

## **PENGARUH PERSEPSI ETIS DAN RELIGIUSITAS TERHADAP NIAT UMKM MELAKUKAN PINJAMAN *ONLINE* PADA MASA COVID-19**

**Dewi Kusuma Wardani**

*Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*  
dewifeust@gmail.com

**Simon Pulung Nugroho**

*Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta*  
simon.pulung@upnyk.ac.id

**Adia Adi Prabowo**

*Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*  
adiaprabowo@ustjogja.ac.id

### **Abstract**

The high of the online loan platforms growth is a solution for MSME to raising fund during the Covid-19 pandemic. However, online loans are known have unethical business process and violate religious value. This study was conducted to capture whether a person's ethical and religious perceptions can reduce the intention to make an online loan. This study uses questionnaires to collect data and snowball sampling method to get sample. This study uses multiple regression analysis to analyze the data. This study found two results. First, ethical perceptions can reduce the intention to make online loans. Second, religiosity has no effect on intention to make online loans. The implication of this research is that borrowers use their ethical perception to reduce their intention to make online loans rather than their religious values. Therefore, online loans platforms should increase ethical value in their business processes by not charging too high interest and more humane collection process.

**Keywords:** Online Loan, Intention, Ethical Perception, Religiosity, MSME

### **PENDAHULUAN**

Pandemi Covid-19 menyebabkan disrupsi di berbagai bidang, termasuk bidang jasa keuangan. Nasabah dan peminjam dihadapkan pada keterpaksaan untuk tidak lagi mengakses pendanaan secara konvensional dengan datang ke bank dan Lembaga keuangan lainnya, namun bergeser pada teknologi keuangan. Hal ini menyebabkan pendanaan online pun semakin diminati (Kurniasari & Utomo, 2021; Santoso et al., 2020).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pada tahun 2020, jumlah perusahaan *fintech lending* turun menjadi 149 perusahaan dikarenakan banyak *p2p lending* yang mengalami kebangkrutan akibat banyaknya peminjam yang gagal bayar. Namun di sisi lain, jumlah pendanaan meningkat 91,3% dari Rp81,495 triliun di tahun 2019 menjadi Rp155,90 triliun di tahun 2020. Demikian pula dengan jumlah rekening peminjam pun mengalami peningkatan yang sangat fantastis, yaitu naik 134,59% dari 18,57 juta rekening peminjam di tahun 2019 menjadi 43,56 juta rekening peminjam di tahun 2020 (OJK, 2020).

Peningkatan yang cukup pesat ini menandakan banyaknya kebutuhan masyarakat akan dana segar, baik untuk memenuhi kebutuhan harian maupun untuk mempertahankan proses bisnis agar tetap bertahan. Tentu saja hal ini dikarenakan dengan adanya pandemic covid-19 yang berdampak pada sector bisnis, termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). UMKM yang memiliki keterbatasan akses permodalan dari perbankan, tentu saja akan mencari alternatif

pendanaan yang mudah diakses. Salah satu sumber pendanaan yang mudah diakses, baik dari segi tidak diperlukannya kontak fisik maupun dari kemudahan persyaratan pencairan pendanaan, adalah pinjaman *online* (Bella, 2020).

Pinjaman *online* ini memiliki dua sisi mata uang. Di satu sisi, pinjaman *online* menjadi solusi bagi pemilik UMKM yang memerlukan dana segar dalam waktu relatif cepat. Selain itu, pinjaman *online* sebenarnya juga mencerminkan sifat gotong royong karena banyak pinjaman *online* yang mengumpulkan dananya dari masyarakat, yang dikenal dengan *crowdfunding* (Ichwan & Kasri, 2019; Nugraheni & Aziza, 2020). Pemilik dana mendapatkan pembagian hasil dalam bentuk bunga atas dana yang ditanamnya, sedangkan peminjam memberikan bagi keuntungan atas dana yang dimanfaatkan untuk bisnisnya, sehingga sering disebut sebagai *sharing economy* (Septiani et al., 2021).

Di sisi lain, pinjaman *online* cenderung tidak etis dalam penagihannya. Bagaimana tidak, beberapa kasus membuktikan bahwa pinjaman *online* mengakses kontak, gambar, dan percakapan dari nomor seluler peminjam, dan menjadikannya sebagai salah satu strategi dalam penagihan dan juga memberlakukan bunga yang mencekik (Khoirunisa et al., 2020; Salvasani & Kholil, 2020; Suleiman, 2021; Wardani et al., 2020).

Penelitian ini dilakukan untuk memotret apakah persepsi etis dan religiusitas seseorang mampu untuk meredam niat melakukan pinjaman *online*. Alasan penelitian ini dilakukan adalah belum banyaknya yang memotret secara bersamaan persepsi etis dan religiusitas dalam menurunkan niat seseorang melakukan pinjaman *online*. Hal ini penting dilakukan karena tingginya perkembangan platform pinjaman *online* yang berbasis Syariah sebagai solusi masalah ketidaketisan dan kurang religiusnya proses bisnis pinjaman *online*. Oleh sebab itu, penelitian ini ingin melihat apakah benar peminjam mendasarkan niatnya dalam melakukan pinjaman *online* pada persepsi etis dan juga tingkat religiusitas yang dimilikinya. Responden penelitian ini dibatasi UMKM di Yogyakarta, terutama yang bergabung dalam *whatsapp group* "Pasar Maya Baciro". Alasan membatasi responden adalah keterbatasan peneliti untuk menjangkau seluruh UMKM di Yogyakarta pada masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di bulan Juli 2021 akibat meningkatnya kasus Covid-19. Berdasarkan kondisi sosial ekonomi tahun 2018, kelurahan Baciro masih memiliki banyak Keluarga Miskin (Gakin) atau Keluarga Menuju Sejahtera (KMS). Dari 4.006 Kepala Keluarga (KK) dan 12.301 jiwa, terdapat 564 KK (14,08%) dan 1.792 jiwa (14,57%) yang mendapatkan KMS (Kelurahan Baciro, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa kondisi perekonomian di Kelurahan Baciro masih perlu diperhatikan, termasuk UMKM-nya.

Persepsi merupakan proses interpretasi objek yang diterima individu melalui panca indera dan mengartikannya dalam sebuah gambaran (Hidayatulloh & Sartini, 2020). Etika merupakan prinsip atau aturan berperilaku agar sesuai dengan norma dan nilai seseorang. Persepsi etis merupakan proses interpretasi perilaku yang diterima individu sebagai sesuatu yang sesuai norma dan nilai atau tidak (Panduwinasari et al., 2021).

Keputusan individu dalam bertindak sangat dipengaruhi oleh persepsi etis yang dimilikinya. Melakukan pinjaman *online* merupakan salah satu tindakan yang dipengaruhi oleh persepsi etis (Susanti, 2020; Wahyuni & Turisno, 2019). Hal ini dikarenakan meskipun pinjaman *online* memberikan solusi pendanaan pada yang membutuhkan dana, namun proses penagihannya dianggap tidak etis. Ketidaketisan pinjaman *online* terletak pada mencekiknya bunga yang diberikan serta tidak manusiawinya proses penagihan (Kharisma, 2020; Khoirunisa et al., 2020; Salvasani & Kholil, 2020; Suryono, 2019; Wahyuni & Turisno, 2019).

Penelitian Wardani et al. (2020) menunjukkan bahwa niat untuk melakukan pinjaman *online* dipengaruhi oleh pengetahuan etika yang dimiliki. Romdhoni & Sari (2018) dan Wahyuni (2012) juga menemukan hasil yang serupa.

Agama merupakan pijakan seseorang dalam berkehidupan, baik kehidupan keagamaan maupun kehidupan bermasyarakat. Religiusitas merupakan seberapa dalam internalisasi ajaran

agama tersebut ke dalam diri seseorang dan seberapa besar menjadi pendorong dalam pengambilan keputusan (Panduwinasari et al., 2021; Yuliana, 2015). Keputusan melakukan pinjaman juga tidak dapat dilepaskan dari tingkat religiusitas. Ketika religiusitas seseorang tinggi maka cenderung untuk tidak melakukan pinjaman *online* karena dianggap melanggar ajaran agama karena proses penagihan yang tidak manusiawi dan melanggar nilai cinta kasih serta adanya bunga yang bersifat haram (Iskamto, 2017; Rastari, 2019; Wardani et al., 2020).

Iskamto (2017), Rastari (2019), Asniyati & Yaya (2020) menunjukkan bahwa tingkat religiusitas sangat mempengaruhi keputusan individu dalam menggunakan pembiayaan dengan konsep syariah. Wardani et al. (2020) juga menemukan bahwa religiusitas Islam menyebabkan individu memutuskan apakah akan menggunakan *peer to peer lending* berbasis syariah atau tidak.

Penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak. Pertama, bagi regulator, terutama Otoritas Jasa Keuangan (OJK), penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk membuat kebijakan terkait pinjaman *online*. Kedua, bagi platform pinjaman *online*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk memperbaiki operasional pinjaman *online*, terutama ketika melakukan penagihan agar semakin etis dan manusiawi.

Penelitian ini memiliki dua masalah penelitian. Pertama, apakah persepsi etis berpengaruh negatif terhadap niat melakukan peminjaman *online*? Kedua, apakah religiusitas berpengaruh negatif terhadap niat melakukan peminjaman *online*?

Terdapat dua tujuan dari penelitian ini. Pertama, untuk mengetahui apakah persepsi etis berpengaruh negatif terhadap niat melakukan peminjaman *online*. Kedua, untuk mengetahui apakah religiusitas berpengaruh negatif terhadap niat melakukan peminjaman *online*.

Artikel ini ditulis dalam beberapa bagian. Pertama, pendahuluan. Kedua, kerangka teoritis yang dipakai dan hipotesis. Ketiga, metode penelitian. Keempat, analisis data dan pembahasan. Kelima, simpulan, keterbatasan, dan implikasi.

## RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

### Theory of Reasoned Action (TRA)

*Theory of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa keinginan berperilaku individu disebabkan oleh norma subyektif. Norma subyektif merupakan kesepakatan bersama mengenai perilaku sosial individu, yang menentukan apakah perilaku itu benar atau salah. Penilaian ini didasarkan atas keyakinan normatif yang sangat dipengaruhi oleh lingkungan (Mahyarni, 2013). Keyakinan individu tersebut bisa berupa persepsi etis maupun ajaran agama atau religi yang dianutnya.

### Persepsi Etis

Persepsi adalah bagaimana individu melakukan interpretasi dan pemaknaan kejadian, objek, dan individu lain (Hidayatulloh & Sartini, 2020). Persepsi etis merupakan interpretasi individu dalam melihat kejadian, objek, dan individu lain, apakah sudah sesuai prinsip kebenaran, akhlak, dan moral yang telah berlaku (Panduwinasari et al., 2021).

### Religiusitas

Religiusitas merupakan internalisasi nilai agama dan kepercayaan yang teraktualisasi dalam perilaku maupun yang tidak teraktualisasi dalam perilaku (Yuliana, 2015). Religiusitas menilai seberapa tinggi faktor agama menjadi pedoman bagi individu dalam bertindak dan mengambil keputusan (Panduwinasari et al., 2021)

### Niat Melakukan Peminjaman *Online*

Niat adalah kecenderungan seseorang dalam bertindak dan berperilaku. Niat direalisasikan dengan sikap dan tindakan (Poeteri, 2020). Pinjaman *online* merupakan teknologi yang

mempertemukan pemilik kelebihan dana dan peminjam yang kekurangan dana melalui *platform online* (Wahyuni & Turisno, 2019). Niat melakukan pinjaman *online* merupakan kecenderungan individu untuk bertindak dan berperilaku mengajukan pinjaman melalui teknologi *online*.

### **Pengembangan Hipotesis**

Persepsi merupakan proses dimana individu memilih dan menginterpretasikan suatu objek yang dirasakan oleh panca indranya kemudian memberikan gambaran yang memiliki arti (Hidayatulloh & Sartini, 2020). Persepsi etis tidak terlepas dari persepsi individu atas situasi yang dianggap etis atau tidak etis dan tentu saja tidak terlepas dari etika yang dimilikinya. Etika merupakan prinsip yang mengatur perilaku individu dan kelompok, menetapkan apakah suatu perilaku benar atau salah, serta untuk menetapkan norma atau nilai sosial. Persepsi etis merupakan asumsi atau penilaian individu berdasarkan nilai moral untuk memutuskan sesuatu perilaku itu baik dan benar atau tidak (Panduwinasari et al., 2021).

Menurut *theory of reasoned action*, persepsi etis sangat mempengaruhi keputusan individu dalam mengambil keputusan didasarkan pada etika yang dimilikinya (Asniyati & Yaya, 2020). Pinjaman *online* merupakan platform peminjaman uang yang bersifat tidak etis dalam penagihannya karena menggunakan kekerasan verbal (Salvasani & Kholil, 2020; Suryono, 2019; Wahyuni & Turisno, 2019). Selain itu pinjaman *online* dianggap tidak manusiawi karena memberikan bunga yang sangat tinggi dan mencekik peminjam (Kharisma, 2020; Khoirunisa et al., 2020). Hal ini menyebabkan individu yang memiliki persepsi etis tinggi akan menilai pinjaman *online* lending sebagai media pencarian dana yang tidak etis dan menyebabkan enggan menggunakannya (Susanti, 2020; Wahyuni & Turisno, 2019).

Penelitian Wardani et al. (2020) menunjukkan bahwa niat untuk melakukan pinjaman *online* dipengaruhi oleh pengetahuan etika yang dimiliki. Romdhoni & Sari (2018) dan Wahyuni (2012) juga menemukan hasil yang serupa.

#### *H1: Persepsi etis berpengaruh negatif terhadap niat melakukan pinjaman online*

Religiusitas merupakan internalisasi nilai agama pada diri individu, terkait kepercayaan pada ajaran agama baik yang ditampakkan keluar maupun dalam diri sendiri (Yuliana, 2015). Religiusitas merupakan tinglat kedalaman ilmu agama dan keyakinan terhadap sang pencipta (Sungadi, 2021). Religiusitas merupakan satu pendorong dari dalam individu dalam pengambilan keputusan, baik keputusan yang berkaitan dengan keagamaan maupun terkait kehidupan sehari-hari (Panduwinasari et al., 2021).

Menurut *theory of reasoned action*, religiusitas sangat mempengaruhi keputusan individu dalam mengambil keputusan didasarkan pada keyakinan yang dimilikinya (Asniyati & Yaya, 2020). Keputusan untuk mengambil pinjaman pun sangat erat dengan religiusitas seseorang. Semua ajaran agama mengajarkan cinta kasih dan kemanusiaan sehingga ketika proses penagihan pinjaman *online* dirasa melanggar nilai kemanusiaan maka seseorang yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung untuk tidak mengambil pinjaman tersebut. Berbeda dengan individu yang kurang religius, biasanya mengabaikan nilai tersebut dan tetap melakukan pinjaman *online* (Wardani et al., 2020).

Ajaran agama tertentu juga mengajarkan untuk tidak melakukan pinjaman yang mengenakan bunga atau riba karena riba dianggap haram dan tidak sesuai dengan nilai ajaran agama tersebut (Khilfah & Faturohman, 2020). Individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi tentu saja tidak akan melakukan pinjaman *online* karena menganggap bahwa pinjaman *online* mengenakan bunga yang bersifat haram dan melanggar nilai agamanya (Muhammad et al., 2021). Sebaliknya, individu yang memiliki religiusitas rendah biasanya mengabaikan hal tersebut dan cenderung akan tetap melakukan pinjaman *online* meski tahu bahwa pinjaman *online* mengenakan bunga atau riba yang sifatnya haram (Iskamto, 2017; Rastari, 2019; Wardani et al., 2020).

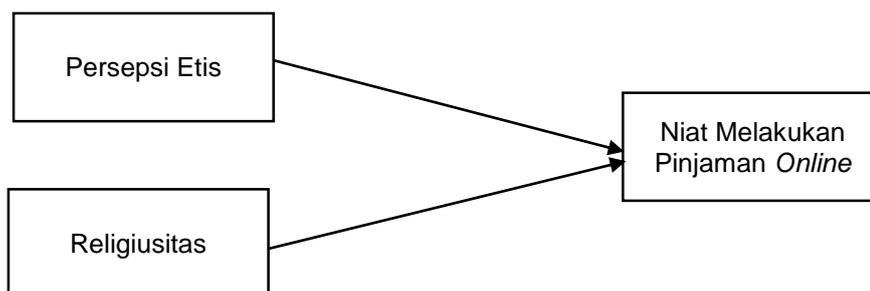
Penelitian Wardani et al. (2020) menemukan bahwa religiusitas Islam berpengaruh pada penggunaan *peer to peer lending* berbasis Syariah. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Iskamto (2017), Rastari (2019), dan Asniyati & Yaya (2020) yang menemukan bahwa penggunaan pembiayaan dengan konsep syariah dipengaruhi oleh tingkat religiusitas seseorang.

*H2: Religiusitas berpengaruh negatif terhadap niat melakukan pinjaman online*

### Rerangka Penelitian

Rerangka penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 1**  
**Rerangka Penelitian**



## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer berupa hasil jawaban responden atas kuesioner yang diberikan.

### Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh pemilik UMKM di Yogyakarta. Sampel diambil dengan menggunakan metoda *snowball sampling*, dimana peneliti memberikan kuesioner berupa *google form* kepada beberapa pemilik UMKM di Yogyakarta melalui *whatsapp group* jual beli secara *online* "Pasar Maya Baciro". Alasan membatasi responden adalah keterbatasan peneliti untuk menjangkau seluruh UMKM di Yogyakarta pada masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di bulan Juli 2021 akibat meningkatnya kasus Covid-19. Kuesioner disebarkan sejak 2-25 Juli 2021.

### Definisi Operasional Variabel

#### 1. Persepsi Etis

Persepsi merupakan interpretasi individu mengenai kejadian, objek, dan individu lain (Hidayatulloh & Sartini, 2020). Persepsi etis merupakan interpretasi individu dalam melihat perilaku melakukan peminjaman *online*, yang mengandung prinsip kebenaran, akhlak, dan moral yang telah berlaku (Panduwinasari et al., 2021). Indikator dari persepsi etis adalah kebijaksanaan, keberanian, pengekanan, dan integritas.

#### 2. Religiusitas

Religiusitas mencerminkan internalisasi nilai agama terkait kepercayaan pada ajaran agama yang diperlihatkan dalam perilaku maupun yang tidak ditampakkan dalam perilaku (Yuliana, 2015). Religiusitas merupakan tingkat keyakinan individu pada agamanya dan seberapa besar factor agama menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan, baik keputusan yang berkaitan dengan

keagamaan maupun terkait kehidupan sehari-hari (Panduwinasari et al., 2021). Indikator dari religiusitas adalah dimensi intrinsik dan dimensi ekstrinsik.

### 3. Niat Melakukan Pinjaman *Online*

Niat merupakan kecenderungan individu untuk bertindak dan mengubahnya menjadi perilaku. Niat diaktualisasikan dalam suatu tindakan atau sikap (Poeteri, 2020). Pinjaman *online* merupakan teknologi yang digunakan untuk memperoleh uang dari pihak peminjam dan dalam jangka waktu tertentu harus dikembalikan dengan ditambah bunga (Wahyuni & Turisno, 2019). Niat melakukan pinjaman *online* merupakan kecenderungan individu untuk mengajukan pinjaman menggunakan teknologi yang bersifat *online*. Pinjaman *online* ini memungkinkan orang yang membutuhkan dana dapat meminjam kepada orang yang memiliki kelebihan dana melalui *platform online*. Indikator dari variabel ini adalah prosedur, kepercayaan, kepuasan, tingkat pengetahuan, dan loyalitas.

#### Teknik Analisis Data

Data diolah menggunakan analisis regresi berganda. Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik. Sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas data.

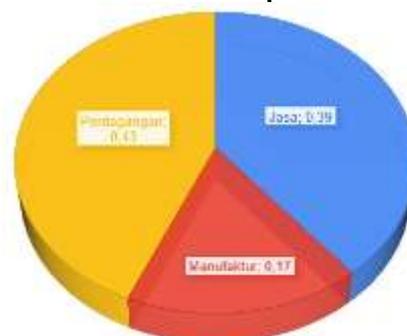
## ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Penelitian ini menggunakan google form yang disebar sejak 2 - 25 Juli 2021. Peneliti memberikan kuesioner berupa *google form* kepada beberapa pemilik UMKM di Yogyakarta, yang kemudian diteruskan kepada teman2 pemilik UMKM lainnya, melalui *whatsapp* pribadi maupun kelompok. Peneliti juga menyebarkan melalui *whatsapp group* jual beli secara *online*

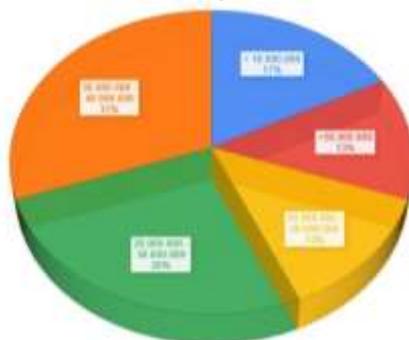
Dari hasil penyebaran kuesioner tersebut diperoleh 46 responden pemilik Usaha Kecil Mikro dan Menengah. Sedikitnya jumlah responden karena kuesioner disebar dalam bentuk *online* sehingga peneliti tidak dapat melakukan pendekatan agar pemilik UMKM bersedia menjadi responden. Pendekatan ini penting karena pemilik UMKM bukanlah akademisi yang terbiasa mengisi kuesioner sehingga mereka sering mengabaikan permohonan pengisian data yang menyita waktu mereka. Berikut karakteristik responden penelitian ini:

**Gambar 2**  
**Jenis Usaha Responden**



Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merupakan pemilik usaha di bidang perdagangan dengan jumlah 0,43 atau 43% dari responden. Pemilik usaha di bidang jasa 0,39 atau 39% dari total responden. Yang terkecil, sebesar 0.17 atau 17% responden, merupakan pemilik usaha manufaktur.

Gambar 3  
Omset Responden



Dari gambar di atas dapat disimpulkan 17% responden memiliki omset kurang dari Rp10.000.000 perbulan. Responden yang memiliki omset Rp10.000.000-Rp 20.000.000 sebanyak 13%. Disusul responden yang memiliki omset Rp20.000.000-Rp30.000.000 sebanyak 26% dan responden yang memiliki omset Rp30.000.000-Rp40.000.000 perbulan berjumlah 31%. Responden dengan omset dan lebih dari Rp50.000.000 berjumlah 13%.

#### Uji Kualitas Data

Sebelum melakukan analisis data dilakukan uji kualitas data, yaitu uji validitas dan reliabilitas. Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas data penelitian:

Tabel 1  
Uji Validitas

Variabel	Item	r-score	r-tabel	Kesimpulan
<b>Niat Melakukan Pinjaman Online</b>	Y1.1	.769	.291	Valid
	Y1.2	.577	.291	Valid
	Y2.1	.470	.291	Valid
	Y2.2	.797	.291	Valid
	Y2.3	.610	.291	Valid
	Y3.1	.622	.291	Valid
	Y3.2	.621	.291	Valid
	Y4.1	.747	.291	Valid
	Y4.2	.551	.291	Valid
	Y5.1	.705	.291	Valid
Y5.2	.389	.291	Valid	
<b>Persepsi Etis</b>	ETIS1.1	.692	.291	Valid
	ETIS1.2	.724	.291	Valid
	ETIS1.3	.482	.291	Valid
	ETIS2.1	.665	.291	Valid
	ETIS2.2	.665	.291	Valid
	ETIS2.3	.669	.291	Valid
	ETIS3.1	.845	.291	Valid
	ETIS3.2	.679	.291	Valid
	ETIS4.1	.745	.291	Valid
	ETIS4.2	.722	.291	Valid
ETIS4.3	.752	.291	Valid	
<b>Religiusitas</b>	REL1.2	.536	.291	Valid
	REL1.3	.625	.291	Valid
	REL1.4	.623	.291	Valid
	REL1.5	.412	.291	Valid
	REL2.1	.259	.291	Valid
	REL2.2	.531	.291	Valid
	REL2.3	.515	.291	Valid

Dari uji kualitas data tidak ada item pernyataan yang memiliki r-score kurang dari r-table sehingga tidak valid. Setelah melakukan uji validitas, perlu dilakukan uji reliabilitas. Hasilnya menunjukkan seluruh variabel telah memenuhi prinsip reliabilitas. Berikut hasil uji reliabilitas:

Tabel 2

Uji Reliabilitas			
Variabel	Cronbach alpha	Benchmark	Kesimpulan
Penggunaan P2P Lending	.855	.700	Reliabel
Persepsi Etis	.923	.700	Reliabel
Religiusitas	.774	.700	Reliabel

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

**Tabel 3**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N		46
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	0.09250428
Most Extreme Differences	Absolute	.191
	Positive	.191
	Negative	-.123
Test Statistic		1.191
Asymp. Sig. (2-tailed)		.180

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *asympt. Sign.* 0,180 yang berarti lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal

#### Uji Multikolinieritas

**Tabel 4**  
**Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
(constant)		
Persepsi etis	.334	2.994
Religiusitas	.334	2.994

Tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *tolerance* di atas 0,10 dan VIF di bawah 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas.

#### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	10.484	3.060			3.426	.001
	ETIS	.023	.100	.056		.233	.817
	REL	-.329	.173	-.456		-1.897	.065

a. Dependent Variable: abs\_res

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *sig.* 0,817 dan 0,065 yang berarti lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

#### Uji Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

**Tabel 6**  
**Uji F (Goodness of Fit)**

<i>Model</i>	<i>Sum of Square</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	725.373	2	362.687	60.546	.000
<i>Residual</i>	257.583	43	5.990		
<i>Total</i>	982.957	45			

Tabel di atas menunjukkan signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa model yang ditawarkan fit. Artinya, salah satu dari variabel independen, yaitu persepsi etis dan religiusitas berpengaruh terhadap niat melakukan pinjaman *online*.

#### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 7**  
**Uji F (Goodness of Fit)**

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of The Estimation</i>
1	.859	.738	.726	2.44751

Nilai *adjusted R square* 0,726 menunjukkan bahwa niat melakukan pinjaman *online* dipengaruhi oleh persepsi etis dan religiusitas sebanyak 72,6%. Sisanya 27,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

#### Uji Hipotesis

**Tabel 8**  
**Uji Hipotesis**

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Simpulan</i>
	<i>B</i>	<i>Std. error</i>	<i>Beta</i>			
(constant)	66.965	4.892		13.688	.000	
Persepsi etis	-1.027	.161	-.864	-6.395	.000	signifikan
Religiusitas	.012	.277	.006	.044	.965	Tidak signifikan

Tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi etis memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil daripada alpha 0,05 dan nilai beta -1,027. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi etis berpengaruh negatif terhadap niat melakukan pinjaman *online*. Hipotesis 1 terdukung.

Semakin tinggi tingkat persepsi etis yang dimiliki seseorang maka semakin rendah niat melakukan pinjaman *online*. Hal ini dikarenakan pinjaman *online* dianggap memiliki proses bisnis yang tidak etis karena tingginya bunga yang dibebankan kepada peminjam serta penagihan yang tidak manusiawi dan tidak etis. Oleh karena itu, sesuai dengan *theory reasoned action*, individu yang memiliki persepsi etis tinggi cenderung menilai ketidaketisan proses bisnis pinjaman *online* menjadi sesuatu yang sangat bermasalah sehingga menjadi enggan untuk melakukan pinjaman *online*. Sebaliknya, individu yang tidak memiliki persepsi etis terlalu tinggi menilai bahwa ketidaketisan proses bisnis pinjaman *online* bukanlah sesuatu yang dapat menciderai prinsip etika yang mereka pegang sehingga mereka cenderung akan melakukan pinjaman *online*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Romdhoni & Sari (2018); Wahyuni (2012); Wardani et al., (2020).

Tabel di atas menunjukkan bahwa religiusitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,965 lebih besar daripada alpha 0,05 dan nilai beta 0,012. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap niat melakukan pinjaman *online*. Hipotesis 2 tidak terdukung.

Semakin tinggi atau rendah religiusitas seseorang tidak mempengaruhi niat mereka melakukan pinjaman *online*. Hal ini dikarenakan pemeluk agama tidak taat pada ajaran agamanya. Meskipun agama samawi (Islam, Kristen, Katolik, Yahudi) menilai bahwa bunga atau riba yang dikenakan kepada peminjam *online* sebagai sesuatu yang haram, namun terdapat sebagian pemeluk agama samawi (Islam, Kristen, Katolik, Yahudi) cenderung untuk tetap melakukan pinjaman *online* yang bersifat ribawi. Sementara ajaran agama lain, seperti Hindu, Budha, dan Konghucu tidak menilai bahwa bunga yang dikenakan oleh pinjaman *online* menjadi sesuatu yang tidak benar sehingga pemeluk agama tersebut tetap akan melakukan pinjaman *online*. Hal ini

menyebabkan hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap niat melakukan pinjaman *online*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Asniyati & Yaya (2020), Iskanto (2017), Rastari (2019), dan Wardani et al., (2020).

## SIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI

Perkembangan platform pinjaman *online* sebagai solusi ketiadaan dana bagi pemilik UMKM di masa pandemi Covid-19 semakin tinggi. Penelitian ini berusaha memotret apakah persepsi etis dan religiusitas seseorang mampu untuk meredam niat melakukan pinjaman *online*.

Dari hasil penelitian ditemukan dua hal. Pertama, persepsi etis dapat menurunkan niat melakukan peminjaman *online*. Kedua, religiusitas tidak berpengaruh terhadap niat melakukan peminjaman *online*.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa persepsi etis seseorang lebih dapat menurunkan niat melakukan peminjaman *online* daripada nilai religiusnya. Persepsi etis dasarnya merupakan kebenaran akhlak dan moral sehingga pinjaman *online* sebaiknya menerapkan konsep bisnis yang bersifat adil dan tidak merugikan UMKM. Di sisi lain, UMKM sebaiknya lebih selektif dan cermat dalam mencari *platform* pinjaman *online*.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, karena kuesioner disebarluaskan dalam bentuk *online* menyebabkan sedikitnya jumlah responden. Ke depan, peneliti sebaiknya menyebarluaskan kuesioner secara langsung agar mendapatkan responden yang lebih banyak. Kedua, penelitian ini mengadopsi semua agama dan juga semua *platform* pinjaman *online*. Perbedaan ajaran agama menyebabkan hasil penelitian ini tidak sesuai hipotesis yang diajukan. Penelitian ke depan sebaiknya memisahkan religiusitas berdasarkan agama dan juga *platform* pinjaman *online* yang dianggap sesuai dengan ajaran agama tersebut. Ketiga, responden penelitian ini dibatasi UMKM di Yogyakarta, terutama yang bergabung dalam *whatsapp group* "Pasar Maya Baciro" akibat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di bulan Juli 2021 sehingga tidak dapat digeneralisasikan. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperbesar lingkup penelitian sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asniyati, A., & Yaya, R. (2020). Analisis pengaruh financial literacy, religiusitas, mental accounting, dan norma subyektif terhadap minat dosen fakultas ekonomi menggunakan kartu kredit syariah. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 1–14. <https://journal.umy.ac.id/index.php/rab/article/view/10706>
- Bella, F. I. (2020). Optimization of Islamic Peer-to-Peer Lending for Micro and Small Enterprises (MSEs) After Pandemic of Covid-19. *Journal of Islamic Economic Laws*, 3(2), 108–123.
- Hidayatulloh, A., & Sartini, S. (2020). Pengaruh Religiusitas Dan Love of Money Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 17(1), 28. <https://doi.org/10.19184/jauj.v17i1.9747>
- Ichwan, I., & Kasri, R. (2019). Why Are Youth Intent on Investing Through Peer To Peer Lending? Evidence From Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4), 741–762. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i4.1157>
- Iskanto, D. (2017). Analisis peranan religiusitas terhadap kepercayaan kepada perbankan syariah. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam -Volume 2, Nomor 2, Juli-Desember 2017*, 2(2).
- Kelurahan Baciro. (2018). *Baciro: Gambaran Umum*. <https://bacirokel.jogjakota.go.id/page/index/gambaran-umum>
- Kharisma, D. B. (2020). Problematika Mekanisme Penyelesaian Pinjaman Gagal Bayar Pada Pinjaman Online di Indonesia. *Jurnal Rechtsvinding*, 1(1), 1–7.

- Khilfah, H. N. L., & Faturahman, T. (2020). Social Media Data To Determine Loan Default Predicting Method in an Islamic Online Peer To Peer Lending. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 6(2), 243–274. <https://doi.org/10.21098/jimf.v6i2.1184>
- Khoirunisa, A., Suwandono, A., & Muchtar, H. N. (2020). Implementasi Besaran Bunga Peer to Peer Lending Berdasarkan Asas Itikad Baik dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi Serta Pengawasannya. *Widya Yuridika: Jurnal Hukum*, 3(1), 29. <https://doi.org/10.31328/wy.v3i1.1294>
- Kurniasari, F., & Utomo, P. (2021). Determinants of Effectiveness Repayment Apps At P2P Lending Platform During Covid 19 Pandemic in Indonesia. *Ultimaccounting: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 13(1), 156–172. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v13i1.2094>
- Mahyarni. (2013). Theory of Reasoned Action and Theory of Planned Behavior: Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku. *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13–23. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/elriyasah/article/view/17113>
- Muhammad, R., Fakhrunnas, F., & Hanun, A. K. (2021). The Determinants of Potential Failure of Islamic Peer-to-Peer Lending: Perceptions of Stakeholders in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 981–992. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0981>
- Nugraheni, N., & Aziza, Q. A. (2020). the Existence of Collateral in Credit Through Peer-To-Peer Lending Services. *Yustisia Jurnal Hukum*, 9(1), 98. <https://doi.org/10.20961/yustisia.v9i1.39783>
- OJK. (2020). *Perkembangan Fintech Lending Desember 2020*. Desember, 1–11. [https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Documents/Statistik Fintech Lending Desember 2020.pdf](https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Documents/Statistik_Fintech_Lending_Desember_2020.pdf)
- Panduwinasari, E., Ekasari, K., & Dewi, K. (2021). Persepsi ( Tidak ) Etis Mahasiswa Akuntansi : Ditinjau dari Pengetahuan Etika , Religiusitas dan Love of money. *AKUNSIKA: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 68–78.
- Poeteri, N. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berinvestasi Generasi Milenial melalui Platform Peer-to-Peer Lending. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 264–278.
- Rastari, A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Bagi Hasil Dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Masyarakat Mengambil Pembiayaan Di Koperasi Syariah MSI. *Simba*, 3, 819–833.
- Romdhoni, A. H., & Sari, D. R. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4(02), 136. <https://doi.org/10.29040/jiei.v4i02.307>
- Salvasani, A., & Kholil, M. (2020). Penanganan terhadap Financial Technology Peer-To-Peer Lending Illegal Melalui Otoritas Jasa Keuangan (Studi Pada OJK Jakarta Pusat). *Jurnal Privat Law*, 8(2), 252–259. <https://doi.org/10.20961/privat.v8i2.48417>
- Santoso, W., Trinugroho, I., & Risfandy, T. (2020). What Determine Loan Rate and Default Status in Financial Technology Online Direct Lending? Evidence from Indonesia. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(2), 351–369. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2019.1605595>
- Septiani, H. L. D., Sumarwan, U., Yuliati, L. N., & Kirbrandoko, K. (2021). Minat Petani Mengadopsi Sharing Economy Peer-To-Peer Lending Sebagai Alternatif Pembiayaan Pertanian. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.22441/mix.2021.v11i1.001>
- Suleiman, A. (2021). Improving Consumer Protection for Low-Income Customers in P2P Lending. *Center for Indonesia Policy Studies, Policy Pap*(No. 34), 1–40. <https://repository.cips-indonesia.org/id/publications/343534/improving-consumer-protection-for-low-income-customers-in-p2p-lending>
- Sungadi, S. (2021). Pengaruh Religiusitas Dan Kompetensi Terhadap Kematangan Karier Pustakawan. *UNILIB: Jurnal Perpustakaan*, 12(1), 24–41. <https://doi.org/10.20885/unilib.vol12.iss1.art3>

- Suryono, R. R. (2019). Financial Technology (Fintech) Dalam Perspektif Aksiologi. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 10(1), 52. <https://doi.org/10.17933/mti.v10i1.138>
- Susanti, S. (2020). Persepsi Masyarakat Kota Pekanbaru tentang Aplikasi Pinjaman Online. *Jom Fisip*, 7(1), 1–15.
- Wahyuni, R. A. E., & Turisno, B. E. (2019). Praktik Finansial Teknologi Ilegal Dalam Bentuk Pinjaman Online Ditinjau Dari Etika Bisnis. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 1(3), 379–391. <https://doi.org/10.14710/jphi.v1i3.379-391>
- Wahyuni, S. (2012). Moslem Community Behavior in The Conduct of Islamic Bank: The Moderation Role of Knowledge and Pricing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 57, 290–298. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1188>
- Wardani, D. K., Primastiwi, A., & Sulistio, A. (2020). Pengaruh Pengetahuan Etika & Religiusitas Islam Terhadap Penggunaan Peer To Peer Lending Berbasis Syariah. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 12(1), 1–10. <https://jurkubank.files.wordpress.com/2012/01/pdf-januari-2008.pdf>
- Yuliana, S. (2015). Pengaruh Faktor Ekonomi, Modal Sosial, dan Religiusitas terhadap Pengembalian Pembiayaan Murabahah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 13(1), 10–20.