

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Financial Technology*

Financial technology didefinisikan sebagai aplikasi teknologi digital untuk masalah-masalah intermediasi keuangan. Secara lebih luas, *financial technology* adalah industri yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi agar sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan lebih efisien. *Financial technology* juga dapat didefinisikan sebagai inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang dapat menghasilkan model-model bisnis, aplikasi, proses atau produk-produk dengan efek material yang terkait dengan penyediaan layanan keuangan.¹

Financial technology dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 merupakan penggunaan teknologi sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran.²

Financial technology Syariah di Indonesia dapat di definisikan sebagai kongregasi startup, institusi, akademisi, komunitas, dan pakar syariah yang bergerak dalam jasa keuangan syariah berbasis teknologi.³

Peran *fintech* di Indonesia sebagai berikut :⁴

- a. Mendorong kemampuan ekspor UMKM yang saat ini masih rendah

¹ Muhammad Afdi Nizar, “Teknologi Keuangan (*Fintech*) : Konsep dan Implementasinya di Indonesia”, *Warta Fiskal (FOKUS)*, 5 (2017) : 6, diakses pada tanggal 24 Februari 2019.

² Tri Indah Fadhila Rahma, *Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology*, 644, diakses pada tanggal 24 Februari 2019

³ <https://fintechsyariah.org/about>, diakses pada tanggal 3 Maret 2019.

⁴ Muliaman D. Hadad, “*Financial Technology (fintech)* di Indonesia” (Kuliah umum tentang *fintech* – IBS, Jakarta, 2 Juni 2017), diakses pada tanggal 25 Februari 2019.

- b. Meningkatkan inklusi keuangan nasional
 - c. Mendorong distribusi pembiayaan nasional
 - d. Membantu pemenuhan kebutuhan pembiayaan dalam negeri yang masih sangat besar
 - e. Mendorong pemerataan tingkat kesejahteraan penduduk
 - f. Memberi solusi struktural bagi pertumbuhan industri berbasis elektronik (*e-commerce*)
- Bentuk *dasar financial technology* :⁵

- a. Pembayaran (*digital wallet, P2P payment*)
- b. Investasi (*equity crowdfunding, P2P Lending*)
- c. Pembiayaan (*crowdfunding, micro-loan, credit facilities*)
- d. Asuransi (*risk management*)
- e. Lintas-proses (*big data analysis, predictive modeling*)
- f. Infrastruktur (*security*)

2. Fitur Layanan

Fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi online atau tidak. Fitur (*features*) atau disebut juga atribut adalah semua hasil pengukuran yang bisa diperoleh dan merupakan karakteristik pembeda dari objek fitur dapat berupa simbol seperti warna, numerik seperti berat atau gabungan keduanya. Fitur dapat dinyatakan dalam variabel kontinyu, diskert, atau diskre-biner. Fitur biner dapat digunakan untuk menyatakan ada atau tidaknya suatu fitur tertentu. Fitur yang baik memiliki syarat berikut : (1) Mudah dalam komputasi; (2) Mampu sebagai pembeda dan memberikan kebutuhan tinggi dalam pengenalan; (3) dan besarnya data dapat diperkecil tanpa menghilangkan informasi penting.⁶

Fitur adalah karakteristik yang menambah fungsi dasar suatu produk. Karena fitur ini menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional fitur adalah alat kunci untuk mendefinisikan

⁵ Nofie Imam, “ Financial Technology dan Lembaga Keuangan” (Gathering Mitra Linkage Bank Syariah Mandiri, Hotel Grand Aston Yogyakarta, 22 November 2016), diakses pada tanggal 25 februari 2019.

⁶ Darma Putra, *Pengolahan Cara Digital*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2010), 305-306.

produk mereka dengan produk pesaing. Sedangkan menurut Poon terdapat beberapa konstruk yang merupakan indikator ketersediaan fitur (*feature availability*) suatu sistem *internet banking* yaitu kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk.⁷

3. Kemudahan

Kemudahan penggunaan (*easy of use*) didefinisikan sebagai suatu derajat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat orang bebas dari upaya.⁸ Kemudahan ini akan berdampak pada perilaku yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat-tingkat pemanfaatan teknologi informasi.⁹

Kemudahan mempunyai makna tanpa adanya kesulitan atau tidak perlu berusaha keras. Dengan demikian, persepsi kemudahan penggunaan ini merujuk pada kepercayaan individu bahwa setiap sistem ini membantu dan tidak memerlukan upaya serta biaya yang besar dalam penggunaannya.¹⁰

Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan sebuah teknologi di definisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya, bahwa sistem informasi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor : (1) berfokus pada teknologi itu sendiri; (2) Reputasi kan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang di dengar oleh oengguna akan mendorong keyakinan pengguna

⁷ Setyo Ferry Wibowo dkk, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Money Card”, 445.

⁸ Jogiyanto, *H.M Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta:Edisi Revisi, 2007), 330.

⁹ Amijaya dan Gilang Rizky, “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking”, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2010), 49.

¹⁰ Muhammad Fadhli dan Rudy fachruddin, “Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Resiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Internet Banking”, 226.

terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut; (3) Tersedianya mekanisme pendukung yang handal.

Dhini mendefinisikan kemudahan (*perceived ease of use*) sebagai tingkat keyakinan auditor dalam menggunakan sistem informasi berbasis TAM tidak memerlukan usaha keras, sehingga memiliki kemudahan dalam menghasilkan kinerja yang maksimal. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.¹¹

Adapun dimensi persepsi kemudahan penggunaan menurut Vanketesh dan Davis adalah interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut, serta sistem mudah digunakan.¹²

4. Kebutuhan

a. Pengertian kebutuhan

Suatu usaha manusia di dalam memenuhi kebutuhannya disebut dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut. Kebutuhan dan tujuan mempunyai peranan yang sangat penting karena motivasi timbul karena adanya kebutuhan yang belum terpenuhi dan tujuan yang ingin dicapai.

Kebutuhan menunjukkan kekurangan yang di alami seseorang ada suatu waktu tertentu. Kebutuhan dipandang sebagai penggerak atau pembangkit perilaku, artinya jika kebutuhan akibat kekurangan itu muncul,

¹¹ Nu Luh Gede Krisna Dewi dan Made Mertha, “Pengaruh Perceived Usefulness, perceived Ease of Use dan Penggunaan Software AuditPaa Kinerja Auditor Internal” E-jurnal Akuntansi Univeritas Udayana 17, no. 2 (2016): 1494, diakses pada tanggal 14 Februari 2019.

¹² Irfan Muflihadi dan Nurafni Rubiyanti, “ pengaruh perceived ease of use dan trust tThradap Kepuasan Konsumen”, 2.

maka individu lebih peka terhadap usaha motivasi konsumen¹³

Menurut Murray, kebutuhan (*need*) adalah konstruk mengenai kekuatan dibagian otak yang mengorganisir berbagai proses seperti persepsi, berfikir, dan berbuat untuk mengubah kondisi yang ada dan tidak memuaskan. Kebutuhan bisa dibangkitkan oleh proses internal, tetapi lebih sering dirangsang oleh lingkungan. Biasanya, kebutuhan dibarengi dengan perasaan atau emosi khusus, dan memiliki cara khusus untuk mengekspresikannya dalam mencapai pemecahannya.¹⁴

Kebutuhan adalah perasaan kekurangan yang ingin dipenuhi dan berasal dari dalam diri manusia terhadap barang atau jasa yang dapat memenuhi rasa kekurangan tersebut. Kebutuhan mengidentifikasi adanya suatu keinginan untuk memiliki atau menikmati suatu barang/jasa yang bila dipenuhi maka akan timbul suatu kepuasan terhadap pemenuhan kebutuhan tersebut.¹⁵

Secara umum, kebutuhan adalah segala sesuatu yang dibutuhkan oleh seseorang dan harus dipenuhi jika tidak dipenuhi maka akan mengganggu kelangsungan hidup.

b. Macam-macam Kebutuhan

- 1) Menurut intensitasnya: Kebutuhan primer, kebutuhan sekunder dan kebutuhan tersier
- 2) Menurut Waktunya: Kebutuhan sekarang dan kebutuhan di masa mendatang
- 3) Menurut sifatnya: Kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani
- 4) Menurut Subjeknya: Kebutuhan individu dan kebutuhan kelompok.

Secara garis besar, kebutuhan konsumen dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

¹³ Nugroho J setaidi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta : PRENADAMEDIA GrOUP, 2013), 24-33.

¹⁴ Alwisol, *Psikologi Kepribadian*, (Malang: UMM Press, 2007), 218.

¹⁵ Mardiyatno, *Ekonomi 1*, (Jakarta: Yudhistira, 2010), 3.

- 1) Fisiologis, dasar-dasar kelangsungan hidup, termasuk rasa lapar, haus dan kebutuhan hidup lainnya
- 2) Keamanan, berkenaan dengan kelangsungan hidup fisik dan keamanan
- 3) Afiliasi dan kepemilikan, kebutuhan untuk diterima oleh orang lain menjadi orang penting bagi mereka
- 4) Prestasi, keinginan dasar akan keberhasilan dalam memenuhi tujuan pribadi
- 5) Kekuasaan, keinginan untuk mendapatkan kendali atas nasib sendiri dan juga nasib orang lain
- 6) Ekspresi diri, kebutuhan untuk mengembangkan kebebasan dalam ekspresi diri dan dipandang penting oleh orang lain
- 7) Urutan dan pengertian, Keinginan untuk mencapai aktualisasi diri melalui pengetahuan, pengertian, sistematisasi, dan penggunaan sistem ini
- 8) Pencarian variasi, pemeliharaan tingkat kegairahan fisiologis dan stimulasi yang dipilih kerap diekspresikan sebagai pencarian variasi
- 9) Atribusi sebab akibat, estimasi atau atribusi sebab akibat dari kejadian atau tindakan.¹⁶

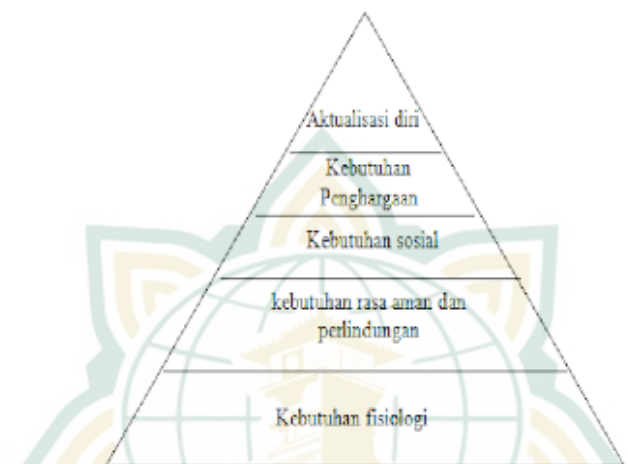
c. Teori kebutuhan

1) Teori Maslow

Maslow mengemukakan lima kebutuhan manusia berdasarkan tingkat kepentingannya mulai dari yang paling rendah yaitu kebutuhan biologis (*psychogenic or biogenic needs*) sampai paling tinggi yaitu kebutuhan psikogenik (*psychogenic needs*). Menurut Maslow, manusia berusaha memenuhi kebutuhan tingkat rendahnya terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Konsumen yang telah bisa memenuhi kebutuhan dasarnya, maka kebutuhan lainnya yang lebih tinggi muncul dan begitulah seterusnya. Model Hierarki kebutuhan Maslow dapat dilihat sebagai berikut :

¹⁶ Nugroho J setaidi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, 33-34.

Gambar 2.1
Hirearki kebutuhan Maslow



2) Teori Erg Alderfer

Setuju dengan teori Maslow bahwa setiap orang mempunyai kebutuhan yang tersusun dalam suatu hierarki. Akan tetapi, hierarki tersebut meliputi tiga perangkat kebutuhan, yaitu eksistensi, keterkaitan dan pertumbuhan.

3) Teori dua faktor dari Herzberg

Herzberg mengembangkan teori kepuasan yang disebut teori dua faktor motivasi. Dua faktor itu dinamakan faktor yang memuat orang merasa tidak puas dan faktor yang membuat orang puas.

4) Teori kebutuhan McClelland

McClelland mengajukan tiga kebutuhan yang dipelajari melalui kebudayaan yaitu prestasi, afiliasi, dan kekuasaan. Kebutuhan berprestasi adalah keinginan untuk melakukan sesuatu dengan lebih baik atau lebih efisien dalam memecahkan masalah atau mengutamakan tugas-tugas yang kompleks, kebutuhan berafiliasi adalah keinginan untuk membentuk dan mempertahankan hubungan yang hangat dan bersahabat dengan orang lain, kebutuhan kekuasaan adalah keinginan untuk mengendalikan

orang lain, untuk mempengaruhi mereka atau memiliki rasa tanggung jawab pada orang lain.¹⁷

d. Konsep kebutuhan dalam Islam

Islam memandang bahwa bumi dan segala isinya merupakan amanah dari Allah kepada manusia sebagai khalifah di muka bumi ini, untuk dipergunakan sebesar-besarnya bagi kesejahteraan umat manusia. Dalam islam tujuan konsumsi adalah memaksimalkan *masalahah*. Menurut Imam Syatibi, *masalahah* artinya lebih luas dari sekedar pemenuhan kebutuhan atau kepuasan dalam terminologi konvensional. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi keinginan adalah tujuan dari aktivitas ekonomi islam, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama. Secara umum, *masalahah* adalah mendatangkan segala bentuk kemanfaatan atau menolak segala kemungkinan yang merusak.

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan peranan keimanan, hal ini menjadi tolok ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang yang cenderung mempengaruhi perilaku dan kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual, yang kemudian membentuk kecenderungan perilaku konsumsi di pasar.

Pemenuhan kebutuhan dalam pandangan islam yaitu senantiasa mengaitkannya dengan tujuan utama manusia diciptakan yaitu ibadah. Untuk memenuhi kebutuhan ini, maka Allah menghiasi manusia dengan hawa nafsu (syahwat), dengan adanya hawa nafsu maka muncul suatu keinginan dalam diri manusia. Allah berfirman :

زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ
الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمَسْوَمَةِ

¹⁷ Nugroho J setaidi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, 38-41.

وَاللّٰهُ عِنْدَهُ
وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَٰلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَاللّٰهُ عِنْدَهُ

حُسْبُ الْمَاءِ

Artinya : *dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang dingini, yaitu wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di diti Allah lah tempat kembali yang baik.* (QS. Ali Imran :14)

Batasan konsumsi dalam islam tidak hanya memperhatikan aspek halal-haram saja tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah baik, cocok, bersih, sehat, tidak menjijikkan dan larangan bermegah-megahan.¹⁸

5. Preferensi Pemilihan

a. Pengertian preferensi

Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu.¹⁹ Menurut Kotler, preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada.²⁰ Secara umum preferensi dapat diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi.

Dalam kajian ekonomi, ada empat prinsip pilihan rasional yaitu :

1) Kelengkapan (*Completeness*)

Prinsip ini mengatakan bahwa setiap individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih di sukainya diantara dua keadaan. Konsumen dapat membandingkan dan menilai produk yang ada. Bila A dan B ialah dua keadaan produk yang berbeda, maka

¹⁸ Rahmat Gunawijaya, "Kebutuhan Manusia dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam", *Jurnal almaslahah*, 13, no. 1 (2017): 132, diakses pada tanggal 3 Maret 2019.

¹⁹ Poerwadaminta, *WJS Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), 769.

²⁰ Philip kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 2000), 154.

individu selalu dapat menentukan secara tepat satu diantara kemungkinan yang ada. Dengan kata lain, untuk setiap dua jenis produk A dan B, konsumen akan suka A daripada B, lebih suka B daripada A, suka akan kedua-duanya, atau tidak suka akan kedua-duanya. Preferensi ini mengabaikan faktor biaya dalam mendapatkannya.

2) Transivitas (*Transivity*)

Prinsip ini, menerangkan mengenai konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihannya bila dihadapkan oleh beberapa alternatif pilihan produk. Dimana jika seorang individu mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk B” dan “produk B lebih disukai daripada produk C”, maka ia pasti akan mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk C”. Prinsip ini sebenarnya untuk memastikan adanya konsistensi internal di dalam diri individu dalam hal pengambil keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa pada setiap alternatif pilihan seorang individu akan selalu konsisten dalam memutuskan preferensinya atas suatu produk dibandingkan dengan produk lain.

3) Kontinuitas (*Continuity*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan “produk A lebih disukai daripada produk B”, maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai daripada produk B. Jadi ada suatu ke konsistenan seorang konsumen dalam memilih suatu produk yang akan dikonsumsinya.

4) Lebih Banyak Lebih Baik (*The More Is The Better*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa jumlah kepuasan akan meningkat, jika individu mengonsumsi lebih banyak barang atau produk tersebut. Sehingga konsumen cenderung akan selalu menambah konsumsinya demi kepuasan yang di dapat.²¹

²¹ Nur Rianto Al Arif, *Teori Mikroekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2010), 110.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut : ²²

1) Faktor-faktor kebudayaan

Kebudayaan, kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan sepersangkat nilai, persepsi, preferensi dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya. Seorang anak yang dibesarkan di areika terbuka dengan nilai-nilai prestasi keberhasilan, kegiatan efisiensi dan kepraktisa, kemajuan, kenyamanan di luar, kemanusiaan dan jiwa muda.

a) Subbudaya, setiap kebudayaan terdiri dari sub-sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis : kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan areaa geografis.

b) Kelas sosial, kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierrki dan yang keanggotannya mempunyai nilai, minat dan perilaku serupa.

2) Faktor-faktor sosial

a) Kelompok referensi, kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa di antaranya kelompok primer yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti: keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat. Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi

²² Nugroho J Setiaji, *Perilaku Konsumen*, 10.

kurang berkesinambungan. Kelompok yang seseorang ingin menjadi anggotanya disebut kelompok aspirasi. Sebuah kelompok diasosiatif (memisahkan diri) adalah sebuah kelompok yang dinilai atau perilakunya tidak disukai oleh individu.

- b) Keluarga, kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah *keluarga orientasi*, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua lah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. *Keluarga prokreasi*, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.
 - c) Peran dan status, seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.
- 3) Faktor Pribadi
- a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.
 - b) Pekerjaan, para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata, terhadap produk dan jasa tertentu.
 - c) Gaya hidup, gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang di ekspresikan oleh kegiatannya, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan.

Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di baik kelas sosial seseorang.

- d) Kepribadian dan konsep diri, yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

4) Faktor Psikologis

a) Motivasi

Proses motivasi terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan maupun harapan yang tidak terpenuhi yang menyebabkan timbulnya ketegangan. Pada tingkat tertentu ketegangan ini akan berubah menjadi hasrat yang mendorong individu melakukan suatu perilaku tertentu guna memenuhi kebutuhan, keinginan dan hasratnya tersebut.

- b) Persepsi, persepsi didefinisikan sebagai proses di mana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan, masukan informasi, untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

- c) Proses belajar, proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

- d) Kepercayaan dan sikap, kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

c. Preferensi dalam perspektif islam

Dalam Islam, empat prinsip pilihan rasional belum cukup sebab masih ada prinsip yang harus diperbaiki dan ada beberapa penambahan yakni :

- 1) Objek barang dan jasa tersebut harus halal dan toyyib
- 2) Kemanfaatan atau kegunaan barang dan jasa yang dikonsumsi

- 3) Kuantitas barang dan jasa yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak terlalu sedikit atau kikir, tetapi pertengahan.²³

Preferensi dalam islam dikaji di mana seseorang dalam menggunakan kekayaan harus berhati-hati, yang terpenting dalam hal ini adalah cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan (preferensi) yang mengandung *maslahah* (baik dan manfaat), agar kekayaan atau harta tersebut dapat memberikan untuk kesejahteraan bagi individu tersebut.²⁴

Dalam hal ini, preferensi memiliki arti pilihan atau kecenderungan individu dalam memilih produk dan jasa, yang berarti kebebasan individu memilih pada suatu produk atau jasa tertentu. Islam menganggap kebebasan adalah sebagai pondasi dari nilai-nilai kemanusiaan dan kemuliaan manusia. Setiap individu mempunyai kebebasan sepenuhnya untuk memenuhi, mengelola, mengorganisasi, mengurus dan mempunyai bentuk perniagaan menurut kehendak asalakan tidak menggunakan cara yang haram.

Kebebasan dalam Islam di batasi oleh dua hal yaitu : individu bebas bergerak di bidang ekonomi dengan syarat tidak melanggar dan tidak mengambil hak-hak orang lain serta dia harus mengambil dengan cara yang halal dan tidak menggunakan yang haram.

Ekonomi islam memberikan arahan agar setiap preferensi kita terhadap suatu hal haruslah mengarah pada nilai-nilai kebajikan yang bersumber dari Al-Qur'an dan sunnah yang akan menjiwai masyarakat melakukan aktivitas sosial ekonominya.

Seperti firman Allah yang berbunyi :

يَأْمُرُهُم بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ

²³ Madnasir dan Khoirudin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Lampung: Seksi Penerbitan Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung, 2012), 85.

²⁴ Mar'atus Syawalia, "Preferensi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Sumber Modal", *Jurnal Ilmiah*, (2015), 4, diakses pada tanggal 14 Maret 2019.

Artinya : Yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang yang mungkar (QS. Al-a'raf:157)

Dan dengan cara seperti firman Allah yang berbunyi :

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا

تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : Hai sekalian manusia makanlah yang halal selagi baik dari apa yan terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan karena sesungguhnya syaitan adalah musuh yang nyata bagimu (QS. Albaqarah: 168)

Ayat tersebut memberikan tuntunan kepada setiap individu dalam melakukan preferensi harus dengan cara yang bijaksana sesuai prinsip-prinsip Islam agar tidak merugikan individu tersebut.

6. Pinjaman Online

a. Pengertian Pinjaman

Internet berasal dari dua kata yaitu *interconnection* (artinya saling terhubung, saling terkait, saling berhubungan) dan *networking* (artinya jaringan).²⁵ Secara umum, internet adalah jaringan komputer yang saling berhubungan, saling terkait dan saling terhubung di berbagai tempat. Sehingga akan mempermudah pengguna untuk memenuhi kebutuhannya melalui berbagai fitur layanan.

Salah satu penyediaan fitur layanan untuk layanan keuangan adalah pinjaman online. Dimana, layanan keuangan berupa pinjaman akan membantu individu untuk memperoleh modal usaha atau pinjaman dengan praktis.

²⁵ Wahana Komputer, *Seni Belajar Sekejap Raih Peluang Usaha dengan Web Marketing*, 1.

Pinjaman online adalah fasilitas pinjaman uang oleh penyedia jasa keuangan yang beroperasi secara online. Penyedia pinjaman online tersebut biasa dikenal dengan sebutan *fintech*. Pinjaman online yang langsung cair dan tanpa jaminan merupakan solusi alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan dana tunai tanpa harus mengajukannya secara tatap muka. Penyedia pinjaman ini adalah lembaga penyedia jasa keuangan yang beroperasi secara online dengan bantuan teknologi informasi.²⁶

Kata kredit berasal dari bahasa Romawi *credere* yang berarti percaya atau *credo* atau *creditum* yang berarti saya percaya. *Black's Law Dictionary* memberi pengertian bahwa kredit adalah kemampuan seorang pelaku usaha untuk meminjamkan uang atau memperoleh barang-barang secara tepat waktu, sebagai akibat dari argumentasi yang tepat dari pemberi pinjaman seperti halnya keandalan kemampuan membayarnya.

b. Unsur-unsur kredit sebagai berikut :

- 1) Kepercayaan, yaitu adanya keyakinan dari pihak Bank atas prestasi yang diberikannya kepada debitur yang akan dilunasinya sesuai jangka waktu yang diperjanjikan
- 2) Waktu, yaitu adanya jangka waktu tertentu antara pemberian kredit dan pelunasannya dan jangka waktu tersebut sebelumnya terlebih dahulu telah disepakati bersama antara pihak Bank dan debitur
- 3) Prestasi, yaitu adanya objek tertentu berupa prestasi dan kontra prestasi pada saat tercapainya persetujuan atau kesepakatan perjanjian pemberian kredit antara Bank dengan debitur berupa uang dan bunga atau imbalan
- 4) Risiko, yaitu adanya risiko yang mungkin terjadi selama jangka waktu antara pemberian dan pelunasan kredit tersebut, sehingga untuk mengamankan pemberian kredit dan menutup kemungkinan

²⁶ Surtan Sihaan, <https://www.online-pajak.com/finansial/pinjaman-online>, diakses pada tanggal 14 Maet 2019.

terjadinya wan-prestasi dari debitur maka diadakan pengikatan jaminan atau agunan.²⁷

Menurut Hadi Wijaya dan Rivai Wirasasmita, unsur-unsur kredit dapat dirinci sebagai berikut :

- 1) Adanya orang atau badan yang memiliki uang, barang atau jasa dan bersedia untuk meminjamkannya kepada pihak lain, biasanya disebut kreditur
- 2) Adanya orang atau badan sebagai pihak yang memerlukan atau meminjam uang, barang, tau jasa biasanya disebut debitur
- 3) adanya kepercayaan kreditur kepada debitur
- 4) Adanya janji dan kesanggupan membayar dari debitur kepada kreditur
- 5) Adanya perbedaan waktu yaitu perbedaan antara saat penyerahan uang, barang atau jasa oleh kreditur dengan saat pembayaran kembali oleh debitur
- 6) Adanya risiko sebagai kaibat dari adanya perbedaan waktu, karena terbayang jelas ketidakpastian (*uncertainty*) untuk masa yang akan datang.²⁸

c. Tujuan dan Fungsi Kredit :²⁹

Tujuan utama pemberian suatu kredit atau pinjaman antara lain:

- 1) Mencari keuntungan, brtujuan untuk memperoleh hasil dari pemberian kredit tersebut terutama dalam bentuk bunga yang diterima oleh Bank sebagai balas jasa dan biaya administrasi kredit yang dibebankan kepada nasabah
- 2) Membantu usaha nasabah, yaitu untuk membantu usaha nasabah yang memerlukan dana, baik dana investasi maupun dana untuk modal kerja. Dengan dana tersebut, maka pihak debitur akan dapa mengembangkan dan memperluaskan usahanya
- 3) Membantu pemerintah, semakin banyak kredit yang disalurkan oleh pihak perbankan, maka semakin baik,

²⁷ Johannes Ibrahim, *Kartu Kredit Dilematis Antara Kontrak dan Kejahatan*, 7-8.

²⁸ Johannes Ibrahim, *Kartu Kredit Dilematis Antara Kontrak dan Kejahatan*, 7-9.

²⁹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, 95-98.

mengingat semakin banyak kredit berarti adanya peningkatan pembangunan di berbagai sektor.

d. Fungsi Fasilitas Kredit sebagai berikut :

- 1) Untuk mendapatkan daya guna uang
- 2) Untuk meningkatkan peredaran dan lalu lintas uang
- 3) Meningkatkan peredaran barang
- 4) Sebagai alat stabilitas ekonomi
- 5) Untuk meningkatkan kegairahan berusaha
- 6) Untuk meningkatkan pemerataan pendapatan
- 7) Untuk meningkatkan hubungna internasional

e. Jenis-Jenis Kredit :³⁰

Jenis-jenis kredit dapat dilihat dari beberapa segi sebagai berikut :

- 1) Segi kegunaannya
 - a) Kredit Investasi
 - b) Kredit Modal kerja
- 2) Segi tujuan kredit
 - a) Kredit produktif
 - b) Kredit konsumtif
 - c) Kredit perdagangan
- 3) Segi jangka waktu
 - a) Kredit jangka pendek
 - b) Kredit jangka menengah
 - c) Kredit jangka panjang
- 4) Segi jaminan
 - a) Kredit dengan jaminan
 - b) Kredit tanpa jaminan
- 5) Segi sektor usaha
 - a) Kredit pertanian
 - b) Kredit peternakan
 - c) Kredit industri
 - d) Kredit Pertambangan
 - e) Kredit pendidikan
 - f) Kredit profesi
 - g) Kredit perumahan

³⁰ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, 99.

f. Prinsip-prinsip pemberian kredit :³¹

Untuk memberikan suatu kredit, bank atau kreditor harus mengetahui karakter dari debitur atau nasabah. Hal yang dilakukan untuk mengetahui karakter tersebut umumnya menggunakan analisis 5 C berikut ini :

1) *Character*

Sifat atau watak seseorang yang akan diberikan kredit benar-benar dapat dipercaya hal ini tercermin dari latar belakang nasabah baik bersifat latar belakang pekerjaan maupun yang bersifat pribadi.)

2) *Capacity*

Melihat nasabah dalam kemampuannya di bidang bisnis yang dikaitkan dengan pendidikannya. Hal ini juga dapat dilihat dari kemampuan mengembangkan usahanya. Disini, akan terlihat kemampuannya dalam mengembalikan kredit yang disalurkan. Dalam sebuah hadits dijelaskan haram bagi seseorang mengambil harta orang lain namun dia tidak memiliki niat motivasi, dan usaha untuk mengembalikannya.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَنْ أَخَذَ أَمْوَالَ النَّاسِ يُرِيدُ آدَاءَهَا أَدَّى اللَّهُ عَنْهُ وَمَنْ أَخَذَ يُرِيدُ إِثْلًا فَهَا إِنْتَلَفَهَا اللَّهُ

Artinya : Siapa yang mengambil harta manusia (berhutang) disertai maksud akan membayarnya maka Allah akan membayarkannya untuknya, sebaliknya siapa yang mengambilnya dengan maksud merusaknya (merugikannya) maka Allah akan merusak orang itu (HR. Bukhari)³²

Dari hadits di atas dapat dipahami bahwa membayar hutang adalah kewajiban bagi setiap yang berhutang dan tidak dibenarkan bagi orang yang

³¹ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, 104-107.

³² Muhammad Ibn Ismail Al-Bukhary, *Shahih al-bukhary*, (Beirut : Dar Ibn Katsir, 1987), Juz 2, 517.

mampu untuk menunda dalam membayarnya. Islam menganjurkan untuk memberikan kemudahan yang berhutang untuk memberikan tangguh bagi yang kesusahan serta menghapuskannya.

3) *Capital*

Untuk melihat penggunaan modal apakah efektif atau tidak, bisa dilihat dari laporan keuangannya yaitu segi likuiditas, solvabilitas, rentabilitas dan ukuran lainnya sertadapat dilihat dari sumber mana saja modal yang sekarang ini.

4) *Collateral*

Jaminan yang diberikan oleh calon nasabah baik bersifat fisik maupun non fisik. Jaminan hendaknya lebih besar dari jumlah kredit, jaminan juga harus diteliti keabsahannya. Dalam Islam Allah berfirman dalam QS. Albaqarah: 283

حَافِظُوا عَلَى الصَّلَوَاتِ وَالصَّلَاةِ الْوَسْطَىٰ وَقُومُوا

بِاللَّهِ قَنْبَيْنَ

Artinya : Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). (QS. Albaqarah: 283).

Dari ayat tersebut dijelaskan barang tanggungan itu diadakan bila satu sama lain tidak percaya mempercayai. Jaminan merupakan salah satu ajaran islam. Jaminan pada hakikatnya usaha untuk memberikan kenyamanan dan keamanan bagi semua orang yang melakukan transaksi.

5) *Condition*

Dalam menilai kredit hendaknya juga dinilai kondisi ekonomi dan politik sekarang dan di masa yang akan datang sesuai sektor masing-masing, serta prospek usaha dari sektor yang dijalankan. Penilaian prospek bidang usaha yang di biayai harus benar-

benar memiliki prospek yang baik sehingga kemungkinan kredit tersebut bermasalah relatif kecil.

Dalam islam seorang pebisnis wajib untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Allah berfirman dalam QS. Al Mulk: 15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي

مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Artinya : Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah di sebagian dari rizki-Nya, dan hanya kepada-Nya lah kamu kembali (setelah) dibangkitkan (QS. Al Mulk: 15)

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa setiap individu diberi kebebasan dalam mencari rizki dan memperhatikan kelangsungan usaha sehingga memberikan dampak baik pada kondisi keuangan dan kesejahteraan keluarganya. Sebagai pebisnis muslim hendaknya menghindari bisnis-bisnis yang dilarang oleh Allah maupun pemerintah sehingga kelangsungan usaha tetap terjaga.

Selain menggunakan analisis 5 C penilaian kredit juga dapat menggunakan analisis 7 P yaitu :

1) *Personality*

Menilai nasabah dari segi kepribadiannya atau tingkah lakunya sehari-hari atau masa lalunya.

2) *Party*

Mengklasifikasikan nasabah ke dalam klasifikasi tertentu atau golongan berdasarkan modal, loyalitas serta karakternya.

3) *Perpose*

Mengetahui tujuan nasabah dalam mengambil kredit termasuk jenis kredit yang diinginkan nasabah.

4) *Prospect*

Untuk menilai usaha nasabah di masa yang akan datang menguntungkan atau tidak.

5) *Payment*

Ukuran bagaimana cara nasabah mengembalikan kredit yang telah diambil atau dari sumber mana saja dana untuk pengembalian kredit.

6) *Profitability*

Untuk menganalisis bagaimana kemampuan nasabah dalam mencari laba. *Profitability* dapat dilihat dari periode ke periode apakah akan tetap sama atau akan semakin meningkat.

7) *Protection*

Tujuannya adalah bagaimana menjaga agar usaha dan jaminan mendapatkan perlindungan. Perlindungan dapat berupa jaminan barang atau orang atau jaminan asuransi.

g. Prosedur Dalam Pemberian Kredit :

- 1) Pengajuan berkas-berkas
- 2) Penyelidikan berkas pinjaman
- 3) Wawancara I
- 4) On the Spot
- 5) Wawancara II
- 6) Keputusan kredit
- 7) Penandatanganan akad kredit/perjanjian lainnya
- 8) Realisasi kredit
- 9) Penyaluran/penarikan dana³³

h. Pinjaman dalam Islam

Para ulama berpendapat bahwa '*ariyah*' adalah suatu hak untuk memanfaatkan suatu barang yang diterimanya dari orang lain tanpa imbalan dengan ketentuan barang tersebut tetap utuh dan pada suatu saat harus dikembalikan kepada pemiliknya.

Secara umum, pinjaman yaitu pengalihan pemilikan dengan jaminan yaitu saya mengeluarkan uang dari pemilikan saya dan pihak lain menyatakan akan menjamin keutuhan bendanya jika berupa barang

³³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, 110-104.

dan menjaga nilainya jika berupa nilai. Hal-hal yang sejenis yakni yang satu dengan yang lainnya sama, seperti uang dan sebagainya.³⁴

Pinjaman merupakan perbuatan pendekatan diri kepada Allah dan dianjurkan berdasarkan Qur'an dan sunnah yang terdapat di dalam QS. Almaidah ayat 2 :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعَدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaan-Nya.

Ayat tersebut menjelaskan tentang tolong menolong dalam kebaikan. Salah satu perbuatan baik tersebut adalah memberikan pinjaman terhadap sesama.

Di samping itu dalam melakukan pinjaman, dalam islam dilarang untuk meminta imbalan atau tambahan (riba) sebagaimana dalam QS. Ali Imron :130 :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم مِّنْ أَمْوَالِكُمْ
مُّضَعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian. Dengan adanya penelitian sebelumnya yang searah akan digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian ini. Beberapa

³⁴ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), 448.

penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1	Muhammad Fadhli, Rudy Fachruddin (2016)	Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan <i>Internet Banking</i> (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)	Persepsi Resiko, Kepercayaan, Manfaat, Kemudahan dan <i>Internet Banking</i>	Terdapat pengaruh secara simultan dari persepsi resiko, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan terhadap penggunaan <i>internet banking</i> pada nasabah bank umum di Kota Banda Aceh. Secara parsial, persepsi kepercayaan, manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>internet banking</i> , sedangkan persepsi resiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan <i>internet banking</i> pada nasabah bank umum di Kota

				Banda Aceh
2	Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud (2015)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap minat menggunakan E-Money Card (Studi Pada pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)	Persepsi Manfaat. Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, kepercayaan, dan E-money	Variabel persepsi manfaat, kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-money card</i> secara signifikan, dengan nilai hitung yang berbeda-beda
3	Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara (2018)	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa pengguna <i>mobile banking</i> Universitas Brawijaya)	Persepsi Kemudahan, Persepsi kegunaan dan <i>Mobile Banking</i>	Kemudahan penggunaan <i>mobile banking</i> berpengaruh terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> pada mahasiswa Brawijaya, Manfaat yang dirasakan dari penggunaan <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu dalam melakukan kegiatan perbankan, Penggunaan <i>mobile banking</i> yang praktis serta dapat

				menghemat waktu mempengaruhi sikap mahasiswa Brawijaya dalam mengadopsi atau menggunakan <i>mobile banking</i>
4	Vanidyatama Istighafari dan Retno Setyorini (2017)	Pengaruh <i>perceived usefulness</i> , <i>Perceived ease of Use</i> dan <i>Perceived Risk</i> terhadap <i>Intention to Transact</i> pada Aplikasi Tiket.com di Indonesia	<i>perceived usefulness</i> , <i>Perceived ease of Use</i> , <i>Perceived Risk</i> dan <i>Intention to Transact</i>	<i>Perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived risk</i> berpengaruh positif terhadap <i>intention to transact</i> pada pengguna aplikasi Tiket.com dengan nilai hitung yang berbeda
5	Bambang Setyo Pambudi (2014)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Program	Persepsi manfaat, Persepsi kemudahan, ketersediaan fitur, Minat ulang pengguna <i>internet banking</i>	Terjadi pengaruh persepsi manfaat, ketersediaan fitur, dan keamanan terhadap minat ulang menggunakan <i>Internet Banking</i> . Sedangkan persepsi kemudahan

		Layanan <i>Internet Banking</i> BRI)		tidak berpengaruh signifikan terhadap minat ulang menggunakan <i>Internet Banking</i>
6	Hatane Samuel (2003)	Pengaruh Kebutuhan terhadap Motif Penggunaan Kartu Debet Bank Central Asia (BCA) di Kalangan Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra Surabaya	Kebutuhan dan motif penggunaan kartu debit	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap motif seseorang dalam menggunakan kartu debit BCA

Penelitian ini menggunakan variabel yang meliputi Fitur Layanan, Kemudahan, dan kebutuhan yang mempengaruhi Preferensi Pemilihan Pinjaman Online.

Perbedaan dan persamaan dalam penelitian ini adalah:

1. Relevansi antara penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fadhli dan Rudy Fachruddin (2016) dengan peneliti adalah searah pada penggunaan teknologi dengan variabel yang sama yaitu kemudahan terhadap penggunaan, yang membedakan adalah peneliti menggunakan variabel fitur layanan, kemudahn dan kebutuhan terhadap preferensi pinjaman online.
2. Relevansi antara penelitian yang dilakukan oleh Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud (2015) dengan peneliti adalah sama-sama meneliti pengaruh Fitur Layanan dan kemudahan, yang membedakan adalah peneliti tidak menggunakan variabel persepsi manfaat dan variabel kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card

- namun peneliti menggunakan variabel dependen preferensi pemilihan pinjaman online.
3. Relevansi antara penelitian yang dilakukan oleh Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara (2018) dengan peneliti adalah sama-sama meneliti yang searah dengan pemanfaatan teknologi dengan sistem online, yang membedakan adalah dalam penelitiannya Abi Fadlan dan rizki Yudhi Dewantara tidak menggunakan variabel preferensi pinjaman online , tetapi lebih pada penggunaan mobile banking.
 4. Relevansi antara penelitian yang dilakukan oleh Vanidyatama Istighafardani dan Retno Setyorini (2017) dengan peneliti adalah sama-sama meneliti pengaruh *perceived ease of use* terhadap kepraktisan sistem online atau transaksi online, yang membedakan adalah salah satu variabel yaitu *perceived risk* dan *perceived usefulness* tidak digunakan oleh peneliti.
 5. Relevansi antara penelitian yang dilakukan oleh Bambang Setyo Pambudi (2014) dengan peneliti adalah sama sama meneliti pengaruh kemudahan dan ketersediaan fitur terhadap minat ulang penggunaan *internet banking*. Hal yang membedakan adalah dalam penelitian ini peneliti tidak menggunakan persepsi manfaat serta pengaruh terhadap minat ulang penggunaan *internet banking*, namun peneliti menggunakan preferensi pemilihan pinjaman online.
 6. Relevansi antara penelitian yang dilakukan oleh Hatane Samuel (2003) dengan peneliti adalah sama sama meneliti pengaruh kebutuhan terhadap minat atau preferensi penggunaan kartu debit. Hal yang membedakan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak hanya menggunakan variabel kebutuhan namun menggunakan variabel fitur layanan dan kemudahan dengan variabel dependen preferensi pemilihan pinjaman online.

C. Hipotesis

Menurut Good dan Scates hipotesis adalah sebuah dugaan atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta-fakta yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk dalam pengambilan keputusan. Dengan kata lain, hipotesis merupakan pernyataan mengenai populasi yang perlu di uji kebenarannya. Pengujian hipotesis

adalah prosedur yang didasarkan pada bukti sampel yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis merupakan suatu pernyataan yang wajar dan oleh karenanya tidak ditolak, atau hipotesis tersebut tidak wajar oleh karena itu harus ditolak.³⁵

Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian sehingga menimbulkan risiko. Besar kecilnya risiko dinyatakan dalam bentuk probabilitas. Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi.³⁶

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Fitur layanan terhadap preferensi pemilihan pinjaman online

Fitur layanan adalah salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan akan melakukan transaksi online atau tidak. Fitur layanan merupakan tempat mengakses suatu layanan termasuk transaksi keuangan. Pinjaman online adalah salah satu bentuk fitur untuk mempermudah transaksi tentang pinjaman secara praktis. Dengan adanya akses layanan yang efektif dan efisien mendorong seseorang melakukan transaksi tersebut sehingga preferensi akan muncul pada diri individu mengenai produk dan jasa tersebut.

Berdasarkan penelitian Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud (2015) "*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap minat menggunakan E-Money Card (Studi Pada pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)*". Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money card*.

H1: Fitur Layanan berpengaruh terhadap preferensi pemilihan pinjaman online.

³⁵ Suharyadi dan Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 79-80.

³⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 36.

2. Pengaruh Kemudahan terhadap preferensi pemilihan pinjaman online

Persepsi kemudahan penggunaan ini merujuk pada kepercayaan individu bahwa setiap sistem ini membantu dan tidak memerlukan upaya serta biaya yang besar dalam penggunaannya. *Perceived ease of use* (kemudahan dalam penggunaan) merupakan salah satu faktor model penerimaan teknologi dalam membantu mengakses sebuah layanan online. Mudahnya dalam menggunakan teknologi akan mempengaruhi seseorang menggunakan teknologi tersebut. Dengan adanya kemudahan menggunakan teknologi dalam mengakses suatu layanan akan mempengaruhi preferensi seseorang tentang aplikasi tersebut.

Berdasarkan penelitian yang di lakukan oleh Muhammad Fadhli, Rudy Fachruddin (2016) "*Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)*". Menunjukkan bahwa Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Penggunaan *internet banking*.

H2: Kemudahan berpengaruh terhadap preferensi pemilihan pinjaman online.

3. Pengaruh Kebutuhan terhadap preferensi pemilihan pinjaman online

kebutuhan adalah segala sesuatu yang dibutuhkan oleh seseorang dan harus dipenuhi jika tidak dipenuhi maka akan mengganggu kelangsungan hidup. Kebutuhan mendesak adalah kebutuhan yang harus dipenuhi saat itu juga tanpa menunggu waktu yang lama. Kepraktisan adalah salah satu alternatif untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan adanya sebuah teknologi digital dapat membantu dalam pemenuhan kebutuhan dengan efisien. Sehingga preferensi akan muncul jika kebetuhan terpenuhi.

Berdasarkan penelitian yang di lakukan oleh Hatane Samuel (2003) "*Pengaruh Kebutuhan terhadap Motif Penggunaan Kartu Debet Bank Central Asia (BCA) di Kalangan Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra Surabaya*". Menunjukkan bahwa kebutuhan

berpengaruh signifikan terhadap motif seseorang dalam menggunakan kartu debit BCA.

H3: Kebutuhan berpengaruh terhadap preferensi pemilihan pinjaman online.

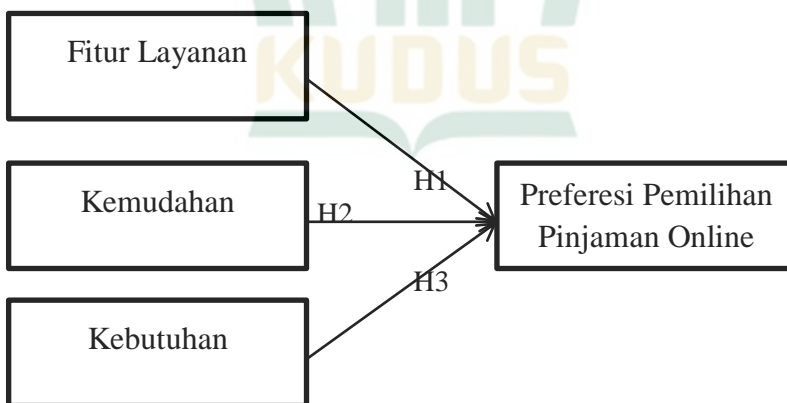
D. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan alur berfikir yang digunakan penelitian yang digambarkan secara menyeluruh dan sistematis setelah mempunyai teori yang mendukung dalam penelitian ini.³⁷

Perkembangan teknologi informasi telah mengembangkan inovasi baru di bidang ekonomi yaitu ekonomi digital. Dengan menyediakan sebuah fitur atau akses layanan dapat mempermudah dalam mengaksesnya sehingga suatu kebutuhan terpenuhi. Adanya pengembangan inovasi di bidang teknologi menjadi solusi alternatif bagi seseorang untuk memenuhi suatu kebutuhan dengan mudah dan efisien. Fitur layanan, kemudahan, dan kebutuhan dapat mendorong adanya suatu preferensi dalam menggunakan teknologi berbasis online (pinjaman online). Sehingga kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.2

Model Kerangka Pemikiran Penelitian



³⁷ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: PustakabaruPers, 2015), 66-67.