

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun mengalami kemajuan, contoh nyata yang dapat kita ambil dari perkembangan teknologi dari revolusi industri yang sudah tidak asing di telinga kita yaitu sebagai berikut :

Gambar 1.1.
Perjalanan Revolusi Industri Di Dunia



Sumber : kemenperin.go.id

Memasuki revolusi industri 4.0, teknologi digital menjadi salah satu modal utama yang dibutuhkan oleh para pelaku industri untuk mengembangkan lini usaha mereka. Kehadiran industri 4.0 pun menjadi bukti bahwa saat ini perkembangan industri tidak dapat terlepas dari perkembangan teknologi. Perkembangan sektor industri yang beriringan dengan perkembangan teknologi tentunya dapat membawa dampak yang positif pada suatu negara, salah satunya dampak positif pada peningkatan perekonomian negara tersebut. Dengan adanya teknologi digital, suatu negara dapat mendorong perekonomiannya ke arah ekonomi digital. Era ekonomi digital sebenarnya sudah berlangsung mulai dari tahun 1980-an, dengan menggunakan *personal computer (PC)* dan internet sebagai teknologi kunci yang digunakan untuk efisiensi bisnis. Penggunaan teknologi seperti *PC* dan internet ini pun menjadi awal dari perkembangan *e-commerce* atau perdagangan elektronik. Menurut Levanon (2016). seiring dengan perkembangan teknologi, *era old digital economy* akhirnya memasuki *era new digital economy*, ditandai dengan adanya *mobile technology*, akses

internet yang tidak terbatas, serta kehadiran teknologi *cloud* yang digunakan dalam proses ekonomi digital.

Sektor potensial dalam ekonomi digital adalah sektor keuangan yang mana merupakan salah satu sektor industri yang mengalami perkembangan seiring dengan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Industri perbankan menjadi salah satu industri yang mengandalkan TIK untuk pelayanan kepada nasabah, contohnya : layanan *sms banking*, *mobile banking (m-banking)*, dan *internet banking (i-banking)*, yang sudah beberapa tahun ke belakang ini menjadi salah satu bentuk produk layanan yang diberikan oleh industri perbankan. Masyarakat pun sudah mulai terbiasa dengan penggunaan layanan jasa keuangan berbasis teknologi digital. Seiring dengan perkembangan *startup* di Indonesia, banyak pelaku *startup* yang mengembangkan aplikasi layanan keuangan berbasis teknologi.

Perkembangan industri *fintech (financial technology)* menjadi semakin beragam, dan tidak hanya pada aplikasi layanan perbankan (balitbangsdm.kominfo.go.id). Berikut grafik transaksi *fintech* di Indonesia :

Gambar 1.2.
Transaksi Fintech Indonesia 2015-2021



Sumber : katadata.co.id

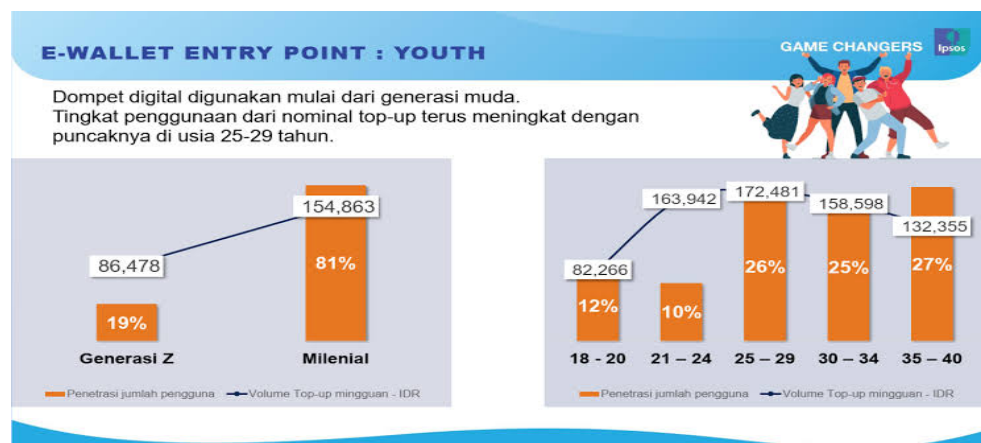
Berdasarkan grafik diatas, transaksi *fintech* di Indonesia semakin bertumbuh dari tahun ke tahun, Menurut Bank Indonesia (<http://www.bi.go.id/>), Teknologi Finansial (*fintech*) terdiri dari 5 (lima) kategori sebagai berikut :

1. sistem pembayaran;
2. pendukung pasar;
3. manajemen investasi dan manajemen risiko;
4. pinjaman, pembiayaan, dan penyediaan modal; dan
5. jasa finansial lainnya.

Pada saat ini, terutama pada di saat masa pandemi covid 19 yang terjadi di dunia, termasuk di Indonesia, maka sistem pembayaran yang yang semula sering menggunakan uang tunai, namun saat ini menjadi *non* tunai, karena lebih efisien, ekonomis, dan untuk mengurangi resiko tertular covid-19. Pembayaran *non* tunai, adalah mekanisme atau cara bayar transaksi yang tidak lagi memerlukan uang fisik. Contohnya antara lain kartu kredit, kartu debit, *e-money*, *e-wallet*, dan sebagainya. Namun bertransaksi *non* tunai juga dapat mengurangi permintaan uang yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia selaku bank sentral dan akan mempengaruhi pelaksanaan tugasnya dalam pengendalian kebijakan moneter. Adanya transaksi *non* tunai juga akan menimbulkan transparansi dalam perputaran uang dan dapat memperlambat uang yang beredar. Transaksi *non* tunai ini telah menggeser peran dari uang tunai, khususnya dalam perdagangan dikarenakan semakin banyaknya pembayaran yang menggunakan metode *non* tunai, seperti transfer antar rekening bank, APMK (Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu), dan *e-wallet* (*Electronic Wallet*) .

Electronic Wallet atau Dompot Elektronik menurut Pasal 1 angka 7 [Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran](#) adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Berikut daftar pengguna aplikasi *e-wallet* di Indonesia berdasarkan nominal *top-up* :

Gambar 1.3.
Jumlah Pengguna E-Wallet

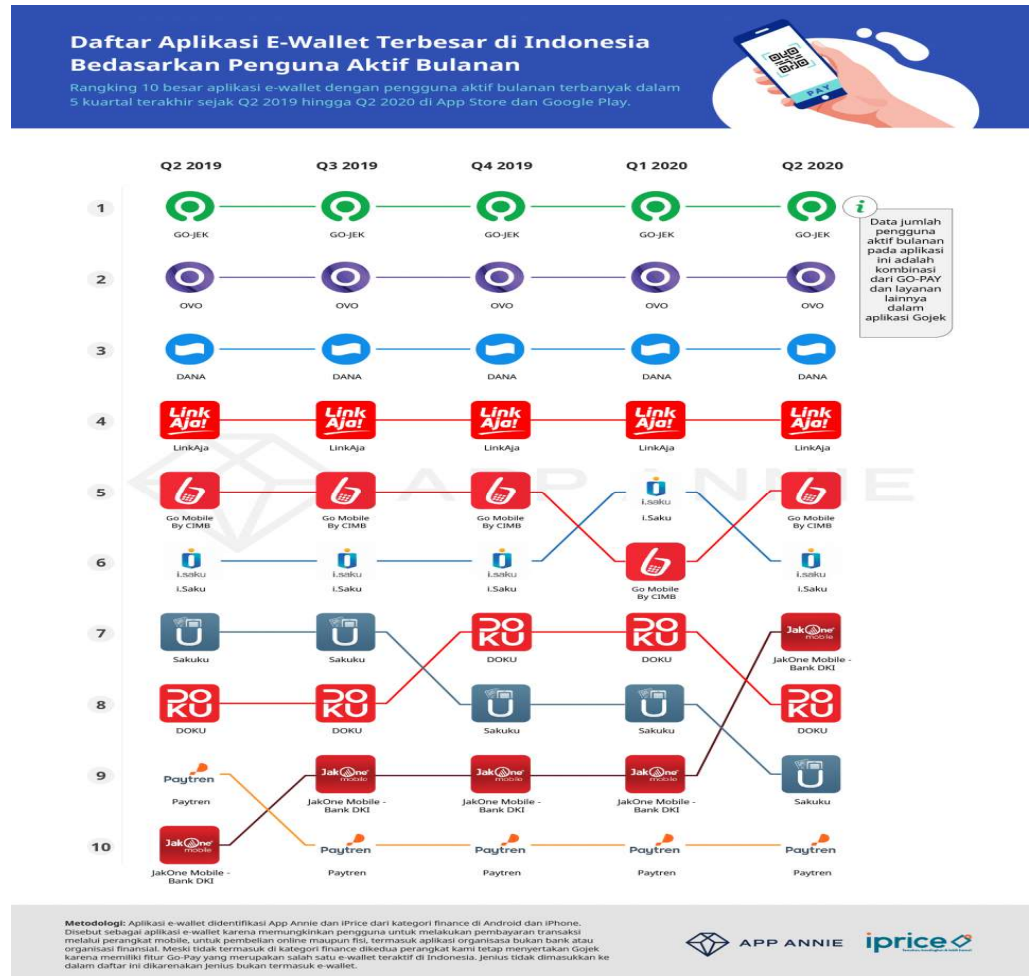


Sumber : Ipsos

IR-PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

Dan berikut daftar aplikasi *e-wallet* terbesar di Indonesia berdasarkan pengguna aktif bulanan :

Gambar 1.4.
Daftar Aplikasi E-Wallet Terbesar di Indonesia



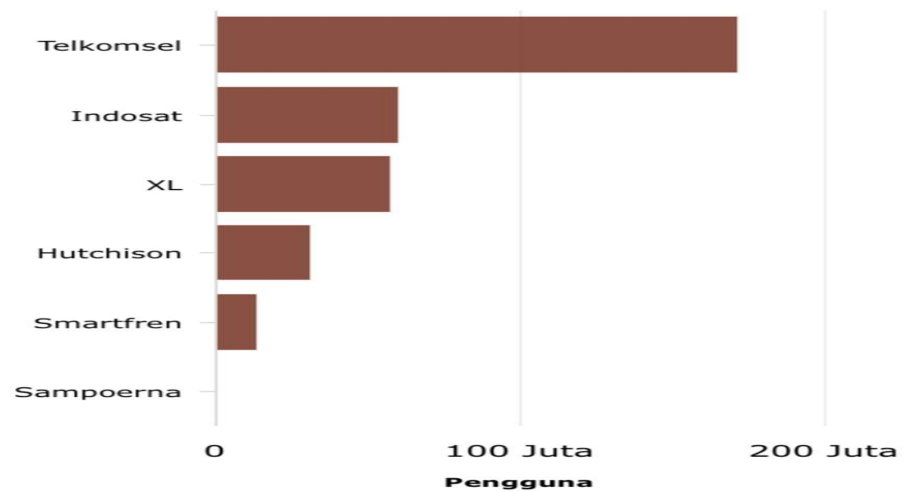
Sumber : Iprice, 2020

Menurut gambar diatas, LinkAja merupakan salah satu pelaku bisnis pembayaran digital di Indonesia versi riset *iPrice Group*. Yang mana saat ini menjadi salah satu dompet digital dengan pengguna aktif terbanyak di posisi ke-empat, setelah Go-Pay, OVO, dan DANA. LinkAja saat ini yang merupakan inovasi dari aplikasi pembayaran elektronik TCash milik Telkomsel, yang mana merupakan perusahaan satu satunya yang dimiliki oleh BUMN, yang mana merupakan perusahaan yang terdiri dari sinergi Himpunan Bank Milik Negara (**HIMBARA**), Telkomsel, dan Pertamina.

Pada awal pendiriannya, komposisi pemegang saham diantaranya : Telkomsel 25 persen, Bank Mandiri 19,71 persen, BRI 19,71 persen, BNI 19,71 persen, BTN 7,12 persen, Pertamina 7,12 persen, Jiwasraya 1 persen,

dan Danareksa 0,63 persen (<https://www.cnbcindonesia.com/>). LinkAja, merupakan gabungan beberapa *fintech* BUMN yang saat ini dikelola oleh PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya). Pendirian LinkAja juga merupakan bagian dari perwujudan program *cashless society* yang diusung pemerintah dalam Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT). Namun meskipun milik negara, dalam jumlah pengguna LinkAja masih kalah dibawah perusahaan milik swasta. LinkAja identik dengan *provider* telkomsel, karena LinkAja sebenarnya adalah pengganti aplikasi Tcash, yang mana layanan TCASH digunakan oleh para pengguna kartu Telkomsel KartuHalo, simPATI, Kartu As dan LOOP. Berikut data pengguna *provider* di Indonesia :

Gambar 1.5.
Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia berdasarkan Provider



Sumber : Kominfo, 2020

Berdasarkan grafik diatas, provider telkomsel memiliki jumlah pengguna terbanyak. Dimana seharusnya, hal tersebut dapat dijadikan peluang bagi LinkAja untuk meningkatkan jumlah penggunanya. Namun hal tersebut justru berbanding terbalik dengan pengguna LinkAja, sehingga LinkAja masih tertinggal dari perusahaan swasta. Jika sebelumnya pada TCASH, layanan tersebut hanya dapat digunakan oleh para pengguna kartu Telkomsel yaitu KartuHalo, simPATI, Kartu As, dan LOOP. Sedangkan untuk layanan LinkAja saat ini dapat digunakan oleh siapa saja dan oleh semua operator seluler di Indonesia, cukup dengan mengunduh aplikasi LinkAja pada *smartphone* (<https://www.linkaja.id/>). Penggunaan *smartphone*

di Indonesia semakin bertumbuh dari tahun ke tahun, dan diprediksi akan terus meningkat seperti yang terlihat pada gambar berikut :

Gambar 1.6.
Pengguna *Smartphone* di Indonesia

Pengguna *Smartphone* diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025



Sumber : Katadata, 2020

Menurut gambar 1.6, jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Dengan adanya kenaikan pengguna *smartphone* dan adanya gerakan dari pemerintah (Gerakan Transaksi Non Tunai) di era pandemi covid saat ini, *e-wallet* merupakan cara pembayaran yang efektif, sehingga tiap satu individu terdapat kemungkinan memiliki lebih dari satu *e-wallet*. Hal tersebut dapat menjadi peluang LinkAja sebagai *financial technology payment* untuk meningkatkan pangsa pasarnya baik dari sisi pengguna aktif maupun jumlah transaksi. Namun berdasarkan data daftar pengguna aktif aplikasi *e-wallet* di Indonesia, LinkAja masih berada di bawah Gopay dan Ovo. Gopay dan Ovo mendominasi pasar *fintech* di Indonesia, sehingga untuk dapat bersaing dengan *platform* pembayaran lainnya, maka LinkAja menggunakan pendekatan yang berbeda yaitu *essential use cases*, dimana layanan LinkAja lebih mengarah untuk membayar transportasi publik seperti bus, jalan tol, kereta api, serta membayar bahan bakar minyak (BBM), pajak, dan bantuan sosial. Namun untuk strategi bakar uang yang sering kita dengar dilakukan oleh beberapa *platform* pembayaran dalam rangka pengenalan produk tanpa memproyeksikan keuntungan pada tahap awal pun dilakukan LinkAja, seperti memasang iklan di lokasi strategis dan memberikan diskon pada konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, LinkAja sudah melakukan beberapa strategi pengenalan produk dan pemasaran produk, yang mana dari segi manfaat LinkAja dapat memenuhi kebutuhan esensial yang diperlukan oleh masyarakat dengan kemudahan dalam bertransaksi, namun hal tersebut masih dianggap kurang menarik bagi masyarakat sehingga masyarakat lebih tertarik menggunakan *platform* pembayaran lainnya seperti : Gopay dan Ovo.

Berdasarkan gambaran *financial technology (fintech)* diatas peneliti melihat adanya peluang untuk meneliti lebih jauh tentang *fintech* khususnya *fintech payment* dari segi *user*, yaitu niat berperilaku (*Behavioral Intention*) terhadap dompet digital khususnya LinkAja. Penelitian tentang *fintech* dari sudut pandang pengguna yang masih belum banyak, sehingga menjadi salah satu motivasi peneliti untuk menggali lebih dalam mengenai hal tersebut. Penelitian ini akan menggunakan model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*), yaitu teori penerimaan dan penggunaan teknologi terpadu yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003), dimana memiliki empat kunci utama, yaitu : *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* yang memiliki pengaruh terhadap niat perilaku untuk menggunakan teknologi.

Performance expectancy yang diartikan sebagai suatu tingkatan dimana dengan menggunakan sistem tersebut akan membantunya untuk memperoleh keuntungan dalam pekerjaan. *Effort expectancy* yang didefinisikan sebagai tingkat kemudahan penggunaan sistem yang dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) seseorang dalam melakukan pekerjaannya. *Social influence* yang didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang mempersepsikan pilihan orang lain yang akan mempengaruhinya untuk menggunakan sistem yang sama. *Facilitating conditions* yang didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang terhadap ketersediaan infrastruktur teknik dan organisasional yang dapat mendukung penggunaan sistem tersebut (Venkatesh et al, 2003). Penelitian ini memverifikasi kembali teori UTAUT dengan penggunaan *financial technology payment* LinkAja, dimana pembayaran *non* tunai disarankan oleh Pemerintah pada

kondisipandemi covid saat ini. Adapun pengembangan model UTAUT yang diusulkan adalah ditambahkan satu variabel bebas yakni *Sales Promotion*.

Menurut Kotler dan Keller (2016:622), *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) merupakan kunci utama dalam kampanye pemasaran, terdiri dari kumpulan alat insentif, yang sebagian besar bersifat jangka pendek, dirancang untuk merangsang pembelian produk atau layanan tertentu dengan lebih cepat atau lebih oleh konsumen atau perdagangan. Umumnya, *sales promotion* berlangsung sementara, ditujukan untuk menaikkan minat pembeli terhadap produk dan dilakukan oleh perusahaan saat momen-momen tertentu saja. Salah satu penyebab lain suatu perusahaan melakukan *sales promotion* adalah persaingan ketat di pasaran, terutama jika menjual produk yang serupa dan sedang banyak dijual oleh pesaing lainnya. Dengan adanya promosi penjualan, contoh dengan pemberian diskon maupun *cashback* dan berkolaborasi dengan berbagai industri, contohnya : industri transportasi, industri retail seperti alfamart dan indomaret, diharapkan mampu meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan LinkAja dalam bertransaksi pembayaran sehari-hari.

Selain dari faktor teknologi yang mempunyai pengaruh pada konsumen dalam menerima dan menggunakan teknologi baru, konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam mengambil suatu keputusan, salah satunya adalah faktor demografi. Faktor demografi (contohnya adalah usia, jenis kelamin, pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan) sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap kebutuhan suatu produk (Suprpti, 2010:16). Dalam penelitian venkatesh et al (2003), usia dan jenis kelamin mempengaruhi perilaku untuk menggunakan teknologi. Dimana faktor *performance expectancy* berpengaruh pada *behavioral intention* dengan jenis kelamin dan usia lebih signifikan untuk pria dan pekerja muda. Sedangkan faktor *effort expectancy* berpengaruh pada *behavioral intention* lebih signifikan untuk wanita dan pekerja yang lebih tua. Sehingga faktor demografi dapat menjadi penguat dalam hubungan antara tingkat penerimaan teknologi dengan niat penggunaan suatu produk yang berbasis teknologi. Dapat disimpulkan dari penelitian terdahulu bahwa usia dan jenis kelamin memiliki pengaruh dalam penerimaan teknologi baru. Namun di era pandemi covid 19 yang

mana untuk meminimalisir resiko penularan, pemerintah menghimbau masyarakat agar dapat bertransaksi pembayaran menggunakan pembayaran *non* tunai. Dikarenakan pada era digital 4.0, terlebih pada masa pandemi covid 19 ini, baik jenis kelamin pria maupun wanita sudah tidak asing dengan metode pembayaran non tunai. Sehingga peneliti hanya menggunakan faktor demografi usia.

Adapun adaptasi terhadap model UTAUT yang diusulkan adalah menggabungkan lima variabel (*performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *sales promotion*) yang merupakan determinan dari niat penggunaan, dan menggunakan variabel moderator usia.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat penggunaan *financial technology payment* pada LinkAja yang ditunjang dengan pengaplikasian model pembelajaran UTAUT. Penelitian ini dituliskan secara ilmiah dalam bentuk tesis yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUH NIAT PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY PAYMENT* : LINKAJA”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang dikemukakan, maka dalam penulisan tesis ini, rumusan masalah yang disusun adalah sebagai berikut :

1. Apakah *performance expectancy* berpengaruh pada niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja?
2. Apakah *effort expectancy* berpengaruh pada niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja?
3. Apakah *social influence* berpengaruh pada niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja?
4. Apakah *facilitating conditions* berpengaruh pada niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja?
5. Apakah *sales promotion* berpengaruh pada niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja?
6. a. Apakah usia memoderasi hubungan antara *performance expectancy* terhadap niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja?

- b. Apakah usia memoderasi hubungan antara *effort expectancy* terhadap niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja?
- c. Apakah usia memoderasi hubungan antara *social influence* terhadap niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja?
- d. Apakah usia memoderasi hubungan antara *facilitating conditions* terhadap niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja?
- e. Apakah usia memoderasi hubungan antara *sales promotion* terhadap niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy* berpengaruh pada niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja.
2. Untuk mengetahui pengaruh *effort expectancy* berpengaruh pada niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja.
3. Untuk mengetahui pengaruh *social influence* berpengaruh pada niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja.
4. Untuk mengetahui pengaruh *facilitating condition* berpengaruh pada niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja.
5. Untuk mengetahui pengaruh *sales promotion* berpengaruh pada niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja.
6. a. Untuk mengetahui bahwa usia memoderasi hubungan antara *performance expectancy* terhadap niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja.
b. Untuk mengetahui bahwa usia memoderasi hubungan antara *effort expectancy* terhadap niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja.
c. Untuk mengetahui bahwa usia memoderasi hubungan antara *social influence* terhadap niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja.
d. Untuk mengetahui bahwa usia memoderasi hubungan antara *facilitating conditions* terhadap niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja.

e. Untuk mengetahui bahwa usia memoderasi hubungan antara *sales promotion* terhadap niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah menguji model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) dalam niat penggunaan *financial technology payment* : LinkAja, sehingga dapat membantu perusahaan dan akademisi dalam pengambilan keputusan strategi kedepan dengan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengguna terhadap niat penggunaan *financial technology payment*, khususnya LinkAja. Sehingga, perusahaan dapat lebih fokus terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat pengguna dalam rangka meningkatkan jumlah pengguna dan jumlah transaksi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pada penulisan tesis ini terdiri dari 5 bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan akan menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka menyajikan tentang landasan teori dari masalah yang akan diteliti, penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, dan kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian menjelaskan jenis penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Pembahasan berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, karakteristik responden, analisis deskriptif dari jawaban responden, serta analisis hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan mengenai penelitian secara keseluruhan, saran manajerial, implikasi di bidang akademis, serta keterbatasan penelitian.