

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 *Peer to Peer Lending*

*Peer to Peer Lending* merupakan suatu kegiatan pinjam meminjam antar perseorangan yang prakteknya sudah lama berjalan dalam bentuk yang berbeda, dibantu dengan berkembangnya teknologi dan e-commerce, kini kegiatan pinjam meminjam dapat dilakukan melalui website online dan platform aplikasi.

Perusahaan *Peer to Peer Lending* pertama berdiri pada tahun 2004 di Inggris dengan nama Zopa yang dibangun oleh tim dari perusahaan internet banking, Egg Banking. Kemudian pada tahun 2006 *Peer to Peer Lending* menyebar sampai ke Amerika Serikat hal itu ditandai dengan berdirinya perusahaan bernama Prosper dan Funding Circle. Perusahaan tersebut memberikan fokus pinjaman kepada perusahaan-perusahaan kecil.

Krisis finansial pada tahun 2008 mengakibatkan perbankan menutup penyaluran kredit baru dan pemberian suku bunga yang mendekati 0% hal tersebut berdampak pada perkembangan *Peer to Peer Lending*, terutama di Amerika Serikat dimana akibat dari krisis finansial yang terjadi *Peer to Peer Lending* mulai populer dan diminati sebagai lembaga keuangan alternatif selain bank.

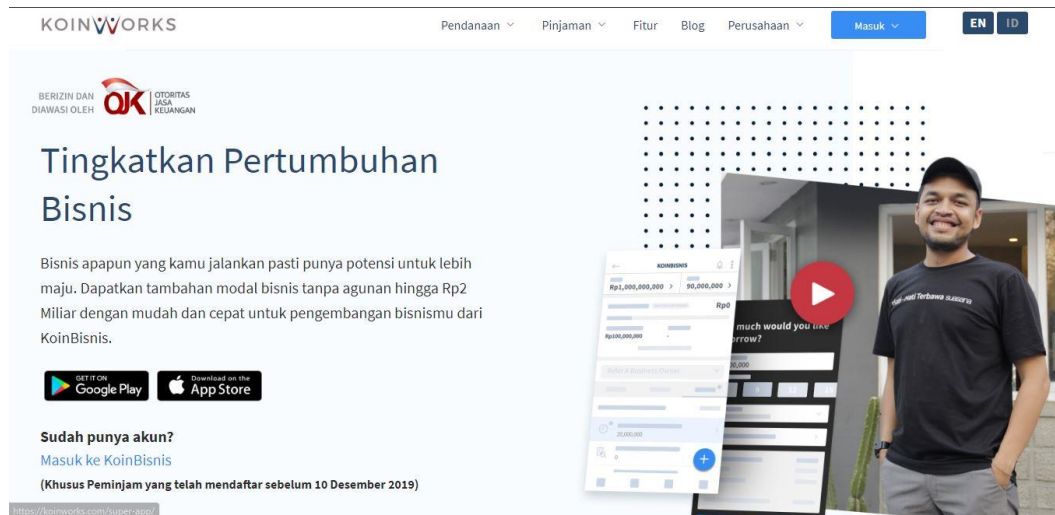
Menurut Morgan Stanley, *Peer to Peer Lending* saat ini sedang memasuki periode pertumbuhan yang tinggi. Pada tahun 2014 total market *Peer to Peer Lending* sebesar \$25 Milyar, dan diprediksi akan mencapai \$290 Milyar, pada tahun 2020. Dengan banyaknya platform *Peer to Peer Lending* yang mulai muncul di Negara-negara lain, termasuk di Indonesia.

Hingga bulan Desember 2019, jumlah perusahaan penyelenggara *Peer to Peer Lending* yang sudah terdaftar sebanyak 144 perusahaan tetapi hanya 25 perusahaan yang mendapatkan izin usaha Otoritas Jasa Keuangan, diantaranya yaitu :

Tabel 1.1 Perusahaan *Peer to Peer Lending* terdaftar dan berizin OJK

No	Nama Platform	Nama Perusahaan
1	Danamas	PT. Pasar Dana Pinjaman
2	Investree	PT. Investree Radhika Jaya
3	Amartha	PT. Amartha Mikro Fintek
4	Dompot Kilat	PT. Indo Fin Tek
5	KIMO	PT. Creative Mobile Adventure
6	Toko Modal	PT. Toko Modal Mitra Usaha
7	UangTeman	PT. Digital Alpha Indonesia
8	Modalku	PT. Mitrausaha Indonesia Group
9	KTA Kilat	PT. Pendanaan Teknologi Nusa
10	Kredit Pintar	PT. Kredit Pintar Indonesia
11	Maucash	PT. Astra Welab Digital Artha
12	Finmas	PT. Oriente Mas Sejahtera
13	KlikACC	PT. Aman Cermat Cepat
14	Akseleran	PT. Akseleran Keuangan Inklusif Indonesia
15	Ammana	PT. Ammana Fintek Syariah
16	Pinjaman Go	PT. Dana Pinjaman Inklusif
17	Koin Works	PT. Lunaria Annuu Teknologi
18	Pohondana	PT. Pohon Dana Indonesia
19	Mekar	PT. Mekar Investama Sampoerna
20	Adakami	PT. Pembiayaan Digital Indonesia
21	Esta Kapital	PT. Esta Kapital Fintek
22	Kreditpro	PT. Tri Digi Fin
23	Fintag	PT. Fintegra Homido Indonesia
24	Rupiah Cepat	PT. Kredit Utama Fintech Indonesia
25	Crowdo	PT. Mediator Komunitas Indonesia

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (diakses 6 Februari 2020)



**GAMBAR 1.1 Produk KoinWorks (Koin Bisnis)**

Sumber: <https://koinworks.com/super-app/koinbisnis/>  
(diakses 12 Januari 2020)

Produk yang ditawarkan oleh *Peer to Peer Lending* pada umumnya meliputi pinjam meminjam dimana aplikasi *Peer to Peer Lending* mempertemukan orang yang kelebihan dana dengan orang yang membutuhkan dana. Pengguna yang membutuhkan dana baik untuk bisnis, sekolah, dan yang lainnya dapat menggunakan produk *borrow* yang ditawarkan oleh aplikasi *Peer to Peer Lending*.

Pengguna bisa menentukan jumlah dana yang ingin di pinjam, rentan waktu pengembalian, dan tingkat bunga yang akan dikenakan oleh perusahaan penyedia produk keuangan.



**GAMBAR 1.2 Produk KoinWorks (Koin P2P)**

Sumber: <https://koinworks.com/super-app/koinp2p/>  
(diakses 12 Januari 2020)

Kemudian produk *lend* yang ditawarkan oleh aplikasi *Peer to Peer Lending* menjadikan pengguna sebagai *lender* atau investor dimana perusahaan menawarkan tingkat pengembalian hingga 18% dalam satu tahun.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan penggunaan internet saat ini telah berkembang dengan sangat pesat. Menurut riset yang dilakukan *platform* HootSuit dan agensi marketing We Are Social, jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 175,4 juta orang atau sekitar 64% penduduk Indonesia sudah terkoneksi jaringan internet (Kumparan, 2020). Cara penggunaannya pun semakin variatif, segala inovasi yang terjadi dalam pemakaian internet didasarkan dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi pemakainya. Inovasi penggunaan internet saat ini telah merambah ke berbagai bidang, melalui aplikasi berbasis internet, aplikasi-aplikasi seperti gojek, grab, tokopedia, traveloka, telah memberikan kemudahan bagi masyarakat (Saputra Adi, 2019).

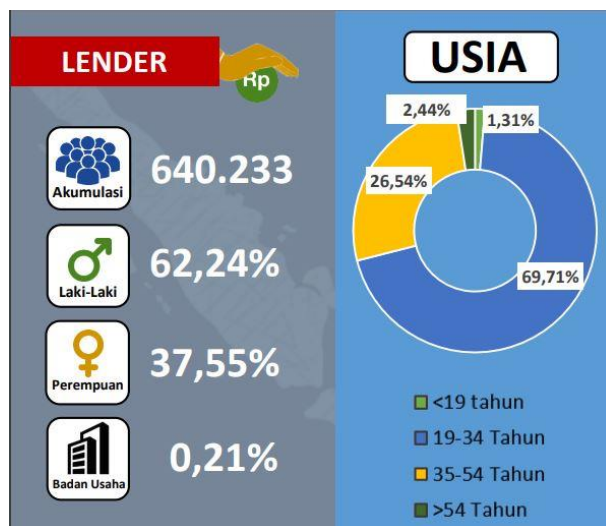
Inovasi dalam bidang keuangan atau yang disebut sebagai *financial technology* (*Fintech*) merupakan suatu inovasi pada sektor finansial yang mendapat sentuhan teknologi modern, salah satu bentuk perkembangan teknologi melalui internet dalam bidang keuangan ini adalah *Peer to Peer Lending*, layanan ini menawarkan fleksibilitas dimana pemberi pinjaman dan peminjam dapat mengalokasikan dan mendapatkan modal atau dana hampir dari dan kepada siapa saja, dalam jumlah nilai berapa pun, secara efektif dan transparan. Serta dengan imbal balik yang kompetitif. (Vlasov 2017; Vovchenko et al. 2017), *Peer to Peer Lending* merupakan terobosan dan inovasi baru dalam perkembangan *financial technology* yang telah diterima dan diakui penerapannya di Indonesia Darma dalam Lestari (2019:19). Hal ini didukung dengan adanya Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial pada Pasal 3 Ayat 1 Huruf D yang berbunyi, contoh penyelenggaraan teknologi finansial pada kategori pinjaman (*lending*), pembiayaan (*financing* atau *funding*), dan penyediaan modal (*capital raising*) antara lain adalah layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi (*Peer to Peer Lending*) serta pembiayaan atau penggalangan dana berbasis teknologi informasi (*crowd-funding*).



**GAMBAR 1.3 Akumulasi Penyaluran Pinjaman**

Sumber: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/default.aspx> (diakses 14 april 2020)

Menurut Otoritas Jasa Keuangan *Peer to Peer Lending* menunjukkan trend yang sangat positif, tercatat hingga bulan maret 2020 pertumbuhan penyaluran dana melalui *Peer to Peer Lending* mencapai 102,53 Triliun, dengan demografi sebagai berikut :



**GAMBAR 1.4 Karakteristik Pengguna Produk Lender**

Sumber: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/default.aspx> (diakses 14 april 2020)

Pada Gambar 1.3 menunjukkan bahwa 69.71% lender atau investor pada aplikasi *Peer to Peer Lending* berusia 19-34 tahun hal ini sejalan dengan pernyataan Stephanie (2017), yang menyatakan bahwa Investasi pada *Peer to Peer Lending* memiliki beberapa keunggulan yang cocok untuk anak muda antara lain imbal hasil yang lebih besar, dimana rata-rata tingkat suku bunga yang ditawarkan adalah mulai dari 18% per tahun sedangkan untuk Deposito hanya sebesar 6% hingga 8%. Selain itu investasi pada *Peer to Peer Lending* menawarkan pilihan diversifikasi harga yang bagus. Dengan instrumen pendapatan tetap, investasi yang lebih menguntungkan bisa ditambahkan, yaitu dengan meminjamkan dan mendiversifikasi portofolio investasi yang dimiliki. *Peer to Peer Lending* juga menawarkan kepemilikan yang fleksibel, dimana investor dapat menyebarkan investasi yang dimiliki melalui pinjaman dengan berbagai pilihan tenor seperti 1 bulan, 3 bulan, 1 tahun, dan sebagainya. Hal ini memudahkan investor untuk dapat menarik uang yang telah diinvestasikan sesuai dengan keinginan investor.

Investasi menurut Gitman & Joehnk (2005), adalah suatu sarana dimana dana dapat ditempatkan dengan harapan hal tersebut akan menghasilkan pendapatan positif dan menjaga atau meningkatkan nilainya. Abdul Halim (2015:13), menyatakan bahwa investasi pada dasarnya merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang. Umumnya investasi dibedakan menjadi dua, yaitu: investasi pada *financial assets* dan investasi pada *real assets*. Investasi pada *financial assets* dilakukan di pasar uang, sedangkan investasi pada *real assets* diwujudkan dalam bentuk pembelian aset produktif. Berdasarkan pengertian tersebut, masyarakat pada masa kini termasuk mahasiswa dituntut untuk mulai berani melakukan investasi agar dapat meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan.

Staff ahli bidang pengawasan pajak Kementerian Keuangan Indonesia Nurfansa Wira Sakti (2018), Mengemukakan, bahwa bagi pemerintah, keikutsertaan kaum milenial untuk investasi sangat penting, agar ada kesadaran dalam memahami instrument APBN secara keseluruhan, kemudian menurut Ketua Dewan Komisioner OJK Wimboh Santoso (2019), OJK bersama Industri Jasa Keuangan berupaya agar target literasi dan inklusi keuangan dikalangan anak muda dapat tercapai, antara lain melalui peningkatan tabungan dan investasi, sehingga kedepannya mahasiswa dan pemuda Indonesia dapat menjadi penggerak perekonomian Indonesia.

Menurut Janor et al (2016), Pengambilan keputusan investasi diakui sebagai salah satu faktor penting yang mempengaruhi kemampuan keuangan dan kesejahteraan secara finansial sehingga identifikasi terhadap faktor-faktor yang terkait dengan keputusan investasi yang relevan merupakan salah satu isu penting bagi individu secara personal dan pembangunan secara nasional. Perubahan lingkungan investasi berlangsung sangat dinamis sehingga menyebabkan fokus tidak hanya tertuju kepada pengambilan keputusan investasi tetapi juga pada tingkat literasi keuangan serta mengenai bagaimana dampak tingkat literasi keuangan tersebut terhadap pengambilan keputusan investasi.

Otoritas Jasa Keuangan melakukan Survey Nasional Literasi dan Inklusi keuangan terhadap masyarakat Indonesia dengan menggunakan tiga komponen yaitu, pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan. Hasilnya menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia (Usia 18-35 tahun) berada pada angka 32,1% dan indeks inklusi keuangan berada pada angka 70,0%, yang berarti bahwa tingkat literasi keuangan di Indonesia masih tergolong rendah, karena terdapat 70,0% masyarakat usia 18-35 tahun yang menggunakan produk dan layanan jasa keuangan tetapi hanya 32,1% masyarakat yang *well literate*. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang literasi keuangan tersebut rawan untuk disalah gunakan oleh oknum yang mencari keuntungan dari masyarakat dengan memasarkan berbagai produk dan layanan jasa keuangan yang tidak jelas serta tawaran investasi yang bersifat illegal (Tribun Jabar, 2017).

Agatha Dessy Paramitha (2017), melakukan penelitian untuk melihat tingkat literasi keuangan pada mahasiswa Universitas Telkom hasilnya variabel *Financial Attitude*, *Financial Behavior*, dan *Financial Knowledge* memiliki persentase rata – rata sebesar 71.73%. Tingkat indeks literasi keuangan mahasiswa Universitas Telkom yang baik tersebut sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Widayati (2012) dalam penelitiannya yang menjelaskan bahwa pembelajaran di perguruan tinggi mempunyai pengaruh langsung positif signifikan terhadap literasi keuangan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ayu Nur Rahmadhani (2020) menjelaskan, bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa fakultas bisnis di Universitas Telkom memiliki persentase sebesar 70.09% sedangkan mahasiswa fakultas teknik di Universitas Telkom memiliki persentase literasi keuangan sebesar 66.94%.

Untuk memperkuat teori dan penelitian terdahulu, penulis melakukan penyebaran pra-kuesioner literasi keuangan yang dilakukan kepada 30 orang responden mahasiswa Universitas Telkom dengan menggunakan *simple random sampling*. Indikator yang digunakan diadaptasi dari Bongomin (2016), yaitu dengan *behavior*, *skills*, *knowledge*, dan *attitude*:

Tabel 1.3 Pra-kuesioner Literasi Keuangan

No	Indikator	Pernyataan	Jumlah Responden	Tidak	Ya	Persentase
1	<i>Behavior</i>	Saya membuat anggaran keuangan pribadi untuk mencatat pengeluaran dan pemasukan	30	16	14	46.7%
2	<i>Skills</i>	Kekayaan bersih saya adalah pengurangan antara kewajiban dan aset yang saya miliki	30	13	17	56.7%
3	<i>Knowledge</i>	Sebelum membeli produk atau jasa saya membandingkan harga terlebih dahulu	30	9	21	70.0%
4	<i>Attitude</i>	Saya tertarik menggunakan produk dan jasa yang tersedia di lembaga keuangan	30	8	22	73.3%
Total						61.7%

*Sumber: Olahan Penulis (2020)*

Dari hasil pra-kuesioner yang dilakukan terhadap 30 responden mahasiswa Universitas Telkom, hasilnya tingkat literasi keuangan mahasiswa Universitas Telkom sebesar 61,7% angka tersebut didapat dari akumulasi nilai persentase kemudian dibagi oleh setiap indikator literasi keuangan, dari angka tersebut dapat dikatakan bahwa literasi keuangan mahasiswa Universitas Telkom berada pada kategori *Sufficient literate* yaitu memiliki pengetahuan dan keyaakinan tentang



lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.

Pemahaman tentang literasi keuangan di masyarakat sangat diperlukan, terutama dengan semakin pesatnya pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Yushita, 2017:15). Literasi keuangan memiliki tujuan jangka panjang bagi seluruh golongan masyarakat, agar masyarakat luas dapat menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhannya. Kemudian masyarakat juga harus memahami dengan benar manfaat dan risiko, mengetahui hak dan kewajiban serta meyakini bahwa produk dan layanan jasa keuangan yang dipilih dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Otoritas Jasa Keuangan, 2019).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mega Mutiara Pertiwi (2018) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh dan signifikan dalam pengambilan keputusan investasi mahasiswa. Semakin baik tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa maka semakin baik juga keputusan investasinya.

Timotius (2016) mengemukakan di dalam *Theory of Planned Behavior*, bahwasannya manusia cenderung bertindak sesuai dengan intensi dan persepsi pengendalian melalui perilaku tertentu, dimana intensi dipengaruhi oleh tingkah laku, norma subjektif serta pengendalian perilaku. Hal ini dapat menjelaskan apabila seseorang yang memiliki minat berinvestasi maka dia cenderung akan melakukan tindakan – tindakan untuk dapat mencapai keinginannya berinvestasi. Misalkan dengan mengikuti pelatihan dan seminar tentang investasi, menerima dengan baik penawaran investasi, dan pada akhirnya melakukan investasi (Kusmawati, 2011).

Untuk mendukung teori ahli dan penelitian terdahulu mengenai investasi, penulis melakukan pra-kuesioner dan disebar kepada 30 orang responden yang sama dengan responden literasi keuangan, untuk mengetahui minat investasi mahasiswa Universitas Telkom.

Tabel 1.4 Pra-kuesioner Minat Investasi

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Tidak	Ya	Persentase
1	Saya pernah berinvestasi	30	21	9	30.0%
2	Saya memiliki minat untuk berinvestasi	30	7	23	76.7%

3	Saya sudah memiliki tabungan untuk memulai investasi	30	17	13	43.3%
4	Saya selalu mencari informasi mengenai instrument investasi	30	11	19	63.3%
5	Saya berminat berinvestasi jika <i>return</i> tinggi	30	12	18	60.0%
6	Saya berminat berinvestasi jika <i>risk</i> rendah	30	13	17	56.7%

*Sumber: Olahan Penulis (2020)*

Hasilnya dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan mahasiswa Universitas Telkom yang sudah pernah berinvestasi memiliki persentase sebesar 30% kemudian dapat dilihat juga bahwa minat investasi dikalangan mahasiswa Universitas Telkom tinggi dengan persentase sebesar 70%, tetapi mahasiswa yang memiliki tabungan untuk memulai investasi masih rendah dengan persentase sebesar 36.7%, kemudian persentase mahasiswa Universitas Telkom yang tertarik mencari informasi mengenai instrument investasi sebesar 63.3%, dapat dilihat juga dari tabel tersebut bahwa mahasiswa Universitas Telkom memiliki minat untuk berinvestasi jika *return* yang ditawarkan tinggi dan *risk* yang kemungkinan akan terjadi rendah. Seperti yang dinyatakan oleh Stephanie (2017), bahwa investasi pada aplikasi *Peer to Peer Lending* memiliki beberapa keunggulan yang cocok untuk anak muda diantaranya adalah dapat memilih pilihan diversifikasi harga yang beragam, dan imbal hasil yang tinggi, sehingga aplikasi *Peer to Peer Lending* cocok untuk mahasiswa Universitas Telkom yang menginginkan investasi dengan return tinggi tapi terkendala oleh biaya investasi yang tinggi pada instumen investasi lainnya.

Kemudian penulis juga menyebarkan pra-kuesioner untuk mengetahui fakta jumlah pengguna aplikasi *Peer to Peer Lending* di Universitas Telkom dengan responden yang sama hasilnya:

Tabel 1.5 Pra-kuesioner *Peer to Peer Lending*

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Tidak	Ya	Persentase
1	Saya mengetahui aplikasi <i>Peer to Peer Lending</i>	30	19	12	39.9%
2	Saya pernah berinvestasi pada aplikasi <i>Peer to Peer Lending</i>	30	26	4	13.4%

*Sumber: Olahan Penulis (2020)*

Hasilnya dari 30 responden 39.9% responden mengetahui tentang aplikasi *Peer to Peer Lending*. Sedangkan mahasiswa Universitas Telkom yang sudah memutuskan berinvestasi pada aplikasi *Peer to Peer Lending* memiliki persentase sebesar 13.4%. Angka ini jauh dari data yang di jelaskan sebelumnya yang menyatakan bahwa *lender* atau investor pada aplikasi *Peer to Peer Lending* dengan persentase terbanyak berasal dari usia 19–34 tahun.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Budiarto dan Susanti (2017) menghasilkan hipotesis bahwa secara parsial, hasil pengujian statistik variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi investor PT. Sucorinvest Central Gani Galeri Investasi BEI Universitas Negeri Surabaya. Hasil tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Mega Mutiara Pertiwi (2018) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh dan signifikan dalam pengambilan keputusan investasi mahasiswa. semakin baik tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa maka semakin baik juga keputusan investasinya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis dengan ini bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Mahasiswa Universitas Telkom Terhadap Keputusan Investasi Pada Aplikasi *Peer to Peer Lending*”**

### 1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka didapatkan identifikasi masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat pemahaman literasi keuangan mahasiswa Universitas Telkom?

2. Bagaimana pengambilan keputusan mahasiswa Universitas Telkom dalam berinvestasi pada aplikasi *Peer to Peer Lending*?
3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan mahasiswa Universitas Telkom terhadap keputusan investasi pada aplikasi *Peer to Peer Lending* ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tingkat literasi keuangan mahasiswa Universitas Telkom.
2. Keputusan investasi mahasiswa Universitas Telkom.
3. Pengaruh literasi keuangan mahasiswa Universitas Telkom terhadap keputusan berinvestasi pada aplikasi *Peer to Peer Lending*.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sarana untuk memperluas wawasan dan pengembangan tentang literasi keuangan, minat investasi, dan pemahaman mahasiswa maupun masyarakat luas terhadap *fintech Peer to Peer Lending*.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai masukan mahasiswa untuk lebih mengetahui pentingnya literasi keuangan, investasi, dan perkembangan *financial technology*.

- b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk menambah wawasan mengenai literasi keuangan, investasi, dan meningkatkan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan.

- c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pilihan referensi serta menjadi rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi pada *fintech Peer to Peer Lending*.

- d. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pemerintah untuk meningkatkan strategi dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia.

### **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Waktu dan periode penelitian dalam penulisan skripsi ini dimulai dari bulan Januari 2020