

## DETERMINAN KEPUTUSAN PELAKU UMKM DALAM MEMILIH PINJAMAN *ONLINE* SEBAGAI ALTERNATIF PENDANAAN

Putu Arik Lesmawan<sup>1</sup>, I Gede Agus Pertama Yudiantara<sup>2</sup>

Jurusan Ekonomi dan Akuntansi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Singaraja, Indonesia

E-mail: ( [ariklesmawan@gmail.com](mailto:ariklesmawan@gmail.com), [agus.yudiantara@undiksha.ac.id](mailto:agus.yudiantara@undiksha.ac.id) )

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan pelaku UMKM dalam memilih pinjaman *online* (*peer to peer lending*) sebagai alternatif pendanaan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 pelaku UMKM. Data penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada pelaku UMKM yang melakukan usaha di Kabupaten Buleleng dan pernah menggunakan pinjaman *online*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan empat faktor yang secara positif dan signifikan mempengaruhi pengambilan keputusan pelaku UMKM dalam memilih pinjaman *online* sebagai alternatif pendanaan (1) Motivasi (2) Pengalaman (3) Unsur Kredit (4) *Marketing*. Sedangkan faktor sikap dan demografi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan pelaku UMKM dalam memilih pinjaman *online* sebagai alternatif pendanaan. Motivasi menjadi faktor yang paling signifikan mempengaruhi keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman *online* sebagai alternatif pendanaan.

**Kata Kunci :** Pinjaman *Online*, *Financial Technology*, UMKM

### Abstract

*This study aims to analyze the factors that influence the decisionmaking process of small business ventures in choosing online loans (peer to peer lending) as an alternative funding. This type of research is quantitative research that uses purposive sampling method with a sample of 100 owners small business ventures. This research data uses primary data obtained by distributing questionnaires to owner small business ventures who do business in Buleleng Regency and have used online loans. The method used in this research is descriptive analysis. The results of this study indicate four factors that positively and significantly influence the decisionmaking of owner small business ventures in choosing online loans as an alternative funding (1) Motivation (2) Experience (3) Credit Elements (4) Marketing. While the attitude and demographic factors have a negative and significant effect on the decisionmaking of owner small business ventures in choosing online loans as an alternative funding. Motivation is the most significant factor influencing the decisions of owner small business ventures in making online loans as an alternative funding*

**Keywords :** Loans Online, Financial Technology, Small Business Ventures

## PENDAHULUAN

*Pinjaman Online* merupakan sistem transaksi yang disediakan oleh suatu perusahaan (*platform*) guna mempertemukan peminjam (*borrower*) dengan pemberi pinjaman (*lender*). Bila pada umumnya seseorang melakukan pinjaman dengan datang langsung ke lembaga keuangan seperti bank serta lembaga keuangan lain dan harus memenuhi persyaratan tertentu, sedangkan dalam *Peer to Peer Lending (pinjaman online)* peminjam dapat mengajukan pinjaman melalui *fintech* secara *online* atau tanpa harus bertemu secara langsung dengan pemberi pinjaman dengan persyaratan yang mudah dapat mengajukan pinjaman (Sari dan Fatahudin, 2020). Pertumbuhan industri *financial technology* di Indonesia bisa dikatakan sangat cepat, hal ini harus diimbangi dengan kesiapan masyarakat dalam literasi keuangan serta dalam memanfaatkan teknologi yang ada (kontan.co.id, 2020). Kehadiran pinjaman *online* memberikan harapan baru bagi perkembangan perekonomian di Indonesia. Menjadi salah satu alternatif pelaku usaha dalam memperoleh modal.

Pinjaman *online* menawarkan berbagai kemudahan bagi pelaku UMKM yang ingin mengajukan pinjaman, mereka bisa memperoleh pinjaman dengan cepat dan persyaratan yang sangat mudah, pencairan dana yang cepat, dan proses pengembalian yang fleksibel. Dimasa pemulihan ekonomi yang diakibatkan oleh pandemi ini, Pemerintah Indonesia berupaya memulihkan roda perekonomian dalam negeri. Sesuai dengan Siaran Pers No.HM.4.6/172/SET.M.EKON.2.3/11/202, pemerintah mendorong *fintech* untuk tingkatkan inklusi keuangan dan transformasi digital. Pemerintah memberikan akses kepada *platform fintech* untuk mendukung pelaksanaan berbagai program pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah. Ada beberapa tantangan yang mungkin akan dihadapi dalam mensukseskan program ini seperti literasi keuangan dan digital yang perlu terus ditingkatkan, menjaga ekosistem yang kondusif, dan berkolaborasi dengan berbagai sektor pendukung program ini

(ekon.go.id, 2020). Program Pemulihan Ekonomi Nasional secara langsung akan berimbas pada digitalisasi serta peningkatan daya saing UMKM, karena fokus Satgas PEN dibagi menjadi empat klaster program yaitu sektor perlindungan sosial, UMKM, Kementerian/Lembaga dan Pemda, serta pembiayaan korporasi.

Survei yang dilakukan oleh *DailySocial Research* bertajuk "*Evolving Landscape of Fintech Lending in Indonesia*" menunjukkan bahwa, peminjam *fintech* berasal dari pelaku UMKM *online* maupun *offline*. Untuk klaster *fintech* syariah, sebanyak 70% pinjaman dari UMKM *online*, klaster produktif sebesar 42% UMKM *offline* dan klaster konsumtif sebesar 64,1% UMKM *offline* (kontan.co.id, 2021). Di Kabupaten Buleleng pada masa pemulihan ekonomi akibat pandemi ini, banyak bermunculan pelaku usaha milenial, hal ini dibuktikan dengan banyaknya outlet-outlet *franchise* yang menjamur diberbagai tempat. Para pelaku usaha milenial ini sangat akrab dengan perkembangan sarana komunikasi, media, dan teknologi digital. Oleh sebab itu pemanfaatan finansial teknologi dikalangan mereka menjadi hal yang fasih untuk dilakukan.

Berdasarkan data dari Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (DISDAGPERINKOPUKM) Kabupaten Buleleng pada tahun 2019 terdapat sedikitnya 35.555 pelaku UMKM yang tersebar diseluruh Kabupaten Buleleng. Jumlah tersebut didominasi pelaku usaha mikro sebanyak 26.048, usaha kecil sebanyak 9.249, usaha menengah sebanyak 192, dan usaha besar sebanyak 17, akan tetapi sebagian besar adalah pelaku UMKM yang statusnya non-formal. Hal ini memberikan indikasi sebagian besar pelaku usaha mikro yang statusnya non-formal akses mereka untuk memperoleh permodalan atau pendanaan lebih terbatas. Oleh karenanya pelaku UMKM khususnya pelaku usaha mikro seharusnya tidak bergantung pada akses pendanaan yang konvensional. Oleh sebab itu pelaku UMKM juga bisa

memanfaatkan pendanaan dari pinjaman *online* sebagai alternatif pinjaman.

Namun akhir-akhir ini kian maraknya kasus pinjaman *online* ilegal yang menjerat orang-orang, awalnya pinjamannya hanya sebesar Rp5.000.000 (lima juta rupiah) membengkak menjadi Rp20.000.000 (dua puluh juta rupiah). Ketua Satgas Waspada Investasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Togam L. Tobing menyebutkan bahwa melakukan pinjaman pada platform pinjaman online yang ilegal bisa sangat berbahaya. Ini disebabkan pinjaman online yang ilegal memberikan bunga, *fee* dan denda yang sangat tinggi (kompas.com, 2020). Masalah pemanfaatan pinjaman *online* juga terjadi di Bali khususnya di Kabupaten Buleleng. Dari hasil survei dan wawancara yang dilakukan kepada salah satu pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng. Disebutkan bahwasannya masalah yang sangat dirasakan pada saat melakukan pinjaman *online* adalah bunga yang sangat besar, jika telat bayar maka akan dikenakan bunga tambahan. Setelah digali lebih dalam, ternyata pelaku UMKM tersebut melakukan pinjaman *online* pada platform yang ilegal. Hal tersebut memberikan indikasi bahwa masih rendahnya literasi keuangan digital di masyarakat Kabupaten Buleleng karena masih ada masyarakat yang belum dapat membedakan pinjaman *online* yang legal dan ilegal. Selain itu masih banyak pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng yang belum mengenal *platform peer to peer lending* atau pinjaman *online*. Pada saat survei awal, sebagian besar pelaku UMKM belum mengetahui informasi tentang pinjaman *online*, sehingga masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan pinjaman *online* sebagai alternatif dalam memperoleh modal.

Pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng dalam mengambil keputusan dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal. Motivasi dapat diartikan sebagai dorongan yang merangsang atau menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu atau kegiatan yang dilakukannya sehingga dapat mencapai tujuannya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Manurung dan Rahardjo (2019) menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang tidak

signifikan terhadap keputusan UMKM dalam mengambil modal usaha dengan modal *peer to peer (P2P) lending*. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Renaldi Herlambang (2020) serta Andini (2017), Sari dan Fatahuddin (2020) menunjukkan bahwa motivasi atau faktor psikologis konsumen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan UMKM dalam mengambil pinjaman melalui *financial technology (fintech)*. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis penelitian yaitu:

**H1: Motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng dalam Memilih Pinjaman Online sebagai Alternatif Pendanaan**

Sikap merupakan suatu ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaannya atau ketidaksukaannya terhadap suatu objek, (Damiani: 2017). Hasil penelitian Manurung dan Rahardjo (2019) menunjukkan bahwa sikap atau kebiasaan/gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan UMKM dalam mengambil modal usaha dengan modal *peer to peer (P2P) lending*. Sedangkan hasil penelitian Herlambang (2020) menunjukkan bahwa sikap berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan UMKM dalam mengambil pinjaman melalui *financial technology (fintech)*. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis penelitian yaitu:

**H2: Sikap berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng dalam Memilih Pinjaman Online sebagai Alternatif Pendanaan**

Pengalaman adalah proses belajar yang mempengaruhi perubahan dalam perilaku seseorang individu (Swastha dan Irawan: 2008). Hasil penelitian Manurung dan Rahardjo (2019) menunjukkan bahwa pengalaman memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan UMKM dalam mengambil modal usaha dengan modal *peer to peer (P2P) lending*. Dan penelitian yang dilakukan oleh Andriansyah dan Winarno (2019) menunjukkan bahwa pengalaman atau frekuensi pengajuan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap

kesuksesan pinjaman UMKM melalui *peer-to-peer lending* pada *lendingclub*. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis penelitian yaitu:

**H3: Pengalaman berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng dalam Memilih Pinjaman Online sebagai Alternatif Pendanaan.**

Unsur kredit dapat diartikan sebagai bagian atau komponen yang ada didalam suatu kredit. seperti kesepakatan antara bank sebagai kreditur dan nasabah penerima kredit sebagai debitur, dengan perjanjian yang telah dibuat. Hasil penelitian Andini (2017) serta Sari dan Fatahuddin (2020) juga menunjukkan bahwa unsur kredit/jangka waktu pinjaman atau *loan term* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pemberian kredit usaha mikro kecil dan menengah pada lembaga keuangan mikro *peer to peer lending*. Penelitian yang dilakukan oleh Herlambang (2020) menunjukkan bahwa unsur kredit/aturan pembelian dalam hal ini yang dimaksud prosedur dan persyaratan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan UMKM dalam mengambil pinjaman melalui *financial technology (fintech)*. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis penelitian yaitu:

**H4: Unsur Kredit berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng dalam Memilih Pinjaman Online sebagai Alternatif Pendanaan**

*Marketing* atau aktivitas pemasaran dapat diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan dalam proses menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Manurung dan Rahardjo (2019) menunjukkan bahwa *marketing/testimoni* atau penilaian konsumen, dan pelayanan memiliki pengaruh positif yang sangat signifikan terhadap keputusan UMKM dalam mengambil modal usaha dengan modal *peer to peer (P2P) lending*. Penelitian dari Rumondang (2020) juga menunjukkan bahwa *marketing/promosi* dan proses

pendaftaran yang dilakukan *platform* kredit *online* berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk konsumen menggunakan *platform* kredit *online*. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Virin Wiryametta (2019) menunjukkan bahwa *marketing/service quality*, dan *information quality* yang dimaksud dalam hal ini adalah *website* dan aplikasi, *customer service*, kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemberian pinjaman oleh *lenders* pada *platform p2p lending* di Indonesia. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis penelitian yaitu:

**H5: Marketing berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng dalam Memilih Pinjaman Online sebagai Alternatif Pendanaan.**

Demografi adalah catatan atau bahasan mengenai penduduk suatu daerah dalam kurun waktu tertentu. Secara sederhana demografi dapat mendeskripsikan suatu populasi perihal ukuran, distribusi, dan struktur. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Manurung dan Rahardjo (2019) menunjukkan bahwa demografi atau aktivitas dan tingkat pendapatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan UMKM dalam mengambil modal usaha dengan modal *peer to peer (P2P) lending*. Dan hasil penelitian dari Andriansyah dan Winarno (2019) menunjukkan bahwa demografi atau pendapatan tahunan tidak berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan pinjaman UMKM melalui *peer-to-peer lending* pada *lendingclub*. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis penelitian yaitu:

**H6: Demografi berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng dalam Memilih Pinjaman Online sebagai Alternatif Pendanaan**

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dengan populasi yakni pelaku usaha di Kabupaten Buleleng yang berjumlah sedikitnya 35.555 pelaku UMKM baik yang statusnya formal dan nonformal. *Purposive sampling* adalah

teknik pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu (Sugiono, 2008). Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pelaku UMKM yang melakukan aktivitas usahanya di Kabupaten Buleleng serta pelaku UMKM yang pernah menggunakan *platform* pinjaman *online* untuk memperoleh pinjaman. Pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin* sehingga didapatkan 100 UMKM. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner yang diukur menggunakan skala likert. Metode dan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini, seperti; Uji

statistic deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017) Analisis statistik deskriptif merupakan jenis data statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, jumlah data (N), nilai minimum dan maksimum, mean, dan standar deviasi. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, maka diperoleh data seperti pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Motivasi	99	9	15	13.01	1.914
Sikap	99	4	10	7.30	2.173
Pengalaman	99	5	10	8.88	1.180
Unsur Kredit	99	25	40	33.53	4.047
Marketing	99	20	30	26.23	3.273
Demografi	99	4	10	7.30	2.159
Keputusan Pelaku UMKM	99	6	10	8.88	1.248
Valid N (listwise)	99				

(Sumber: Data Diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 1, maka hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa:

- Motivasi sebagai variabel  $X_1$  dengan total 3item pernyataan, memiliki nilai minimum dan maksimum dengan besaran 9 dan 15. Nilai rata-rata (*mean*) variabel Motivasi menunjukkan angka 13.01 dengan standar deviasi sebesar 1.914. Jika nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-ratanya, maka dapat disimpulkan bahwa rendah terjadinya penyimpangan data pada penelitian ini atau data sudah tersebar secara merata.
- Sikap sebagai variabel  $X_2$  dengan total 2item pernyataan, memiliki nilai minimum dan maksimum dengan

besaran 4 dan 10. Nilai rata-rata (*mean*) variabel Sikap menunjukkan angka 7.30 dengan standar deviasi sebesar 2.173. Jika nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-ratanya, maka dapat disimpulkan rendah terjadinya penyimpangan data pada penelitian ini atau data sudah tersebar secara merata.

- Pengalaman sebagai variabel  $X_3$  dengan total 2item pernyataan, memiliki nilai minimum dan maksimum dengan besaran 5 dan 10. Nilai rata-rata (*mean*) variabel Pengalaman menunjukkan angka 8.88 dengan standar deviasi sebesar 1.180. Karena nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-ratanya, maka dapat disimpulkan bahwa rendah

- terjadinya penyimpangan data pada penelitian ini atau data sudah tersebar secara merata.
- d. Unsur Kredit penggunaan sebagai variabel X4 dengan total 8item pernyataan, memiliki nilai minimum dan maksimum dengan besaran 25 dan 40. Nilai rata-rata (mean) variabel Unsur Kredit menunjukkan angka 33.53 dengan standar deviasi sebesar 4.047. Karena nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-ratanya, maka dapat disimpulkan bahwa rendah terjadinya penyimpangan data pada penelitian ini atau data sudah tersebar secara merata.
  - e. Marketing sebagai variabel X5 dengan total 6item pernyataan, memiliki nilai minimum dan maksimum dengan besaran 20 dan 30. Nilai rata-rata (mean) variabel Kecenderungan Kecurangan menunjukkan angka 26.23 dengan standar deviasi sebesar 3.273. Karena nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-ratanya, maka dapat disimpulkan bahwa rendah terjadinya penyimpangan data pada penelitian atau data sudah tersebar secara merata.
  - f. Demografi sebagai variabel X6 dengan total 2item pernyataan, memiliki nilai

minimum dan maksimum dengan besaran 4 dan 10. Nilai rata-rata (mean) variabel Demografi menunjukkan angka 7.30 dengan standar deviasi sebesar 2.159. Karena nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-ratanya, maka dapat disimpulkan bahwa rendah terjadinya penyimpangan data pada penelitian atau data sudah tersebar secara merata.

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk mengetahui apakah suatu instrumen valid atau tidak, maka dilakukan melihat nilai signifikan, jika nilai signifikan < 0,05 (5%) maka instrumen tersebut dinyatakan valid, namun jika nilai signifikan > 0,05 (5%) maka dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2013). Berdasarkan hasil pengujian didapatkan seluruh item pertanyaan memiliki nilai < 0,05 sehingga seluruh item pertanyaan penelitian ini dinyatakan valid.

Standar uji reliabilitas dalam penelitian ini *Cronbach Alpha* > 0,6. Sehingga dalam pengujian jika *Cronbach Alpha* > 0,6 maka instrumen dalam variabel tersebut dianggap reliabel.

**Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Motivasi	0,849	Reliabel
2.	Sikap	0,892	Reliabel
3.	Pengalaman	0,701	Reliabel
4.	Unsur Kredit	0,854	Reliabel
5.	Marketing	0,837	Reliabel
6.	Demografi	0,904	Reliabel
7.	Keputusan Pelaku UMKM	0,729	Reliabel

(Sumber: Data Diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 2, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan reliable dikarenakan memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,6 sehingga dapat dilanjutkan ke tahap uji selanjutnya.

#### Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas, maka diperoleh data seperti pada tabel 5 sebagai berikut:

**Tabel 3 Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.84397945
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.063
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.099 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

(Sumber: Data Diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 3, disimpulkan bahwa data-data penelitian yang diuji memiliki distribusi yang normal dikarenakan Asymp. Sig (2-tailed) menunjukkan angka 0, 099 yang berarti > 0,05.

#### Hasil Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, maka diperoleh data seperti pada tabel 4 sebagai berikut:

**Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
(Constant)	-1.482	1.074			
Motivasi	.275	.062	.422	.544	1.840
Sikap	-.132	.055	-.230	.542	1.846
Pengalaman	.340	.086	.322	.746	1.341
Unsur Kredit	.096	.026	.312	.690	1.449
Marketing	.092	.030	.240	.793	1.261
Demografi	-.123	.047	-.212	.739	1.353

a. Dependent Variable: Keputusan Pelaku UMKM

(Sumber; Data Diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 4, menunjukkan bahwa seluruh variable memiliki nilai tolerance > 0,10 yang artinya tidak ada kolerasi antar variable independen dan dilihat dari nilai VIF, seluruh variable memiliki nilai VIF < 10. Sehingga

disimpulkan bahwa tidak terdapat korelasi antar variable bebas dalam penelitian ini.

#### Hasil Uji Heteroskedastitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastitas, maka diperoleh data seperti pada tabel 5 sebagai berikut:

**Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2.084	.618		3.374	.001
	Motivasi	-.033	.036	-.118	-.934	.353
	Sikap	-.039	.032	-.156	-1.228	.223
	Pengalaman	-.011	.050	-.025	-.228	.820
	Unsur Kredit	-.021	.015	-.160	-1.428	.157
	Marketing	.016	.017	.096	.921	.360
	Demografi	-.044	.027	-.174	-1.604	.112

a. Dependent Variable: abs\_res

(Sumber; Data Diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 5, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Dimana seluruh variable bebas memiliki nilai signifikansi > 0,05.

**Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji T**

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dan uji t, maka diperoleh data seperti pada tabel 6 sebagai berikut:

**Tabel 6 Hasil Analisis Koefisien Beta dan Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-1.482	1.074		-1.379	.171
	Motivasi	.275	.062	.422	4.410	.000
	Sikap	-.132	.055	-.230	-2.404	.018
	Pengalaman	.340	.086	.322	3.939	.000
	Unsur Kredit	.096	.026	.312	3.674	.000
	Marketing	.092	.030	.240	3.031	.003
	Demografi	-.123	.047	-.212	-2.586	.011

a. Dependent Variable: Keputusan Pelaku UMKM

(Sumber: Data Diolah, 2021)

Mengacu pada nilai *Unstandardized Coefficients Beta*, maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -1.482 + 0,275X_1 + -0,132X_2 + 0,340X_3 + 0,096X_4 + 0,092X_5 + -0,123X_6 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pelaku UMKM dalam Melakukan Pinjaman *Online*

X<sub>1</sub> = Motivasi

X<sub>2</sub> = Sikap

X<sub>3</sub> = Pengalaman

X<sub>4</sub> = Unsur Kredit

- X<sub>5</sub> = Marketing  
 X<sub>6</sub> = Demografi  
 e = *Standard Error*

Uji statistik t bertujuan menguji apakah secara parsial variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Pengujian menggunakan Sig. 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Dengan syarat maka Hipotesis diterima jika nilai Sig. < 0,05 yang artinya variabel bebas secara signifikan mempengaruhi variabel terikat. Berdasarkan Tabel 6, maka diperoleh hasil uji hipotesis yaitu:

- a. Motivasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman online. Dibuktikan dengan nilai sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 dengan nilai koefisien bertanda positif 0,275. Sehingga berdasarkan hasil pengujian, h<sub>1</sub> diterima yaitu motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman online.
- b. Sikap secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman online. Dibuktikan dengan nilai sig. < 0,05 yaitu 0,018 < 0,05 dengan nilai koefisien bertanda negatif 0,132. Sehingga berdasarkan hasil pengujian, h<sub>2</sub> diterima yaitu sikap berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman online.
- c. Pengalaman secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman online. Dibuktikan dengan nilai sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 dengan nilai koefisien bertanda positif 0,340. Sehingga berdasarkan hasil pengujian, h<sub>3</sub> diterima yaitu pengalaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman online.

- d. Unsur kredit secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman online. Dibuktikan dengan nilai sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 dengan nilai koefisien bertanda positif 0,096. Sehingga berdasarkan hasil pengujian, h<sub>4</sub> diterima yaitu unsur kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman online.
- e. Marketing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman online. Dibuktikan dengan nilai sig. < 0,05 yaitu 0,003 < 0,05 dengan nilai koefisien bertanda positif 0,096. Sehingga berdasarkan hasil pengujian, h<sub>5</sub> diterima yaitu marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman online.
- f. Demografi secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman online. Dibuktikan dengan nilai sig. < 0,05 yaitu 0,011 < 0,05 dengan nilai koefisien bertanda negatif 0,123. Sehingga berdasarkan hasil pengujian, h<sub>6</sub> diterima yaitu demografi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman online.

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) digunakan untuk mengetahui pengaruh antara semua variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, maka diperoleh data seperti pada tabel 7 sebagai berikut:

**Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 <sup>a</sup>	.542	.513	.871

a. Predictors: (Constant), Demografi, Marketing, Pengalaman, Unsur Kredit, Motivasi, Sikap

b. Dependent Variable: Keputusan Pelaku UMKM

(Sumber: Data Diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 7, maka dapat diketahui bahwa hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R sebesar 0,513 atau 51,3%. Artinya semua variable pada penelitian ini yaitu Motivasi, Sikap, Pengalaman, Unsur Kredit, Marketing, dan Demografi memiliki pengaruh sebesar 51,3% terhadap Keputusan Pelaku UMKM dalam Melakukan Pinjaman Online dan sisanya sebesar 48,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasannya yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi pelaku UMKM dalam mengambil keputusan untuk melakukan pinjaman *online* yakni motivasi, pengalaman, unsur kredit, program *marketing*. Hal ini menunjukan bahwa motivasi pelaku UMKM dalam mengajukan pinjaman, pengalaman dalam melakukan pinjaman, unsur kredit yang terdapat dalam pinjaman yang ditawarkan, program marketing yang dilakukan oleh platform pinjaman *online* menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM dalam mengambil keputusan untuk melakukan pinjaman *online*.

Sedangkan faktor sikap dan demografi berpengaruh negatif terhadap keputusan pelaku UMKM dalam memilih pinjaman online, hal ini dapat disebabkan karena kurangnya pengaruh variabel tersebut terhadap pengambilan keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman *online*. Motivasi menjadi faktor yang paling signifikan mempengaruhi keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman *online* sebagai alternatif pendanaan. Hal ini disebabkan karena paling dominannya variabel tersebut sebagai faktor yang

mempengaruhi keputusan pelaku UMKM dalam melakukan pinjaman *online*.

### Saran

Berikut saran dari peneliti berdasarkan temuan dari riset yang telah dilakukan, antara lain:

- a. Bagi Pelaku UMKM, diharapkan dijadikan bahan rujukan dan perbandingan bagi pelaku UMKM untuk mengetahui, memahami informasi serta memilih alternatif pendanaan dengan model *fintech lending* atau pinjaman *online*. Serta diharapkan dapat memanfaatkan sumber pendanaan alternatif dengan pinjaman *online* yang tersedia.
- b. Bagi Platform *Fintech Lending*, diharapkan dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan ketentuan pinjaman yang telah ditetapkan oleh Otoritas Jasa keuangan (OJK).
- c. Bagi peneliti Selanjutnya, Disarankan peneliti selanjutnya agar dapat menambah variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pelaku UMKM dalam memilih pinjaman online sebagai alternatif pendanaan yang tidak terdapat dalam penelitian ini, karena dalam uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) masih terdapat variabel lain yang tidak terdapat dalam model yang mempengaruhi keputusan pelaku UMKM dalam memilih pinjaman online sebagai alternatif pendanaan. Selain itu disarankan juga untuk melakukan penelitian dengan *mix method* agar dapat melengkapi keterbatasan yang dimiliki oleh penelitian ini.

### Daftar Pustaka

- Andini, Gita. 2017. Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pemberian Kredit Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Lembaga Keuangan *Mikro Peer to Peer Lending* [Skripsi]. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Andriansyah, Wibi dan Agung Winarno. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Pinjaman UMKM Melalui *Peer-To-Peer Lending* Pada *Lendingclub*. Malang: Jurnal Ekonomi Bisnis. Universitas Negeri Malang.
- Basu, Swasta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Bank Indonesia. Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial. Diakses dari: [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)
- Damiati. 2017. *Perilaku Konsumen*. (Edisi ke 1). Penerbit Rajawali Perss, Jakarta
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. 1995. *Consumer Behavior*, 8thd, Orlando: The Dryden Press.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi keprilakuan*. Yogyakarta: Andi
- Manurung, Ria dan A. Kristiadji Rahardjo. 2019. Faktor Pendukung Keputusan Umkm Dalam Mengambil Modal Usaha Dengan *Model Peer-to-Peer (P2P) Lending*. Semarang: Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Maria Sri Sayekti, Ignatia. 2021. Pemerintah Dan Asosiasi *Fintech* Indonesia Kembangkan Ekonomi Digital Nasional. Diakses dari: <https://keuangan.kontan.co.id/news/pemerintah-dan-asosiasi-fintech-indonesia-kembangkan-ekonomi-digital-nasional>
- Maulida, Rani. 2019. *Fintech*: Pengertian, Jenis, Hingga Regulasinya di Indonesia diakses dari: <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak-pribadi/fintech>
- Otoritas Jasa Keuangan. 2020. Daftar Penyelenggara *Fintech* Terdaftar Dan Berizin Periode September 2020. Diakses dari: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/fiancial-technology/Default.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. Salinan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 18/POJK.03/2016 Tentang Penerapan Manajemen Risiko Bagi Bank Umum. Diakses dari: [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)
- Permata Sari, Shinta dan Amir Fatahuddin. 2020. Determinan Risiko Kredit Pada *Platform* Pinjaman Berbasis Daring: Tinjauan Pada Usaha Kecil Menengah. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Renaldi Herlambang, Muhammad. 2020. Faktor-Faktor Keputusan UMKM Dalam Mengambil Pinjaman Melalui Financial Technology (*Fintech*). Palembang: Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Sriwijaya
- Rumondang Malau, Anne. 2020. Analisa Produk, Promosi Dan Proses Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan *Platform* Kredit *Online*. Medan: Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 01, No.02, Hal (76-88). Universitas HKBP Nommensen
- Safira Braza, Annisa. 2019. Pemanfaatan Financial Teknologi Dalam Industri 4.0 diakses dari: <https://sis.binus.ac.id/2019/10/22/pemanfaatan-financial-technology-dalam-industri-4-0/>.
- Sari, Ferrika. 2020. UMKM Mendominasi Pinjaman *Fintech Lending*. Diakses dari: <https://keuangan.kontan.co.id/new>

s/umkm-mendominasi-pinjaman-  
fintech-lending

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Walfajri, Maizal dan Herlina Kartika Dewi. 2020. Mulai Berkembang Tahun 2016, Begini Kondisi *Fintech* Indonesia Hingga Kuartal II-2020. Diakses dari: <https://keuangan.kontan.co.id/news/mulai-berkembang-tahun-2016-begini-kondisi-fintech-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020>

Wiryametta, Virin. 2019. Faktor Yang Mempengaruhi Pemberian Pinjaman Oleh *Lenders* Pada *Platform P2P Lending* di Indonesia. Tangerang: [Skripsi] Fakultas Bisnis. Universitas Multimedia Nusantara