

**FAKTOR PENDUKUNG KEPUTUSAN UMKM
DALAM MENGAMBIL MODAL USAHA
DENGAN MODEL *PEER-TO-PEER (P2P) LENDING***

Ria Manurung, SE.,M.Si.,Ak⁽¹⁾, A. Kristiadji Rahardjo MA⁽²⁾
Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso Purwokerto⁽¹⁾
ria.manurung74@gmail.com
Sekolah Tinggi Ilmu Komputer Yos Sudarso Purwokerto⁽²⁾

ABSTRACT

Data from the Ministry of Cooperatives and Small and Medium Enterprises in 2018 showed that 58.52 million MSMEs were micro business units. There are 80.9% who do not have access to bank financing. Financial technology (fintech) is an innovation in the field of financial services lending and borrowing money based on information technology called Peer to Peer (P2P) Lending. The formulation of the problem is what factors support UMKM decision in taking venture capital with the Peer to Peer (P2P) Lending model? The benefits of the research for the parties concerned are as input to determine an effective marketing strategy and consideration for making regulations about the Peer to Peer (P2P) Lending model. The study was conducted in Banyumas Regency with a number of 35 UMKM that had or were doing loans using the P2P Lending model. Type of quantitative research data as primary data obtained from questionnaires, secondary data obtained from the OJK, literature, journals, internet media. Non-Probability Sampling sampling method with Snowball technique. The research data were analyzed using validity, reliability, descriptive analysis and factor analysis with SPSS software. Factors supporting UMKM in taking venture capital with the Peer to Peer (P2P) Lending model consist of five factors namely consumer assessment, service, loan products, lifestyle and memory. Consumer assessment and service factors are the dominant factors obtained in the study.

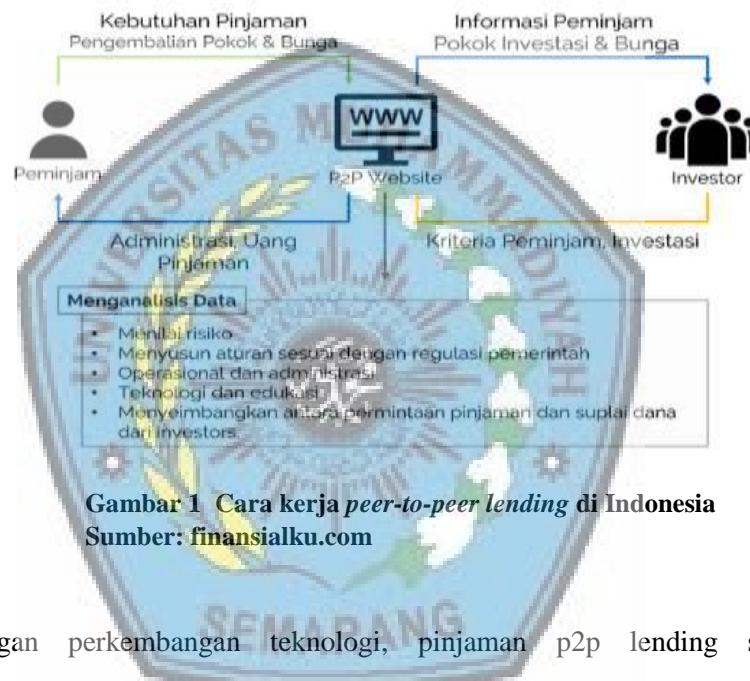
Keywords: *Snowball, loan products, lifestyle, memory, financial technology*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat krusial dan penting dalam perkembangan ekonomi di Indonesia. Pada era teknologi 4.0 saat ini UMKM juga mengalami pertumbuhan yang signifikan dan akan menjadi salah satu pendukung peningkatan perekonomian di Indonesia. Data Kemenkop UKM 2018 menunjukkan jumlah UMKM sebanyak 59.2 juta unit usaha dan sebesar 98.72% (58.52 juta) merupakan unit usaha mikro. Dari jumlah UMKM tersebut terdapat 80.9% yang belum memperoleh akses pembiayaan perbankan. Hal tersebut menjadi salah satu kendala yang dihadapi UMKM era teknologi saat ini. Selain itu seiring dengan perkembangan teknologi yang sudah mencapai 4.0, bermunculan inovasi di berbagai aspek dan bidang kehidupan seperti di bidang keuangan yang telah dikenal dengan *financial technology (fintech)*. *Fintech* adalah sebuah industri yang terdiri dari beberapa perusahaan yang menggunakan teknologi untuk membuat sistem keuangan dan pengiriman jasa keuangan menjadi efisien (*The Federal Reserve System, 2016*).

Kemunculan *fintech* ini memberikan solusi terhadap permasalahan permodalan yang menjadi salah satu kendala bagi UMKM. Alternatif pembiayaan yang baru ini adalah kesempatan mengakses

layanan keuangan dalam hal peminjaman dana dengan sistem teknologi dan dikenal dengan *Peer to Peer (P2P) Lending*. *P2P Lending* ialah model pemberian pinjaman uang kepada peminjam baik sebagai individu maupun pebisnis secara *online*. Metode ini memberikan kesempatan kepada setiap orang sebagai pemberi pinjaman dan sebagai penerima pinjaman dengan berbagai keperluan tanpa jasa perantara dari lembaga keuangan yang sah. Konsep *P2P Lending* adalah *marketplace* model dimana wadahnya adalah dunia maya sebagai tempat pertemuan antara peminjam dan pemberi pinjaman (investor). *P2P Lending* dilakukan secara *digital* dengan dukungan teknologi komputer, *smartphone* dan internet, maka proses pelaksanaan kesepakatan dan pencairan dana dapat secara mudah, cepat dan efisien jika dibandingkan dengan bank, koperasi, jasa kredit, BPR, pemerintah dan pegadaian. Proses tersebut dapat dicermati pada gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1 Cara kerja *peer-to-peer lending* di Indonesia
Sumber: finansialku.com

Seiring dengan perkembangan teknologi, pinjaman p2p lending semakin cepat pertumbuhannya maka Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang merupakan badan yang mengawasi kegiatan sektor jasa keuangan membuat peraturan perundang-undangan yakni Nomor 77 /POJK.01/2016 perihal layanan peminjaman dana dengan sistem teknologi informasi. Adanya kontribusi pemerintah sebagai pihak regulator dan bertambahnya jumlah dana pinjaman yang digulirkan serta pertumbuhan penyelenggara p2p lending yang sangat signifikan menunjukkan bahwa layanan tersebut mampu diandalkan dan dipercaya serta memberikan kemudahan dan keuntungan bagi masyarakat pengguna dan para investor. Berdasarkan penjelasan pada latar belakang maka rumusan masalah yang dapat diuraikan yaitu faktor-faktor apa yang menjadi pendukung keputusan UMKM dalam mengambil modal usaha dengan model P2P Lending? Sehingga tujuan yang dapat diuraikan yaitu melakukan analisis terhadap faktor-faktor yang menjadi pendukung keputusan UMKM dalam mengambil modal usaha dengan model P2P Lending. Hasil penelitian ini nantinya mampu memberikan informasi tentang faktor-faktor yang menjadi pendukung keputusan UMKM dalam mengambil modal usaha dengan model P2P Lending. Bagi penyelenggara P2P Lending sebagai

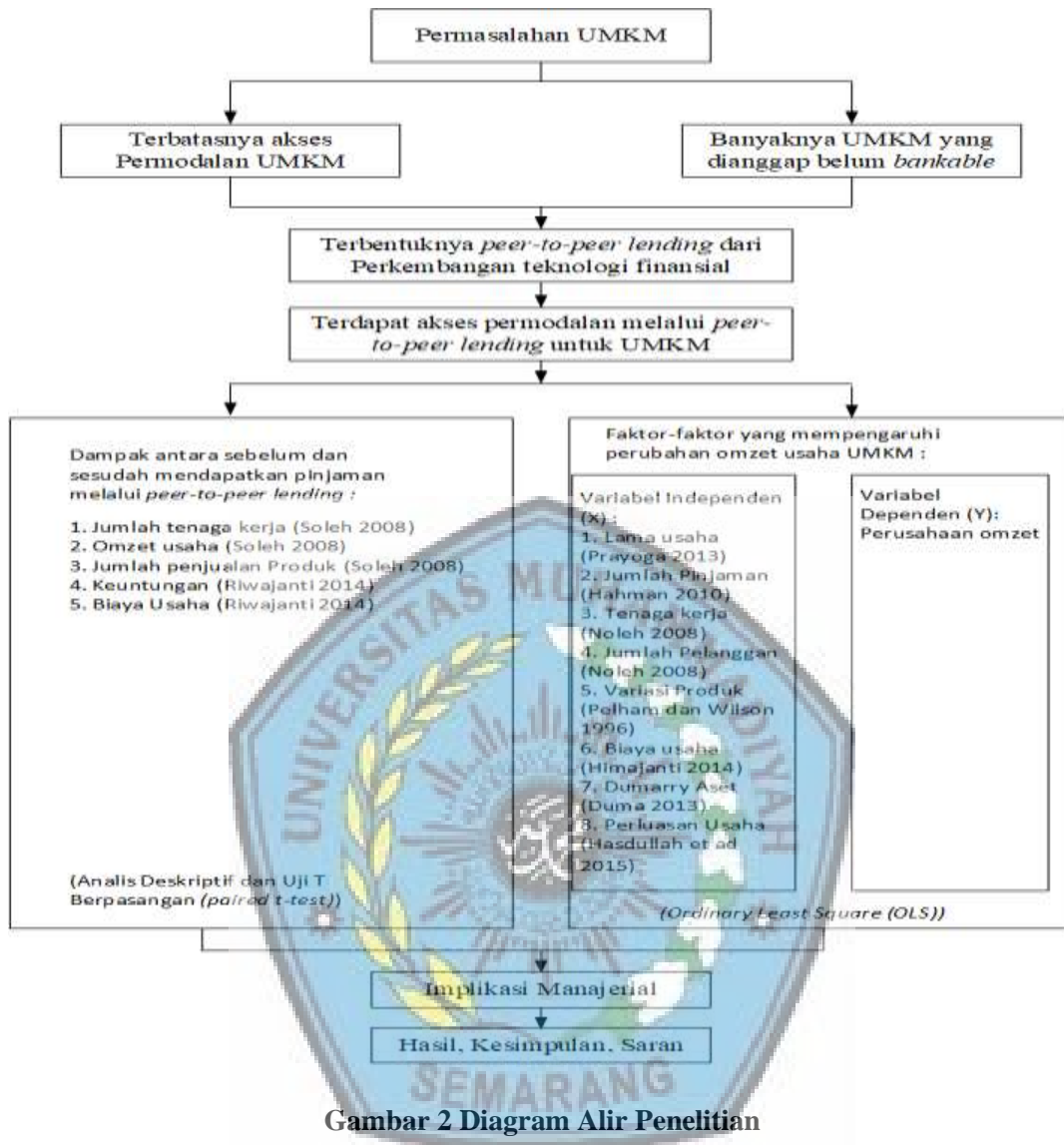
masuk dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif dan bagi pemerintah dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk membuat regulasi tentang pinjam meminjam uang dengan model *P2P Lending*.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di daerah Kabupaten Banyumas terhadap UMKM yang pernah atau sedang melakukan peminjaman dengan model *P2P Lending* sebanyak 35 sebagai sampel penelitian. Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif yang diperoleh dengan mencermati angka/*scoring* dari persepsi responden terhadap faktor-faktor yang mendukung keputusan UMKM dalam mengambil pinjaman modal usaha dengan model *P2P Lending* (Sugiyono, 2016). Sumber data terdiri dari Data primer dan sekunder. Data primer diambil dari hasil kuesioner menggunakan skala *likert* yang diperoleh dari responden sedangkan data sekunder diperoleh dari OJK, literatur, jurnal, media internet yang berhubungan dengan penelitian ini. Penetapan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan (*error*) sebesar 16% dan jumlah populasi sebanyak 217 UMKM. Maka jumlah sampel sebesar 33 responden dan menjadi 35, menurut Roscoe dalam Sugiyono (2016), ukuran minimal sampel pada penelitian adalah 30 dan maksimal sebanyak 500 sampel. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* yakni metode perolehan sampel dengan memberi kesempatan tidak sama kepada setiap populasi untuk dipilih sebagai sampel. Teknik yang dipergunakan adalah *Snowball* yakni penentuan sampel yang pada awalnya kecil kemudian semakin besar (Sugiyono, 2016). Penelitian ini didukung dengan kesimpulan yang diuraikan oleh Andini (2017) perihal faktor keputusan pemberian kredit UMKM pada *P2P Lending*.

Data penelitian dianalisis dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif dan analisis faktor dengan bantuan *Software Microsoft Excel* dan *software SPSS (Statistical Product and Social Science)* tipe IBM SPSS *Statistics 25*. Analisis faktor dipergunakan untuk mereduksi data dari banyak variabel menjadi sedikit variabel dengan tujuan menemukan seminimal mungkin faktor dengan prinsip kesederhanaan yang dapat memberikan hasil korelasi diantara indikator-indikator yang diamati. Analisis ini dilakukan. Hasil penelitian dapat disimpulkan valid jika terdapat persamaan data yang dikumpulkan dengan yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen bisa mengukur objek-objek penelitian (Sugiyono, 2016). Uji reliabilitas (keandalan) dipergunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner terhadap 30 responden dengan teknik *alpha cronbach*, bila nilai koefisien reliabilitas instrumen lebih dari 0,6 maka dinyatakan *reliabel* (Sugiyono, 2013). Hasil penelitian *reliabel* jika diperoleh data yang sama dengan waktu yang berbeda.

Kerangka Alir Penelitian seperti dalam skema di bawah ini:



Gambar 2 Diagram Alir Penelitian

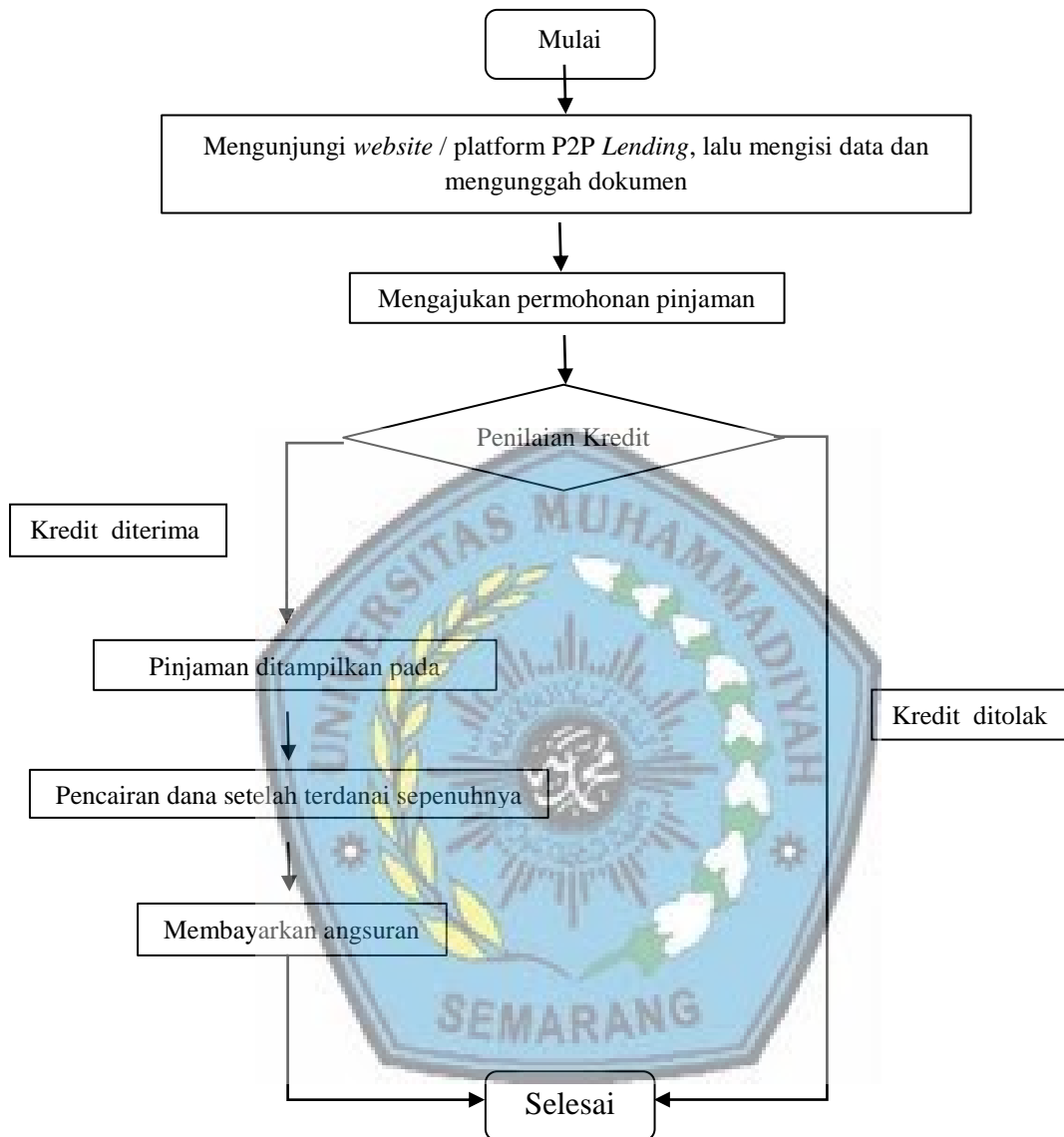
Variabel operasional penelitian dapat dicermati pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1 Definisi Variabel Operasional

Variable	Devinisi	Indikator
1. Eksterneal		
Budaya	Kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan institusi penting lainnya (Koler dan Armstrong, 2014)	Pola Perilaku
Demografi	Mendeskripsikan suatu populasi perihal ukuran, distribusi, dan struktur (Hawkins dan Mothersbaugh, 2015)	a) Aktivitas (Kegiatan pekerjaan) b) Tingkat Pendapatan
Kelas social	Pembagian yang relative permanen dan berjenjang dalam masyarakat di mana anggotanya bernagi nilai, minat dan perilaku yang sama (Koler dan Armstrong, 2014)	Gengsi
Kelompok	Dua atau lebih orang yang berinteraksi untuk mencapai tujuan pribadi atau tujuan bersama (Koler dan Armstrong, 2014)	Teman
Keluarga	Setidaknya terdiri dari dua orang anggota yang terkait dengan kelahiran, pernikahan, atau adopsi (Hawkins dan Mothersbaugh, 2015)	Anggota Keluarga
<i>Marketing Activities</i>	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 (Koler dan Armstrong, 2014)	a) Jangka waktu pinjaman b) Jumlah dana pinjaman c) Dimana dan kapan saja (Kemudahan bertransaksi) d) Bunga e) Iklan f) Testimony g) Proses h) Prosedur i) Persyaratan j) Website k) Customer service l) Kualitas pelayanan m) Produktivitas perusahaan
2. Internal		
Persepsi	Proses dimana orang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti (Koler dan Armstrong, 2014)	Presepsi terhadap kualitas
Pembelajaran	Perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman (Koler dan Armstrong, 2014)	Pengalaman meminjam
Memori	Memori jangka pendek bagian dari keseluruhan ingatan yang saat ini aktif atau digunakan, sedangkan memori jangka panjang bagian dari ingatan yang dikhususkan untuk menyimpan informasi permanen (Hawkins dan Mothersbaugh, 2015)	Ingatan
Motivasi	Kebutuhan dengan tekanan kuat yang mendorong seseorang untuk mencari kepuasan atas kebutuhan tersebut (Koler dan Armstrong, 2014)	Kebutuhan terhadap kualitas
Kepribadian	Karakteristik psikologi unik seseorang yang menyebabkan respon yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri (Koler dan Armstrong, 2014)	Keyakinan
Emosi	Emosi sangat berhubungan dengan kebutuhan motivasi dan kepribadian (Hawkins dan Motherbaugh, 2015)	Situasi
Sikap	Evaluasi, perasaan, dan tendensii yang relative konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide (Koler dan Armstrong, 2014)	Kebiasaan

3. HASIL PENELITIAN

Proses peminjaman dengan model Peer to Peer Lending dapat dicermati pada gambar 3 di bawah ini:



Gambar 3 Proses peminjaman model *Peer to Peer* (P2P) Lending
Sumber: Data primer, diolah (2019)

Gambar 3 di atas dapat dijelaskan bahwa tahap (1) para peminjam mengunjungi website penyelenggara P2P Lending, kemudian (2) diminta untuk mengisi form permohonan pinjaman dan (3) pihak penyelenggara P2P Lending akan mencermati dan menganalisis permintaan pinjaman yang diajukan kemudian menentukan bunga pinjaman berdasarkan analisis data dan memberikan persetujuan kredit diterima atau ditolak. Setelah itu (4) profil peminjam baik usaha maupun pribadi akan diinformasikan kepada para investro melalui tampilan pada platform. Para investor akan memilih pinjaman yang akan didanainya. Kemudian dana akan dicairkan melalui fitur transfer ke rekening peminjam. Lalu (6) Peminjam akan melakukan pembayaran angsuran kredit sesuai kesepakatan sampai

pinjaman lunas dan dibayarkan ke rekening penyelenggara oleh peminjam dengan cara transfer dan penyelenggara akan menyalurkan dana tersebut ke pihak investor.

Karakteristik Peminjam model *Peer to Peer* (P2P) *Lending* diuraikan dalam tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2 Karakteristik peminjam model *Peer to Peer* (P2P) *Lending*

	Karakteristik	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	76
	Perempuan	24
Usia	<18 Tahun	0
	18-40 Tahun	94
	>40 Tahun	6
Bidang Usaha	Sektor Perdagangan	74
	Sektor Industri, Subsektor Makanan dan Minuman	10
	Sektor Industri, Subsektor Konveksi Pakaian Jadi	16
Lama Usaha	< 3 Tahun	12
	3-6 Tahun	74
	>6 Tahun	14
Jumlah Tenaga Kerja	1-10 Orang (Usaha Mikro)	89
	10-30 Orang (Usaha Kecil)	11
	>30 Orang (Usaha Menengah)	0
Omzet Per Tahun	<Rp 300.000.000 (Usaha Mikro)	51
	Rp 300.000.001 – Rp 2.500.000.000 (Usaha Kecil)	45
	>Rp 2.500.000.000 (Usaha Menengah)	4

Sumber: Data primer, diolah (2019)

Keterangan: Cetak tebal = mayoritas

Tabel 2 tersebut menjelaskan karakteristik peminjam berdasarkan jenis kelamin, usia, bidang usaha, lama usaha, omzet per tahun, serta jumlah tenaga kerja. Mayoritas peminjam adalah laki-laki sebesar 76% responden. Charness dan Gneezy (2015) menjelaskan bahwa laki-laki lebih berani mengambil risiko dalam bidang keuangan ketimbang perempuan, oleh karena itu laki-laki dalam berwirausaha cenderung mengembangkan usaha dengan ekspansi dan diversifikasi produk yang membutuhkan tambahan modal usaha. Mayoritas bidang usaha UMKM responden yaitu digolongkan ke dalam sektor perdagangan subsektor eceran sebanyak 74% kecuali kendaraan bermotor dan mobil. Komoditas yang diperjualbelikan yakni peralatan rumah tangga, pakaian jadi yang memerlukan modal yang besar untuk membeli persediaan barang dagangan. Mayoritas lama usaha yaitu 3-6 tahun sebanyak 74%. Usaha UMKM pada jangka waktu tersebut cenderung membutuhkan tambahan dana untuk pengembangan usaha dalam hal ekspansi usaha, diversifikasi produk dan lain-lain.

Faktor Pendukung UMKM dalam Mengambil Modal Usaha dengan Model *Peer to Peer* (P2P) *Lending*.

Variabel yang dipergunakan untuk analisis faktor yakni sebanyak 20 variabel yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Pada uji validitas dan reliabilitas terdapat 6 variabel tidak valid dan 20 variabel valid, sehingga 20 variabel tersebut yang dipergunakan untuk melakukan analisis faktor

dalam penelitian ini. Variabel yang dipergunakan untuk analisis faktor adalah pola perilaku, aktivitas, tingkat pendapatan, teman, jangka waktu pinjaman, kemudahan bertransaksi, bunga pinjaman, iklan, testimoni, proses, persyaratan, prosedur, website, *customer service*, Kualitas Pelayanan, produktivitas perusahaan, persepsi terhadap kualitas, pengalaman, memori dan keyakinan terhadap kualitas. Analisis faktor dalam penelitian ini menggunakan Metode *Principal Component Analysis* (PCA) merupakan kombinasi linier yang dibentuk dari indikator yang sedang diobservasi. Hasil analisis faktor dengan metode PCA dapat dilihat pada tabel 3 yakni tabel *communalities*. Tabel 3 memperlihatkan bahwa nilai *extraction* yang diperoleh menunjukkan seberapa besar faktor yang dibentuk mampu menjelaskan variabel. Semakin besar nilai *extraction* maka semakin erat hubungan variabel dengan faktor yang dibentuk.

Tabel 3 Communalities

Variable	Initial	Extraction
Aktivitas	1.000	.796
Tingkat Pendapatan	1.000	.755
Kemudahan bertransaksi	1.000	.847
Bunga	1.000	.518
Iklan	1.000	.717
Testimony	1.000	.749
Proses	1.000	.865
Persyaratan	1.000	.893
Prosedur	1.000	.895
Website	1.000	.773
<i>Customer service</i>	1.000	.835
Kualitas pelayanan	1.000	.835
Produktivitas Perusahaan	1.000	.825
Presepsi terhadap Kualitas	1.000	.696
Pengalaman	1.000	.705
Memori	1.000	.637
Keyakinan terhadap Kualitas	1.000	.686

Extraction Method : Principal Component Analysis

Sumber: Data primer, diolah (2019)

Semua variabel pada Tabel 3 memperoleh nilai *extraction* lebih besar dari 0,5. Hal ini menjelaskan bahwa seluruh variabel mempunyai hubungan yang kuat dengan faktor yang dibentuk. Variabel prosedur memperoleh nilai *extraction* tertinggi sebesar 0,895 maka faktor yang terbentuk mampu menjelaskan variabel prosedur sebesar 89,5%. Sedangkan nilai *extraction* terendah diperoleh variabel tingkat bunga sebesar 0,518. maka faktor yang terbentuk mampu menjelaskan variabel bunga sebesar 51,8% . Semakin tinggi nilai *extraction* yang dihasilkan maka akan semakin kuat hubungan faktor yang terbentuk. Begitu juga untuk variabel yang lainnya.

4. SIMPULAN

1. Karakteristik mayoritas peminjam *Peer to Peer* (P2P) *Lending* adalah laki-laki sebesar 76% responden, dan mayoritas berusia 18-40 tahun sebanyak 91%, merupakan generasi millennial.

Mayoritas bidang usaha UMKM responden yaitu digolongkan ke dalam sektor perdagangan subsektor eceran sebanyak 74% kecuali kendaraan bermotor dan mobil. Mayoritas lama usaha yaitu 3-6 tahun sebanyak 74%. Sedangkan 88% adalah bidang usaha mikro yang memiliki 1-10 jumlah tenaga kerja dengan perolehan omzet usaha UMKM rata-rata sebesar Rp300 000 000, per tahun.

2. Faktor pendukung UMKM dalam mengambil modal usaha dengan model *Peer to Peer* (P2P) *Lending* terdiri dari lima faktor yakni penilaian konsumen, pelayanan, produk pinjaman, gaya hidup dan memori. Faktor penilaian konsumen dan pelayanan merupakan faktor yang mendominasi yang diperoleh dalam penelitian ini.

5. REFERENSI

- Andini G. 2017. Faktor-faktor yang menentukan keputusan pemberian kredit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada lembaga keuangan mikro peer to peer lending [Skripsi]: Jakarta (ID): Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- [BI] Bank Indonesia. 2017. Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial [Internet]. [diakses: 2019 April 05] Tersedia pada: <http://www.bi.go.id/id/>
- [BKPM] Badan Koordinasi Penanaman Modal. 2012. Bidang Usaha Penanaman Modal [Internet]. [diunduh: 2019 Juni 11] Tersedia pada: <https://kumpulanperaturanp2t.files.wordpress.com/2012/08/3-bidang-usaha.pdf>
- Board Of Governors Of The Federal Reserve System. 2016. Fintech Innovation: An Overview [Internet]. [diakses: 13 April 2019] Tersedia pada: <http://pubdocs.worldbank.org/>
- Charness G, Gneezy U. 2016. Strong Evidence for Gender Differences in Risk Taking. *Journal of Economic Behavior & Organization* [Internet]; 83(1):50-58. [diunduh: 10 April 2019] Tersedia pada: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167268111001521>
- [KemenkopUKM] Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2017. Arah Kebijakan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah [Internet]. [diunduh: 15 Juni 2019] Tersedia pada: <http://www.depkop.go.id/>
- [KemenkopUKM] Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2017. Lebih dari 80 Persen Usaha Mikro Belum Dapat Permodalan dari Pemerintah. *Tribun Jateng. Finansial* [Internet]. [diunduh: 16 Juni 2019] Tersedia pada: <http://www.jateng.tribunnews.com/>
- [OJK] Otoritas Jasa Keuangan. 2016. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 /POJK.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi [Internet]. [diakses: 20 April 2019] Tersedia pada: <http://www.ojk.go.id/>
- [OJK] Otoritas Jasa Keuangan. 2018. Penyelenggara Fintech Terdaftar Di OJK Per Maret 2018 [Internet]. [diakses: 17 Mei 2019] Tersedia pada: <http://www.ojk.go.id/>
- Pegadaian. 2017. Krasida [Internet]. [diunduh: 15 Juni 2019] Tersedia pada: <https://www.pegadaian.co.id/produk/krasida>
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung (ID): Alfabeta

[UU] Undang-Undang Republik Indonesia. 2008. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah [internet] [diunduh: 2019 Maret 21]. Tersedia pada: <http://www.bi.go.id/>

World Economic Forum. 2015. The Future of FinTech A Paradigm Shift in Small Business Finance [Internet]. [diakses: 15 Juli 2019] Tersedia pada: <http://www3.weforum.org/>

