

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Mankiw (2000) menyatakan bahwasanya pendapatan produk domestik merupakan nilai pasar dari semua barang dan jasa final yang diproduksi dalam sebuah negara pada suatu periode, meliputi faktor produksi milik warga negaranya sendiri maupun milik warga negara asing yang melakukan produksi di dalam negara tersebut. Peningkatan produk domestik bruto (PDB) sangat diharapkan pada suatu negara. Dalam peningkatan PDB bidang industri menjadi sorotan terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), hal itu dapat kita lihat berdasarkan tabel 1.1 UMKM memperkerjakan 97 persen orang Indonesia dan berkontribusi hingga 57 persen terhadap PDB. Sumber yang sama menunjukkan bahwa ada sekitar 816.000 UKM memperkerjakan 7,9 juta orang dan berkontribusi 27 persen terhadap PDB. Jumlah dan kontribusi UMKM untuk PDB meningkat dari 2013 ketika ada sekitar 700.000 serta berkontribusi sebesar 22 persen pada PDB.

Tabel 1.1
UMKM di Indonesia Tahun 2018

Tipe	Nilai		PDB		Pekerja	
	Jumlah	Kontribusi (%)	(Juta Rupiah)	Kontribusi	Orang	Kontribusi (%)
Mikro	62,106,900	98.7	2,856,608	30.06	107,232,992	89.17
Kecil	757,090	1.20	1,191,871	12.54	5,704,321	4.74

Tipe	Nilai		PDB		Pekerja	
	Jumlah	Kontribusi (%)	(Juta Rupiah)	Kontribusi	Orang	Kontribusi (%)
Sedang	58,627	0.09	1,376,936	14.49	3,763,103	3.11
UMKM	62,922,617	99.99	5,425,415	57.08	116,673,416	97.02
Besar	5,460	0.01	4,078,743	42.92	3,586,769	2.98
Total	62,928,077	100	9,504,149	100.00	120,260,185	100.00

Sumber: Bappenas (2018)

Jenis UMKM yang didominasi oleh usaha rintisan, sehingga sering mengalami pasang surut keuangan yang belum stabil. Kepemilikan modal UMKM yang terbatas membuat perlunya pinjaman dana untuk menjaga keberlanjutan usahanya, berdasarkan tabel 1.2 di bawah, dapat dilihat besaran kredit UMKM yang diberikan oleh perbankan mengalami tren peningkatan tiap tahunnya. Pada 2013, besaran kredit yang disalurkan kepada UMKM sebanyak Rp. 639,47 triliun dan pada tahun 2014 meningkat menjadi Rp. 767,57 triliun atau sebesar 30 persen dari tahun sebelumnya. Jumlah kredit yang diberikan oleh perbankan terus meningkat hingga 2017 mencapai Rp. 935,44 triliun.

Tabel 1.2
Perkembangan Baki Debet Kredit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Perbankan 2013-2017 (Milliar/Billion Rp)

Baki Debet	2013	2014	2015	2016	2017
Kredit UMKM	639,471.5 (18.90%)	767,577.6 (79.69%)	830,655.2 (19.89%)	900,839.8 (19.99%)	935,445.3 (20.22%)
Kredit Non UMKM	2,774,758.9 (81.10%)	3,012,536.6 (20.31%)	3,345,787.1 (80.11%)	3,605,398.3 (80.02%)	3,690,587.3 (79.78%)
Kredit Perbankan	3,384,230.3	3,780,114.3	4,176,443.3	4,505,788.1	4,626,032.6

Sumber: Bank Indonesia

Meskipun jumlah kredit mengalami kenaikan, namun porsi kredit yang diberikan kepada UMKM ternyata lebih kecil apabila dibanding non UMKM. Pada tahun 2017, porsi kredit yang diberikan kepada UMKM sebesar 935.445,3 atau hanya 20,22 persen dari total kredit yang disalurkan, sedangkan sisanya hampir 80 persen disalurkan ke jenis usaha besar.

Menurut penelitian yang dilakukan Kemendag mengenai “Analisis Peran Lembaga Pembiayaan Dalam Pengembangan UMKM”, menjelaskan bahwa lembaga keuangan formal yang seharusnya menjadi pendanaan utama di dalam negeri, namun belum dapat memberikan pinjaman kepada UMKM. Disebabkan perbankan beranggapan bahwa UMKM sebagai usaha yang beresiko, akses perbankan yang belum terjangkau ke berbagai daerah dan sulitnya persyaratan untuk diterima sebagai penerima pinjaman menjadi alasan sulitnya UMKM untuk mendapatkan pinjaman perbankan.

Ketidakmampuan ini menyebabkan adanya *gap* atau jarak pemberian pinjaman yang belum terpenuhi oleh lembaga keuangan formal. Ketua Kelompok *P2P Lending Aftech* CEO Modalku Reynold Wijaya menjelaskan berdasarkan temuan *Asian Development Bank* (ADB) pada tahun 2017 terdapat *gap* pembiayaan sebesar USD 57 miliar atau sebesar Rp. 988 triliun yang belum mampu dipenuhi oleh perbankan. Perbankan sebagai lembaga keuangan formal belum dapat memenuhi permintaan pembiayaan yang menandakan belum adanya pemerataan dalam mengakses pinjaman keuangan, dengan keadaan yang seperti ini mengindikasikan perbankan di Indonesia belum dapat mencipatakan inklusi keuangan.

<https://economy.okezone.com/read/2018/03/06/20/1868673/jasa-keuangan-digital-isi-gap-pembiayaan-yang-tak-bisa-dipenuhi-perbankan>

Menurut Bank Indonesia, *FinTech* (penggunaan teknologi dan model bisnis yang inovatif dalam layanan keuangan) yang dengan cara-cara kreatif mereka telah menyediakan cara-cara alternatif untuk UMKM untuk mengamankan pendanaan untuk pertumbuhan usaha mereka. Dimana Bank Indonesia resmi mengklasifikasikan *Financial Technology (FinTech)* menjadi empat klasifikasi salah satunya adalah *Crowdfunding* dan *Peer to Peer Lending*. Bentuk-bentuk baru keuangan inovatif ini seperti pinjaman *P2P lending* dan *Crowdfunding* yang seharusnya meningkatkan opsi pembiayaan yang tersedia untuk UMKM dan perusahaan baru.

<https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/FinTech/Pages/default.aspx>

Menurut POJK no 77 tahun 2016, *Peer to Peer Lending* merupakan layanan untuk memudahkan UMKM dalam meminjam dana ataupun masyarakat yang ingin memberikan pinjaman investasi terutama bagi mereka yang belum memiliki rekening di bank. Salah satu penyedia platform *Peer to Peer Lending* adalah Investree, Amarnya dan Modalku. *Peer to Peer Lending* dalam prinsip Syariah menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) no 117 tahun 2018 menyatakan “Kegiatan bisnis *FinTech* Syariah tidak boleh bertentangan dengan prinsip Syariah, yaitu antara lain terhindar dari riba, *gharar* (ketidakjelasan akad), *masyir* (ketidakjelasan tujuan/spekulasi), *tadlis* (tidak transparan), *dharar* (bahaya), *zhulm* (kerugian salah satu pihak), dan haram. Salah satu akad yang

diperbolehkan dalam *FinTech* Syariah adalah Mudharabah yaitu kerja sama suatu usaha antara pemilik dengan pengelola (*'amil/mudharib*) dan keuntungan usaha dibagi diantara mereka sesuai nisbah yang disepakati dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung oleh pemilik modal”.

Sedangkan “*Crowdfunding* merupakan platform yang akan menghimpun dana masyarakat secara masal, *Crowdfunding* tentu sangat berguna untuk mendanai suatu proyek ataupun kampanye donasi salah satunya ialah *KITABISA*. *Crowdfunding* Syariah merujuk pada fatwa DSN-MUI, pembiayaan *Crowdfunding* Syariah dalam pelaksanaannya harus sesuai syariat Islam yang dapat dilihat dari perspektif *Syariah Compliance* atau kepatuhan Syariah yang mana pada pelaksanaannya *Crowdfunding* harus bebas dari *masyir, riba, gharar* dan *zalim*”.

Namun, ada tantangan dari sisi permintaan seperti kurangnya pengetahuan keuangan, persepsi serta kesadaran. Persepsi yang negatif terhadap *FinTech* dari masyarakat membuat UMKM ragu untuk menggunakan *FinTech*, salah satunya adalah informasi yang dipaparkan oleh data Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Jakarta yang menunjukkan, pada Mei sampai awal November 2018, tercatat 283 korban pinjaman online yang mengadu ke LBH Jakarta, berbagai keluhan dari tingginya bunga pinjaman, penyebaran data pribadi, fitnah, pengancaman, hingga pelecehan seksual oleh perusahaan pinjaman. Sedangkan data Satgas Waspada Investasi, menunjukkan hingga september 2018, terdapat 407 perusahaan *Peer to Peer (P2P) Lending* ilegal yang beroperasi di Indonesia, sedangkan saat ini baru ada 73 *FinTech*

yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (<https://keuangan.kontan.co.id/news/asosiasi-FinTech-ilegal-rugikan-FinTech-secara-keseluruhan>)

Sedangkan dalam kesadaran sendiri menurut data dari Bank Dunia terdapat 64 persen dari 250 juta penduduk Indonesia belum terpapar akses perbankan. Belum lagi tingkat literasi keuangan yang rendah membuka peluang *FinTech* ilegal untuk menebarkan jeratnya, kurangnya literasi keuangan mendorong kecenderungan masyarakat mudah mengambil pinjaman, namun tidak disertai kesigapan membaca hak dan kewajiban, membuat mereka terjatuh dalam lingkaran hutang tak berujung. Kesadaran akan ketiga hal, seperti melakukan pinjaman *FinTech* yang sudah terdaftar pada OJK, mengetahui hak saat melakukan dan diwajibkan membaca atau mengikuti kewajiban ketika mendapatkan pinjaman tersebut sangat perlu dilakukan. (www.Swa.co.id/swa/trends/finams-dorong-tingkatkan-pemahaman-masyarakat-tentang-FinTech)

Menurut Kotler dan Keller (2009) persepsi merupakan proses dimana kita memilih, mengatur dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Sedangkan kesadaran menurut Kotler dan Keller (2009) adalah tahap awal proses adopsi pada suatu produk ataupun ide baru. Kesadaran merupakan satu kondisi konsumen yang sadar akan keberadaan suatu produk.

Pada penelitian Sugiarti (2019) mengenai peran *FinTech* dalam meningkatkan literasi keuangan pada UMKM di Malang menyimpulkan bahwasanya *FinTech* memiliki peran dalam meningkatkan literasi keuangan

seperti pembiayaan, pengaturan keuangan dan lain-lain. Pembiayaan menggunakan *FinTech* dirasa kurang banyak diketahui oleh para pelaku UMKM, karena para pelaku UMKM mengakui bahwa melakukan pembiayaan aman dan dipercayakan oleh pihak perbankan atau dengan modal sendiri.

Pada penelitian Angelina (2018) mengenai analisis persepsi masyarakat pada penggunaan e-money menyimpulkan bahwasanya konsumen di Indonesia tidak merasakan kemudahan dalam menggunakan e-money atau penyebaran e-money dirasa belum merata, sehingga mereka tidak mampu menilai kemudahan dari penggunaan e-money.

Penelitian terdahulu mengenai persepsi masyarakat pada layanan *FinTech* pada instrument keuangan Syariah oleh Yuspita (2019) menyimpulkan bahwa persepsi masyarakat dalam menggunakan *FinTech* tidak dipengaruhi oleh kepercayaan, minat masyarakat pengguna layanan *FinTech* keuangan Islam dipengaruhi oleh informasi dari pengguna lain, pengalaman pengguna lain yang membuat mereka percaya diri menggunakan *FinTech*.

Dengan pesatnya perkembangan UMKM dari tahun ke tahun dan besarnya minat masyarakat dalam berwirausaha atau mengembangkan usahanya kembali sebagai mata pencarian sangatlah besar. Semakin besarnya jumlah UMKM yang dimiliki daerah-daerah di Indonesia, hal itu dibuktikan dari jumlah UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang semakin tahun semakin meningkat di berbagai jenis usahanya. Peningkatan jumlah UMKM

DIY berdasarkan perkembangan UMKM per kabupaten/kota di DIY di tahun 2014-2017 pada tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.3
Perkembangan UMKM per Kabupaten/Kota di DIY tahun 2014-2017

Tahun	Kota Yogyakarta	Kab. Sleman	Kab. Bantul	Kab. Kulonprogo	Kab. Gunungkidul
2014	22.751	20.539	21.821	17.123	15.862
2015	23.873	22.528	21.627	18.315	17.1
2016	25.143	26.03	23.403	20.238	18.924
2017	26.394	27.119	24.964	22.586	20.425

Sumber: BPS DIY, data diolah

Salah satu kota yang sangat mendukung UMKM adalah kota Yogyakarta di mana Pemerintah Kota Yogyakarta mempunyai anggaran dana khusus yang diperuntukkan guna mendukung UMKM dalam bentuk pelatihan agar dapat menunjang fundamental dan menambah pengetahuan hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.4.

Tabel 1.4
Anggaran Program Pengembangan UMKM Kota Yogyakarta

No	Tahun	Realisasi Anggaran
1	2012	1.475.435.086
2	2013	1.205.629.453
3	2014	1.782.585.932
4	2015	2.048.910.290
5	2016	1.983.789.782

Sumber: Renstra Dinas Koperasi, UKM, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi Kota Yogyakarta.

Menurut kepala bidang sumber daya UMKM Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Pertanian (Diperindagkoptan) Kota Yogyakarta Tri Karyadi Riyanto mengatakan bahwa “berdasarkan data, total UMKM di kota Yogyakarta tercatat sebanyak 22.314 usaha dan 75 persen di antaranya bergerak di usaha makanan”. (<https://jogja.antaranews.com/berita/330488/75-persen-umkm-makanan-belum-berdaya-saing>)

Menurut Deddy Prawono Eryono selaku Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta (BP2KY) Kota Yogyakarta yang diproyeksikan sebagai salah satu kota destinasi halal nasional sedang mengembangkan wisata halal. Salah satu faktor yang dapat menunjang wisata halal di Yogyakarta salah satunya ialah sektor makanan. Yogyakarta sudah mulai mengembangkan wisata halal yang berupa paket wisata dari penginapan hingga kuliner yang menjamin kehalalannya secara Syariah. (<http://m.republika.co.id/berita/nasional/jawa-tengah-diy-nasional/12/09/01/m9nxui-yogyakarta-kembangkan-wisata-halal>)

Hal tersebutlah yang membuat peneliti menjadikan UMKM yang bergerak pada industri makanan halal sebagai populasi penelitian.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul “Kesadaran dan Persepsi UMKM terhadap Instrumen *FinTech: Crowdfunding* dan *Peer to Peer Lending* (Survei Pada UMKM Industri Makanan di Yogyakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Karena penyerapan *FinTech* khususnya pada penggunaan pinjaman kurang diperhatikan dan digunakan di Indonesia, maka penelitian ini akan

melakukan kesadaran dan persepsi tentang penggunaan *FinTech* secara khusus dalam bentuk penggunaan *Crowdfunding* dan *Peer to Peer Lending* oleh UMKM di kota Yogyakarta dan sekitarnya dengan kriteria usaha “mikro”, “kecil” dan “menengah” pada industri makanan.

Berdasarkan uraian masalah di atas rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dinyatakan dengan pertanyaan penelitian yaitu apakah model AIDA dapat meningkatkan kesadaran dan persepsi UMKM terhadap *FinTech*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Apakah model AIDA dapat meningkatkan kesadaran dan persepsi UMKM terhadap *FinTech*.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Sebagai penambah pengetahuan dan wawasan untuk mengetahui apakah model AIDA dapat meningkatkan Kesadaran dan Persepsi Usaha Mikro Kecil Menengah terhadap Instrumen *FinTech: Crowdfunding* dan *Peer to Peer Lending*.

2. Praktis

a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan tentang perkembangan, dan manfaat *FinTech* bagi UMKM beserta perannya dalam meningkatkan ekonomi Indonesia dengan berlakunya *FinTech*.

b. Bagi Lembaga dan Masyarakat

- Sebagai masukan yang membangun untuk penerapan *FinTech* yang lebih bermanfaat untuk peningkatan UMKM Indonesia.
- Dapat menjadi pertimbangan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai *FinTech* yang sangat berpengaruh untuk peningkatan UMKM dan perekonomian Indonesia.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan acuan referensi bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut terhadap penelitian sejenis.