

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Dalam tinjauan pustaka akan dijelaskan beberapa pengertian dari literasi keuangan digital, *bandwagon effect*, preferensi risiko dan keputusan penggunaan pinjaman *online*.

2.1.1 Literasi Keuangan Digital

Keuangan digital menggambarkan digitalisasi dari industri keuangan secara umum, yang melibatkan semua produk dan layanan elektronik dari sektor keuangan. Hadirnya layanan keuangan secara digital membuat masyarakat memiliki banyak pilihan untuk mengakses layanan keuangan tanpa perlu datang secara fisik ke kantor lembaga jasa keuangan. Oleh karena itu, kita perlu mempersiapkan diri dengan kemampuan literasi keuangan digital yang mumpuni. Kemampuan literasi keuangan digital ini bukan hanya untuk kepentingan transaksi keuangan, melainkan juga untuk memenuhi kebutuhan dan aktivitas kehidupan lainnya yang berbasis digital.

2.1.1.1 Definisi Literasi Keuangan Digital

Literasi keuangan ialah sebuah kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat yang pada akhirnya mencapai kesejahteraan keuangan individu. Untuk memiliki literasi keuangan maka seseorang perlu mengembangkan keahlian keuangan (*financial skill*) dan belajar untuk menggunakan alat keuangan

(*financial tools*). Keahlian keuangan (*financial skill*) ialah sebuah teknik untuk membuat keputusan dalam pengelolaan keuangan. Alat keuangan (*financial tools*) ialah bentuk bagan yang dipergunakan dalam membuat keputusan pengelolaan keuangan. Untuk mendapatkan literasi keuangan, seseorang dapat mendapatkannya melalui pendidikan formal, seminar, serta sumber-sumber lainnya seperti orang tua, teman, atau surat kabar.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan yang dirangkum dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia literasi keuangan merupakan “pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan”. Apabila dilihat dari sisi konsumsi, pendidikan dan literasi keuangan dapat memberdayakan konsumen untuk menjadi pembeli yang lebih baik dan memungkinkan konsumen mendapatkan barang dan jasa dengan biaya lebih rendah.

Literasi keuangan digital didefinisikannya sebagai bentuk keterampilan yang kompleks dan menyangkut keterampilan baru yang harus dimiliki manusia ketika berhadapan dengan lingkungan digital saat ini. Sementara itu literasi keuangan digital adalah konsep multi-dimensi yang mengintegrasikan literasi keuangan, kemampuan keuangan dan digital (AFI, 2021: 4). Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan keterampilan, kemampuan, serta pemahaman seseorang terhadap layanan keuangan pada teknologi digital. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebut Literasi keuangan digital atau *Digital Financial Literacy* (DFL) merupakan pengetahuan, keterampilan, keyakinan dan kompetensi

untuk menggunakan layanan keuangan digital dengan aman untuk membuat keputusan keuangan yang baik.

2.1.1.2 Indikator Literasi Keuangan Digital

Literasi keuangan digital mengukur kemampuan seseorang terkait dengan pemahaman tentang layanan keuangan digital. Indikator literasi keuangan yaitu (Soetiono dan Cecep, 2018: 34):

- 1) Pengetahuan umum keuangan
- 2) Pengetahuan manajemen keuangan
- 3) Pengetahuan terhadap nilai barang
- 4) Pengetahuan mengenai resiko

Literasi keuangan digital mengukur kemampuan seseorang terkait dengan pemahaman tentang layanan keuangan digital. Indikator literasi keuangan digital yaitu (Maivalinda et.al., 2023):

- 1) Pemahaman terhadap Keuangan Digital
- 2) Penilaian Kritis terhadap Keuangan melalui Pinjaman Digital
- 3) Pemahaman Etika Keuangan Digital
- 4) Pembelajaran Keuangan Digital

2.1.2 Bandwagon Effect

Bandwagon Effect atau efek ikut-ikutan merupakan suatu perilaku individu yang melakukan sesuatu disebabkan oleh seseorang orang kelompok juga melakukan hal tersebut. *Bandwagon effect* juga disebut sebagai proses pengambilan keputusan seseorang yang dipengaruhi oleh keputusan mayoritas.

2.1.2.1 Definisi *Bandwagon Effect*

Perilaku individu adalah tindakan kongkrit yang dilakukan oleh seseorang. Perilaku keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam mengatur perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana keuangan sehari-hari (Kholiah dan Iramani, 2013). *Bandwagon Effect* merupakan istilah yang merujuk pada perilaku seseorang. 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). Pemakaian kata atau istilah “*bandwagon effect*” yakni berasal dari Amerika pada akhir abad ke-19, *wagonyang* berarti gerobak dalam sebuah parade berisi band musik, berkeliling dengan dibelakangnya diikuti oleh banyak orang yang ingin menikmati musik tersebut. Seiring berjalannya waktu, hal tersebut dipahami sebagai bentuk manipulasi untuk memengaruhi orang agar ikut serta bergabung kedalam suatu tren. *Bandwagon effect* merupakan fenomena yang terjadi saat seseorang yang merasa nyaman karena orang lain juga melakukan hal yang sama seperti yang dia lakukan (Rohlf, 2003: 287). Dengan kata lain *bandwagon effect* atau efek ikut-ikutan merupakan perilaku yang dilakukan seseorang karena orang lain atau kelompok melakukan hal serupa, dalam hal ini perilaku seseorang atau perilaku keuangan seseorang dalam pengambilan keputusan keuangan yang dilakukan berdasarkan orang lain atau keputusan mayoritas.

2.1.2.2 Faktor-Faktor *Bandwagon Effect*

Berikut terdapat beberapa faktor yang memengaruhi *Bandwagon Effect* yaitu (Cherry, 2020):

1) *Groupthink*

Bandwagon Effect pada dasarnya merupakan jenis *groupthink*. Semakin banyak orang yang mengadopsi tren tertentu, semakin banyak kemungkinan orang lain untuk ikut-ikutan. Ketika tampaknya semua orang melakukan sesuatu, ada tekanan luar biasa untuk menyesuaikan diri, sehingga membuat *bandwagon effect* sendiri cenderung terbentuk dengan mudah.

2) Keinginan untuk menjadi Benar

Setiap orang ingin menjadi bagian dari pihak yang benar. Sebagian alasan orang menyesuaikan diri adalah karena mereka mencari orang lain dalam kelompok sosial mereka untuk mendapatkan informasi tentang apa yang benar atau dapat diterima. Jika semua orang melakukan sesuatu hal, maka hal tersebut akan dianggap benar.

3) Kebutuhan untuk Menjadi Bagian dalam Kelompok

Pada umumnya, individu tidak ingin terlihat sebagai orang aneh, sehingga membuat individu mengikuti apa yang dilakukan oleh anggota kelompok lainnya sebagai cara untuk memastikan penerimaan dirinya di dalam kehidupan sosial.

2.1.2.3 Indikator *Bandwagon Effect*

Bandwagon Effect terdiri dari beberapa indikator yaitu (Evelina & Pebrianti, 2021: 99):

1) *Conformity*

Conformity atau kesesuaian yaitu kecenderungan individu mengubah persepsi, opini, serta perilaku, agar terlihat sesuai atau konsisten dengan norma-norma kelompok.

2) *Interpersonal Influence*

Interpersonal Influence atau pengaruh interpersonal didefinisikan sebagai keinginan untuk mencocokkan harapan orang lain dari keputusan untuk membeli atau menggunakan produk serta kecenderungan seseorang untuk mempelajari suatu produk atau layanan dengan mengamati orang lain atau mencari informasi dari orang lain.

3) *Status Seeking*

Status seeking atau pencarian status dapat diartikan sebagai perilaku individu dalam mencari status sosial yang lebih tinggi, meningkatkan harga diri dan semakin dihargai dan dihormati masyarakat/gengsi.

2.1.3 Preferensi Risiko

Preferensi bisa dikatakan sebagai pilihan. Preferensi biasanya digunakan ketika seseorang akan melakukan atau memilih sesuatu dengan membandingkan pilihan satu dengan pilihan yang lainnya. Risiko merupakan konsekuensi yang timbul dari apa yang kita lakukan, kita pilih atau ketika kita memutuskan sesuatu. Dengan demikian preferensi risiko dapat didefinisikan sebagai pilihan seseorang ketika dihadapkan dengan dua pilihan yang memiliki risiko.

2.1.3.1 Definisi Preferensi Risiko

Preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu (Andi, dikutip dalam Hilma, dkk, 2022). Risiko disebut sebagai “bahaya” yang mengacu pada konsekuensi yang mungkin terjadi sebagai akibat dari suatu proses yang sudah berjalan, akan berjalan, atau akan dimulai (Hanafi, dikutip dalam Siska, dkk., 2023: 1). Risiko adalah prospek suatu hasil yang tidak disukai (Keown, 2000). Risiko juga didefinisikan sebagai ketidakpastian yang bisa memberi efek positif (keuntungan) atau negatif (kerugian) pada satu atau lebih tujuan. Risiko adalah suatu konsekuensi dari semua model adopsi teknologi sehingga model layanan *fintech* juga tidak terlepas dari ancaman risiko (Arner & Buckley, 2017: 371).

Preferensi risiko didefinisikan sebagai label yang digunakan untuk mendeskripsikan 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).

Preferensi risiko dapat diartikan sebagai kecenderungan individu untuk memilih opsi dalam menghadapi risiko (Gesta, 2019). Preferensi risiko dalam penelitian ini merupakan kemampuan seseorang dalam memilih atau membandingkan konsekuensi-konsekuensi yang di tawarkan oleh layanan jasa pinjaman *online*.

2.1.3.2 Faktor yang Memengaruhi Preferensi Risiko

Berikut terdapat dua faktor utama yang memengaruhi preferensi (Husein, 2005: 66):

1) Faktor Lingkungan

Faktor-faktor lingkungan seperti budaya, kelas sosial, dan pengaruh pribadi akan memengaruhi perilaku konsumen didalam lingkungan yang kompleks.

2) Faktor Psikolog

Faktor psikolog merupakan proses pengolahan informasi, pembelajaran, dan perubahan sikap atau perilaku yang terdiri dari motivasi dan keterlibatan, persepsi, proses belajar atau pengetahuan, kepercayaan, demografi, dan sikap.

2.1.3.3 Indikator Preferensi Risiko

Terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur preferensi risiko (Paul A. Pavlou, 2003: 101):

- 1) Ada risiko yang ditimbulkan
- 2) Ada kerugian yang dialami
- 3) Ada anggapan bahwa produk tersebut berisiko

2.1.4 Keputusan Penggunaan Pinjaman *Online*

Keputusan (*decision*) adalah berarti pilihan (*choice*), yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Walaupun keputusan biasa dikatakan sama dengan pilihan, ada perbedaan penting di antara keduanya. Keputusan adalah tentang pilihan nyata karena pilihan diartikan sebagai pilihan termasuk pilihan tentang

cara untuk mencapai tujuan itu, apakah pada tingkat individu atau kolektif. Selanjutnya bahwa suatu keputusan ditemukan akhir dari suatu proses yang lebih dinamis, yang diberi label pengambilan keputusan. Penggunaan berarti menggunakan atau seorang yang menggunakan. Maka dari itu keputusan penggunaan adalah pilihan seseorang akan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks ini makna tersebut menunjukkan bahwa bagaimana seseorang memutuskan untuk menggunakan pinjaman *online* atau tidak.

2.1.4.1 Definisi Keputusan Penggunaan Pinjaman *Online*

Keputusan merupakan sikap seseorang dalam mengambil tindakan, yang mendorong lahirnya gerakan dan perubahan. Keputusan sebagai sebuah kesimpulan yang dicapai sebelum dilakukan pertimbangan, yang terjadi setelah satu kemungkinan dipilih sementara yang lain dikesampingkan (Etty & Faris, 2022: 41). Pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari sejumlah alternative yang tersedia dalam pengaruh situasi yang kompleks. Perilaku pengambil keputusan yang berhubungan dengan keuangan disebut dengan perilaku keuangan (Tona, 2016: 109). Keputusan penggunaan merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler & Amstrong, 2016: 177).

Pinjaman *online* atau disebut Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI) adalah sebuah inovasi layanan keuangan dengan mempergunakan teknologi yang memberi kemungkinan kepada peminjam dan

pemberi pinjaman melakukan transaksi tanpa diharuskan berhadapan secara langsung dengan sistem yang diadakan oleh *fintech lending* melalui website ataupun aplikasi. Dalam Pasal 1 ayat 3 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 Tahun 2016, menjelaskan bahwa layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi adalah penyelenggaraan layanan keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dalam mata uang rupiah yang disediakan melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet. Pinjaman *online* dengan sistem pencairan yang cepat serta tidak membutuhkan jaminan merupakan solusi alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan dana cepat, tanpa harus mengajukan secara tatap muka, sehingga dapat dilakukan dimanapun serta kapanpun.

Berdasarkan uraian diatas maka keputusan penggunaan pinjaman *online* adalah keterampilan individu dalam memilih untuk membeli, atau menggunakan layanan pinjaman *online* sesuai keinginan maupun kebutuhan mereka.

2.1.4.2 Jenis-Jenis Pinjaman *Online*

Beberapa jenis pinjaman *online* diantaranya yaitu (*Online Pajak*, 2018):

1) KTA

Kredit Tanpa Agunan (KTA) merupakan salah satu produk kredit atau pinjaman *online* pribadi tanpa mensyaratkan jaminan/agunan atas kredit yang diminta.

2) Kredit Karyawan

Kredit karyawan merupakan pinjaman yang dirancang khusus karyawan

yang bekerja di sebuah lembaga perusahaan, badan usaha, serta lembaga. Biasanya syarat pengajuan dengan persetujuan SK Pengangkatan PNS/Pegawai Tetap.

3) Kredit Kendaraan

Kredit kendaraan saat ini sudah mulai dapat diakses secara online Dengan syarat dan ketentuan seperti biasa, namun berbasis *online*.

4) KPR

KPR (Kredit Pemilikan Rumah) adalah fasilitas pinjaman untuk transaksi mencicil rumah. Beberapa bank juga telah bekerjasama sehingga dapat menggunakan KPR secara *online*.

5) Pinjaman Usaha

Sesuai dengan namanya, pinjaman usaha merupakan pinjaman khusus untuk tujuan permodalan usaha.

2.1.4.3 Kelebihan dan Kekurangan atau Dampak Negatif Pinjaman *Online*

Berikut merupakan beberapa kelebihan dan kekurangan pinjaman *online* yang dapat digunakan sebagai pertimbangan (*Online Pajak*, 2018):

a. Kelebihan Pinjaman *Online*

1) Proses pencairan yang cepat

Salah satu hal yang menjadi daya tarik pengguna adalah proses pencairan yang cepat. Biasanya pencairan dana membutuhkan waktu sekitar 1-2 hari. Bahkan ada yang langsung cair di hari yang sama. Ini sangat cocok digunakan bagi yang membutuhkan dana darurat. Terlebih lagi pengajuan dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja.

2) Syarat Mudah

Selain pencairan dana yang cepat, syarat pengajuannya pun mudah. Tidak seperti pengajuan pinjaman ke bank konvensional atau lembaga keuangan lainnya yang membutuhkan banyak dokumen hingga jaminan. Pinjaman *online* pada umumnya hanya membutuhkan KTP, foto diri, serta slip gaji sebagai penunjang limit kredit (ada pula beberapa pinjaman online yang tidak membutuhkan dokumen slip gaji).

3) Tanpa Jaminan

Ini merupakan salah satu kelebihan utama yang menjadi daya tarik konsumen. Karena mereka tidak perlu menjaminkan apapun untuk dana yang kecil sebagai dana darurat.

4) Dapat Digunakan Untuk Berbagai Kebutuhan

Pinjaman dari bank konvensional atau lembaga syariah biasanya harus jelas penggunaannya (untuk modal bisnis atau pembiayaan) saat pengajuan disertai dengan syarat-syarat khusus sesuai penggunaannya. Sedangkan dana dari pinjaman *online* dapat digunakan sebagai dana darurat atau kebutuhan konsumtif lainnya.

5) Beberapa Perusahaan Tidak Mewajibkan Riwayat Kredit Yang Bagus Jika meminjam di bank konvensional diperlukan riwayat kredit yang bagus dan survey yang lama, sedangkan pinjaman *online* tidak memerlukan itu.

b. Kekurangan atau Dampak Negatif Pinjaman *Online*

1) Nominal pinjaman yang kecil

Pinjaman *online* terkenal dengan syaratnya yang lebih mudah, sehingga

dengan pencairan dana yang cepat serta kelengkapan dokumen yang lebih sedikit, tentu saja limit kredit yang diberikan tidak sebesar meminjam di lembaga keuangan lain. Apalagi dengan tanpa jaminan. Rata-rata dana pinjaman yang diberikan berkisar antara Rp500 ribu hingga Rp3 juta.

2) Bunga Tinggi

Setiap pinjaman konvensional baik melalui perbankan atau lembaga lainnya, umumnya akan dikenakan bunga pinjaman. Hal ini juga berlaku dalam pinjaman *online* ilegal. Selain mempertimbangkan tenor pengembalian pinjaman, hal yang perlu diperhatikan adalah bunga pinjaman. Bunga yang ditetapkan biasanya berkisar antara 0,7% hingga 1% per hari, yang jika diakumulasikan mencapai 30% per bulan. Namun ada juga yang menerapkan bunga tetap berkisar 5-12% per bulan. Perlu diketahui bahwa bunga tersebut belum termasuk denda keterlambatan. Dimana jika gagal membayar tepat waktu membuat biaya tambahan semakin menumpuk membuat hutang semakin besar

3) Siklus Utang Berkelanjutan

Terjebak dalam pinjaman *online* bisa membuat seseorang mengalami siklus hutang berkelanjutan. Dimana mereka melakukan pinjaman baru untuk membayar pinjaman lama, hal itu terus terjadi dan hutang semakin bertambah, atau disebut dengan gali lobang tutup lobang.

4) Gangguan Hubungan Sosial dan Kesehatan Mental

Bagi sebagian orang terikat pinjaman *online* adalah hal memalukan sehingga mereka terpaksa menyembunyikan masalah tersebut dari keluarga

atau teman-teman. Namun jika gagal bayar pinjaman *online* kerap melakukan teror terhadap peminjam bahkan orang terdekatnya. Hal tersebut menyebabkan kecemasan berlebihan dan bisa membuat seseorang depresi bahkan memilih untuk bunuh diri akibat pinjaman *online*.

5) Resiko Pencurian Data

Setiap mengakses aplikasi pinjaman *online*, calon nasabah pinjaman *online* ilegal akan diminta untuk mengizinkan akses ponsel mereka, meliputi galeri, kontak, dan lainnya. Inilah yang menjadi kemungkinan adanya kebocoran data atau bahkan data tersebut dijual. Selain itu, pelacakan ponsel meliputi kontak dan galeri biasanya digunakan oleh para debt collector ilegal sebagai senjata untuk memermalukan nasabahnya agar segera melunasi hutangnya. Walaupun OJK telah melindungi data nasabahnya, tidak mustahil jika masih ada kebocoran data.

2.1.4.4 Indikator Keputusan Penggunaan Pinjaman *Online*

Indikator keputusan penggunaan yaitu (Kotler, 2001: 226):

1) Kemantapan pada sebuah produk

Kualitas produk yang baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga nantinya bisa menjadi penunjang dalam kepuasan konsumen dalam produk itu sendiri.

2) Kebiasaan dalam menggunakan produk atau jasa

Pengulangan secara terus menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama dalam kurun waktu tertentu.

3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain

Merekomendasikan disini dapat diartikan sebagai menyarankan, mengajak atau menganjurkan dalam pembelian produk tersebut kepada orang lain.

4) Melakukan penggunaan ulang

Seseorang akan melakukan pembelian ulang dalam produk yang ia beli karena merasa puas akan kualitas dari produk tersebut sehingga memutuskan untuk membeli lagi.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Dewi Kusuma Wardani Dan Gading Putri Eka Wati2	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Preferensi Risiko Terhadap Niat Investasi Dengan Aplikasi Investasi Digital	Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini. Vol. 4 No.2 2023	Variabel X : Preferensi Risiko	Variabel X : Literasi Keuangan Variabel Y : Niat Investasi Dengan Aplikasi Digital	Preferensi Risiko Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Niat Investasi Dengan Aplikasi Investasi Digital.
2	Maivalinda, Henny Sulistiani Ningsih, Tri Rachmat Riski	Mengukur Prilaku Pinjaman <i>Online</i> Melalui Literasi Keuangan	Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas. Vol. 25	Variabel X : Literasi Keuangan Digital Variabel X : Preferensi	Variabel Z : Faktor Demografi	Literasi Keuangan Digital Dan Preferensi Risiko Tidak Berpengaruh Pada

No	Peneliti	Judul	Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		Digital, Preferensi Risiko Dan Faktor Demografi Sebagai Variabel Moderasi	No.2 2023	Risiko	Variabel Y : Perilaku Keuangan Pinjaman Online	Perilaku Keuangan Pinjaman Online
3	I Dewa Ayu Rizky Pradnyani Marranitha, Ida Bagus Raka Suardana	Pengaruh Kepercayaan, Selisih Bunga Kredit Dengan Bank Konvensional, Dan Kemudahan Proses Kredit Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Layanan Fintech Berbasis Pinjaman Online	TIERS Informati on Technology Journal Vol.1 No. 2 2020	Variabel Y : Layanan Fintech Pinjaman Online	Variabel X : Pengaruh Kepercayaan, Selisih Bunga Kredit Dengan Bank Konvensional, Dan Kemudahan Proses Kredit	Kepercayaan Memiliki Pengaruh Positif Yang Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Layanan Fintech Berbasis Pinjaman Online.
4	Devi Rahayu Andista, Riauli Susilawaty, Se. Ak.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan	Industrial Research Workshop And National Seminar	Variabel Y : Minat Penggunaan Pinjaman Online	Variabel X : Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko	Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif Dan Signifikan,

No	Peneliti	Judul	Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	Mt2	Risiko Terhadap Minat Pengguna Dalam Penggunaa n Finansial Teknologi Pinjaman <i>Online</i>	Vol. 4 No. 5 2021			Sedangkan Risiko Berpengaruh Negatif Dan Signifikan Terhadap Minat Pengguna Dalam Penggunaan Finansial Teknologi Pinjaman <i>Online</i> .
5	Dewi Sintawati, Muhammad Nizar, Muhammad Fahmul Iltiham, Alimatuf Farida	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Jasa Pinjaman <i>Online</i>	Journal Of Islamic Economic Studies And Practices Vol. 2 No. 1 2023	Variabel Y : Minat Jasa Pinjaman <i>Online</i>	Variabel X : Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif	Terdapat Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Jasa Pinjaman Online Dan Perilaku Konsumtif Pun Berpengaruh Terhadap Minat Jasa Pinjaman <i>Online</i>
6	Diana Frederica, Febriani Cristina Susianti Magdalen	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Lainnya Terhadap	Jurnal Riset Bisnis. Vol.7 No.1 2023	Variabel Y : Minat Penggunaan Pinjaman <i>Online</i>	Variabel X : Literasi Keuangan	Dua Faktor Yang Terbukti Berpengaruh Yaitu Literasi

No	Peneliti	Judul	Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	a, Gatot Gunarso, Caroline Anatasia, Hilaria Devilina Cici5	Niat Masyarakat t Mengguna kan Pinjaman <i>Online</i>				Keuangan Dan Risiko Terhadap Niat Masyarakat Menggunaka n Pinjaman <i>Online</i> .
7	Gugup Tugi Prihatma, Aufa Syaqillah Nurhayani	Pengaruh Kemudaha n Penggunaa n Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaa n Aplikasi Pinjaman <i>Online</i> Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universita s Serang Raya	Jurnal Manajeme n Perusahaa n Vol. 1 No. 2 2022	Variabel Y : Minat Penggunaan Pinjaman <i>Online</i>	Variabel X : Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko	Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terbukti Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Pinjaman <i>Online</i>
8	Uke Prajogo, Rusno	Persepsi Risiko Terhadap Minat Melakukan Pinjaman <i>Online</i>	Managem ent And Business Review Vol. 6 No. 1 2022	Variabel Y : Minat Penggunaan Pinjaman <i>Online</i>	Variabel X : Persepsi Risiko Variabel Z : Kemudahan Penggunaan	Persepsi Risiko Berpengaruh Negatif Terhadap Minat Melakukan

No	Peneliti	Judul	Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		Dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Moderasi				Pinjaman Online. Persepsi Kemudahan Penggunaan Tidak Mampu Memoderasi Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Melakukan Pinjaman Online.
9	Rita Rahayu	Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi Pada Generasi Z Di Indonesia	Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia Vol.6 N0.1 2022	Variabel X : Literasi Keuangan Digital	Variabel Y : Perilaku Menabung Dan Perilaku Berbelanja	Literasi Keuangan Digital Berpengaruh Signifikan Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z
10	Erine Novianta, Ade Andani, Fahriadi, Sanusi Ghazali	Financial Technology Dan Literasi Keuangan Terhadap Generasi Z	Jurnal Ekonomik Dan Bisnis (JEBS) Vol. 4 No. 1	Variabel X : Financial Technology, Literasi Keuangan	Variabel Y : Generasi Z	Fintech Dan Literasi Keuangan Pada Gen Z Memiliki Korelasi Atau

No	Peneliti	Judul	Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	Pane		2024			Pengaruh Satu Sama Lain
11	Lidya Wati Evelina, Dania Elisyia Pebrianti	Perilaku Konsumtif <i>Bandwagon Effect</i> Followers Instagram Shopee Pada Event Flash Sale	Warta Ikatan Sarjana Komunik asi Indonesia. 2021	Variabel X : <i>Bandwagon Effect</i>	Variabel Y : Perilaku Konsumtif	<i>Bandwagon Effect</i> Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif
12	Septian Yudha Kusuma, Maria Thereia Heni Widyarti, Zulaika Putri Rokhimah, Hartono Hartono	Literasi Keuangan Digital Dan Kapabilitas Dalam Pengambilan Keputusan Keuangan Mahasiswa Kota Semarang	Jurnal Bingkai Ekonomi Vol. 9 No.1 2023	Variabel X : Literasi Keuangan Digital	Variabel Y : Pengambilan Keputusan Keuangan	Literasi Keuangan Digital Terbukti Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan Mahasiswa Kota Semarang
13	Nanda Ristiana, Emy Widyastuti	Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Penggunaa	Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah Vol.7	Variabel X : Literasi Keuangan Digital	Variabel Y : Minat Penggunaan Layanan E-Banking	Pengaruh Literasi Keuangan Digital Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan Layanan E-

No	Peneliti	Judul	Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		n Layanan E-Banking	No 1 2019			Banking,
14	Putri Sheilla, Yunia Renza, Khanifiana Cita Nur Faizah	Motivasi, Pengetahuan, Preferensi Risiko Investasi, Dan Minat Investasi Saham Di Pasar Modal Syariah Pada Mahasiswa Feb Iain Pekalongan	Finansha-Journal Of Sharia Financial Managem ent Vol. 1 No. 2 2020	Variabel X : Preferensi Risiko	Variabel X : Motivasi, Pengetahuan Variabel Y : Minat Investasi	Secara Simultan, Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi, Dan Preferensi Risiko Investasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Investasi Saham
15	Reyhana Viya R.	Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Bandwagon Effect</i> , Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Intensi Penggunaan Layanan Pinjaman	Journal Of Strategy And Bussiness 2021	Variabel X : <i>Bandwagon Effect</i> Variabel Y : Penggunaan Layanan Pinjaman <i>Online (Peer To Peer Lending)</i>	Variabel X : Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Manfaat Yang Dirasakan	<i>Bandwagon Effect</i> , Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Yang Dirasakan Memiliki Pengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Penggunaan Layanan <i>Peer To Peer Lending</i> .

No	Peneliti	Judul	Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		Online (Peer To Peer Lending) Sebagai Pihak Peminjam (Borrower)				

2.2 Kerangka Pemikiran

Keuangan akan selalu memiliki peranan penting setiap masanya, hingga saat ini keuangan pun dikaitkan dengan perkembangan teknologi. Teknologi yang semakin berkembang terus menghadirkan inovasi-inovasi terbaru dari berbagai aspek, dan inovasi terbaru mengenai teknologi dan keuangan yaitu adanya fintech atau *financial technology*. Finansial teknologi merupakan inovasi yang menggabungkan antara teknologi dan keuangan, dimana hal tersebut membuat individu mengenal cara baru dalam bertransaksi seperti membayar, meminjam bahkan menginvestasikan uang mereka secara *online*. 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*. Namun yang menjadi sorotan dan menjadi paling diminati yaitu *peer to peer lending* atau pinjaman *online*. Pinjaman *online* menjadi alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan dana cepat tanpa persyaratan yang rumit. Tercatat peningkatan pengguna pinjaman *online* semakin hari semakin meningkat, dengan

generasi muda sebagai pengguna terbanyak. Banyak hal yang melatarbelakangi seseorang memutuskan untuk menggunakan pinjaman *online* mulai dari digunakan untuk modal usaha, memenuhi kebutuhan ekonomi, memenuhi gaya hidup, namun tak jarang pinjaman online dijadikan sarana gali lubang tutup lubang dengan kata lain banyak yang menggunakan pinjaman *online* untuk menutupi pinjaman sebelumnya.

Kondisi tersebut tentunya menarik berbagai pihak, termasuk Otoritas Jasa keuangan (OJK) yang menyebutkan bahwa permasalahan tersebut ada kaitannya terhadap tingkat literasi keuangan seseorang. Terlebih pada literasi keuangan digital, OJK menyebutkan bahwa di Indonesia tingkat literasi keuangan digital masih sangat rendah. Literasi keuangan digital merupakan keterampilan, kemampuan, serta pemahaman dan pengetahuan seseorang terhadap pengelolaan keuangan secara digital.

Tingkat literasi keuangan digital yang tinggi menunjukkan bahwa tingkat perilaku keuangan seseorang akan semakin baik pula. Literasi keuangan digital disebut sebagai konsep multi-dimensi yang mengintegrasikan literasi keuangan, kemampuan keuangan dan digital (AFI, 2021: 4). Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur literasi keuangan digital yaitu; Pemahaman terhadap Keuangan Digital; Penilaian Kritis terhadap Keuangan melalui Pinjaman Digital; Pemahaman Etika Keuangan Digital; Pembelajaran Keuangan Digital (Maivalinda et.al, 2023).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan digital (Nanda & Emi, 2019: 425). Penelitian terdahulu lainnya menunjukkan hasil bahwa

literasi keuangan digital berpengaruh terhadap perilaku keuangan pada generasi muda (Rita Rahayu, 2022). Serta penelitian lainnya yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh terhadap pengambilan keputusan keuangan pada mahasiswa (Septian Yudha et., al (2023: 24). Keputusan keuangan berarti meliputi bagaimana seseorang memutuskan sesuatu yang berhubungan dengan keuangannya termasuk memutuskan untuk menggunakan pinjaman *online* sebagai alternatif ketika membutuhkan dana mendesak.

Maraknya penggunaan pinjaman *online* juga disebabkan oleh perilaku ikut-ikutan atau *bandwagon effect*. *Bandwagon effect* atau efek ikut-ikutan merupakan perilaku yang dilakukan seseorang karena orang lain atau kelompok melakukan hal serupa. Dimana generasi muda merupakan generasi yang mudah untuk terbawa arus, generasi yang selalu merasa harus mengikuti sesuatu yang sedang trendi, dan mereka merasa bangga ketika mengikuti atau termasuk dalam kelompok. Sama halnya ketika pinjaman *online* menjadi perbincangan semua orang, banyak dari mereka yang penasaran terhadap pinjaman *online* karena teman atau rekannya sudah dulu melakukan pinjaman *online*, pada akhirnya mereka memutuskan untuk melakukan hal serupa karena dianggap suatu hal lumrah dan semua orang menggunakannya.

Bandwagon effect merupakan fenomena pengambilan keputusan seseorang yang dipengaruhi oleh keputusan mayoritas (Hong & Konrad, dikutip dalam Reyhana, 2021). Adapun indikator yang digunakan sebagai pengukurannya yaitu; *Conformity* atau kesesuaian yaitu kecenderungan individu mengubah persepsi, opini, serta perilaku, agar terlihat sesuai atau konsisten dengan norma-norma

kelompok; *Interpersonal Influence* atau kecenderungan seseorang untuk mempelajari suatu produk atau layanan dengan mengamati orang lain atau mencari informasi dari orang lain untuk mendorong untuk keputusan membeli atau menggunakan produk/jasa; *Status Seeking* atau perilaku individu dalam mencari status sosial yang lebih tinggi, meningkatkan harga diri dan semakin dihargai dan dihormati (Evelina & Pebrianti, 2021: 99).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Bandwagon effect* memiliki pengaruh positif terhadap Intensi Penggunaan Layanan Pinjaman *Online (Peer To Peer Lending)* (Reyhana, 2021). Penelitian terdahulu lainnya juga menunjukkan hal yang sama yang menyatakan 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).

Pinjaman *online* tentunya tidak luput dari risiko. Risiko merupakan sesuatu yang belum pasti diantara dua kemungkinan antara keuntungan atau kerugian. Banyak risiko yang dapat ditimbulkan akibat pinjaman *online* salah satunya ketika peminjam tidak mampu membayar tagihan tepat waktu yang menyebabkan dirinya gagal bayar. Ketika gagal bayar beberapa pinjaman *online* terlebih pinjaman *online* ilegal akan melakukan segala cara agar peminjam dapat melunasi hutangnya, mulai dari meneror peminjam, menghubungi keluarga peminjam, bahkan tak jarang kasus yang sampai meneror perusahaan bahkan atasan tempat peminjam bekerja. Hal itu bisa membuat stress berlebih bahkan depresi. Namun risiko yang dimaksud disini

yaitu mengenai preferensi risiko, Preferensi risiko merupakan kemampuan seseorang dalam memilih atau membandingkan risiko yang mungkin terjadi sebagai bahan pertimbangan saat memutuskan untuk menggunakan pinjaman *online*.

Preferensi risiko disebut sebagai label yang digunakan untuk mendeskripsikan 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). Preferensi risiko dapat diartikan sebagai kecenderungan individu untuk memilih opsi dalam menghadapi risiko (Gesta, 2019). Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur preferensi risiko yaitu; Ada risiko yang ditimbulkan; Ada kerugian yang dialami; Ada anggapan bahwa produk tersebut berisiko (Paul A. Pavlou, 2003: 101).

Berdasarkan penelitian 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 yang artinya keputusan penggunaan terhadap penggunaan pinjaman *online* juga dipengaruhi oleh preferensi risiko (Dewi & Gading, 2023: 218). Penelitian serupa dilakukan pada mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan menunjukan bahwa preferensi risiko berpengaruh terhadap minat investasi pada mahasiswa (Putri, dkk., 2020: 54).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa literasi keuangan digital, *bandwagon effect* dan preferensi risiko memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan seseorang untuk melakukan pinjaman *online*. Jika

seseorang memahami dan memiliki tingkat literasi keuangan digital yang tinggi, dapat menahan diri untuk tidak terbawa arus *bandwagon effect*, serta dapat mempertimbangkan dengan baik preferensi risiko yang ada maka dapat dikatakan individu akan lebih berhati-hati untuk memutuskan sesuatu salah satunya dalam penggunaan pinjaman *online*.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan uraian pada kerangka pemikiran diatas maka dapat ditarik hipotesis yaitu **“Terdapat Pengaruh Literasi Keuangan Digital, *Bandwagon Effect* dan Preferensi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman *Online* (Kasus pengguna Akulaku di Jawa Barat)”**