

EISSN : [27164012](#)

ISSN : [23384751](#)

## DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah

Jl. Maulana Yusuf No.10 Babakan, Kecamatan Tangerang, Kota  
Tangerang, 15118 Banten

---

### TANGGAPAN PENGGUNA PINJAMAN ONLINE DITINJAU DARI ELABORATION LIKELIHOOD MODEL

<sup>1</sup>Ananto Akbar; <sup>2</sup>Deddy Irwandy; <sup>3</sup>Ratih Kurnia Hidayati

<sup>123</sup>LSPR Institute of Communication & Business

Email: [ratih.kh@lspr.edu](mailto:ratih.kh@lspr.edu)

Article Information :

Submitted 12 Juli 2024

Revised 5 Agustus 2024

Published 5 Agustus 2024

#### ABSTRACT

*Online loans have become a popular phenomenon in the modern financial sector, allowing individuals to obtain additional funds quickly and easily without complicated procedures at banks. Despite its convenience, online lending also faces challenges such as the risk of fraud, lack of financial understanding and the problem of missed payments. This article discusses the growth of online lending in Indonesia, starting with the emergence of Financial Technology (fintech) companies that combine finance with information technology. The Financial Services Authority (OJK) notes that most online loans are used for financing Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). However, there is also the phenomenon of online loans that cause problems in society. Financial education is crucial in improving people's understanding of finance and managing online loans responsibly. In recent years, the use of debt to meet the needs of life has increased, but self-control in borrowing decisions is affected by the supply side. In conclusion, it is important to understand both the benefits and risks of online lending and the importance of financial literacy in managing personal finances.*

**Keywords** : *elaboration likelihood theory, uncertainty reduction theory, Online loans, consumer, individual*

## ABSTRAK

Pinjaman *online* telah menjadi fenomena populer dalam sektor keuangan modern, memungkinkan individu memperoleh dana tambahan dengan cepat dan mudah tanpa prosedur yang rumit di bank. Meskipun memberikan kemudahan, pinjaman *online* juga menghadapi tantangan seperti risiko penipuan, kurangnya pemahaman keuangan dan masalah pembayaran yang tidak dilakukan. Artikel ini membahas pertumbuhan pinjaman *online* di Indonesia, dimulai dengan munculnya perusahaan *Financial Technology (fintech)* yang menggabungkan keuangan dengan teknologi informasi. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat bahwa sebagian besar pinjaman *online* digunakan untuk pembiayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Namun, ada juga fenomena pinjaman *online* yang menimbulkan masalah dalam masyarakat. Pendidikan keuangan sangat penting dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang keuangan dan pengelolaan pinjaman *online* dengan tanggung jawab. Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan utang untuk memenuhi kebutuhan hidup meningkat, tetapi pengendalian diri dalam keputusan peminjaman dipengaruhi oleh sisi penawaran. Kesimpulannya, penting untuk memahami baik untuk manfaat maupun risiko pinjaman *online* dan pentingnya literasi keuangan dalam mengelola keuangan pribadi.

**Kata Kunci** : *elaboration likelihood theory, uncertainty reduction theory, Pinjaman online, konsumen, individu*

## PENDAHULUAN

Teknologi dimasa kini membawa pengaruh besar bagi kehidupan manusia terutama teknologi informasi yang berkembang sangat pesat. Perkembangan teknologi informasi ini menawarkan berbagai kemudahan dan keuntungan dalam menjalankan berbagai aktivitas. Saat ini di Indonesia *Financial Technology* atau *Fintech* berjenis peer-to-peer lending sedang naik daun, khususnya pinjaman online karena terbukti banyak peminatnya (Mentari, 2021; Zefanya et al., 2022).

Masyarakat digital terbentuk karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Tercipta budaya baru yaitu budaya digital dimana berbagai kegiatan manusia menyesuaikan diri ke budaya digital (Olih Solihin et al., 2023). Transformasi ini masuk ke berbagai aktivitas manusia bahkan kedalam bidang keuangan yang selanjutnya merubah pola perilaku masyarakat ke pergeseran pola yang konsumtif karena kemudahan akses keruangan digital. Pada era konvensional masyarakat harus bertemu langsung atau bertatap muka dengan para petugas di lembaga keuangan. Namun dengan adanya perkembangan teknologi masyarakat cukup menggunakan media gadget atau laptop, maka seseorang bisa langsung melakukan transaksi. *Fintech* terbagi menjadi beberapa jenis, jenis *fintech* yang sangat populer di Indonesia yaitu Peer To Peer (P2P) Lending atau sering disebut pinjaman online (Nabilla Nurdina & Ima Amailah, 2023).

Fenomena pinjaman online dimulai dengan munculnya perusahaan *Financial Technology (fintech)*, yang menggabungkan bidang keuangan dengan teknologi informasi. Seiring perkembangan teknologi, layanan pinjaman online tumbuh pesat di Indonesia. OJK juga mencatat adanya fenomena di masyarakat terkait pinjaman online ilegal dimana banyak orang meminjam namun enggan membayar (Pitaloka, 2020)

Hingga pada Oktober 2021, *fintech* dalam sektor lending menyalurkan pembiayaan sebesar Rp 27,91 T. Penyaluran pembiayaan tersebut meningkat sebesar 42% sepanjang 2021 (Rahmadyanto & Ekawaty, 2023). Pinjaman online telah menjadi inovasi yang populer dalam sektor keuangan modern, memungkinkan individu memperoleh dana tambahan dengan mudah dan cepat tanpa perlu melalui prosedur rumit di bank. Disebutkan dalam

pemberitaan tirto.id pada 9 Januari 2024, bahkan dengan meningkatnya animo masyarakat atas pinjaman online membuat Otoritas Jasa Keuangan membentuk Satuan Tugas Pemberantasan Aktivitas Keuangan Ilegal yang berhasil menghentikan kegiatan operasional 2.248 pinjaman online ilegal dan 40 investasi bodong sepanjang tahun 2023.

Menurut Aidha (2019) salah satu faktor yang mendorong preferensi masyarakat terhadap pinjaman online yaitu karena kemudahannya dalam proses peminjaman dengan syarat yang mudah dan proses yang cepat tanpa harus pergi ke lembaga keuangan, dan mudah dicairkan (Nabilla Nurdina & Ima Amailah, 2023). Adapun alasan masyarakat melakukan pinjaman uang secara online yaitu kebutuhan perekonomian yang mendesak, biaya pendidikan serta modal usaha guna membantu memenuhi kekurangan dalam mencukupi kebutuhan sehari-hari yang berkaitan dengan kebutuhan finansial atau kebutuhan yang berkaitan dengan keuangan, modal usaha sendiri digunakan oleh masyarakat untuk membangun kembali perekonomian yang sedang menurun, akibat pendapatan yang tidak sesuai dengan pengeluaran (Nurazkiyanti et al., 2023).

Meskipun memberikan kemudahan, pinjaman online juga menghadapi tantangan seperti risiko penipuan, kurangnya pemahaman keuangan, dan masalah pembayaran yang tidak dilakukan oleh sebagian individu. Berbagai teror menyerang, bahkan sampai ada yang mengakhiri hidupnya karena tidak sanggup menyelesaikan utang pinjaman online (Wardani et al., 2023)

Dari beberapa masalah yang muncul dari penggunaan pinjaman online, tentunya keinginan calon pengguna untuk menggunakan pinjaman online dipicu oleh berbagai faktor. Faktor perilaku pengguna dapat menjadi salah satu faktor yang bisa dilihat dan diukur. Elaboration likelihood model dapat melihat perilaku pengguna berdasar tanggapan pengguna aktif pinjaman online.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **ELABORATION LIKELIHOOD MODEL**

Salah satu teori komunikasi, *Elaboration Likelihood Model* (ELM), menjelaskan bagaimana strategi komunikator dikomunikasikan. Sikap komunikasi yang diinginkan secara kognitif, afektif, dan konotatif akan muncul sebagai hasil dari kualitas pesan dan komunikator yang baik (Griffin, 2011).

*Elaboration Likelihood Model* (ELM) pertama kali dikembangkan oleh Petty & Cacioppo pada tahun 1986, dan model ini dianggap sebagai kerangka kerja yang sangat berguna untuk mengatur, mengklasifikasikan, serta memahami dasar-dasar dari efektivitas komunikasi persuasif. ELM berusaha untuk menggambarkan berbagai pendekatan yang digunakan individu dalam menilai informasi yang mereka terima. Ada situasi dimana seseorang akan menilai pesan dengan tingkat kompleksitas dan pemikiran kritis yang tinggi, sementara dalam situasi lain mereka dapat menilainya dengan cara yang lebih sederhana dan kurang memerlukan pemikiran kritis yang mendalam (Irwandy & Rachmawati, 2018; Surjadi et al., 2023).

Dalam teori ELM, terdapat dua jalur persuasi yang dikenal sebagai "Rute Sentral" (*Central Route*) dan "Rute Perifer" (*Peripheral Route*). Individu akan ditempatkan dalam salah satu dari dua jalur persuasi ini berdasarkan pada cara mereka memproses informasi yang mereka terima, apakah itu melalui pemikiran yang mendalam dan rumit atau melalui pemrosesan yang lebih sederhana. Pemikiran kritis atau elaborasi informasi terjadi pada jalur sentral, sementara kurangnya pemikiran kritis terjadi pada jalur perifer (Littlejohn & Foss, 2010).

Pada rute sentral, ketika seseorang telah memiliki pemikiran mengenai suatu pesan yang diterimanya, kemudian akan diintegrasikan pemikiran ke dalam struktur kognitif secara keseluruhan namun dipengaruhi faktor sikap yang terbentuk (yang tidak selalu menjadi rasional atau akurat). Sehingga perubahan tersebut cenderung lebih kuat dan mungkin mempengaruhi perilaku secara lebih berkelanjutan. Sementara rute periferal perubahan sikap tidak selalu membutuhkan evaluasi informasi yang disajikan oleh media massa atau sumber lainnya, sehingga berdampak minimal pada perilaku sikap (Anandra et al., 2020; Norhabiba, 2019).

## KONSUMEN

Konsumen, dalam konteks ekonomi dan pemasaran, merujuk pada individu atau kelompok yang menggunakan barang dan jasa. Asal usul istilah “konsumen” berasal dari bahasa Inggris “consumer” atau dalam bahasa Belanda “consument/konsument”. Konsumen memasuki kelompok tertentu berdasarkan tujuan penggunaan barang dan jasa yang mereka pilih. Perilaku konsumen menjadi fokus utama dalam studi pemasaran karena mencerminkan tindakan individu dalam mencari, membeli, menggunakan, menilai dan menghapus produk serta layanan dengan harapan bahwa kebutuhan mereka terpenuhi.

Menurut Diop (2012) perilaku konsumen mencakup beberapa nilai yang secara signifikan mempengaruhi pilihan belanja dan konsumsi konsumen, dan nilai-nilai tersebut meliputi pengetahuan, tata krama, kepercayaan, dan adat istiadat. Sedangkan menurut Agarwala, Mishra, and Singh (2018) perilaku konsumen digambarkan sebagai sikap, nilai, dan tindakan yang diekspos dalam perspektif konsumsi oleh konsumen. Persepsi perilaku konsumen ini gagal memunculkan aspek psikologis yang terkait dengan perilaku konsumen (Nassè, 2021).

Studi perilaku konsumen juga melibatkan pemahaman mendalam tentang siklus hidup produk, tren pasar dan strategi pemasaran yang efektif. Pentingnya memahami kebutuhan konsumen secara mendalam untuk mengembangkan produk dan layanan yang relevan dan diminati oleh pasar (Irwandy & Rachmawati, 2018).

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yang meliputi kebudayaan, sosial, pribadi, psikologis dan ekonomi. Studi perilaku konsumen menjadi krusial dalam memahami bagaimana individu memilih serta menggunakan produk. Faktor-faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumen:

1. Faktor kebudayaan: Kebudayaan mencakup nilai-nilai, norma dan tradisi yang memengaruhi preferensi konsumen. Sub-budaya dan kelas sosial juga turut berperan dalam membentuk perilaku konsumen.
2. Faktor sosial: Interaksi sosial dan lingkungan sekitar memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumen. Keluarga, kelompok referensi, peran sosial dan status sosial merupakan contoh faktor sosial yang memengaruhi keputusan pembelian.
3. Faktor pribadi: Faktor pribadi seperti usia, pekerjaan, penghasilan, gaya hidup, kondisi ekonomi dan kepribadian individu memainkan peran penting dalam menentukan preferensi dan keputusan konsumen.
4. Faktor psikologis: Motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan serta proses belajar individu mempengaruhi perilaku konsumen secara signifikan. Faktor psikologis ini seringkali sulit diukur secara langsung tetapi memiliki pengaruh besar dalam keputusan pembelian.

5. Faktor ekonomi: Pendapatan keluarga, harga produk, kondisi ekonomi masyarakat dan faktor-faktor ekonomi lainnya juga turut memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk atau jasa (Syam, Dilla, & Musa, 2019).

## UNCERTAINTY REDUCTION THEORY

Berdasarkan *Uncertainty Reduction Theory*, individu menggunakan berbagai strategi untuk membuat keputusan tentang pinjaman online. Strategi tersebut meliputi strategi pasif, aktif dan interaktif. Dalam konteks pinjaman online, penggunaan strategi pasif dapat terlihat dari perilaku konsumen yang mengamati informasi produk dan reputasi pemberi pinjaman. Strategi aktif tercermin dalam upaya konsumen untuk mencari informasi sendiri atau melalui sumber lain untuk mengurangi ketidakpastian terkait transaksi pinjaman online. Sementara itu, strategi interaktif muncul ketika konsumen berinteraksi langsung dengan pemberi pinjaman untuk memperoleh informasi tambahan sebelum membuat keputusan pinjaman (Rahmat & Irwansyah, 2021).

Penggunaan *Uncertainty Reduction Theory* membantu dalam membangun kepercayaan dan mengurangi ketidakpastian, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kesuksesan transaksi pinjaman. Selain itu strategi di dalam *Uncertainty Reduction Theory* dapat diterapkan dalam konteks online seperti pada *platform peer-to-peer* (P2P). (Larrimore, Jiang, Larrimore, Markowitz, & Gorski, 2011).

Dengan demikian *Uncertainty Reduction Theory* memberikan pandangan yang berharga tentang bagaimana individu menggunakan strategi komunikasi untuk mengurangi ketidakpastian dalam membuat keputusan tentang pinjaman online. Strategi pasif, aktif dan interaktif menjadi kunci dalam membantu individu mengelola ketidakpastian mereka dan mempengaruhi keberhasilan transaksi pinjaman online.

Salah satu upaya yang disediakan agar menarik minat konsumen ialah adanya fitur layanan yang tersedia. Fitur layanan adalah jenis penerapan konsep promosi untuk menarik minat konsumen terhadap penggunaan suatu produk. Menurut Poon (2008) beberapa indikator untuk mengukur fitur layanan antara lain sebagai berikut: 1. Kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa 2. Keberagaman layanan transaksi 3. Keberagaman fitur 4. Inovasi produk (Badaruddin & Risma, 2021). Menurut (Brunette, 2017) interaksi terjadi ketika layanan yang baru diperkenalkan mengubah perilaku layanan yang sudah ada. Seseorang mampu membedakan antara interaksi positif dan negatif tergantung pada apakah perilaku yang dihasilkan adalah perilaku yang diinginkan dan berguna atau mengganggu dan berbahaya. Layanan itu sendiri terdiri dari layanan dasar, yang disebut fitur. Dengan demikian, masalah interaksi dapat diungkap baik pada tingkat layanan maupun fitur.

## METODE

Penggunaan metode menggunakan teknik kuantitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kriteria masyarakat pengguna aktif pinjaman online. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Jumlah sampel penelitian sebanyak 34 responden yang menanggapi Kuesioner. Metode analisis yang digunakan yaitu Statistik Deskriptif.

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu data secara statistik. Statistik deskriptif, juga dikenal sebagai statistik deduktif, statistik sederhana atau *descriptive statistic*, adalah cabang statistik yang mencakup metode untuk menghimpun, menyusun, mengolah, menyajikan dan menganalisis data numerik. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran yang teratur, ringkas dan jelas tentang suatu fenomena, peristiwa

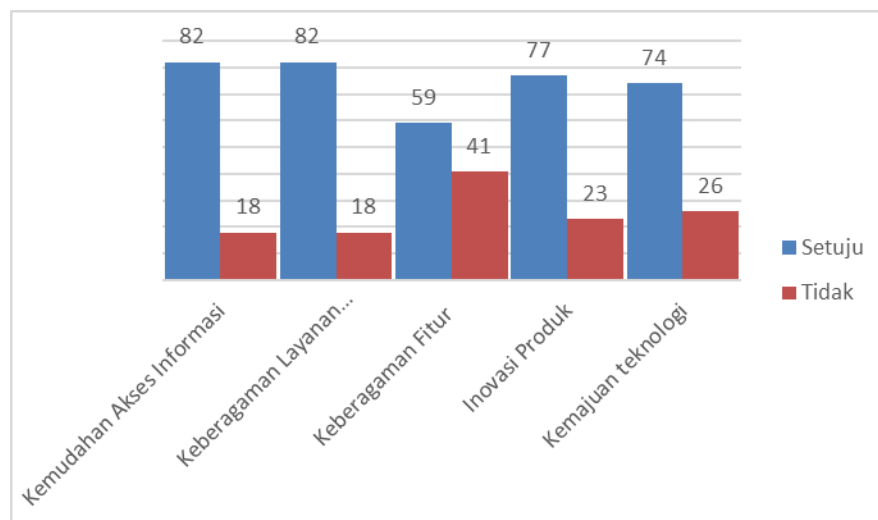
atau keadaan. Dengan kata lain, statistik deskriptif bertugas mengorganisasi dan menganalisis data numerik untuk memberikan gambaran yang terstruktur, singkat dan jelas mengenai suatu fenomena, peristiwa atau keadaan sehingga dapat diambil pengertian atau makna tertentu dari data tersebut

Pengukuran kuesioner dilakukan dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Nabilla Nurdina & Ima Amailah, 2023). Dengan skala likert, variabel-variabel dirinci menjadi indikator-indikator yang terukur, yang kemudian dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan item-item pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner yang akan dijawab oleh responden

## TEMUAN HASIL PENELITIAN

### Sentral Elaborasi

Pada elaborasi sentral, kriteria yang dilihat menggunakan kuesioner mengenai Kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa, Keberagaman layanan transaksi, Keberagaman fitur dan Inovasi produk. Berikut hasil temuan pada elaborasi sentral



Gambar 1. Hasil Elaborasi Sentral

Sumber: Olahan Data, 2024

Berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan, kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa mengenai persepsi terhadap kemudahan dan kecepatan proses pinjaman online, ditemukan bahwa mayoritas responden, yaitu sebanyak 82%, menyatakan bahwa pinjaman online memang menawarkan kemudahan dan proses yang sepat. Sebaliknya, sebanyak 18% responden berpendapat bahwa pinjaman online tidak memberikan kemudahan dan kecepatan seperti yang diharapkan. Hasil ini menunjukkan adanya kecenderungan positif dalam persepsi masyarakat terhadap layanan pinjaman online, meskipun masih terdapat sebagian kecil yang meragukan efisiensi dari layanan tersebut.

Mengenai dampak kenaikan harga kebutuhan pokok terhadap penggunaan aplikasi pinjaman online, sebanyak 34 responden didapati 82% mengakui bahwa tekanan akibat kenaikan harga kebutuhan pokok telah mendorong mereka untuk menggunakan aplikasi pinjaman online. Sebaliknya, 18% responden menyatakan bahwa kenaikan harga kebutuhan pokok tidak menyebabkan mereka terdesak untuk menggunakan layanan tersebut. Temuan

ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat merasakan tekanan ekonomi yang signifikan, yang mengarahkan mereka pada solusi cepat seperti aplikasi pinjaman online untuk memenuhi kebutuhan finansial mendesak.

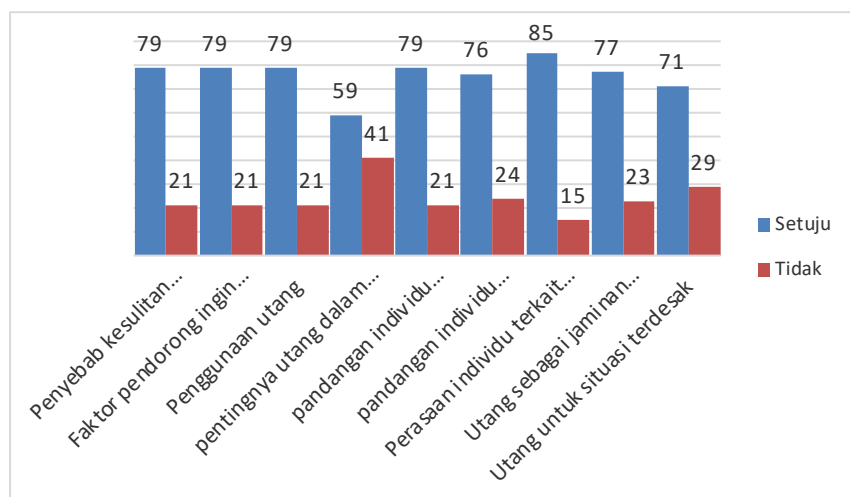
Berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan, Keberagaman fitur mengenai pinjaman online menjadikan pilihan yang populer untuk memenuhi kebutuhan keuangan, didapatkan hasil popularitas pinjaman online sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan keuangan, ditemukan bahwa 59% responden menyatakan bahwa pinjaman online menjadi pilihan yang populer. Sebaliknya, 41% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun lebih dari setengah responden melihat pinjaman online sebagai opsi yang populer, masih ada proporsi yang signifikan dari masyarakat yang mungkin memilih alternatif lain atau tidak menganggap pinjaman online sebagai solusi utama untuk kebutuhan keuangan mereka.

Hasil kuesioner yang dilakukan Inovasi produk mengenai aplikasi pinjaman online menjadi salah satu inovasi pada sektor keuangan modern? didapatkan bahwa 77% responden setuju bahwa aplikasi pinjaman online merupakan salah satu inovasi dalam sektor keuangan modern. Sebaliknya, 23% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengakui peran penting aplikasi pinjaman online sebagai inovasi yang signifikan dalam memodernisasi sektor keuangan, meskipun ada sebagian kecil yang masih meragukan kontribusi inovatif dari layanan tersebut.

Hasil kuesioner mengenai pandangan masyarakat terhadap kemajuan teknologi dan perannya dalam aplikasi pinjaman online, ditemukan bahwa 74% responden setuju bahwa kemajuan teknologi telah menjadikan aplikasi pinjaman online sebagai solusi yang mudah, cepat, dan praktis bagi individu dalam memenuhi kebutuhan keuangan. Sebaliknya, 26% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengakui bahwa kemajuan teknologi telah memberikan dampak positif terhadap efisiensi dan kemudahan akses layanan keuangan melalui aplikasi pinjaman online, meskipun masih terdapat sebagian yang belum sepenuhnya merasakan manfaat tersebut.

### Periferal elaborasi

Pada periferan elaborasi, terdapat sembilan pernyataan yang dapat melihat faktor dan perilaku pengguna berdasar tanggapan dari pengguna aktif pinjaman online.



Gambar 2. Hasil Periferan Elaborasi  
Sumber: Olahan Data, 2024

Dari diagram di atas, pada pernyataan nomer satu mengenai penyebab kesulitan keuangan dan penggunaan aplikasi pinjaman online, ditemukan bahwa 79% responden setuju bahwa kesulitan keuangan tidak hanya disebabkan oleh pendapatan yang rendah, tetapi juga dapat muncul akibat kesalahan dalam mengelola keuangan, sehingga mengharuskan mereka untuk menggunakan aplikasi pinjaman online. Sebaliknya, 21% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyadari bahwa manajemen keuangan yang buruk, selain faktor pendapatan, berkontribusi signifikan terhadap kesulitan keuangan yang dihadapi, sehingga mendorong mereka untuk mencari solusi cepat melalui aplikasi pinjaman online.

Hasil kuesioner mengenai faktor pendorong keinginan untuk berutang melalui aplikasi pinjaman online, ditemukan bahwa 79% responden setuju bahwa keinginan untuk berutang muncul ketika ada kebutuhan tertentu yang memerlukan dana melebihi pendapatan yang tersedia, sehingga mengharuskan mereka untuk menggunakan jasa aplikasi online. Sebaliknya 21% responden tidak setuju dengan hal tersebut. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden mengakui bahwa kebutuhan mendesak yang tidak dapat dipenuhi oleh pendapatan mereka mendorong penggunaan aplikasi pinjaman online sebagai solusi keuangan, meskipun ada sebagian kecil yang tidak merasakan hal tersebut.

Hasil kuesioner mengenai penggunaan utang dalam perilaku ekonomi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidup, ditemukan bahwa 79% responden setuju bahwa beberapa masyarakat kian terdesak karena sering menggunakan utang sebagai salah satu pilihan dalam perilaku ekonomi mereka. Sebaliknya, 21% responden tidak setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menyadari adanya tekanan yang semakin dirasakan oleh masyarakat akibat kebiasaan berutang untuk memenuhi kebutuhan hidup, meskipun sebagian kecil tidak merasakan tekanan tersebut.

Hasil kuesioner mengenai pentingnya utang dalam perilaku ekonomi yang berkaitan dengan uang, sebanyak 59% responden setuju bahwa utang merupakan salah satu aspek terpenting dalam perilaku ekonomi tersebut. Sebaliknya, 41% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun mayoritas responden mengakui peran signifikan utang dalam perilaku ekonomi yang melibatkan uang, masih ada proporsi yang cukup besar dari responden yang tidak menganggap utang sebagai aspek yang paling penting dalam konteks tersebut.

Hasil kuesioner mengenai pandangan individu terhadap uang sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas hidup, sebanyak 79% responden setuju bahwa beberapa individu melihat uang sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas hidup. Sebaliknya, 21% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memandang uang sebagai alat penting untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup mereka, meskipun ada sebagian kecil yang tidak setuju dengan pandangan tersebut.

Hasil kuesioner mengenai pandangan individu terhadap uang sebagai sarana untuk meningkatkan status sosial, ditemukan bahwa 76% responden setuju bahwa beberapa individu melihat uang sebagai sarana untuk meningkatkan status sosial. Dan 24% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hasil kuesioner ini menunjukkan bahwa mayoritas responden mengakui bahwa uang dianggap oleh banyak individu sebagai alat untuk meningkatkan status sosial mereka, meskipun ada sejumlah responden yang tidak sependapat dengan pandangan ini.



Hasil kuesioner mengenai perasaan individu terkait ketidakberadaan uang, didapati bahwa 85% responden merasa cemas atau takut saat tidak memiliki uang. Sebaliknya, 15% responden tidak merasakan kecemasan atau ketakutan dalam situasi tersebut. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden mengalami kecemasan atau ketakutan yang signifikan ketika mereka tidak memiliki uang, dan sebagian kecil tidak mengalami perasaan tersebut.

Hasil kuesioner mengenai pandangan individu terhadap utang sebagai jaminan untuk masa depan, ditemukan hasil kuesioner bahwa 77% responden setuju bahwa kebanyakan individu melihat utang sebagai jaminan untuk masa depan. Sebanyak 23% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menganggap utang sebagai salah satu cara untuk menjamin masa depan mereka, meskipun ada sebagian yang tidak sependapat dengan pandangan ini.

Hasil kuesioner mengenai kecenderungan penggunaan utang sebagai upaya untuk menghindari situasi yang terdesak dan tidak diinginkan, ditemukan bahwa 71% responden setuju bahwa kebanyakan dari mereka akan cenderung menggunakan utang dalam situasi tersebut. Sebaliknya, 29% responden tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung menggunakan utang sebagai strategi untuk menghindari keadaan mendesak yang tidak diinginkan, meskipun ada sejumlah responden yang tidak memiliki kecenderungan tersebut.

## **DISKUSI**

Dari penggunaan elaboration likelihood model dan juga berdasar hasil kuesioner yang didapat dari 34 responden, maka sudah tergambar faktor perilaku pengguna aktif aplikasi pinjaman online. Penjabaran sederhana dari teori elaboration likelihood model pada Rute Sentral (*Central Route*) dan Rute Periferal (*Peripheral Route*) yakni individu memproses informasi yang mereka terima, apakah itu melalui pemikiran yang mendalam dan rumit atau bisa disebut jalur sentral, dan individu memproses informasi yang mereka terima secara sederhana atau bisa disebut jalur periferal (Littlejohn & Foss, 2010).

Perilaku pengguna aktif sesuai dengan penjabaran dari faktor perilaku konsumen dalam memilih serta menggunakan produk pinjaman online. Faktor pribadi, psikologis dan ekonomi turut memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk atau jasa (Syam, Dilla, & Musa, 2019).

Fitur layanan tercermin pada hasil kuesioner mengenai fitur pada pinjaman online. Tentunya fitur layanan mendukung dalam menarik minat konsumen untuk menggunakan produk pinjaman online. Fitur tersedia seperti kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk (Badaruddin & Risma, 2021). Dari fitur layanan bisa menjadi salah satu strategi membantu dalam membangun kepercayaan dan persuasi secara online, dengan memberikan informasi yang lebih detail untuk mengurangi ketidakpastian dan membangun keyakinan pemberi pinjaman terhadap kemampuan peminjam untuk membayar kembali pinjaman.

## **KESIMPULAN**

Fenomena pinjaman online *Financial Technology (fintech)*, yang menggabungkan bidang keuangan dengan teknologi informasi dengan memberikan layanan pinjaman online tumbuh pesat di Indonesia. Salah satu faktor yang mendorong preferensi masyarakat terhadap pinjaman online yaitu karena kemudahannya dalam proses peminjaman dengan syarat yang

mudah dan proses yang cepat tanpa harus pergi ke lembaga keuangan, dan mudah dicairkan. Untuk pengguna aktif pinjaman online, pengguna tetap perlu memperhatikan secara baik manfaat pinjaman online, memahami literasi keuangan dalam mengelola keuangan pribadi sehingga tidak menjadi maupun risiko pinjaman *online* di kemudian hari.

## REFERENSI

- Anandra, Q., Uljanatunnisa, U., & Cahyani, I. P. (2020). Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye "Go Green, No Plastic" Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 9(2), 96. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i2.3421>
- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak). *Margin*, 1(1), 1–13.
- Brunette, W. (2017). Extended Abstract. *Proceedings of the 2017 Workshop on MobiSys 2017 Ph.D. Forum*, 15–16. <https://doi.org/10.1145/3086467.3086475>
- Irwandy, D., & Rachmawati, D. (2018). PENERAPAN ELABORATION LIKELIHOOD THEORY DALAM MEMPENGARUHI KONSUMEN PADA PEMILIHAN PRODUK TELEPON GENGAM. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 201. <https://doi.org/10.32509/wacana.v17i2.644>
- Mentari, A. M. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pemberian Kredit Pinjaman Online (Studi Kasus PT. Cicil Solusi Mitra Teknologi). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1–12.
- Nabilla Nurdina, & Ima Amailah. (2023). Preferensi Masyarakat Kota Bandung Terhadap Pinjaman Online. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 33–38. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v3i1.1908>
- Nassè, D. T. B. (2021). The Concept Of Consumer Behavior: Definitions In A Contemporary Marketing Perspective. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 3(8), 303–307. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v3i8.253>
- Norhabiba, F. (2019). Aplikasi Elaboration Likelihood Model Theory dalam Iklan Calon Gubernur 2018 terhadap Perilaku Memilih. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 101. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1932>
- Nurazkiyanti, S. A., Prihantono, P., & Nurjannah, S. (2023). DAMPAK PINJAMAN UANG BERBASIS ONLINE TERHADAP KEBUTUHAN FINANSIAL MASYARAKAT DI KECAMATAN PONTIANAK KOTA ( STUDI KOMPARASI PINJAMAN ONLINE LEGAL DAN ILEGAL). *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(2), 172–183. <https://doi.org/10.24260/jkubs.v2i2.2056>
- Olih Solihin, Muhammad Ruli, & Ballian Siregar. (2023). TRANSFORMASI BUDAYA DIGITAL: INTERAKSI KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENJUAL DAN PEMBELI. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 29(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33751/wahana.v29i1>
- Rahmadyanto, B. P., & Ekawaty, M. (2023). Tren Pinjaman Online Dalam Milenial: Telaah Kontributor Internal Dan Eksternal. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 2(2), 249–258.
- Surjadi, C. C., Teofilus, T., Gosal, G. G., Setiobudi, A., & Mudzakkir, M. F. (2023). ELM (Elaboration Likelihood Model) paradigm in snack SMEs: Experimental study. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(3), 317–331. <https://doi.org/10.21067/jem.v18i3.7445>
- Wardani, Y. K., Rohaini, R., Rusmawati, D. E., Nurhasanah, S., & Akbar, M. K. (2023). SOSIALISASI LEGALITAS DAN BAHAYA PINJAMAN ONLINE PADA MASYARAKAT PEKON SUKABUMI, KECAMATAN BATU BRAK, LAMPUNG BARAT. *BUGUH: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 3(3), 276–284. <https://doi.org/10.23960/buguh.v3n3.857>
- Zefanya, J., Arvante, Y., & Semarang, U. N. (2022). Dampak Permasalahan Pinjaman Online dan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Pinjaman Online The Impact of Online Loan Problems and Legal Protection for Online Loan Consumers. *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal*, 2(1), 73–87.