

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu kemajuan teknologi yang berkembang begitu cepat saat ini adalah dalam bidang komunikasi. Hal ini bukan terjadi secara global saja, namun juga di Indonesia. Dengan kemajuan teknologi, masyarakat dapat berbisnis dengan kemajuan teknologi tersebut, termasuk di sektor jasa keuangan. Buktinya adalah adanya aplikasi non-perbankan yang tersedia di *internet*. Fenomena keberadaan aplikasi non-perbankan yang digagas oleh perusahaan teknologi informasi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan teknologi masyarakat terkait dengan sistem pembayaran yang terkoneksi. Hal ini disebabkan oleh keadaan dimana saat ini masyarakat memerlukan akses yang cepat dan mudah untuk bertransaksi guna melakukan pemenuhan kebutuhan. Oleh sebab itu, *financial technology* hadir untuk memberi solusi. Di Indonesia sendiri, *fintech* mulai ada pada awal tahun 2016. Disusul dengan didirikannya Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH) yang merupakan wadah bagi penyelenggara *fintech* untuk beradvokasi dan berkolaborasi dengan tujuan untuk memperkuat daya saing industri *fintech* di negara Indonesia. Bank Indonesia (2019) menyatakan bahwa *financial technology* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Karena kemudahan dan kecepatan saat bertransaksi melalui *fintech*, masyarakat Indonesia mulai membentuk kebiasaan baru dengan melakukan pembayaran secara non-tunai dengan menggunakan *fintech*. Menurut data dari Asosiasi *Fintech* Indonesia pada tahun 2018 saja terjadi peningkatan pengembang *financial technology* yang begitu signifikan. Berdasarkan survei Asosiasi *Fintech* Indonesia tahun 2018 bahwa dari beberapa tipe *financial technology*, ternyata *online lending* adalah aplikasi yang paling diminati oleh masyarakat. Terbukti

dengan pertumbuhan dari pengembang penyedia *online lending* yaitu sebesar 48%, disusul oleh *remittance* sebesar 30%, kemudian IKD sebesar 16%, *equity crowdfunding* sebesar 6%. *Online lending* atau *peer-to-peer lending* sendiri merupakan aplikasi *internet* yang menyediakan jasa pembiayaan dengan mempertemukan pemberi dana dengan peminjam dana secara *virtual* atau tidak bertatap muka secara langsung. Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia per Oktober 2021 terdapat 106 perusahaan yang terdaftar. Dari 106 tersebut terbagi menjadi 98 perusahaan yang berstatus mendapatkan izin permanen dan mendapatkan sertifikat Sistem Manajemen Keamanan Informasi SNI/ISO 270001. Sedangkan 8 perusahaan sisanya adalah perusahaan yang saat ini masih dalam proses mendapatkan ijin permanen.

Kemunculan pinjaman *online* tersebut ternyata memberikan beberapa dampak yang dirasakan oleh masyarakat. Dampak positifnya adalah semakin efektif dan cepat masyarakat dalam memperoleh pembiayaan untuk usahanya. Selain itu, mereka juga dapat dengan mudah melakukan transaksi pemenuhan kebutuhan dengan cepat dan dapat dicicil sesuai periode waktu yang ditentukan. Namun, ternyata juga terdapat dampak negatifnya. Isu yang berkembang di masyarakat ternyata masih terdapat banyak penyedia pinjaman *online* ilegal yang ada di tengah mereka. Nama perusahaan yang mirip dengan nama aplikasi yang legal dan sah berizin oleh Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia menjadi penyebab masyarakat terjerat dengan aplikasi pinjaman *online* ilegal. Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia sendiri sudah merilis data tentang perusahaan pinjaman *online* ilegal yaitu terdapat 86 perusahaan. Dan diluar daftar tersebut, tentu masih banyak lagi yang masih beredar di tengah masyarakat. Hingga saat ini Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia dan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia masih terus beroperasi untuk memblokir konten-konten di sosial media yang dapat menjerumuskan masyarakat terkait dengan pinjaman *online*. Dari tahun 2018 hingga saat ini, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia sudah berhasil memblokir konten-konten terkait pinjaman *online* sejumlah 4.873. Hal ini disebabkan juga karena laporan dari masyarakat akan keresahan mereka karena mendapat intimidasi dari penyedia aplikasi pinjaman

online ilegal tersebut. Pelanggaran lain yang dialami konsumen selain mendapat intimidasi dari penyedia pinjaman *online* ilegal antara lain, bunga amat tinggi dan tanpa batasan, penyebaran foto dan informasi pinjaman ke kontak yang ada pada gawai peminjam, penagihan dilakukan oleh orang yang berbeda-beda, peminjam sudah membayar pinjamannya namun pinjaman tidak hapus dengan alasan tidak masuk pada sistem (Rizki,2019).

Dalam penelitian ini digunakan variabel kualitas informasi dan persepsi risiko terhadap minat melakukan pinjaman *online*. Pemilihan variabel independen dan dependen ini bukan tanpa alasan. Secara teoritis, kualitas informasi dan persepsi risiko sudah berdiri secara mapan sebagai variabel independen terhadap minat konsumen. Disamping itu, fenomena yang terjadi di lapangan tentang persepsi risiko dan kualitas informasi pinjaman *online* menarik untuk diteliti. Kualitas informasi didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kualitas informasi tentang produk atau layanan yang disediakan oleh sebuah *website*. Semakin berkualitas informasi yang diberikan kepada pembeli *online*, maka akan semakin tinggi minat pembeli *online* untuk membeli produk tersebut (Park, 2003). Risiko merupakan ketidakpastian dan konsekuensi yang berhubungan dengan tindakan-tindakan konsumen. Namun masih terdapat kesenjangan penelitian pada penelitian-penelitian sebelumnya mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini (Pavlou, 2003).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Andista dan Susilawaty (2021), Dampararas (2017), dan Harlan (2014) menemukan bukti empiris bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan Suparwo dan Rahmadewi (2021) mendapatkan hasil penelitian yaitu kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen. Namun demikian, temuan tersebut berlawanan dengan hasil penelitian yang lain yang dilakukan oleh Zulfa (2018), Setyorini (2017) , dan Fullah (2012) mendapatkan hasil penelitian bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat konsumen. Hasil penelitian yang sama juga didapat oleh Guslan dan Yani (2021) bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap minat konsumen.

Untuk menjawab inkonsistensi hasil penelitian tersebut. Dirasa perlu untuk menyusun model penelitian baru. Dengan menambah variabel moderasi yang memiliki peran *joint effect* (pengaruh gabungan) dengan cara memberi efek atas keterkaitan (pengaruh) variabel independen terhadap variabel dependen. Peran yang diberikan berbentuk memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Variabel moderating persepsi kemudahan penggunaan dipilih dalam model ini dengan didasari pemikiran awal bahwa variabel ini sudah berdiri mapan sebagai variabel independen. Hal ini didasarkan bukti empiris penelitian terdahulu. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Andista dan Susilawaty (2021) yang mendapatkan hasil persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat konsumen, senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Dampararas (2017) yang menghasilkan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen, dan juga didukung oleh penelitian Setyo, et. al (2014) yang mendapatkan hasil yang sama yaitu persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen.

Berdasarkan fenomena yang ada dan kesenjangan penelitian, peneliti mengambil judul Pengaruh Persepsi Risiko dan Kualitas Informasi terhadap Minat Melakukan Pinjaman *Online* dengan Persepsi Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Moderasi.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh persepsi risiko terhadap minat melakukan pinjaman *online*?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas informasi terhadap minat melakukan pinjaman *online* ?
3. Apakah persepsi kemudahan penggunaan dapat memoderasi variabel persepsi risiko terhadap minat melakukan pinjaman *online*?
4. Apakah persepsi kemudahan penggunaan dapat memoderasi variabel kualitas informasi terhadap minat melakukan pinjaman *online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat melakukan pinjaman *online*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi terhadap minat melakukan pinjaman *online*.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel (persepsi kemudahan penggunaan) dalam memoderasi pengaruh persepsi risiko terhadap minat melakukan pinjaman *online*.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel (persepsi kemudahan penggunaan) dalam memoderasi pengaruh kualitas informasi terhadap minat melakukan pinjaman *online*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan akan membawa manfaat bagi banyak pihak, diantaranya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Bagi universitas, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam pengembangan materi Pinjaman *Online* di Lingkungan Kampus. Bagi pengembang pinjaman *online*, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam membuat sistem layanan keuangan berbasis teknologi yang bergerak dalam bidang *peer-to-peer lending* sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Penelitian ini juga dapat dipergunakan oleh masyarakat luas sebagai referensi dan wawasan.