

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian Indonesia semakin berkembang seiring dengan pertumbuhan penduduk di Indonesia. Banyak masyarakat yang merasa perlu untuk menyisihkan sebagian pendapatannya untuk disimpan di bank. Banyak pembaharuan teknologi yang muncul untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat dengan perkembangan zaman dan pemikiran. Pembaharuan teknologi ini disebabkan rendahnya kualitas layanan yang diberikan perbankan syariah kepada nasabahnya (Cahyani, 2016). Oleh karena itu, banyak masyarakat yang kurang percaya kepada sistem perbankan Syariah.

Lembaga keuangan yang akhirnya menyadari adanya kekurangan pada perbankan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk membantu memberi solusi lain dalam menyikapi permasalahan ini, yaitu dengan mendirikan perusahaan yang menawarkan pembiayaan secara *online*. Menurut Kemenkominfo, jumlah penduduk yang menggunakan layanan internet mencapai 3 miliar orang pada 2015. Tiga tahun setelahnya, pada 2018, diperkirakan sebanyak 3,6 miliar manusia di bumi bakal mengakses internet setidaknya sekali tiap satu bulan. Kominfo. Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia (kominfo.go.id).

Keinginan ini mendorong pertumbuhan perusahaann-perusahaan *start up* yang bergerak di bidang keuangan berbasis teknologi. Hasil riset Asosiasi Fintek Indonesia memetakan sedikitnya ada 120 perusahaan yang saat ini bergerak di

sektor financial technology (fintech) (afpi.or.id). Layanan dan usaha fintech merujuk pada pelaku industri jasa keuangan berbasis teknologi informasi. Peningkatan jumlah perusahaan *start up* ini sejalan dengan peningkatan pengguna telepon genggam atau *mobile phone*. Bahkan saat ini masyarakat telah menjadikan telepon genggam sebagai suatu sarana berkomunikasi sekaligus bertransaksi. Termasuk dalam hal ini adalah transaksi keuangan dengan menggunakan perangkat ini.

Perusahaan fintech datang dan memasuki pasar masyarakat yang belum tersentuh layanan keuangan di tengah-tengah upaya lembaga keuangan yang masih menggunakan sistem lama dan terdahulu. Ruang lingkup yang dicapai oleh perusahaan fintech ini sangat luas dan mendetail. Keunggulan lain yang ditawarkan perusahaan fintech ini adalah karakter-karakter khusus yang dimilikinya, yaitu perusahaan ini berbentuk *mobile* dan dibangun semata-mata untuk pelanggan.

Selain itu, fintech juga hadir dengan memberi kesegaran baru bagi para pelaku usaha yang baru merambah di dunia bisnis. Fintech menawarkan layanan yang dibutuhkan oleh semua lapisan masyarakat. Di antara layanan tersebut, adalah: transfer, proses pembayaran, jual beli, pembiayaan yang diharapkan dapat menjadi lebih praktis dalam praktiknya, aman, dan modern sesuai dengan zamannya. Banyak masyarakat yang menyambut baik adanya perkembangan ini, karena semua transaksi ini dapat dilakukan secara elektronik menggunakan telepon seluler, tablet, atau perangkat seluler lainnya.

Kehadiran fintech ini juga mendorong pertumbuhan perekonomian termasuk pertumbuhan perbankan. Fintech juga sekaligus melengkapi rantai

transaksi keuangan dan turut memperkuat ekosistem keuangan. Namun, kehadiran ini bukanlah untuk menggantikan proses keuangan tradisional, melainkan sebagai penguat dalam sistem perekonomian.

Fintech saat ini telah memiliki banyak fungsi yang tidak hanya sebagai layanan transaksi keuangan online. Hasil riset Asosiasi Fintek Indonesia melaporkan bahwa saat ini perusahaan fintek di Indonesia masih didominasi oleh perusahaan pembayaran (44%), agregator (15%), pembiayaan (15%), perencana keuangan untuk personal maupun perusahaan (10%), crowdfunding (8%) dan lainnya (8%) (afpi.or.id).

Perkembangan fintech yang sangat cepat dapat menyentuh berbagai sektor keuangan mulai dari ritel, wealth management, UKM, korporasi dan investasi perbankan serta asuransi. Hal ini menjadi kesempatan emas dalam menjangkau masyarakat yang selama ini belum terjangkau oleh berbagai layanan keuangan.

Keunggulan lain yang menjadi perhatian besar dari layanan fintech ini adalah layanan P2P *Lending* (*Peer to Peer Lending*). P2P merupakan singkatan dari *Peer-to-Peer* (bahasa Inggris) atau teknologi dari “ujung” ke “ujung” pertama kali diluncurkan dan dipopulerkan oleh aplikasi-aplikasi “berbagi-berkas” (*file sharing*) seperti Napster dan KaZaA. Pada konteks ini teknologi P2P memungkinkan para pengguna untuk berbagi, mencari dan mengunduh berkas.

Sistem P2P sebenarnya adalah suatu sistem yang tidak hanya menghubungkan “ujung” satu dengan lainnya, namun ujung-ujung ini saling berhubungan secara dinamis dan berpartisipasi dalam mengarahkan lalu lintas

komunikasi informasi, pemrosesan, dan penugasan pembagian *bandwidth* yang intensif. Jika tidak ada, tugas-tugas ini biasanya diemban oleh server pusat.

Sistem P2P *Lending* sangat cocok untuk menjadi alternative layanan keuangan. Karena sistem yang dimilikinya sangat fleksibel dan penanaman modalnya dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, baik secara makro maupun mikro, maka banyak masyarakat yang beralih menggunakan layanan ini, bahkan, masyarakat yang belum tersentuh kemajuan teknologi.

P2P *Lending* ini, selain dirancang dengan sistem konvensional, ada pula sistem dan alur transaksinya dirancang sesuai dengan konsep syariah. Menurut fatwa DSN MUI No: 117/DSN-MUI/II/2018, uang elektronik syariah berisi beragam hal, seperti pengaturan hubungan hukum di antara para pihak yang terlibat dalam transaksi uang elektronik. Akad antara penerbit dengan pemegang uang elektronik yang sesuai dengan fatwa MUI, yaitu: akad *wadiah* atau akad *qardh*. Adapun akad antara penerbit dengan penyelenggaraan uang elektronik dan agen layanan keuangan digital adalah akad *ijarah*, *ju'alah*, dan akad *wakalah bi al ujah*. Fatwa tentang layanan pembiayaan berbasis IT berdasarkan prinsip syariah, MUI memberikan ketentuan umum, seperti penyelenggaraan fintech tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah, seperti *riba*, *gharar*, dan haram.

Dasar hukum atau dalil yang mendasari fatwa DSN-MUI ini adalah Firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 282 dan Surat An-Nisa ayat 58 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah

seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar.” (QS. Al-Baqarah:282)

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ

نِعْمًا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (QS. An-Nisa:58)

Saat ini, produk-produk perbankan syariah sedang diminati masyarakat.

Pada industri perbankan Syariah, kehadirannya sangat diperlukan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Merujuk pada data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, pada tahun 2015 jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 59,2 juta unit (Kementerian Koperasi dan UKM, 2017). Dengan jumlah yang sangat besar tersebut, potensi penyaluran pembiayaan Syariah sangat tinggi. Penyaluran pembiayaan Syariah tidak semuanya dapat dilakukan oleh perbankan Syariah karena adanya persyaratan yang tidak mampu dipenuhi oleh UMKM. Oleh karena itu, diperlukan Lembaga pembiayaan yang mampu memenuhi kebutuhan UMKM dan masyarakat secara umum.

Dalam satu dekade terakhir, di dunia sedang berkembang model bisnis baru, yaitu online peer-to-peer lending. Model bisnis ini merupakan salah satu inovasi yang penting dalam bisnis pembiayaan khususnya pada era keuangan digital seperti saat ini (Cai, Lin, Xu, & Fu, 2016). Peer-to-peer lending merupakan platform baru transaksi keuangan yang menyederhanakan fungsi intermediasi konvensional, yang beroperasi dengan secara langsung mempertemukan pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang kelebihan dana (Yum, Lee, & Chae,

2012). Di Indonesia sendiri, perusahaan fintech yang menyediakan layanan *peer to peer lending* ini, berkembang cukup pesat dan sangat berpotensi untuk meningkatkan kinerja perusahaan pada umumnya.

Menurut data yang dimiliki oleh OJK, dari 99 perusahaan fintech yang terdaftar per 1 Februari 2019, hanya dua perusahaan fintech yang bergerak dengan konsep dan sistem syariah. PT Ammana adalah salah satu perusahaan fintech Syariah yang terdaftar di OJK pada tahun 2017 dan hingga kini selalu mengalami peningkatan kinerja. Pada tahun 2019 perusahaan ini menargetkan akan mendanai sebesar 100 milyar rupiah (<https://www.cnbcindonesia.com>). Namun, hal ini tidak sesuai dengan kenyataan bahwa hingga bulan November 2019 perusahaan ini baru mendanai sebesar 30 milyar rupiah. (<https://keuangan.kontan.co.id>).

Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk keuangan Syariah mungkin menjadi salah satu alasan belum tercapainya target perusahaan meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Menurut indonesia.go.id, data penduduk Muslim di Indonesia pada Tahun 2018 adalah sebesar 87,2%. Selain itu, masyarakat juga kurang mengenali produk keuangan syariah, terutama yang berbasis P2P *Lending* ini. Dalam pandangan lain, terjadi kesenjangan *brand awareness*.

Brand awareness dapat diartikan sebagai kemampuan pelanggan untuk mengenali atau mengingat kembali sebuah merek dan mengaitkannya dengan satu kategori produk tertentu (Sucianingtyas, 2012). Dengan demikian, seorang pelanggan yang memiliki kesadaran terhadap sebuah merek akan secara otomatis mampu menguraikan elemen-elemen merek tanpa harus dibantu. Namun saat ini,

masyarakat belum terlalu mengenal karena produk ini mungkin masih sangat baru dan perlu untuk lebih diperkenalkan kepada masyarakat.

Dalam pengertian ini, salah satu fitur yang diterima oleh P2P *Lending* adalah kemudahan penggunaan. Menurut Hartono (2007:114) kemudahan penggunaan (*ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Intensitas kemudahan penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

Salah satu dari dua penyedia P2P *Lending* berbasis Syariah adalah PT. Ammana. Penggunaan layanan pembiayaan perusahaan Ammana sebagai sarana untuk mendapatkan sumber pembiayaan akan dianggap mudah digunakan jika tidak ada upaya yang diperlukan untuk menggunakannya dan juga mudah untuk mempelajari bagaimana menggunakannya.

Hal tersebut didukung pula oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adiyanti (2015) yang menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Artinya, sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sesuatu akan bebas dari usaha itu berpengaruh terhadap minat menggunakannya.

Menurut Hu *et al.* (1999) minat menggunakan merupakan suatu keinginan seseorang untuk tetap menggunakan suatu barang (Ari, 2013). Seorang individu apabila menilai sesuatu bermanfaat bagi dirinya maka di saat itulah dia akan berminat untuk menggunakannya lagi dan dari situ ia akan mendapatkan

kepuasan. Minat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kemanfaatan dan kemudahan.

Atas dasar pemikiran dan pemaparan sebagaimana diuraikan di atas, maka judul yang saya pilih adalah: **PENGARUH KEMUDAHAN DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FINTECH BERBASIS P2P LENDING SYARIAH PADA APLIKASI AMMANA**

1.2. Perumusan (RUMUSAN) Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan fintech berbasis *peer to peer lending*?
2. Apakah *brand awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan fintech berbasis *peer to peer lending*?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan permasalahan yang telah disebutkan di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk:

1. Mengetahui signifikansi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan fintech berbasis *peer to peer lending*
2. Mengetahui signifikansi pengaruh *brand awareness* terhadap minat menggunakan fintech berbasis *peer to peer lending*

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Adanya penelitian ini diharapkan penulis mendapatkan banyak pengetahuan mengenai pengaruh kemudahan penggunaan dan *brand awareness* terhadap minat menggunakan fintech p2p *lending* Syariah.

2. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk meningkatkan pengetahuan dalam bidang keuangan, terutama pengambilan pinjaman melalui fintech p2p *lending* Syariah.

3. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan informasi kepada para mahasiswa. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai acuan mahasiswa untuk melakukan penelitian selanjutnya.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan, menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka yang meliputi penelitian terdahulu yang akan menjadi acuan dalam penyusunan penelitian ini dan teori – teori yang menjadi landasan dalam menyelesaikan permasalahan penelitian, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memberikan penjelasan mengenai metode penelitian yang antara lain adalah rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan pengambilan teknik sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini memberikan penjelasan mengenai gambaran umum subyek penelitian serta analisis data yang meliputi dari analisis deskriptif dan

analisis statistik serta pembahasan atas hasil penelitian yang telah dilakukan

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang berisi jawaban atas rumusan masalah dan pembuktian hipotesis, keterbatasan penelitian dan saran sbagai pihak terkait maupun peneliti berikutnya.

