

ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE TERHADAP MINAT DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF MASYARAKAT

Astrid Putrilia Suryadi¹, Nur Fajrin Muharomah², Yuniarti Kusumah Safitri³,
Ahmad Wahyu⁴

¹²³⁴Program Studi Manajemen Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Korespondensi email: astridputriliasuryadi@gmail.com

Diterima : Herna Rizaldi Tanggal 23 April 2024, Direvisi : Herna Rizaldi,
Tanggal 3 Juni 2024, Disetujui : Saebani Tanggal 20 Juni 2024

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mempelajari penggunaan aplikasi pinjaman online yang berdampak terhadap minat dan perilaku konsumtif masyarakat. Penelitian ini dilakukan melalui metode pendekatan kualitatif atau menggunakan kuisisioner dan jumlah responden hanya 48 orang (melebihi batas maksimal sebanyak 30). Pinjaman online adalah platform yang menawarkan pinjaman dana atau pembayaran cicilan melalui internet tanpa mengalami prosedur yang rumit, membantu masyarakat yang akan meminjam untuk kebutuhan atau hanya menginginkan sesuatu secara online tetapi tidak memiliki dana yang cukup untuk melakukannya. Ketersediaan pinjaman online tentunya memberikan dampak positif dan negative terhadap perilaku masyarakat karena menarik minat masyarakat. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana dampak penggunaan pinjaman online dalam mempengaruhi kebiasaan gaya hidup konsumtif.

Kata Kunci: *pinjaman online, gaya hidup, minat, masyarakat*

ANALYSIS OF THE IMPACT OF ONLINE LOAN ON PEOPLE'S INTEREST AND COMSUMTIVE LIFESTYLE

Abstract

The purpose of this research is to identify and study the use of online loan applications that have an impact on people's interest and comsumtive behavior. This research was conducted through a qualitative approach method or using questionnaires and the number of respondents was only 48 people (exceeding the maximum limit of 30). Online loans are platforms that offer loans or installment payments over the internet without undergoing complicated procedures, helping people who will borrow for needs or just want something online but do not have sufficient funds to do so. The availability of online loans certainly has a positive and negative impact on people's behavior because it attracts people's interest. Therefore, the purpose of this study is to analyze how the impact of using online loans in influencing comsumtive lifestyle habits.

Keywords: *online loans, lifestyle, interests, society*

PENDAHULUAN

Hadirnya globalisasi pada zaman teknologi sekarang, memiliki dampak yang besar terhadap kehidupan manusia, salah satunya ialah penggunaan internet yang memiliki

peran begitu besar dalam menunjang aktivitas kehidupan manusia. Diantaranya dibidang teknologi, selain berkembangnya pasar digital yang umumnya disebut dengan *E-Commerce* terdapat juga aspek lain yang mulai berubah menjadi layanan *online* yaitu Layanan keuangan digital (*financial technology*). Fintech dapat disebut sebagai sebuah proses pembayaran yang sah tanpa perlu menggunakan instrument kertas (Junadi dan Sfenrianto 2015), layanan berbasis teknologi yang sedang berkembang di dunia. Proses fintech ini termasuk jual beli saham, pembayaran, peminjaman uang antar rekan, transfer dana, investasi ritel, dan perencanaan keuangan. Fintech yang marak diperbincangkan oleh masyarakat Indonesia saat ini yaitu Layanan Pinjaman *Online*.

Pinjaman *Online* menurut Supriyanto dan Ismawati (2019) menyebutkan bahwa, teknologi aplikasi pinjaman uang secara *online* merupakan model pembiayaan berbasis teknologi finansial yang menjadi solusi pembiayaan dengan cara efektif dan efisien teknologi pinjaman tanpa harus terbatas oleh ruang dan waktu selama gadget seperti *smartphone* dan komputer yang digunakan dapat terkoneksi internet. Jangka waktu untuk pinjaman *online* juga bisa diatur tergantung dengan kebutuhan masing-masing, beberapa pinjaman *online* tidak harus memerlukan jaminan tetapi tetap aman dan minim risiko.

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), hingga Juli 2019, fintech lending sudah salurkan Rp 49,79 triliun atau meningkat 119,69% sejak awal tahun. Saat itu ada 127 fintech lending yang terdaftar dan berizin dari OJK. Total rekening peminjam (*borrower*) sudah mencapai 11,42 juta rekening. Adapun tingkat keberhasilan 90 hari atau rasio pembayaran pinjaman mencapai 97,48%. Angka ini menurun dari bulan sebelumnya yang mencapai 98,55%. Kepala OJK Kantor Regional II Jawa Barat menyebut yang menggunakan pinjaman *online* tembus Rp 13,8 triliun, bahkan tercatat dibukukan dalam 4,8 juta rekening per Mei 2023 dan terhitung mengalami kenaikan hingga 17,6%.

Karena maraknya perusahaan pinjaman *online* di Indonesia, ada pula perusahaan yang tidak terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan ada pula yang dianggap perusahaan ilegal. Di antara pinjaman *online* legal dan ilegal, pinjaman *online* ilegal-lah yang banyak melanggar hukum. Apabila suatu tagihan telah jatuh tempo dan konsumen tidak mampu membayarnya, maka penagihan dialihkan kepada pihak ketiga atau disebut dengan lembaga penagih utang (*debt collector*). Agen penagihan utang sering kali mengunjungi rumah konsumen atau tempat usaha untuk menagih utang dan memaksa mereka membayar utangnya. Tagihan juga dikirimkan ke anggota keluarga, teman, kolega, dan kerabat, sehingga mengganggu hubungan keluarga dan sosial. Hal ini menyebabkan trauma, stres, depresi, dan bahkan bunuh diri, bahkan konsumen kehilangan pekerjaan karena penagihan yang dilakukan kepada atasannya di tempat kerja.

Kemudahan dan keefektivitasan dari platform pinjaman *online* sedikit demi sedikit mengubah gaya hidup masyarakat. Banyak faktor yang mendorong masyarakat untuk meminjam uang di pinjaman *online*, salah satunya ialah menurut Senada dengan Setiadi 2010 dalam (Suarni GAP, 2014), kelompok sosial sangat dominan mempengaruhi seseorang untuk berperilaku yang menonjolkan gaya hidup baru, perubahan sikap dan jati diri, dipengaruhi dengan dorongan-dorongan serta penjelasan dari orang yang pernah terlebih dahulu melakukan pinjaman *online* sehingga orang yang dipengaruhi akan memilih jalan tersebut sebagai solusi hidupnya.

Direktur Eksekutif *Institute For Development Of Economics And Finance* (Indef) Tauhid Ahmad memandang, upaya program pemerintah yang bisa dilakukan ialah pemberian perlindungan sosial pada level pemerintahan bisa menjadi solusi mengatasi agar masyarakat tidak masuk dalam jeratan pinjaman *online*. Maka dari itu Tauhid Ahmad mengusulkan kepada pemerintah untuk menaikkan pemberian perlindungan sosial.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian deskriptif ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Lexy J Moleong menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Menurut Moleong (2005:4), pendekatan deskriptif kualitatif yaitu pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar dan bukan angka. Dalam artikel lain dijelaskan bahwa pendekatan kualitatif didasarkan pada kenyataan lapangan dan pengalaman responden, dengan acuan teori di bagian akhir. Analisis data yang diperoleh tidak dituangkan dalam bentuk bilangan atau angka statistik, melainkan dengan memberikan paparan atau penggambaran mengenai situasi atau kondisi yang diteliti dalam bentuk naratif. Pemaparannya harus objektif untuk menghindari subjektivitas penulis dalam menafsirkan.

Jenis dan Sumber Data

Dikategorikan menjadi dua jenis dan sumber pada penelitian ini: (1) Data Primer, data yang diperoleh secara langsung dengan kuisisioner (2) Data Sekunder, data yang dikumpulkan dari pihak lain atau data tidak langsung

Subjek Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah setiap orang yang menggunakan aplikasi pinjaman *online*. Sampelnya adalah seluruh responden yang menyelesaikan kuisisioner pada saat kuisisioner disebar. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket atau melalui pengisian kuisisioner. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memberikan informasi selengkap-lengkapnyanya dan terlibat langsung. Roscoe dalam Uma Sekaran yang dikutip oleh (Silaswara, 2020) juga menyatakan bahwa ukuran sampel yang terbaik untuk penelitian adalah berkisar antara 30 dan kurang dari 500 sampel penelitian.

Waktu Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan selama 5 hari mulai tanggal 10-17 Desember 2023 dengan menyebarkan kuisisioner dengan melalui media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Minat merupakan landasan penting bagi seseorang untuk melakukan kegiatan dengan baik yaitu dorongan seseorang untuk berbuat (Purwanto, 2010: 66). Sardiman (2011:76) mengatakan Minat diartikan sebagai suatu yang kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri. Dari pengertian minat diatas, dapat

disimpulkan minat adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan kegiatan sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya. Banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, diantaranya sebagai berikut:

1. Perbedaan pekerjaan, maksudnya berdasarkan perbedaan pekerjaan, seseorang dapat menilai minatnya terhadap tingkat pekerjaan yang ingin diselesaikannya, aktivitas yang dilakukannya, cara ia menggunakan waktu luangnya, dan sebagainya.
2. Perbedaan sosial ekonomi, artinya masyarakat dengan tingkat sosial ekonomi yang lebih tinggi lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya dibandingkan masyarakat dengan tingkat sosial ekonomi yang lebih rendah.
3. Perbedaan hobi dan kegemaran, yaitu bagaimana cara mengisi waktu luang.
4. Perbedaan gender, bahwa minat/kepentingan perempuan berbeda dengan minat/kepentingan laki-laki.
5. Perbedaan umur, artinya seiring bertambahnya usia anak-anak, remaja, orang dewasa, dan orang tua, minat mereka terhadap produk, aktivitas, benda, dan orang berbeda-beda.

GAYA HIDUP

Gaya hidup menurut Kotler (2009) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Menurut Minor dan Mowen (2002), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Dari pengertian diatas maka diambil kesimpulan bahwa gaya hidup ialah kebiasaan hidup seseorang, cara mereka menghabiskan waktu, hal-hal yang mereka anggap penting dalam kehidupan sehari-hari, dan perspektif mereka tentang diri mereka dan lingkungan mereka.

HASIL KUISIONER

Dari penyebaran kuisioner mendapatkan 48 responden. Data yang dikumpulkan valid dan lengkap sehingga dapat digunakan dan dijelaskan sebagai dasar penelitian ini.

1. Hasil olah data pada pernyataan pertama menunjukkan bahwa 79,2% masyarakat menyukai kegiatan berbelanja *online* dan sekitar 20,8% masyarakat tidak menyukai berbelanja *online*. Belanja *online* jelas merupakan kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media Internet. Melalui belanja *online*, pembeli dapat melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang ingin mereka beli melalui web yang dipromosikan oleh penjual. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat pernah berbelanja *online* dan gemar berbelanja *online*.
2. Hasil olah data pada pernyataan kedua menunjukkan bahwa sebagian besar yang sering melakukan pinjaman *online* adalah perempuan yaitu sebanyak 66,7% sedangkan laki-laki yang berminat melakukan pinjaman *online* adalah sebesar 33,3%. Perempuan *relative* memiliki banyak kebutuhan dari mengurus diri sendiri, rumah, anak, keluarga, dan lain-lain. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perempuan lebih banyak melakukan pinjaman *online*.
3. Hasil olah data pada pernyataan ketiga menunjukkan bahwa sebanyak 35,4% masyarakat telah melakukan pembelian/pinjaman *online* sebanyak 1 sampai 4 kali, dan yang kedua sebanyak 27,1% masyarakat telah melakukan pembelian/pinjaman *online* sebanyak 5 sampai 9 kali. Kegiatan ini dilakukan

- dalam kurun waktu 1 bulan. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa, kegiatan pinjaman *online* masyarakat ini cukup sering dalam kurun waktu 1 bulan.
4. Hasil olah data pada pernyataan keempat menunjukkan bahwa sebesar 52,1% masyarakat aktif dalam melakukan pinjaman *online* dan 47,9% masyarakat tidak terlalu aktif dalam menggunakan pinjaman *online*.
 5. Hasil olah data pada pernyataan kelima menjadi acuan dalam penelitian ini bahwa ketika seseorang membeli sesuatu hanya untuk kebutuhan disertai kesenangan semata daripada kebutuhan yang wajib, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros dan mengembangkan sebuah perilaku yang dikenal dengan perilaku konsumtif. Oleh karena itu dari hasil pertanyaan ketiga 60,4% masyarakat dapat dianggap konsumtif, sedangkan 39,6% masyarakat lainnya tidak.
 6. Hasil olah data pada pernyataan keenam menunjukkan bahwa sebesar 68,8% masyarakat melakukan kegiatan belanja/pinjaman *online* saat keuangan mereka terbatas. Dan 31,3% tidak melakukan belanja/pinjaman *online* saat keuangan terbatas. Karena mayoritas masyarakat mempunyai banyak kebutuhan yang selalu ada dan mendesak, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat konsumtif masyarakat pada umumnya cukup tinggi.
 7. Hasil olah data pada pernyataan ketujuh ini menunjukkan perilaku konsumen masyarakat. Berdasarkan data, 75% masyarakat mempunyai keinginan membeli produk untuk meningkatkan status sosial atau mengikuti tren yang terus berubah dengan membeli barang yang bermerk, sementara 25% masyarakat lainnya tidak.
 8. Hasil olah data pada pernyataan kedelapan menunjukkan bahwa 37,5% masyarakat berbelanja barang elektronik. Dan di posisi kedua yakni sebesar 29,2% masyarakat memilih kebutuhan sehari-hari sebagai jenis barang yang sering dibeli menggunakan pinjaman *online*. Dari data ini disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat lebih memilih berbelanja barang elektronik entah itu laptop, mesin cuci, tv, radio dan lain sebagainya untuk mendukung kebutuhan ataupun gaya hidup. Data ini juga didukung atas perkembangan yang terus-menerus meningkat.
 9. Hasil olah data pada pernyataan kesembilan menunjukkan bahwa penggunaan pinjaman *online* untuk masyarakat terbilang cukup lama, dimana mayoritas pengguna satu tahun. Berdasarkan data yaitu lebih dari satu tahun (>12) bulan sebesar 43,8% masyarakat telah mengambil pinjaman *online*. Lalu di urutan kedua sebesar 37,5% masyarakat yang menggunakan pinjaman *online* selama 7-12 bulan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa lebih banyak masyarakat yang menggunakan pinjaman *online* selama >12 bulan.
 10. Hasil olah data pada pernyataan kesepuluh menunjukkan tipe metode penyicilan pembayaran pinjaman *online* pengguna. Sebagian masyarakat yakni sebesar 39,6% membeli barang saat barang yang sebelumnya dibeli belum lunas atau masih melakukan penyicilan. Dan sebagian masyarakat sebesar 39,6% membeli barang saat barang yang sebelumnya dibeli sudah lunas atau sudah selesai melakukan cicilan. Dapat disimpulkan data tersebutimbang antara masyarakat yang membeli barang saat masih ada cicilan dan masyarakat yang membeli barang setelah cicilannya lunas.
 11. Hasil olah data pada pernyataan kesebelas menunjukkan bahwa 58,3% masyarakat setuju bahwa proses pinjaman *online* sangat untuk mudah dilakukan.
 12. Hasil olah data pada pernyataan kesebelas menunjukkan bahwa 54,2% masyarakat setuju bahwa keberadaan pinjaman *online* sangat membantu.
 13. Hasil olah data pada pernyataan kesebelas menunjukkan bahwa 33,3% masyarakat setuju bahwa jumlah bunga yang dikenakan wajar.

14. Hasil olah data pada pernyataan kesebelas menunjukkan bahwa 60,4% masyarakat tidak setuju data pribadi tidak aman di aplikasi pinjaman *online*.
15. Hasil olah data pada pernyataan kesebelas menunjukkan bahwa 50% masyarakat setuju penggunaan dana pinjaman *online* sesuai dengan tujuan masyarakat.

SIMPULAN

Berbelanja *online* adalah hal yang disukai oleh sebagian besar masyarakat dengan presentase 79,2%, dengan lebih banyak perempuan yang berbelanja *online* yaitu sebesar 66,7%. Adanya pinjaman online menjadi solusi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan gaya hidup. Masyarakat cenderung membeli produk bermerk karena ingin meningkatkan status sosialnya dengan membeli dan menggunakannya, atau karena tertarik pada produknya. Mengingat pengguna pinjaman *online* mempengaruhi tingkat konsumtif masyarakat, maka diperlukan upaya khusus untuk mengatasinya:

Memberikan sosialisasi panduan untuk masyarakat mengenai penggunaan pinjaman *online* sehingga masyarakat lebih bijak dalam memanfaatkan atau menggunakan pinjaman *online* dan belajar untuk membeli barang berdasarkan barang sesuai kebutuhannya.

Dari pihak pinjaman *online* sendiri tentu harus memberikan batasan, seperti pembayaran lunas terlebih dahulu agar masyarakat tidak membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, dan lebih bijak dalam membeli barang karena hanya bisa membeli barang setelah selesai melakukan cicilan, ini juga dapat mencegah masyarakat sulit atau menunda pembayaran yang sudah jatuh tempo.

Diharapkan penelitian ini dapat dilanjutkan dengan metode deskriptif dan jumlah responden yang lebih banyak sehingga mendapatkan hasil yang lebih akurat dan tepat mengenai dampak pinjaman online terhadap tingkat konsumtif masyarakat.

REFERENSI

- al., C. N. (2020). *Dampak sosial Ekonomi Jerat Utang Rumah tangga di Indonesia*. Perkumpulan PRAKARSA.
- GAP, S., L.A Trupalupi, & L.A Haris. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit dalam LPD (Lembaga Pengkreditan Desa) Desa Pakraman Manggissari . *Pendidikan Ekonomi*, Vol. 4, No.1.
- Hasibuan, M. (2008). *Dasar-Dasar Perbankan*. jakarta: Bumi Aksara.
- Ilaswara, D. (2012-2019). Analisis Pelaksanaan Harbolnas di Indonesia. *Sains Manajemen*, 1-12.
- Junaidi, & Sfenrianto. (2015). A Model Factos Influencing Consumer's Intention To Use E-Payment System In Indonesia. 59:214-220.
- Kotler, & Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium*. jakarta: Prehallindo.
- Kusnawan, A., Silaswara, D, Andy, & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon Pada Aplikasi e-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*, 5 No 2 , 137-160.
- Kusnawan, A., Silaswara, D, Andy, & Sefung, T. (2019). Pengaruh Diskon Pada Aplikasi e-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Jurnal Sains Manajemen*, 5 No 2 (Desember 2019), 137-160.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Mowen, Jhon C, & Michael Minor. (2002). *Consumer Behavior atau Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Poerwanto, N. (2010). Psikolog Pendidikan Bandung: Remaja Rosdakarya. Minat Merupakan Landasan Penting Bagi Seseorang Untuk Melakukan Kegiatan dengan Baik yaitu dorongan seseorang untuk Berbuat. 66.
- Sardiman. (2011). *Interaksi Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Senada, & Setiadi. (2010). *Suarni GAP, 2014*.
- Supriyanto, E., & Ismawati, N. (2019). Sistem Informasi Fintech Pinjaman Online Berbasis Web. *Just IT*. 100-10