

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, perkembangan teknologi semakin maju terutama dalam hal internet. Saat ini internet digunakan tidak hanya untuk mencari informasi, tetapi internet juga digunakan untuk kegiatan transaksi ekonomi (Fadli dan Fachruddin, 2016: 264). Kegiatan transaksi ekonomi digital merupakan ekonomi yang berbasis pada barang dan jasa yang diperdagangkan melalui perdagangan elektronik. Transaksi antara penjual dan pembeli memanfaatkan adanya teknologi internet, tidak perlu bertemu secara langsung. Dengan adanya internet penggunaan elektronik kedepannya akan semakin berkembang. Kemudahan dan kecepatan merupakan salah satu pendorongnya. Dengan mepersepsi memanfaatkan teknologi akan membuat kegiatan ekonomi menjadi lebih efisien dan mudah (Mentari dan Bendesa, 2018: 647).

Seiring meningkatnya globalisasi ekonomi dunia, kebutuhan masyarakat akan kecepatan, kemudahan dan keamanan transaksi keuangan semakin meningkat. Sehingga diperlukan system pembayaran yang cukup handal dan mudah bagi nasabah perbankan. Bank Indonesia selaku otoritas sistem pembayaran membagi 2 (dua) jenis instrument pembayaran yaitu tunai dan non tunai. Saat ini kecenderungan transaksi penggunaan alat pembayaran nontunai sudah menjadi kebutuhan yang mendesak bagi masyarakat. Peran seorang *teller* di bank sudah tergantikan oleh mesin ATM dan EDC, Bank Indonesia membagi 5 (lima) instrumen pembayaran non- tunai yaitu kartu, cek, bilyet giro, nota debit dan uang elektronik. Tentunya dari kelima jenis instrument pembayaran tersebut, uang elektronik menjadi pilihan yang paling dibutuhkan saat ini (Mulyanto, 2015: 19).

Alat pembayaran mengalami perkembangan dari masa ke masa, awalnya uang yang dikenal oleh masyarakat adalah uang kartal dan uang

giral (Anarjia dan Rante, 2019: 1). Sistem pembayaran yang terus berinovasi kemudian menjadi sistem pembayaran dengan sistem non tunai memakai APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu) seperti kartu ATM/Debit, kini berinovasi dengan model uang elektronik. Uang elektronik merupakan uang tanpa uang fisik (*cashless money*) yang menyimpan nilai uang dalam bentuk data digital (Manik, 2019: 28).

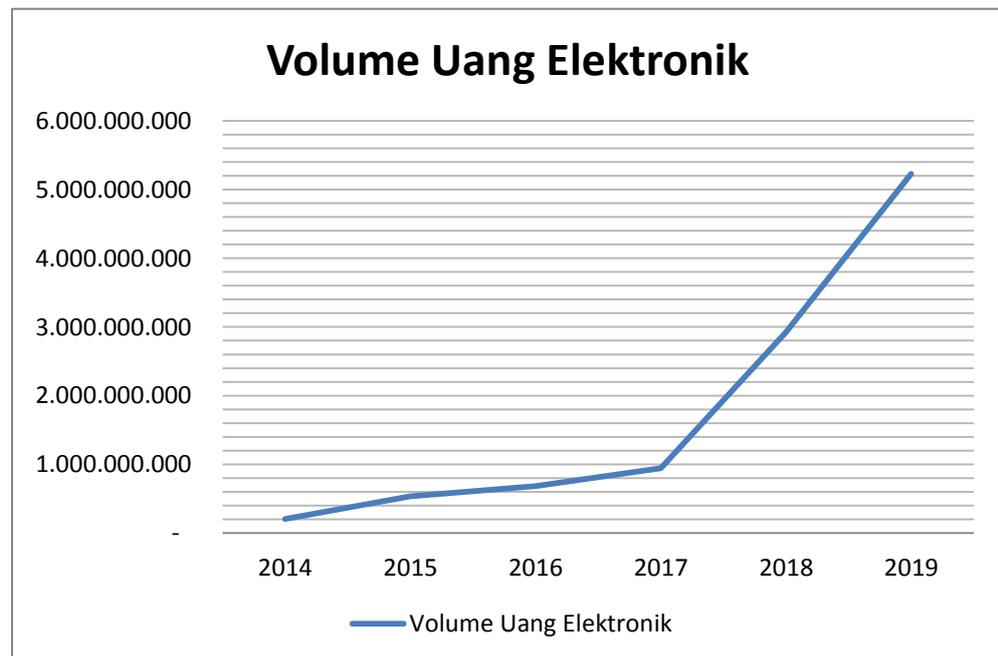
Uang elektronik merupakan salah satu produk untuk mendukung kebijakan Bank Indonesia yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Latar belakang Bank Indonesia merencanakan gerakan penggunaan uang tunai (*Less Cash Society*) karena tingginya angka jumlah uang beredar, banyaknya kasus pemalsuan uang, dan besarnya biaya operasional yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia tiap tahun dalam mencetak, menyimpan, mendistribusikan, dan memusnahkan uang (Mentari dan Bendesa, 2018: 649). GNNT bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrument non tunai, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrument non tunai (Anjelina, 2018: 219).

Untuk mensosialisasikan transaksi non tunai, Pemerintah mengeluarkan peraturan mengenai uang elektronik. Peraturan itu ialah “Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/17/Pbi/2016 mengenai Perubahan Kedua atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/Pbi/2009 tentang uang elektronik (*electronic money*). Untuk meningkatkan pemakaian uang elektronik dan mendukung keuangan inklusif (Mentari dan Bendesa, 2018: 649).

Pemakaian uang elektronik akan menciptakan alat pembayaran yang lebih efisien. Kemudahan dalam bertransaksi akan mampu menstimulus pertumbuhan ekonomi, dan akan memperbaiki keadaan negara. Transaksi yang dilakukan masyarakat akan terekam apabila menggunakan uang elektronik. Data yang terekam dapat dipersepsi memanfaatkan pemerintah untuk melihat keadaan ekonomi masyarakat. Daya beli dan kecenderungan konsumsi masyarakat dapat dilihat pada data tersebut (Mentari dan Bendesa, 2018: 650).

Berkembangnya perusahaan penyelenggaraan uang elektronik dengan produk dari *server based* dan *chip based* pada instansi perbankan dan lembaga selain bank setelah memperoleh izin dari Bank Indonesia berdasarkan Peraturan tentang Uang elektronik (*electronic money*). Statistik perusahaan penerbit *e-money* yang telah memperoleh izin dari Bank Indonesia hingga 24 Mei 2019 ada 38 (tiga puluh delapan) perusahaan, antara lain: tahun 2009 ada 9 (sembilan) perusahaan, tahun 2010-2015 bertambah 11 (sebelas) perusahaan, Januari 2016 sampai tanggal 24 Mei 2019 bertambah 18 (delapan belas) perusahaan, data ini membuktikan bahwa pertumbuhan penggunaan uang elektronik di Indonesia telah meningkat.

Selain peningkatan perusahaan penyelenggara uang elektronik, pertumbuhan volume uang elektronik juga menjadi bukti pendukung dalam mengendalikan stabilitas sistem keuangan.



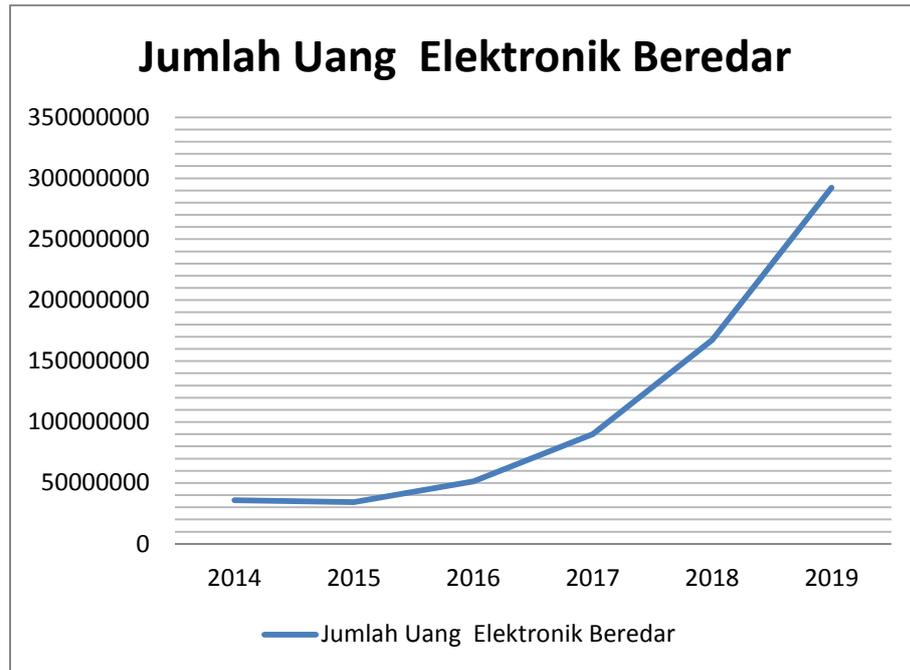
Gambar 1. 1 Volume Uang Elektronik 2014 – 2019

Sumber: Manik (2019: 27)

Volume pertumbuhan uang elektronik lima tahun terakhir, sejak tahun 2014 sebesar 203.369.990 (dua ratus tiga juta tiga ratus enam puluh sembilan ribu sembilan ratus sembilan puluh) transaksi dan naik sebesar

163,35% (seratus enam puluh tiga koma tiga puluh lima persen) di tahun 2015 menjadi 535.579.528 (lima ratus tiga puluh lima juta lima ratus tujuh puluh sembilan ribu lima ratus dua puluh delapan) transaksi, tahun 2016 naik sebesar 27,55% (dua puluh tujuh koma lima puluh lima persen) menjadi 683.133.352 (enam ratus delapan puluh tiga juta seratus tiga puluh tiga ribu tiga ratus lima puluh dua) transaksi, tahun 2017 sebesar 943.319.933 (sembilan ratus empat puluh tiga juta tiga ratus sembilan belas ribu sembilan ratus tiga puluh tiga) transaksi dan naik sebesar 38,09% (tiga puluh delapan koma sembilan persen), tahun 2018 naik sebesar 209,83% (dua ratus sembilan koma delapan puluh tiga persen) menjadi 2.922.698.905 (dua milyar sembilan ratus dua puluh dua juta enam ratus sembilan puluh delapan ribu sembilan ratus) transaksi, dan di 2019 sebanyak 5.226.699.919 (lima milyar dua ratus dua puluh enam juta enam ratus sembilan puluh sembilan ribu sembilan ratus sembilan belas) transaksi kenaikan sebesar 78,8% (tujuh puluh delapan koma delapan persen). Data ini membuktikan bahwa volume pertumbuhan uang elektronik setiap tahunnya adalah positif dan menjadi bagian dari perputaran ekonomi masyarakat untuk menjaga stabilitas sistem keuangan di Indonesia.

Adanya kebijakan pemerintah terhadap cara pembayaran menggunakan uang elektronik dan banyaknya *e-commerce* menggunakan transaksi melalui sistem pembayaran *online*. Membuat animo masyarakat dalam menempatkan dananya di uang elektronik cukup besar.



Gambar 1. 2 Jumlah Uang Elektronik Beredar 2014 – 2019

Sumber: Manik (2019: 27)

Jumlah uang elektronik beredar selama lima tahun terakhir mengalami pertumbuhan positif, tetapi pada tahun 2015 mengalami penurunan 3,9% (tiga koma sembilan persen) dari tahun 2014 sebesar 35.738.233 (tiga puluh lima juta tujuh ratus tiga puluh depan ribu dua ratus tiga puluh tiga) menjadi 34.314.795 (tiga puluh empat juta tiga ratus empat belas ribu tujuh ratus sembilan puluh lima) dikarenakan tingginya permintaan uang kartal masyarakat pada akhir tahun 2015, tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 49,2% (empat puluh sembilan koma dua persen) menjadi 51.294.580 (lima puluh satu juta dua ratus sembilan puluh empat ribu lima ratus delapan puluh), tahun 2017 naik sebesar 75,8% (tujuh puluh lima koma delapan persen) menjadi 90.003.848 (sembilan puluh juta tiga ribu delapan ratus empat puluh delapan), tahun 2018 sebesar 85,8% (delapan puluh lima koma delapan persen) mejadi 167.205.578 (seratus enam puluh tujuh juta dua ratus lima ribu lima ratus tujuh puluh delapan) dan 2019 naik sebesar 74,8% (tujuh puluh empat koma delapan persen) menjadi 292.299.320 (dua ratus sembilan puluh dua juta dua ratus sembilan puluh sembilan ribu tiga ratus dua puluh).

Pertumbuhan jumlah uang elektronik dimasyarakat dapat kita lihat dari jumlah pertumbuhan peredaran uang elektronik setiap tahun (Manik, 2019: 27).

Penggunaan uang elektronik dalam aplikasi pembayaran digital saat ini sedang populer. Adapun aplikasi dompet digital yang sedang populer yaitu aplikasi Go-Pay 79,4 % (tujuh puluh sembilan koma empat persen), OVO 58,4 % (lima puluh delapan koma empat persen), dan LinkAja 55 % (lima puluh lima persen). Setiap aplikasi mempunyai keunggulannya masing-masing. Jenis transaksi yang sering digunakan masyarakat adalah transaksi *retail*. Selain itu, pengguna menggunakannya untuk pemesanan transportasi *online* 27% (dua puluh tujuh persen), dan pemesanan makanan *online* 20% (dua puluh persen). Sisanya, untuk transaksi *e-commerce* 15% (lima belas persen) dan pembayaran tagihan 7% (tujuh persen) (Kumala dan Mutia, 2020: 65). Untuk penggunaan *mobile payment, brand* yang sedikit peminatnya adalah LinkAja.

Muhggni dan Wibawa (2019: 21) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa industry *financial technology (fintech)* berkembang dengan sangat signifikan. Salah satu *fintech* yang populer adalah layanan *mobile payment*. Layanan *mobile payment* dapat didefinisikan sebagai media alternatif yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran non- tunai dengan menggunakan perangkat *mobile* atau *smartphone* tanpa memerlukan adanya rekening bank. Salah satu aplikasi *mobile payment* ialah aplikasi LinkAja.

Pada tahun 2007 Telkomsel meluncurkan T-Cash yaitu layanan uang digital lewat ponsel pertama di Indonesia. pada tahun 2011 Telkomsel memperkenalkan pembayaran elektronik atau e-Wallet pertama di Indonesia lalu pada tahun 2015 Telkomsel meluncurkan T-Cash Tap dan T-Cash Wallet untuk mempermudah pembayaran online, bayar tagihan dan transfer uang tanpa memakai kartu kredit. Demi menghadirkan layanan keuangan elektronik yang lebih baik dan lengkap bagi masyarakat Indonesia, mulai tanggal 22 Februari 2019, layanan keuangan elektronik milik Telkomsel yaitu T-Cash akan berubah menjadi LinkAja.

LinkAja adalah sebuah layanan keuangan elektronik yang merupakan sinergi layanan keuangan elektronik dari berbagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN). LinkAja menghadirkan layanan keuangan elektronik yang memberikan kemudahan bertransaksi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan beragam fitur pembayaran seperti pembayaran tagihan (antara lain listrik, air, asuransi, internet dan lain-lain), transaksi di merchant baik lokal maupun nasional, pembayaran moda transportasi, pembelian online hingga layanan keuangan lainnya seperti transfer saldo antar pelanggan (Salsabila et al., 2019: 6964).

Penggunaan LinkAja pertama kali dilakukan dengan cara mendepositkan (*top up*) sejumlah uang ke akun LinkAja. *Top up* saldo dapat dilakukan melalui Bank dan *merchant* LinkAja. Saldo yang ada dalam akun LinkAja tersebut dapat digunakan untuk melakukan pembayaran transaksi yang dilakukan. LinkAja dapat digunakan di *merchant* yang sudah bekerja sama. Namun dibalik persepsi manfaat dan kepraktisan yang diberikan T-Cash kepada konsumen belum dapat menjamin bahwa T-Cash menjadi platform paling banyak digunakan dan diminati oleh kalangan luas. Persaingan bisnis dari masing – masing perusahaan baik perbankan maupun non perbankan yang menciptakan *platform m-payment* kian ketat.

Menurut survei mengenai layanan pembayaran digital pada tanggal 3 – 20 April 2019. Survei tersebut melibatkan 1.204 (seribu dua ratus empat) responden yang berasal dari beberapa daerah di Indonesia yakni Jabodetabek, Padang, Bali, Manado, dan Yogyakarta. Hasil survei menerangkan bahwa LinkAja masih menempati posisi terakhir dibandingkan dengan aplikasi *m-payment* lainnya berdasarkan indikator total *awareness*, *top of mind*, dan *future intention*. Hal ini tentu mengindikasikan bahwa LinkAja kurang populer dan diminati oleh masyarakat. Dapat dilihat bahwa LinkAja meraih nilai 35% (tiga puluh lima persen) pada indikator total *awareness* (kesadaran merek), 0,3% (nol koma tiga persen) pada indikator *top of mind* (kekuatan merek pada benak

konsumen) dan 0,3% (nol koma tiga persen) pada indikator *future intention* (niat menggunakan di waktu mendatang) (Sinaga, 2019: 8).

Meluasnya penggunaan uang elektronik telah mendorong banyak studi dalam mengkaji fenomena-fenomena tersebut. Banyak peneliti yang tertarik untuk menganalisis faktor-faktor terkait dengan penggunaan uang elektronik. Yudhistira (2014) misalnya menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi terhadap penggunaan e-money (uang elektronik). Pengaruh terbesar dalam penelitian tersebut adalah karena persepsi manfaat e-money. Karena persepsi manfaat atau keuntungan yang dirasakan menyebabkan e-money menjadi pilihan sebagai alat transaksi.

Dengan adanya sistem pembayaran non tunai ini membuat masyarakat terutama mahasiswa lebih mudah untuk bertransaksi. Penggunaan kartu pembayaran elektronik ini merupakan pilihan bagi masyarakat, khususnya mahasiswa untuk menilai sebuah tawaran gaya hidup, menerima atau menolak sesuai dengan kebutuhan-nya. Alat pembayaran non tunai seperti kartu ATM, kartu debit dan uang elektronik (e-money) juga dapat mengatur pola hidup menjadi lebih efisien maupun lebih konsumtif. Adanya penggunaan kartu debit dan uang elektronik yang semakin meningkat dikalangan mahasiswa ini dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam berkonsumsi karena kemudahan dalam bertransaksi membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya (Ramadani , 2016: 2).

Namun berbeda dengan penelitian Parastiti, et. al. (2015), meskipun uang elektronik telah diintegrasikan, namun penggunaan masih rendah. Hal ini terjadi disebabkan kurangnya informasi mengenai produk uang elektronik yang digunakan dan tidak adanya sikap terbuka dari mahasiswa. Selain itu, mahasiswa lebih suka menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran karena mahasiswa telah terbiasa menggunakan uang tunai yang mana menurut mereka lebih praktis dibandingkan dengan uang elektronik. Rendahnya penggunaan uang elektronik ini sepertinya juga disebabkan karena tidak tersedianya *merchant* yang didukung dengan fasilitas uang elektronik

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia merupakan salah satu perguruan tinggi yang dalam lingkungan kampusnya saat ini belum menggunakan fasilitas uang elektronik sebagai prasarana pembayaran. Pembayaran di kampus masih menggunakan uang cash, seperti kantin dan parkir. Diharapkan kedepannya STEI menerapkan sistem yang mendukung transaksi menggunakan uang elektronik berbasis aplikasi atau non aplikasi (*card*). Melihat perkembangan uang elektronik berbasis aplikasi yang terus meningkat, penelitian terdahulu, serta kurang populernya *mobile payment* LinkAja dibanding aplikasi lain. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang implementasi produk LinkAja di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) khususnya Mahasiswa. Minat menggunakan aplikasi ini dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Pengaruh minat yang diteliti dalam penelitian ini antara lain persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi persepsi manfaat penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?
4. Apakah persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun. Maka tujuan dilakukannya penenelitian, diantaranya :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap

minat menggunakan aplikasi LinkAja.

3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi LinkAja.

1.4 Persepsi manfaat Penelitian

Terhadap beberapa persepsi manfaat peneliti yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini berpersepsi manfaat untuk menambah ilmu dan wawasan tentang aspek – aspek yang mempengaruhi preferensi para mahasiswa dalam menggunakan produk *mobile payment* (LinkAja) dalam bertransaksi di kehidupan sehari-hari. Serta dapat mengaplikasikan ilmu atau pengetahuan yang telah didapat selama masa perkuliahan dengan kenyataan di lapangan.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini berpersepsi manfaat agar masyarakat mengetahui pentingnya bertransaksi non tunai menggunakan *aplikasi mobile payment* (LinkAja) sehingga lebih efektif dan efisien dan melindungi masyarakat dalam bertransaksi.

3. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi dan bahan pertimbangan dalam penggunaan uang elektronik di aplikasi *mobile payment* (LinkAja) pada kehidupan sehari-hari.

4. Bagi Lembaga Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tolak ukur lembaga pendidikan dalam memberlakukan sistem pembayaran non tunai melalui aplikasi *mobile payment* di lingkungannya.