

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE PADA SANTRI PESANTREN X DI KOTA TASIKMALAYA

Penulis 1

Untung Eko Setyasari/ Politeknik LP3I Kampus Tasikmalaya
untungeko@plb.ac.id

Penulis 2

Cici Subarkah / Universitas Sangga Buana
cicisubarkah01@gmail.com

naskah masuk: month yyyy, naskah diterbitkan: month yyyy

Abstrak:

Analisis Perilaku Konsumen terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online pada Santri Pesantren X Di Kota Tasikmalaya. Pinjaman *online* (pinjol) adalah salah satu bukti berkembangnya dunia *fintech*. Perkembangan ini yang kemudian memunculkan fenomena pro dan kontra pinjaman online. Hal inilah yang kemudian mendasari penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui analisis perilaku konsumen terhadap minat penggunaan pinjaman *online* pada santri salah satu pesantren di Kota Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif, dengan *nonprobability sampling*, yakni jenis teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, koefisien determinasi dan uji t (parsial). Hasil penelitian dengan responden sebanyak 73 menunjukkan bahwa secara keseluruhan perilaku konsumen ada pada kategori baik dan minat penggunaan pinjaman *online* pada santri Pesantren X di Kota Tasikmalaya berada pada kategori netral. Pengaruh perilaku konsumen terhadap minat penggunaan pinjaman *online* dan telah dilakukan pengujian hipotesis dengan melihat angka Sig t hitung pada *output* tabel *coefficients*. Nilai Sig t hitung sebesar $0,016 < 0,01$ sehingga H_0 di tolak dan H_a diterima yang berarti bahwa hipotesis alternatif awal yang diajukan dapat diterima. Jadi perilaku konsumen berpengaruh terhadap minat penggunaan pinjaman *online*. Hasil perhitungan nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa perilaku konsumen memberikan pengaruh sebesar 7,9% terhadap minat penggunaan pinjaman *online*, sedangkan sisanya 82,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Pinjaman Online, Minat

Abstract:

Analysis of Consumer Behavior on Interest in Using Online Loans among Islamic Boarding School X Students in Tasikmalaya City. Online loans (pinjol) are one proof of the development of the fintech world. This development then gave rise to the phenomenon of the pros and cons of online loans. This is what underlies

this research which aims to analyze consumer behavior regarding interest in using online loans among students at one of the Islamic boarding schools in Tasikmalaya City. The research method used is a quantitative approach, with nonprobability sampling, namely an accidental sampling technique. The data analysis techniques used in this research are validity test, reliability test, simple linear regression, coefficient of determination and t test (partial). The results of research with 73 respondents show that overall consumer behavior is in the good category and interest in using online loans among Islamic Boarding School X students in Tasikmalaya City is in the neutral category. The influence of consumer behavior on interest in using online loans and hypothesis testing has been carried out by looking at the calculated Sig t numbers in the coefficients table output. The calculated Sig t value is $0.016 < 0.01$ so that H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that the initial alternative hypothesis proposed can be accepted. So consumer behavior influences interest in using online loans. The results of calculating the coefficient of determination value show that consumer behavior has an influence of 7.9% on interest in using online loans, while the remaining 82.1% is influenced by other variables not studied.

Keywords : *Consumer Behavior, Online Loans, Interest.*

PENDAHULUAN

Pada era modern, teknologi sangat penting bagi kehidupan sehari-hari, membuat kegiatan lebih efektif dan efisien. Salah satu teknologi yang berpengaruh adalah internet, yang penting dalam bisnis dan keuangan dikenal sebagai *Fintech*. *Fintech* mempermudah transaksi keuangan dengan layanan praktis seperti *crowdfunding* dan pembayaran digital. Di Indonesia, layanan fintech lending semakin populer, membantu individu butuh dana darurat dengan proses mudah tanpa jaminan. Pengajuan pinjaman bisa dilakukan lewat smartphone dan kartu identitas, dengan pencairan cepat, bahkan dalam jam.

Menurut OJK, nilai pinjaman online di Indonesia pada Desember 2022 mencapai 19,52 Miliar Rupiah, dengan 13,71 Juta nasabah, termasuk pelajar dan mahasiswa yang aktif menggunakan internet. Survei 2022 menunjukkan pelajar dan mahasiswa sebagai pengguna internet utama. Kebutuhan finansial mahasiswa dan pelajar, yang lebih kompleks, seringkali tidak terpenuhi, sehingga memicu mereka mencari pinjaman online dan berpotensi menjadi korban penyalahgunaan *fintech*.

Kategori pelajar dan mahasiswa, di dalamnya juga masuk santri. Hal ini yang kemudian menjadikan pesantren menjadi salah satu wadah yang dapat meminimalisir

adanya dampak pinjaman online bahkan juga membantu warga sekitar untuk menjelaskan hingga memberantas dampak dari pinjaman online. Hal ini yang juga dilakukan oleh toritas Jasa Keuangan (OJK) Jember yang mengajak santri untuk waspada terhadap pinjaman online (pinjol) ilegal. Hal tersebut disampaikan Kepala OJK Jember, Hardi Rofiq dalam puncak kegiatan Bulan Inklusi Keuangan yang digelar di Pondok Pesantren Mabadiul Ihsan, Kecamatan Tegalsari pada 2021 lalu (Pemkab Banyuwangi, 2021). Bupati Banyuwangi, Ipuk Fiestiandani menjelaskan bahwa santri diminta cermat dalam memilih layanan keuangan dan agar tidak mudah tergiur dengan kemudahan yang dijanjikan. Ketika literasi digital dipahami oleh santri maka hal ini akan berdampak baik bagi lingkungan sekitar pesantren, terlebih santri menjadi salah satu pihak yang paham tentang agama, khususnya masalah hutang piutang.

Seringkali santri juga menghadapi kendala secara finansial dalam memenuhi berbagai kebutuhannya. Beragam alasan yang menjadi kendala, seperti mereka belum bekerja sehingga belum memiliki penghasilan sendiri atau kiriman dari orang tua yang tidak menentu. Hal ini diperkuat

dari hasil wawancara peneliti dengan salah satu mahasiswa berikut ini:

*“Santri mah identik hirup saaya-aya, biasana kumargi orang tua hirup sederhana. Jadi bisa masantren gen tos Alhamdulillah. Kadang biasana tara berharap dipasih acis kangge sadidinten. Ngan khan kadang kebutuhan teh sok aya nu darurat, nunggu dikirim mah da asa moal mungkin. Nya jadi minjem di pinjol, da kadang nginjem ka babaturan ge sarua teu gaduh”.
(Wawancara dengan salah satu santri. (19 Oktober 2024, 15:30 WIB).*

Obrolan singkat itulah yang kemudian melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini.

KAJIAN LITERATUR

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan salah satu hal yang cukup menarik untuk dipelajari, karena perilaku konsumen merupakan inti dari suatu kegiatan ekonomi, hal didasari dari pendapat Wibowo (2020:10) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah muara dari berbagai kegiatan ekonomi, karena semua kegiatan ekonomi akan berkaitan dan berakhir kepada sikap atau perilaku konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:159), terdapat empat karakteristik yang yang mempengaruhi perilaku

konsumen yaitu : 1) Faktor Budaya, 2) Faktor Sosial, 3) Faktor Pribadi, 4) Faktor Psikologi.

Minat

Minat pada dasarnya adalah suatu rasa ketertarikan yang muncul terhadap sesuatu. Kotler dan Keller (2009:137) menjelaskan bahwa minat adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Susanto (2013:58) menambahkan bahwa :

Minat merupakan dorongan dari dalam diri seseorang atau faktor yang menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu objek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan dan lama kelamaan akan mendatangkan kepuasan dalam dirinya.

Maka, berdasarkan minat dalam penelitian ini adalah sebuah dorongan dari dalam diri individu yang menimbulkan suatu rasa suka atau ketertarikan terhadap sesuatu hal, sehingga membuat individu tersebut melakukan atau memilih hal tersebut.

Kotler dan Keller (2010:5) pun membagi indikator minat beli menjadi 4 poin, yakni 1) Minat Transaksional, 2) Minat Referensial, 3) Minat Prefensial, 4) Minat Eksploratif.

Hipotesis

Model penelitian disajikan pada Gambar 1 di bawah ini :



Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ho : Perilaku konsumen tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan pinjaman online, dan

Ha : Perilaku konsumen berpengaruh terhadap minat penggunaan pinjaman *online*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian deskriptif sesuai dengan namanya, bertujuan untuk menjabarkan atau menguraikan situasi tertentu (Timotius, 2017:71). Fokus penelitian ini adalah perilaku konsumen.

Sampel dalam penelitian ini adalah santri, baik laki-laki maupun perempuan di sebuah pesantren X di Kota Tasikmalaya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 260 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Teknik penghitungan sampel yang digunakan adalah berdasarkan rumus Slovin

(Sugiyono 2019:137), maka jumlah sampelnya sebanyak 73 orang.

Analisis data dilakukan dengan program SPSS, termasuk uji validitas, uji reliabilitas, dan uji regresi linier sederhana. Uji hipotesis termasuk hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a), menggunakan uji T untuk melihat hubungan antara variabel. Keputusan didasarkan pada angka probabilitas signifikansi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pada penelitian ini terdapat 20 pernyataan untuk kuesioner. Setiap variabel, X (Perilaku Konsumen) dan Y (Minat Penggunaan Pinjol), masing-masing memiliki 10 butir pernyataan. Responden sebanyak 73 orang santri di Pesantren X di , dibagi berdasarkan jenis kelamin dan usia. Jumlah responden perempuan sebanyak 43 orang dengan persentase 58,90%, sedangkan laki-laki 30 orang dengan persentase 41,10%. Responden terbanyak berusia 20 hingga 30 tahun sebanyak 50 orang (71,23%), di bawah 20 tahun 20 orang (27,40%), dan di atas 30 tahun 1 orang (1,37%).

Uji Validitas

Kriteria yang harus dipenuhi dalam uji validitas suatu instrumen kuesioner adalah sebagai berikut:

- 1) Jika koefisien korelasi $r \geq 0,30$ maka item tersebut dinyatakan valid
- 2) Jika koefisien korelasi $r \leq 0,30$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji Validitas Perilaku Konsumen, nilai r hitung instrumen kualitas pelayanan berkisar antara 0,552 – 0,721. Bila nilai r hitung lebih besar daripada kriteria yang telah ditentukan yaitu sekurang-kurangnya 0,30 dapat disimpulkan bahwa instrumen pengukuran perilaku konsumen dapat dikatakan valid.

Uji Validitas Minat, nilai r hitung instrumen kualitas pelayanan berkisar antara 0,494 – 0,672. Bila nilai r hitung lebih besar daripada kriteria yang telah ditentukan yaitu sekurang-kurangnya 0,30 dapat disimpulkan bahwa instrumen pengukuran minat dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Rumus yang digunakan adalah *Cronbach Alpha*, dan ketentuannya yaitu jika variabel yang diteliti memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka

jawaban butir pertanyaan atau pertanyaan variabel dikatakan reliabel. Hasil Pengujian reliabilitas perilaku konsumen (Variabel X).

Tabel 1. Uji Reliabilitas Perilaku Konsumen

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.751	11

Sumber: Hasil olah data, 2024

Diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* adalah 0,751. Kriteria yang digunakan adalah sekurang-kurangnya nilai *Cronbach Alpha* 0,60 sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwa instrumen perilaku konsumen (variabel X) adalah reliabel. Hasil Pengujian reliabilitas perilaku konsumen (Variabel Y).

Tabel 2. Uji Reliabilitas Minat

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.747	11

Sumber: Hasil olah data, 2024

Diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* adalah 0,747. Kriteria yang digunakan adalah sekurang-kurangnya nilai *Cronbach Alpha* 0,60 sehingga kesimpulannya instrumen minat (variabel Y) adalah reliabel.

Pengujian Hipotesis

Regresi Linear Sederhana, hasilnya dapat dijelaskan $Y = 18,005 + 0,335X$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 18,005 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai perilaku konsumen maka nilai minat sebesar 18,005.
2. Koefisien regresi X sebesar 0,335 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai perilaku konsumen, maka minat bertambah sebesar 0,335.

Koefisiensi Determinasi, R hitung diketahui sebesar 0,282 maka selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan menggunakan rumus koefisien determinasi yang dinyatakan dalam persentase, 7,9%.

Maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen memberikan pengaruh sebesar 7,9% terhadap minat penggunaan pinjaman online pada santri Pesantren X di Kota Tasikmalaya, sedangkan sisanya 72,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis (Uji T), Hasil dari hasil output di atas dapat diketahui nilai thitung = 2,473 dengan nilai signifikansi $0,016 < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil tersebut menandakan bahwa perilaku konsumen berpengaruh terhadap minat penggunaan pinjaman online pada santri di Pesantren X di Kota Tasikmalaya.

Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dilakukan di Pesantren X di Kota Tasikmalaya dengan jumlah kuesioner sebanyak 73 angket. Jumlah pernyataan masing-masing 10 butir, baik di variabel perilaku konsumen maupun minat pinjaman online. Dari 10 butir pernyataan tersebut diberikan pada setiap butir pernyataan tertinggi 5 dan terendah 1 yang diberikan pada setiap responden.

Tingkat Perilaku Konsumen

Berdasarkan hasil analisis mengenai tanggapan responden terhadap Variabel X maka diperoleh jawaban yang telah tersaji dalam tabel berikut:

Tabel 3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y

No	Pernyataan	Skor	Keterangan
1	Budaya / kebiasaan orang Indonesia yang sering meminjam uang mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan pinjaman online	275	Baik
2	Kelas sosial mahasiswa mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan pinjaman online	276	Baik
3	Lingkungan tempat tinggal mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan pinjaman online	282	Baik
4	Keluarga mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan pinjaman online	230	Netral
5	Usia mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan pinjaman online	259	Baik
6	Situasi ekonomi mahasiswa mempengaruhi mahasiswa dalam penggunaan pinjaman online	295	Baik
7	Gaya hidup mahasiswa mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan pinjaman online	305	Baik
8	Motivasi atau dorongan karena kebutuhan hidup mahasiswa mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan pinjaman online	277	Baik
9	Pengalaman mahasiswa terhadap pinjaman online mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan kembali pinjaman online tersebut	276	Baik
10	Keyakinan dan sikap mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan pinjaman online	262	Baik
Jumlah		2737	
Rata-rata		274	Baik

Sumber : Hasil olah data, 2024

Berdasarkan tabel dibawah ini, didapatkan hasil penilaian responden terhadap perilaku konsumen pada santri di Pesantren X di Kota Tasikmalaya dengan jumlah skor 2737 dan nilai rata-rata 274. Kesimpulannya bahwa tingkat perilaku konsumen pada santri di Pesantren X di Tasikmalaya adalah Baik.

Tingkat Minat Pinjaman Online

Berdasarkan hasil analisis mengenai tanggapan responden terhadap Variabel Y, maka diperoleh jawaban yang tersaji dalam tabel berikut ini :

Tabel 4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y

No	Pernyataan	Skor	Keterangan
1	Saya tertarik dalam menggunakan Pinjaman Online	148	Tidak baik
2	Kemudahan dalam proses peminjaman dan pencairan mempengaruhi mahasiswa dalam menggunakan pinjaman online	248	Netral
3	Setelah mencoba layanan pinjaman online, seseorang cenderung akan merekomendasikannya kepada orang lain	243	Netral
4	Rekomendasi yang diberikan kepada orang lain berdasarkan pengalaman positif yang dirasakan	259	Baik
5	Pinjaman online merupakan pilihan utama bagi seseorang yang sedang membutuhkan uang dalam keadaan mendesak	251	Baik
6	Konsumen lebih tertarik melakukan pinjaman online daripada pinjaman secara konvensional	265	Baik
7	Kebanyakan konsumen percaya bahwa menggunakan pinjaman online adalah keputusan yang tepat	232	Netral
8	Saya tertarik untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan pinjaman online	196	Netral
9	Saya tertarik untuk mengetahui pengalaman orang lain yang pernah menggunakan pinjaman online	233	Netral
10	Saya tertarik untuk menggunakan pinjaman online setelah mendapatkan informasi dari teman dekat atau kerabat	157	Tidak baik
Jumlah		2232	
Rata-rata		223,2	Netral

Sumber : Hasil olah data, 2024

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan hasil penilaian responden terhadap minat penggunaan pinjaman online pada santri Pesantren X di Tasikmalaya dengan jumlah skor 2232 dan nilai rata-rata 223,2. Kesimpulannya bahwa tingkat minat penggunaan pinjaman online pada santri Pesantren X di Kota Tasikmalaya Tasikmalaya adalah Netral.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang datanya diperoleh dari kuesioner dan diolah menggunakan software IBM SPSS Statistic 25 menunjukkan bahwa perilaku konsumen berada dalam kategori baik, sedangkan

minat penggunaan pinjaman online dalam kategori netral. Perilaku konsumen berpengaruh 7,9% bertujuan hanya untuk mengetahui perilaku konsumen dan pengaruhnya terhadap minat penggunaan pinjaman online. Oleh karenanya diperlukan penelitian lebih lanjut terkait pengaruh perilaku konsumen terhadap minat penggunaan pinjaman online. Penelitian serupa dapat dilanjutkan dengan menambah subjek penelitian, misalnya pesantren di seluruh wilayah Kota Tasikmalaya sehingga dapat memberikan hasil yang lebih kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, and K Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. 13th Edition. Jakarta: Erlangga.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2021). Yuk Mengenal Fintech P2P Lending Sebagai Alternatif Investasi Sekaligus Pendanaan. Jakarta : Sikapiuangmu.ojk.go.id. Diakses pada 25 November 2024, pada laman <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20566>
- Raharjo, Budi. (2021). Fintech : Teknologi Finansial Perbankan Digital.

Setiyono, Wisnu Panggah, Sriyono, and Detak Prapanca. (2021). *Financial Technology*. Sidoarjo: UMSIDA Press.

Setyasari, Untung Eko. (2022). Duet Maut Rayuan Investasi Bodong dan Jeratan Kemudahan Pinjol. Tasikmalaya : Radar Tasikmalaya. Diakses pada 21 Februari 2023, pada laman <https://wacana.radarsports.id/duet-maut-rayuan-investasi-bodong-dan-jeratan-kemudahan-pinjol/>.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. ALFABETA.

Timotius, Kris H. (2017). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Pemkab Banyuwangi. (2021). OJK Gandeng Santri Waspada Pinjol Ilegal. Diakses pada 28 November 2024, pada laman <https://banyuwangikab.go.id/berita/ok-gandeng-santri-waspada-pinjol-ilegal>.

Wibowo, Agus. (2020). *Perilaku Konsumen dan Hubungan Masyarakat*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.