

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Di era 4.0 saat ini, kemajuan teknologi telah menjangkau seluruh lapisan masyarakat, organisasi, dan institusi perusahaan. Kemajuan pesat di bidang informasi dan teknologi menyebabkan perubahan di berbagai bidang kehidupan masyarakat, termasuk sosial, ekonomi, dan budaya. Kelompok-kelompok tertentu menggunakan pengetahuan dan teknologi yang berkembang begitu cepat untuk menghasilkan teknologi baru. Perdagangan online, atau *e-commerce*, berasal dari sektor bisnis, yang merupakan salah satu bidang di mana penggunaan teknologi dan informasi berdampak besar. Teknologi berkembang tidak hanya di sektor perdagangan, tetapi juga di sektor perbankan. Keberadaan teknologi finansial, atau biasa dikenal dengan istilah *Fintech*, menjadi pembeda.

Teknologi finansial didefinisikan sebagai penerapan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan barang, jasa, teknologi, dan/atau model bisnis baru dan berpengaruh pada stabilitas jumlah uang beredar, sistem keuangan, dan/atau efektivitas, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran (Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial). *Fintech*, secara lebih luas, digambarkan sebagai sebuah industri yang

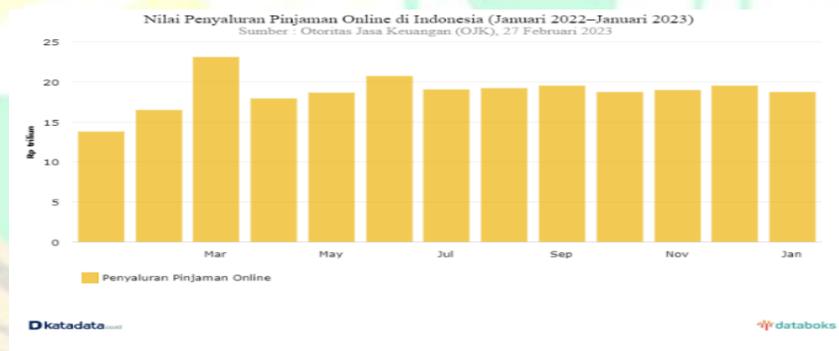
terdiri dari bisnis-bisnis yang menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi sistem keuangan dan layanan keuangan (Muzdalifa et al, 2018).

Fintech dibagi menjadi empat kategori, menurut Bank Indonesia (2017): 1. pembayaran digital, 2. urun dana, dan pembiayaan peer-to-peer. 3.) agregator pasar; 4.) manajemen risiko dan investasi, dengan tujuan memungkinkan *Fintech* untuk menawarkan hampir semua kategori layanan yang identik dengan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan konvensional. *Peer-to-peer lending* adalah salah satu jenis teknologi finansial (*Fintech*) yang menarik perhatian OJK dan BI. *Fintech* ini adalah perusahaan keuangan yang menawarkan layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi, dan merupakan salah satu yang berkembang di Indonesia dan saat ini berada di bawah pengawasan OJK.

Peer-to-peer lending, menurut Fauzia (2021), adalah platform atau layanan yang menghubungkan individu yang ingin meminjamkan uang (investor) dengan pihak yang membutuhkan uang (borrower). OJK (2022) menyatakan bahwa *peer-to-peer lending*, juga disebut sebagai layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi (LPMUBTI), adalah salah satu inovasi baru di industri keuangan. Teknologi memungkinkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman untuk melakukan pinjam meminjam tanpa bertemu secara fisik. Sebuah sistem yang memudahkan pinjam meminjam disediakan oleh penyelenggara *Fintech Lending*, yang dapat diakses melalui aplikasi atau situs web.

Dengan berdirinya perusahaan pinjaman *peer-to-peer* bernama Zopa di Inggris pada tahun 2005, Amerika Serikat menjadi pemimpin dalam pengembangan pinjaman *peer-to-peer*, dengan pendirian perusahaan bernama Prosper dan Lending Club pada tahun 2006. *Peer-to-peer lending* diperkenalkan di Indonesia dengan mengadaptasi sistem pinjaman *peer-to-peer* dari negara-negara yang menjadi pionir, agar sesuai dengan kondisi lokal.

Menurut OJK (2018), perusahaan-perusahaan pinjaman *peer-to-peer* pertama kali muncul pada tahun 2015. Sebanyak 102 bisnis pinjaman *peer-to-peer* diawasi oleh OJK dan memiliki izin per Januari 2023. Sebanyak 10,74 juta akun pemberi pinjaman dan 15,93 juta entitas peminjam telah menerima total sekitar Rp18,73 triliun dalam bentuk pendanaan atau pinjaman yang telah disalurkan (Annur, 2023).



Sumber: databoks.katadata.co.id

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Penyalur Pinjaman Online (Januari 2022 – Januari 2023).

Penyaluran pinjaman online dan *Fintech peer-to-peer lending* mencapai Rp18,73 triliun pada Januari 2023, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.1. Jika

dibandingkan dengan Desember 2022 yang mencapai Rp19,52 triliun, jumlah tersebut menunjukkan penurunan sebesar 4,04%. Penyaluran pinjaman *Fintech peer-to-peer lending*, yang mencapai Rp13,78 triliun pada Januari 2022, meningkat sekitar 35,72% dari tahun sebelumnya. Pada Januari 2023, 15,93 juta entitas peminjam menerima pinjaman online. Menurut Databoks (2023), terdapat 10,74 juta akun entitas dengan total nilai Rp18,81 triliun pada pemberi pinjaman.

Terlepas dari prosedur penyaringan yang ketat dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pinjaman online masih terus berkembang di Indonesia. Meskipun OJK telah menutup 5.468 layanan pinjaman online, banyak masyarakat Indonesia yang masih membutuhkan layanan ini. Mahasiswa saat ini harus menghadapi tuntutan gaya hidup modern, keharusan untuk mencoba berwirausaha, dan kemungkinan adanya kebutuhan mendesak yang harus dipenuhi. Menemukan modal yang diperlukan juga akan menjadi tantangan, terutama jika mahasiswa ingin menghindari merepotkan orang tua mereka dan mencoba mendapatkan pekerjaan sampingan. Selain itu, mahasiswa dianggap sangat terampil dalam menggunakan alat teknologi seperti smartphone (Herawati, 2021).

Mahasiswa dapat menggunakan layanan keuangan berbasis teknologi tanpa harus bertemu secara fisik dan menempuh jarak yang jauh berkat *Fintech peer-to-peer lending*. Selain itu, meminjamkan uang secara online melalui teknologi lebih nyaman, aman, dan mutakhir daripada metode konvensional, yang mengharuskan Anda memberikan bukti fisik identitas Anda untuk meminjam uang. Karena

meningkatnya biaya dan waktu yang dibutuhkan, metode ini menjadi kurang efektif (Ansori, 2019).

Tabel 1. 1 Pengguna peer to peer lending
Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, data diolah (2023)

Usia		Tingkat Pendidikan	
Umur	Persentase	Tk.Pendidikan	Persentase
<19 Tahun	1,01%	Tamatan SD	2,17%
19-34 Tahun	67,19%	Tamatan SMP	13,47%
34-54 Tahun	30,44%	Tamatan SMA	73,53%
>54 Tahun	1,36%	Sarjana	10,83%

Berdasarkan data di atas mengenai usia dan tingkat pendidikan pengguna pinjaman, persentase terbesar adalah 67,19% untuk mereka yang berusia 19 hingga 34 tahun dan 73,53% untuk mereka yang berpendidikan sekolah menengah atas, yang tentu saja mencakup pelajar pada usia dan tingkat pendidikan tersebut. Karena tingginya proporsi individu yang berusia antara 19 hingga 34 tahun dan berpendidikan SMA, para pemberi pinjaman memiliki kesempatan untuk memberikan penawaran kepada para pelajar yang mungkin menjadi peminjam potensial. Menurut data yang disebutkan di atas, perusahaan-perusahaan *Fintech peer-to-peer lending* melihat mahasiswa sebagai pelanggan potensial untuk layanan pinjaman mereka.

Dillahi dan Pratama (2022) melakukan penelitian terhadap mahasiswa dan *Fintech peer-to-peer lending*. Sebanyak 272 mahasiswa di Kota Padang diketahui terbiasa menggunakan aplikasi pinjaman online (*peer to peer lending*) ketika Dillahi dan Pratama meneliti mahasiswa di 19 perguruan tinggi di Kota Padang yang pernah meminjam, menggunakan kartu kredit, dan menggunakan aplikasi paylater.

Berbagai faktor, seperti *Social Influence* (Amrullah & Anjar, 2018), *Hedonic Motivation* (Ventakesh et al., 2012), *Habit* (Ventakesh et al., 2012), *Trust* (Chuang et al., 2016), dan religiusitas (Asniyati & Yaya, 2020), memengaruhi mahasiswa dalam menggunakan pinjaman *peer-to-peer*. Dalam hal pinjaman *peer-to-peer*, elemen-elemen yang disebutkan di atas sangatlah penting agar mahasiswa dapat menggunakan pinjaman online.

Menurut Venkatesh dkk. (2003), *Social Influence* adalah sejauh mana perilaku atau pilihan seseorang untuk menggunakan suatu produk baru dapat dipengaruhi oleh lingkungannya. Dalam konteks *Fintech*, komponen ini dapat dipahami sebagai sejauh mana keputusan seseorang untuk menggunakan layanan keuangan digital dipengaruhi oleh ajakan atau dorongan dari orang-orang yang berada di lingkungan sosial terdekatnya. Berdasarkan temuan studi dan observasi lapangan, orang-orang yang baru pertama kali menggunakan layanan *peer-to-peer lending* dan merasa puas akan membagikan pengalamannya kepada orang-orang terdekatnya. Hal ini mendorong orang lain untuk menggunakan layanan *peer-to-peer lending*.

Di sisi lain, pengguna yang tidak puas dengan pinjaman *peer-to-peer* sebaiknya menyarankan calon pengguna untuk tidak menggunakan fitur-fitur layanan

tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah pemberi pinjaman *peer-to-peer* dapat bervariasi tergantung pada *Social Influence* (Lestari, 2022). Menurut penelitian Agustina & Dalimunthe (2020), faktor sosial, atau *Social Influence*, secara signifikan meningkatkan kemungkinan peminjam untuk menggunakan aplikasi pinjaman *peer-to-peer* untuk membiayai niat meminjam mereka. Berbeda dengan Hasibuan (2021), yang menyatakan bahwa niat menggunakan pinjaman online tidak dipengaruhi oleh *Social Influence*.

Hedonic Motivation merupakan faktor tambahan. *Hedonic Motivation* memiliki dampak besar pada adopsi teknologi (Venkatesh et al., 2012). Kenikmatan atau kebanggaan yang didapat dari penggunaan teknologi dikenal sebagai *Hedonic Motivation*, dan hal ini semakin penting dalam menentukan apakah teknologi baru dapat diterima atau tidak (Brown & Venkatesh; 2005). (Venkatesh & Brown, 2005). *Hedonic Motivation* dalam konteks *peer-to-peer lending* menunjukkan bahwa karena *peer-to-peer lending* dapat dengan cepat memenuhi kebutuhan pengguna, khususnya kebutuhan pendanaan, maka kepuasan pengguna akan meningkat ketika menggunakannya. Menurut penelitian Kurniawati dkk. (2022), *Hedonic Motivation* dapat memberikan dampak yang baik terhadap penggunaan aplikasi *Fintech*.

Habit merupakan faktor tambahan. Menurut Indrawati dkk. (2017), *Habit* adalah sejauh mana orang memiliki kecenderungan otomatis untuk menggunakan sistem informasi setelah melakukan pembelajaran. Menurut penelitian ini, *Habit* dapat menjadi penting ketika pengguna *peer-to-peer lending* terbiasa meminjamkan uang atau menyuplai dana melalui aplikasi *Fintech* karena adanya peluang atau

tuntutan yang menguntungkan. Karena *Habit*, mahasiswa sering melakukan perilaku otomatis. Pengguna secara otomatis akan terus menggunakan aplikasi *peer-to-peer lending* untuk pinjaman online selama mereka sering menggunakannya. Agar tindakan pengguna yang berulang-ulang dapat berkembang menjadi *Habit*. Menurut penelitian Venkatesh (2012), *Habit* konsumen memiliki dampak besar pada bagaimana mereka menggunakan teknologi pribadi dalam lingkungan yang beragam dan dinamis.

Trust adalah faktor tambahan. Ketika melakukan transaksi online, *Trust* adalah komponen yang sangat penting. Ketika dua orang atau lebih saling percaya satu sama lain, maka transaksi yang melibatkan *Trust* akan terjadi (Anwar & Adidarma 2016). Prikilla (2018) mendefinisikan *Trust* sebagai kesiapan konsumen untuk mendapatkan dan melakukan transaksi online sesuai dengan harapan optimis tentang sikap mereka terhadap belanja di masa depan. Ketika pelanggan mempercayai penyedia layanan online untuk memastikan keamanan mereka saat bertransaksi, mereka menunjukkan keyakinan mereka akan ketergantungan mereka.

Penelitian Fitria (2017), Harahap (2020), dan Angelina dan Mashariono (2020) menunjukkan adanya pengaruh *Trust* terhadap minat untuk menggunakan layanan pinjaman online. Menurut penelitian Contreras Pinochet dkk. (2019), *Trust* secara signifikan meningkatkan kecenderungan seseorang untuk menggunakan layanan kredit yang tersedia. Hal ini merupakan hasil dari persepsi pelanggan terhadap kebutuhan dan *Trust* terhadap layanan yang diberikan. Oleh karena itu, tingkat *Trust* pribadi yang lebih besar terhadap layanan dana online karena

kelebihannya dalam meningkatkan kehidupan sehari-hari akan mendorong seseorang untuk menggunakan layanan pinjaman dana online.

Agama adalah faktor tambahan. Tingkat religiusitas seseorang memainkan peran penting dalam kehidupannya dan mempengaruhi pengambilan keputusannya. Demikian pula halnya dengan masalah keuangan, khususnya pinjaman online. Ketika mengambil pinjaman online untuk mengatasi kesulitan keuangan dengan cepat, seseorang yang taat beragama akan menggunakan nilai agamanya untuk menentukan lembaga atau tempat meminjam uang - lembaga konvensional atau lembaga syariah, misalnya - karena nilai agama dianggap sebagai landasan atau pedoman untuk memastikan bahwa semua tindakan sesuai dengan ajaran agama.

Menurut Panduwinasari dkk. (2021), religiusitas mengacu pada sejauh mana seseorang telah menginternalisasi ajaran agama dan seberapa besar hal ini memengaruhi pengambilan keputusan mereka. Selain itu, tidak mungkin untuk memisahkan keputusan meminjamkan uang dari tingkat religiusitas seseorang. Ketika seseorang sangat religius, mereka biasanya menghindari melakukan pinjaman online karena mereka percaya bahwa hal tersebut bertentangan dengan doktrin agama. Hal ini disebabkan oleh proses penagihan pinjaman yang kasar. Proses ini bertentangan dengan prinsip cinta kasih serta bunga haram (Iskamto, 2017; Rastari, 2019; Wardani et al., 2020). Hanif dan Santosa (2023) menemukan bahwa penggunaan pinjaman *peer-to-peer* berbasis syariah dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh religiusitas.

Saat kuliah, salah satu hal yang terkadang tidak dapat dihindari adalah kebutuhan biaya pendidikan dan kebutuhan belajar. *Fintech peer-to-peer lending* mengalami perkembangan yang signifikan dibandingkan dengan platform *Fintech* lainnya karena kebutuhan finansial masyarakat Indonesia yang cukup besar (Rizal et al., 2018). *Fintech peer-to-peer lending* telah menyediakan berbagai produk pinjaman dengan persyaratan yang cepat dan mudah bagi mahasiswa. Sebut saja AdaKami, Paylater, KoinWorks, Pintek, Kredit Pintar, Bantusaku, dan beberapa contoh lainnya. Menurut kontan.co.id (2020), inisiatif dari Kementerian Kebudayaan untuk mendigitalkan institusi pendidikan sebagai sumber daya manusia untuk Revolusi Industri 4.0 mendapat dukungan dari *Fintech peer-to-peer lending*.

Dengan maraknya penyebaran aplikasi yang dapat diunduh melalui toko aplikasi smartphone dan play store, serta strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pemberi pinjaman online di platform media sosial, mahasiswa dapat dengan mudah mengakses aplikasi terkait pinjaman online baik dalam bentuk pinjaman dana tunai maupun kredit barang. Berbeda dengan pinjaman konvensional yang mengharuskan peminjam melampirkan agunan dan jaminan lainnya setiap bulannya, persyaratan yang diajukan untuk pencairan pinjaman online juga sangat cepat dan sederhana, yaitu hanya dengan melampirkan foto identitas diri. Proses pencairan membutuhkan waktu yang cukup lama karena beberapa tahapan yang harus dilalui (Dara, 2018). Oleh karena itu, mengingat kesulitan yang dihadapi mahasiswa, pembiayaan *Fintech peer-to-peer* menjadi salah satu pilihan pembiayaan yang dapat dipertimbangkan.

Kota Padang juga dikenal sebagai Kota Pelajar karena terdapat banyak kampus perguruan tinggi. Menurut penelitian Dillahi dan Pratama, sebanyak 272 mahasiswa pernah meminjam uang, menggunakan kartu kredit, dan menggunakan aplikasi *paylater*. Hal ini mengindikasikan bahwa banyak mahasiswa di Kota Padang yang sudah terbiasa menggunakan situs-situs pinjaman *peer-to-peer*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MAHASISWA DI KOTA PADANG DALAM MENGGUNAKAN *PEER-TO-PEER LENDING*.”**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang dapat diambil adalah :

1. Bagaimana *Social Influence (social influence)* mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan *peer to peer lending*?
2. Bagaimana motivasi hedonnis (*hedonic motivation*) mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan *peer to peer lending*?
3. Bagaimana *Habit (habit)* mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan *peer to peer lending* ?
4. Bagaimana *Trust (trust)* mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan *peer to peer lending*?
5. Bagaimana *religiuitas* mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan *peer to peer lending*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah:

1. Tujuan umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah mendeskripsikan faktor – faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan *peer-to-peer lending* di kalangan mahasiswa yang berkuliah dikota Padang.

1. Tujuan khusus

Untuk mengetahui tujuan umum diatas, maka disusunlah tujuan tujuan khusus yaitu :

- a. Mendeskripsikan faktor – faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan *peer-to-peer lending* di kalangan mahasiswa yang berkuliah dikota Padang.
- b. Mendeskripsikan akibat dalam penggunaan *peer-to-peer lending* dikalangan mahasiswa yang berkuliah dikota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan memberikan perspektif baru pada penelitian *peer-to-peer lending*, khususnya pada mahasiswa yang kuliah di kota Padang.

2. Bagi Praktisi

Sebagai ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga dalam meningkatkan pemahaman tentang *peer-to-peer lending*.



1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini memiliki batasan konteks pada Mahasiswa yang sedang berkuliah di Kota Padang. Variabel yang digunakan adalah *Social Influence (social influence)*, motivasi hedonnis (*hedonic motivation*), *Trust (Trust)* dan *religiusitas*. dan Variabel dependen yaitu penggunaan *Peer to peer lending*.

1.6 Sistematika Penulisan

Ada lima bab dalam sistematika dalam menulis penelitian ini yaitu :

BAB I Pendahuluan terdiri atas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka terdiri atas landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III Metode yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, defisini operasional variabel, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV Hasil dari penelitian, dan pembahasan mengenai analisis *Social Influence (Social influence)*, motivasi hedonnis (*Hedonic motivation*), *Habit (Habit)*, pengaruh *Trust (Trust)*, dan

religiusitas dalam penggunaan *peer to peer lending* dikalangan mahasiswa yang sedang berkuliah dikota Padang.

BAB V Kesimpulan hasil penelitian, implikasi penelitian, keterbatasan dan saran yang diberikan kepada peneliti berikutnya.

