pribadi secara real time [1]. Berbagai platform

berbasis aplikasi mendorong masyarakat menuju ekonomi digital yang lebih inklusif, cepat, dan efisien [2]. Salah satu inovasi fintech yang berkembang pesat adalah layanan pinjaman online, yang memungkinkan masyarakat memperoleh dana secara instan tanpa melalui proses perbankan konvensional yang rumit [3].

Data menunjukkan bahwa pengguna pinjaman online di Indonesia pada 2024–2025 mencapai lebih dari 48 juta akun aktif, mencerminkan tingginya penetrasi layanan fintech di masyarakat [10]. Fenomena ini tidak hanya terjadi secara nasional, tetapi juga terlihat di wilayah perkotaan seperti Kota Denpasar, Bali, di mana akses internet tinggi dan penggunaan aplikasi pinjaman online legal maupun ilegal marak [4]. Kondisi ini menjadikan Denpasar sebagai lokasi strategis untuk meneliti persepsi dan perilaku konsumen terkait keamanan data pribadi serta kepercayaan terhadap layanan pinjaman online.

Fenomena yang muncul menunjukkan adanya tantangan serius terkait keamanan dan privasi data pengguna. Kasus kebocoran data, penyalahgunaan informasi, dan praktik penagihan agresif telah banyak dilaporkan, yang menimbulkan kekhawatiran dan menurunkan kepercayaan konsumen terhadap platform pinjaman online [5]. Kepercayaan konsumen merupakan fondasi hubungan jangka panjang dengan penyedia layanan, sekaligus memengaruhi loyalitas dan keputusan penggunaan layanan [6]. Isu ini diperparah oleh minimnya transparansi kebijakan privasi di beberapa platform, sehingga konsumen tidak sepenuhnya mengetahui bagaimana data mereka dikumpulkan, digunakan, dan dilindungi [7].

Urgensi penelitian ini semakin jelas ketika berbagai fenomena tersebut dikaitkan dengan risiko nyata terhadap konsumen. Meskipun regulasi seperti Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 telah mengatur perlindungan data pribadi, kasus kebocoran dan penyalahgunaan data masih sering terjadi, menciptakan keresahan di masyarakat dan menurunkan tingkat kepercayaan terhadap layanan fintech [8,9]. Tingginya angka aduan terhadap pinjaman online ilegal hingga ribuan kasus per tahun juga menunjukkan bahwa perlindungan data dan transparansi kebijakan privasi belum sepenuhnya terimplementasi secara efektif [11].

Berdasarkan data, fenomena, dan lokasi yang telah diuraikan, penelitian ini menjadi penting untuk memahami dampak kebocoran data, penyalahgunaan data, dan transparansi kebijakan privasi terhadap kepercayaan konsumen. Fokus penelitian diarahkan pada layanan pinjaman online sebagai salah satu inovasi fintech yang paling banyak digunakan, sehingga temuan penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman praktis dan strategis bagi penyedia layanan, regulator, dan masyarakat.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Denpasar, Bali, dengan fokus pada masyarakat perkotaan yang merupakan pengguna layanan pinjaman online, dipilih karena tingginya penetrasi internet, akses teknologi finansial, serta maraknya penggunaan aplikasi pinjaman online legal maupun ilegal. Penelitian berlangsung selama empat bulan, mencakup pengembangan dan uji coba instrumen, pengumpulan data melalui kuesioner daring, pengolahan dan pengujian kualitas data, hingga analisis regresi dan penyusunan laporan penelitian, dengan pendekatan sistematis untuk menghasilkan temuan yang valid dan relevan [12]. Populasi penelitian meliputi seluruh pengguna pinjaman online di Indonesia pada 2024–2025 yang berjumlah lebih dari 48 juta akun aktif, sedangkan sampel ditentukan sebanyak 120 responden menggunakan purposive sampling, dengan kriteria berusia minimal 18 tahun, pernah menggunakan aplikasi pinjaman online, berdomisili di Denpasar, dan bersedia mengisi kuesioner lengkap [12]. Data yang digunakan bersifat kuantitatif, terdiri dari data primer melalui skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi keamanan data pribadi dan kepercayaan konsumen, serta data sekunder dari laporan resmi OJK, Kominfo, Satgas PASTI, peraturan perundang-undangan, dan literatur ilmiah terkait. Analisis dilakukan menggunakan metode SEM-PLS, meliputi evaluasi model pengukuran melalui uji validitas dan reliabilitas serta evaluasi model struktural melalui R-Square, Q-Square, dan pengujian hipotesis dengan bootstrapping, karena metode ini mampu menganalisis hubungan antarvariabel secara komprehensif dan prediktif [13].

Hasil Dan Pembahasan

Gambaran Umum Responden

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada pengguna layanan pinjaman online. Total sampel yang digunakan sebanyak 120 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui Google Form untuk mempermudah distribusi dan pengisian kuesioner oleh responden. Responden penelitian ini berasal dari berbagai kalangan pengguna pinjaman online, sehingga data yang terkumpul dianggap representatif untuk menganalisis persepsi konsumen terkait ancaman keamanan data pribadi [14].

Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis untuk mengetahui pengaruh kebocoran data pribadi, penyalahgunaan data pribadi, dan transparansi kebijakan privasi terhadap kepercayaan konsumen dalam menggunakan layanan pinjaman online, dengan metode analisis statistik yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	50	41,7
	Perempuan	70	58,3
Total		120	100
Usia	<20	18	15,0
	21–25	47	39,2
	26–30	39	32,5
	>30	16	13,3
Total		120	100
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK Sederajat	57	47,5
	Diploma	28	23,3
	S1	30	25,0
	Lainnya	5	4,2
Total		120	100
Frekuensi Penggunaan Pinjaman Online	1 kali	41	34,2
	2–3 kali	43	35,8
	>3 kali	36	30,0
Total		120	100

Berdasarkan Tabel 1 di atas, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 70 orang (58,3%), sedangkan laki-laki sebanyak 50 orang (41,7%). Hal ini menunjukkan keterlibatan perempuan yang lebih tinggi dalam penggunaan layanan pinjaman online. Sebagian besar responden berada pada kelompok 21–25 tahun sebanyak 47 orang (39,2%), diikuti oleh 26–30 tahun sebanyak 39 orang (32,5%), <20 tahun sebanyak 18 orang (15,0%), dan >30 tahun sebanyak 16 orang (13,3%). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna pinjaman online didominasi oleh generasi muda hingga dewasa awal. Responden dengan pendidikan SMA/SMK sederajat sebanyak 57 orang (47,5%), Diploma 28 orang (23,3%), dan S1 sebanyak 30 orang (25,0%). Hanya terdapat 5 orang (4,2%) dengan pendidikan lainnya. Mayoritas responden memiliki pendidikan menengah hingga tinggi, yang dapat memengaruhi persepsi mereka terkait keamanan data pribadi dan kepercayaan terhadap layanan pinjaman online. Responden yang menggunakan layanan lebih dari 3 kali sebanyak 36 orang (30,0%), 2–3 kali sebanyak 43 orang (35,8%), dan 1 kali sebanyak 41 orang (34,2%). Hal ini menunjukkan variasi tingkat pengalaman responden dalam menggunakan layanan pinjaman online, yang dapat memengaruhi persepsi risiko keamanan data dan tingkat kepercayaan mereka.

Hasil Analisis

Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel Kebocoran Data Pribadi (X1) memperoleh rata-rata 4,13 (kategori baik), menunjukkan tingginya kekhawatiran responden terhadap potensi kebocoran data, dengan nilai tertinggi pada perasaan bahwa data pribadi tidak aman (mean 4,26) dan terendah pada frekuensi kasus kebocoran data (mean 4,08). Variabel Penyalahgunaan Data dan Penagihan Intimidatif (X2) memiliki rata-rata 4,12 (kategori baik), mencerminkan persepsi tinggi terhadap praktik penyalahgunaan data dan penagihan agresif, dengan nilai tertinggi pada rasa terganggu terhadap cara penagihan dan akses data (mean 4,14) serta nilai terendah 4,11 tetap dalam kategori baik. Variabel Transparansi Kebijakan Privasi (X3) memperoleh rata-rata 4,10 (kategori baik), menandakan persepsi responden terhadap keterbukaan aplikasi dalam pengelolaan data pribadi, dengan nilai tertinggi pada kemudahan pemahaman kebijakan dan kepatuhan terhadap regulasi (mean 4,13) dan terendah pada kejelasan informasi penggunaan data pribadi (mean 4,05). Variabel Kepercayaan Konsumen (Y) memperoleh rata-rata 4,08 (kategori baik), menunjukkan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi, dengan nilai tertinggi pada kesediaan merekomendasikan aplikasi (mean 4,13) dan terendah pada keyakinan menjaga kerahasiaan data pribadi (mean 3,96). Sedangkan faktor demografi sebagai variabel moderasi (Z) memiliki rata-rata 4,10 (kategori baik), menunjukkan peran usia, pendidikan, pengalaman teknologi, dan jenis kelamin dalam membentuk sikap dan kewaspadaan terhadap risiko, dengan nilai tertinggi pada kesadaran risiko dibandingkan dengan kelompok usia sama (mean 4,20) dan terendah pada kebiasaan penggunaan teknologi digital (mean 4,04).

Outer Model

a. Hasil Validitas Konvergen (*Outer Loading*)

Berdasarkan hasil uji validitas konvergen (*outer loading*), seluruh indikator pada setiap konstruk laten telah memenuhi kriteria karena memiliki nilai loading > 0,70, yaitu Kebocoran Data Pribadi dengan loading 0,791–0,841 (X1.1=0,802; X1.2=0,802; X1.3=0,795; X1.4=0,841; X1.5=0,791), Penyalahgunaan Data dengan loading

0,794–0,890 (X2.1=0,794; X2.2=0,815; X2.3=0,854; X2.4=0,807; X2.5=0,890), Transparansi Kebijakan Privasi dengan loading 0,852–0,892 (X3.1=0,884; X3.2=0,892; X3.3=0,852; X3.4=0,861; X3.5=0,883), Kepercayaan Konsumen dengan loading 0,744–0,862 (Y.1=0,769; Y.2=0,862; Y.3=0,814; Y.4=0,802; Y.5=0,744), serta Faktor Demografi dengan loading 0,806–0,878 (Z.1=0,858; Z.2=0,823; Z.3=0,828; Z.4=0,806; Z.5=0,878). Selain itu, seluruh indikator interaksi juga menunjukkan nilai loading sempurna 1,000, yaitu Faktor Demografi × Kebocoran Data Pribadi = 1,000, Faktor Demografi × Transparansi Kebijakan Privasi = 1,000, dan Faktor Demografi × Penyalahgunaan Data = 1,000; sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini telah memenuhi validitas konvergen secara sangat baik dan layak digunakan pada analisis berikutnya. Berdasarkan hasil uji validitas konvergen melalui nilai loading factor, dapat dikonfirmasi bahwa setiap indikator pada masing-masing variabel laten dalam penelitian ini yang terdiri atas kebocoran data pribadi, penyalahgunaan data pribadi, transparansi kebijakan privasi, dan kepercayaan konsumen telah memperoleh nilai loading di atas 0,70. Dengan demikian, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas konvergen dengan baik.

b. Hasil Nilai AVE

Tabel 2. Hasil Average Variance Extracted (AVE)

	Average variance extracted (AVE)
Faktor Demografi	0,704
Kebocoran Data Pribadi	0,650
Kepercayaan Konsumen	0,639
Penyalahgunaan Data	0,693
Transparansi Kebijakan Privasi	0,765

Berdasarkan hasil uji Average Variance Extracted (AVE) yang ditampilkan pada Tabel 3 di atas, nilai AVE untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Faktor Demografi sebesar 0,704, Kebocoran Data Pribadi sebesar 0,650, Kepercayaan Konsumen sebesar 0,639, Penyalahgunaan Data sebesar 0,693, dan Transparansi Kebijakan Privasi sebesar 0,765. Seluruh nilai AVE pada masing-masing variabel menunjukkan nilai lebih besar dari 0,50, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk laten dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Dengan demikian, seluruh variabel penelitian yang meliputi Faktor Demografi (Z), Kebocoran Data Pribadi (X1), Penyalahgunaan Data (X2), Transparansi Kebijakan Privasi (X3), dan Kepercayaan Konsumen (Y) dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

c. Hasil Discriminant Validity

Berdasarkan hasil uji validitas diskriminan melalui nilai *cross loading* yang dapat dilihat pada Tabel 4, dapat ditunjukkan bahwa korelasi item pengukuran atau indikator terhadap konstraknya sudah lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi dengan konstruk lainnya dan nilainya > 0,70. Sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut telah memenuhi syarat validitas diskriminan dengan baik.

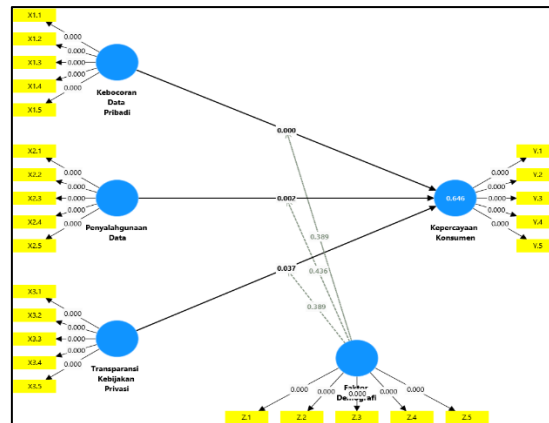
d. Hasil Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha

Tabel 3. Hasil Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
Faktor Demografi	0,895	0,896	0,922
Kebocoran Data Pribadi	0,866	0,871	0,903
Kepercayaan Konsumen	0,858	0,859	0,898
Penyalahgunaan Data	0,889	0,891	0,919
Transparansi Kebijakan Privasi	0,923	0,930	0,942

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha yang berkisar antara 0,858 dan 0,923 dan nilai Composite Reliability (rho_c) yang berkisar antara 0,898 dan 0,942. Nilai tersebut telah melebihi kriteria minimal yang ditetapkan, yaitu Cronbach's Alpha $\geq$ 0,60 dan Composite Reliability $\geq$ 0,70.

Uji Model Struktural (Inner Model)



Gambar 1. PLS Bootstrapping Model

a. R-Square

Tabel 4. Hasil R-square

	R-square	R-square adjusted
Kepercayaan Konsumen	0,646	0,624

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai R^2 yang diperoleh untuk variabel Kepercayaan Konsumen sebesar 0,646. Nilai ini menunjukkan bahwa variasi Kepercayaan Konsumen dapat dijelaskan sebesar 64,6% oleh variabel Kebocoran Data Pribadi, Penyalahgunaan Data, Transparansi Kebijakan Privasi, serta interaksi variabel moderasi Faktor Demografi dalam model penelitian. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi kepercayaan Konsumen tergolong cukup kuat, karena nilai R^2 lebih besar dari 0,50. Sementara itu, sisanya sebesar $(100\% - 64,6\%) = 35,4\%$ dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti.

Selain itu, nilai R^2 adjusted sebesar 0,624 menunjukkan bahwa setelah mempertimbangkan jumlah variabel independen dalam model, kontribusi penjelasan terhadap kepercayaan konsumen tetap berada pada tingkat yang kuat dan stabil. Dengan demikian, model struktural yang digunakan dalam penelitian ini dinilai layak dan memiliki daya prediksi yang baik dalam menjelaskan kepercayaan konsumen pengguna layanan pinjaman online.

b. Q-Square

Tabel 5. Hasil Uji Q-Square

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
Kepercayaan Konsumen	600,000	364,295	0,393

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 5, diperoleh nilai Q-Square (Q^2) untuk variabel endogen Kepercayaan Konsumen sebesar 0,393. Mengacu pada kriteria Goodness of Fit untuk inner model, nilai Q^2 tersebut lebih besar dari 0 (nol). Hal ini mengindikasikan bahwa model struktural yang dibangun memiliki predictive relevance (relevansi prediktif) yang baik, yang berarti variabel-variabel independen dalam model penelitian ini mampu memprediksi fenomena pada variabel Kepercayaan Konsumen secara akurat.

c. Uji Hipotesis (Bootstrapping)

1) Uji Signifikansi Jalur (Path Coefficient / Uji t)

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis Secara Langsung

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Faktor Demografi -> Kepercayaan Konsumen	0,286	0,286	0,094	3,041	0,002
Kebocoran Data Pribadi -> Kepercayaan Konsumen	0,341	0,341	0,066	5,208	0,000
Penyalahgunaan Data -> Kepercayaan Konsumen	0,282	0,284	0,092	3,046	0,002
Transparansi Kebijakan Privasi -> Kepercayaan Konsumen	0,151	0,151	0,072	2,090	0,037
Faktor Demografi x Transparansi Kebijakan Privasi -> Kepercayaan Konsumen	0,074	0,073	0,085	0,862	0,389

Faktor Demografi x Kebocoran Data Pribadi -> Kepercayaan Konsumen	0,066	0,076	0,077	0,862	0,389
Faktor Demografi x Penyalahgunaan Data -> Kepercayaan Konsumen	-0,070	-0,076	0,090	0,780	0,436

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis pada model struktural:

1. Pengujian pengaruh Faktor Demografi terhadap Kepercayaan Konsumen menunjukkan nilai koefisien jalur (original sample) sebesar 0,286. Nilai T-statistic yang diperoleh adalah 3,041 yang lebih besar dari nilai kritis 1,96, dan nilai P-values sebesar 0,002 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Faktor Demografi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen, sehingga hipotesis dapat diterima.
2. Pengujian pengaruh Kebocoran Data Pribadi terhadap Kepercayaan Konsumen menghasilkan nilai koefisien jalur sebesar 0,341. Hasil statistik memperlihatkan nilai T-statistic sebesar 5,208 yang jauh di atas 1,96, dengan nilai P-values 0,000 ($< 0,05$). Berdasarkan data tersebut, disimpulkan bahwa Kebocoran Data Pribadi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen.
3. Hubungan antara Penyalahgunaan Data dengan Kepercayaan Konsumen menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,282. Nilai T-statistic tercatat sebesar 3,046 yang berada di atas 1,96, serta nilai P-values sebesar 0,002 yang memenuhi syarat signifikansi ($< 0,05$). Artinya, variabel Penyalahgunaan Data memiliki dampak positif dan signifikan terhadap variabel Kepercayaan Konsumen.
4. Pengaruh Transparansi Kebijakan Privasi terhadap Kepercayaan Konsumen memiliki nilai estimasi jalur sebesar 0,151. Dengan nilai T-statistic sebesar 2,090 ($> 1,96$) dan P-values sebesar 0,037 ($< 0,05$), maka hubungan ini dinyatakan signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa Transparansi Kebijakan Privasi berkontribusi positif dan nyata dalam meningkatkan Kepercayaan Konsumen.
5. Pengujian efek moderasi Faktor Demografi pada hubungan Transparansi Kebijakan Privasi terhadap Kepercayaan Konsumen menunjukkan nilai koefisien 0,074. Nilai T-statistic sebesar 0,862 ($< 1,96$) dan P-values 0,389 ($> 0,05$) menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hal ini berarti Faktor Demografi tidak mampu memoderasi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara Transparansi Kebijakan Privasi dengan Kepercayaan Konsumen.
6. Analisis moderasi Faktor Demografi pada hubungan Kebocoran Data Pribadi terhadap Kepercayaan Konsumen menghasilkan nilai koefisien jalur 0,066. Diketahui nilai T-statistic adalah 0,862 yang lebih kecil dari 1,96, serta P-values sebesar 0,389 ($> 0,05$). Hasil ini membuktikan bahwa Faktor Demografi tidak memiliki peran signifikan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara Kebocoran Data Pribadi dan Kepercayaan Konsumen.
7. Pengujian efek moderasi Faktor Demografi terhadap hubungan Penyalahgunaan Data dengan Kepercayaan Konsumen menunjukkan nilai koefisien negatif sebesar -0,070. Nilai T-statistic sebesar 0,780 ($< 1,96$) dan P-values 0,436 ($> 0,05$) menegaskan bahwa pengaruh ini tidak signifikan. Dengan demikian, hipotesis ditolak, yang artinya Faktor Demografi tidak terbukti memoderasi pengaruh Penyalahgunaan Data terhadap Kepercayaan Konsumen.

Pembahasan

1. Pengaruh Kebocoran Data Pribadi terhadap Kepercayaan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebocoran data pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, yang mengindikasikan bahwa isu keamanan data menjadi faktor penting dalam pembentukan kepercayaan terhadap layanan pinjaman online. Temuan ini sejalan dengan Trust Theory yang menekankan bahwa kepercayaan muncul ketika konsumen merasa aman dan yakin penyedia layanan mampu melindungi kepentingannya, khususnya data pribadi. Kebocoran data mencerminkan kegagalan dalam menjaga integritas dan reliabilitas sistem, sehingga memengaruhi persepsi risiko konsumen. Hal ini juga diperkuat oleh Teori Privasi dan Perlindungan Data yang menyatakan bahwa pelanggaran privasi akan menurunkan rasa aman pengguna. Penelitian [14,15,16] mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa insiden kebocoran data berdampak signifikan terhadap kepercayaan dan keberlanjutan penggunaan layanan digital.

2. Pengaruh Penyalahgunaan Data terhadap Kepercayaan Konsumen

Penyalahgunaan data terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, yang menunjukkan bahwa praktik penggunaan data tanpa izin atau penagihan tidak etis sangat memengaruhi persepsi konsumen terhadap layanan pinjaman online. Dalam perspektif Trust Theory, kepercayaan dibangun atas dasar keyakinan bahwa penyedia layanan akan bertindak etis dan bertanggung jawab, sehingga penyalahgunaan data dipandang sebagai pelanggaran kontrak psikologis antara konsumen dan penyedia layanan. Teori Privasi dan Perlindungan Data juga menegaskan bahwa penggunaan data di luar kesepakatan meningkatkan persepsi risiko dan ketidakamanan, yang pada akhirnya menurunkan kepercayaan. Temuan ini konsisten dengan penelitian

[17,18,19]yang menyatakan bahwa penyalahgunaan data merupakan salah satu penyebab utama menurunnya kepercayaan pengguna fintech.

3. Pengaruh Transparansi Kebijakan Privasi terhadap Kepercayaan Konsumen

Transparansi kebijakan privasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, yang menunjukkan bahwa keterbukaan informasi mengenai pengelolaan data pribadi mampu meningkatkan rasa aman pengguna layanan pinjaman online. Dalam Trust Theory, transparansi berfungsi mengurangi asimetri informasi dan memperkuat kepercayaan melalui keterbukaan antara penyedia layanan dan konsumen. Selaras dengan Teori Privasi dan Perlindungan Data, kejelasan mengenai pengumpulan, penggunaan, dan perlindungan data meningkatkan persepsi kontrol konsumen atas data pribadinya. Penelitian [20,21,22] mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa kebijakan privasi yang jelas, mudah dipahami, dan transparan berkontribusi pada peningkatan kepercayaan konsumen secara berkelanjutan.

4. Pengaruh Faktor Demografi terhadap Kepercayaan Konsumen

Faktor demografi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, yang menunjukkan bahwa karakteristik seperti usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan memengaruhi cara konsumen menilai keamanan dan risiko layanan pinjaman online. Dalam Trust Theory, latar belakang individu, pengalaman, dan tingkat pengetahuan berperan dalam proses evaluasi risiko dan pembentukan kepercayaan. Konsumen dengan pendidikan dan literasi digital yang lebih tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap mekanisme perlindungan data, sehingga mampu membangun kepercayaan secara lebih rasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Park dan [23,24,25] yang menyatakan bahwa faktor demografi berperan dalam membentuk persepsi keamanan dan kepercayaan pada layanan digital.

5. Peran Faktor Demografi dalam Memoderasi Hubungan Kebocoran Data terhadap Kepercayaan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor demografi tidak memoderasi hubungan antara kebocoran data pribadi dan kepercayaan konsumen, yang berarti dampak kebocoran data dirasakan relatif sama oleh seluruh kelompok demografi. Dalam Trust Theory, kebocoran data dipandang sebagai ancaman mendasar terhadap kepercayaan yang bersifat universal, sehingga tidak dipengaruhi oleh perbedaan usia, jenis kelamin, maupun tingkat pendidikan. Teori Privasi dan Perlindungan Data juga memandang kebocoran data sebagai pelanggaran hak dasar individu, sehingga respons konsumen terhadap kejadian tersebut cenderung seragam. Temuan ini konsisten dengan penelitian [26,29] yang menyatakan bahwa kebocoran data memiliki dampak luas dan tidak terbatas pada karakteristik demografi tertentu.

6. Peran Faktor Demografi dalam Memoderasi Hubungan Penyalahgunaan Data dan Transparansi Kebijakan Privasi terhadap Kepercayaan Konsumen

Faktor demografi tidak terbukti memoderasi hubungan antara penyalahgunaan data maupun transparansi kebijakan privasi terhadap kepercayaan konsumen, yang menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut dinilai sebagai standar universal dalam layanan pinjaman online. Dalam Trust Theory, praktik etika dan keterbukaan informasi merupakan elemen fundamental pembentuk kepercayaan yang berlaku bagi seluruh konsumen tanpa memandang latar belakang individu. Sejalan dengan Teori Privasi dan Perlindungan Data, hak atas privasi bersifat umum dan tidak dipengaruhi oleh perbedaan demografi. Temuan ini didukung oleh penelitian [26,27,28] yang menyatakan bahwa dampak penyalahgunaan data dan transparansi kebijakan privasi terhadap kepercayaan cenderung konsisten pada berbagai kelompok konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa isu perlindungan data pribadi merupakan faktor fundamental dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap layanan pinjaman online. Kebocoran data pribadi, penyalahgunaan data, dan transparansi kebijakan privasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen, menunjukkan bahwa aspek keamanan dan tata kelola data menjadi determinan utama kepercayaan dalam ekosistem fintech. Faktor demografi juga berpengaruh langsung terhadap kepercayaan konsumen, namun tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara isu perlindungan data dan kepercayaan konsumen. Temuan ini menegaskan *novelty* penelitian bahwa dampak isu perlindungan data bersifat universal dan melampaui perbedaan karakteristik demografi, sehingga perlindungan data pribadi menjadi kebutuhan mendasar bagi seluruh pengguna layanan pinjaman online.

Implikasi Praktis Bagi Penyedia Layanan Pinjaman Online, Penyedia layanan perlu menerapkan prinsip *privacy-by-design* dalam seluruh sistem operasional, melakukan audit akses data secara berkala, membatasi penggunaan data sesuai tujuan awal, serta memastikan transparansi proses penagihan agar tidak bersifat

intimidatif atau melanggar etika. Penguatan sistem keamanan dan pengelolaan data yang akuntabel menjadi kunci utama dalam menjaga kepercayaan konsumen. Bagi regulator (OJK dan Kominfo), regulator perlu memperketat pengawasan terhadap praktik pengelolaan dan pemanfaatan data pribadi oleh penyedia pinjaman online, termasuk kewajiban audit keamanan data dan sanksi tegas atas pelanggaran privasi. Selain itu, diperlukan standar transparansi kebijakan privasi dan penagihan yang mudah dipahami oleh masyarakat. Bagi konsumen, konsumen diharapkan meningkatkan literasi digital dan kesadaran terhadap hak perlindungan data pribadi, memahami kebijakan privasi sebelum menggunakan layanan pinjaman online, serta memilih penyedia layanan yang terdaftar dan diawasi oleh regulator resmi.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain cakupan wilayah penelitian yang terbatas pada Kota Denpasar serta penggunaan data berbasis persepsi responden (*self-reported*) yang berpotensi menimbulkan bias subjektif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah penelitian, menambahkan variabel mediasi seperti *risk perception*, *trust mediator*, atau *perceived security*, serta melakukan perbandingan antara layanan pinjaman online legal dan ilegal guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kepercayaan konsumen dalam industri fintech.

Daftar Pustaka

- [1] M. Alwi, A. Rahman, and D. A. Putri, "Digital financial innovation and consumer behavior in emerging markets," *Journal of Financial Technology*, vol. 7, no. 2, pp. 115–129, 2023.
- [2] H. Arman, R. P. Sari, and A. Wibowo, "Consumer trust and loyalty in digital financial services," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 20, no. 1, pp. 45–58, 2023.
- [3] Y. Chen and X. Li, "Privacy transparency and consumer trust in online financial platforms," *International Journal of Electronic Commerce*, vol. 27, no. 3, pp. 356–374, 2023.
- [4] I. Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS dan SmartPLS*, 10th ed. Semarang, Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- [5] J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA, USA: Sage Publications, 2019.
- [6] Y. Jopang, "Trust and long-term relationship in service industries," *Journal of Service Management*, vol. 12, no. 2, pp. 89–102, 2018.
- [7] L. I. Labrecque, E. Markos, and G. R. Milne, "Online behavioral advertising and consumer privacy," *Journal of Interactive Marketing*, vol. 53, pp. 1–17, 2021.
- [8] A. K. Manatar, "Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam pengiriman barang oleh pelaku usaha dalam transaksi elektronik menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016," *Jurnal Lex Privatum*, vol. 10, no. 1, 2022.
- [9] Maslikana and D. A. Putra, "Perlindungan hukum POJK Nomor 14/POJK.05/2020 terhadap debitor lembaga pembiayaan (leasing) terdampak pandemi Covid-19 berdasarkan keadilan," *Jurnal Keadilan Hukum*, vol. 4, no. 1, 2023.
- [10] A. M. A. Mentari, "Analisis faktor-faktor keputusan pemberian kredit pinjaman online (Studi kasus PT. Cicil Solusi Mitra Teknologi)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, vol. 9, no. 2, 2021.
- [11] K. Martin, A. Borah, and R. W. Palmatier, "Data privacy: Effects on customer trust and firm performance," *Journal of Marketing*, vol. 85, no. 1, pp. 1–20, 2021.
- [12] R. Nailah Amelia, D. Prakoso, and T. Hidayat, "Faktor-faktor adopsi pinjaman online di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Digital*, vol. 4, no. 2, pp. 67–80, 2023.
- [13] Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Fintech Lending Indonesia 2024–2025*. Jakarta, Indonesia: OJK, 2025.
- [14] S. Park and H. Lee, "Demographic differences in trust toward digital financial services," *Asian Journal of Business Research*, vol. 11, no. 2, pp. 98–112, 2021.
- [15] A. Prasetyo and R. Handayani, "Etika penggunaan data dan kepercayaan konsumen fintech," *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 18, no. 3, pp. 201–214, 2022.
- [16] A. Purwanto and J. Sahetapy, "Data security issues in Indonesian fintech lending platforms," *Journal of Information Security*, vol. 13, no. 4, pp. 221–235, 2022.
- [17] A. Purwanto, S. Wibowo, and H. Nugroho, "Online lending services and financial inclusion in Indonesia," *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, vol. 26, no. 1, pp. 55–70, 2022.
- [18] B. Raharjo and S. Wulandari, "Literasi digital dan kepercayaan konsumen pada layanan keuangan daring," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, vol. 6, no. 1, pp. 14–28, 2024.
- [19] D. Rahmawati, "Peran privasi data terhadap kepercayaan pengguna layanan digital," *Jurnal Manajemen Teknologi*, vol. 23, no. 1, pp. 33–46, 2024.
- [20] D. Rahmawati and B. Santoso, "Transparency of privacy policy and consumer trust in fintech platforms," *Jurnal Riset Manajemen*, vol. 11, no. 2, pp. 89–102, 2024.

- [21] F. Ramadhani, "Privacy policy clarity and trust in online lending applications," *Journal of Digital Business*, vol. 5, no. 2, pp. 77–90, 2024.
- [22] M. Sari and A. Nugroho, "Consumer perception of data misuse in fintech lending," *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 9, no. 3, pp. 150–163, 2023.
- [23] R. Sihombing and T. Yuniarti, "Data misuse and ethical challenges in fintech services," *Jurnal Etika Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 41–55, 2023.
- [24] M. Silalahi and D. Chairina, "Financial technology and digital economic inclusion in Indonesia," *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, vol. 21, no. 2, pp. 101–115, 2023.
- [25] R. Situmeang, "Trust and perceived risk in online financial services," *Jurnal Manajemen*, vol. 18, no. 3, pp. 233–247, 2021.
- [26] A. Strzelecki and M. Rizun, "Data breach impact on user trust in digital platforms," *Information Systems Management*, vol. 39, no. 4, pp. 289–302, 2022.
- [27] V. W. Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta, Indonesia: Pustaka Baru Press, 2021.
- [28] A. Widyaningrum and R. Pratama, "Transparency and privacy in fintech consumer trust," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 10, no. 2, pp. 95–108, 2022.
- [29] R. Yuliana and D. Prasetya, "Privacy awareness and trust in online financial applications," *Jurnal Teknologi Informasi*, vol. 14, no. 1, pp. 59–72, 2023.