

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berlangsung sangat cepat dan meliputi segala aspek kehidupan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga turut melakukan inovasi pembayaran elektronik (*electronic payment*). Oleh karena itu, untuk memperbarui sistem pembayaran seiring perkembangan zaman, perbankan mulai melakukan inovasi cara pembayaran. Salah satu inovasi perbankan adalah dengan menerbitkan *e-money* untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi. Mengingat sistem pembayaran merupakan salah satu komponen penting dalam dunia perekonomian, baik dari sektor perdagangan maupun transaksi-transaksi pembayaran yang terjadi di sektor-sektor lainnya.

Perubahan uang sangat pesat baik kertas maupun logam dengan *electronic money*. Uang elektronik diterbitkan dengan tujuan untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Sebelum munculnya sistem pembayaran elektronik, maka ketika bertransaksi kita harus bertemu langsung dengan pihak yang diajak untuk bertransaksi, setelah kemunculan *electronic payment system* ini kita mampu menghemat biaya, maupun mendapat kepraktisan dan kemudahan dalam bertransaksi. Maka dari itu, dalam hal ini perbankan berlomba-lomba dalam berinovasi dalam sistem pembayaran elektronik, diantaranya yaitu kartu debit, kartu ATM, kartu kredit, *smart card*, *e-money* dan lainnya.

Teknologi dan keuangan sangatlah berkaitan. Saat ini telah hadir teknologi yang berinovasi dalam finansial dengan teknologi modern di bidang jasa yang disebut dengan *Financial Technology*. Menurut World Bank (2017), *FinTech* didefinisikan sebagai industri yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi agar sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan lebih efisien. Peningkatan jumlah pengguna Teknologi Informasi dapat memberikan dampak bagi penyedia jasa keuangan dan *e-commerce*. Menurut Adiyanti (2015) perkembangan teknologi juga membuat sistem pembayaran mengalami perkembangan dari awalnya menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran hingga menjadi pembayaran non tunai. Hal tersebut terbukti bahwa pembayaran tunai (*cash*) berevolusi menjadi pembayaran non-tunai (*cashless*). Pemanfaatan TI dapat memenuhi kebutuhan informasi bisnis dengan relevan, efektif dan efisien. *FinTech* mengalami perkembangan yang pesat dan mengubah sektor bisnis di perbankan harus mempunyai solusi agar lebih berinovasi (Asikin, 2018)

Pertumbuhan *FinTech* tidak jauh dari penggunaan perangkat mobile diikuti dengan peningkatan penggunaan internet yang lebih cepat dari dugaan sebelumnya. Menurut Arner et al. (2017) perkembangan *FinTech* dibagi ke dalam empat era yaitu *FinTech 1.0*, *FinTech 2.0*, *FinTech 3.0*, dan *FinTech 3.5*. Pada *FinTech 1.0* terjadi antara tahun 1866 – 1967 yang ditandai dengan era pengembangan infrastruktur dan komputisasi sehingga terbentuk jaringan keuangan global. *FinTech 2.0* terjadi antara tahun 1967 – 2008, pada era ini mulai berkembangnya penggunaan internet dan digitalisasi di sektor keuangan. *FinTech*

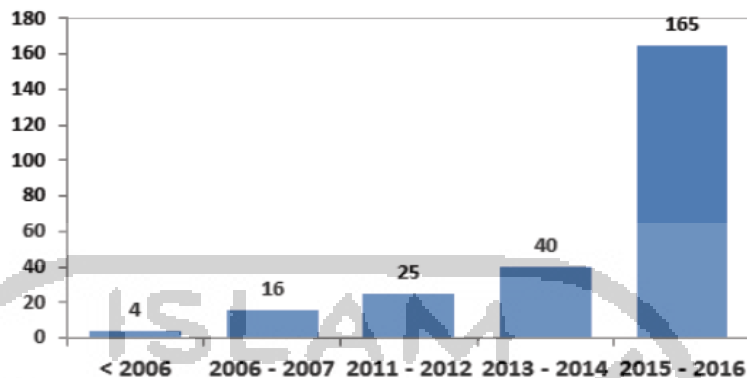
3.0 dan *FinTech* 3.5 berlangsung dari tahun 2008 hingga sekarang. Pada *FinTech* 3.0 merupakan era penggunaan telepon maupun *smartphone* di sektor keuangan sedangkan *FinTech* 3.5 memasuki perkembangan dimana teknologi keuangan dijadikan bisnis dengan memanfaatkan peluang dari inovasi teknologi, produk dan model bisnis serta perubahan perilaku masyarakat.

Perkembangan *FinTech* global semakin meningkat dan terus tumbuh. Dari data yang diambil dari IMF tahun 2017 melaporkan bahwa total investasi global di perusahaan *fintech* meningkat pada tahun 2010 dari 9 miliar dolar AS menjadi 25 miliar dolar AS pada tahun 2016. Selain itu, terdapat peningkatan empat kali lipat dari valuasi pasar terhadap perusahaan *fintech* publik sejak krisis keuangan global. Menurut survei yang dilakukan oleh Ernst & Young (2017) lebih dari 22.000 responden di 20 negara menemukan bahwa rata-rata persentase konsumen yang menggunakan jasa *FinTech* (*adoption index*) pada tahun 2017 mencapai 33%, hal tersebut mengalami peningkatan persentase dari sebelumnya yaitu sebesar 16% pada tahun 2015 dengan studi yang sama. Menurut Mehta dan Striapunina (2017), nilai transaksi pasar *FinTech* global telah mencapai US \$ 2,6 triliun 2016 dan akan terus tumbuh menjadi hampir US \$ 7 triliun pada 2021, sehubungan dengan hal tersebut maka *digital payment* adalah segmen terbesar dengan nilai transaksi US \$ 2,2 triliun pada 2016.

Sedangkan di Indonesia, *Financial Technology* memiliki peningkatan yang pesat, hal tersebut ditandai dengan semakin banyak *startup* di bidang *FinTech*. Walaupun transaksinya masih kecil, solusi keuangan yang ditawarkan *fintech* sama dengan yang ditawarkan oleh perbankan, seperti pembayaran, pinjaman,

pendanaan personal, dan aggregator (Kartono, 2017). Berdasarkan data dari konsultan manajemen bisnis McKinsey & Company dalam laporan terbarunya berjudul *Digital Banking in Indonesia: Building Loyalty and Generating Growth*, tingkat penggunaan *FinTech* di Indonesia masih sekitar 5% jauh lebih rendah dibandingkan negara China dengan presentasi 67%, Hongkong 57% dan India 39%. Tetapi Indonesia tetap mempunyai potensi untuk berkembang berdasarkan survey yang dilakukan tahun 2017, pertumbuhan digitalisasi di Indonesia menjadi yang tercepat bahkan mengalahkan China dan Brazil (Rasyid, 2019).

Dalam artikel yang ditulis oleh Nizar (2017), dari sisi jumlah perusahaan, sebelum tahun 2006 jumlah perusahaan *FinTech* yang berpartisipasi baru 4 perusahaan dan bertambah menjadi 16 perusahaan pada tahun 2006- 2007, kemudian dalam kurun waktu 4 tahun setelah itu hanya terjadi penambahan perusahaan yang melakukan aktivitas *FinTech* sejumlah 9 perusahaan, sehingga menjadi 25 perusahaan dalam tahun 2011-2012. Dalam tahun 2013-2014 jumlah perusahaan *Fintech* meningkat sebanyak 15 hingga menjadi 40 perusahaan atau tumbuh sekitar 60%. Pada tahun 2014-2016 terjadi perkembangan yang sangat signifikan dimana jumlah perusahaan *FinTech* bertambah sebanyak 125 perusahaan sehingga bertambah menjadi 165 perusahaan *FinTech*, ini berarti terjadi peningkatan sekitar 312,5% dibanding tahun sebelumnya. Sampai saat ini, berdasarkan data statistik OJK per tanggal 31 Mei 2019, total jumlah penyelenggara *FinTech lending* yang terdaftar dan berizin adalah sebanyak 113 perusahaan.



Sumber : Asosiasi FinTech Indonesia dan OJK, (2017).

Gambar 1.1 Jumlah Perusahaan *FinTech* di Indonesia tahun 2006-2016

Menurut data dari OJK, sampai bulan Januari 2019, akumulasi penyaluran pinjaman *FinTech* mencapai Rp25,92 triliun. Jumlah tersebut naik 14,36% dari awal tahun 2018 yang tercatat senilai Rp22,67 triliun. Angka tersebut masih tergolong kecil, karena berdasarkan penelitian OJK pada tahun 2016, terdapat kesenjangan pendanaan di Indonesia sebesar Rp989 triliun per tahunnya yang disebabkan karena kebutuhan pendanaan sebesar Rp1.649 triliun tak mampu dipenuhi oleh lembaga keuangan yang hanya memiliki total aliran dana Rp660 triliun. Sampai bulan Juni 2019, akumulasi penyaluran pinjaman *FinTech* mencapai Rp44,806 Triliun, hal ini mengalami peningkatan yang signifikan sekitar 97,68% dari akhir tahun sebelumnya.

Saat ini perusahaan di Indonesia mulai menggunakan jasa layanan *FinTech* yang berbasis teknologi digital seperti Grab, Go-Jek, Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Uber. Salah satu contoh aplikasi yang berbasis *Financial Technology* adalah layanan OVO. Pada tahun 2012 layanan *mobile payment*

mulai bermunculan, industri perbankan dan pengembang aplikasi mulai masuk di dalamnya, salah satunya adalah OVO (Ar-Robi & Wibawa, 2019).

Dalam artikel yang ditulis oleh Randi Eka (2016), OVO merupakan aplikasi *digital finance* yang dikembangkan oleh LippoX yang terintegrasi dengan beberapa perusahaan Lippo. LippoX merupakan perusahaan *digital payment* milik grup perusahaan Lippo. Dibawah naungan LippoX, aplikasi OVO tersedia untuk *platform* Android dan iOS yang mencoba mengakomodasi kebutuhan terkait dengan *cashless* dan *mobile payment*. Saat ini, OVO sangat begitu familiar dikalangan masyarakat terutama mahasiswa yang melek teknologi. Mereka sering menggunakannya untuk transaksi Grab dalam membayar Grab *Bike*, Grab *Food*, Grab *Car*, dan untuk berbelanja di berbagai *merchant* Lippo. Jumlah pengguna OVO hingga akhir November 2018 tercatat tumbuh lebih dari 400% dengan aplikasi terinstal sejumlah 115 juta *device*. Sementara itu, transaksi OVO tumbuh 75 kali lipat sejak November 2017 hingga November 2018 atau sekitar 1 miliar transaksi.

Penelitian terdahulu meneliti tentang intensitas penggunaan *e-money* pada masyarakat Indonesia yang dilakukan oleh Anjelina, (2018). Penelitian ini menguji faktor-faktor yang menentukan niat seseorang untuk menggunakan kembali *e-money* dan menguji peran gender pada model tersebut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa banyak faktor yang menentukan seseorang untuk menggunakan *e-money*. Dasar model penelitian ini menggunakan teori TAM (*Technology Accepted Model*) yang diperluas dengan menggabungkan konstruksi tambahan yang berasal dari teori adopsi inovasi lainnya yang telah di

validasi oleh studi adopsi *m-payment* sebagai konstruksi relevan yang meningkatkan daya prediksi TAM. Disimpulkan dalam penelitian ini bahwa variabel *subjective norm* merupakan faktor penting yang menentukan seseorang untuk mengadopsi *e-money* atau tidak, lalu diikuti *social image*, dan *perceived benefit*. Sedangkan *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, *Compatibility*, *Perceived trust*, *Perceived risk*, dan *Perceived cost* secara statistik tidak mempengaruhi variabel *intention to use/reuse*.

Oliveira et al., (2014) melakukan penelitian mengenai minat penggunaan dan minat untuk merekomendasikan teknologi *mobile payment* dengan membangun konseptual model yang mengombinasikan UTAUT 2, teori *Diffusion of Innovation* (DOI), dengan tambahan variabel persepsi keamanan teknologi (*perceived technology security*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diusulkan dari teori UTAUT 2, yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) dan pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi. Variabel persepsi keamanan teknologi (*perceived technology security*) juga terbukti memiliki pengaruh terhadap minat individu menggunakan *mobile payment*. Variable lainnya seperti ekspektasi usaha (*effort expectancy*), nilai harga (*price value*), motivasi hedonis (*hedonic motivations*), dan kondisi pendukung (*facilitating conditions*) tidak terbukti memengaruhi minat penggunaan *mobile payment*. Penelitian ini menguji faktor keamanan karena teknologi *mobile payment* melibatkan transaksi keuangan dimana kondisi ini bersifat sensitif. Faktor keamanan ini dapat menjelaskan rendahnya penggunaan *mobile payment* karena ini bisa menjadi penghambat penggunaan *mobile payment*.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mengkolaborasikan dari kedua hasil penelitian Anjelina, (2018) dan Oliveira et al., (2014) dengan menguji model teori TAM dan UTAUT 2 yang dikombinasi dengan variabel kepercayaan dan persepsi keamanan teknologi pada minat menggunakan layanan OVO di Indonesia. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada objek penelitian, geografis penelitian, dan model penelitian. Pembahasan masalah tersebut menjadi dasar penulis ingin melakukan penelitian mengenai minat menggunakan layanan OVO di Indonesia dengan judul “**Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Mengadopsi Aplikasi Berbasis *Financial Technology***”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pengaruh sosial terhadap minat penggunaan aplikasi berbasis *financial technology* pada layanan OVO?
2. Apakah terdapat pengaruh motivasi hedonis terhadap minat penggunaan aplikasi berbasis *financial technology* pada layanan OVO?
3. Apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan aplikasi berbasis *financial technology* pada layanan OVO?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan aplikasi berbasis *financial technology* pada layanan OVO?
5. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan aplikasi berbasis *financial technology* pada layanan OVO?

6. Apakah terdapat pengaruh persepsi keamanan teknologi terhadap minat penggunaan aplikasi berbasis *financial technology* pada layanan OVO?
7. Apakah terdapat pengaruh pengaruh sosial terhadap minat penggunaan aplikasi OVO dengan gender sebagai pemoderasi?
8. Apakah terdapat pengaruh motivasi hedonis terhadap minat penggunaan aplikasi OVO dengan gender sebagai pemoderasi?
9. Apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan aplikasi OVO dengan gender sebagai pemoderasi?
10. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan aplikasi OVO dengan gender sebagai pemoderasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji model penelitian yang digunakan dalam menentukan faktor pengaruh sosial (*social influence*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), kepercayaan (*trust*), dan persepsi keamanan teknologi (*perceived technology security*) memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi berbasis *financial technology* khususnya pada layanan OVO.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa sektor:

1. Sektor akademis : penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan lebih untuk pengembangan akademik di bidang teknologi dan

informasi di Indonesia. Kemudian bisa menjadi tambahan sumber literatur dalam mengembangkan penelitian selanjutnya.

2. Sektor pemerintah : penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan analisis dan evaluasi untuk memperbaiki kebijakan dalam perizinan penyelenggaraan pada perusahaan berbasis *financial technology* di Indonesia. Kemudian bisa untuk meningkatkan pengawasan pelaksanaan pada penggunaan aplikasi berbasis *financial technology* untuk menghindari risiko adanya kecurangan.
3. Sektor perbankan dan non-bank : penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi manajemen perusahaan untuk bisa berinovasi dalam meningkatkan pelayanan uang elektronik untuk masyarakat Indonesia. Selain itu, bagi perusahaan *startup* penelitian ini bisa menjadi masukan untuk merancang produk *FinTech* yang lebih kompatibel sehingga bisa memberi manfaat yang lebih.
4. Pengguna *e-money* : dapat menjelaskan kepada konsumen aplikasi *FinTech* bahwa *e-money* merupakan alat transaksi keuangan non-tunai yang dapat memberikan kepraktisan bagi penggunanya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang uraian latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat teori-teori yang relevan dan mendukung analisis serta pemecahan masalah yang dibahas dalam penelitian ini, penelitian terdahulu, uraian hipotesa penelitian yang akan diuji dalam penelitian ini, dan kerangka penelitian yang akan diuji.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini menyajikan populasi dan sampel penelitian, sumber data dan metode pengumpulan data, variabel penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA

Pada bab ini menyajikan hasil penelitian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan, pengujian hipotesis dan menjelaskan analisa penemuan tersebut.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya, kontribusi dan implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penelitian sejenis berikutnya.