



Persepsi Pelaku Umkm Tentang Peran Lembaga Keuangan Formal Dalam Perspektif Fenomenologi

Della Zanawiyah¹, Aiwa Suroida², Milda Sari³, Kristin Melani Simanjuntak⁴, *Hilmiatus Sahla⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Manajemen Keuangan, Universitas Asahan

dellazanawiyah279@gmail.com¹, i.waaluv3@gmail.com², mildasary37@gmail.com³, kristinkristinmelani0971@gmail.com⁴, hilmiatus.sahla03@gmail.com⁵

Abstract

This study aims to analyze, from a phenomenological perspective, the reluctance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to utilize formal financial institutions supervised by the Financial Services Authority (OJK). This research employs a qualitative method with a phenomenological approach through in-depth interviews, observations, and documentation of MSME actors. The findings indicate that MSME reluctance is not solely influenced by economic and administrative factors, but also by life experiences, perceptions, and psychological conditions of business owners. Experiences such as loan rejection, complex procedures, and business uncertainty shape negative perceptions of formal financial institutions. In addition, fear of debt, financial anxiety, and social environmental influences strengthen the decision to avoid formal financial services. These findings confirm that subjective meanings formed from lived experiences play a crucial role in MSME financial decisions. Therefore, improving financial inclusion requires a holistic approach that considers psychological, social, and experiential aspects of MSME actors.

Keywords: MSMEs, Formal Financial Institutions, Phenomenology, Financial Inclusion, Lived Experience

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara fenomenologi keengganan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan lembaga keuangan formal yang diawasi OJK. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keengganan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan administratif, tetapi juga oleh pengalaman hidup, persepsi, serta kondisi psikologis pelaku usaha. Pengalaman seperti penolakan pembiayaan, kesulitan prosedur, dan ketidakpastian usaha membentuk persepsi negatif terhadap lembaga keuangan formal. Selain itu, rasa takut terhadap utang, kecemasan finansial, serta pengaruh lingkungan sosial memperkuat keputusan untuk tidak menggunakan layanan keuangan formal. Temuan ini menegaskan bahwa makna subjektif yang terbentuk dari pengalaman hidup berperan penting dalam keputusan keuangan pelaku UMKM. Oleh karena itu, peningkatan inklusi keuangan perlu dilakukan secara holistik dengan memperhatikan aspek psikologis, sosial, serta pengalaman hidup pelaku UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Lembaga Keuangan Formal, Fenomenologi, Inklusi Keuangan, Pengalaman Hidup

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, tetapi juga menjadi sumber utama penciptaan lapangan kerja dan penggerak aktivitas ekonomi masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting bagi perkembangan ekonomi suatu negara. UMKM sering dianggap sebagai fondasi ekonomi karena menciptakan banyak lapangan kerja, membantu perluasan industri lain, dan memajukan inklusi sosial dan ekonomi.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Namun, tantangan utama yang dihadapi UMKM adalah pengelolaan keuangan yang belum optimal, yang sering kali menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha (Septina et al., 2025).

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, pelaku UMKM membutuhkan berbagai sumber daya untuk mendukung keberlangsungan dan pengembangan usaha, salah satunya adalah akses terhadap pembiayaan. Modal usaha menjadi faktor penting yang menentukan kemampuan pelaku UMKM dalam meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pasar, serta mengembangkan inovasi usaha. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, berbagai lembaga keuangan formal telah menyediakan layanan pembiayaan yang dirancang khusus bagi pelaku UMKM. Kehadiran lembaga keuangan formal diharapkan mampu membantu pelaku usaha memperoleh akses permodalan yang aman, terjangkau, dan berkelanjutan.

Lembaga keuangan formal memiliki peran penting dalam menyediakan akses permodalan, layanan simpanan, dan berbagai produk keuangan yang dapat mendukung perkembangan UMKM. Namun, setiap pelaku UMKM

memiliki persepsi yang berbeda mengenai peran lembaga keuangan formal berdasarkan pengalaman dan kondisi usaha yang mereka alami. (Rudiyanto, 2025).

Berbagai program pembiayaan telah diluncurkan untuk memperluas akses keuangan bagi UMKM, seperti kredit usaha rakyat, pembiayaan mikro, serta berbagai produk keuangan lainnya yang disediakan oleh perbankan dan lembaga keuangan formal. Program-program tersebut dirancang untuk membantu pelaku usaha memperoleh modal dengan persyaratan yang lebih mudah dibandingkan pembiayaan komersial pada umumnya. Selain itu, pemerintah juga terus mendorong peningkatan literasi dan inklusi keuangan agar masyarakat lebih memahami manfaat penggunaan layanan keuangan formal dalam mendukung kegiatan ekonomi mereka. Kolaborasi antara lembaga keuangan dengan regulator seperti OJK, Bank Indonesia, Kementerian Komunikasi dan Informatika, serta lembaga penegak hukum menjadi penting dalam 231 menciptakan ekosistem digital yang aman dan bebas dari praktik predatoris (Haryansyah et al., 2024).

Meskipun berbagai program dan fasilitas pembiayaan telah tersedia, kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan lembaga keuangan formal secara optimal. Sebagian pelaku usaha lebih memilih menggunakan modal pribadi, meminjam kepada keluarga, kerabat, atau memanfaatkan sumber pembiayaan informal lainnya dibandingkan mengajukan pembiayaan kepada lembaga keuangan formal. Fenomena ini menunjukkan bahwa keberadaan lembaga keuangan formal beserta berbagai kemudahan yang ditawarkan belum sepenuhnya mampu menarik minat seluruh pelaku UMKM untuk menjadi pengguna layanan keuangan formal.

Pada umumnya, penelitian mengenai rendahnya pemanfaatan lembaga keuangan formal oleh UMKM lebih banyak dikaji dari aspek ekonomi dan administratif. Beberapa penelitian menjelaskan bahwa faktor rendahnya literasi keuangan, keterbatasan jaminan, tingkat pendapatan, pendidikan, maupun rumitnya prosedur administrasi menjadi penyebab utama rendahnya akses pembiayaan formal. Pendekatan tersebut memang mampu menjelaskan berbagai hambatan yang bersifat struktural, namun belum sepenuhnya mampu menggambarkan pengalaman subjektif yang dialami oleh pelaku UMKM dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan formal (Ozili, 2021).

Dalam kehidupan nyata, keputusan seseorang untuk menggunakan atau menghindari suatu layanan tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional semata. Pengalaman hidup yang pernah dialami dapat membentuk cara pandang, keyakinan, serta sikap seseorang terhadap suatu objek tertentu. Demikian pula dengan pelaku UMKM yang enggan memanfaatkan lembaga keuangan formal. Keengganan tersebut sering kali berkaitan dengan pengalaman pribadi yang melibatkan aspek psikologis, emosional, dan sosial yang tidak dapat diukur hanya melalui angka atau indikator kuantitatif (Creswell & Poth, 2018).

Sebagian pelaku UMKM mungkin pernah mengalami penolakan saat mengajukan pembiayaan sehingga menimbulkan perasaan kecewa, malu, atau tidak percaya diri untuk kembali mengakses layanan keuangan formal. Pengalaman tersebut dapat membentuk persepsi bahwa lembaga keuangan formal sulit dijangkau oleh pelaku usaha kecil. Selain itu, terdapat pula pelaku usaha yang memiliki pengalaman melihat anggota keluarga atau kerabat mengalami kesulitan membayar pinjaman sehingga menimbulkan ketakutan terhadap utang dan kewajiban finansial. Pengalaman-pengalaman seperti ini dapat memengaruhi cara individu memaknai keberadaan lembaga keuangan formal dalam kehidupan usahanya.

Faktor emosional juga memiliki peran yang cukup besar dalam membentuk keputusan pelaku UMKM. Rasa takut kehilangan aset, kekhawatiran tidak mampu membayar cicilan, kecemasan terhadap risiko usaha, serta ketidakpastian kondisi ekonomi dapat membuat pelaku usaha lebih memilih menghindari pembiayaan formal. Bagi sebagian pelaku UMKM, keputusan untuk tidak menggunakan layanan keuangan formal bukan semata-mata karena tidak membutuhkan modal, tetapi karena adanya perasaan tidak nyaman dan kekhawatiran yang terus melekat terhadap berbagai konsekuensi yang mungkin muncul di kemudian hari. Fokus utama fenomenologi bukan hanya pada apa yang dilakukan individu, tetapi juga bagaimana individu memaknai pengalaman tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan fenomenologi memungkinkan peneliti untuk menggali makna dan persepsi individu terhadap fenomena yang dialami secara mendalam dan kontekstual (Moleong, 2018).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa keengganan pelaku UMKM dalam memanfaatkan lembaga keuangan formal bukan hanya persoalan akses, literasi, atau persyaratan administrasi semata. Di balik keputusan tersebut terdapat pengalaman hidup, persepsi, ketakutan, trauma, dan makna subjektif yang dibangun oleh pelaku usaha melalui interaksi mereka dengan lingkungan sosial maupun pengalaman pribadi yang pernah dialami. Oleh karena itu, penelitian yang berjudul “ **Persepsi Pelaku UMKM tentang Peran Lembaga Keuangan Formal dalam Perspektif Fenomenologi**” menjadi penting untuk dilakukan guna memahami secara mendalam pengalaman hidup pelaku UMKM serta faktor-faktor yang membentuk keengganan mereka dalam memanfaatkan layanan keuangan formal.

2. Kajian Literatur

Lembaga Keuangan Formal

Menurut Ismail (2021), lembaga keuangan adalah badan usaha yang bergerak di bidang keuangan dengan kegiatan utama menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit, pembiayaan, maupun jasa keuangan lainnya untuk mendukung aktivitas ekonomi.. Daripada itu, bank lain juga menyediakan layanan

keuangan yang mendukung dan memfasilitasi kegiatan pemberian pinjaman dengan cara mengumpulkan dana. Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 1998 yang disahkan pada tanggal 10 November 1998 mengenai perbankan, BANK diartikan sebagai "badan usaha yang mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lain untuk meningkatkan kesejahteraan hidup banyak orang

Meskipun akses terhadap layanan keuangan formal semakin luas, masih banyak pelaku UMKM yang memilih menggunakan modal pribadi atau sumber pembiayaan informal. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan pelaku UMKM dalam memanfaatkan lembaga keuangan formal tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh pengalaman, persepsi, dan kondisi psikologis yang mereka miliki.

Fenomenologi dan Pengalaman Hidup Pelaku UMKM

Fenomenologi merupakan pendekatan penelitian kualitatif yang berfokus pada pemahaman pengalaman hidup (lived experiences) individu terhadap suatu fenomena. Pendekatan ini bertujuan menggali makna yang dibangun seseorang berdasarkan pengalaman, perasaan, keyakinan, dan persepsinya terhadap realitas yang dialami (Sugito, 2025)(Sugito, 2025).

Dalam konteks penelitian ini, fenomenologi digunakan untuk memahami bagaimana pelaku UMKM memaknai keberadaan lembaga keuangan formal. Pengalaman seperti penolakan pengajuan kredit, kesulitan memenuhi persyaratan, maupun pengalaman negatif terkait pinjaman dapat membentuk pandangan tertentu terhadap lembaga keuangan formal. Oleh karena itu, fenomenologi memungkinkan peneliti memahami alasan terdalam yang melatarbelakangi keengganan pelaku UMKM dalam memanfaatkan layanan keuangan formal.

Persepsi Pelaku UMKM terhadap Lembaga Keuangan Formal

Persepsi merupakan proses individu dalam memahami dan memberi makna terhadap informasi atau pengalaman yang diperolehnya. Persepsi pelaku UMKM terhadap lembaga keuangan formal dapat terbentuk melalui pengalaman pribadi maupun pengaruh lingkungan sosial (D. Rahmawati & Lestari, 2022).

Sebagian pelaku UMKM memandang lembaga keuangan formal sebagai sumber modal yang membantu pengembangan usaha. Namun, sebagian lainnya memiliki persepsi bahwa proses pengajuan pembiayaan rumit, persyaratan sulit dipenuhi, serta berisiko menimbulkan beban utang. Persepsi tersebut dapat memengaruhi keputusan pelaku usaha untuk menggunakan atau menghindari layanan keuangan formal

Faktor Psikologis dan Emosional dalam Keengganan Mengakses Lembaga Keuangan Formal

Keengganan pelaku UMKM dalam memanfaatkan lembaga keuangan formal sering kali dipengaruhi oleh faktor psikologis dan emosional. Rasa takut terhadap utang, kekhawatiran tidak mampu membayar cicilan, serta pengalaman kegagalan usaha dapat membentuk sikap menghindari pembiayaan formal (Pratama & Sari, 2023).

Selain itu, pengalaman ditolak saat mengajukan pembiayaan dapat menimbulkan rasa kecewa dan menurunkan kepercayaan diri pelaku usaha. Rendahnya kepercayaan terhadap lembaga keuangan formal juga menjadi faktor yang memengaruhi keputusan mereka. Dengan demikian, aspek psikologis, emosional, dan pengalaman hidup menjadi bagian penting dalam memahami fenomena keengganan pelaku UMKM memanfaatkan lembaga keuangan formal yang diawasi OJK.

3. Metode Penelitian

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara mendalam (in-depth interview) dengan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang belum atau jarang memanfaatkan layanan lembaga keuangan formal yang diawasi oleh OJK. Informan dipilih secara purposive berdasarkan pengalaman mereka dalam menjalankan usaha dan berinteraksi dengan layanan keuangan formal.

Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, serta berbagai dokumen yang berkaitan dengan UMKM, inklusi keuangan, lembaga keuangan formal, dan pendekatan fenomenologi. Data sekunder digunakan untuk memperkuat analisis dan memberikan landasan teoritis dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman hidup (lived experiences), persepsi, perasaan, serta alasan yang melatarbelakangi keengganan pelaku UMKM dalam memanfaatkan lembaga keuangan formal. Observasi dilakukan untuk memahami kondisi dan aktivitas usaha informan, sedangkan dokumentasi digunakan sebagai data pendukung penelitian.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami dan mendeskripsikan pengalaman hidup pelaku UMKM terkait

keengganan mereka dalam memanfaatkan lembaga keuangan formal yang diawasi OJK. Pendekatan ini berfokus pada makna pengalaman subjektif yang dirasakan langsung oleh informan.

Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian berupaya menggali berbagai pengalaman, persepsi, keyakinan, emosi, ketakutan, serta pengalaman masa lalu yang memengaruhi keputusan pelaku UMKM untuk tidak menggunakan layanan keuangan formal. Dengan demikian, penelitian tidak hanya menjelaskan fenomena yang terjadi, tetapi juga memahami makna yang terkandung di balik pengalaman tersebut.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis fenomenologi yang meliputi proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap pertama dilakukan dengan mentranskripsikan hasil wawancara dan mengidentifikasi pernyataan-pernyataan penting yang berkaitan dengan pengalaman informan.

Selanjutnya, data dikelompokkan ke dalam tema-tema yang muncul, seperti persepsi terhadap lembaga keuangan formal, pengalaman penolakan pembiayaan, ketakutan terhadap utang, rendahnya kepercayaan, serta pengaruh lingkungan sosial. Tema-tema tersebut kemudian dianalisis untuk menemukan makna yang mendasari pengalaman hidup informan.

Tahap akhir dilakukan dengan menyusun deskripsi menyeluruh mengenai pengalaman pelaku UMKM sehingga diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor yang menyebabkan mereka enggan memanfaatkan lembaga keuangan formal yang diawasi OJK.

4. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Persepsi Pelaku UMKM terhadap Peran Lembaga Keuangan Formal

Lembaga keuangan formal memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan UMKM melalui penyediaan berbagai layanan keuangan, seperti tabungan, pembiayaan, kredit usaha, dan layanan keuangan lainnya. Berbagai program yang telah dilaksanakan pemerintah bersama lembaga keuangan formal bertujuan untuk meningkatkan akses pembiayaan bagi pelaku UMKM agar mampu mengembangkan usaha dan meningkatkan daya saing. Namun, meskipun akses terhadap layanan keuangan formal semakin terbuka, masih banyak pelaku UMKM yang memilih tidak memanfaatkan fasilitas tersebut dan lebih mengandalkan modal pribadi atau sumber pembiayaan informal (Rivai, 2020).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keengganan pelaku UMKM dalam memanfaatkan lembaga keuangan formal tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi atau administratif semata, tetapi juga berkaitan erat dengan pengalaman hidup yang mereka alami. Sebagian besar informan mengungkapkan bahwa keputusan untuk tidak menggunakan layanan keuangan formal terbentuk melalui pengalaman pribadi maupun pengalaman yang diperoleh dari lingkungan sekitar. Pengalaman tersebut kemudian membentuk persepsi dan keyakinan tertentu yang memengaruhi keputusan mereka dalam menjalankan usaha.

Selain ketakutan terhadap utang, pengalaman penolakan saat mengajukan pembiayaan juga menjadi faktor yang memengaruhi keengganan pelaku UMKM. Beberapa informan mengaku pernah mengajukan pinjaman kepada lembaga keuangan formal namun tidak memperoleh persetujuan karena berbagai alasan, seperti kurangnya dokumen administrasi, keterbatasan jaminan, atau belum memenuhi persyaratan tertentu. Pengalaman tersebut menimbulkan rasa kecewa dan membuat mereka beranggapan bahwa lembaga keuangan formal sulit diakses oleh pelaku usaha kecil. Akibatnya, mereka menjadi enggan untuk kembali mencoba mengakses layanan pembiayaan formal (Kusumawati & Firmansyah, 2023).

Penelitian ini juga menemukan bahwa rendahnya tingkat kepercayaan terhadap lembaga keuangan formal turut memengaruhi keputusan pelaku UMKM. Sebagian informan merasa kurang memahami mekanisme pembiayaan yang ditawarkan sehingga muncul kekhawatiran terhadap berbagai risiko yang mungkin terjadi di masa depan. Kurangnya pemahaman mengenai prosedur, biaya, maupun konsekuensi pembiayaan menyebabkan sebagian pelaku usaha merasa lebih nyaman menggunakan sumber pendanaan yang berasal dari keluarga atau kerabat karena dianggap lebih aman dan mudah dipahami.

Faktor lingkungan sosial juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pembentukan persepsi pelaku UMKM. Banyak informan mengaku memperoleh informasi mengenai lembaga keuangan formal dari cerita teman, keluarga, atau sesama pelaku usaha. Pengalaman negatif yang dialami orang lain, seperti kesulitan membayar cicilan, penyitaan agunan, atau konflik akibat pinjaman, sering kali menjadi alasan yang memperkuat keengganan mereka untuk berhubungan dengan lembaga keuangan formal. Meskipun pengalaman tersebut tidak dialami secara langsung, cerita yang beredar di lingkungan sosial mampu membentuk persepsi negatif yang memengaruhi pengambilan keputusan (N. Sari & Putra, 2024).

Dari perspektif fenomenologi, pengalaman-pengalaman tersebut membentuk makna subjektif yang berbeda pada setiap pelaku UMKM. Sebagian informan memaknai lembaga keuangan formal sebagai institusi yang membantu pengembangan usaha, sementara sebagian lainnya memandangnya sebagai sumber risiko yang dapat menimbulkan tekanan ekonomi dan psikologis. Perbedaan makna tersebut menunjukkan bahwa keputusan untuk memanfaatkan

atau menghindari lembaga keuangan formal tidak hanya didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman emosional dan interpretasi pribadi terhadap pengalaman yang pernah dialami. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa aspek psikologis dan emosional memiliki peran penting dalam membentuk perilaku keuangan pelaku UMKM. Perasaan takut, cemas, tidak percaya diri, dan trauma terhadap pengalaman masa lalu menjadi faktor yang memengaruhi hubungan mereka dengan lembaga keuangan formal. Oleh karena itu, upaya meningkatkan inklusi keuangan tidak cukup hanya dilakukan melalui penyediaan akses pembiayaan dan penyederhanaan prosedur administrasi, tetapi juga perlu memperhatikan kondisi psikologis serta pengalaman hidup yang dimiliki oleh pelaku usaha.

Pengalaman Hidup (*Lived Experiences*) yang Membentuk Keengganan Pelaku UMKM terhadap Lembaga Keuangan Formal

Pendekatan fenomenologi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keengganan pelaku UMKM dalam memanfaatkan lembaga keuangan formal merupakan hasil dari pengalaman hidup yang mereka alami dan makna dalam kehidupan sehari-hari. Keputusan untuk tidak menggunakan layanan keuangan formal tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan terbentuk melalui berbagai pengalaman yang meninggalkan kesan mendalam serta memengaruhi cara pandang pelaku usaha terhadap lembaga keuangan formal (Zulkarnain & Handayani, 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan memiliki pengalaman yang berkaitan dengan ketidakpastian ekonomi dan risiko usaha. Kondisi usaha yang sering mengalami fluktuasi pendapatan membuat pelaku UMKM merasa tidak yakin mampu memenuhi kewajiban pembayaran apabila memperoleh pinjaman dari lembaga keuangan formal. Pengalaman menghadapi penurunan penjualan, kerugian usaha, maupun kondisi ekonomi yang tidak stabil membuat mereka lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan pembiayaan (Putri & Ardiansyah, 2023) (Putri & Ardiansyah, 2023).

Selain pengalaman yang berkaitan dengan kondisi usaha, terdapat pula pengalaman emosional yang memengaruhi keputusan pelaku UMKM. Beberapa informan mengungkapkan bahwa mereka pernah menyaksikan anggota keluarga, tetangga, atau rekan usaha mengalami kesulitan akibat pinjaman yang tidak dapat dilunasi. Pengalaman tersebut meninggalkan kesan yang kuat dan membentuk ketakutan terhadap utang. Meskipun tidak mengalaminya secara langsung, pengalaman sosial tersebut turut memengaruhi persepsi dan keyakinan mereka mengenai risiko penggunaan layanan keuangan formal (Rahmawati & Siregar, 2024).

Di sisi lain, beberapa informan mengungkapkan adanya perasaan tidak percaya diri ketika berhadapan dengan lembaga keuangan formal. Keterbatasan pengetahuan mengenai produk keuangan, rendahnya pemahaman terhadap istilah-istilah perbankan, serta kekhawatiran melakukan kesalahan dalam proses pengajuan pembiayaan membuat mereka merasa kurang nyaman. Kondisi ini menunjukkan bahwa faktor psikologis memiliki pengaruh yang cukup besar dalam membentuk hubungan antara pelaku UMKM dan lembaga keuangan formal (Sulastri & Pratama, 2022).

Dari perspektif fenomenologi, pengalaman-pengalaman tersebut membentuk makna tertentu mengenai lembaga keuangan formal. Bagi sebagian pelaku UMKM, lembaga keuangan formal dipersepsikan sebagai institusi yang sulit dijangkau, memiliki risiko tinggi, dan berpotensi menimbulkan masalah apabila tidak dikelola dengan baik. Makna yang terbentuk dari pengalaman tersebut kemudian memengaruhi sikap dan perilaku mereka dalam mengambil keputusan keuangan.

Temuan ini menunjukkan bahwa pengalaman hidup memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk keengganan pelaku UMKM terhadap lembaga keuangan formal. Oleh karena itu, upaya meningkatkan pemanfaatan layanan keuangan formal tidak hanya perlu memperhatikan aspek akses dan literasi keuangan, tetapi juga harus memahami pengalaman, persepsi, serta kondisi emosional yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Dengan memahami pengalaman hidup mereka secara mendalam, lembaga keuangan dapat membangun pendekatan yang lebih inklusif dan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha kecil.

Peran Faktor Psikologis dan Sosial dalam Membentuk Keputusan Pelaku UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor psikologis dan sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk keputusan pelaku UMKM untuk tidak memanfaatkan lembaga keuangan formal yang diawasi OJK. Keputusan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, tetapi juga oleh kondisi emosional, keyakinan pribadi, serta pengaruh lingkungan sosial yang dialami oleh pelaku usaha dalam kehidupan sehari-hari. Dari aspek psikologis, rasa takut menjadi faktor yang paling dominan. Sebagian besar informan mengungkapkan kekhawatiran terhadap kemungkinan gagal membayar pinjaman apabila usaha mengalami penurunan pendapatan. Ketidakpastian kondisi usaha membuat mereka merasa tidak siap menanggung kewajiban finansial dalam jangka panjang. Ketakutan tersebut kemudian mendorong pelaku UMKM untuk menghindari pembiayaan formal dan lebih memilih menggunakan modal sendiri meskipun jumlahnya terbatas.

Selain rasa takut, muncul pula perasaan cemas terhadap berbagai konsekuensi yang mungkin timbul akibat penggunaan layanan keuangan formal. Informan mengaku khawatir terhadap denda keterlambatan, risiko kehilangan aset yang dijadikan jaminan, maupun tekanan psikologis yang muncul ketika harus memenuhi

keajiban pembayaran secara rutin. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh perhitungan keuntungan dan kerugian, tetapi juga oleh kenyamanan emosional yang dirasakan individu. Faktor sosial juga ditemukan memiliki pengaruh yang cukup kuat. Lingkungan keluarga, teman, dan sesama pelaku usaha menjadi sumber informasi utama bagi informan dalam membentuk pandangan terhadap lembaga keuangan formal. Pengalaman negatif yang diceritakan oleh orang-orang di sekitar mereka sering kali lebih dipercaya dibandingkan informasi resmi yang disampaikan oleh lembaga keuangan. Cerita mengenai kredit macet, kesulitan pembayaran cicilan, hingga penyitaan jaminan menjadi gambaran yang melekat dalam benak pelaku UMKM dan membentuk persepsi negatif terhadap pembiayaan formal.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa rendahnya interaksi antara pelaku UMKM dan lembaga keuangan formal turut memperkuat persepsi negatif yang telah terbentuk. Kurangnya komunikasi, edukasi, dan pendampingan menyebabkan sebagian pelaku usaha tetap mempertahankan pandangan yang kurang tepat mengenai layanan keuangan formal. Akibatnya, berbagai informasi yang diperoleh dari lingkungan sosial lebih dominan dalam memengaruhi keputusan mereka dibandingkan informasi yang berasal dari lembaga keuangan itu sendiri.

Secara fenomenologis, faktor psikologis dan sosial saling berinteraksi dalam membentuk pengalaman subjektif pelaku UMKM. Ketakutan, kecemasan, pengalaman orang lain, serta nilai-nilai yang berkembang di lingkungan sosial membentuk makna tertentu mengenai lembaga keuangan formal. Makna tersebut kemudian menjadi dasar bagi pelaku UMKM dalam menentukan sikap terhadap layanan keuangan formal. Temuan ini menunjukkan bahwa upaya meningkatkan inklusi keuangan perlu dilakukan melalui pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga memperhatikan kondisi psikologis dan realitas sosial yang dialami oleh pelaku UMKM.

Implikasi Temuan terhadap Peningkatan Inklusi Keuangan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keengganan pelaku UMKM dalam memanfaatkan lembaga keuangan formal yang diawasi OJK tidak hanya disebabkan oleh keterbatasan akses atau faktor administratif, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman hidup, persepsi, kondisi psikologis, dan lingkungan sosial. Temuan ini memberikan pemahaman bahwa upaya meningkatkan inklusi keuangan tidak dapat hanya berfokus pada penyediaan produk dan layanan keuangan, tetapi juga harus memperhatikan pengalaman serta kebutuhan nyata yang dirasakan oleh pelaku UMKM.

Salah satu implikasi penting dari penelitian ini adalah perlunya pendekatan yang lebih humanis dalam membangun hubungan antara lembaga keuangan formal dan pelaku UMKM. Lembaga keuangan perlu memahami bahwa setiap pelaku usaha memiliki pengalaman dan latar belakang yang berbeda dalam memandang pembiayaan formal. Oleh karena itu, edukasi keuangan tidak hanya berisi informasi mengenai produk dan prosedur pembiayaan, tetapi juga harus mampu mengurangi ketakutan, kecemasan, dan persepsi negatif yang berkembang di kalangan pelaku UMKM.

Selain itu, lembaga keuangan perlu meningkatkan kegiatan pendampingan dan sosialisasi secara langsung kepada pelaku UMKM. Interaksi yang lebih intensif dapat membantu membangun kepercayaan serta memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai manfaat dan risiko penggunaan layanan keuangan formal. Dengan adanya komunikasi yang terbuka, pelaku UMKM dapat memperoleh informasi yang akurat sehingga tidak hanya bergantung pada pengalaman atau cerita dari lingkungan sekitar.

Temuan penelitian juga menunjukkan pentingnya peningkatan literasi keuangan yang disesuaikan dengan karakteristik pelaku UMKM. Program literasi keuangan perlu dirancang menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami agar mampu menjangkau pelaku usaha dari berbagai latar belakang pendidikan. Melalui peningkatan pemahaman keuangan, pelaku UMKM diharapkan dapat mengambil keputusan yang lebih rasional dan percaya diri dalam memanfaatkan layanan keuangan formal.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan inklusi keuangan UMKM memerlukan pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek psikologis, sosial, dan pengalaman hidup pelaku usaha. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, lembaga keuangan formal dan pemangku kebijakan dapat merancang strategi yang lebih efektif dalam mendorong partisipasi UMKM sehingga tujuan pembangunan ekonomi dan inklusi keuangan dapat tercapai secara lebih optimal.

5. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pelaku UMKM terhadap peran lembaga keuangan formal terbentuk melalui pengalaman pribadi, kondisi psikologis, serta pengaruh lingkungan sosial. Sebagian pelaku UMKM memandang lembaga keuangan formal sebagai sarana yang dapat membantu pengembangan usaha melalui akses pembiayaan dan layanan keuangan. Namun, sebagian lainnya masih memiliki persepsi negatif yang dipengaruhi oleh pengalaman penolakan pembiayaan, ketakutan terhadap utang, dan rendahnya pemahaman mengenai layanan keuangan formal.

Selain itu, faktor psikologis dan sosial memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk keputusan pelaku UMKM. Rasa takut terhadap utang, kecemasan tidak mampu membayar cicilan, serta rendahnya kepercayaan diri

menjadi faktor utama yang mendorong pelaku usaha menghindari pembiayaan formal. Pengaruh lingkungan sosial, seperti cerita negatif dari keluarga, teman, atau sesama pelaku usaha, juga memperkuat persepsi negatif terhadap lembaga keuangan formal.

Secara keseluruhan, fenomena keengganan pelaku UMKM dalam memanfaatkan lembaga keuangan formal merupakan hasil konstruksi makna yang terbentuk dari interaksi antara pengalaman pribadi, kondisi psikologis, dan lingkungan sosial. Oleh karena itu, peningkatan inklusi keuangan tidak hanya perlu berfokus pada aspek akses dan prosedur, tetapi juga harus memperhatikan pengalaman subjektif, membangun kepercayaan, serta meningkatkan literasi keuangan pelaku UMKM secara lebih menyeluruh.

Referensi

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry And Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th Ed.). Sage Publications.
- Handayani, T., & Wibowo, R. (2022). Pengalaman Pelaku UMKM Dalam Akses Pembiayaan Formal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 6(2), 101–112.
- Haryansyah, S. E., Zairina, Z., & Hasanah, L. (2024). A Utilization Of Marketing Strategies Through To Increase Sales Of UMKM Member Products Of The Wijaya CFD Association In Sampang Regency. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal Of Economics And Business*, 4(5), 2386–2400.
- Ismail. (2021). *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*. Kencana.
- Kusumawati, R., & Firmansyah, D. (2023). Hambatan Akses Pembiayaan Dan Dampaknya Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 11(2), 88–102.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, A., & Lestari, D. (2022). Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Akses Layanan Keuangan Formal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 27(2), 115–128.
- Ozili, P. K. (2021). Financial Inclusion Research Around The World: A Review. *Forum For Social Economics*, 50(4), 457–479.
- Pratama, R., & Sari, M. (2023). Analisis Faktor Persepsi Dalam Penggunaan Layanan Keuangan UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 12(1), 45–58.
- Putri, N., & Ardiansyah, M. (2023). Ketidakpastian Usaha Dan Keputusan Pembiayaan UMKM. *Jurnal Manajemen UMKM*, 8(1), 45–57.
- Rahmawati, D., & Lestari, S. (2022). Implementasi Manajemen Strategi Pada UMKM Kuliner Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 45–56.
- Rahmawati, L., & Siregar, H. (2024). Pengaruh Pengalaman Sosial Terhadap Persepsi Keuangan Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 15(1), 66–80.
- Rifa'i, A. (2017). Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Melalui Pembiayaan UMKM. *Human Falah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2).
- Rivai, A. (2020). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(1).
- Rudiyanto, R. (2025). Peran Lembaga Keuangan Dalam Mencegah Jeratan Pinjaman Online Ilegal. In *The Role Of Financial Institutions In Preventing Illegal Online Loan Traps*.
- Sari, D. P., & Putra, R. A. (2022). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Keuangan Pada Pelaku UMKM. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Manajemen*, 19(3), 201–215.
- Sari, N., & Putra, A. (2024). Pendampingan Usaha Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 25–36.
- Septina, L., Wulandari, A., Mutohirin, A. F., & Malik, A. (2025). *KONSEP DEFLASI DAN INFLASI DALAM EKONOMI ISLAM THE CONCEPT OF DEFLATION AND INFLATION IN ISLAMIC*. 9319–9327.
- Sugito. (2025). Internalisasi Nilai-Nilai Komunikasi Islami Dalam Praktik Bisnis Syariah Di Rokah Hilir: Pendekatan Fenomenologis. *Qonun Iqtishad El Madani Journal*, 5(1), 19–36.
- Sulastri, D., & Pratama, Y. (2022). Faktor Psikologis Dalam Akses Layanan Keuangan UMKM. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 10(3), 120–131.
- Wulandari. (2025). Fenomenologi Pengelolaan Keuangan UMKM Dalam Perspektif Pemilik Usaha. *Jurnal Economina*, 4(8).
- Zulkarnain, M., & Handayani, T. (2022). Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Inovasi Produk Dan Digital Marketing. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(3), 210–222.