



GAYA KOGNITIF KONSUMEN PADA FINTECH *PEER TO PEER LENDING* TERHADAP LITERASI KEUANGAN

CONSUMER COGNITIVE STYLE TOWARDS FINTECH PEER TO PEER LENDING IN FINANCIAL LITERACY

Oleh :

Anisa Rachmawati ¹

Dian Yudhawati ²

ABSTRACT

Submitted:
30-01-2022

Revision:
29-07-2022

Accepted:
31-08-2022

The phenomenon that occurs in the community, namely the presence of financial service technology innovations, specifically Peer to peer lending. The purpose of this study is to analyze how consumers' cognitive styles and consumers' cognitive abilities respond to legal and illegal peer to peer lending in financial literacy. This study uses a qualitative research methodology with a phenomenological approach.. The subjects of this study were 30 respondents who had made online loans through fintech peer to peer lending. The results show that the society as consumers benefiting Peer to peer lending service tend to have level of financial literacy as sufficient literate. The cognitive style existing in society today has knowledge and beliefs about Peer to peer lending that provides financial service in the form of online loans, available features, mechanisms, benefits and potential risks in the future, as well as rights and obligations related to financial service. However, they lack the skills to solve problems when using financial products and services. The psychological pressure experienced by online borrowers is the impact of the inability to solve problems at the time of collection.

Keywords: *Cognitive style; Financial literacy; Financial technology; Peer to peer lending; Online loan.*

ABSTRAK

Fenomena yang terjadi di masyarakat, yaitu hadirnya inovasi teknologi jasa keuangan khususnya *Peer to peer lending*. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis bagaimana gaya kognitif konsumen dan kemampuan kognitif konsumen menyikapi *Peer to peer lending* legal maupun ilegal dalam literasi keuangan. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Subjek penelitian ini yaitu sebanyak 30 responden yang pernah melakukan pinjaman online melalui *fintech peer to peer lending*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat sebagai konsumen yang menikmati layanan jasa *Peer to peer lending* cenderung memiliki tingkat literasi keuangan yaitu *Sufficient literate*. Gaya kognitif yang ada di dalam masyarakat saat ini memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang *Peer to peer lending* yang memberikan layanan jasa keuangan berupa pinjaman online, fitur yang tersedia, mekanisme, manfaat dan potensi risiko di masa yang akan datang, serta hak dan kewajiban terkait layanan jasa keuangan. Namun tidak memiliki keterampilan menyelesaikan masalah saat

¹ Anisa Rachmawati, Program studi diploma Akuntansi Universitas Teknologi Yogyakarta, Email: anisa.rachma@staff.uty.ac.id (Corresponding Author)

² Dian Yudhawati, Program Studi Psikologi Universitas Teknologi Yogyakarta, Email: dianyudhawati@uty.ac.id

menggunakan produk dan jasa keuangan. Tekanan psikis yang dialami konsumen pinjaman online merupakan dampak dari ketidakmampuan dalam menyelesaikan masalah pada saat penagihan.

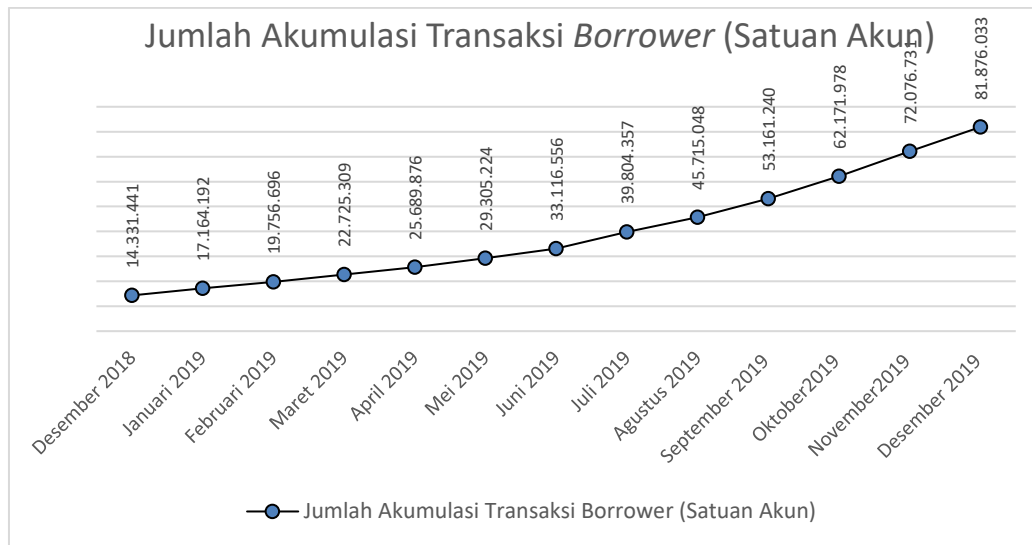
Kata kunci: *Financial technology; Gaya kognitif; Literasi keuangan; Peer to peer lending; Pinjaman online.*

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi saat ini semakin berkembang di aspek kehidupan era digital, salah satunya penerapan teknologi informasi di bidang keuangan yaitu *financial technology* atau disebut juga *FinTech* (Harahap et al., 2017). *Financial technology* merupakan inovasi teknologi yang berkembang pada sektor layanan jasa keuangan. Observasi yang dilakukan oleh Arner (Arner et al., 2015) tentang *FinTech* menjelaskan bahwa *FinTech* bukan suatu hal baru pada layanan jasa keuangan dan secara global produk dan layanan berbasis teknologi informasi menjadi yang paling banyak digunakan pada sektor keuangan. *FinTech* tidak terbatas pada layanan tertentu (misalnya pembiayaan) atau sistem bisnis (misalnya *peer-to-peer* (P2P) *lending*), tetapi mencakup seluruh cakupan layanan dan produk yang biasanya disediakan oleh industri jasa keuangan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih dan modern membawa perubahan yang cepat di bidang sosial, ekonomi, dan budaya (Supriyanto & Ismawati, 2019).

Menurut Bank Indonesia, perkembangan *financial technology* telah memberikan manfaat bagi konsumen, pelaku usaha, dan perekonomian nasional (Bank Indonesia, 2018). Menurut Harahap et al (2017), menyebutkan adanya korelasi *FinTech* dan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) di suatu negara bahwa semakin tinggi transaksi *FinTech* maka semakin besar tingkat Pendapatan Domestik Bruto (PDB) per kapita. Hasil Studi INDEF dan Asosiasi *FinTech* Indonesia tahun 2019, menyimpulkan *FinTech* berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi sebesar 0,45% dan memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto lebih dari Rp60 triliun (INDEF, 2019). Hal ini mengartikan bahwa *FinTech* pada sektor *peer to peer* (P2P) *lending* memiliki dampak perekonomian yang signifikan sebagai alternatif pembiayaan bagi masyarakat. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan tahun 2019 tentang akumulasi jumlah pinjaman, per desember tahun 2019 nilai pinjaman *FinTech* tercatat sebesar Rp 81,5 Triliun. Sedangkan pada Desember 2018 tercatat sebesar 22,7 Triliun. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan jumlah pinjaman dalam 1 tahun periode terakhir.

Secara pengertian *Peer to peer lending* merupakan *platform* online dengan mekanisme lelang di mana peminjam mengajukan permintaan untuk pinjaman online dan pemberi pinjaman swasta menawarkan atau menyediakan dana. *Peer to peer lending* merupakan aplikasi atau platform hasil inovasi *financial technology* yang digunakan untuk layanan transaksi berupa pinjaman yang menghubungkan antara peminjam dan pemberi pinjaman (Hendriyani et al., 2019). Layanan yang menerapkan sistem *Peer to peer lending* ini dapat digunakan untuk kepentingan individu maupun pelaku usaha. Pelaku bisnis yang memutuskan untuk melakukan peminjaman sebagai modal tambahan akan memilih pemberi pinjaman yang menawarkan persyaratan yang lebih mudah daripada perbankan. Sehingga *Peer to peer lending* ini merupakan alternatif kredit selain pinjaman di perbankan.



Sumber: (OJK, 2019)

Gambar 1. Jumlah Akumulasi Transaksi Borrower (Satuan Akun)

Berdasarkan data jumlah akun peminjam tersebut, Pengguna *FinTech lending* selama tahun 2019 terus meningkat. Data OJK mencatat jumlah transaksi peminjam (*borrower*) mencapai 81,87 juta akun. Per September 2019, ada 123 perusahaan yang menawarkan *Peer to peer lending* ilegal di Indonesia (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Adanya perkembangan *fintech Peer to peer lending*, YLKI terus menerima berbagai keluhan konsumen, terutama terkait metode penagihan (Yuniarti & Rasyid, 2020). Data Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) menyebutkan sepanjang tahun 2019 telah menerima 96 kasus keluhan mengenai pinjaman online legal maupun ilegal, dengan alasan rendahnya literasi keuangan konsumen dan kurangnya pemahaman mendetail tentang mekanisme produk layanan jasa keuangan (Musyaffa, 2020). Penelitian Aidha et al (2019) menjelaskan bahwa ketidakmampuan konsumen untuk membedakan antara legalitas dan ilegalitas pinjaman online serta ketidaktahuan mereka tentang risiko, manfaat, dan biaya pinjaman yang dibebankan menunjukkan rendahnya literasi keuangan dalam pinjaman online. Pengaduan konsumen terkait pinjaman online juga diterima oleh Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Jakarta sebanyak 14 pelanggaran yang salah satunya berupa penagihan secara intimidatif (LBH Jakarta, 2018). Fenomena gap pada penelitian ini yaitu pengguna *FinTech lending* semakin meningkat sementara konsep mengenai *Peer to peer lending* yang belum banyak dipahami masyarakat baik aturan terkait, legalitas maupun mekanisme *lending* dapat mengakibatkan dampak buruk.

Sebagai contoh fenomena yang terjadi di masyarakat saat ini, penggunaan layanan jasa keuangan *Peer to peer lending* dapat berdampak psikologis pada peminjam jika konsumen gagal mengembalikan dana tepat waktu, yang mengarah ke perilaku penagihan kekerasan oleh *platform* pinjaman (LBH Jakarta, 2018). Kasus yang terjadi di bulan Februari 2019, seorang sopir taksi yang memutuskan untuk mengakhiri hidup karena mendapat tekanan selama melakukan pinjaman online (Uly, 2019).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meyakini bahwa *FinTech* yang menyebabkan tekanan pada nasabahnya hingga berujung bunuh diri merupakan ilegal atau tak memiliki izin OJK. Hal sama dikemukakan Satgas Waspada Investasi, bahwa sopir taksi yang melakukan bunuh diri itu melakukan pinjaman online kepada *FinTech* yang tidak terdaftar di OJK (ilegal). Mekanisme platform ilegal yang kurang jelas menyebabkan

konsumen tidak memahami risiko yang akan dihadapi. Risiko tersebut berupa penagihan yang dilakukan secara intimidatif seperti ancaman menyebarkan data informasi pinjaman ke kontak keluarga terdekat hingga teman – teman. Hal ini terjadi karena *platform* ilegal tersebut mengambil hampir seluruh akses gawai peminjam. Konsumen akan merasa tertekan karena tidak bisa membayar tepat waktu sesuai jatuh tempo yang mengakibatkan adanya tekanan psikis sampai yang terberat munculnya perilaku untuk bunuh diri.

Menurut Shohib (2015), faktor ketidakberdayaan menjadi mediasi antara pinjaman dan bunuh diri ketika menghadapi penagihan pinjaman yang mengarahkan pada ide bunuh diri. Adanya kasus pada februari 2019 tersebut dapat dipahami bahwa menerima informasi mengenai konsep *Peer to peer lending* saja tidak cukup. Perlu adanya proses mengolah dan meneruskan informasi tentang mekanisme *platform* yang jelas sehingga konsumen mempunyai gaya kognitif yang rasional dalam melakukan peminjaman online. Pemahaman informasi akan mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen *Peer to peer lending* ketika menghadapi masalah. Pemahaman informasi yang baik akan menguatkan kredibilitas *Peer to peer lending* dalam roda perputaran ekonomi masyarakat.

Sikap konsumen merupakan kecenderungan untuk berperilaku baik atau tidak baik terhadap hal-hal tertentu (Dewi et al., 2018). Menurut Tjandra dan Tjandra (2013), sikap memiliki tiga komponen, yaitu kognitif (kepercayaan), afektif (perasaan), dan perilaku (kecenderungan tanggapan). Pada sikap konsumen, unsur kognitif ditemukan dalam pengetahuan dan persepsi konsumen yang berasal dari informasi dari berbagai sumber. Komponen afektif terdapat pada perasaan atau reaksi terhadap produk atau merek. Sedangkan komponen perilaku adalah kecenderungan untuk menanggapi objek atau aktivitas dengan perilaku tertentu (Tjandra & Tjandra, 2013). Dalam Penelitian ini fokus pada komponen kognitif konsumen *fintech Peer to peer lending*.

Menurut Siegel (Siegel, 1980), Perbedaan psikologi individual dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu kepribadian dan gaya kognitif. Kepribadian mengacu pada sikap atau keyakinan seseorang sedangkan gaya kognitif mengacu pada cara atau metode yang digunakan seseorang untuk menerima, menyimpan, memproses, dan mengirimkan informasi. Individu dengan tipe kepribadian yang sama akan memiliki gaya kognitif yang berbeda dalam hal menerima, menyimpan, dan memproses informasi. Kepribadian dan gaya kognitif tersebut saling berinteraksi dan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan (Purnamasari & Nasikin, 2015).

Social Cognitive Theory digunakan untuk mendukung pembahasan mengenai gaya kognitif konsumen dalam menyikapi *Peer to peer lending*. *Social Cognitive Theory* menggambarkan model agensi manusia di mana individu secara aktif merefleksikan diri, mengatur diri sendiri, dan mengatur diri sendiri. Menurut Schunk dan DiBenedetto (2020), *Social Cognitive Theory* merupakan perspektif psikologis tentang fungsi manusia dalam lingkungan sosial yang menekankan pada motivasi, pembelajaran, dan pengaturan diri. Faktor individu (kognitif, afektif, biologis), faktor lingkungan dan perilaku berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain (Martín et al., 2014).

Social Cognitive Theory memperkirakan kemampuan seseorang untuk terlibat dalam perilaku target, berdasarkan parameter internal dan eksternal dan keterkaitan dengan persepsi tertentu diri dan orang lain diukur secara eksternal. Lima elemen *Social Cognitive Theory* berikut dihasilkan sebagai akibat dari perubahan rangsangan eksternal atau internal (Martín et al., 2014) antara lain: (1) *Self-efficacy*, merupakan keyakinan yang dirasakan dalam kemampuan seseorang untuk melakukan perilaku target. Faktor yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perilaku serta lingkungan. (2) *Outcome*

expectancies, kemungkinan bahwa melakukan tindakan yang diinginkan akan dianggap mengarah ke hasil yang diinginkan tertentu. (3) *Behavioral outcomes*, hasil yang diperoleh sebagai hasil dari tindakan. Berhubungan langsung dengan hasil yang diharapkan dan tindakan di masa depan. (4) *Self-management skills*, serangkaian keterampilan ini mencakup kelas pemantauan diri yang kompleks, penetapan tujuan, penguatan diri, kontrol stimulus, dan perilaku lain yang meningkatkan peluang individu untuk mencapai perilaku tujuan yang sukses. (5) *Behavior*, tindakan yang menarik.

Platform *Peer to peer lending* menghubungkan peminjam dan pemberi pinjaman yang memungkinkan mereka untuk memberikan pinjaman tanpa lembaga perantara (Ölvedi, 2020). Menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan, 2013), Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi atau *Peer to peer lending* adalah layanan jasa keuangan berupa transaksi pinjaman yang menghubungkan antara pemberi pinjaman dan penerima pinjaman dengan menggunakan alat pembayaran dalam mata uang Rupiah melalui sistem elektronik yang terhubung ke internet. Pada mekanisme transaksi *Peer to peer lending*, Pemberi pinjaman dapat menawarkan pinjaman dengan suku bunga yang diperoleh dari informasi keuangan (Bachmann et al., 2011). Sedangkan bagi peminjam, *Peer to peer lending* merupakan cara untuk menerima pinjaman tanpa melibatkan proses keputusan dari lembaga keuangan dan meyakini kondisi sistem yang lebih baik daripada sistem perbankan.

Selain itu *Peer to peer lending* memberikan kemudahan dalam persyaratan administrasi. Menurut Kotler, Philip, Keller, K (2009), perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor kekuatan budaya, sosial, pribadi dan kekuatan psikologis. Yang paling berpengaruh adalah faktor budaya, penentu paling mendasar dari keinginan dan perilaku, sedangkan kekuatan psikologis adalah faktor yang dilihat sebagai nilai dalam pengambilan keputusan (Huda, 2016). Keputusan konsumen dalam mengambil layanan *fintech Peer to peer lending* didasari dengan kekuatan psikologis yaitu konsumen merasa terdorong untuk memilih layanan produk yang nyaman dan sederhana dengan gaya kognitif yang berbeda saat menerima, menyimpan, memproses, dan mengirimkan informasi. Dalam bidang psikologi, kognitif merupakan salah satu komponen dalam sikap. Pengambilan keputusan untuk menggunakan layanan *fintech Peer to peer lending* harus didukung dengan literasi keuangan yang memadai dalam meminimalkan risiko yang terjadi.

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan pribadi yang dibutuhkan setiap individu untuk membuat keputusan yang tepat sehingga dapat terhindar dari masalah keuangan (Novi Yushita Amanita, 2017). Tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia dibagi menjadi empat bagian, yaitu *Well literate*, *Sufficient literate*, *Less literate*, dan *Not literate* (Otoritas Jasa Keuangan, 2013). Pada tingkat *Well literate*, masyarakat memiliki pengetahuan dan keyakinan yang luas tentang lembaga jasa keuangan dan produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan layanan keuangan, serta pengetahuan tentang penggunaan produk dan layanan keuangan. Pada Tingkat *Sufficient literate*, masyarakat memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan. Namun tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan layanan produk dan jasa keuangan. Pada tingkat *Less literate*, pengetahuan masyarakat hanya sebatas mengetahui informasi tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan. Sedangkan pada tingkat *Not literate* merupakan tingkat paling rendah, masyarakat tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan

jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 /POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, literasi keuangan memiliki tujuan jangka panjang bagi masyarakat yaitu meningkatkan literasi yang sebelumnya *less literate* atau *not literate* menjadi *well literate* serta meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan jasa keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Dalam hal ini masyarakat harus dapat memahami manfaat dan risiko, hak dan kewajiban serta meyakini bahwa produk dan layanan jasa keuangan yang digunakan dapat meningkatkan kesejahteraan, sehingga masyarakat dapat menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan.

Keputusan dibuat melalui berbagai pertimbangan dari perspektif ekonomi, hubungan dengan orang lain sebagai hasil dari hubungan sosial, dan pengolahan hasil analisis kognitif rasional (Hadi, 2017). Perbedaan dalam sikap pengambilan keputusan antara orang awam dan orang yang ahli menurut (Siegel, 1980) yaitu Orang awam mengumpulkan data tanpa melihat dan menunggu apa yang akan terjadi, sementara para ahli membedakan data yang dilacak dengan observasi, mensintesis data dan membentuk hipotesis untuk mengumpulkan data. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana gaya kognitif konsumen dan kemampuan kognitif konsumen menyikapi *Peer to peer lending* legal maupun ilegal dalam literasi keuangan.

METODE PENELITIAN

Kerangka penelitian ini adalah deskriptif, dilakukan untuk menggambarkan karakteristik variabel yang diteliti (Sekaran, 2013). Tujuannya menjelaskan aspek yang relevan dengan fenomena dari perspektif seseorang, organisasi, atau lainnya. Jenis penelitian ini adalah kualitatif pendekatan fenomenologi yaitu mengeksplorasi pengalaman personal dan fokus pada persepsi individu tentang pengalaman. Menurut Creswell, Pendekatan fenomenologi digunakan untuk mempelajari fenomena manusia tanpa mempertanyakan sebab, realitas aktual, dan penampakkannya (Creswell, 2018).

Teknik penelitian kualitatif ada 2 yaitu interaktif dan non interaktif (Sutopo, 2006). Penelitian ini menggunakan teknik interaktif yang meliputi observasi tak berperan, kuesioner terbuka secara daring, dan mencatat dari sumber dokumen. Dalam penelitian ini dilakukan Observasi tidak berstruktur, peneliti melakukan pengamatan bebas dan mencatat hal menarik (Sugiyono, 2016). Tujuannya untuk memahami perilaku tanpa bertanya langsung kepada partisipan yang terlibat (Sekaran, 2013). Observasi dalam penelitian ini terkait dengan pengalaman pengguna *FinTech lending*. Subjek dalam penelitian ini yaitu sebanyak 30 responden yang pernah melakukan pinjaman online melalui *fintech peer to peer lending*.

Cara menentukan sampel penelitian kualitatif tidak didasarkan pada perhitungan statistik dan sampel yang dipilih bukan untuk generalisasi tetapi untuk memberikan informasi yang maksimal (Sugiyono, 2016). Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*, yaitu memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan, selanjutnya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel, peneliti menentukan sampel lainnya yang dianggap lebih lengkap (Sugiyono, 2016). Sampel sumber data dalam penelitian ini adalah orang – orang yang pernah melakukan pinjaman online melalui *Peer to peer lending* sebanyak 30 partisipan terdiri dari 8 pekerja swasta, 3 pekerja wiraswasta, 3 pekerja wirausaha, 7 orang ibu rumah tangga dan 8 mahasiswa.

Pengumpulan data primer diambil dari kuesioner berbentuk kualitatif. Data primer penelitian ini diambil pada bulan Mei hingga Juli 2020. Selain kuesioner, data juga diperoleh dari observasi tidak berstruktur. Pengumpulan data dengan kuesioner terlebih dahulu dilakukan *pilot test* untuk memastikan pertanyaan jelas dan dapat dipahami serta membiasakan diri (peneliti) dalam keadaan. Sehingga kuesioner tersebut dapat digunakan dengan benar sebelum dilakukannya penelitian (Johnson & Christensen, 2014).

Data sekunder diperoleh dari studi literatur, jurnal, artikel, internet, dan media informasi lain berkaitan dengan topik penelitian. Instrumen utama dalam penelitian pendekatan kualitatif adalah peneliti itu sendiri dengan cara mengajukan pertanyaan, mendengar, dan mengumpulkan data penelitian (Sugiyono, 2016).

Hasil penelitian diperoleh dari analisis data kuesioner dan wawancara tindak lanjut. Berdasarkan informasi data yang telah diperoleh, fokus analisis pada gaya kognitif dan kemampuan kognitif konsumen dari aspek pengetahuan, legalitas, mekanisme & aturan, serta dampak yang dirasakan. Dalam penelitian kualitatif, informasi data yang diperoleh kemudian dilakukan reduksi dan *coding* data. Tahap selanjutnya melakukan triangulasi, yaitu teknik validasi data yang memanfaatkan sesuatu yang lain (Moleong, 2012). Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik triangulasi metode. Triangulasi membantu penelitian kualitatif untuk menghilangkan gap pada saat mengumpulkan data. Setelah analisis data dan triangulasi maka dapat dilakukan penarikan kesimpulan secara deskriptif untuk menemukan solusi dari masalah yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data informasi yang telah diperoleh melalui kuesioner dan observasi kemudian dilakukan reduksi. Fokus analisis gaya kognitif dan kemampuan kognitif konsumen dari aspek pengetahuan, legalitas, mekanisme & aturan, serta dampak yang dirasakan. Berikut adalah hasil reduksi data yang diperoleh dari 30 responden sebagai konsumen yang menggunakan layanan *Peer to peer lending* :

Tabel 1. Hasil Reduksi Data penelitian

Aspek	Hasil Reduksi
Pengetahuan	70% dari responden mengetahui tentang pinjaman online melalui aplikasi /platform P2P Lending (<i>Peer to peer lending</i>) ? (seperti Investree, KoinWorks, Amarnya, Danamas,UangTeman dsb)
Legalitas	65% dari responden mengetahui bahwa legalitas suatu platform pinjaman online dapat dilihat melalui website resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Namun hanya 61% pengguna yang akan mencari tahu mengenai legalitas aplikasi/platform pinjaman online tersebut saat akan melakukan pinjaman
Mekanisme & aturan	61% dari responden menyatakan bahwa layanan jasa yang diberikan perusahaan penyedia pinjaman online sudah sesuai dengan Tawaran/syarat & ketentuan yang diinformasikan sebelumnya.
Dampak yang dirasakan	Pada saat penagihan/jatuh tempo, 67% dari responden mendapatkan tindakan memaksa dan atau mengarah pada tindakan kriminal.

Sumber: Data diolah penulis (2020)

Peer to peer lending dalam literasi keuangan

Peer to peer lending merupakan salah satu perkembangan teknologi terkini pada sektor keuangan yang memberikan layanan jasa keuangan berupa pinjaman online. Sehingga belum banyak orang yang memahami mekanisme dan legalitas pinjaman online melalui *Peer to peer lending* tersebut. Temuan dalam penelitian ini memberikan fakta bahwa terdapat 61% konsumen yang akan melakukan pinjaman online akan mencari tahu legalitas aplikasi/platform *FinTech lending* tersebut. Alasan responden inisial TJ mengatakan hal tersebut dilakukan untuk rasa keamanan.

“Dengan mencari tahu legalitas setidaknya kita merasa aman karna aplikasi tersebut sudah di awasi oleh OJK” (TJ)

Sedangkan 49% responden tidak mempertimbangkan legalitasnya karena faktor desakan kebutuhan. Salah satu responden inisial AY mengatakan tidak mencari tahu legalitas karena terdesak kebutuhan.

“saya tidak mencari tahu legalitasnya karena kepepet meminjam untuk kebutuhan yang mendesak” (AY)

Konsumen juga akan memilih aplikasi/platform pinjaman online yang telah diketahui dari informasi kerabat, teman atau media sosial. Responden inisial SY mengaku mengetahui legalitas platform pinjaman dari informasi teman yang sudah pernah menggunakan platform tersebut.

“Saya mencari tahu legalitas platform pinjaman online dari teman yang sudah lebih dulu menggunakannya dan juga bisa mencari tahu informasi lebih lanjut ke dia ” (SY)

Selain itu, sebanyak 61% peminjam menyatakan layanan jasa yang disediakan *FinTech lending* sudah sesuai dengan syarat & ketentuan yang diinformasikan sebelumnya. Salah satu responden inisial SA mengatakan platform yang digunakan sudah sesuai perjanjian.

“platform yang saya gunakan syaratnya sudah sesuai dengan informasi sebelumnya di waktu awal” (SA)

Temuan lainnya sebanyak 72% konsumen melakukan pinjaman online untuk kepentingan pribadi dan sisanya kepentingan bisnis lainnya. Kepentingan pribadi yang dimaksudkan untuk kebutuhan dasar hingga digunakan untuk membayar pinjaman online pada platform lain. AF mengaku pinjaman online digunakan untuk kebutuhan pokok dan menutupi pinjaman lainnya.

“Pinjaman pertama untuk menutup kebutuhan pokok, pinjaman kedua untuk menutup pinjaman pertama biar enggak dikejar kejar” (AF)

Temuan hal yang sama juga terdapat pada hasil penelitian Aidha et al (2019) yang menunjukkan bahwa pinjaman online digunakan tidak hanya untuk menutupi kebutuhan pokok rumah tangga, tetapi juga untuk menutupi pinjaman lainnya. Selain itu pengguna pinjaman online sebelumnya mengetahui bahwa legalitas suatu platform pinjaman online dapat dilihat melalui website resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Praktik di masyarakat

Fakta yang ada di lapangan menunjukkan 48% mengetahui tentang penggunaan *financial technology*. Persentase tersebut tidak cukup besar karena *FinTech* masih belum familiar di masyarakat awam yang biasa menggunakan alat pembayaran tunai. Berbeda halnya dengan masyarakat yang pernah menggunakan alat pembayaran non-tunai. Daya kognitif masyarakat yang pernah menggunakan alat pembayaran non-tunai dapat menerima dengan baik mengenai penggunaan *FinTech*. Konsumen juga mengetahui aplikasi *Peer to peer lending* yang ada di Indonesia seperti Investree, KoinWorks, Amarta, Danamas, UangTeman. Data menunjukkan sebanyak 70% konsumen mengetahui *Peer to peer lending* melalui media sosial. Konsumen meyakini bahwa aplikasi pinjaman online yang mempromosikan layanannya melalui media sosial tersebut sudah legal. Salah satu responden TJ mengatakan legalitas suatu platform mereka yakini dari iklan media sosial.

“saya yakin aplikasi yang diiklankan di media sosial pastinya sudah legal” (TJ)

Selain media sosial, konsumen terpengaruh pinjaman online melalui *platform Peer to peer lending* dari kerabat ataupun teman. Responden SY mengaku melakukan pinjaman online terpengaruh teman.

“Dapat cerita dari teman, kalau pinjaman online itu administrasi nya mudah dan pencairan dananya cepat” (SY)

Hal tersebut sesuai dengan *Social Cognitive Theory*, bahwa kemampuan individu di dalam suatu lingkungan yang saling berinteraksi sosial terdapat perilaku saling mempengaruhi dan terlibat didalamnya.

Konsumen sebagai peminjam dalam realita nya melakukan pinjaman online tidak hanya pada satu *platform/aplikasi*. DY mengaku menggunakan lebih dari satu aplikasi dalam melakukan pinjaman online.

“Ada dua platform pinjaman online yang saya gunakan secara bersamaan, alasannya karena platform pinjaman pertama digunakan untuk kebutuhan hidup, sedangkan pinjaman kedua untuk menutup pinjaman pertama.” (DY)

Hal tersebut disebabkan karena kebijakan batas pinjaman yang di berikan oleh beberapa *platform/aplikasi* penyedia jasa layanan. Terkait hasil triangulasi dalam penelitian ini diketahui bahwa pinjaman online melalui *Peer to peer lending* memberikan manfaat dan juga kerugian bagi peminjam. Manfaat yang diperoleh diartikan sebagai kelebihan menggunakan pinjaman online melalui *Peer to peer lending* diantaranya kemudahan dalam bertransaksi, biaya administrasi yang tidak memberatkan konsumen, dan proses pencairan yang mudah.

Penelitian Wahyuni dan Turisno (2019) menjelaskan pinjaman online memiliki kemudahan persyaratan administratif dibandingkan dengan pinjaman layanan keuangan konvensional. Penelitian Risna Kartika (2020) , juga menyebutkan bahwa kemudahan dan singkatnya waktu untuk melakukan pencairan dana membuat *Peer to Peer Lending* banyak diminati masyarakat di Indonesia. *FinTech* dapat meningkatkan kesejahteraan konsumen dalam bentuk akses yang lebih murah dan mudah melalui aplikasi *mobile* terutama bagi konsumen yang sebelumnya tidak memiliki rekening bank (Sangwan et al., 2019). Beberapa kelebihan tersebut menjadi daya tarik bagi seorang dalam mengambil keputusan untuk melakukan pinjaman online. Hal ini dikemukakan pada penelitian Novika et al (2022), bahwa syarat yang tidak memberatkan, dan keyakinan tentang

pinjaman online yang menjadi solusi masalah keuangan serta belum adanya pembelajaran mengenai permasalahan yang akan muncul kedepannya menjadi faktor psikologis saat melakukan pinjaman online. Dalam hal ini, kelebihan yang dimiliki pinjaman online dikatakan bahwa konsumen dapat menerima, menyimpan, memproses, dan meneruskan informasi penggunaan layanan jasa *FinTech Peer to peer lending*.

Sementara kerugian bagi peminjam, sebanyak 67% konsumen sebagai peminjam menyatakan mendapatkan tindakan yang merugikan atau tidak menyenangkan seperti memaksa dan atau mengarah pada tindakan kriminal pada saat penagihan/jatuh tempo. Tindakan yang merugikan konsumen tersebut berupa *immateriil* seperti menyebarkan data nomer telepon untuk disalahgunakan dan memberitahukan berita hoax tentang konsumen kepada pihak ketiga. Pihak penagih menyebarkan informasi tentang pinjamannya ke orang-orang di daftar kontak di telepon peminjam khususnya rekan kerja sekantor. Konsekuensi dari penyebaran tersebut, peminjam mendapat perlakuan tidak menyenangkan di tempat kerjanya. Penyalahgunaan data peminjam lainnya yaitu penagih mengalihkan tagihan kepada pihak ketiga. Responden SA menceritakan tindakan merugikan tersebut.

“waktu penagihan ditelepon dengan bahasa kasar dan jika kita telat bayar akan dipermalukan dengan mengirim pesan ke semua kontak yang ada di handphone kita bahwa kita punya tunggakan pinjaman ke mereka” (SA)

Hasil pengamatan menunjukkan kerugian *immateriil* tersebut menimbulkan tekanan psikis hingga konsumen merasa terintimidasi. Hal ini juga disebutkan dalam penelitian Nani and Lina (2020) bahwa tahun 2018 ada 130 laporan konsumen mengenai perusahaan *Fintech* yang telah menyebarkan data pribadi dan dalam melakukan penagihan bukan hanya kepada peminjam atau kontak darurat yang disertakan pada saat perjanjian. Hal serupa juga diungkapkan oleh Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Jakarta bahwa salah satu pelanggaran yang terjadi yaitu menyebarkan informasi pinjaman kepada kontak keluarga terdekat hingga teman – teman karena kontak pada *handphone* peminjam hampir seluruhnya dapat diakses oleh *platform* pinjaman online (LBH Jakarta, 2018).

Dalam hal kerugian yang dihadapi ketika menggunakan pinjaman online, konsumen tidak mempunyai kemampuan untuk menghadapi risiko. Jika permasalahan yang timbul dari pinjaman online tidak dapat terselesaikan maka dapat menjadi masalah yang serius terutama bagi psikologis konsumen. Diungkapkan dalam penelitian Tantangan & Arafah (2022), adanya tekanan psikologis ketika penagihan, dapat menempatkan konsumen pada risiko tiga kali lipat mengalami gangguan mental yang serius dan intervensi psikologis. Sehingga keputusan seseorang mengambil keputusan untuk melakukan pinjaman online dapat mengakibatkan dampak negatif. Penelitian Nurhaliza et al (2022) menyebutkan pinjaman online dapat menimbulkan dampak negatif pada konsumennya antara lain penagihan intimidatif, penyalahgunaan data pribadi, rasa ketidaknyamanan hidup hingga depresi dan bahkan memunculkan niat untuk bunuh diri.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa gaya kognitif konsumen sebagai peminjam dapat menerima, menyimpan, memproses, dan meneruskan informasi penggunaan layanan jasa *FinTech Peer to peer lending*, namun tidak memiliki keterampilan dalam menyelesaikan risiko saat menggunakan produk dan jasa keuangan tersebut. Sehingga tingkatan literasi partisipan dalam penelitian ini berada pada tingkat *Sufficient literate*. Pada tingkat ini, masyarakat sebagai konsumen yang menikmati jasa layanan *Peer to peer lending* memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang *Peer to peer lending* yang memberikan layanan jasa keuangan berupa pinjaman online, termasuk fitur

yang tersedia, mekanisme yang berlaku, manfaat dan risiko yang akan diperoleh di masa yang akan datang, serta hak dan kewajiban terkait layanan jasa keuangan, namun tidak memiliki keterampilan dalam menyelesaikan masalah pada saat menggunakan produk dan jasa keuangan. Kelemahan penelitian ini tidak spesifik dilakukan untuk partisipan pada wilayah tertentu dan memiliki karakteristik yang tidak homogen. Saran untuk penelitian selanjutnya, penelitian dilakukan pada wilayah yang lebih spesifik dan menggunakan subjek penelitian yang homogen.

KESIMPULAN

Konsumen menggunakan *platform Peer to peer lending* terpengaruh dari media sosial, kerabat ataupun teman. Sesuai dengan *Social Cognitive Theory*, bahwa kemampuan individu di suatu lingkungan yang saling berinteraksi sosial terdapat perilaku saling mempengaruhi dan terlibat didalamnya. Tekanan psikis yang dialami konsumen pada saat melakukan pinjaman online melalui *Peer to peer lending* merupakan salah satu dampak dari kemampuan kognitif yang kurang mengenai *Peer to peer lending*. Konsumen cenderung mengambil keputusan jangka pendek untuk mencari pemasukan tambahan melalui pinjaman *online* dalam memenuhi kebutuhan.

Partisipan dalam penelitian ini yaitu masyarakat sebagai konsumen yang menikmati layanan *Peer to peer lending* memiliki literasi keuangan pada tingkat *Sufficient literate*. Gaya kognitif di masyarakat saat ini memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang *Peer to peer lending* yang memberi layanan jasa keuangan berupa pinjaman online, kesediaan fitur, mekanisme yang berlaku, manfaat dan risiko yang diperoleh di masa yang akan datang, serta hak dan kewajiban terkait layanan jasa keuangan. Namun tidak memiliki keterampilan dalam menyelesaikan risiko saat menggunakan produk dan jasa keuangan tersebut.

Penelitian ini tidak spesifik dilakukan untuk partisipan pada wilayah tertentu dan memiliki karakteristik yang tidak homogen. Pengambilan data penelitian selanjutnya lebih spesifik pada wilayah tertentu dan melibatkan partisipan yang homogen dengan jumlah besar untuk mendapatkan data yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidha, C. N., Mawesti, D., Silvia, D., Ningrum, D. R., Armintasari, F., Priambodo, R., Sularsi, & Aji, W. (2019). *Studi Terhadap Profil dan Risiko Konsumen Kartu Kredit dan Pinjaman Online*. ResponsiBank Indonesia.
- Arner, D. W., Barberis, J. N., & Buckley, R. P. (2015, 1 Oktober). *The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm?*. University of Hong Kong Faculty of Law Research Paper. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2676553>
- Bachmann, A., Becker, A., Buerckner, D., Hilker, M., Kock, F., Lehmann, M., Tiburtius, P., & Funk, B. (2011). Online peer-to-peer lending - A literature review. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 16(2), 1-18.
- Bank Indonesia. (2018, 1 Desember). *Mengenal Financial Teknologi*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- Creswell, J. W. (2018). Research design Qualitative, quantitative and mixed method approaches. In *Intercultural Education*. SAGE Publication Inc.
- Dewi, S. K., Siburian, P. S., & Indriastuti, H. (2018). Pengaruh motivasi konsumen, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 105. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v9i2.2479>

- Hadi, S. S. (2017). Perilaku Konsumen Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Dibidang Marketing Mix. *Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (SIMNASIPTEK)*, 1(1),78-86
- Harahap, B. A., Idham, P. B., Kusuma, A. C. M., & Rakhman, R. N. (2017). Perkembangan Financial Technology Terkait Central Bank Digital Currency (CBDC) Terhadap Transmisi Kebijakan Moneter dan Makroekonomi. *Bank Indonesia*, 2, 1–80.
- Hendriyani, C., Sekretari, A., Taruna, M., Sam'un, B., & Raharja, J. (2019). Business Agility Strategy: Peer-to-Peer Lending of Fintech Startup in the Era of Digital Finance in Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8(4), 239–245. <http://buscompress.com/journal-home.html>
- Huda, N. (2016). Analisis Faktor Sosial Budaya dan Psikologis yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan pada Warung Mikro (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 3(3), 257-268. <https://doi.org/10.20527/jwm.v3i3.144>
- INDEF. (2019). *Studi Dampak Fintech P2P Lending terhadap Perekonomian Nasional*. 1–13. <https://indef.or.id/research/download/74+&cd=2&hl=en&ct=clnk&gl=id>
- Johnson, R., & Christensen, L. (2014). *Educational research: Quantitative, qualitative, and mixed approaches*. SAGE Publications Inc.
- Kotler, P. & Keller, K., L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1 da). Erlangga.
- LBH Jakarta. (2019, 9 November). *Terjerat Pinjaman Online, 1330 Korban Mengadu ke LBH Jakarta*. <https://www.bantuanhukum.or.id/web/terjerat-pinjaman-online-1330-%0Akorban-mengadu-ke-lbh-jakarta>
- Martín, C. A., Rivera, D. E., Riley, W. T., Hekler, E. B., Buman, M. P., Adams, M. A., & King, A. C. (2014). A dynamical systems model of Social Cognitive Theory. *American Control Conference*, 2407–2412. <https://doi.org/10.1109/ACC.2014.6859463>
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Musyaffa, I. (2020, 14 Januari). *YLKI: Ada 1.871 pengaduan konsumen sepanjang 2019*. <https://www.aa.com.tr/id/nasional/ylki-ada-1871-pengaduan-konsumen-sepanjang-2019/1701735>
- Nani, D. A., & Lina, L. F. (2020). Kekhawatiran Privasi pada Kesuksesan Adopsi FinTech menggunakan Model DeLone dan McLean. *Performance*, 27(1), 60. <https://doi.org/10.20884/1.jp.2020.27.1.2250>
- Novi Yushita Amanita. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1), 15, 11-26. <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>
- Novika, F., Septivani, N., & P, I. M. I. (2022). *Pinjaman Online Ilegal Menjadi Bencana Sosial Bagi Generasi Milenial*. 3(August), 1174–1192.
- Nurhaliza, A., Rahman, A., & Purwanto, D. (2022). *Masyarakat di Surakarta*. 29–37.
- Ölvedi, T. (2020). An overview of peer-to-peer lending. *Economy & Finance*, 7(2), 218–232. <https://doi.org/10.33908/ef.2020.2.6>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2013). *Konsumen: Literasi Keuangan*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Kuangan.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016, 28 Desember). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/Pojk.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. LN.2016/NO.324, Jdih.ojk.go.id: 31 hlm.

- Anisa Rachmawati & Dian Yudhawati.** *Gaya Kognitif Konsumen pada Fintech Peer to Peer Lending terhadap Literasi Keuangan*
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). *Siaran Pers Satgas Temukan 123 Fintech Lending Illegal, 30 Gadai Swasta dan 49 Entitas Penawaran Investasi Tanpa Izin.* <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Siaran-Pers-Satgas-Temukan-123-Fintech-Lending-Illegal,-30-Gadai-Swasta-dan-49-Entitas-Penawaran-Investasi-Tanpa-Izin.aspx>
- Purnamasari, D., & Nasikin. (2015). Aspek Keperilakuan Pada Pengambilan Keputusan Dan Para Pengambil Keputusan. *Metrologia*, 53(5), 1–116. http://publicacoes.cardiol.br/portal/ijcs/portugues/2018/v3103/pdf/3103009.pdf%0Ahttp://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-75772018000200067&lng=en&tlng=en&SID=5BQIj3a2MLaWUV4OizE%0Ahttp://scielo.iec.pa.gov.br/scielo.php?script=sci_
- Risna Kartika. (2020). Analisis Peer to Peer Lending Di Indonesia. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 75–86. doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i2.902
- Sangwan, V., Harshita, Prakash, P., & Singh, S. (2019). Financial technology: a review of extant literature. *Studies in Economics and Finance*, 37(1), 71–88. <https://doi.org/10.1108/SEF-07-2019-0270>
- Schunk, D. H., & DiBenedetto, M. K. (2020). Motivation and social cognitive theory. *Contemporary Educational Psychology*, 60, 101832. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2019.101832>
- Sekaran, U. (2013). *Research Method for Business*. John Wiley & Sons Ltd.
- Shohib, M. (2015). Sikap Terhadap Uang Dan Perilaku Berhutang. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 03(01), 132–143. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jipt/article/view/2133/2281>
- Siegel, G. d. (1980). *Behavioral Accounting*. South Western Publishing.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Penerbit Afabeta.
- Supriyanto, E., & Ismawati, N. (2019). Sistem Informasi Fintech Pinjaman Online Berbasis Web. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi Dan Komputer*, 9(2), 100–107. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/just-it/article/view/3736/3057>
- Sutopo, H. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar teori*. Sebelas Maret University Press.
- Tantangan, D. A. N., & Arafah, M. (2022). Pembiayaan Online Syariah dalam Menghadapi. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 65–77.
- Tjandra, E. A., & Tjandra, S. R. (2013). Hubungan antara komponen kognitif, komponen afektif dan komponen perilaku terhadap sikap konsumen memanfaatkan teknologi internet. *Jurnal Manajemen*, 17(1), 42–52.
- Uly, Y. A. (2019). *Sopir Taksi Bunuh Diri karena Pinjaman Online, Satgas: Itu Fintech Illegal*. Okezone. <https://economy.okezone.com/read/2019/02/13/320/2017462/sopir-taksi-bunuh-diri-karena-pinjaman-online-satgas-itu-fintech-ilegal>
- Wahyuni, R. A. E., & Turisno, B. E. (2019). Praktik Finansial Teknologi Illegal Dalam Bentuk Pinjaman Online Ditinjau Dari Etika Bisnis. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(3), 379–391. <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i3.379-391>
- Yuniarti, S., & Rasyid, A. (2020). Consumer Protection in Lending Fintech Transaction in Indonesia: Opportunities and Challenges. *Journal of Physics: Conference Series*, 1477(5). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1477/5/052016>