



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Page 3590-3599

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Analisa Keputusan Mahasiswa Di Kota Banjarbaru Dalam Menggunakan Pinjaman Online

Irma Sucidha<sup>1✉</sup>, Yuliani<sup>2</sup>

(1) Manajemen, STIE Pancasetia Banjarmasin

(2) Manajemen Bisnis, ASMI Citra Nusantara Banjarmasin

Email: [irmasucidha@gmail.com](mailto:irmasucidha@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Perkembangan dunia informasi dan digitalisasi dirasakan semua lapisan masyarakat tidak terkecuali kalangan mahasiswa. Dimana terjadi pergeseran di lingkungan social dan ekonomi yang ditandai dengan perubahan sistem dari yang tradisional menjadi digitalisasi. Termasuk pemenuhan kebutuhan sehari – hari dengan mengandalkan fasilitas pinjaman online. Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, tujuan penelitian ini ingin mengetahui hubungan variabel independent dengan variabel dependen baik secara simultan maupun parsial, serta ingin mengetahui variabel paling dominan yang mempengaruhinya. Penelitian ini menemukan keterkaitan variabel promosi pinjaman online, gaya hidup, situasi ekonomi, rujukan teman/keluarga dan kemudahan prosedur pinjaman online mampu berpengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependent yaitu keputusan meminjam pinjaman online. Sedangkan pada pengujian secara parsial, situasi ekonomi ternyata tidak mampu mempengaruhi keputusan meminjam online. Dan gaya hidup merupakan variabel paling dominan dalam mempengaruhi keputusan meminjam online di kalangan mahasiswa kota Banjar Baru.

Kata kunci: *promosi, gaya hidup, ekonomi, rujukan, kemudahan prosedur, keputusan meminjam, pinjaman online*

## Abstract

The development of the world of information and digitalization is felt by all levels of society, including students. Where there is a shift in the social and economic environment which is marked by a change in the system from traditional to digitalization. Including the fulfillment of daily needs by relying on online loan facilities. By using multiple linear regression analysis, the purpose of this study is to determine the relationship between independent variables and dependent variables both simultaneously and partially, and to find out the most dominant variables that influence it. This study found that the relationship between online loan promotion variables, lifestyle, economic situation, friend/family referrals and ease of online loan procedures were able to influence together the dependent variable, namely the decision to borrow online loans. While in partial testing, the economic situation was unable to influence the decision to borrow online. And lifestyle is the most dominant variable in influencing the decision to borrow online among students in Banjar Baru City.

*Keywords: promotion, lifestyle, economy, referrals, ease of procedures, decision to borrow, online loans*

## PENDAHULUAN

Kebutuhan dalam memenuhi keperluan pribadi tidak hanya untuk kebutuhan pokok saja, namun juga untuk kebutuhan lainnya. Pandemi covid 19 sudah berlalu, namun pasca pandemi covid 19, masih menyisakan cerita dimana bagi sebagian kalangan, kebutuhan ekonomi yang mereka hadapi tidak mudah untuk diselesaikan. Maraknya pinjaman online yang saat ini berpromosi sebagai salah satu alternative pembiayaan bagisemua masalah finansial mereka.

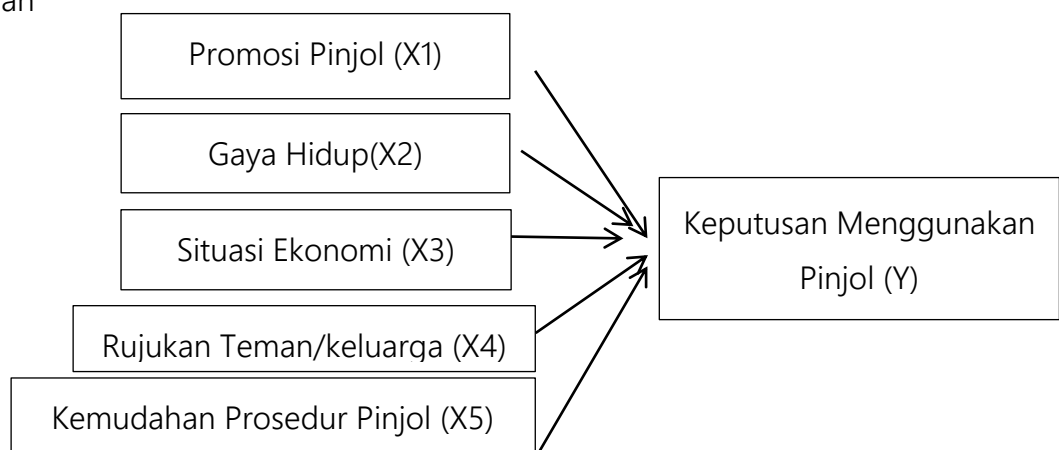
Mudahnya akses pembiayaan dan massive nya promosi yang dilakukan membuat para peminat pinjaman online semakin meningkat. Pada Maret 2024, OJK melaporkan terdapat Rp22,76 triliun untuk nilai penyaluran *fintech lending* atau pinjaman *online* (pinjol) di Indonesia, dengan jumlah akun peminjam sebanyak 9,78 akun. Dimana 7,3 juta akun peminjam berasal dari Pulau Jawa atau setara 75% dari total peminjam nasional. Indikasi ini menunjukkan bahwa antusiasme masyarakat cukup tinggi, terutama di wilayah pulau jawa.

Namun fenomena pinjaman online sudah tersebar ke seluruh wilayah Indonesia. Tidak terkecuali di wilayah kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Sebagai ibukota baru di provinsi ini, Banjarbaru juga dikenal sebagai kota pendidikan, dimana terdapat 3 universitas, beberapa sekolah tinggi lainnya. dan berdasarkan observasi awal penulis mewawancarai 15 orang mahasiswa dari 4 perguruan tinggi berbeda, diketahui 13 orang dari mereka memiliki akun dan pernah bahkan ada yang masih melakukan pinjaman secara online. Alasan mereka melakukan pinjaman online bermacam-macam, mulai dari memenuhi kebutuhan pribadi, bahkan sampai membayar uang kuliah.

Secara umum, mahasiswa sebagai kaum intelektual, seharusnya memiliki literasi yang kuat mengenai untung ataupun ruginya terlibat dalam bisnis pinjaman online. Banyak situs atrau aplikasi pinjaman online yang menjadi salah satu alternatif pembiayaan dapat dengan mudah diakses bagi mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka. Proses yang cepat dan persyaratan yang tidak terlalu ketat menjadikan pinjaman online semakin populer di kalangan mahasiswa. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat bahaya besar yang mengintai jika tidak dikelola dengan baik Penelitian ini ingin mengetahui apa saja yang menjadi pertimbangan mahasiswa memilih pinjaman online Pinjaman atau dalam bahasa keuangan disebut kredit. Pengguna layanan kredit atau yang biasa disebut nasabah, memiliki alternative memilih kredit mana yang aakaan di ambil. menurut (Griffin, 2002) Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit adalah suatu tindakan memilih satu alternatif dari serangkaian alternatif yang ada. Menurut Schiffman, Kanuk (2004, pada Kuncoro & Adithya, 2010) Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pengambilan kredit, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia alternatif lainnya. Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan mengambil kredit / pinjaman online menurut kotler (2015):

1. Faktor Internal yang terdiri dari
  - a. Faktor pribadi yang meliputi usia, dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, pendapatan
  - b. Faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap
2. Faktor eksternal yang terdiri dari :
  - a. Faktor sosial yaitu faktor lingkungan sekitar nasabah yang terdiri dari kelompok rujukan dan keluarga
  - b. Faktor Lokasi, Pelyanan dan Prosedur Kredit dari bank atau lembaga keuangan yang menawarkan kredit bagi nasabah

Kerangka Penelitian



## Gambar 1 kerangka penelitian

Sumber : Diolah Penulis

### Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa yang saat ini sedang menjalani aktivitas perkuliahan pada universitas atau sekolah tinggi di wilayah kota Banjarbaru serta pernah atau sedang memiliki pinjaman online saat diteliti pada periode oktober – September 2024. Sampel diambil dengan menggunakan accidental sampling dengan diperoleh 68 responden. Data responden diambil dengan pengisian kuesioner dan diolah data dengan menggunakan analisis regresi berganda melalui aplikasi SPSS versi 22.

### Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Berdasarkan hasil olah kuesioner, diketahui, gambaran umum objek penelitian antara lain:

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	40	19%
2	Laki-laki	28	47%
	Total	68	100%

Menurut jenis kelamin, responden di dominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 40 Orang atau sebesar 59% sedangkan sisanya sebesar 28% berjenis kelamin laki-laki. Dari sisi umur mahasiswa yang berkisaran 18-25 tahun di kelompokkan menjadi 3 yaitu:

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17-19 Tahun	13	19%
2	20-22 Tahun	32	47%
3	23-25 Tahun	23	34%
	Total	68	100%

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas mahasiswa yang nmenjadi responden di usia 20-22 Tahun sebanyak 32 Orang atau sebesar 47%,. Disusul responden berusia 23-25 tahun sebanyak 23 orang atau 34%. Dan sisanya sebesar 19% atau sebanyak 13 orang berusia 17-19 tahun.

Responden juga diketahui sebagian besar mahasiswa di jenjang Strata 1 dibandingkan di jenjang stata 2 ataupun diploma. Secara lengkap disajikan dalam tabel berikut:

No	Jenjang Perkuliahan	Frekuensi	Persentase
1	Diploma	11	16%
2	Strata 1	38	56%
3	Stara 2	19	28%
	Total	68	100%

Dalam keputusan melakukan pinjaman, maka peminjam juga mempertimbangkan apakah memiliki kemampuan membayar atau tidak. Kondisi ini diketahui bahwa responden memiliki karakteristik:

No	Kriteria mahasiswa	Frekuensi	Persentase
1	Mahasiswa tidak bekerja	29	43%
2	Mahasiswa sambil bekerja	39	57%
	Total	68	100%

Responden dalam penelitian ini ternyata didominasi oleh mahasiswa yang memiliki pekerjaan yaitu sebanyak 57% atau 39 orang responden sebagai mahasiswa sekaligus pekerja, dan sisanya 29 atau 43% responden merupakan mahasiswa tanpa status tambahan sebagai pekerja.

Identitas selanjutnya adalah mengetahui mahasiswa yang dituju merupakan mahasiswa perguruan tinggi swasta sebesar 69% atau sebanyak 47 orang. Sedangkan 21 orang lainnya atau sebesar 31% adalah mahasiswa yang kuliah di perguruan tinggi negeri.

No	Jenis PT Mahasiswa	Frekuensi	Persentase
1	PT Swasta	47	69%
2	PT Negeri	21	31%
	Total	68	100%

## 2. Hasil Uji Hipotesis

a. Berdasarkan hasil olah data SPSS diketahui bahwa pengujian parsial menunjukkan:

Keterangan (Variabel)	Hasil Uji			Keterangan
	Nilai Beta	t-hit	Sig	
Contsanta	4.376	2.667	0.010	Berpengaruh positif
Promosi Pinjol	0.361	2.527	0.014	Berpengaruh positif
Gaya Hidup	0.996	3.287	0.002	Berpengaruh positif
Situasi ekonomi	(0.009)	-0.005	0.996	Tidak berpengaruh
Rujukan Teman/Keluarga	(0.478)	-2.971	0.004	Berpengaruh negatif
Kemudahan Prosedur Pinjol	0.221	2.405	0.019	Berpengaruh positif

Dependent Variable: Keputusan Meminjam Online

Berdasarkan tabel di atas diketahui hubungan promosi pinjaman online, gaya hidup, situasi ekonomi, rujukan teman atau keluarga dan kemudahan prosedur pinjaman online secara parsial memiliki nilai masing masing yang dapat dimasukkan dalam persamaan regresi berganda yaitu:

$$Y = 4,376 + 0,361X_1 + 0,996X_2 - 0,009X_3 - 0,478X_4 + 0,221$$

Konstanta sebesar 4,376 nilai keputusan meminjam online para mahasiswa menunjukkan nilai keputusan mahasiswa tanpa adanya kelima variabel tersebut. Dan nilai keputusan akan naik sebesar 0,361 jika variabel promosi pinjaman online naik sebesar 1 dengan asumsi 4 variabel lainnya berada dalam kondisi konstan. Saat Variabel gaya hidup naik sebesar 1, namun 4 variabel lainnya konstan maka akan menaikkan nilai keputusan mahasiswa sebesar 0,999. Dan nilai ini merupakan nilai beta tertinggi, dan bisa dinyatakan bahwa variabel ini merupakan variabel paling dominan di antara 4 variabel lainnya.

Untuk variabel ke tiga yaitu situasi ekonomi, dalam penelitian ini menunjukkan nilai negative yang mengisyaratkan saat variabel ini bertambah 1, maka terjadi pengurangan nilai keputusan sebesar 0,009 dengan asumsi variabel lainnya tetap. Pengurangan nilai keputusan juga terjadi yaitu sebesar 0,478 saat terjadi penambahan 1 pada variabel rujukan teman/keluarga dengan asumsi variabel lainnya konstan. Terakhir, pada variabel kelima yaitu kemudahan prosedur pinjaman online memiliki nilai positif yang mengindikasikan penambahan nilai keputusan memilih pinjaman online di lingkungan mahasiswa sebesar 0,221 jika variabel ini bertambah 1 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Berdasarkan tabel di atas juga diketahui hasil uji t (uji parsial) antara variabel independen yaitu promosi pinjol, gaya hidup, situasi ekonomi, rujukan teman/keluarga dan kemudahan prosedur pinjol terhadap variabel dependent yaitu keputusan meminjam pinjaman online. Dimana dari 4 variabel independen, hanya variabel ke tiga yaitu situasi ekonomi yang memiliki nilai signifikan di atas *level of significant* yaitu 0,996 yang berarti tidak memiliki pengaruh terhadap variabel independen yaitu keputusan meminjam pinjaman online di kalangan mahasiswa. Dan ke 4 variabel lainnya yaitu promosi pinjol, gaya hidup, rujukan teman/keluarga dan kemudahan prosedur pinjol memiliki nilai di bawah *level of significant* 5% yang mengisyaratkan bahwa secara parsial ke empatnya memiliki pengaruh terhadap variabel independen yaitu keputusan meminjam pinjaman online di kalangan mahasiswa.

Untuk pengujian secara simultan, nilai signifikan yang diperoleh melalui tabel annova diketahui sebesar 0,000 yang berarti secara simultan, ke lima variabel independen yaitu promosi pinjol, gaya hidup, situasi ekonomi, rujukan teman/keluarga dan kemudahan prosedur pinjol berpengaruh terhadap variabel dependent yaitu keputusan meminjam pinjaman online. Nilai R senilai 0,636 menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa minjam online yang diproksi 5 variabel independen hanya sebesar 63,6% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Pembahasan

Hubungan promosi pinjaman online yang gencar dilakukan saat ini cukup massif dengan kehadirannya diberbagai platform media social. Dengan berbagai janji kemudahan dan kemurahan cicilan, tidak mengherankan apabila faktor ini ditemukan memberikan dampak positif dan berpengaruh. Hal yang sama juga diperkuat dengan penelitian Tolan (2021) yang menyatakan keberadaan promosi menguatkan eksistensi produk yang ditawarkan dan dengan bahasa dan visual yang menarik maka minat akan membeli produk akan naik pula. Nomleni dan Timo (2024) juga mengemukakan, konten iklan layanan pinjaman online yang dipublikasikan membuat gen Z secara implusif membeli layanan ini. bahkan OJK (2023) menyatakan generasi Gen Z dan Milenial merupakan generasi yang paling banyak berhutang.

Pada hubungan gaya hidup mahasiswa yang dikaitkan dengan keputusan mereka membeli layanan pinjaman online pada penelitian ini menunjukkan nilai positif dan berpengaruh. Tampaknya gaya hidup yang berubah seiring dengan perkembangan ekonomi dan kemajuan teknologi, memnuat kebutuhan akan pembiayaan memenuhi gaya hidupnya. Maulidina dan Hermawati (2024) menyatakan, kebanyakan masyarakat akan

memilih pinjaman online untuk memenuhi kebutuhan hidup dan gaya hidupnya yang terdesak yang turut dipengaruhi oleh faktor social dan budaya yang berkembang dewasa ini. penelitian ini juga menemukan hal yang sama, bahwa gaya hidup sangat mempengaruhi keputusan mahasiswa meminjam online, bahkan variabel ini yang paling dominan di antara empat variabel lainnya. maraknya keberadaan e-commerce, perkembangan fashion dan pengaruh influencer meningkatkan minat masyarakat umumnya dan mahasiswa khususnya untuk mengubah gaya hidup kearah yang lebih konsumtif.

Pengujian variabel ke tiga yaitu situasi ekonomi dalam penelitian ini tidak berhasil mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam meminjam secara online. Padahal kondisi ekonomi saat ini, terlebih pasca covid 19 masih belum dianggap stabil. Safira (2024) menemukan bahwa generasi muslim milenial di kota Banda Aceh walaupun diketahui bahwa dengan faktor ekonomi yang bagus tidak dapat menjamin untuk tidak menggunakan pinjaman online. Jika ditelaah lebih jauh, hasil penelitian ini bisa disebabkan bahwa mahasiswa yang menjadi responden sebagian besar memiliki penghasilan karena berstatus ganda sebagai mahasiswa dan pekerja, sehingga pendapatan yang mereka dapatkan masih bisa dianggap layak untuk bisa membayar pinjaman yang dilakukan. Padahal, ditengah ketidak pastian kondisi ekonomi, mereka bisa berfikir secara kritis terhadap potensi terhambatnya pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal dan remaja milenial yang menyebabkan kualitas hidup akibat beban finacial yang semakin berat bagi masyarakat dan remaja lokal.

Pengambilan keputusan terhadap pemakaian atau membeli sesuatu juga bisa dipengaruhi oleh keberadaan social yaitu teman ataupun keluarga. dan penelitian ini juga menemukan hubungan diantara kedua variabel ini, namun nilai beta yang bertanda negative, menghasilkan pengaruh negative atau jika keputusan membeli maka variabel rujukan teman/keluarga justru sebaliknya. Tingkat sosial yang tinggi, akan cenderung membuat seseorang mengikuti saran atas sesuatu (Safira, 2024). Rahmadyanto & Marlina Ekawaty (2023) juga menyatakan kedekatan seseorang dengan teman atau keluarga dan meminta saran akan menegaskan bahwa apa yang akan dilakukannya seperti meminjam online tidak salah dan biasa saja. Djaelani dan Sudjai (2015); dan Scully dan Moital (2016) juga menyatakan bahwa mahasiswa mudah dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal karena secara psikologis, kognitif, sosial mahasiswa masih rentan dengan perubahan karena kondisi emosi yang belum seimbang.

Variabel terakhir yang diteliti yaitu kemudahan prosedur pinjaman online juga memiliki hubungan positif dan berpengaruh terhadap keputusan meminjam online. Seperti

diketahui, perkembangan teknologi dan komunikasi, mendukung publikasi dan promosi pinjaman online kemasyarakatan. Salah satunya dengan menunjukkan kemudahan pengoperasian aplikasi termasuk kemudahan pengajuan pinjaman. Secara umum mahasiswa belum memiliki pekerjaan yang menjanjikan untuk menunjang kemampuan finansial dan gaya hidupnya (Darmawan, 2012). Namun kemudahan yang diberikan menjadikan pinjaman online sebagai alternatif pembiayaan bagi para mahasiswa. Walaupun responden mahasiswa dipenelitian ini memiliki pekerjaan paruh waktu. Mendukung pernyataan Ramadani (2016) yang menyatakan bahwa tingkat konsumsi mahasiswa semakin meningkat akibat kemudahan bertransaksi yang semakin berkembang akibat teknologi.

### SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama – sama variabel independen yaitu promosi pinjaman online, gaya hidup, situasi ekonomi, rujukan teman/keluarga dan kemudahan prosedur pinjaman online mampu berpengaruh terhadap variabel dependent yaitu keputusan meminjam pinjaman online di kalangan mahasiswa di kota Banjar Baru. Sedangkan secara parsial hanya variabel situasi ekonomi yang tidak mempengaruhi yaitu keputusan meminjam pinjaman online di kalangan mahasiswa di kota Banjar Baru. Sedangkan 4 variabel lainnya yaitu promosi pinjaman online, gaya hidup, rujukan teman/keluarga dan kemudahan prosedur pinjaman online mampu berpengaruh terhadap variabel dependent yaitu keputusan meminjam pinjaman online di kalangan mahasiswa di kota Banjar Baru.

### DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Kotler (2015), "Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition",. England : Pearson Education, Inc.
- Djaelani, M. & Sudjai. (2015). Peran Kemampuan Dosen dan Metode Pembelajaran Terhadap Kualitas Layanan Kepada Mahasiswa, Jurnal Ilmiah Manajemen Pendidikan Indonesia, 2(2), 111-126.
- Engkos Ahmad Kuncoro, Adithya Wiranegara. 2010. Pengaruh Promosi Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Telkom Speedy. Jurnal Manajemen ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (I.S.E.I), volume 1 nomor 2 pp. 132 -145
- Griffin, Jill, (2002), Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan. Kesetiaan Pelanggan, Erlangga, Jakarta

- Maulidina, Sarah & Rina Hermawati. (2024) Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kota Jakarta terhadap Pinjaman Online Ceria BRI. ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial dan Budaya Volume 13, Nomor 2.
- Nabila, Safira (2021). Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi, Sosial Dan Budaya Terhadap Penggunaan Pinjaman Online Pada Generasi Muslim Milenial Kota Banda Aceh. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Rahayu Mardikaningsih, dkk. (2020). Hubungan Perilaku Konsumtif dan Minat Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman Online. Jurnal Simki Pedagogia, Volume 3 Issue 6
- Ramadani, Laila. (2016). Effects of Use of Debit Cards and Electronic Money (EMoney) on Schiffman. L. & L.L. Kanuk. (2010). Perilaku Konsumen. PT INDEKS: Jakarta.
- Scully, K., & M. Moital. (2016). Peer Influence Strategis in Collectively Consumed Products. Young Consumer, 17(1), 46-63.
- Student Consumption Expenditures. JESP, 8 (1). Darmawan, D. (2002). Model perilaku konsumen individu, Jurnal Ekonomi-Manajemen, 2(1), 110.