

PEMAHAMAN KONSUMEN TENTANG PINJAMAN ONLINE (PINJOL) DI JAKARTA

Gunawan Widjaja

Universitas Krisnadwipayana, Indonesia
widjaja_gunawan@yahoo.com

Abstract

The level of understanding of online loan applications for people in the Jakarta area as the results obtained, respondents who have a good understanding who have income in accordance with the drinking wage, while those earning less than their drinking wages get a poor understanding and among respondents, with income above the drinking wage they have very good understanding. From these results, respondents from those who are not married, and those who are married, on average have a good understanding of online loans. The reasons for respondents choosing this online loan application are the ease of borrowing without being guaranteed, while the reasons for family support are only a few of the respondents

Keywords: *Understanding, online loan, People Of Jakarta.*

Abstrak

Tingkat pemahaman tentang aplikasi pinjaman online bagi masyarakat di daerah Jakarta sebagaimana hasil yang didapat maka responden yang pemahaman baik yang memiliki penghasilan sesuai dengan upah minum, sementara yang penghasilan kurang dari upah minum mereka mendapatkan pemahaman yang kurang baik dan diantara responden dengan penghasilan di atas upah minum mereka memiliki pemahaman yang sangat baik. Dari hasil tersebut responden dari yang belum menikah, dan yang sudah menikah rata-rata memiliki pemahaman tentang pinjaman online dengan baik. Adapun alasan responden memilih aplikasi pinjaman online ini kemudahan dalam meminjam tanpa adanya yang dijamin, sementara alasan dukungan keluarga hanya beberapa saja dari responden.

Kata Kunci : Pemahaman, Pinjaman Online, Masyarakat Jakarta.

PENDAHULUAN

Tidak dapat dipungkiri lagi pada era zaman pembaharuan ini banyak sekali peralihan kebiasaan yang ada di masyarakat baik secara adat maupun budaya yang mana masyarakat sudah bisa dipengaruhi oleh berbagai hal yang datang dari luar baik terkait kebiasaan yang sudah berlaku di masyarakat ataupun beberapa budaya luar yang sudah mulai masuk ke wilayah masyarakat salah satunya saat ini yang pesat adalah perubahan gaya hidup yang dari dunia analog ke dunia digital telah memberikan efek sehingga menyebabkan peralihan kebiasaan yang telah dilalui sebelumnya terhadap pola interaksi masyarakat akan sesuatu hal. Pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat dapat menyebabkan perubahan-perubahan kepada kemajuan zaman terutama dalam hal ini berkaitan dengan teknologi komunikasi yang dapat membangun interaksi sosial di kalangan masyarakat sehingga banyak pula para penggagas bisnis untuk menggunakan teknologi tersebut kearah kemajuan perekonomian pada saat pandemi virus covid-19 ini. Oleh karenanya pelaku bisnis menggunakan kesempatan ini untuk mengatasi persoalan ekonomi yang dialami oleh masyarakat dan sebagai strategi untuk bertahan di masa mendatang (Indraddin & Irwan, 2016).

Dengan semakin pesat pengetahuan masyarakat terhadap penggunaan teknologi ini maka perkembangan ekonomi digital menjadi salah satu perubahan yang mendasar dan menjadikannya sebagai media penyediaan layanan dalam kegiatan pinjam meminjam dengan layanan jasa pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi (PM-TEKFIN) yang mana jasa pinjaman ini diketahui ikut berkontribusi terhadap pembangunan dan perekonomian nasional. Perkembangan teknologi memberikan begitu banyak peluang-peluang bisnis dan menciptakan berbagai macam jenis kesempatan yang telah mengubah masyarakat akan faham digital, teknologi informasi atau yang lebih dikenal dengan IT.

Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (PM-TEKFIN) merupakan salah satu penyelenggara jasa keuangan yang mempertemukan antara pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman, yang memanfaatkan media elektronik, dengan menggunakan teknologi jaringan internet secara langsung melewati sistem elektronik sebagai sarana pemberian pinjaman dalam mata uang rupiah. (OJK, 2019). Dalam kesempatan ini juga di Negara Indonesia saat ini, banyak sekali para pelaku bisnis yang mengembangkan jaringannya menggunakan sistem online sebagai-mana yang berlaku dimasa pandemik ini sehingga masyarakat sangat mudah untuk bertransaksi tanpa harus mengantri dan lama menunggu untuk proses pencairan pinjam. Dalam hal ini ada beberapa pinjaman online yang resmi dan sudah terverifikasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) diantaranya ialah kredit pintar, kredivo, dana, akulaku, adaKami, Easycash, JULO kredit, AdaPundi dan masih banyak lagi kurang lebih sekitar 100 aplikasi pinjaman online yang ada di Indonesia dan sangat mudah untuk di download di playstore atau appstore baik android maupun apple, dengan teknologi informasi pengetahuan masyarakat semakin pesat; dan ini menjadi kesempatan bagi pelaku bisnis.

Pada tahun 2017, yang dikutip di surat kabar online, diketahui bahwa layanan pinjam online yang tercatat oleh OJK sekitar 28 perusahaan, yang berarti secara otomatis ada 28 aplikasi pinjaman online. Dilansir bahwa angka tersebut meningkat sangat signifikan yakni delapan kali lipat pada bulan desember tahun 2018 yakni mencapai angka 88 perusahaan online yang terdaftar di OJK. Tidak hanya sampai disitu para pelaku bisnis meleak akan kesempatan emas ini sehingga peningkatan terhadap perusahaan yang bergerak di bidang pinjaman online terus meningkat hingga saat ini tercatat sekitar 127 perusahaan yang melayani pinjaman online. Informasi dan data penyaluran pinjaman online di kota Jakarta pada tahun 2018 sampai dengan 2021 adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat tertarik untuk meminjam uang di pinjaman online ini banyak faktor yang mendorong, salah satunya sebagaimana yang diungkapkan menurut Kotler, 2012 dalam (Suarni GAP, 2014) adalah faktor sosial. Faktor ini termasuk kepada lingkungan keluarga, teman sejawat, teman bermain, kolega, dan tetangga yang secara sadar ataupun tidak sadar telah terpengaruhi untuk melakukan pinjaman berupa uang kepada jasa online. Senada dengan Setiadi 2010 dalam (Suarni GAP, 2014), kelompok sosial sangat dominan mempengaruhi seseorang untuk berperilaku yang menonjolkan gaya hidup baru, perubahan sikap dan jati diri, dipengaruhi dengan dorongan-dorongan serta penjelasan dari orang yang pernah terlebih dahulu melakukan pinjaman online sehingga orang yang dipengaruhi akan memilih jalan tersebut sebagai solusi hidupnya. Selain itu, faktor psikologis juga dianggap menjadi faktor pendorong, dalam hal ini faktor psikologis diantaranya; motivasi, persepsi, belajar, sikap dan kepercayaan.
2. Kapasitas penduduk yang meningkat juga dapat memicu pelaku bisnis untuk bergerliya mengembangkan usahanya di bidang jasa keuangan online. Sementara itu pelaku usaha membutuhkan modal sehingga pinjaman online salah satu solusi yang tepat karena dengan cepat diproses tanpa waktu lama dan syarat untuk minjam juga tidak menggunakan jaminan hanya saja batas waktu pinjaman yang ditentukan bila sipeminjam tidak tepat waktu

membayar maka bunga akan berjalan terus di sistem aplikasi pinjam online tersebut (Felna T.A dan W.A Pratomo, 2013).

3. Pemahaman masyarakat tentang pinjaman online pada mulanya karena ada dorongan sehingga terpicunya keinginan dalam memutuskan sesuatu, karena dengan pemahamannya bisa menentukan untuk berbuat sesuai dengan apa yang diutuskannya itu (Elsye, 2017)

Atas dasar data yang diperoleh penulis maka pengaruh pinjaman online ini sangat besar dan signifikan karena dari jumlah pengetahuan masyarakat akan kemudahan untuk bertransaksi dengan meminjam tanpa ada agunan/ jaminan khusus sebagaimana yang disyaratkan untuk meminjam pada jenis pinjaman biasa; dan aplikasi yang mudah di download di jenis tipe hp android; maka tidak heran masyarakat dapat terjebak dengan kenikmatan meminjam online yang nantinya ketika mereka tidak tepat waktu membayar akan terjerat bunga yang lumayan fantastis, dan jika tidak di perdulikan maka si peminjam akan dijerat hukum pasal berlapis atas dasar penipuan tidak membayar pinjaman yang telah di sepakati sebelumnya.

Meskipun disertai dengan risiko yang begitu berat serta keresahan masyarakat apabila tidak sesuai waktu yang ditentukan tersebut, namun demikian, hal tersebut belum membuat sebagian masyarakat jera mengajukan pinjaman online. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak OJK yang berada di Jakarta diketahui bahwa mayoritas atau kebanyakan dari mereka meminjam kredit secara online dikarenakan kebutuhan mendesak yang tidak dapat ditunda lagi, sehingga mereka tidak berpikir panjang akan bunga yang besar dan memberatkan karena tidak memadai terkait finansial yang mereka dapatkan setiap bulannya, melainkan hanya terbatas pada pemikiran mereka untuk mendapatkan uang pada saat itu juga.

Berdasarkan fenomena yang telah dijabarkan pada alinea sebelumnya maka dalam hal ini penulis berusaha untuk meninjau lebih dalam lagi terkait pemahaman masyarakat tentang pinjaman online, apakah pengetahuan mereka bisa dijadikan landasan untuk membangun pemahaman-pemahaman yang nanti-nya akan diikuti oleh masyarakat banyak, dengan cara mengikuti jejak yang sama ketika mereka mengalami situasi kebutuhan mendesak dan tidak ada lagi pilihan lain selain meminjam online, meskipun dari mereka tidak kurang akan pengetahuan dari agama masing-masing terkait dengan pinjaman uang merupakan riba dan secara terang dilarang bagi masyarakat yang beragama islam. Oleh sebab itu penulis akan mengupas tuntas sesuai dengan kapasitas dan kemampuan yang penulis miliki tentunya dan terlebih lagi support dari masyarakat agar penelitian ini bisa dijadikan sumber atau telaah bagi masyarakat lain yang belum tahu akan pinjaman online ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif yang mana penggunaan metode penelitian kuantitatif ini adalah data penelitian berupa angka-angka yang di analisis melalui statistic, sementara itu metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang tidak menggunakan perbandingan variable pada sample lain dan menghubungkan antara variable itu dengan variabel lain (Sugiyono, 2018) dengan demikian dapat difahami bahwa penggunaan metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan variabel itu sendiri kemudian memperoleh data yang berupa angka didapati menggunakan data statistik.

Adapun populasi yang akan peneliti pergunakan adalah masyarakat yang telah melakukan pinjaman online di kota Jakarta pada tahun 2021 yang berdasarkan data pada saat itu, yang terkonfirmasi sebanyak 590.373 peminjam, sementara itu sampel yang digunakan dalam penelitian ini oleh peneliti menggunakan probability sampling dan simple random sampling serta dalam pemilihan atau menentukan sampelnya menggunakan rumus Slovin (Arikunto, 2002) jadi total sampel penelitian ini adalah 100 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman Kemudahan Pengguna

Pemahaman dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu dengan cara melakukan pemilihan, penerimaan, pengorganisasian, dan penginterpretasian atas informasi yang diterimanya dari lingkungan (Herlan dan Yono, 2016). Dengan demikian dapat dipahami bahwa seseorang yang mengalami atau sedang melakukan apa yang diingatkannya kemudian dilakukan dengan tindakan usaha menggerakkan diri terhadap apa yang dipahami dari dalam diri manusia itu sendiri. Hal ini merujuk pada definisi mengerti secara mudah yaitu bebas dari kesulitan atau usaha yang berat.

Terkait dari pengertian sebelumnya maka secara umum pemahaman mengandung makna kemudahan penggunaan kepada sesuatu hal yang dipelajari dari sesuatu pengetahuan dari yang tidak tahu menjadi tahu dan adanya ketertarikan untuk melakukan apa yang dipelajari dan dipahami sebagai usaha dari suatu proses pembelajaran dari bidang yang telusuri oleh manusia itu sendiri, sebagaimana seseorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007). Jika seseorang telah mengerti dan paham atau bisa dikatakan menganggap bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya, begitu juga sebaliknya jika seseorang menganggap bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya sesuai berdasarkan kemampuan dalam pengetahuannya (Jogiyanto, 2007).

Di bawah ini adalah analisis sudut pandang pemahaman kemudahan berdasarkan Venkatesh dan Davis:

1. Kegiatan yang dilakukan seseorang terhadap sistem jelas, gamblang dan mudah dimengerti.
2. Tidak diperlukannya usaha yang banyak untuk berinteraksi dengan sistem tersebut.
3. Sistem mudah digunakan.
4. Kemudahan dalam menggunakan sistem sesuai dengan apa diinginkan seseorang kerjakan (Venkatesh, Morris, M.G, Davis, G.B dan Davis, F.D, 2003)

Ketika seseorang merasakan sesuatu hal berbeda secara sikap dalam dirinya dalam hal ini kemudahan untuk berinteraksi dan mengoperasikan sistem maka hal ini juga dapat dipengaruhi oleh dua mekanisme yaitu self-efficacy dan instrumentality. Dengan demikian secara tidak langsung dapat dipahami bahwa semakin mudah teknologi digunakan maka akan meningkatkan self-efficacy penggunaannya. Kemudahan yang dirasakan juga memberikan dampak dalam memperbaiki kinerja seseorang (Anggih Dwi Istiarni, 2014) dengan kata lain menunjukkan bahwa semakin banyak seseorang kemudahan yang dapat dirasakan dari penggunaan teknologi atau sistem maka dapat mempengaruhi ketertarikan penggunaannya.

Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen adalah segala bentuk informasi yang telah dipelajari oleh seseorang dan disimpan dalam memorinya kemudian di praktekkan dalam kehidupan sehari-hari. Pengetahuan konsumen merupakan bagian penting dalam menentukan perilaku atau karakter seseorang karena dengan pengetahuan mereka dapat membedakan mana yang baik dan mana yang tidak baik atas dasar pengetahuan yang mereka miliki secara logikanya bahwa pengetahuan merupakan jembatan mereka untuk lebih berkarya dan mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya oleh sebab itu sebagai pelaku yang berpengetahuan dapat menentukan pilihan dalam hidupnya.

Karena pengetahuan merupakan faktor penentu utama perilaku dari seseorang, yang dalam hal ini adalah konsumen, maka pemasar dapat mempertimbangkan mengenai kapan transaksi jual beli yang akan dilakukan berdasarkan akad yang telah disepakati bersama pada waktu yang ditentukan baik oleh penjual maupun pembeli. Pemasar dapat mengukur seberapa

jauh kesadaran dan penilaian konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Tri Wahyuni, 2016)

Pengetahuan konsumen menurut Irna Dwi Kusuma dan Nindria Untarini (2014) dibagi menjadi 3 jenis yaitu:

1. Pengetahuan Produk merupakan sejumlah informasi yang berkaitan dengan suatu produk atau jenis produk yang ingin diketahui oleh pelaku konsumen, dengan kata lain ketika konsumen sudah mengetahui produk yang akan mereka beli maka dapat mempengaruhi secara sikap untuk memiliki suatu produk tersebut. Senada dengan Irna menurut Simamora (2004) beliau mengatakan bahwa ketika menyukai atau ingin membeli produk tersebut maka mereka harus mengetahui terlebih dahulu produk tersebut terkait kegunaan, fungsi, manfaat bahkan cara penggunaan dari suatu produk yang kita sukai atau yang akan dibeli. Oleh sebab itu, pengetahuan konsumen terhadap produk mencerminkan sikap positif terhadap apa yang diketahuinya.
2. Pengetahuan Pembelian dapat diartikan sebagai beberapa hal yang berkenaan atau berhubungan erat dengan macam-macam informasi tentang produk. Dalam hal ini toko atau marketplace yang menjual produk, misalnya untuk mengaktifkan OVO atau jika saldonya habis dapat dilakukan top-up di Alfamart, driver ojek online, atau melalui ATM – BRIVA.
3. Pengetahuan Pemakaian merupakan cara guna suatu produk yang dibeli oleh pelaku konsumen atas dasar fungsi, tujuan, dan kebermanfaatan suatu produk yang dibeli. Dengan demikian pelaku konsumen mampu menggunakan produk/barang tersebut dengan benar karena ketika salah dalam menggunakan maka nantinya tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Oleh sebab itu, penjual atau pedagang yang dalam hal ini sebagai produsen maka berkewajiban untuk memberikan informasi yang cukup karena pengetahuan pemakaian sangat penting bagi konsumen. (Eshter Novianty, 2017)

Berdasarkan atas beberapa pengertian yang dijelaskan sebelumnya maka dapat di pahami bahwa apabila seseorang yang mengalami perubahan atas konsep pemikirannya yang pada awalnya tidak tahu menjadi tahu dan bagaimana seseorang itu mengaplikasikan pengetahuannya agar yang mereka ketahui itu menjadi manfaat di dalam kehidupan sehari-hari, atas dasar itu pula baik pihak yang memberi tahu pengetahuan maupun pihak yang menerima pengetahuan, keduanya sama-sama berkewajiban untuk memperdalam pengetahuannya agar tidak ada kesalahan dalam pelaksanaannya.

Evektivitas

Dalam kamus besar bahasa Indonesia efektivitas dimaknai dengan kata efektif, yang artinya ada efeknya, manjur, mujarab, mapan (Djaka, 2011), efek-tivitas menunjukkan suatu hal tindakan guna tercapainya titik pangkal tujuan secara ideal. Pada dasarnya pengertian efektivitas adalah ukuran suatu tindakan seseorang atau orang mengerjakan berdasarkan target sejauh mana sasaran atau tujuan (kualitas, kuantitas dan waktu) yang telah dicapai. Sementara itu Aan Komariah dan Cipi Triatna (2005) mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan efektivitas adalah suatu kegiatan yang telah dilakukan oleh seseorang atau individu berdasarkan presatsi yang diraih dan dicapai dengan memperoleh penilaian sehingga tingkat keefektifan sesuai dengan harapan. Dengan demikian efektivitas menekankan kepada hasil yang dicapai, sedangkan efesiensi lebih melihat pada bagaimana cara mencapai hasil yang dicapai itu dengan mem-bandingkan antara input dan output (Erna Maeyasari, 2012). Dengan kata lain efektivitas yang dimaksud dalam bahasan ini adalah hasil yang di dapat dari penggunaan suatu teknologi yang sesuai dengan tujuan penggunaannya. Senada dengan pernyataan sebelumnya Reza Andriyanto (2016) pemahaman kegunaan terhadap keefektifan akan suatu sistem adalah suatu kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan prestasi kerja mereka.

Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat dipahami bahwa pemahaman akan keefektifan kegunaan suatu barang dalam hal ini teknologi sebagai kemudahan dalam bertransaksi, sehingga kegunaan yang didapatkan oleh pengguna dalam menggunakan teknologi sebagaimana mestinya dan tingkat efektivitas penggunaannya dapat tercapai.

Minat Bertransaksi

Minat bisa dimaknai dengan perilaku seseorang yang akan dilaksanakan sesuai berdasarkan keinginan. Minat seseorang akan sesuatu hal tak selamanya minat dengan hal yang sama, dan dengan berjalannya waktu keinginan tersebut dapat berubah-ubah. Ketika dalam hidup untuk menentukan suatu pilihan, secara sadar seseorang tersebut mempertimbangkan informasi yang tersedia, dan secara eksplisit dan implisit juga mempertimbangkan apa dampak dari perbuatan atas minat yang dilakukannya tersebut karena di dalam hidup, ketika salah langkah saja dalam menentukan keinginan kita meskipun itu baik. Hal tersebut membuat kita selalu harus juga memikirkan sebab dan akibat dari apa yang kita lakukan dengan demikian biar terhindar dari ketidak ingingin atau berimplikasi dari tindakan yang dilakukannya. Apabila seseorang menyadari akan implikasi dari tindakannya menimbulkan hal yang positif maka orang itu akan mempertahankan minatnya (Jogiyanto, 2007). Minat dikategorikan dengan kesenangan akan sesuatu aktivitas terhadap objek tertentu dengan situasi sadar dan telah difikirkan dengan baik bahwa kesengannya itu memberikan kebahagiaan dan perasaan yang lebih nyaman, tanpa ada unsur khawatir dan salah dalam memilih (Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul dan Muhib Abdul Wahab, 2004).

Terkait dengan pandangan tersebut maka minat yang ada pada seseorang juga dapat dikatakan dorongan positif baik dari dalam diri maupun dari luar untuk melakukan apa yang mereka ingini tergantung pada kehendak seseorang tersebut untuk secara bebas memilih sesuai dengan apa yang diinginkan pada saat itu. Oleh karena itu jika minat sudah sesuai dengan pilihannya maka muncul rasa puas dan telah terjadi hal yang memuaskan kebutuhan bagi orang tersebut. Kesesuaian dalam menentukan pilihan sangat berpengaruh pada pikiran dan perasaan karena sejalan dengan fungsi dari pilihannya itu. Jiwa pemikir akan menjadi sebuah kecendrungan terhadap sektor rasional analisis, sementara akal berfungsi sebagai pengingat pikiran dan perasaan dalam mengkoordinasikan agar semua dapat searah dan sejalan, serta bukan mementingkan nafsu semata, sehingga tidak dapat terjadi semena-mena dan sesuka kehendak, yang tidak bisa di atur dengan sebaik-baiknya (Sukanto, M.M, 1985).

Sehubungan dengan pengertian minat yang di jelaskan sebelumnya maka dengan ini diketahui adanya faktor-faktor yang mendasari minat pada seseorang yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor dorongan yang bersifat sosial dan faktor yang berhubungan dengan emosional. Faktor yang ada pada dalam diri seseorang berkaitan dengan kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan individu itu sendiri. Untuk menimbulkan minat dalam diri seseorang atau individu tidak hanya didorong dalam diri melainkan dorongan yang datang dari motivasi sosial yang mana seseorang mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan masyarakat dimana seseorang berada. Sementara itu faktor emosional diperlihatkan melalui ukuran intensitas seseorang dalam menumbuhkan perhatian terhadap suatu kegiatan atau obyek tertentu (Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, 2003)

Jogiyanto (2007) dalam hal ini memberikan pendapat bahwa untuk mengukur minat yang ada pada seseorang terdiri dari:

1. Ingin menggunakannya di masa depan (*Intend to continue using in the future*).
2. Akan terus menggunakan di masa depan (*Continue using in the future*).
3. Secara keseluruhan akan terus menggunakan di masa depan (*Regularly use in the future*)

Seseorang yang sudah matang dalam berfikir dan memutuskan sesuatu untuk menentukan kehidupannya di masa yang akan datang, maka mereka telah mampu untuk

bertanggung jawab atas segala perbuatan yang dilakukannya. Oleh karena itu minat seseorang terhadap sesuatu perlu dipertimbangkan baik buruknya bagi kehidupan baik sekarang maupun nanti, karena mereka dapat bertahan dengan pilihan itu bahkan terus digunakan sampai terus menerus selama hidupnya selagi pilihannya itu menjamin masa depannya.

Pemahaman Konsumen tentang Pinjaman Online di Jakarta

Sebagaimana hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait pemahaman konsumen tentang pinjaman online yang berada di Jakarta maka peneliti melakukan penelitian dengan data responden dari OJK masyarakat Jakarta Pusat yang melakukan pinjaman online, yang dipilih pada daerah tanah abang. Daerah ini dipilih karena daerah ini terdapat mayoritas penjual yang membutuhkan modal usaha di saat pandemi Covid-19 ini. Diperoleh angka persentase yang didapat bahwa mayoritas responden memiliki pemahaman yang baik yakni sekitar (70,0%) dan kurang pemahaman konsumen terhadap pinjaman online (27,0%). Hal ini dibuktikan dengan rumusan hasil olahan data di lapangan dengan penyebaran angket kemudian dikumpulkan. Dari hasil analisis data yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa masyarakat kota Jakarta, khususnya Jakarta Pusat daerah tanah abang, dalam memahami pinjaman online ini dilakukan bukan atas dasar ikut-ikutan orang lain atau atas dasar kebutuhan yang sangat mendesak saja melainkan atas dasar pemahaman akan kegunaan suatu produk dengan maksimal, sesuai dengan kebutuhan tanpa ada unsur paksaan dan mengedepankan kepentingan untuk masa depan. Walau demikian, disisi lain berdasarkan hasil olahan data dapat diketahui bahwa sekitar 27, 0% masyarakat, pemahan terhadap aplikasi online masih belum baik atau kurang baik. Hal ini disebabkan atau merupakan dampak dari orang-orang yang tidak bertanggung jawab dalam penyampaian informasi serta banyaknya risiko yang didapat ketika menggunakan produk tersebut. Hal ini pada sisi lain juga membawa akibat bahwa terdapat orang-orang yang ternyata tidak melakukan atau tidak memiliki minat untuk mengetahui produk yang ditawarkan lebih lanjut.

Sehubungan dengan hasil yang telah dipaparkan sebelumnya maka pemahaman konsumen tentang pinjaman online secara signifikan sudah cukup baik dan bisa merasakan kemudahan dengan adanya aplikasi pinjol ini, masyarakat merasa terbantu apalagi disaat membutuhkan untuk penambahan modal di masa pandemic covid-19 yang tak kunjung usai ini, sehingga dengan kemudahan ini masyarakat berusaha untuk mengetahui akan fungsi dan manfaat dari pinjaman online tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden memiliki pemahaman yang baik (70,0%), sementara itu pemahaman yang kurang baik (27,0%), dan tidak baik (2,0%) sedangkan yang sangat baik (1,0%) tentang aplikasi pinjaman online. Dari angka kisaran yang diperoleh bahwa pada umur 21-30 tahun memiliki tingkat pemahaman baik yang paling banyak, yang diketahui berdasarkan jenis kelamin perempuan memiliki tingkat pemahaman baik yang paling banyak dan tidak ada salah satu dari perempuan yang memiliki pemahaman sangat baik tentang pinja-man online. Dalam hal ini juga responden yang telah menikah memiliki tingkat pemahaman baik yang paling banyak, sementara itu responden dengan pendapatan hasil upah gaji yang sama dengan Rp. 2.557.000 memiliki tingkat pemahaman baik yang paling banyak, sementara itu responden dengan penghasilan kurang dari Rp.2.557.000 memiliki tingkat pemahaman tidak baik, dan ada satu respon yang memiliki penghasilan lebih dari Rp.2.557.000 memiliki tingkat pemahaman sangat baik. Kebanyakan dari pengguna pinjaman online mereka mengatakan bahwa dengan melakukan pinjaman online mendapatkan kemudahan jaminan atau dengan kata lain tidak adanya yang menjadi jaminan, hal tersebut dikarenakan 74% dari mereka memilih kemudahan jaminan

sebagai alasan melakukan peminjaman online, dan alasan yang paling sedikit dilakukan oleh responden adalah rekomendasi dari keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Komariah dan Cepi Triatna, 2005, *Visionary Leadership Menuju Sekolah Efektif*, Bandung: Bumi Aksara.
- Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, 2004, *Psikologi Suatu Pengantar (dalam Perspektif Islam)*, Jakarta: Prenada Media.
- Anggih Dwi Istiarni, 2014, Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking dengan Sikap penggunaan sebagai Variabel Intervening, *Skripsi: FEB UNDIP Semarang*
- Djaka, 2011, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Masa Kini*, Surakarta: Pustaka Mandiri
- Elsye MAW, 2017, Pengaruh Persepsi, Kepribadian dan Sikap terhadap Keputusan Pengembang Perumahan menjadi Mitra Bank Syariah Pekan Baru, *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Vol. 7 No. 1
- Erna Maeyasari, 2012, Pengaruh Efektivitas Penerapan Absensi Finger Print terhadap Disiplin Pegawai Negeri Sipil di Sekretariat Daerah Kabupaten Lebak, *Skripsi: Universitas Ageng Tirtayasa*.
- Eshter Novianty, 2017, Pengaruh Pengetahuan Produk Kesadaran Merk Persepsi Penilaian dan Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian online Kosmetik Qweena Skincare (Studi pada Mahasiswi Fisip Lampung Pengguna Instagram), *Skripsi: Universitas Lampung*
- Felna TA dan W.A, Pratomo, 2013, Analisis Permintaan Kredit pada Usaha Mikro dan Kecil di Kecamatan Medan Johor, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1 No. 2
- Herlan dan Yono, 2016, Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, (persepsi kegunaan dan pengalaman terhadap minat wajib pajak menggunakan sistem E-filing), *Accounting Jurnal* Vol. 5 Juli
- Indraddin dan Irwan, 2016, *Strategi dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta: Deepublisher
- Irna Dwi Kusuma dan Nindria Untarini, 2014, Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli dengan Sikap sebagai VARIabel Intervening, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 2 No. 4 Oktober
- Jogiyanto, 2007, *Sistem Informasi Keprilakuan*, Yogyakarta: Andi
- OJK, 2019, *Layanan Pinjaman Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (PM-TEKFIN)*, Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Reza Andriyanto, 2016, Pengaruh Kepercayaan Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat beli di Toko Online (Studi Empiris yang dilakukan pada OLX.id di Yogyakarta, *Skripsi: Universitas Negeri Jogjakarta*.
- Simamora, 2004, *Panduan riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, 2003, *Dasar-dasar Public Relations*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suarni GAP, L.A Trupalupi dan L.A, Haris, 2014, Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit pada LPD (Lembaga Pengkreditan Desa) Desa Pakraman Manggissari, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 4 No. 1
- Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sukanto, M.M, 1985, *Nafsologi*, Jakarta: Integritas Press
- Tri wahyuni, 2016, Pengaruh Pengetahuan Konsumen, *Skripsi: UIN Raden Fatah Palembang*
- Vankatesh Moris M.G, Davis, G.B, dan Davis, F.D, 2003, User Acceptance of Information Technology, *Journal Economics*, Vol. 27 no. 3 September