

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era revolusi industri yang keempat (*industrial revolution 4.0*) ini, perkembangan teknologi sudah tidak dapat dibendung lagi. Hampir semua sektor yang ada saat ini telah mengandalkan teknologi sebagai alat yang digunakan untuk mempermudah pekerjaan manusia. Dengan hadirnya Internet, tidak sedikit terjadi perubahan dalam perilaku masyarakat, tidak terkecuali pada kegiatan perekonomiannya. Teknologi informasi yang telah hadir ini juga kemudian dimanfaatkan untuk mengembangkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) seperti halnya toko online, jasa online, kurir online dan sebagainya.

Dalam pembangunan ekonomi nasional, UMKM memiliki peran yang cukup penting dan strategis. Bank Indonesia (2015) mengatakan bahwa UMKM tidak hanya berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, tetapi juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. UMKM juga terbukti tahan terhadap krisis, yakni ketika krisis menerpa pada periode tahun 1997 – 1998, di mana UMKM mampu bertahan menghadapi goncangan krisis tersebut. Dalam rangka mewujudkan potensi ini, pemerintah Indonesia telah mengidentifikasi sektor UMKM sebagai kunci untuk meningkatkan pertumbuhan, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.

Berdasarkan data statistik dari Kementrian Koperasi dan UMKM pada tahun 2017 menunjukkan bahwa sektor UMKM menyumbang 99,99% dari seluruh bisnis yang ada, mempekerjakan 97,02% angkatan kerja sektor swasta, dan berkontribusi 60% pada Produk Domestik Bruto. Jumlah UMKM dan juga lapangan kerja UMKM yang semakin luas dalam beberapa tahun terakhir merupakan

pendorong utama bagi penurunan kemiskinan dan peningkatan pendapatan (*International Finance Corporation*, 2016). Berikut ini merupakan data perkembangan UMKM:

Tabel 1.1. Data Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar pada Tahun 2017***

	Jumlah Unit Usaha	Pangsa Unit Usaha (%)	Jumlah Tenaga Kerja	Pangsa Tenaga Kerja (%)	PDB atas harga berlaku (Rp.Miliar)	Pangsa PDB (%)
Jumlah (A+B)	61.656.547		120.260.185		12.840.859,0	
A. UMKM	61.651.177	99,99	116.673.416	97,02	7.704.635,9	60,00
- Mikro	60.863.578	98,71	107.232.992	89,17	4.727.989,4	36,82
- Kecil	731.047	1,19	5.704.321	4,74	1.234.210,7	9,61
- Menengah	56.551	0,09	3.736.103	3,11	1.742.435,7	13,57
B. Usaha Besar	5.370	0,01	3.586.769	2,98	5.136.223,1	40,00

*** Angka Sangat-Sangat Sementara

Sumber : Kementerian Koperasi dan UMKM (2017)

Kondisi pasar bebas yang terjadi saat ini semakin membuka peluang UMKM dalam meningkatkan akses pasar dan pendapatan devisa. UMKM dalam negeri harus berupaya meningkatkan produktivitas dan kualitas produknya agar mampu bersaing. Produk yang dihasilkan juga tidak hanya berskala nasional, namun juga lingkup internasional yang tentunya akan berdampak langsung terhadap peningkatan devisa negara. Sehingga, dengan demikian UMKM akan terhubung dalam rantai nilai global (*Global Value Chain/GVC*) dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Seiring perkembangannya, keterlibatan UMKM dalam rantai nilai global dihadapkan pada kendala pemasaran dan permodalan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dari tahun ke tahun tidak begitu berubah diantaranya adalah berkaitan dengan kualitas sumber daya manusia yang rendah, peran sistem pendukung yang kurang optimal, serta kebijakan dan peraturan yang kurang efektif. Permasalahan SDM UMKM pada umumnya disebabkan oleh rendahnya

pendidikan, keterampilan dan pengalaman, *skill* kewirausahaan serta akses ke informasi. Hal ini dapat dilihat dari pola bisnis UMKM yang masih banyak difokuskan pada produksi bukan permintaan pasar.

Di samping itu, peran sistem pendukung yang kurang optimal mengakibatkan terjadinya kompleksitas dalam akses UMKM terhadap sumber daya (bahan baku dan pembiayaan), teknologi dan pasar. Aspek pemasaran merupakan salah satu aspek yang signifikan dalam meningkatkan produktivitas UMKM. Kondisi pasar bebas yang sedemikian itu menyebabkan produk UMKM harus mampu bersaing dengan produk lainnya, diantaranya dalam segi promosi dan kualitas produk. Tekanan produk sejenis yang dihasilkan oleh usaha besar maupun impor, baik di pasar domestik maupun internasional juga menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Hal itu semua yang menyebabkan UMKM tidak mampu mempertahankan produktivitasnya pada angka yang stabil dan juga meningkatkan kualitas produk-produknya sehingga mampu bersaing di pasar domestik maupun internasional.

Produktivitas yang masih rendah menyebabkan sulit bagi UMKM mendapatkan akses permodalan dari lembaga keuangan perbankan maupun lembaga keuangan non bank. Berdasarkan data dari Laporan Perkembangan Kredit UMKM Triwulan IV 2017 Bank Indonesia, menunjukkan bahwa pangsa kredit UMKM terhadap total kredit perbankan hanya sebesar 20%, artinya ada sekitar 80% yang masih belum mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan perbankan. Hal tersebut disebabkan karena UMKM dianggap tidak *bankable* atau tidak memenuhi persyaratan pengajuan pembiayaan, sehingga perbankan cenderung memberikan perhatiannya lebih besar pada kredit korporasi.

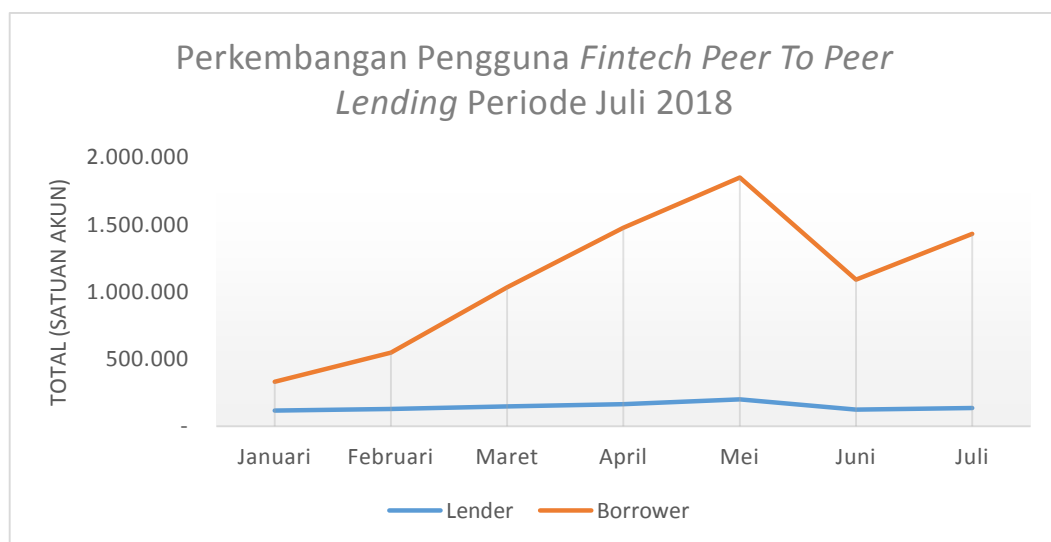
Sebenarnya, pemerintah telah membuat kebijakan untuk mengatasi permasalahan permodalan yang dihadapi oleh UMKM diantaranya adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang diluncurkan sejak November 2007. Namun program tersebut tidak sepenuhnya dapat dijalankan dengan baik oleh pemerintah, lembaga keuangan maupun UMKM (Andini, 2017). Terlebih lembaga keuangan dalam melakukan penyaluran kredit masih perlu melakukan penilaian uji kelayakan (*due diligence*) yang menyeluruh. Beberapa prinsip yang sering digunakan dalam penilaian kredit adalah analisis 5C (*Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition of Economy*), analisis 7P (*Personality, Party, Prospect, Purpose, Payment, Profitability, Protection*) dan studi kelayakan (Kasmir, 2014).

Persyaratan yang diajukan oleh lembaga keuangan dirasa sulit dipenuhi oleh UMKM terutama dalam hal pembukuan dan agunan. Begitu juga bagi lembaga pembiayaan yang sulit untuk menemukan UMKM yang *feasible* dan *bankable* untuk diberikan pembiayaan sehingga dapat menghindari pembiayaan bermasalah. Sehingga UMKM yang tidak mendapatkan fasilitas kredit tersebut menggunakan modal sendiri ke dalam struktur modalnya. Oleh karena itu diperlukan sebuah alternatif pembiayaan baru yang dapat memudahkan UMKM untuk mendapatkan akses pembiayaan.

Seiring dengan perkembangan teknologi, muncullah inovasi layanan keuangan yang berbasis teknologi (*Financial Technology/Fintech*). *Fintech* merupakan sebuah model pembiayaan baru yang mengkombinasikan teknologi dengan fitur keuangan untuk memudahkan konsumen dalam mengakses layanan keuangan. Inovasi model *Fintech* juga telah berkembang di berbagai negara dengan berbagai bentuk model pembiayaan diantaranya adalah *Crowdfunding*, *Crowdlending* dan *Peer To Peer Lending*. Model pembiayaan semacam itu dapat

memberikan kemudahan bagi UMKM untuk mengakses pembiayaan lebih mudah dibandingkan dengan model pembiayaan konvensional.

Di Indonesia model pembiayaan *Peer To Peer Lending* (P2P Lending) sudah mulai digunakan sejak akhir tahun 2015 dan sudah disahkan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada Desember 2016 dengan adanya Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI). Selain itu Indonesia merupakan negara pengguna Internet terbesar keenam di dunia (eMarketer, November 2014), sehingga dengan banyaknya pengguna Internet di Indonesia menjadi sebuah potensi untuk perkembangan pembiayaan berbasis Internet. Hal ini dapat dibuktikan pada data pengguna layanan keuangan *Fintech Peer To Peer Lending* yang mengalami pertumbuhan cukup pesat, seperti dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 1.1. Perkembangan Pengguna *Fintech Peer To Peer Lending*

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (Data diolah)

Perkembangan model pembiayaan *Fintech* terutama sektor *Peer To Peer Lending* terus mengalami peningkatan. Berdasarkan data pada Gambar 1.1. dapat

dijelaskan bahwa jumlah peminjam (*borrower*) pada *Fintech P2P Lending* cenderung mengalami peningkatan hingga pada bulan Juli 2018 mencapai 1.430.357 peminjam (satuan akun). Sedangkan untuk pemberi pinjaman (*lender*) hingga pada bulan Juli 2018 mencapai 135.025 pemberi pinjaman (satuan akun). Meskipun terdapat *gap* antara jumlah peminjam dan pemberi pinjaman, faktanya total pinjaman yang disalurkan mengalami peningkatan hingga pada bulan Juli 2018 yang mencapai Rp 9.213,8 Miliar (Otoritas Jasa Keuangan, 2018).

Begitu besar potensi pinjaman *P2P Lending* menjadikannya sebagai metode yang layak untuk pendanaan usaha berskala mikro. Metode pemberian pinjaman dengan media Internet atau sosial media ini memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan pembiayaan pada lembaga keuangan konvensional. Masyarakat dengan bebas dapat memberikan dananya kepada pihak yang membutuhkan dana sesuai dengan keinginannya. Keputusan pemberian pinjaman ini tidak didasarkan pada ketentuan-ketentuan yang berlaku pada umumnya, oleh karenanya pemberi pinjaman berhak memilih kepada siapa dana pinjaman akan diberikan berdasarkan informasi yang ada platform *Fintech* tersebut. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zhang dkk (2016) menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang menentukan keputusan pemberian kredit pada pembiayaan *Peer To Peer Lending* di China, yaitu informasi yang ada pada platform pembiayaan tersebut seperti *credit score*, tujuan pengajuan pembiayaan, jumlah pembiayaan yang diajukan, jangka waktu pembiayaan dan rasio imbal hasil yang akan diberikan.

Credit score menjadi salah satu faktor penting dalam keputusan pemberian pinjaman. Informasi *credit score* akan berguna bagi calon pemberi pinjaman untuk menilai seberapa tingkat risiko pada pembiayaan tersebut yang akan dihadapi oleh

pemberi pinjaman. Semakin tinggi risiko maka banyak pertimbangan yang dilakukan oleh *lenders* sebelum memberikan pinjamannya kepada usaha tersebut. Berdasarkan hasil penelitian Andini (2017) menunjukkan bahwa *credit score* berpengaruh positif terhadap keputusan pemberian kredit pada *Peer To Peer Lending*. Dengan kata lain semakin tinggi risiko maka kecenderungan untuk pengajuan kredit diterima akan meningkat.

Selain itu tujuan pengajuan pembiayaan (*financing purpose*), jumlah pembiayaan yang diajukan (*requested amount*) dan jangka waktu pembiayaan (*financing term*) juga menjadi pertimbangan bagi *lenders* sebelum memberikan pembiayaan. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Andini (2017), Hapsari (2018) dan Zhang dkk (2017) yang menunjukkan bahwa tujuan pembiayaan, jumlah pembiayaan yang diajukan dan jangka waktu pembiayaan berpengaruh terhadap keputusan pemberian kredit. Tujuan pembiayaan yang jelas akan memberikan keyakinan bagi *lenders* dalam memberikan pembiayaan. Begitu juga dengan jumlah pembiayaan yang diajukan, semakin besar jumlah yang diajukan akan mempengaruhi keputusan *lenders*. Sedangkan jangka waktu pembiayaan dapat berpengaruh terhadap penilaian risiko pembiayaan bagi *lenders*, karena semakin lama jangka waktu pembiayaan maka risiko semakin tinggi.

Selain beberapa faktor tersebut, informasi imbal hasil yang akan diberikan juga menjadi salah satu aspek penting yang dipertimbangkan oleh *lenders*. Secara umum semakin tinggi tingkat pengembalian maka semakin besar peluang terdani pembiayaan tersebut. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Zhang dkk (2017) yang menunjukkan bahwa *interest rate* berpengaruh positif terhadap keputusan pemberian kredit pada lembaga pembiayaan *Peer To Peer Lending* di China.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pada penelitian ini digunakan variabel *credit score*, *financing purpose*, *requested amount*, *financing term* dan *profit sharing estimate* sebagai variabel prediksi untuk mengukur tingkat akurasi model estimasi dalam menentukan keputusan pemberian kredit UMKM pada lembaga keuangan *Islamic Peer To Peer Lending* di Indonesia. Objek penelitian lembaga keuangan *Islamic Peer To Peer Lending* adalah Ammana (PT. Ammana Fintek Syariah). Ammana merupakan *Fintech Peer To Peer Lending* yang menerapkan prinsip syariah pertama di Indonesia dan sudah terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan dan Kementerian Komunikasi dan Informasi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana variabel *credit score*, *financing purpose*, *requested amount*, *financing term* dan *profit sharing estimate* dapat mengukur tingkat keakuratan model prediksi keputusan pemberian kredit UMKM pada lembaga keuangan *Islamic Peer To Peer Lending*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana variabel *credit score*, *loan purpose*, *requested amount*, *loan term* dan *profit sharing estimate* mengukur tingkat keakuratan model prediksi keputusan pemberian kredit UMKM pada lembaga keuangan *Islamic Peer To Peer Lending*

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti untuk menerapkan konsep dan teori yang selama ini dipelajari pada perkuliahan pada kondisi yang sebenarnya. Selain itu penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan baru terkait pembiayaan bagi UMKM yang berbasis *Fintech*.

2. Bagi Pelaku UMKM

Dapat menjadi informasi tambahan dan memberikan alternatif pembiayaan usahanya dengan prinsip etika dan syariah serta dengan syarat yang lebih mudah. Dapat mengetahui portofolio pembiayaan seperti apa yang disukai oleh pemberi pinjaman (*lenders*) agar pembiayaan dapat terdani. Selain itu, pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan model pembiayaan berbasis teknologi ini untuk menjaring lebih banyak pemodal baru untuk usahanya berbasis Internet.

3. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi sumber rujukan dan informasi bagi perusahaan pembiayaan *Islamic Peer To Peer Lending* untuk menyediakan layanan pembiayaan yang mudah diakses oleh UMKM. Selain itu, dengan bertambah banyaknya pemodal pada UMKM yang terdaftar juga akan meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan.

4. Bagi Pemerintah

Sebagai rujukan dan informasi bagi pemerintah terkait model pembiayaan *Islamic Peer To Peer Lending* sebagai alternatif untuk pembiayaan UMKM dan sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan selanjutnya untuk pengembangan UMKM.

5. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik, serta diharapkan mampu membantu masyarakat untuk belajar.