

Pengungkapan Mandiri Akun Media Sosial dan Kemungkinan Wanprestasi Pembiayaan Konsumen pada Bank Syariah = Self-Disclosure on Social Media Accounts and Consumer Credit Default Probability in Islamic Bank

Muhammad Syaeful Fahmi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920555794&lokasi=lokal>

Abstrak

Penggunaan media sosial melalui perangkat telepon selular terus meningkat. Situasi ini menimbulkan pertanyaan apakah variabel yang terkait akun media sosial seseorang dapat digunakan untuk memprediksi kemungkinan terjadinya wanprestasi pembiayaan yang akan diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara pengungkapan diri akun media sosial dengan kemungkinan terjadinya wanprestasi pembiayaan konsumen. Kami mengukur peubah pengungkapan diri akun media sosial nasabah dengan melihat apakah nasabah mengisi formulir aplikasi pinjaman mereka dengan nomor telepon selular yang terhubung dengan akun media sosialnya, khususnya Facebook dan WhatsApp. Analisis dilakukan terhadap 490 data nasabah yang ada pada salah satu Bank Umum Syariah di Indonesia. Model kemungkinan terjadinya wanprestasi pembiayaan diestimasi menggunakan model regresi logistik biner. Kami menemukan bahwa nasabah yang menyerahkan data nomor telepon selular yang terhubung dengan media sosial Facebook memiliki kemungkinan terjadinya wanprestasi secara signifikan lebih rendah dibandingkan nasabah yang data nomor telepon selularnya tidak terhubung dengan akun media sosial Facebook. Akan tetapi kami tidak menemukan perbedaan kemungkinan terjadinya wanprestasi ketika data nomor telepon selular tersebut terhubung atau tidak terhubung dengan media sosial WhatsApp. Kami merekomendasikan agar manajemen bank mempertimbangkan temuan ini dalam menilai kelayakan aplikasi pembiayaan konsumen, khususnya pada bank Syariah.

.....The use of social media through mobile phone devices continues to increase. This situation raises whether variables related to a person's social media account can be used to predict the possibility of a credit default that will be given. This study examines the relationship between self-disclosure of social media accounts with the possibility of consumer credit default. We measure the self-disclosure variables of customers' social media accounts by seeing whether customers fill out their loan application forms with mobile phone numbers linked to their social media accounts, particularly Facebook and WhatsApp. The analysis was carried out on 490 customer data at one of the Islamic Commercial Banks in Indonesia. The financing default probability model was estimated using a binary logistic regression model. We found that customers who submitted their mobile phone number data connected to Facebook had a significantly lower probability of default than customers whose mobile phone number data was not linked to Facebook's account. However, we did not find a difference in the possibility of a default when the mobile phone number data was connected or not connected to WhatsApp. We recommend that bank management consider these findings in assessing the feasibility of consumer financing applications, especially for Islamic banks.