

## ABSTRAK

Salah satu inovasi yang dihasilkan oleh *fintech* adalah *peer-to-peer lending*. Namun dalam beberapa tahun terakhir dengan pertumbuhan yang pesat sayangnya masih banyak ditemukan sentimen negatif pada industri *peer-to-peer lending* ini. Apalagi dengan kemajuan teknologi dan internet, seluruh informasi mengenai *peer-to-peer lending* sangat mudah diakses melalui berita *online* dan media sosial. Banyaknya berita negatif mengenai *peer-to-peer lending* yang dapat menyebabkan penggiringan opini atau sentimen terhadap kinerja *platform peer-to-peer lending*. Selain itu faktor gender pemberi informasi juga berpengaruh terhadap kinerja pasar *peer-to-peer* tersebut. Berdasarkan dari penjelasan di atas belum pernah ada penelitian yang dilakukan sebelumnya di Indonesia sehingga penelitian ini akan melihat bagaimana pengaruh sentimen berita *online* dan informasi media sosial serta faktor gender pemberi informasi terhadap kinerja *peer-to-peer lending*. Metode analisis yang dilakukan adalah menggunakan regresi logistik dan data yang digunakan diambil melalui *machine learning* dengan bahasa pemrograman *python* di *google collab* dari opini media sosial, dan berita *online*, serta gender yang memberi opini di media sosial. Sedangkan kinerja keuangan *peer-to-peer lending* diambil dari laporan kinerja tahunan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara *default*. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa secara parsial sentimen berita *online* berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan *peer-to-peer lending*. Sedangkan, gender pemberi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan *peer-to-peer lending*. Namun, secara simultan sentimen berita *online*, sentimen media sosial dan gender pemberi informasi berpengaruh terhadap kinerja keuangan *peer-to-peer lending*.

Kata Kunci: *Fintech*, *Peer-to-peer lending*, Sentimen, Gender, Media sosial