

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi di era digital ini semakin berkembang pesat, segala aktivitas manusia rasanya tidak terlepas dengan teknologi. Salah satu kemajuan teknologi pada saat ini yaitu *Financial Technology* atau kerap di kenal sebagai *Fintech*. Finansial teknologi merupakan gelombang baru perusahaan yang memberikan model baru dalam cara individu dalam bertransaksi, seperti membayar, mengirim uang, meminjam, meminjamkan, dan menginvestasikan uang mereka (Amalia, 2016: 345). *Financial technology* atau *fintech* adalah perusahaan yang menggabungkan layanan jasa keuangan dengan teknologi. Ada banyak jenis fintech yang saat ini sedang berkembang diantaranya; *crowdfunding*, *peer to peer lending*, *market comparison*, *e-wallet*, investasi digital dan *digital payment system* atau *payment gateway*. Salah satu jenis dari finansial teknologi yang sedang ramai diperbincangkan yaitu *Peer to peer lending* atau Pinjaman *online*.

Pinjaman *online* disebut sebagai inovasi penyedia layanan keuangan dalam kegiatan pinjam meminjam yang menjadi berbasis *online*. Berbagai keuntungan yang di tawarkan dari pinjaman *online* yaitu proses pencairan dana yang cepat, persyaratan yang mudah terkadang hanya membutuhkan data diri, tanpa jaminan, serta dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Hal terserbut menyebabkan tingkat pengguna pinjaman *online* di indonesia dari tiap taunnya meningkat pesat. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat sebanyak 101 penyelenggara pinjaman *online* atau platfrom pinjaman *online* resmi berizin di indonesia per januari 2024. Berdasarkan

hasil survey Populix yang dilakukan pada September 2023 yang berjudul “*Unveiling Indonesia’s Financial Evaluation : Fintech Lending and Paylater Adaption*” menyebutkan bahwa Akulaku sebagai aplikasi pinjaman *online* paling banyak digunakan oleh konsumen Indonesia tercatat sebanyak 46% responden mengaku menggunakan Akulaku. Akulaku menjadi sangat diminati karena brandingnya yang menyebutkan hanya butuh waktu 5 menit untuk mengajukan pinjaman.

Menurut laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Agustus 2023 terdapat sekitar 13,37 juta akun penerima pinjaman *online* di seluruh Indonesia. Dengan nilai pinjaman mencapai Rp20,53 triliun. OJK mencatat mayoritas penerima pinjaman *online* berasal dari wilayah Jawa Barat yaitu 10,47 juta penerima atau setara dengan 78,3% dari total peminjam seluruh Indonesia. Dengan nilai pinjaman mencapai sebesar Rp8,01 triliun. Asosiasi Fintech Pendaan Bersama Indonesia (AFPI) menyebutkan bahwa mayoritas peminjam di *fintech peer to peer lending* (P2P) atau pinjaman *online* yaitu generasi muda dengan umur 19-34 tahun. Dengan rata-rata pinjaman sekitar Rp2,3-2,5 juta. Generasi muda dianggap memiliki perilaku konsumtif yang tinggi, tidak mau kalah dengan teman sebaya, mereka selalu merasa jika orang melakukan sesuatu dia juga harus melakukan sesuatu, memiliki gengsi yang tinggi sehingga mereka mau melakukan segala cara termasuk mengambil risiko yaitu dengan melakukan pinjaman *online*.

Pinjaman *online* menjadi alternatif masyarakat yang membutuhkan dana cepat untuk memenuhi kebutuhan mendesak, untuk modal usaha, perilaku konsumtif, memenuhi gaya hidup atau *hedonisme*, bahkan tak jarang pinjaman

online dilakukan untuk menutupi pinjaman lain atau disebut gali lubang tutup lubang. Hal tersebut tentunya membawa dampak negatif akibat pinjaman *online* walaupun kita juga tidak dapat menampik banyak orang yang juga merasa terbantu dengan adanya pinjaman *online*. Namun kita juga perlu mengetahui risiko yang mungkin dapat terjadi ketika kita memutuskan untuk menggunakan pinjaman *online* seperti penyalahgunaan data pribadi, bunga yang tinggi yang bisa menyebabkan gagal bayar. Tercatat per September 2023 2,6 juta orang kesulitan dalam mengembalikan dana pinjaman atau disebut gagal bayar. Ketika gagal bayar kerap terjadi aksi terror yang bisa membuat peminjam stress bahkan depresi berat, sehingga tercatat sepanjang tahun 2023 ada 25 kasus bunuh diri yang disebabkan oleh pinjaman *online*.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan permasalahan tersebut dikaitkan dengan minimnya tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia, terutama literasi keuangan digital. Faktor yang memengaruhi literasi keuangan yaitu tingkat pendidikan, pengalaman, budaya maupun lingkungan. Literasi keuangan digital di definisikan sebagai bentuk keterampilan yang kompleks dan menyangkut keterampilan baru yang harus dimiliki manusia ketika berhadapan dengan lingkungan digital saat ini. Literasi keuangan digital juga disebut sebagai konsep multi-dimensi yang mengintegrasikan literasi keuangan, kemampuan keuangan dan digital (AFI, 2021: 4).

Literasi keuangan digital terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan keuangan pada mahasiswa kota Semarang, dimana keputusan keuangan mencakup keputusan untuk melakukan pinjaman *online*

(Septian Yudha, et. al.,2023: 24). Literasi keuangan digital juga berpengaruh terhadap perilaku keuangan pada generasi Z, hal itu dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan digital membuat semakin baik perilaku keuangan baik perilaku menabung atau pengeluaran mereka (Rita Rahayu, 2022). Akan tetapi pada kenyataannya tingkat literasi keuangan digital atau *Digital Financial Literacy* terlebih literasi keuangan digital mengenai pinjaman *online* masih sangat rendah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebut tingkat literasi keuangan pada *financial technology peer to peer lending* atau pinjaman *online* hanya sekitar 10,90%. Hal tersebut membuat penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian serta membuktikan terkait pengaruh literasi keuangan digital terhadap keputusan penggunaan pinjaman *online* untuk membuktikan pendapat tersebut.

Selain mengenai literasi keuangan, permasalahan lain yang terjadi yaitu kecenderungan seseorang untuk menyukai atau mempercayai sesuatu dikarenakan mayoritas orang atau teman sebayanya melakukan atau mempercayai hal itu, disebut dengan istilah *Bandwagon Effect* (Leibenstein, dikutip dalam Reyhana, 2021). *Bandwagon effect* merupakan fenomena pengambilan keputusan seseorang yang dipengaruhi oleh keputusan mayoritas (Hong & Konrad, dikutip dalam Reyhana, 2021). Generasi muda merupakan sasaran empuk untuk terkena *Bandwagon Effect* terlebih baru-baru ini muncul istilah *hedonic treadmill* atau bagaimana seseorang menginginkan gaya hidup lebih dan lebih. Generasi muda mudah terbawa arus mereka selalu merasa sebuah keharusan untuk mengikuti sesuatu yang sedang trendi atau menjadi bagian dari kelompok, efek ikut-ikutan itulah yang disebut *bandwagon effect*.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Bandwagon Effect* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Evelina & Pebrianti, 2021: 99). Dalam hal ini, pinjaman *online* dapat menimbulkan sikap kecanduan dan menimbulkan gaya hidup yang hedonisme dan ini memicu timbulnya perilaku konsumtif (Tegar, et. al., 2023). Hal itu juga di dukung oleh penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa *Bandwagon effect* memiliki pengaruh positif terhadap Intensi Penggunaan Layanan Pinjaman *Online (Peer To Peer Lending)* (Reyhana Viya R, 2021). Hal itu membuat peneliti tertarik untuk membuktikan terkait pengaruh *bandwagon effect* terhadap keputusan penggunaan pinjaman *online* dengan objek penelitian yang berbeda.

Selain mengenai literasi keuangan digital, dan juga *bandwagon effect*, satu hal lagi mengenai risiko yang erat kaitannya dengan pinjaman *online*. Risiko yang dimaksud mengenai preferensi risiko, dimana preferensi risiko digunakan sebagai pertimbangan masyarakat ketika memutuskan untuk menggunakan pinjaman *online*. Selain untuk perilaku investasi preferensi risiko juga sangat penting bagi kredit konsumen. Preferensi risiko sebagai label yang digunakan untuk mendiskripsikan pilihan seseorang ketika dihadapkan pada dua pilihan/opsi dengan nilai yang diharapkan sama/seimbang tetapi berbeda pada dimensi yang diasumsikan untuk memengaruhi keberisikoan dari pilihan (Weber dan Hsee, dikutip dalam Wahyu & Patriani, 2020). Risiko merupakan fungsi dari keuntungan maupun kerugian. Pinjaman *online* memiliki salah satu risiko yang sering kali muncul yaitu ketika peminjam terjebak pada iming-iming bunga rendah padahal bunga yang didapat sangat tinggi, hal itu menyebabkan terjadinya gagal bayar.

Maka dari itu preferensi risiko disini disebut kemampuan dalam membandingkan konsekuensi-konsekuensi atau risiko yang dapat terjadi jika memutuskan untuk menggunakan layanan jasa pinjaman *online*.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan menunjukkan bahwa preferensi risiko memiliki pengaruh positif terhadap niat investasi digital. Investasi digital dan pinjaman *online* dianggap setara karena keduanya merupakan bagian dari Finansial Teknologi (Dewi & Gading, 2023: 218). Akan tetapi terdapat penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa preferensi risiko tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan pinjaman online (Maivalinda, et. al., 2023). Maka dari itu peneliti merasa perlu untuk meneliti kembali terkait pengaruh preferensi risiko terhadap keputusan penggunaan pinjaman *online*.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh literasi keuangan digital terhadap pinjaman *online*, *bandwagon effect* terhadap pinjaman *online* serta preferensi risiko terhadap pinjaman *online*, sehingga perlu dianalisis sejauh mana **"Pengaruh Literasi Keuangan Digital *Bandwagon Effect* Dan Preferensi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman *Online* (Kasus Pengguna Akulaku Di Jawa Barat)"**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang, maka rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana Literasi Keuangan Digital, *Bandwagon Effect*, Preferensi Risiko, Keputusan Penggunaan Pinjaman *Online*, pada pengguna Akulaku di Jawa Barat?

2. Bagaimana pengaruh Literasi Keuangan Digital, *Bandwagon Effect*, Preferensi Risiko, Terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman *Online* pada pengguna Akulaku di Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah , maka penelitian bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui Literasi Keuangan Digital, *Bandwagon Effect*, Preferensi Risiko Dan Keputusan Penggunaan Pinjaman *Online* pada pengguna Akulaku di Jawa Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan Digital, *Bandwagon Effect*, Dan Preferensi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman *Online* pada pengguna Akulaku di Jawa Barat.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan terkait Pengaruh Literasi Keuangan Digital, *Bandwagon Effect*, dan Preferensi Risiko, terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman *Online*. Serta penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti yang akan mengkaji dengan variabel yang sama.

1.4.2 Manfaat Praktis

1) Manfaat untuk peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan mampu untuk menambah serta memperluas wawasan dan pengetahuan sehingga mampu membuat gagasan atau ide terkait Pengaruh Literasi Keuangan Digital, *Bandwagon Effect*, Preferensi Risiko, terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman *Online*.

2) Manfaat untuk pembaca

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi bacaan sehingga pembaca ataupun peneliti lain dengan variabel yang sama bisa mengembangkan ide dan memperluas wawasan terkait Pengaruh Literasi Keuangan Digital, *Bandwagon Effect*, Preferensi Risiko, terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman *Online*.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan sebaran kuisioner pada masyarakat di wilayah Jawa Barat yang menggunakan aplikasi Pinjaman *Online* yaitu Akulaku.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini diselesaikan dalam waktu 8 bulan terhitung dimulai November 2023 sampai dengan Juni 2024. Dengan rincian kegiatan seperti yang disajikan pada lampiran 1.