

## *The Influence of Consumer Legal Literacy, Digital Contract Transparency, and Fear of Debt on Decisions to Use Online Loan Services*

### **Pengaruh Literasi Hukum Konsumen, Transparansi Kontrak Digital, dan Ketakutan Terjerat Utang terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pinjaman Online**

**Frido Evindey Manihuruk<sup>1\*</sup>, Theresia Sihombing<sup>2</sup>, Bonaraja Purba<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Sumatera Utara, Indonesia

(\*) Corresponding Author: [frido.7223240027@mhs.unimed.ac.id](mailto:frido.7223240027@mhs.unimed.ac.id)

#### Article info

<p><b>Keywords:</b>  <i>Consumer Law, Digital Contracts, Debt, Online Loans, Students</i></p>	<p style="text-align: center;"><b>Abstract</b></p> <p><i>The phenomenon of widespread use of online loan services among students raises concerns about legal literacy, contract transparency, and the risk of falling into debt. This study is a quantitative study that aims to analyze the influence of Consumer Legal Literacy, Digital Contract Transparency, and Fear of Debt on the Decision to Use Online Loan Services among students at Medan State University. The data used is primary data obtained through the distribution of questionnaires. The study population consists of 37,732 students, and the sample size was determined to be 378 respondents using the Yount formula with random sampling technique. Data analysis was conducted using multiple linear regression. Prior to analysis, the data was tested for validity and reliability of the instruments, and met the classical assumption tests, including normality, multicollinearity, and heteroskedasticity, making the model statistically valid for analysis. The results of the study indicated that Digital Contract Transparency has a positive and significant effect on the decision to use online loan services (coefficient 0.9290; sig. 0.0000). Fear of Debt has a significant negative effect (coefficient -0.3024; sig. 0.0010). Meanwhile, Consumer Legal Literacy does not have a significant effect (coefficient -0.0980; sig. 0.4572). The coefficient of determination (<math>R^2</math>) value of 0.6406 indicated that the three variables explain 64.06% of the variation in the decision to use online loans. These findings emphasize the importance of information disclosure and emotional aspects in students' financial behavior, while contributing to the development of more effective digital financial education policies in higher education institutions.</i></p>
<p><b>Kata kunci:</b>          Hukum Konsumen, Kontrak Digital, Utang, Pinjaman Online, Mahasiswa</p>	<p style="text-align: center;"><b>Abstrak</b></p> <p>Fenomena maraknya penggunaan layanan pinjaman online di kalangan mahasiswa menimbulkan kekhawatiran terkait literasi hukum, transparansi kontrak, serta risiko terjerat utang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Hukum Konsumen, Transparansi Kontrak Digital, dan Ketakutan Terjerat</p>

Utang terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pinjaman Online di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Medan. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Populasi penelitian berjumlah 37.732 mahasiswa, dan sampel ditentukan sebanyak 378 responden berdasarkan rumus Yount dengan teknik random sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Sebelum analisis, data telah diuji validitas dan reliabilitas instrumen, serta memenuhi uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, sehingga model layak dianalisis secara statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Transparansi Kontrak Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan pinjaman online (koefisien 0,9290; sig. 0,0000). Ketakutan Terjerat Utang berpengaruh negatif signifikan (koefisien -0,3024; sig. 0,0010). Sementara itu, Literasi Hukum Konsumen tidak berpengaruh signifikan (koefisien -0,0980; sig. 0,4572). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,6406 menunjukkan bahwa ketiga variabel menjelaskan 64,06% variasi keputusan penggunaan pinjaman online. Temuan ini menegaskan pentingnya keterbukaan informasi serta aspek emosional dalam perilaku keuangan mahasiswa, sekaligus memberikan kontribusi bagi pengembangan kebijakan edukasi keuangan digital yang lebih efektif di lingkungan perguruan tinggi.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) telah mengubah lanskap layanan keuangan secara global, termasuk di Indonesia. Inovasi digital seperti blockchain, big data, dan *artificial intelligence* memungkinkan munculnya *platform* pinjaman online (*peer-to-peer lending*/P2P) yang menawarkan kemudahan akses, kecepatan pencairan dana, dan proses tanpa agunan (Hoesodo, 2024). Namun, di balik efisiensi tersebut, layanan ini juga memunculkan tantangan baru, seperti risiko *over-indebtedness* dan praktik kontrak yang tidak transparan (OJK, 2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi memperluas inklusi keuangan, literasi hukum konsumen dan regulasi yang kuat tetap menjadi kunci keberlanjutannya.

Di Indonesia, pinjaman online tumbuh pesat sejak pandemi COVID-19, didorong oleh kebutuhan mendesak masyarakat akan likuiditas dan minimnya akses ke lembaga keuangan formal (Shalmont & Dominica, 2022). Data OJK mencatat, pada 2023, nilai transaksi P2P lending mencapai Rp100 triliun, dengan pertumbuhan pengguna 25% per tahun. Namun, maraknya platform ilegal dan keluhan konsumen tentang bunga tinggi serta penagihan kasar mengindikasikan perlunya penguatan perlindungan hukum (OJK, 2025). Kondisi ini menjadikan penelitian tentang literasi hukum dan transparansi kontrak sebagai isu kritis.

Pinjaman online menawarkan keunggulan seperti proses *paperless*, persetujuan instan (kurang dari 24 jam), dan jangkauan luas bagi *unbanked society*. Sebaliknya, bank dan koperasi memiliki kelebihan dalam suku bunga yang lebih rendah serta pengawasan ketat oleh OJK, tetapi dianggap birokratis dan memerlukan agunan. Popularitas pinjaman online terutama disebabkan oleh kemudahan akses bagi generasi milenial dan UMKM, meski ironisnya, minimnya pemahaman tentang klausa kontrak digital justru meningkatkan kerentanan konsumen (Wyzer, 2025).

Pinjaman online semakin populer di kalangan mahasiswa sebagai solusi cepat memenuhi kebutuhan finansial jangka pendek. Survei Nasional Literasi Keuangan OJK (2024) menunjukkan bahwa 35% mahasiswa Indonesia pernah menggunakan layanan

pinjaman online, dengan alasan utama berupa kebutuhan mendesak (55%) dan gaya hidup (30%). Fenomena ini mencerminkan tingginya tekanan finansial di kalangan mahasiswa, terutama di tengah minimnya pendapatan mandiri dan ketergantungan pada orang tua. Namun, rendahnya pemahaman tentang risiko hukum dan keuangan, seperti bunga berlapis dan mekanisme penagihan yang menyebabkan banyak masyarakat terjebak dalam siklus utang (OJK, 2024). Kondisi ini diperparah oleh maraknya iklan pinjaman online yang agresif di media sosial, yang seringkali menargetkan mahasiswa dengan janji “cair instan tanpa ribet”.

Di lingkungan mahasiswa/I Universitas Negeri Medan, tren penggunaan pinjaman online juga menunjukkan pola yang mengkhawatirkan. Hasil survei awal penelitian ini mengungkapkan bahwa 2 dari 10 mahasiswa pernah atau aktif menggunakan pinjaman online, dengan proporsi terbesar bertujuan untuk memenuhi gaya hidup, diikuti biaya penunjang perkuliahan seperti membeli laptop atau membayar kos serta kebutuhan yang lain. Temuan ini sejalan dengan studi kasus di kalangan mahasiswa di kota besar di mana mahasiswa menganggap pinjol sebagai solusi instan, tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka (Umboh, 2024). Karakteristik khas mahasiswa UNIMED sebagai kampus dengan banyak mahasiswa dari keluarga menengah ke bawah yang memperkuat dugaan bahwa tekanan ekonomi dan paparan iklan digital menjadi pemicu utama. Namun, minimnya sosialisasi dari pihak kampus tentang literasi keuangan dan hukum kontrak semakin meningkatkan kerentanan mereka.

Dari perspektif hukum komersial, pinjaman online kerap bermasalah dalam hal kejelasan syarat perjanjian (Pasal 1320 KUHPdata) dan perlindungan data pribadi (UU PDP No. 27/2022). Banyak kontrak elektronik menggunakan klausa adhesi yang cenderung sepihak, menyulitkan konsumen menggugat ketika terjadi pelanggaran. Selain itu, lemahnya pengawasan terhadap fintech ilegal memperparah praktik predatory lending, menunjukkan urgensi literasi hukum untuk mengurangi asimetri informasi (Rosa et al., 2025).

Menurut Undang-Undang Noomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, konsumen berhak mendapat informasi jelas tentang layanan, termasuk risiko utang. Teori *Consumer Legal Literacy* menjelaskan bahwa rendahnya pemahaman hukum membuat konsumen gagal mengidentifikasi klausa merugikan, sehingga cenderung mengambil keputusan impulsif (Samsudin et al., 2020). Studi oleh Saifullah et al. (2024) menemukan kebanyakan pengguna pinjaman online tidak membaca kontrak digital secara utuh, memperkuat hipotesis bahwa literasi hukum memengaruhi perilaku peminjaman.

Kontrak digital dalam pinjaman online seringkali tidak memenuhi prinsip *plain language* dalam Keputusan OJK No. 77/2016, menyulitkan konsumen memahami hak dan kewajiban. Teori *Information Transparency* menyatakan bahwa ketidakjelasan informasi akan menurunkan kepercayaan dan meningkatkan *perceived risk* (Masyitah, 2020). Penelitian Febrianto (2020) di Jakarta menunjukkan, platform dengan kontrak terbuka tentang bunga dan denda memiliki tingkat kepuasan konsumen 30% lebih tinggi, mengindikasikan korelasi positif antara transparansi dan keputusan penggunaan.

Ketakutan terjatut utang (*debt anxiety*) merupakan faktor psikologis yang memengaruhi minat menggunakan pinjaman online. Teori Prospect Theory oleh Koh & Kwok (2022) menjelaskan bahwa konsumen cenderung menghindari risiko ketika dihadapkan pada potensi kerugian besar. Data OJK (2024) menunjukkan, 40% generasi Z menghindari pinjaman online karena trauma mendengar kasus penalty yang tidak wajar. Temuan ini sejalan dengan studi Ricardi et al. (2022) bahwa rendahnya literasi keuangan memperburuk persepsi negatif terhadap utang.

Sebagian besar penelitian terdahulu mengenai perilaku penggunaan layanan pinjaman online lebih menitikberatkan pada faktor literasi keuangan, risiko finansial, dan

kemudahan akses digital, namun belum secara spesifik mengkaji aspek literasi hukum konsumen serta transparansi kontrak digital sebagai faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa. Selain itu, ketakutan terjerat utang sebagai variabel psikologis juga masih jarang disentuh dalam konteks akademik, padahal fenomena ini marak terjadi pada kalangan muda, terutama mahasiswa.

Dalam praktiknya, ketidaktahuan terhadap hak hukum dan kurangnya pemahaman isi kontrak digital justru menjadi celah utama eksploitasi oleh penyedia layanan pinjol ilegal. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor non-finansial yang memengaruhi perilaku mahasiswa dalam menggunakan pinjaman online, sekaligus menegaskan urgensi perlindungan konsumen di era digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan literatur akademik, tetapi juga memberikan dasar empiris bagi perumusan kebijakan edukasi hukum dan keuangan digital yang lebih tepat sasaran.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear berganda untuk menganalisis pengaruh Literasi Hukum Konsumen, Transparansi Kontrak Digital, dan Ketakutan Terjerat Utang terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pinjaman Online. Pendekatan kuantitatif dipilih karena dapat menguji hubungan antar variabel secara objektif dan terukur (Sugiyono, 2018). Menurut Ghozali (2016), pendekatan ini bertujuan menguji hipotesis melalui data numerik yang dianalisis secara statistik untuk memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasi. Penelitian ini mengedepankan prinsip keterukuran dan objektivitas, yang penting dalam memahami fenomena perilaku konsumen digital berbasis hukum dan psikologi ekonomi.

Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner ini terdiri dari pernyataan-pernyataan terstruktur, masing-masing variabel terdiri atas delapan item yang disusun berdasarkan indikator dan diukur menggunakan skala Likert. Variabel Literasi Hukum Konsumen (X1) diukur melalui tiga indikator, yaitu: (1) pengetahuan tentang regulasi dan otoritas (OJK & SLIK), (2) pengetahuan tentang hak sebagai konsumen berdasarkan UU Perlindungan Konsumen, dan (3) pengetahuan tentang kekuatan hukum kontrak digital dan perlindungan data pribadi berdasarkan UU ITE. Variabel Transparansi Kontrak Digital (X2) dioperasionalkan dengan indikator: (1) kejelasan informasi finansial (bunga, denda, angsuran), (2) aksesibilitas dan kemudahan pemahaman kontrak, serta (3) keterbukaan mengenai risiko dan klausul. Variabel Ketakutan Terjerat Utang (X3) dibentuk oleh indikator: (1) kekhawatiran terhadap konsekuensi hukum dan administratif, (2) kekhawatiran terhadap konsekuensi finansial, dan (3) kekhawatiran terhadap konsekuensi sosial dan psikologis. Adapun variabel terikat Keputusan Menggunakan Pinjol (Y) diukur berdasarkan indikator: (1) persepsi kemudahan dan kebutuhan, (2) niat dan perilaku penggunaan di masa depan, serta (3) persepsi terhadap risiko yang dihadapi.

Setiap indikator tersebut dijabarkan menjadi beberapa pernyataan dalam kuesioner untuk mendapatkan data yang komprehensif. Objek penelitian adalah mahasiswa Universitas Negeri Medan (UNIMED) dengan jumlah populasi sebanyak 37.732 orang. Berdasarkan penentuan sampel Yount (1999) dalam Arikunto (2010), maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 378 responden atau 1% dari jumlah populasi dengan kriteria jumlah populasi lebih besar dari 10.000. Teknik penentuan sampel dilakukan secara *random sampling* guna memastikan representasi yang merata dari seluruh populasi.

Proses analisis data pada aplikasi statistic SPSS 25 yang dimulai dengan uji instrumen penelitian, yaitu uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan keandalan kuesioner. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas guna memenuhi syarat penggunaan regresi linear berganda. Setelah semua asumsi terpenuhi, analisis regresi dilakukan untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, disertai dengan uji hipotesis meliputi uji t (parsial), uji F (simultan), serta uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan pemahaman empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan pinjaman online oleh kalangan terdidik.

Berikut merupakan hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini antara lain: (1) diduga literasi hukum konsumen berpengaruh negatif terhadap keputusan menggunakan layanan pinjaman online, (2) diduga transparansi kontrak digital berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan pinjaman online, (3) diduga ketakutan terjerat utang berpengaruh negatif terhadap keputusan menggunakan layanan pinjaman online, dan (3) diduga literasi hukum konsumen, transparansi kontrak digital, dan ketakutan terjerat utang berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan pinjaman online.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu metode untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen pengukuran kuesioner benar-benar mampu mengukur konstruk atau variabel yang dimaksud. Dengan kata lain, jika pertanyaan dalam kuesioner secara akurat mencerminkan variabel yang ingin diukur, maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid. Salah satu pendekatan umum dalam uji validitas adalah membandingkan nilai r-hitung (*correlation pearson*) dengan r-tabel. Apabila nilai r-hitung melebihi r-tabel, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2018).

Tabel 1. Hasil uji validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	Keterangan
Literasi Hukum Konsumen (X1)	X1.1	0,707	Valid
	X1.2	0,788	Valid
	X1.3	0,702	Valid
	X1.4	0,784	Valid
	X1.5	0,734	Valid
	X1.6	0,810	Valid
	X1.7	0,788	Valid
	X1.8	0,738	Valid
Transparansi Kontrak Digital (X2)	X2.1	0,910	Valid
	X2.2	0,845	Valid
	X2.3	0,893	Valid
	X2.4	0,846	Valid
	X2.5	0,888	Valid
	X2.6	0,862	Valid

	X2.7	0,782	Valid
	X2.8	0,841	Valid
	X3.1	0,874	Valid
	X3.2	0,884	Valid
	X3.3	0,922	Valid
Ketakutan Terjerat Utang (X3)	X3.4	0,934	Valid
	X3.5	0,833	Valid
	X3.6	0,888	Valid
	X3.7	0,894	Valid
	X3.8	0,931	Valid
	Y.1	0,807	Valid
	Y.2	0,819	Valid
	Y.3	0,662	Valid
Keputusan Menggunakan Layanan Pinjaman Online (Y)	Y.4	0,861	Valid
	Y.5	0,876	Valid
	Y.6	0,848	Valid
	Y.7	0,895	Valid
	Y.8	0,794	Valid

Berdasarkan Tabel 1, seluruh item variabel memiliki nilai *Pearson Correlation* yang lebih tinggi dibandingkan *r*-tabel (0,174). Nilai *r*-tabel ini diperoleh dengan tingkat signifikansi 0,05 dalam uji dua arah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan sebagai alat pengukuran.

#### Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada konsistensi dan stabilitas suatu instrumen pengukuran ketika digunakan secara berulang. Sebuah kuesioner atau tes yang reliabel akan menghasilkan jawaban yang relatif stabil meskipun diberikan pada waktu yang berbeda atau kepada responden yang beragam. Salah satu metode yang umum digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha*, di mana nilai di atas 0,60 menunjukkan bahwa instrumen tersebut dapat diandalkan (Ghozali, 2018).

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Literasi Hukum Konsumen (X1)	0,893	Reliabel
Transparansi Kontrak Digital (X2)	0,949	Reliabel
Ketakutan Terjerat Utang (X3)	0,965	Reliabel
Keputusan Menggunakan Layanan Pinjaman Online (Y)	0,930	Reliabel

Dalam Tabel 2, nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh lebih besar dari 0,60. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang baik, sehingga hasil pengukurannya konsisten dan dapat dipercaya.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah data penelitian mengikuti distribusi normal, yaitu distribusi yang simetris, berbentuk lonceng, dan memiliki mean, median, serta modus yang relatif sama. Salah satu metode yang sering digunakan adalah Uji Kolmogorov-Smirnov, yang membandingkan distribusi data empiris dengan distribusi

normal teoritis. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal (Ghozali, 2018).

Tabel 3. Hasil uji normalitas

		Unstandardized Residual
N		378
Normal Parameters	Mean	0,000
	Std. Deviation	5.643
Most Extreme Differences	Absolute	0,038
	Positive	0,080
	Negative	-0,030
Test Statistic		0,030
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,084

Hasil analisis dalam Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,084, yang lebih tinggi dari batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas, sehingga analisis statistik parametrik yang digunakan dapat dianggap valid.

#### Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas mengacu pada kondisi di mana terdapat korelasi tinggi atau bahkan sempurna antara variabel-variabel independen dalam model regresi linier berganda. Uji ini penting untuk memastikan bahwa model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas, yang dapat mengganggu interpretasi hasil. Dua indikator yang umum digunakan adalah *Variance Inflation Factor* (VIF) dan toleransi. Jika  $VIF > 10$  atau toleransi  $< 0,1$ , maka terdapat indikasi multikolinearitas yang signifikan (Sugiyono, 2018).

Tabel 4. Hasil uji multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Literasi Hukum Konsumen (X1)	0,672	1,488
Transparansi Kontrak Digital (X2)	0,681	1,468
Ketakutan Terjerat Utang (X3)	0,983	1,170

Berdasarkan Tabel 4, nilai VIF yang diperoleh adalah 1,488; 1,468; 1,017, sementara nilai toleransi sebesar 0,672; 0,681; 0,983. Karena nilai VIF jauh di bawah 10 dan toleransi lebih besar dari 0,1, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas dalam penelitian ini.

#### Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi ketika varian residual dalam model regresi tidak konstan antar pengamatan, yang dapat mengurangi keakuratan estimasi. Model regresi yang baik harus memiliki varian residual yang homogen (Ghozali, 2018). Salah satu metode untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah Uji Glejser, di mana jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil uji heteroskedastisitas

Variabel	Unstandardized Collinearity		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	-2,763	1,203		-1,199	0,236
Literasi Hukum Konsumen (X1)	-0,041	0,073	-0,082	-0,571	0,571
Transparansi Kontrak Digital (X2)	0,106	0,063	0,237	1,669	0,101
Ketakutan Terjerat Utang (X3)	0,179	0,048	0,240	1,524	0,110

Dalam Tabel 5, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,623 dan 0,800, yang jauh lebih tinggi dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas, sehingga hasil analisis regresi dapat dianggap layak.

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*) adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (variabel bebas) terhadap satu variabel dependen (variabel terikat).

Tabel 6. Hasil regresi linear berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	10,3032	4,1566	2,4787	0,0162
Literasi Hukum Konsumen (X1)	-0,0980	0,1309	-0,7487	0,4572
Transparansi Kontrak Digital (X2)	0,9290	0,1142	8,1293	0,0000
Ketakutan Terjerat Utang (X3)	-0,3024	0,0867	-3,4867	0,0010
R Square	0,6406	F Statistic		33,2838
Adj. R Square	0,6214	Sig.		0,0000

Berdasarkan tabel 6. dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$X1 = 10,3032 - 0,0980 X2 + 0,9290 X2 - 0,3024 X3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat di peroleh hasil regresi sebagai berikut:

1. Nilai koefisien konstanta sebesar 10,3023, ini dapat diartikan bahwa tanpa adanya variabel Literasi Hukum Konsumen, Transparansi Kontrak Digital dan Ketakutan Terjerat Utang, variabel Keputusan Menggunakan Layanan Pinjaman Online akan mengalami peningkatan sebesar 103,03%.
2. Nilai koefisien variabel Literasi Hukum Konsumen sebesar -0,0980, jika nilai variabel lain konstan dan variabel Literasi Hukum Konsumen mengalami peningkatan 1%, maka variabel Keputusan Menggunakan Layanan Pinjaman Online akan mengalami penurunan sebesar 0,98% dan sebaliknya.
3. Nilai koefisien variabel Transparansi Kontrak Digital sebesar 0,9290, jika nilai variabel lain konstan dan variabel Transparansi Kontrak Digital mengalami peningkatan 1%, maka variabel Keputusan Menggunakan Layanan Pinjaman Online akan mengalami peningkatan sebesar 92,90% dan sebaliknya.



Nilai koefisien variabel Ketakutan Terjerat Utang sebesar  $-0,3024$ , jika nilai variabel lain konstan dan variabel Ketakutan Terjerat Utang mengalami peningkatan 1%, maka variabel Keputusan Menggunakan Layanan Pinjaman Online akan mengalami penurunan sebesar 30,24% dan sebaliknya.

#### Uji Hipotesis

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel Literasi Hukum Konsumen, Transparansi Kontrak Digital, dan Ketakutan Terjerat Utang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan pinjaman online. Berdasarkan Tabel 6, nilai F sebesar 33,2838 dengan tingkat signifikansi 0,0000 ( $< 0,05$ ), yang berarti bahwa secara simultan ketiga variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen. Dengan demikian, model regresi yang dibangun adalah valid dan dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel-variabel yang diteliti.

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial. Hasil uji T menunjukkan bahwa hanya variabel Transparansi Kontrak Digital ( $t = 8,1293$ ;  $p = 0,0000$ ) dan Ketakutan Terjerat Utang ( $t = -3,4867$ ;  $p = 0,0010$ ) yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pinjaman online. Sedangkan Literasi Hukum Konsumen tidak signifikan ( $t = -0,7487$ ;  $p = 0,4572$ ). Ini menunjukkan bahwa konsumen lebih sensitif terhadap transparansi kontrak dan aspek emosional daripada aspek kognitif hukum dalam mengambil keputusan keuangan digital.

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,6406 berarti bahwa 64,06% variasi dalam keputusan menggunakan layanan pinjaman online dapat dijelaskan oleh ketiga variabel bebas, sedangkan sisanya 35,94% dijelaskan oleh faktor lain di luar model, seperti pengaruh sosial, kebutuhan ekonomi mendesak, atau faktor pemasaran digital.

#### Pembahasan

##### Pengaruh Literasi Hukum Konsumen terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pinjaman Online

Keputusan untuk menggunakan layanan pinjaman online merupakan hasil dari proses pertimbangan manfaat, risiko, serta kemudahan akses yang ditawarkan platform digital. Helberger et al. (2013) menyatakan bahwa konsumen digital seringkali membuat keputusan finansial berdasarkan informasi yang terbatas atau dipengaruhi *framing* kontrak yang menyesatkan. Di Indonesia, lonjakan pengguna *fintech lending* juga disertai dengan meningkatnya masalah gagal bayar dan *over-indebtedness*, menunjukkan pentingnya memahami faktor-faktor psikologis dan kognitif dalam pengambilan keputusan. Faktor internal seperti literasi hukum dan ketakutan utang, serta faktor eksternal seperti transparansi informasi, semuanya berkontribusi pada keputusan akhir konsumen.

Hasil regresi menunjukkan bahwa Literasi Hukum Konsumen memiliki koefisien negatif sebesar  $-0,0980$  dengan nilai signifikansi 0,4572 ( $> 0,05$ ). Ini berarti pengaruhnya terhadap keputusan menggunakan pinjaman online tidak signifikan secara statistik. Artinya, meskipun tingkat literasi hukum meningkat, hal tersebut tidak secara langsung memengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan pinjol.

Fenomena ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung tidak menjadikan pemahaman hukum sebagai pertimbangan utama saat memutuskan menggunakan layanan pinjaman online. Dalam praktiknya, aspek kemudahan dan kebutuhan mendesak lebih memengaruhi perilaku dibanding kewaspadaan terhadap isi kontrak. Hasil ini sejalan dengan realita bahwa banyak pengguna menyetujui syarat tanpa membacanya secara menyeluruh.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemahaman konsumen terhadap aspek hukum dalam layanan pinjaman online memainkan peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku keuangan digital. White & Mansfield (2007) menyatakan bahwa rendahnya literasi kontraktual menyebabkan konsumen tidak memahami hak dan kewajiban hukumnya, yang dapat meningkatkan risiko pengambilan keputusan yang merugikan.

Sejalan dengan itu, Seizov & Wulf (2021) menekankan pentingnya penyampaian informasi hukum yang jelas dan dapat diakses oleh konsumen agar mereka tidak terjebak dalam kontrak yang merugikan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi hukum konsumen berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan pinjaman online. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konsumen memiliki pengetahuan hukum, hal tersebut tidak cukup kuat untuk memengaruhi keputusan penggunaan, mungkin karena adanya tekanan ekonomi atau kebutuhan dana yang mendesak.

Dengan demikian, peningkatan literasi hukum belum tentu otomatis menurunkan tingkat penggunaan pinjaman online, terutama di kalangan mahasiswa. Faktor internal seperti urgensi keuangan tampaknya lebih dominan daripada kepatuhan atau pengetahuan hukum. Ini menjadi indikator bahwa edukasi hukum saja belum cukup untuk mengubah perilaku konsumsi finansial digital.

Pemahaman hukum konsumen juga memengaruhi sikap terhadap risiko kontrak digital. Cahyani et al. (2022) menunjukkan bahwa literasi digital dan hukum saling melengkapi dalam membentuk perlindungan konsumen dari efek *decoy* dan misinformasi dalam pinjaman daring. Dalam konteks pinjaman online, konsumen dengan literasi hukum yang baik akan lebih hati-hati dalam mengevaluasi syarat dan ketentuan sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan. Teori *Reasoned Action* mendukung hubungan ini, yaitu bahwa perilaku (keputusan meminjam) dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif yang didasari pengetahuan hukum.

### **Pengaruh Transparansi Kontrak Digital terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pinjaman Online**

Kontrak digital yang tidak transparan dapat menyebabkan konsumen salah menilai risiko dan terjebak dalam utang yang membebani. Jabłonowska & Tagiuri (2024) menyoroti lemahnya pemahaman konsumen terhadap isi kontrak digital akibat overload informasi dan bahasa hukum yang kompleks. Menurut teori kognitif dalam perilaku konsumen, keputusan untuk menggunakan layanan keuangan dipengaruhi oleh persepsi atas keterpercayaan dan kejelasan informasi. Transparansi kontrak digital yang baik akan memperkuat persepsi positif tersebut, meningkatkan rasa aman, dan pada akhirnya memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih layanan pinjaman online.

Variabel Transparansi Kontrak Digital memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,9290 dan nilai signifikansi 0,0000 ( $< 0,05$ ). Ini menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan dan kuat terhadap keputusan menggunakan layanan pinjaman online. Dengan kata lain, semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap transparansi informasi kontrak, semakin besar kemungkinan mereka memanfaatkan layanan tersebut.

Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa memberikan perhatian serius pada kejelasan informasi yang diberikan oleh platform pinjaman online. Ketika informasi seperti bunga, tenor, dan penalti disampaikan dengan jelas, hal tersebut meningkatkan rasa aman dan keyakinan untuk melanjutkan transaksi. Ini menjelaskan mengapa platform yang menerapkan keterbukaan informasi lebih menarik di mata mahasiswa.

Transparansi dalam kontrak digital telah terbukti menjadi faktor penting dalam mendorong kepercayaan konsumen terhadap layanan pinjaman online. Seizov & Wulf (2021) menemukan bahwa konsumen lebih mungkin terlibat dalam transaksi daring apabila

informasi hukum disampaikan secara transparan dan dapat dipahami dengan mudah. Hal ini didukung oleh temuan Mazer & McKee (2017) yang menyebutkan bahwa perlindungan konsumen dalam pinjaman digital sangat berkaitan erat dengan sejauh mana transparansi informasi dipraktikkan oleh penyedia layanan.

Selain itu, studi sistematis oleh Xinxin et al. (2024) menegaskan bahwa keterbukaan informasi memperkuat persepsi positif terhadap platform digital. Hasil penelitian ini konsisten dengan studi sebelumnya, di mana transparansi kontrak digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan pinjaman online. Ini menunjukkan bahwa kejelasan isi kontrak memberikan rasa aman bagi konsumen dan memfasilitasi keputusan yang lebih rasional.

Transparansi kontrak terbukti menjadi variabel yang paling dominan dalam model, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien tertinggi. Hal ini menegaskan bahwa kepercayaan konsumen digital sangat tergantung pada keterbukaan penyedia layanan. Oleh karena itu, platform yang ingin mempertahankan pengguna perlu memperbaiki cara penyampaian informasi kontraktual agar mudah diakses dan dipahami.

### **Pengaruh Ketakutan Terjerat Utang terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pinjaman Online**

Ketakutan terjerat utang mengacu pada perasaan khawatir atau cemas seseorang terhadap potensi ketidakmampuan melunasi pinjaman serta risiko akumulasi bunga dan penalti yang terus bertambah. Ricaldi et al. (2022) menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan menyebabkan konsumen tidak memahami konsekuensi jangka panjang dari penggunaan kartu kredit atau pinjaman digital, sehingga meningkatkan risiko utang. Dalam konteks pinjaman online, kekhawatiran terhadap praktik penagihan yang agresif, bunga tinggi, dan pelaporan keuangan yang tidak transparan menjadi faktor utama munculnya *fear of debt trap*. Di Indonesia, perlindungan terhadap konsumen utang digital diperkuat melalui POJK No. 10/POJK.05/2022 tentang layanan pendanaan berbasis teknologi informasi.

Koefisien regresi variabel Ketakutan Terjerat Utang adalah -0,3024 dengan nilai signifikansi 0,0010 ( $< 0,05$ ), menunjukkan bahwa pengaruhnya signifikan dan negatif terhadap keputusan menggunakan pinjaman online. Artinya, semakin tinggi rasa takut mahasiswa akan risiko utang, semakin rendah kecenderungan mereka menggunakan layanan tersebut.

Data ini mengindikasikan bahwa ketakutan terhadap bunga tinggi, denda menumpuk, atau penagihan agresif menjadi pertimbangan penting yang menghambat keputusan penggunaan. Mahasiswa yang memiliki pengalaman buruk secara langsung atau melalui orang terdekat cenderung enggan mengambil risiko. Ini berpengaruh terhadap persepsi mereka terhadap layanan pinjol secara keseluruhan.

Ketakutan terjerat utang merupakan salah satu bentuk persepsi risiko yang dapat menghambat keputusan konsumen dalam menggunakan layanan pinjaman online. Bertsch et al. (2017) menekankan bahwa kepercayaan merupakan elemen penting dalam penggunaan layanan keuangan digital, dan rasa takut akibat rendahnya kepercayaan terhadap sistem pinjaman daring dapat menurunkan intensi penggunaan.

Hal ini diperkuat oleh temuan Kirana Khiba & Ady (2023), serta Fadhel et al. (2024), yang menunjukkan bahwa persepsi terhadap risiko utang, seperti bunga tinggi dan ancaman penagihan agresif, menjadi penghambat utama dalam keputusan konsumen. Penelitian ini mendukung pandangan tersebut, di mana ketakutan terjerat utang terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan pinjaman online. Artinya, semakin tinggi kekhawatiran konsumen terhadap potensi risiko utang, semakin rendah kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

Walaupun layanan pinjaman online menjanjikan kemudahan, kekhawatiran terhadap konsekuensi jangka panjang tetap menjadi hambatan signifikan. Ketakutan ini secara praktis menekan niat mahasiswa untuk menggunakan layanan meskipun kebutuhan finansial mendesak. Oleh karena itu, aspek psikologis seperti rasa cemas dan ketidaknyamanan perlu diperhatikan dalam merancang strategi perlindungan konsumen.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa dari tiga variabel independen yang diuji, hanya Transparansi Kontrak Digital dan Ketakutan Terjerat Utang yang berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pinjaman Online. Transparansi Kontrak Digital menunjukkan pengaruh yang paling kuat dan positif, yang berarti semakin jelas dan terbuka informasi yang disampaikan oleh penyedia pinjaman, semakin tinggi kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, Ketakutan Terjerat Utang berpengaruh negatif dan signifikan, menunjukkan bahwa semakin besar kekhawatiran terhadap risiko keuangan dari pinjaman online, maka semakin rendah niat seseorang untuk memanfaatkannya. Sementara itu, Literasi Hukum Konsumen meskipun berpengaruh negatif, tidak menunjukkan signifikansi, yang berarti pemahaman hukum saja belum cukup memengaruhi perilaku penggunaan layanan pinjaman digital.

Temuan ini mencerminkan bahwa dalam konteks mahasiswa, keputusan untuk menggunakan pinjaman online lebih dipengaruhi oleh aspek psikologis dan kepercayaan terhadap sistem, bukan hanya pada tingkat pemahaman hukum. Kemudahan akses, keterbukaan informasi, serta ketakutan terhadap potensi risiko menjadi pertimbangan utama. Oleh karena itu, upaya edukasi konsumen sebaiknya tidak hanya fokus pada peningkatan literasi hukum, tetapi juga pada penguatan transparansi layanan dan penanganan aspek emosional pengguna. Lembaga penyedia pinjaman digital juga diharapkan untuk meningkatkan keterbukaan informasi serta menciptakan sistem penagihan yang etis agar kepercayaan konsumen dapat terjaga dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan dan praktek*. Rineka Cipta.
- Bertsch, C., Hull, I., Qi, Y., & Zhang, X. (2017). *The role of trust in online lending*. <https://hdl.handle.net/10419/189946>.
- Dwipananda, R.F., Aswirawan, M. Y. M. S. K., Adha, H. H., Jufri, M., & Mustofa, S. (2024). Literasi keuangan, efikasi diri, dan perilaku kredit online berisiko di kalangan mahasiswa kota Batam. *Journal Publicuho*, 7(4): 1962 - 1975. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i4.560>.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro. <https://doi.org/9786020972220>.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Undip.
- Hoesodo, A. (2024). *Inovasi Keuangan di Indonesia: Fintech dan Bank Digital dalam Arus Globalisasi*. Josay. <https://josay.org/inovasi-keuangan-di-indonesia-fintech-dan-bank-digital-dalam-arus-globalisasi/>.
- Khiba, F. K., & Ady, S. U. (2023). Financial Literacy, Risk Perceptions, and Consumptive Behavior on Interest in Using Online Loans. *Journal Of Economics, Finance And*

- Management Studies*, 06(11): 5323-5333. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i11-07>.
- Koh, S. G. M., & Kwok, A. O. J. (2011). Prospect Theory. In *The Encyclopedia of Political Science*. CQ Press. <https://doi.org/10.4135/9781608712434.n1277>.
- Masyitah. (2020). Application of the Principle of Transparency in Public Information Services: Study of the Office of Communication, Information and Statistics (Kominfo) Barru Regency. *Meraja Journal*, 3(3), 429–440.
- Mazer, R., & McKee, K. (2017). *Consumer protection in digital credit*. <https://www.cgap.org/research/publication/consumer-protection-digital-credit>.
- OJK. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*. [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx).
- OJK. (2025). *Transformasi Digital: Tren Inovasi Teknologi di Sektor Keuangan*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://institute.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/4535/transformasi-digital-tren-inovasi-teknologi-di-sektor-keuangan>.
- Ricaldi, L. C., Martin, T. K., & Huston, S. J. (2022). Financial literacy and its impact on the credit card debt puzzle. *Financial Services Review*, 30(2). <https://doi.org/10.61190/fsr.v30i2.3477>.
- Rosa, C., Surbakti, Y., Hermanto, D. W., & Jonathan, J. S. (2025). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Perjanjian Standar Kontrak Elektronik Pada Transaksi Online. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(3), 4339–4350. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.8923>.
- Saifullah, A., Adhyputra, M. F., & Fikri, Z. (2024). Implikasi Klausula Eksonerasi terhadap Perlindungan Konsumen dalam Kontrak Financial Technology Peer-to-Peer Lending Pendahuluan Perkembangan dan kemajuan teknologi membawa masyarakat ke zaman di mana transaksi sangat mudah, cepat, dan efisien untuk dil. *Jurnal Restorasi Hukum*, 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/zmpxcr40>.
- Samsudin, N., Bakar, E. A., Jusoh, Z. M., & Arif, A. M. M. (2020). Personal and environmental determinants of consumer legal literacy among Malaysian consumers. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 25(S1), 27–40.
- Seizov, O., & Wulf, A. J. (2021). Communicating legal information to online customers transparently: A multidisciplinary multistakeholderist perspective. *Journal of International Consumer Marketing*, 33(2), 129–145. <https://doi.org/10.1080/08961530.2020.1742841>.
- Shalmont, J., & Dominica, D. (2022). Fenomena Maraknya Peer To Peer Lending Di Masa Pandemi Covid-19: Mitigasi Risiko Hukum Bagi Peminjam [The Phenomenon of Peer-to-Peer Lending During the Covid-19 Pandemic: Mitigation of Legal Risks for Borrowers]. *Law Review*, 21(3), 309. <https://doi.org/10.19166/lr.v0i3.4806>.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Umboh, L. (2024). “Anugrah atau Musibah”: Pinjaman Online di Kalangan Mahasiswa. *EMIK: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(2), 138–150. <https://doi.org/https://doi.org/10.46918/emik.v7i2.2471>.
- White, A. M., & Mansfield, C. L. (2007). *Literacy and Contract*. Social Science Research Network. <https://papers.ssrn.com/abstract=1001745>.
- Wyzer, T. M. (2025). *Pinjaman Online vs Pinjaman Offline*. Radio Republik Indonesia. <https://www.rri.co.id/investasi/1276710/pinjaman-online-vs-pinjaman-offline>.



Xinxin, W., Fazli Sabri, M., Zainudin, N., & Alias, A. N. (2024). Investigating the Determinants of Consumer's Intention and Behavior in Online Consumer Credit Consumption: A Systematic Literature Review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(10), 1–20. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v14-i10/23324>.