

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Pada revolusi industri 4.0 perkembangan dunia teknologi digital yang memiliki integrasi terhadap proses produksi dan konsumsi, hal ini menunjukkan bahwa adanya perubahan dari ekonomi konvensional menuju ekonomi digital (kemenperin, 2018). Proses perekonomian dalam hal ini bisnis dipengaruhi oleh perkembangan teknologi komunikasi dan informasi sehingga mengubah bagaimana proses bisnis dan bagaimana proses transaksi itu berjalan, yang mana pada awalnya transaksi secara tunai berubah pada non tunai. Hadirnya perusahaan-perusahaan *e-commerce* dengan menggunakan konsep dagang online atau *online shopping* mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian. Fenomena ini dapat dilihat dari pertumbuhan nilai transaksi perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia yang memiliki peningkatan di setiap tahunnya. Tercatat 205,5 Triliun rupiah jumlah transaksi yang terjadi di *e-commerce* pada tahun 2019, pada tahun selanjutnya memiliki peningkatan jumlah transaksi yaitu sebesar 266,3 Triliun rupiah (Katadata, 2021). Hal ini memperlihatkan bahwa adanya kenaikan nominal transaksi *e-commerce* pada tahun 2020 sebesar 29,6% dari Rp 205,5 triliun pada 2019 menjadi Rp 266,3 triliun.

Sejalan dengan peningkatan transaksi *e-commerce* yang sangat pesat, perkembangan penggunaan *Fintech* (*Financial Technology*) memiliki peningkatan yang begitu signifikan. *Fintech* (*Financial Technology*) jika dilihat dari arti kata tersebut, *fintech* merupakan sebuah gabungan dari *finance* (keuangan) dan *technology* (teknologi) dimana hal tersebut bisa dilihat bahwa *fintech* merupakan sebuah perusahaan yang menghubungkan teknologi informasi dengan sistem keuangan yang memiliki tujuan untuk menciptakan suatu sistem keuangan secara efisien (Suyanto & Kurniawan, 2019).

Melalui data yang diambil melalui data indonesia (2021) berdasarkan laporan dari UOB (*United Overseas Bank Limited*), PWC (*Pricewater house Coopers*) dan SFAC (*Statement of Financial Accounting Concepts*) bahwa jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia memiliki jumlah yang terus bertambah disetiap tahunnya. Pada tahun 2017 tercatat memiliki 440 perusahaan *fintech*. Pada tahun selanjutnya memiliki peningkatan sebesar 32,5% dengan jumlah 583 perusahaan. Jumlah tersebut terus memiliki peningkatan, pada tahun 2019 berjumlah 691unit dan pada tahun 2020 berjumlah 758 unit. Selanjutnya pada tahun 2021 naik 3,56% dari tahun sebelumnya menjadi 785 perusahaan *fintech* (dataindonesia.id, 2021).

• Tabel 1. 1 Jumlah Perusahaan fintech di Indonesia (2017-2021)

No.	Tahun	Jumlah
1	2017	440
2	2018	583
3	2019	691
4	2020	758
5	2021	785

(dataindonesia.id, 2021)

Dengan banyaknya perusahaan *fintech* saat ini, maka ada beberapa klasifikasi jenis perusahaan di Indonesia. Berdasarkan penelitian Suyanto & Kurniawan, (2019) disebutkan bahwa ada beberapa pembagian jenis *fintech* di Indonesia, diantaranya *Crowdfunding dan peer- to-peer (p2p) lending, Market aggregator, Risk and investment management, Payment, settlement, and clearing*. Dengan adanya beberapa jenis tersebut, membuktikan bahwa potensi *fintech* di indonesia cukup tinggi dalam segi pengembangannya, dengan didukung oleh banyaknya pengguna internet di Indonesia.

Menurut Khoiriyah, et al (2020) dalam penelitiannya bahwa di Indonesia paling banyak digunakan untuk pembayaran atau *payment* (42,22%), pinjaman (17,78%), dan aggregator (12,59%). Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat lebih gemar

menggunakan aplikasi *fintech* jenis pembayaran. Kemudian peneliti melakukan observasi dengan hasil bahwa produk layanan digital yang digunakan masyarakat yaitu seperti: Go Pay, OVO, Shopee Pay, Linkaja, dan sebagainya (Khoiriyah et al., 2020).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Yoviani Yoviani & Nurdiawansyah Nurdiawansyah, 2022) mengatakan bahwa. *Fintech payment* atau *e-payment* adalah salah satu sistem pembayaran non-tunai alternatif yang didasarkan pada smartphone atau perangkat seluler. *Fintech payment* Dipercaya memiliki kemampuan untuk menawarkan pengalaman yang lebih baik dan lebih aman dibandingkan dengan sistem pembayaran lain yang didasarkan pada penggunaan kartu debit dan kredit dalam sistem pembayaran offline (L. Wang et al., 2019) Platform ini khususnya mengacu pada penggunaan perangkat komunikasi seluler untuk menyelesaikan transaksi keuangan melalui teknologi nirkabel (Chang et al., 2017).

Penggunaan *fintech payment* dalam hal ini salahsatunya adalah dompet digital (*e-wallet*). Berdasarkan data perusahaan teknologi finansial (*fintech*) Xendit, dompet digital (*e-wallet*) menjadi platform pembayaran digital terpopuler pada tahun 2021. Dari 150 juta lebih transaksi digital yang diproses Xendit, 43 persen transaksi keuangan menggunakan *e-wallet*. Jumlah itu meningkat dari 24 persen di tahun 2020. Di Indonesia, terdapat tren peningkatan penggunaan *fintech payment* di pasar, dan potensial mendominasi masa depan (tempo.co, 2022).

Selanjutnya tren peningkatan pembayaran menggunakan metode *mobile payment* terjadi di *offline store* yaitu suatu alat pembayaran nontunai dengan menggunakan perangkat ponsel pintar yang menggunakan berbagai media teknologi. Peningkatan ini disebabkan oleh banyaknya vendor atau perusahaan yang terus mencoba memfasilitasi *offline store* dengan layanan pembayaran *mobile payment* dengan beberapa strategi promosi dan kemudahan

untuk menarik konsumen untuk beralih dari metode pembayaran *cash* ke metode pembayaran *mobile payment* (Handarkho & Harjoseputro, 2020).

Selain itu didukung oleh kebijakan pemerintah pada tanggal 14 Agustus tahun 2014, Bank Indonesia mencanangkan program Gerakan Nasional Non Tunai. Pada saat itu dilakukan penandatanganan Memorandum of Understanding (MoU) antara Bank Indonesia, Kementrian Koordinator Ekonomi, Kementrian Keuangan, dan Pemerintah Provinsi seluruh Indonesia. Hal ini dilakukan salah satunya untuk dapat mengurangi biaya pengelolaan uang dan juga mempermudah masyarakat dalam bertransaksi (Amihsa et al., 2020).

Tentunya pemerintah melihat peluang bahwa perangkat telepon seluler sudah banyak digunakan untuk transaksi keuangan. Layanan yang Penggunaan uang elektronik di *offline store* semakin meningkat dengan adanya *mobile payment*. Kemudahan serta peluang peningkatan pendapatan yang dilihat oleh pemilik *offline store* menjadi ketertarikan untuk menggunakan layanan *mobile payment*.

Hal ini berdampak positif kepada konsumen diuntungkan dengan memiliki alternatif dalam melakukan pembayaran daring (online), meningkatnya kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam penggunaan layanan pembayaran, Pemanfaatan layanan *mobile payment* telah memberikan kemudahan yang signifikan bagi masyarakat dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Kini, siapa pun dapat melakukan transaksi keuangan tanpa terkendala oleh faktor waktu, jarak geografis, maupun keamanan (Amihsa et al., 2020).

Dengan kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi ponsel seluler dalam melakukan transaksi, diharapkan masyarakat akan semakin meningkat dalam memberikan kontribusi yang positif dan bermanfaat bagi lingkungan sekitar. Terbukti dengan data yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia terkait jumlah transaksi uang elektronik.

Tabel 1. 2 Tabel Transaksi Uang Elektronik

Tahun	Volume	Nominal
-------	--------	---------

2017	943,319,933	12,375,468.72
2018	2,922,698,905	47,198,616.11
2019	5,226,699,919	145,165,467.60
2020	5,063,751,353	220,443,295.3
2021	5,460,400,276	501,069,120.86

*(Bank Indonesia, 2022)*

Data pada tabel 1.2 membuktikan bahwa transaksi uang elektronik sangat diminati oleh masyarakat, peningkatan sangat signifikan setiap tahunnya, baik secara volume ataupun secara nominal, terlihat pada tahun 2020 jumlah transaksi uang elektronik yaitu 220,443,295.3 meningkat tinggi pada tahun 2021 menjadi 501,069,120.86. Tentu hal tersebut menjadikan uang elektronik sebagai salahsatu hal yang diminati oleh masyarakat.

Mahasiswa yang tergolong dalam salahsatu pengguna mobile payment. Kemudahan penggunaan mobile payment menjadi faktor penting mahasiswa tertarik untuk bertransaksi menggunakan fintech payment. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Yoviani Yoviani & Nurdiawansyah Nurdiawansyah, 2022) disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan mobile payment.

Keberadaan offline store di sekitar kampus, baik itu produk makanan, pakaian ataupun yang lainnya, tentunya meningkatkan transaksi antara mahasiswa dengan offline store tersebut. Penyediaan layanan fintech payment di toko fisik daerah kampus menjadi pendorong untuk beralih dari metode pembayaran cash ke penggunaan mobile payment. Semakin meningkat dengan adanya Peningkatan ini tidak terlepas dari regulasi pemerintah yang menetapkan QRIS sebagai mobile payment, sehingga semua pembayaran digital dapat difasilitasi cukup melalui satu kode yang sama.

Namun meskipun *digital payment* menawarkan berbagai kebermanfaatan, masih banyak masyarakat yang belum menggunakan atau bahkan mengenal pembayaran mobile payment tersebut. Salahsatu penyebabnya adalah kurangnya literasi terhadap teknologi digital.

Provinsi yang memiliki literasi digital tinggi salah satunya adalah DI Yogyakarta. Provinsi Yogyakarta sebagai provinsi dengan tingkat literasi digital tertinggi di Indonesia yaitu sebesar 3,64.

Tabel 1. 3 Indeks Literasi Digital Berdasarkan Provinsi (2021-2022)

No	Provinsi	Indeks Literasi Digital
1.	DI Yogyakarta	3,36
2.	Kalimantan Barat	3,36
3.	Kalimantan Timur	3,62
4.	Papua Barat	3,62
5.	Jawa Tengah	3,61
6.	Kalimantan Tengah	3,6
7.	Jawa Barat	3,6
8.	DKI Jakarta	3,59
9.	Kep.Riau	3,59
10.	Jawa Timur	3,58
11.	Sulawesi Tenggara	3,57
12.	Papua	3,55
13.	Bengkulu	3,55
14.	Maluku	3,54
15.	Jambi	3,54

*Sumber: (Keminfo & Katadata Insight Center, 2023)*

Hal ini dikarenakan Yogyakarta memiliki banyak sekolah dan perguruan tinggi yang berkembang, sehingga menunjang keterbukaan terhadap teknologi digital. Salah satu perguruan tinggi swasta di Yogyakarta yang memperoleh mata kuliah yang mendukung

mereka untuk lebih melek terhadap perkembangan keuangan dan bisnis adalah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Selain itu kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta ini tidak berada di daerah perkotaan atau jauh dari keramaian kota, jauh dari gedung-gedung tinggi dan jauh dari pusat perbelanjaan atau restoran, maka produk fintech ini dapat memberikan kemudahan dalam setiap transaksi dan akan menimbulkan minat mahasiswa dalam menggunakan produk fintech.

**Tabel 1. 4 Data Mahasiswa Aktif Pada Jenjang S1 2022/2023**  
**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

No.	Fakultas	Jumlah Mahasiswa	Persentase
1	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	4557 Mahasiswa	23%
2	Fakultas Agama Islam	1692 Mahasiswa	8%
3	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	3900 Mahasiswa	19%
4	Fakultas Pendidikan Bahasa	989 Mahasiswa	5%
5	Fakultas Hukum	1863 Mahasiswa	9%
6	Fakultas Teknik	3122 Mahasiswa	15%
7	Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	2269 Mahasiswa	11%
8	Fakultas Pertanian	1713 Mahasiswa	9%
JUMLAH		20105 Mahasiswa	100%

*Sumber: Data diolah 2023*

Dalam hal ini penulis telah melakukan *preliminary study* atau penelitian terlebih dahulu untuk mengetahui penggunaan *mobile payment* oleh Mahasiswa. Penelitian ini dilakukan terhadap Mahasiswa Jenjang S1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mengenai penggunaan *mobile payment* di Toko offline, baik secara pengetahuan, intensi,

ataupun jenis *mobile payment* yang digunakan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuisioner dan di sebarakan ke 100 orang mahasiswa dengan proporsional sesuai dengan jumlah persentase per fakultas masing-masing, kepada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. 100 orang tersebut adalah hasil dari perhitungan rumus slovin dengan tingkat toleransi kesalahan 10%.

**Tabel 1. 5 Data Preliminary Study Penggunaan Mobile Payment oleh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

Nama Fakultas	Penggunaan Metode Pembayaran		Jumlah	Lama Penggunaan	Intensitas Penggunaan	Jumlah Pengeluaran
	Mobile Payment	Cash				
Fakultas Ekonomi dan Bisnis	22	1	23	1-3 tahun	Lebih dari 3 kali	1.000.000 - 1.500.000
Fakultas Agama islam	4	3	7	1-3 tahun	Lebih dari 3 kali	200.000 – 500.000
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	11	8	19	1-3 tahun	Lebih dari 3 kali	500.000 - 1000.000
Fakultas Pendidikan Bahasa	1	2	3	1-3 tahun	Lebih dari 3 kali	200.000 – 500.000
Fakultas Hukum	4	4	8	1-3 tahun	3 kali	500.000 - 1000.000
Fakultas	3	9		1-3 tahun	Dua Kali	500.000 -

Teknik			12			1000.000
Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	6	5	11	1-3 tahun	Lebih dari 3 kali	500.000 - 1000.000
Fakultas Pertanian	4	4	8	1-3 tahun	Lebih dari 3 kali	200.000 – 500.000

Sumber: data diolah 2023

Dari survey awal yang dilakukan penulis, sebagian mahasiswa di setiap fakultas sudah menggunakan mobile payment di Toko Offline dengan lama penggunaan 1-3 tahun dengan intensitas yang rata-rata lebih dari 3 kali dalam sehari, dengan persentase yang berbeda-beda. Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki persentase penggunaan yang tinggi dari Fakultas lainnya yaitu 81%, sedangkan persentase paling rendah dari Fakultas Teknik yaitu sebesar 7,7 % hasil persentase tersebut di ambil dari Mahasiswa yang lebih sering menggunakan mobile payment dari pada cash. Selanjutnya dari hasil tersebut ada hasil yang signifikan lainnya yaitu dari aspek keuangan yang dikeluarkan mahasiswa dalam penggunaan mobile payment di Toko Offline. Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki pengeluaran paling tinggi dengan rata-rata 1.000.000 ribu – 1.500.000 ribu per bulan, berbanding terbalik dengan fakultas lainnya yang rata-rata 200.000 ribu – 500.000 ribu per bulan.

Dari hasil survei awal tersebut disimpulkan bahwa penggunaan *mobile payment* di toko offline oleh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki tingkat penggunaan yang cukup tinggi di antara fakultas lainnya. Hal ini menjadi salahsatu pendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai *moblie payment* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Namun fenomena sekarang, konsumen masih belum bisa menggunakan metode pembayaran, baik itu dikarenakan fasilitas toko offlinenya yang tidak menyediakan layanan *mobile*

*payment*, ataupun sikap dari masyarakat yang enggan untuk menggunakan *mobile payment* karena masih ragu dalam penggunaan *mobile payment* secara penuh.

Penelitian mengenai *mobile payment* yang berfokus pada penggunaan di toko offline dengan sudut pandang konsumen jarang dilakukan. Salahsatunya dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Handarkho & Harjoseputro, 2020) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk mengadopsi *mobile payment* di toko offline. Yang mana dalam penelitian tersebut dihasilkan bahwa inovasi dari konsumen sangat mempengaruhi intensi konsumen untuk mengadopsi *mobile payment* dengan diikuti faktor kenyamanan, pengaruh lingkungan, serta penawaran yang dilakukan. Pada penelitian ini menggunakan teori PPM atau push pull mooring. Namun dalam penelitian ini menyampaikan bahwa gagal mengidentifikasi faktor pendorong yang memiliki pengaruh signifikan secara statistik pada penggunaan *mobile payment*.

Berdasarkan uraian permasalahan yang sudah dijelaskan, peneliti tertarik untuk menganalisis intensi mahasiswa dalam perpindahan metode pembayaran cash ke mobile payment, dengan judul “**Analisis Switching Behavior Mahasiswa dalam Penggunaan Mobile Payment pada Offline Store**” dengan studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan menggunakan kerangka teori *Push-Pull-Mooring* (PPM) yang dikembangkan oleh (Bansal et al., 2005). Penelitian ini merupakan replikasi jurnal yang dilakukan (Handarkho & Harjoseputro, 2020) dengan judul “*Intention to adopt mobile payment in physical store*”. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah spesifik objek, yang pada penelitian sebelumnya objeknya adalah konsumen secara menyeluruh menjadi spesifik objek yaitu Mahasiswa, dan pendetailan terkait apakah konsumen dalam hal ini Mahasiswa.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas maka rumusan masalah yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimanakah pengaruh faktor pendorong (*push effect*) diproksikan dengan resiko yang dirasakan, kepuasan terhadap intensi perpindahan mahasiswa dalam penggunaan mobile payment pada toko offline?
2. Bagaimanakah pengaruh faktor penarik (*pull effect*) diproksikan dengan Kenyamanan, Kemudahan, dan insentif terhadap intensi perpindahan mahasiswa dalam penggunaan *mobile payment* pada toko offline?
3. Bagaimanakah pengaruh faktor penambat (*mooring effect*) diproksikan dengan Inovasi konsumen, Standar Subjektif, dan Peer Group terhadap intensi perpindahan mahasiswa dalam penggunaan *mobile payment* pada toko offline.

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah penelitian diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh Resiko yang dirasakan, kepuasan sebagai faktor pendorong (*push effect*) terhadap intensi perpindahan mahasiswa dalam penggunaan mobile payment pada toko offline?
2. Untuk menganalisis pengaruh Kenyamanan, Kemudahan, dan insentif sebagai faktor penarik (*pull effect*) terhadap intensi perpindahan mahasiswa dalam penggunaan mobile payment pada toko offline?
3. Untuk menganalisis pengaruh Inovasi konsumen, Standar Subjektif, Peer Group sebagai faktor penambat (*mooring effect*) terhadap intensi perpindahan mahasiswa dalam penggunaan mobile payment pada toko offline?

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu:

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam kajian yang mempelajari kecenderungan bertransaksi menggunakan metode pembayaran *fintech payment* dibandingkan menggunakan metode pembayaran secara cash.

2. Manfaat praktis dari penelitian ini yaitu:

Dalam penelitian ini akan berkontribusi dalam ranah praktis terhadap beberapa pihak, yaitu UMKM atau pelaku usaha sebagai produsen dan penggagas *fintech payment platform*.

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan kontribusi kepada pelaku usaha sebagai pertimbangan penyediaan layanan pembayaran menggunakan *fintech payment*, sebagai salahsatu upaya peningkatan pendapatan pelaku usaha tersebut.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan kontribusi kepada penggagas *fintech payment* dalam upaya peningkatan kualitas dan kemudahan bagi pengguna, sehingga menjadi salahsatu faktor meningkatnya penggunaan platform *fintech payment* sebagai sarana pembayaran.