

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar belakang Masalah

Di era digital yang terus berkembang seperti saat ini, pertumbuhan ekonomi menjadi sangat bergantung pada teknologi dan internet. Hal ini terbukti dari pertumbuhan internet di Indonesia yang terus mengalami peningkatan. Internet merupakan sarana elektronik yang dapat dipergunakan untuk berbagai aktivitas seperti komunikasi, riset, pemanfaatan informasi dan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan. Malik dan Rahmadi, (2016).

Perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang memberikan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media ini, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan dengan *market place* baru dan sebuah jaringan bisnis dunia yang luas yang tidak terbatas waktu dan tempat.

Berkembangnya bisnis *e-commerce* di Indonesia telah merubah beberapa perilaku konsumen salah satunya adalah kebiasaan berbelanja di pusat perbelanjaan atau toko sekarang mulai beralih dengan menggunakan media *online*. Selama terkoneksi dengan internet, konsumen tidak harus mendatangi toko atau tempat perbelanjaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkannya. Banyaknya perusahaan *e-commerce* yang ada di Indonesia, serta beragam jenis layanan yang di tawarkan membuat para konsumen lebih leluasa

dalam memilih toko online mana yang ingin mereka kunjungi. Banyaknya perusahaan *e-commerce* yang ada di Indonesia menyebabkan kompetisi yang ketat untuk menarik minat seseorang untuk berkunjung dan melakukan pembelian melalui situs miliknya. Banyaknya perusahaan *ecommerce* yang muncul beberapa tahun kebelakang menunjukkan bahwa pasar di Indonesia sangat potensial. Hal ini disebabkan karena masyarakat di Indonesia mulai tertarik dan berminat menggunakan layanan *e-commerce* yang ada. Mulyana, (2016).

Fintech berasal dari istilah *financial technology* atau teknologi finansial. Menurut The National Digital Research Centre (NDRC), di Dublin, Irlandia, mendefinisikan fintech sebagai “*innovation in financial services*” atau “inovasi dalam layanan keuangan fintech” yang merupakan suatu inovasi pada sektor finansial yang mendapat sentuhan teknologi modern. Transaksi keuangan melalui fintech ini meliputi pembayaran, investasi, peminjaman uang, transfer, rencana keuangan dan perbandingan produk keuangan. Ernana, Budiharto, Hendro S, (2017).

Saat ini terdapat 142 perusahaan yang bergerak di bidang fintech yang teridentifikasi beroperasi di Indonesia. Beberapa perusahaan fintech yang telah ada di Indonesia saat ini, misalnya CekAja, UangTeman, Pinjam, CekPremi, Bareksa, Kejora, Doku, Veritrans, Kartuku. Layanan keuangan digital atau *financial technology* (fintech) dilaksanakan dengan berlandaskan payung hukum. Hal ini menyusul setelah dikeluarkannya Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016, tentang Layanan Pinjam Meminjam uang berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI). Di dalam aturan tersebut, OJK

mengatur berbagai hal yang harus ditaati oleh penyelenggara bisnis pinjaman dari pengguna ke pengguna, atau yang biasa disebut dengan peer to peer lending (P2P lending).

Berkaitan dengan keputusan mengambil kredit secara online maka diharapkan konsumen atau pengguna harus berhati-hati dalam proses tersebut, *E-commerce* merupakan perubahan dari pemasaran secara fisik kepada pemasaran digital. Berkembangnya bisnis *e-commerce* di Indonesia telah merubah beberapa perilaku konsumen salah satunya adalah kebiasaan berbelanja di pusat perbelanjaan atau toko sekarang mulai beralih dengan menggunakan media *online*. Malik dan Rahmadi, (2016).

Keputusan konsumen atau pengguna merupakan kegiatan individu, kelompok atau organisasi yang terlibat secara langsung dalam pengambilan keputusan membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada pembeli. Keputusan tersebut sangat ditentukan oleh kepercayaan terhadap rekanan, media atau lainnya yang terlibat dalam suatu kegiatan. Menurut Hartiningtyas dan Assegaf dalam Marliza (2012: 25) keputusan pengambilan kredit adalah semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pengambilan kredit online (Fintech) adalah *trust*, menurut Kesuma dan Disa, (2017), kepercayaan (*trust*) merupakan prinsip mendasar dalam setiap hubungan bisnis, kepercayaan adalah faktor kritis dalam merangsang pembelian melalui

internet. Dalam konteks *online*, kebanyakan situs internet mengurangi kepercayaan konsumen baik dalam kejujuran pedagang ataupun kompetensi. Dengan demikian kepercayaan memainkan peran penting pada aktivitas konsumen *online* yang akan mengarah kepada keberhasilan dalam *e-commerce*.

Keputusan pengambilan kredit secara online dalam *e-commerce* akan tumbuh dengan baik apabila penjual atau penyedia jasa mampu menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh konsumen. Malik dan Rahmadi, (2016). Adapun fenomena mengenai trust dalam pengambilan kredit online (Fintech) seperti: terdaftar dan berizin operasi dalam suatu wilayah serta memiliki izin operasional pada lembaga terkait. Kepercayaan muncul ketika mereka yang terlibat telah mendapatkan kepastian dari pihak lainnya, serta mau dan bisa memberikan kewajibannya. Karmayanti dan Nawangsari, (2018) menyimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen maka semakin tinggi pula pembelian konsumen tersebut, berikut data disajikan:

Tabel 1.1. Data Perusahaan *Fintech Lending* Berizin dan Terdaftar Di OJK Tahun 2018-2019

No	Nama	Keterangan
1	Danamas	Berizin
2	Akulaku	Terdaftar
3	Koinworks	Terdaftar
4	Amartha	Terdaftar
5	Investree	Terdaftar
6	Modalku	Terdaftar
7	Danacepat	Terdaftar
8	Awan tunai	Terdaftar
9	KlikAcc	Terdaftar
10	Akseleran	Terdaftar
11	Crowdo	Terdaftar
12	Uangteman	Terdaftar
13	Dometkilat	Terdaftar
14	Taralite	Terdaftar
15	Fintag	Terdaftar
16	Invoila	Terdaftar
17	Kimo	Terdaftar
18	Tunaukita	Terdaftar
19	Qredit	Terdaftar
20	Kredivoo	Terdaftar
21	Avantee	Terdaftar
22	Danbijak	Terdaftar
23	Cashcepat	Terdaftar
24	Modalrakyat	Terdaftar
25	Uangcepat	Terdaftar
26	Easycash	Terdaftar

Sumber : Data diolah, OJK, 2019.

Berdasarkan tabel di atas bahwa dari data tersebut hanya sebagian saja dari perusahaan fintech lending yang berizin dan terdaftar di OJK, sampai dengan Oktober 2018, total jumlah penyelenggara fintech terdaftar dan berizin adalah sebanyak 73 perusahaan. OJK, (2019). Menurut Peraturan OJK Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, terdapat perbedaan antara status berizin dan terdaftar.

Untuk mendapatkan status terdaftar, perusahaan wajib memiliki modal yang disetor Rp 1 miliar dan rutin melakukan pelaporan setiap tiga bulan sekali

selama satu tahun. Laporan berkala itu meliputi jumlah pemberi pinjaman, kualitas pinjaman, dan kegiatan perusahaan. Kemudian, jika menurut OJK, fintech-fintech ini sudah membuktikan bisnis modelnya bisa berjalan dengan baik, maka fintech ini bisa mengajukan perizinan.

Selain kepercayaan (trust) dalam pengambilan kredit online (Fintech) faktor lainnya adalah kualitas informasi yang disajikan, menurut Luthfiya, (2014) Informasi yang disajikan pada kredit online (Fintech) sebaiknya mencakup informasi berkaitan dengan produk dan jasa yang ada pada *online shopping*. Informasi tersebut sebaiknya berguna dan relevan dalam memprediksi kualitas dan kegunaan produk atau jasa. Untuk memuaskan kebutuhan informasi konsumen/pembeli daring, informasi produk dan jasa harus *up-to-date*, membantu pembeli daring dalam membuat keputusan, konsisten, dan mudah dipahami, berbicara mengenai website atau aplikasi *fintech lending* hingga saat ini menyajikan informasi yang mencakup kaitannya dengan produk dan jasa yang ada pada website masing-masing fintech. Informasi tersebut cukup relevan dalam memprediksi kualitas dan kegunaan produk atau jasa. Informasi produk dan jasa *up to date* untuk memuaskan kebutuhan konsumen atau penggunanya, hal tersebut dapat membantu pembeli didalam membuat keputusan, konsisten dan mudah dipahami.

Selain kepercayaan (trust) faktor lainnya yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan kredit online (Fintech) adalah persepsi risiko kredit, Malik dan Rahmadi, (2016) mendefinisikan Persepsi risiko (*Perceived risk*) adalah ketidakpastian yang dihadapi para konsumen jika mereka tidak dapat meramalkan

konsekuensi keputusan pembelian mereka. Kenyataan ini tentu akan sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam mengambil kredit melalui online baik nantinya untuk berbelanja melalui layanan *e-commerce* atau yang lain sehingga transaksi melalui media *online* harus dilakukans secara hati-hati guna meminimalisir berbagai resiko yang dihadapi pembeli. Malik dan Rahmadi, (2016).

Adapun fenomena mengenai risiko pengambilan kredit online, seperti: penyalahgunaan data pribadi, laporan pembayaran utan tidak transparan, terjebak pada investasi bodong, baru-baru ini OJK membatalkan tanda bukti terdaftar bagi lima penyelenggara layanan pinjaman online. Berikut ini lima penyelenggara layanan tersebut. PT Relasi Perdana Indonesia (Relasi), PT Tunaiku Fintech Indonesia (Tunaiku), PT Dynamic Credit Asia (Dynamic Credit) PT Progo Puncak Group (Pinjamwinwin), PT Karapoto Teknologi Finansial (Karapoto), alasan pembatalan tanda terdaftar masing-masing perusahaan di atas berbeda-beda. Namun, secara umum, OJK menyatakan, dengan dibatalkannya tanda terdaftar tersebut, kelimanya harus menghentikan seluruh kegiatan layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi, menyelesaikan hak dan kewajiban pengguna, dan dilarang mencantumkan logo OJK serta pernyataan terdaftar dan diawasi oleh OJK dalam setiap kegiatannya. Moneysmart.id.05/09/2018.

Kredit Online muncul dikarenakan semakin luasnya *e-commerce* di kalangan masyarakat kita. Maka tak heran jika saat ini sistem pembelian barang melalui *e-commerce* dengan cara kredit banyak diperbincangkan oleh masyarakat luas. Penelitian ini dilakukan pada salah satu aplikasi kredit online yaitu

”Akulaku.com”. “Aplikasi AKULAKU” adalah aplikasi mobile pencarian toko dan barang yang dijual oleh penjual terdaftar (*market place*), yang memberikan layanan fasilitas tertentu bagi penjual terdaftar untuk menawarkan fitur pembayaran cicilan melalui pembiayaan multiguna untuk pembelian barang yang dijual oleh penjual melalui Aplikasi AKULAKU. Melalui Aplikasi ini para pecinta belanja online akan disugahi berbagai produk dan metode pembayaran cicilan sesuai dengan panduan yang tertera dalam aplikasi. Aplikasi Akulaku serupa dengan Kartu kredit yang dimana terdapat data diri yang harus diisi oleh debitur atau pemohon secara lengkap. “Pemohon” sendiri adalah pembeli yang mengajukan permohonan penggunaan fasilitas Program Cicilan di Aplikasi AKULAKU yang akan ditindaklanjuti sepenuhnya oleh PT. Akulaku Finance Indonesia melalui Pembiayaan Multiguna dalam membeli Produk yang dijual Merchant, serta bersedia memenuhi dan setuju atas seluruh syarat dan ketentuan Program Cicilan yang ditetapkan oleh PT. Akulaku Finance Indonesia. Selain itu, dalam aplikasi ini juga terdapat penetapan batas maksimal kredit atau yang biasa disebut “limit kredit”. PT. Akulaku Finance Indonesia. (2018).

Selain data di atas ada beberapa dukungan data mengenai fintech “Akulaku” yaitu mengenai penanganan komplain nasabah akan fintech “Akulaku” tersebut, sebagai berikut

Tabel 1.3. Data Komplain Nasabah “Akulaku”

No	Jenis Komplain	Jumlah	Keterangan
1	Pemesanan produk tidak sesuai ekspektasi nasabah	205 aduan	Dalam proses dan tidak ada kejelasan
2	Sistem layanan yang kurang memuaskan	110 aduan	Tidak ada kejelasan
3	Komunikasi kurang bagus	200 aduan	Proses email
4	Buruknya Sistem dan Penanganan Komplain Akulaku kepada Customer	389 aduan	Kurang jelas dari pihak CS Akulaku
5	Pesanan belum diterima tetapi limit kredit sudah dipotong	249 aduan	Tidak ada kejelasan
6	Salah pengiriman barang	105 aduan	Tidak ada kejelasan
7	Merchant kurang memuaskan	83 aduan	Tidak ada kejelasan
8	Nomor Resi paslu tetapi pesanan produk tidak bisa di batalkan	25 aduan	Tidak ada kejelasan
9	Cara penagihan yang terkadang kurang sesuai	180 aduan	Service kurang memuaskan

Sumber: [mediakonsumen.com/2019](http://mediakonsumen.com/2019).

Berdasarkan fakta dan fenomena di atas, mengenai keluhan nasabah “Akulaku” selama tahun 2019 menunjukkan adanya indikasi bahwa fintech “Akulaku” bermasalah dengan konsumennya dan berbicara mengenai keputusan pinjaman online ini bahwa sebanyak 1.330 aduan masuk ke Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Jakarta terkait kasus kredit online. Masalahnya mulai dari bunga yang terlalu tinggi hingga penagihan yang berbau ancaman dan pelecehan seksual. Menanggapi hal tersebut, Anggota Dewan Komisioner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen Tirta Segara menjelaskan saat ini pihak regulator sedang menindaklanjuti keluhan masyarakat. [finance.detik.com/12/2018](http://finance.detik.com/12/2018)

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Informasi dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Online (Studi Pada Fintech Akulaku)”**.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan tersebut di atas, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit melalui online (Studi Pada Fintech Akulaku.com)?
2. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit melalui online (Studi Pada Fintech Akulaku.com)
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit melalui online (Studi Pada Fintech Akulaku.com)?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pengambilan kredit melalui online (Studi Pada Fintech Akulaku.com)
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pengambilan kredit melalui online (Studi Pada Fintech Akulaku.com)
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan pengambilan kredit melalui online Studi Pada Fintech Akulaku.com

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Universitas

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya program studi manajemen dalam kaitannya dengan keputusan konsumen dalam mengambil kredit online (Fintech).

2. Bagi Pihak lain

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan masalah keputusan konsumen dalam pengambilan kredit melalui online.