

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Produk

1. Pengertian Produk

Produk menurut pendapat Kotler dan Armstrong adalah segala sesuatu yang dapat diiklankan ke pasar untuk mendapatkan minat atau yang dapat dibeli, digunakan, atau dimakan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Secara konseptual, produk adalah gagasan subjektif produsen tentang apa yang dapat dijual dalam upaya mewujudkan tujuan organisasi dengan memenuhi permintaan pelanggan dan terlibat dalam aktivitas yang konsisten dengan daya beli pasar. Konsumen sangat menghargai produk dan mendasarkan keputusan mereka pada mereka saat melakukan pembelian.¹

Istilah "produk" tidak terbatas pada barang berwujud; sebaliknya, itu bisa merujuk pada apa saja yang memiliki kapasitas untuk memenuhi persyaratan. Karena semua aktivitas bagian bauran pemasaran lainnya dimulai dengan produksi produk, keberadaan produk disebut sebagai titik pusat aktivitas pemasaran. Bauran produk, yang terdiri dari komponen-komponen berikut: jenis atau keragaman produk, desain, kualitas, bentuk atau karakteristik produk, merek dagang, kemasan, tindakan layanan, dan jaminan, memberikan gambaran rinci tentang produk yang dihasilkan. berjanji dan kembali.

¹ Armstrong, Gary & Philip, Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan (Jakarta: Penerbit Prenhalindo, 2012), 346.

Menurut jenis konsumen yang menggunakannya, produk dikategorikan menjadi dua kelas besar, termasuk:

a. Produk Konsumen

Barang konsumen adalah barang yang dibeli oleh pengguna akhir untuk digunakan sendiri, menurut Kotler dan Armstrong. Produk-produk ini biasanya dikategorikan oleh pemasar berdasarkan cara pelanggan membelinya. Kenyamanan, belanja, produk khusus, dan produk yang tidak diinginkan adalah contoh barang konsumsi.²

b. Produk Industri

Kotler dan Armstrong mengklaim bahwa barang yang dibeli untuk diproses atau tujuan komersial.³

2. Indikator Kualitas Produk

Berikut adalah contoh indikator kualitas produk berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Rachmad Hidayat yang dipublikasikan di jurnal manajemen dan kewirausahaan:⁴

a. Kinerja adalah karakteristik operasi utama dari produk inti yang diperoleh. Layanan studi meliputi penggalangan dana, penyaluran dana, dan kegiatan lain yang terkait dengan transaksi pendanaan.

b. Fitur pelengkap (features) adalah kualitas tambahan atau pelengkap. Fasilitas buku tabungan, kwitansi, dan bentuk serta fasilitas lainnya yang

² Ibid., 349.

³ Ibid., 351.

⁴ Rachmad Hidayat, *Pengaruh Kualitas Layanan Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri* dikutip dari Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan vol.11 No.1 Maret 2019, 60.

terkait dengan proses transaksi primer semuanya dapat digunakan untuk menggambarkan kualitas yang disebutkan dalam penelitian ini.

- c. Serviceability didefinisikan sebagai efisiensi dan kecepatan perbaikan serta keterampilan dan keramahan petugas servis. Dalam hal ini, mungkin berbentuk anggota staf yang memberikan layanan kepada klien yang menjalankan bisnis dengan organisasi.
- d. Tingkat kesesuaian suatu produk dengan standar yang diakui dikenal sebagai kesesuaian. misalnya, harga produk tipikal.
- e. Persepsi kualitas (citra), dalam hal ini pelayanan, merupakan kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjualan.

3. Pengembangan Produk

Penciptaan produk adalah salah satu masalah utama yang sering dihadapi bisnis. Karyawan di dalam organisasi dapat membuat item baru dengan meningkatkan item yang sudah ada. Selain itu, Anda dapat mempekerjakan peneliti untuk mengembangkan produk baru dengan model yang akurat. Akibat munculnya pesaing yang lebih kreatif, perubahan preferensi konsumen, dan munculnya teknologi baru dalam proses produksi, pelaku usaha yang tidak mampu mengembangkan produk baru berisiko mengalami penurunan volume penjualan dan kekalahan di pasar.

Sebuah perusahaan sekarang bersaing di bidang lain dari produknya, bukan hanya yang diproduksinya, seperti pengemasan, layanan, periklanan,

kredit, pengiriman, dan sebagainya. Ada berbagai level produk dalam skenario ini, antara lain.⁵

- a. Manfaat Perawatan, atau manfaat mendasar dari suatu produk yang dibeli konsumen. Bisnis harus memenuhi persyaratan mendasar ini dengan tepat. Manajer hotel, misalnya, harus melakukan semua persiapan yang diperlukan untuk memastikan mereka bisa tidur nyenyak.
- b. Produk Dasar, setelah itu keunggulan terapeutik diubah menjadi produk dasar. Oleh karena itu, fasilitas seperti kasur, bak mandi, handuk, dan barang lainnya sudah termasuk dalam kamar hotel.
- c. Konsumen memiliki harapan untuk produk dan layanan yang mereka beli. Misalnya, fasilitas hotel terbaik, handuk segar, lampu baca, dll harus ditawarkan.
- d. Konsumen memiliki harapan untuk produk dan layanan yang mereka beli. Misalnya, fasilitas hotel terbaik, handuk bersih, lampu baca, dll. Harus ditawarkan.
- e. Produk Potensial, yang memerlukan pencarian item masa depan yang dapat ditingkatkan. Produsen harus mencari nilai tambah lebih lanjut yang akan memuaskan klien mereka dan dapat dimasukkan sebagai kejutan berlangganan.

Kemampuan keseluruhan produk atau layanan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat disebut sebagai "kualitas produk". Jika

⁵ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran, Op.Cit.*, 257

hasil evaluasi mengungkapkan bahwa kualitas produk yang mereka gunakan sesuai dengan yang mereka inginkan atau butuhkan, maka konsumen akan sangat puas.⁶

4. Sifat Pengganti

Karena seringkali sulit untuk mengukur atribut kualitas yang diinginkan secara langsung, sifat pengganti—kualitas lain—digunakan sebagai gantinya. Jenis substitusi juga harus mempertimbangkan keinginan konsumen. Karakteristik kualitas produk berikut digunakan sebagai properti pengganti:⁷

- a. Biaya terjangkau. Suatu produk tidak harus memiliki kualitas tertinggi; sebaliknya, yang paling penting adalah memenuhi permintaan konsumen. Konsumen harus menemukan harga yang adil selain kualitas fisik. Oleh karena itu produsen harus memperhatikan harga.
- b. Terjangkau. Konsumen mencari kualitas yang terjangkau seperti potensi aplikasi terluas, kerusakan paling sedikit, konsumsi energi paling sedikit, dan pengeluaran pemeliharaan dan keselamatan paling sedikit.
- c. Kokoh. Pelanggan mengantisipasi bahwa item akan terdiri dari bahan yang dapat bertahan dari berbagai perubahan keras sepanjang waktu.
- d. Aman. Produk tidak boleh membahayakan kehidupan dan harus aman untuk digunakan.
- e. Mudah digunakan. Produk sering dibuat untuk digunakan oleh konsumen biasa. Pelanggan mengantisipasi penggunaan barang secara langsung, terus

⁶ Lupiyoadi Rambat, *Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 158

⁷ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Jakarta: PT. Indeks, Cetakan Pertama, 2011), hal. 14

menerus, dan tanpa kesulitan. Mereka juga mengantisipasi mendengar tentang indikasi peringatan sebelum kegagalan.

- f. Sederhana untuk membuat Hal ini berkaitan dengan harga produksi. Produk harus diproduksi menggunakan sumber daya yang mudah diakses, dapat disimpan, dan membutuhkan sedikit usaha dan keahlian.
- g. Sederhana untuk dibuang. Diharapkan barang-barang yang tidak lagi dibutuhkan dapat dibuang begitu saja di dunia yang berpenduduk padat saat ini. Hal-hal yang terbukti paling tidak menjengkelkan dan terkadang berbahaya tidak lagi bermanfaat. Suatu produk dapat dibuang tidak berarti bahwa produk tersebut dibuang ke tempat lain selain di tempat yang semestinya. Mendaur ulang produk bekas membantu menghemat sumber daya alam dan mencegah pencemaran lingkungan.

5. Kualitas Produk Dalam Ekonomi Islam

Manusia diciptakan oleh Allah SWT sebagai makhluk ideal dengan tujuan keberadaannya. Fakta bahwa manusia bisa menjadi khalifah di bumi menunjukkan bahwa keputusan Allah untuk menciptakan mereka di planet ini tidak sia-sia dan bahwa karakteristik manusia tidak sewenang-wenang dibandingkan dengan spesies lain. Untuk dianggap sebagai orang yang unggul, bagaimanapun, ada beberapa persyaratan. Seperti yang dikatakan Allah di QS. Adz-dzariyat ayat 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya : "Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.

Implikasi dari ayat ini adalah bahwa manusia diwajibkan untuk melakukan ibadah hanya kepada Allah SWT guna meningkatkan kualitas hidupnya. Selain itu, Allah ditegaskan dalam QS. Al-Mujadilah ayat 11:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ ۗ وَإِذَا

قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا

تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya : “Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Menurut ayat dan ayat tersebut, implikasi tentang kualitas adalah bahwa orang akan memiliki kualitas hidup yang lebih baik jika mereka jujur dan bijaksana. Manusia yang berkualitas selalu bekerja untuk berinovasi dan menghasilkan hal-hal baru. Umat manusia wajib menggunakan waktu dan sumber daya yang telah Allah sediakan untuk dapat menggunakan sumber daya tersebut secara penuh.

Dalam perspektif Islam, kualitas adalah pengertian luas yang harus dipandang sebagai proses yang mengarah pada kinerja terbaik untuk semua jenis perusahaan, dengan peningkatan kualitas hidup manusia sebagai tujuan akhir. Tak perlu dikatakan bahwa ini adalah proses jangka panjang yang akan terus ditingkatkan.

Dalam Islam, manajemen kualitas produk mencakup semua aspek kualitas individu, organisasi, dan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan seluruh umat manusia. Ini lebih dari sekadar menghasilkan produk berkualitas tinggi yang memuaskan pelanggan.⁸

Dalam sistem Islam, kualitas lebih penting daripada kuantitas. Persyaratan kualitas yang harus dipenuhi tidak hanya untuk masalah besar, tetapi juga untuk masalah kecil seperti saat kita menyembelih hewan, diterapkan kondisi kualitas tinggi dengan menggunakan pisau tajam agar hewan tidak menderita. Berdasarkan konsep tersebut, terdapat delapan elemen yang mempengaruhi pengukuran kualitas dalam suatu perusahaan, yaitu desain, proses, manajemen, karyawan, peraturan perundang-undangan, konsumen, lingkungan, dan publik.⁹

Menurut Islam, hanya ada dua cara untuk menilai kualitas suatu produk:¹⁰

- a. Berharga dalam arti mematuhi peraturan halal saat berproduksi.
- b. Manfaat memproduksi barang yang berkualitas untuk kebutuhan dan kepentingan orang banyak bukan hanya untuk keuntungan finansial sendiri.

Firman Allah SWT QS. An Nisa' : 29.¹¹

⁸ Burgess, N Sarker, *Total Quality Manajemen*, The TQM Magazine, 1999.

⁹ Mazilan Musa, Shaikh Mohd Saifuddeen Shaik Mohd Salleh, "*The Elements of an Ideal Total Quality from the Islamic Perspective*", (IKIM: Kuala Lumpur, 2005), 197

¹⁰ M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), 201

¹¹ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), 185.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِجَارَةٍ عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama mu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat ini membahas bagaimana mengembangkan hubungan positif dalam urusan bisnis antara pedagang dan konsumen yang konsensual dan menyenangkan. Mereka akan lebih menghargai interaksi dengan penjual saat mereka sopan dan mudah didekati daripada saat mereka angkuh. Ketika konsumen memiliki pengalaman membeli yang positif, mereka menjadi setia pada toko tersebut dan akan melakukan pembelian di masa depan di sana.

B. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan didefinisikan sebagai uang yang diberikan dari satu pihak ke pihak lain untuk mendukung investasi yang direncanakan, baik yang dilakukan oleh perorangan maupun lembaga.¹² Penggunaan istilah pembiayaan untuk bank syariah sebagai lawan dari kredit untuk bank biasa adalah perbedaan antara keduanya. Keuntungan yang diprediksi adalah faktor lain yang membedakan keuangan dan pinjaman. Bank yang didirikan atas dasar bagi hasil dikompensasi melalui bagi hasil pendanaan, sedangkan bank yang didirikan berdasarkan prinsip konvensional memperoleh pendapatan melalui

¹² Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: YKPN, 2015), 17.

bunga. Sesuai dengan UU Perbankan No. 7 Tahun 1992, sebagaimana telah diubah dengan UU Perbankan No. 10 Tahun 1998, Pemberian utang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan suatu perjanjian atau kesepakatan antara Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dijelaskan dalam Pasal 1 angka 12 sebagai “pembiayaan berdasarkan prinsip syariah”.¹³

Oleh karena itu, dalam hal ini, pembiayaan adalah kegiatan mendistribusikan uang kepada masyarakat dalam bentuk utang yang berasal dari tabungan dan deposito masyarakat.

Pendanaan lembaga keuangan Islam melayani berbagai tujuan; dengan kata lain, itu terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan. Komponen pembiayaan berikut hadir:

a. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa uang yang dipinjam benar-benar akan dikembalikan di masa depan dalam jangka waktu yang ditentukan. Alasan utama mengapa keuangan dapat dicairkan adalah kepercayaan yang ditunjukkan oleh lembaga keuangan Islam. Oleh karena itu, harus dilakukan investigasi dan penelitian menyeluruh terhadap kondisi nasabah baik secara internal maupun eksternal sebelum pembiayaan dikucurkan.

¹³ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2014), 1.

b. Jangka waktu

Setiap produk pembiayaan memiliki jangka waktu tertentu yang meliputi jangka waktu pengembalian yang telah ditentukan. Kerangka waktu mengacu pada durasi yang disepakati untuk melakukan pembayaran angsuran. Jangka waktu ini dapat diperpanjang jika diperlukan dalam keadaan tertentu.

c. Risiko

Setiap pengaturan pembiayaan dilengkapi dengan kerangka waktu tertentu, yang mencakup periode pengembalian yang telah ditentukan sebelumnya untuk pembiayaan tersebut. Jangka waktu adalah jangka waktu yang disepakati untuk membayar kembali angsuran. Kerangka waktu ini dapat diperpanjang seperlunya dalam beberapa keadaan.

d. Balas jasa

Imbalan yang diterima dari pemberian pembiayaan dikenal dengan istilah remunerasi. Kompensasi ini dikenal sebagai bagi hasil di lembaga keuangan syariah berdasarkan prinsip syariah, yang berbentuk bunga di bank konvensional.¹⁴

2. Tujuan Pembiayaan

Dua kategori sasaran keuangan—pendanaan untuk tingkat makro dan pembiayaan untuk tingkat lokal—mewakili pembagian tujuan keuangan yang luas. Dalam skala yang lebih besar, disebutkan bahwa pendanaan berupaya untuk:

¹⁴ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2015), 89.

- a. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi penduduk dengan memungkinkan mereka yang tidak memiliki sarana keuangan untuk mendapatkan akses.
- b. Tersedianya pembiayaan untuk perluasan usaha, yang menunjukkan bahwa diperlukan lebih banyak uang untuk pengembangan usaha.
- c. Meningkatkan produktivitas, yang berarti keuangan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk meningkatkan kapasitas outputnya.
- d. Menciptakan lapangan kerja baru, artinya perusahaan ini akan mempekerjakan orang dengan memperluas area bisnisnya dengan sumber keuangan yang lebih besar.
- e. Distribusi pendapatan yang memungkinkan orang-orang produktif untuk terlibat dalam aktivitas kerja memastikan bahwa mereka akan menghasilkan uang dari bisnis mereka.¹⁵

Adapun secara mikro , pembiayaan bertujuan untuk:

- a. Upaya memaksimalkan keuntungan, artinya setiap perusahaan yang didirikan memiliki prioritas utama untuk menghasilkan uang bagi perusahaan.
- b. Upaya mengurangi risiko, artinya untuk menjalankan perusahaan dan memperoleh laba sebesar-besarnya, pengusaha harus mampu mengurangi segala potensi bahaya.
- c. Memanfaatkan sumber daya ekonomi, yang memerlukan kombinasi sumber daya alam dengan sumber daya modal, manusia, dan sumber daya manusia.

¹⁵ Ibid., 4.

- d. Penyaluran kelebihan dana, yaitu kemampuan mekanisme pembiayaan untuk menutup kesenjangan dan mentransfer kelebihan dana dari yang memiliki kepada yang kekurangan.¹⁶

3. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan secara umum berfungsi untuk:

- a. Meningkatkan daya guna uang

Rekening tabungan, deposito berjangka, dan giro adalah tiga cara utama orang menyimpan uang di lembaga keuangan. Lembaga keuangan mendorong penggunaan uang ini sampai batas tertentu dalam upaya meningkatkan produksi. Pengusaha mendapatkan keuntungan dari pendanaan dari lembaga keuangan untuk menumbuhkan atau memperluas perusahaan mereka, apakah itu untuk meningkatkan produksi, perdagangan, atau untuk upaya memulai bisnis baru atau untuk rehabilitasi. Pada dasarnya ada upaya untuk menggenjot produksi secara keseluruhan melalui pembiayaan. Akibatnya, uang yang mengendap di lembaga keuangan tidak lembam; itu digunakan untuk mendanai usaha yang menguntungkan bagi anggota masyarakat dan pemilik bisnis.

- b. Meningkatkan daya guna barang

Produsen dapat mengubah bahan mentah menjadi bahan jadi dengan bantuan lembaga keuangan, meningkatkan kegunaan bahan tersebut. Transformasi kelapa menjadi kopra dan kemudian minyak kelapa adalah contoh peningkatan kegunaannya.

¹⁶ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: YKPN, 2015), 18.

Dengan bantuan lembaga keuangan, produsen dapat mengubah bahan mentah menjadi produk jadi, memperpanjang umur manfaatnya. Salah satu contoh peningkatan khasiatnya adalah mengubah kelapa menjadi kopra, yang kemudian diubah menjadi minyak kelapa.

c. Meningkatkan peredaran uang

Karena keuangan menumbuhkan gairah berbisnis sehingga penggunaan uang akan semakin meluas, baik secara kualitatif maupun kuantitatif, maka peredaran uang dan giro akan semakin meningkat.

d. Meningkatkan peredaran uang

Pengusaha menggunakan pembiayaan yang mereka terima dari lembaga keuangan Islam untuk memperluas bisnis mereka dan meningkatkan produktivitas.

e. Stabilitas ekonomi

Strategi stabilisasi dalam ekonomi yang buruk menargetkan hal-hal berikut:

- 1) Mengendalikan inflasi; 2) Meningkatkan ekspor
- 2) Rekonstruksi infrastruktur
- 3) Untuk menjaga laju inflasi dan mendukung upaya mendorong pertumbuhan ekonomi, pemenuhan kebutuhan pokok penduduk merupakan hal yang sangat penting.

f. Jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional

Pengusaha mencari dana untuk memperluas bisnis mereka. Keuntungan meningkat ketika ada lebih banyak bisnis. Pertumbuhan akan

terus berlanjut jika keunggulan kumulatif ini selanjutnya dikembangkan dalam arti ditambahkan kembali ke dalam struktur modal. Pajak perusahaan akan naik selama ada pendapatan. Sehingga secara tidak langsung akan terjadi peningkatan penerimaan negara.¹⁷

Tabel 2.1
Produk-Produk Jasa Perbankan

No	Produk	Prinsip
Jasa keuangan		
1.	Dana talangan	<i>Qardh</i>
2.	Anjak piutang	<i>Hiwalah</i>
3.	L/C, transfer, inkaso, kliring, RTGS, dan sebagainya	<i>Wakalah</i>
4.	Jual beli valuta asing	<i>Sharf</i>
5.	Gadai	<i>Rahn</i>
6.	<i>Payroll</i>	<i>Ujr/wakalah</i>
7.	Bank garansi	<i>Kafalah</i>
Jasa Non keuangan		
8.	<i>Safe deposit box</i>	<i>Wadi'ahyad amanah/ujr</i>
Jasa keagenan		
9.	Investasi terikat (<i>channeling</i>)	<i>Mudharabah muqayadah</i>
Kegiatan sosial		
10.	Pinjaman sosial	<i>Qardhul hasan</i>

C. Financial Technology (Fintech)

1. Pengertian Financial Technology (Fintech)

Financial technology atau "*Fintech*" adalah penggunaan teknologi untuk memberikan solusi keuangan. Pengertian lain mengenai *fintech* adalah

¹⁷ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras, 2014), 10.

sebuah istilah yang digunakan untuk menunjukkan perusahaan yang menawarkan teknologi modern pada sektor keuangan.¹⁸

Bank Indonesia mendefinisikan *Financial teckhnologi* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja.¹⁹

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan *financial technology* adalah suatu inovasi baru di jasa keuangan yang mengadaptasi perkembangan teknologi untuk mempermudah pelayanan keuangan dan sistem keuangan agar lebih efisien dan efektif.

Sedangkan menurut ederan Bank Indonesia No. 18/22/DKSP tentang Penyelenggaraan Layanan Keuangan digital adalah penggunaan teknologi berbasis *mobile* ataupun berbasis *web* dalam kegiatan layanan sistem pembayaran dan keuangan yang dilakukan dengan kerja sama dengan pihak ketiga dalam rangka keuangan inklusif.²⁰

Keuangan inklusif atau *financial iclusion* adalah sebuah upaya untuk mengurangi segala hambatan yang bersifat harga maupun non harga terhadap

¹⁸ Svelana Saksonova dan Irina Kusmina Marilino.(2017) “*Fintech as Financial Inovation-the Possibilities and Problems Of Implementation*”.*European stuies researchjournal*.961-973

¹⁹ Peraturan Bank Indonsesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Financial

²⁰ Bank Indonesia, Surat Ederan No. 18/22/DKSP “*Penyelenggaraan LayananKeuangan Digital*”

akses masyarakat dalam memanfaatkan layanan jasa keuangan.²¹ Tujuan dari keuangan inklusif adalah memberikan akses layanan keuangan yang lebih luas terhadap seluruh lapisan masyarakat, menyediakan jasa dan produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai layanan keuangan, memperkuat sinergi antara Bank, Lembaga keuangan Mikro, Lembaga non bank dan mengoptimalkan peran Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk memperluas cakupan layanan keuangan.

Fintech bukan merupakan layanan dari perbankan melainkan model bisnis baru dalam sektor keuangan. *Fintech* merupakan gelombang baru perusahaan yang memberikan model baru dalam cara individu dalam bertransaksi, seperti membayar, mengirim uang, meminjam, meminjamkan dan menginvestasikan uang mereka. *Fintech* merupakan penggabungan teknologi dan finansial dimana teknologi dapat berupa otomatisasi dengan mesin atau penggunaan media internet untuk mempermudah layanan, dan saat ini media internet menjadi pilihan utama bagi pelaku industri sektor keuangan.

2. Jenis-jenis *Fintech*

Dewasa ini perkembangan *fintech* di Indonesia sangatlah pesat. Telah banyak berdiri perusahaan yang mengembangkan layanan keuangan berbasis teknologi. Ada beberapa jenis *Fintech* yang ada di Indonesia diantaranya

²¹ Halim Almasyah (2016). “Pentingnya Keuangan Inklusif dalam Meningkatkan Akses Masyarakat dan UMKM terhadap Fasilitas Jasa Keuangan”.

adalah *Payment Settlement and Clearing, Crowdfunding* dan *P2P, Market Agrerator, Risk and Investment Management*.²²

a. *Payment Settlement and Clearing*

Payment system adalah layanan elektornik yang menggantikan uang kartal dan uang giral sebagai alat pembayaran seperti *e-wallet*, kartu *e-money*, bitcoin dan bentuk aplikasi *Fintech* lain. Di Indonesia Produk *Fintech* yang banyak digunakan adalah produk payment, berbagai jenis produk payment telah meramaikan industri *Fintech* seperti *e-wallet*, kartu *e-money*, *e-toll*, dan bentuk aplikasi lain dengan berbagai merek seperti: *Go pay*, *OVO*, *T-cash*, *XL pay*, *Link Aja*, *TrueMoney*, *Toko Pandai*, *M-saku*, *Paytren*, *Dana*, *Uangku*, *Saldomu* dan merek-merek yang lain.

b. *Crowdfunding dan Peer to Peer lending (P2P lending)*

Crowdfunfing adalah suatu bentuk penggalangan dana untuk berbagai jenis usaha baik ide produk, bisnis, atau kegiatan yang dananya dari sumbangan masyarakat luas dan sering memiliki suatu imbalan berupa barang atau jasa.²³ *Crowdfunding* merupakan suatu jenis kegiatan penggalangan dana yang memanfaatkan *social media*, *web* dan aplikasi serta sarana teknologi informasi lainnya untuk mendukung suatu proyek tertentu dengan melibatkan masyarakat luas dengan imbalan berupa barang atau jasa.

²² www.bi.go.id diakses 28 maret 2022

²³ Rosalina dkk. "Aplikasi Crowdfunding Sebagai Perantara Penggalangan Dana Berbasis Website dan Facebook Application". Jurnal Infra Vol.3 No.2

Dalam kegiatan *Crowdfunding* tidak selalu didasari dengan tujuan yang sama, kegiatan penggalangan dana berbasis teknologi informasi ini memiliki jenis sesuai dengan tujuan masing-masing. Jenis kegiatan *Crowdfunding* menjadi 4 yaitu *Donation-based*, *RewardBased*, *Lending-based or Peer to Per (P2P)*, *Equity-based Crowdfunding*.²⁴

c. *Market Aggregator*

Aggregator atau *e-aggregator* adalah layanan mengumpulkan dan menganalisa informasi keuangan dengan transparan dari berbagai sumber. Dalam layanan ini pihak *aggregator* mendefinisikan informasi dengan berbagai cara dari semua berdasarkan makna dan konteks dari informasi yang telah di kumpulkan. *E-aggregator* dapat dijadikan sebuah platform yang menggabungkan berbagai informasi mengenai perusahaan untuk investor seperti, risiko imbal hasil dan dampak kelayakan kredit dari populasi target.

d. *Risk and Investment Management*

Dalam industri *Fintech risk and investment management* dikenal dengan istilah Robo-Advisor yaitu layanan yang memberikan saran atau mengelola kekayaan pribadi dan menggantikan pengelolaan kekayaan tradisional.²⁵ Robo-Advisor merupakan solusi investasi otomatis berbasis teknologi digital yang melibatkan individu untuk dilakukan pembinaan dalam pengambilan keputusan yang didukung dengan penyeimbangan

²⁴ www.undp.org diakses 28 maret 2022

²⁵ Polo Sironi. "*Fintech Innovation: From Robo-Advisor to Goal Based Investing and Gamification*". Wiley. Hoboken New Jersey. ASSBN 978-1-119-22728-2 47.

portofolio menggunakan algoritma perdagangan berdasarkan investasi pasar dan strategi diversifikasi. Pada intinya risk and investment management merupakan sebuah layanan pengelolaan kekayaan pribadi dengan alat teknologi digital yang memberikan saran dalam pengambilan keputusan individu.