

2. LANDASAN TEORI

2.1 *Theory Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah suatu teori yang menguraikan faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya niat untuk bertindak. Menurut TPB, intensi untuk bertindak ditentukan oleh tiga faktor utama, yaitu sikap individu terhadap perilaku tersebut, norma subjektif atau pendapat orang lain yang dianggap penting oleh individu, dan kontrol perilaku yang dirasakan atau persepsi individu terkait dengan kemampuannya untuk mengendalikan perilaku tersebut. Hingga saat ini, TPB telah banyak diterapkan dalam berbagai bidang ilmu yang memeriksa perilaku dan masalah lingkungan.

TPB merupakan sebuah teori yang efektif dan sederhana dalam memprediksi atau menjelaskan perilaku individu. Teori ini berfokus pada konsep intensi, yaitu sejauh mana individu memiliki niat kuat dan seberapa besar usaha yang akan mereka dedikasikan untuk melaksanakan tindakan tertentu. Dengan demikian, konsep dasar dari TPB adalah bahwa jika tidak ada hambatan serius, intensi individu akan mengarah pada tindakan aktual. Menurut Ajzen (1991), indikator *Theory Planned Behavior* sebagai berikut:

2.1.1 *Attitude*

Menurut Kotler (2002), *attitude* adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan yang konsisten atas suka atau tidak sukanya seseorang atas suatu objek atau gagasan. Attitude atau sikap merupakan bentuk penilaian positif atau negatif terhadap suatu perilaku tertentu. Penilaian ini sering disebut sebagai keyakinan perilaku atau behavioral beliefs. Ketika seseorang memiliki pandangan positif terhadap suatu perbuatan, maka ia akan memiliki keinginan untuk melaksanakan perbuatan tersebut. Cara seseorang melihat suatu tindakan dipengaruhi oleh keyakinan (*behavioral beliefs*) mereka tentang tindakan tersebut sebagai hasil dari pengalaman mereka. Keyakinan individu melibatkan *beliefs strength dan outcome evaluation*. Cara seseorang melihat suatu tindakan diyakini memiliki dampak langsung terhadap keinginan untuk melakukan tindakan tersebut, yang kemudian berkaitan dengan persepsi kontrol perilaku dan norma-norma subjektif (Ajzen, 1991).

Dalam mengukur dampak sikap pada generasi X, dibutuhkan indikator yang berfungsi untuk mengetahui bagaimana generasi X memandang dan merespons pinjaman online. Menurut Arifin (2014) menjelaskan indikator *attitude* yaitu:

- a. Tanggungjawab

Siap menanggung segala resiko atas perbuatan sendiri dalam melakukan pinjaman online.

b. Kepercayaan Terhadap Pinjaman Online

Sejauh mana seseorang percaya bahwa pinjaman online adalah sumber keuangan yang dapat diandalkan dan aman.

c. Kesadaran terhadap Penyuluhan Keuangan

Sejauh mana generasi X mengetahui pentingnya pendidikan keuangan dan bagaimana cara mengelola keuangan dengan bijak.

2.1.2 *Subjective Norm*

Menurut Ajzen (1991), *subjective norm* merujuk pada kondisi sosial di sekitar individu yang mencerminkan persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap suatu tindakan yang ditampilkan oleh individu tersebut. Ini berarti bahwa perilaku individu akan dipengaruhi oleh bagaimana tindakan tersebut dipandang positif oleh orang-orang di sekitarnya atau oleh lingkungan mereka. Kontrol perilaku yang dirasakan oleh individu juga terkait dengan sejauh mana mereka merasa memiliki kesempatan dan sumber daya untuk melakukan tindakan tersebut, sesuai dengan penelitian oleh Tan dan Teo (2000). Hartono (2008) juga menggambarkan *subjective norm* sebagai pandangan atau persepsi individu terhadap kepercayaan orang lain yang dapat mempengaruhi minat mereka dalam membuat keputusan untuk melakukan atau menolak suatu tindakan yang sedang dipertimbangkan. Pengaruh sosial yang signifikan terhadap perilaku sering kali berasal dari berbagai sumber, termasuk keluarga, pasangan hidup, kerabat, rekan kerja, dan referensi lainnya yang berkaitan dengan perilaku tersebut, sebagaimana dijelaskan oleh Ajzen (2006).

Fishbein dan Ajzen (1975) telah mengemukakan bahwa kekuatan sosial adalah elemen yang terkait dengan norma subjektif. Kekuatan sosial ini melibatkan berbagai aspek seperti pemberian hadiah atau hukuman dari individu kepada individu lainnya, perasaan positif atau kepuasan yang dirasakan individu terhadap individu lain tersebut, sejauh mana individu dianggap berpengalaman, dan keinginan individu tersebut. Menurut Ajzen (2005), umumnya, jika seseorang merasa bahwa individu lain memberikan saran atau dorongan untuk melakukan suatu tindakan, tekanan sosial yang dirasakannya akan semakin besar. Sebaliknya, jika ada saran untuk tidak melakukan suatu tindakan, tekanan sosial yang dirasakan cenderung berkurang. Dalam konteks ini, di mana generasi X memiliki keinginan untuk dianggap sebanding dengan

individu lain di sekitar mereka yang memiliki status sosial yang lebih tinggi. Menurut Angelina & Japarianto (2014) Norma subjektif ini dibentuk atas dasar indikator sebagai berikut:

a. Keyakinan Normatif (*Normatif Belief*)

Keyakinan yang dimiliki oleh generasi X untuk melakukan suatu perilaku yang didasarkan oleh orang-orang terdekat yang mempengaruhi generasi X dalam mengambil keputusan yang sama.

b. Motivasi Mematuhi (*Motivation to Comply*)

Motivasi generasi X dalam memenuhi harapan-harapan orang yang ada disekitarnya.

2.1.3 *Perceived Behavioral Control*

Sejauh mana seseorang menganggap melakukan suatu tindakan mudah atau sulit disebut sebagai kontrol perilaku persepsi (Hogg dan Vaughan, 2005). Ini juga dapat didefinisikan sebagai tingkat pemahaman seseorang tentang seberapa sederhana atau kompleks melakukan suatu tindakan berdasarkan pengalaman sebelumnya, tantangan yang mungkin dihadapi, dan cara menyelesaikannya (Feldman, 1995). Seseorang yang memiliki sikap dan norma subjektif yang mendukung suatu tindakan tertentu akan sangat bergantung pada keyakinan mereka terhadap sejauh mana mudah untuk melakukannya. Persepsi kontrol perilaku, yang juga disebut sebagai *perceived behavioral control*, adalah keyakinan individu yang bisa tetap stabil dalam berbagai situasi. Meskipun, dalam situasi yang berbeda atau ketika menjalankan perilaku yang berbeda, persepsi kontrol perilaku dapat berubah. Namun, dalam kondisi ekstrim, bisa jadi tidak mungkin sama sekali untuk mengendalikan perilaku tertentu karena tidak ada peluang, sumber daya, atau keterampilan yang tersedia. Menurut Ajzen et al. (2009) menjelaskan indikator persepsi kontrol perilaku terdapat 2 yaitu :

a. *Control beliefs*

Sumber-sumber dan kesempatan-kesempatan yang dibutuhkan (*requisite resources and opportunities*) untuk memunculkan tingkah laku.

b. *Perceived power*

Persepsi individu tentang sejauh mana kontrol tersebut dapat mempengaruhi kemampuan generasi X untuk melakukan perilaku, baik mempermudah atau mempersulitnya.

2.2 Pinjaman Online

Pinjaman online merupakan suatu bentuk layanan pinjaman uang yang disediakan oleh lembaga keuangan yang beroperasi melalui platform online. Lembaga keuangan ini umumnya dikenal sebagai fintech. Pinjaman online tanpa perlu jaminan dan dapat langsung diakses merupakan alternatif solusi bagi individu yang memerlukan dana tunai tanpa harus melakukan pertemuan fisik. Penyedia pinjaman ini adalah entitas keuangan yang menjalankan operasinya secara online dengan memanfaatkan teknologi informasi. Menurut Omarini (2018), pinjaman online adalah suatu bentuk transaksi keuangan yang terjadi secara langsung maupun tidak langsung tanpa melibatkan institusi keuangan konvensional. Sementara itu, Hsueh dan Kuo (2017) menyatakan bahwa pinjaman online adalah model bisnis berbasis Internet yang memungkinkan perantara keuangan untuk meminjamkan orang. Karena persyaratan pinjaman bank mungkin terlalu ketat bagi perusahaan menengah dan kecil, platform ini ditujukan untuk mereka. Dibandingkan dengan pinjaman konvensional, pinjaman online lebih murah dan efektif. Ada tiga tanda untuk pinjaman online, menurut Omarini (2018):

a. Peminjam

Seseorang yang menginginkan dana dengan persyaratan dan harus mengikuti prosedur yang rumit. Terdapat sejumlah dokumen yang perlu diserahkan oleh peminjam, seperti KTP, Kartu Keluarga, Kartu Kredit, nomor telepon rumah, informasi tentang orang tua, dan sebagainya. Bahkan setelah melengkapi semua persyaratan ini, jika terdapat keraguan atau penilaian negatif dari pihak pemberi pinjaman terhadap data Anda, kemungkinan pinjaman tidak akan disetujui.

b. Platform

Platform yang digunakan oleh masyarakat dalam melakukan pinjaman online. Contohnya seperti Kredivo, Kredit Pintar, IndoDana, dan lain-lainnya.

c. Pemberi pinjaman

Orang yang meminjamkan pinjaman kepada orang yang membutuhkan uang.

2.3 Generasi X

Generasi X merupakan kelompok individu yang lahir antara tahun 1965 hingga 1980, dengan jumlah populasi sebanyak 58,65 juta jiwa (21,88%). Generasi ini muncul pada saat ketika teknologi sedang mengalami perkembangan pesat, meskipun belum se-advanced seperti saat ini, sehingga mereka memiliki pemahaman baik terhadap dunia digital maupun dunia non-digital. Generasi X juga mencatat sejumlah pengalaman signifikan, seperti bencana Challenger,

perubahan dalam dinamika pernikahan, perubahan peran gender dalam konteks keluarga, kemajuan teknologi, terutama komputer pribadi (PC), serta transformasi dalam peran gender dalam keluarga (Nuritasari & Arwiyah, 2019).

Menurut EF Blog, terkadang Generasi X dianggap sebagai kelompok yang kurang bersemangat, sinis, dan tidak puas. Namun, berbeda dari persepsi negatif terhadap generasi ini yang sering muncul pada generasi-generasi sebelumnya, banyak yang memperkirakan bahwa sebagian besar Generasi X akan menghabiskan masa tua mereka dengan cara yang aktif, penuh kebahagiaan, dan menerapkan prinsip '*work-life balance*'.

2.4 Financial Literacy

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan berbagai keterampilan keuangan, termasuk manajemen keuangan pribadi, penyusunan anggaran, dan investasi dengan efektif. Saat memiliki literasi keuangan tentunya juga memiliki dasar untuk menjalin hubungan dengan uang, dan ini adalah perjalanan seumur hidup dalam belajar. Semakin awal memulai, maka akan semakin baik karena pendidikan adalah kunci keberhasilan dalam urusan keuangan.

Menurut Fauziah dan Ruhayati (2016, p. 66), individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi diyakini memiliki perilaku finansial yang lebih positif dan mampu membuat keputusan finansial yang cerdas dan sesuai dengan kondisi ekonomi saat ini, yang pada akhirnya membawa hasil finansial yang lebih menguntungkan bagi mereka. Menurut Rustandi Kartawinata & Ikhwan Mubaraq (2018, p. 94) Indikator yang mempengaruhi literasi keuangan yaitu:

- a. Pengetahuan Konsep Keuangan
- b. Kemampuan Berkomunikasi tentang Konsep Keuangan
- c. Kemampuan dalam mengelola keuangan Pribadi
- d. Kemampuan dalam membuat keputusan
- e. Keyakinan untuk perencanaan keuangan masa depan

2.5 Online Loan Intention

Niat adalah kecenderungan individu dalam perilaku dan tindakan mereka. Niat ini kemudian tercermin dalam sikap dan tindakan. Pinjaman online, di sisi lain, adalah teknologi yang menghubungkan orang yang memiliki dana berlebih dengan mereka yang membutuhkan pinjaman melalui platform online (Wahyuni & Turisno, 2019). Niat untuk mengambil pinjaman

online adalah kecenderungan individu untuk mengambil tindakan dan mengajukan pinjaman melalui platform teknologi online. Indikator untuk variabel minat dalam menggunakan layanan pinjaman online dapat dikelompokkan menjadi dua berdasarkan teori yang diperkenalkan oleh Elliott et al. (2003) yaitu:

- a. Kecenderungan untuk menggunakan layanan pinjaman online dalam waktu yang dekat.
- b. Kecenderungan untuk menggunakan layanan pinjaman online dalam periode waktu yang lebih panjang.

2.6 Hubungan Antar Konsep

2.6.1 Hubungan antara *Attitude* dan *Online Loan Intention*

Faktor psikologis adalah salah satu elemen yang mempengaruhi individu dalam mengambil keputusan untuk melakukan pinjaman online. Faktor psikologis ini mencakup sikap, emosi, persepsi, dan tindakan seseorang yang dipengaruhi oleh pengalaman mereka (Bahari dan Muhammad, 2018). Dalam konteks pengambilan keputusan untuk menggunakan *peer-to-peer lending* dalam proses pinjaman online, peneliti menekankan pentingnya persepsi sebagai faktor psikologis yang signifikan. Hal ini disebabkan karena persepsi merupakan unsur utama dalam penilaian, pemahaman, dan seleksi yang membentuk pandangan positif atau negatif yang mempengaruhi keputusan individu untuk melakukan pinjaman online melalui *peer-to-peer lending* (Rahardian, 2017). Keputusan untuk memanfaatkan fintech *peer-to-peer lending* didasarkan pada faktor-faktor internal yang dimiliki oleh pengguna teknologi tersebut.

Fishbein dan Ajzen (1980) mengusulkan model "nilai harapan" pembentukan sikap yang mengasumsikan bahwa total kekuatan keyakinan kita dan evaluasi afektif bersamaan terhadap keyakinan-keyakinan tersebut, bergabung untuk menentukan sikap terhadap pelaksanaan suatu tindakan. Sikap tersebut kemudian memengaruhi niat kita untuk melakukan tindakan tersebut, dan niat tersebut memiliki pengaruh langsung pada perilaku kita. Mereka menyatakan bahwa hanya diperlukan jumlah terbatas keyakinan untuk memperkirakan sikap.

H₁: *Attitude* berpengaruh positif pada *Online Loan Intention*

2.6.2 Hubungan antara *Subjective Norm* dan *Online Loan Intention*

Fishbein & Ajzen (1975) menjelaskan bahwa elemen utama dari norma subjektif adalah pengaruh sosial. Pengaruh sosial ini mencakup ganjaran atau hukuman yang diterima oleh seseorang dari lingkungannya atau orang lain, tingkat kepuasan seseorang terhadap individu tersebut, sejauh mana individu dianggap memiliki pengetahuan atau pengalaman, dan sejauh

mana individu tersebut bersedia melibatkan diri. Sebagai contoh, ketika seseorang menyarankan kepada generasi X untuk melakukan investasi dalam *peer to peer lending*, maka generasi X cenderung memiliki niat untuk berinvestasi karena mereka menghargai pandangan dari orang tersebut.

Subjective norm menurut Ajzen (1991) diartikan sebagai tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan aktivitas. Dalam peradaban yang berbeda, tekanan sosial dapat berdampak pada perilaku dalam berbagai cara. *Subjective norm* dapat diukur dengan menggunakan perspektif terhadap harapan normatif orang lain dan dorongan untuk memenuhi harapan tersebut. Menurut Ajzen (1991), gagasan normatif dianggap sebagai pembentuk norma subjektif. Namun, konsumen akan terpengaruh oleh opini publik dan ekspektasi kelompok tertentu.

H₂: *Subjective Norm* berpengaruh positif pada *Online Loan Intention*

2.6.3 Hubungan antara *Perceived Behavioral Control* dan *Online Loan Intention*

Kontrol atas perilaku akan menjadi kenyataan ketika ada peluang yang tersedia dan faktor-faktor yang mendukungnya hadir. Faktor pendukung ini memiliki peran yang signifikan dalam konteks *perceived behavioral control*. Sebaliknya, ketika generasi X merasa bahwa faktor pendukungnya terbatas, mereka akan menghadapi kesulitan dalam melaksanakan perilaku tersebut (Ajzen, 2005). Jadi, kemampuan untuk mengendalikan perilaku akan meningkatkan niat untuk berinvestasi ketika seseorang memiliki keyakinan bahwa mereka dapat mengatasi hambatan atau kendala berinvestasi melalui dukungan dari faktor-faktor tertentu (Ajzen, 2005).

Perceived behavioral control yang dirasakan terjadi pada seseorang, kelompok, atau organisasi yang melibatkan layanan, ide, dan objek nyata. Hal ini dapat terjadi dalam berbagai skenario yang ceroboh. Ketika pilihan pembelian seseorang berakhir pada merek tertentu dan apa yang dibelinya dalam beberapa hari terakhir, mereka berpartisipasi dalam perilaku konsumen. Orang-orang akan terus-menerus memikirkan kapan harus membeli dan bagaimana perasaan mereka terhadap produk tersebut. Menurut Kardes, Cronley, dan Cline (2010), meskipun konsumen tidak melakukan pembelian, ia akan dihadapkan pada materi pemasaran berupa iklan, informasi produk pada kemasan, komentar dari teman atau anggota keluarga, dan lambang merek di hampir semua hal.

H₃: *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif pada *Online Loan Intention*

2.6.4 Peran *Financial Literacy* dalam memoderasi pengaruh *Attitude* terhadap *Online Loan Intention*

Feng et al. (2019) berpendapat bahwa literasi keuangan merujuk pada pendidikan dan pemahaman tentang cara menciptakan, mengelola, dan mengalokasikan uang, serta kemampuan dan keterampilan untuk menggunakan sumber daya keuangan dalam pengambilan keputusan. Secara simpel, sikap terhadap perilaku, yang merujuk pada evaluasi positif atau negatif individu terhadap tindakan yang akan mereka lakukan (Zemore & Ajzen, 2014), berkaitan dengan literasi keuangan. Dengan kata lain, individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi akan memiliki pemahaman yang kuat tentang risiko yang terkait dengan berbagai jenis investasi, yang memungkinkan mereka untuk membuat pilihan investasi yang tepat.

Ketika berbicara mengenai seberapa baik atau buruk seseorang dalam mengelola dananya, sikap keuangan mempunyai pengaruh yang besar. Hal ini sesuai dengan penelitian Amanah dkk. (2016) dan Selcuk (2015) yang menunjukkan bahwa pandangan keuangan masyarakat mempunyai pengaruh besar terhadap cara mereka menangani uangnya. Oleh karena itu, dapat dikatakan terdapat hubungan yang erat antara praktik pengelolaan keuangan dengan sikap keuangan.

H₄: *Financial Literacy* memoderasi pengaruh *Attitude* terhadap *Online Loan Intention*

2.6.5 Peran *Financial Literacy* dalam memoderasi pengaruh *Subjective Norm* terhadap *Online Loan Intention*

Santoso et al. (2020) menjelaskan bahwa norma subjektif merujuk pada situasi di mana pandangan seseorang tentang melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Zou & Deng (2019) menjelaskan literasi keuangan sebagai keterampilan untuk mengelola keuangan pribadi, yang biasanya diperoleh melalui pengalaman. Norma subjektif, di sisi lain, merujuk pada tekanan sosial yang dapat mempengaruhi individu sehingga mereka cenderung melakukan tindakan tertentu meskipun mungkin berbeda dengan preferensi pribadi mereka (Fu et al., 2006). Keterkaitan antara literasi keuangan dan norma subjektif dapat dijelaskan dengan fakta bahwa individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi lebih mungkin untuk tetap kokoh pada perilaku dan preferensi keuangan mereka sendiri, tanpa mudah dipengaruhi oleh tindakan atau preferensi individu lain.

H₅: *Financial Literacy* memoderasi pengaruh *Subjective Norm* terhadap *Online Loan Intention*

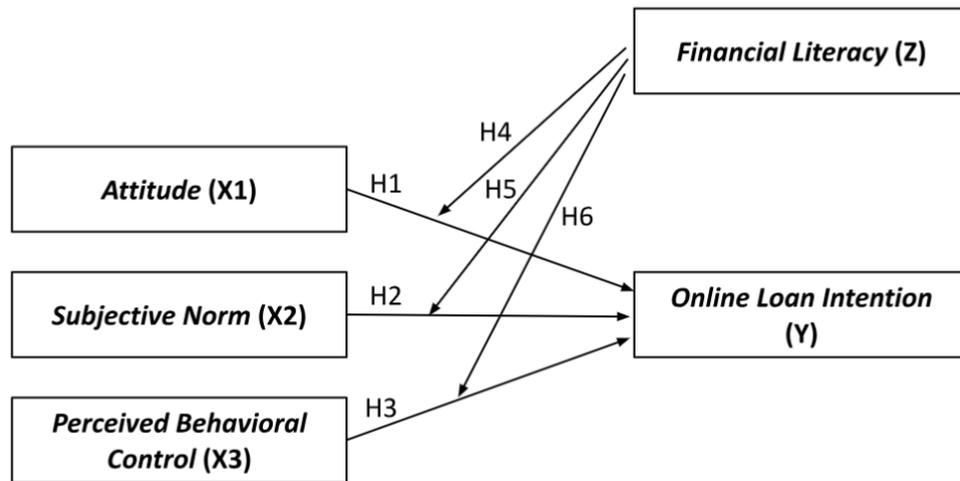
2.6.6 Peran *Financial Literacy* dalam memoderasi pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap *Online Loan Intention*

Literasi keuangan memungkinkan seseorang untuk mengenali pentingnya menabung atau berinvestasi, sehingga pengalokasian dan pengelolaan dana keuangan mereka dapat dilakukan secara efektif. Hal ini telah didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nujmatul Laily (2020) yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku keuangan individu. Dengan kata lain, semakin tinggi pengetahuan finansial seseorang, semakin bijak mereka dalam mengelola keuangannya. Konsep ini juga diperkuat oleh Chinen dan Endo (2012), yang dalam penelitian yang diacu oleh Rahma dan Suci, mengemukakan bahwa individu yang mampu membuat keputusan finansial yang tepat memiliki kemungkinan kecil mengalami masalah keuangan di masa depan. Mereka cenderung menunjukkan perilaku keuangan yang stabil dan mampu mengutamakan kebutuhan daripada keinginan.

Widayati (2012) menyatakan bahwa keputusan keuangan yang dibuat oleh individu mencakup penentuan besaran uang yang akan digunakan untuk pengeluaran dalam setiap periode, pertimbangan terkait dengan kelebihan dana yang mungkin ada, cara pengelolaan kelebihan tersebut, serta strategi pembiayaan untuk investasi dan pengeluaran konsumsi. Perilaku keuangan yang positif tercermin dalam tindakan perencanaan, pengaturan, dan pengendalian keuangan yang efektif. Tanda-tanda perilaku keuangan yang baik dapat terlihat dari cara dan pandangan seseorang dalam mengelola arus kas, mengelola kredit, menabung, dan berinvestasi (Hilgert dan Hogart, 2003).

H₆: *Financial Literacy* memoderasi pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap *Online Loan Intention*

2.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran