

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi saat ini membawa banyak perubahan dan pergeseran. Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat membuat dunia bisnis harus mampu menyesuaikan diri dan terus bersaing, tidak terkecuali dalam dunia perbankan. Di era yang serba canggih seperti sekarang banyak transaksi bisnis yang dilakukan di internet sehingga transaksi digital atau transaksi non tunai mengalami peningkatan. Tentunya hal ini bisa terjadi karena penggunaan internet yang terus meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut didasarkan pada hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) selama 5 tahun terakhir, yaitu :

Tabel 1.1
Peningkatan Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Tahun	Jumlah
2018	171,17 juta
2019-2020	196,7 juta
2021-2022	210,03 juta

Sumber : DataIndonesia.id

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan hasil survei.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 210,03 juta pengguna internet di Indonesia pada periode tahun 2021-2022. Jumlah itu meningkat 6,78% dibandingkan pada periode tahun sebelumnya 2019-2020 yang sebesar 196,7 juta orang. Hal ini membuat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02%.

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet paling tinggi di kelompok usia 13-18 tahun, yakni 99,16%. Di posisi kedua ada kelompok Usia 19-34 tahun dengan tingkat presentase sebesar 98,64%. Tingkat penetrasi internet di rentan usia 35-54 tahun sebesar 87,30%, sedangkan, tingkat penetrasi internet di kelompok umur 5-12 tahun dan 55 tahun ke atas masing-masing sebesar 62,43% dan 51,73%. Berdasarkan data tersebut, generasi milenial berada di posisi kedua dengan tingkat presentase sebesar 98,64%, jumlah ini cukup besar yang berarti generasi milenial ini melek akan teknologi serta terus mengakses internet.

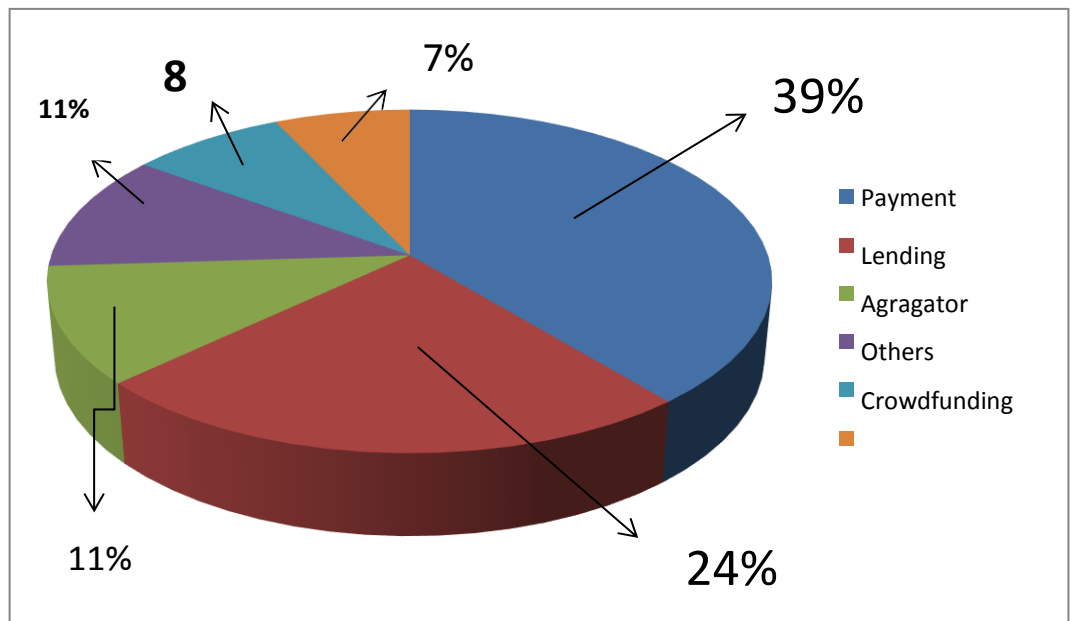
Pesatnya perkembangan teknologi yang semakin berkembang menyebabkan kebutuhan setiap individu maupun kelompok juga menjadi sangat bermacam-macam. Di zaman yang serba praktis seperti sekarang ini, menurut (Nofer et al., 2017) konsumen menginginkan layanan keuangan yang menawarkan kemudahan dan kepraktisan. Terutama kemudahan mendapatkan dana untuk memulai sebuah bisnis, yang kemudian dapat menunjang operasional perusahaan. Dengan adanya perkembangan teknologi dan tuntutan kebutuhan individu. Oleh karena itu

muncul inovasi dari layanan keuangan yang biasa disebut Financial Technology (*Fintech*).

Dengan adanya teknologi keuangan, sebuah bisnis yang membutuhkan modal dapat melakukan pembiayaan melalui salah satu inovasi keuangan berbasis *Fintech* yang bernama *Crowdlending*. *Crowdlending* merupakan mekanisme pembiayaan atau pinjaman yang didapatkan dari individu-individu dan diberikan kepada individu atau organisasi melalui berbagai platform di internet secara langsung, namun pembiayaan ini mirip dengan pembiayaan tradisional dari bank yang dilunasi dengan bunga. Sistem *crowdlending* yang dapat berkontribusi dalam operasional usaha tersebut juga diharapkan dapat menjadi media promosi bagi proyek-proyek baru yang dijalankan. (Ley & Weaven, 2011)

Layanan pembiayaan dan pinjaman berbasis teknologi keuangan (*crowdlending*) dapat memberikan dukungan dana atau modal serta dapat mendorong sebuah inovasi karena adanya peningkatan total modal yang dimiliki. *Crowdlending* juga dapat meningkatkan likuiditas dari sebuah perusahaan, meningkatkan motivasi pemberi pinjaman dan peminjam karena regulasi dari *crowdlending* sendiri yang dianggap lebih longgar. (Ley & Weaven, 2011) Dapat disimpulkan bahwa dari penelitian ini, layanan pembiayaan berbasis teknologi keuangan (*crowdlending*) memiliki dampak positif bagi berbagai bentuk usaha yang telah berdiri maupun usaha yang akan didirikan.

Menurut Ketua Dewan Komisioner OJK (Muliawan D. Hadad), di tahun 2021 perusahaan fintech di Indonesia didominasi oleh sektor pembayaran (*payment*) sebesar 42,22%, sektor pinjaman (*lending*) sebesar 17,78%, sektor agregator sebesar 12,59%, sektor perencanaan keuangan (*financial planning*) sebesar 8,15%, sektor *crowdfunding* sebesar 8,15%. Sektor pembiayaan dan pinjaman (*lending*) cukup mendominasi dengan presentase 24%, tentunya hal ini semakin menarik untuk di bahas.



Sumber : CNBC (2021)

Gambar 1.1

Presentase jumlah pengguna layanan fintech di Indonesia

Berdasarkan gambar 1.1, lending cukup mendominasi dengan presentase pengguna 24%, tentunya hal ini semakin mendukung dan menarik untuk penulis meneliti ini,

Crowdlending adalah jenis pembiayaan yang menggunakan media elektronik seperti internet, mobile banking, dompet elektronik. Sistem pembiayaan dan pinjaman melalui media elektronik semakin menanjak popularitasnya dan semakin berkembang pesat di Indonesia. Pembiayaan berbasis Fintech ini memungkinkan seseorang untuk melakukan pembiayaan secara otomatis, sehingga memudahkan seseorang untuk melakukan transaksi finansial.

Dengan adanya platform pembiayaan digital ini (*crowdlending*), konsumen memperoleh manfaat seperti alternatif solusi untuk pinjaman cepat. Manfaat selanjutnya adalah memberikan transaksi yang cepat dan praktis sehingga konsumen merasa aman dan nyaman dengan menggunakan metode pembiayaan *crowdlending*. *Crowdlending* bisa dilakukan dengan menggunakan Aplikasi yang ada di Google PlayStore dan Apple store dan di unduh menggunakan smartphone.

Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prodi Ekonomi merupakan sekumpulan pelajar yang diharapkan melek akan teknologi, sehingga mereka bisa memanfaatkan perkembangan teknologi ini di berbagai sektor, salah satunya adalah sektor finansial. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta merupakan salah satu perguruan tinggi di kota Bantul yang memiliki ribuan mahasiswa. Mahasiswa merupakan sarana yang tepat bagi Perbankan untuk memperbesar pertumbuhan tabungan. Peneliti melakukan preliminary study dengan menyebarkan pra kuisisioner kepada mahasiswa aktif prodi ekonomi Universitas

Muhammadiyah Yogyakarta guna menguji kelayakan untuk menjadi responden dalam penelitian ini, berikut adalah hasilnya :

Tabel 1.2

Data jumlah mahasiswa prodi ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2023

Angkatan	Laki-Laki	Perempuan	Total
2016	20	10	30
2017	17	11	28
2018	37	32	69
2019	106	144	250
2020	120	150	270
2021	130	111	241
2022	98	108	206
Jumlah	528	566	1094

Sumber : Data mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Berdasarkan tabel 1.2, jumlah mahasiswa aktif prodi ekonomi dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta adalah 1094 mahasiswa, yang terdiri dari 528 laki-laki dan 566 perempuan.

Tabel 1.3
Karakteristik preliminary study berdasarkan Nasabah Bank
Umum tahun 2023

Jenis	Jumlah	Presentase
Nasabah Bank Umum	265	99,7%
Bukan Nasabah Bank Umum	2	0,3%
Total	267	100%

Berdasarkan tabel 1.3, sebanyak 265 responden adalah Nasabah bank Umum dengan presentase 99,7%.

Tabel 1.4
Karakteristik preliminary study berdasarkan angkatan tahun
2023

Angkatan	Jumlah	Presentase
2016	20	2%
2017	23	2,4%
2018	30	7,8%
2019	70	36,3%
2020	50	25,7%
2021	30	11,4%
2022	44	14,4%
Total	267	100%

Sumber : Data primer diolah, 2023

Tabel 1.5
Karakteristik preliminary study berdasarkan pengetahuan mengenai pembiayaan berbasis *fintech* (*crowdlending*) tahun 2023

Jenis	Jumlah	Presentase
Mengetahui	254	95%
Tidak Mengetahui	13	5%
Total	267	100%

Sumber : Data primer diolah, 2023

Tabel 1.6
Karakteristik preliminary study berdasarkan pengalaman pernah menggunakan atau tidak nya menggunakan layanan pembiayaan berbasis *fintech* (*crowdlending*) tahun 2023

Jenis	Jumlah	Presentase
Pernah	249	91,7%
Tidak Pernah	18	8,3%
Total	267	100%

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil preliminary study yang telah diuraikan, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden pada tabel 1.4 dalam penelitian ini berdasarkan tahun masuk adalah angkatan 2019 dengan presentase 36,3% dan memperoleh 70 responden. Disusul oleh angkatan 2020 yang memperoleh 50 responden dengan presentase 25,7%. Dan angkatan 2017

yang memperoleh 23 responden dengan presentase 2,4% serta angkatan 2016 yang memperoleh 20 responden dengan presentase 2%. Selanjutnya Berdasarkan pada tabel 1.5, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden mengetahui mengenai pembiayaan berbasis *fintech (crowdfunding)* dengan presentase 95% yang memperoleh 254 responden, yang mana hasil ini memenuhi kriteria responden. Sedangkan yang tidak mengetahui pembiayaan berbasis *fintech (crowdfunding)* hanyalah 13 responden dengan presentase 5%.

Pada tabel 1.6 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden pernah menggunakan layanan pembiayaan berbasis *fintech (crowdfunding)* dengan presentase 91,7% yang memperoleh 249 responden, yang mana hasil ini memenuhi kriteria responden. Sedangkan yang tidak pernah menggunakan layanan pembiayaan berbasis *fintech (crowdfunding)* hanyalah 18 responden dengan presentase 8,3%, yang mana 18 responden ini tidak memenuhi kriteria responden.

Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prodi Ekonomi disuguhkan beberapa mata kuliah mengenai bisnis seperti Bisnis Pengantar, Inisiasi Industri Kreatif Start-up, Kebijakan Ekonomi Kreatif, sehingga mahasiswa Prodi Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mempunyai basic ilmu mengenai bisnis. Kaitannya dengan *crowdfunding* adalah jenis *fintech* ini menyediakan layanan pembiayaan dan pinjaman pada individu ataupun kelompok untuk mengembangkan usaha atau bisnisnya sama seperti di bank, bedanya adala *crowdfunding*

berbasis teknologi menggunakan aplikasi seperti AkuLaku, Kredivo, Tunaikita.

Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta prodi Ekonomi bisa memanfaatkan layanan pembiayaan berbasis Fintech (*crowdfunding*) untuk kepentingan bisnis yang sudah berkembang ataupun baru merintis mengingat mahasiswa adalah usia produktif untuk berbisnis

Sebuah perusahaan *crowdfunding* pastinya mempunyai strategi masing-masing dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Penentuan strategi yang tepat ini dapat mempengaruhi loyalitas dari seorang peminjam, apabila peminjam merasa tidak puas terhadap penyedia layanan yang digunakan saat ini maka ada potensi peminjam tersebut akan beralih ke layanan yang serupa yang dianggap lebih menarik, menguntungkan dan nyaman ketika menggunakannya.

Njite et al., (2008) memaparkan tiga model perilaku beralih layanan yang diprosikan ke dalam 8 kategori yaitu ketidaknyamanan, respon terhadap kegagalan layanan, harga, kegagalan layanan inti, biaya beralih, masalah etika, kegagalan pertemuan layanan dan persaingan. Kedua, service providing switching model yang mengkonsepkan pengaruh kualitas layanan, norma subjektif, kepuasan, kontrol yang dirasakan, biaya beralih dan sikap terhadap beralih layanan. Ketiga, push-pull-mooring (PPM) yang digunakan dalam penelitian ini terdapat faktor negatif (*push effect*) yang dapat mendorong seseorang untuk beralih layanan, faktor positif (*pull effect*) yang dapat menarik seseorang untuk menggunakan

layanan lain, dan faktor penambat (*mooring effect*) yang dapat mencegah seseorang untuk beralih layanan.

Menurut Bansal et al., (2005) faktor pendorong (*push effect*) perilaku beralih layanan adalah kualitas layanan, reputasi, penentuan harga, produk layanan, respon terhadap kegagalan dapat mempengaruhi peminjam untuk beralih menggunakan layanan pembiayaan dari bank ke layanan pembiayaan berbasis *Fintech (crowdlending)*. Sedangkan faktor penarik (*pull effect*) adalah keamanan relatif, persepsi kemudahan penggunaan dan norma subjektif. Faktor penambat (*Mooring effect*) keinginan peminjam untuk beralih layanan adalah inersia yang berarti perilaku konsumen untuk tetap bertahan pada layanan digunakan meski ia tahu ada layanan yang lebih bagus.

Terdapat beberapa penelitian yang meneliti tentang analisis perpindahan layanan dengan menggunakan teori *Push Pull Mooring (PPM)* seperti penelitian Muhammad Anif Afandi tentang potensi perpindahan nasabah pada layanan *fintech lending*, (Fan et al., 2020) tentang *Mobile Payment*, (Astuti & Eliana, 2019) tentang *E-commerce*.

Namun, penelitian tentang model perilaku beralih layanan *crowdlending* masih sangat terbatas dan jarang ditemukan sehingga perlu dikaji lebih lanjut. Dengan demikian, peneliti berharap bisa berperan dan berkontribusi terhadap penelitian yang membahas analisis intensi perpindahan layanan pembiayaan berbasis *fintech crowdlending* dengan pendekatan *push-pull-mooring*.

Teori yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah teori *push-pull-mooring* effect (PPM) teori ini menjelaskan tentang kekekalan konsumen atau kemelaratan untuk menggambarkan fenomena kekekalan pelanggan. Teori ini digunakan untuk menganalisis beranekaragam faktor yang mendorong klien berpindah dari layanan lama ke layanan yang baru.

Metode *Push, Pull, dan Mooring*, merupakan sebuah komponen dari model PPM yang telah ada sejak abad ke 19 (Bansal, James, & Taylor, 2005). Fahmi (2018) mengutarakan pendapatnya bahwa teori *push, pull* dan *mooring* dirasakan lebih tepat dipergunakan untuk mengukur dan menganalisis perilaku perpindahan layanan, yaitu dengan memasukkan *push effect, pull effect*, dan efek penghambat yaitu *mooring effect*. Menurut paradigma *push, pull* terdapat beberapa faktor di awal yang mendorong (*push*) seseorang untuk beralih penyedia layanan dan beberapa faktor penarik (*pull*) seseorang agar tidak beralih layanan. Dan faktor penghambat (*mooring*).

Berdasarkan pada permasalahan uraian di atas, penelitian ini memfokuskan untuk menganalisis intensi perpindahan layanan pembiayaan berbasis Fintech *Crowdlending* dengan studi kasus mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Prodi Ekonomi menggunakan teori *Push Pull Mooring Effect*.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh faktor pendorong (*push effect*) yang diproksikan dengan penentuan harga, kualitas layanan dan produk layanan berpengaruh terhadap intensi perpindahan layanan pembiayaan berbasis *Financial Technology (crowdlending)* pada nasabah bank umum?
2. Bagaimana pengaruh faktor penarik (*pull effect*) yang diproksikan dengan keuntungan relatif, keamanan relatif dan kemudahan proses relatif berpengaruh terhadap intensi perpindahan layanan pembiayaan berbasis *Financial Technology (Crowdlending)* pada nasabah bank umum?
3. Bagaimanakah pengaruh faktor penambat (*mooring effect*) yang diproksikan dengan inersia, komitmen afektif dan biaya beralih berpengaruh terhadap intensi perpindahan layanan pembiayaan berbasis *Financial Technology (Crowdlending)* pada nasabah bank umum?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana *push effect* berpengaruh terhadap intensi perpindahan layanan pembiayaan berbasis *Financial Technology (crowdlending)* pada nasabah bank umum
2. Untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana *pull effect*

berpengaruh terhadap intensi perpindahan layanan pembiayaan berbasis *Financial Technology (crowdlending)* pada nasabah bank umum

3. Untuk menguji dan mengetahui bagaimana *mooring effect* berpengaruh terhadap intensi perpindahan layanan pembiayaan berbasis *Financial Technology (crowdlending)* pada nasabah bank umum

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi rujukan, referensi, sumber pengetahuan, acuan atau literatur bagi banyak pihak untuk acuan pembelajaran di masa depan

2. Bagi Praktik

Diharapkan bisa jadi pedoman dalam penggunaan sistem teknologi informasi digital payment dengan baik, dan memberikan informasi yang bermanfaat untuk industri perbankan, *e-wallet, digital payment system*, untuk dapat menyusun strategi dan kebijakan yang lebih baik dari sebelumnya di kondisi maraknya perpindahan nasabah.