

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemerintah Indonesia sedang menggalakkan era ekonomi digital dengan mempromosikan gerakan cashless. Bank Indonesia, sebagai bank sentral, memiliki alasan kuat untuk mendorong penggunaan instrumen nontunai dalam transaksi keuangan untuk mengurangi jumlah uang beredar, mengurangi kasus pemalsuan uang, dan mengurangi biaya operasional yang tinggi yang terkait dengan mencetak, menyimpan, mengedarkan, dan memusnahkan uang setiap tahunnya. Gerakan Nasional Non Tunai Mentari & Bendesa (2018) adalah salah satu upaya yang dilakukan untuk mencapai masyarakat "Less Cash Society".

Menurut Astuti et al. (2021) perilaku peralihan konsumen atau customer switching behaviour merupakan suatu tindakan peralihan yang terjadi ketika konsumen beralih dari satu penyedia jasa ke penyedia jasa lainnya. Sebaliknya, menurut Keaveney & Parthasarathy (2001), perilaku peralihan konsumen adalah hal yang dipertimbangkan oleh pengguna jasa yang menggunakan jenis layanan yang sama namun berpindah dari satu penyedia jasa ke penyedia jasa lain. Penggunaan alat pembayaran digital menjadi solusi bagi masyarakat untuk mengatasi masalah waktu yang terbuang dalam proses

pembayaran, seperti mengambil uang tunai di ATM, memecah uang, dan mengembalikan uang tunai. Dengan menggunakan uang digital, konsumen dapat mengirim dan mengelola uang kapan saja dan di mana saja, sehingga tingkat efektivitas dan kemudahan penggunaan menarik konsumen untuk beralih ke alat pembayaran digital.

Teknologi keuangan (*Fintech*) adalah inovasi berbasis digital yang muncul di sektor layanan keuangan. *Fintech* merupakan terobosan inovasi bisnis baru yang menggabungkan layanan keuangan dengan teknologi informasi berbasis digital, yang mengubah model bisnis layanan keuangan dari manual menjadi otomatis melalui teknologi digital. Kemunculan *Fintech* pada era revolusi industri 4.0 diharapkan dapat berperan dalam meningkatkan kemajuan teknologi di sektor layanan keuangan, serta memfasilitasi akses publik ke layanan keuangan.

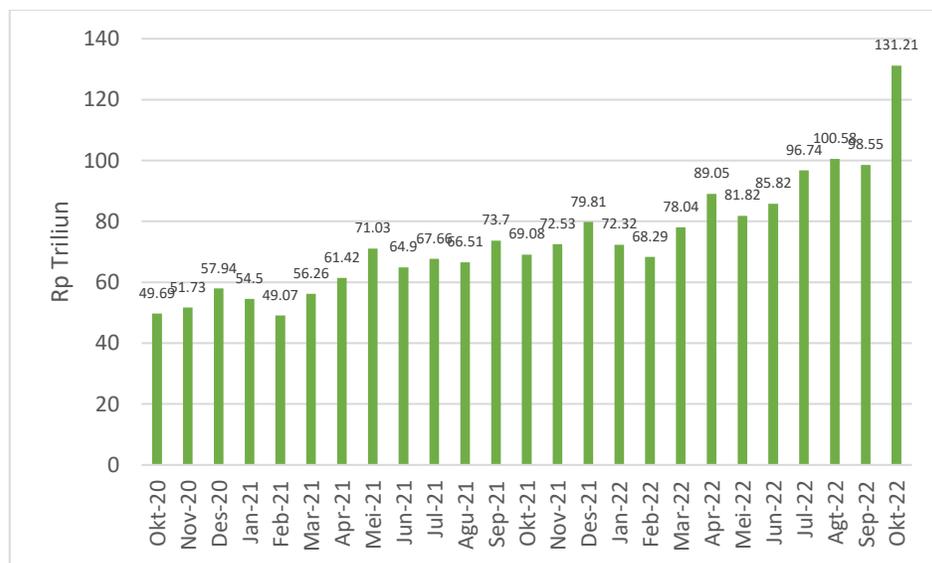
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat saat ini membuat sektor keuangan menjadi salah satu sektor yang sangat terpengaruh, contohnya seperti pada instrumen alat pembayaran. Alat pembayaran semula yang digunakan adalah uang tunai tetapi setelah adanya inovasi yang berkembang bentuk alat pembayaran ini menjadi lebih efisien yaitu menggunakan uang elektronik (digital). Menurut Bank Indonesia, uang elektronik atau *e-money* adalah uang yang disimpan dalam suatu media elektronik dan dapat digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran atas barang dan/atau jasa.

Pembayaran digital menjadi perhatian global di berbagai aspek ekonomi dan perdagangan sebagai opsi modern yang dapat digunakan, seperti melalui layanan *m-banking*, SMS banking, dan pembayaran seluler, yang semuanya merupakan hasil dari kemajuan teknologi seluler. Di Indonesia, terdapat berbagai solusi khusus yang memfasilitasi transaksi melalui pembayaran digital, termasuk melalui layanan ATM, *e-money*, *internet banking*, kartu kredit, debit, *mobile payment*, dan *mobile banking* (Teoh et al., 2013)

Indonesia adalah negara yang sangat berpotensi dalam pengembangan layanan pembayaran yang berbasis digital karena Indonesia memiliki jumlah penduduk yang begitu besar. Berdasarkan data sensus penduduk dari Badan Pusat Statistik jumlah penduduk di Indonesia tahun 2022 berjumlah 275,773,500 jiwa. Dengan jumlah tersebut sudah dipastikan mayoritas dari penduduk Indonesia menggunakan internet. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Bila dibandingkan dengan survei periode sebelumnya, tingkat penetrasi internet Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02%. Sebagai informasi, tren

penetrasi internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2018, penetrasi internet di Tanah Air mencapai 64,8% dan levelnya naik menjadi level 73,7% pada 2019-2020.

Aplikasi *digital payment* memungkinkan pengguna untuk membayar, memeriksa saldo, dan mentransfer uang secara instan. Penyedia aplikasi digital payment di Indonesia bukan hanya dari sektor perbankan, tetapi berasal dari berbagai sector seperti perusahaan telekomunikasi, perusahaan transportasi, dan perusahaan pemula digital. Transaksi uang elektronik ini dijalankan oleh Perusahaan Penyelenggara Jasa Pembayaran (PPJP) dengan mengikuti aturan Bank Indonesia No.18/21/DKSP perihal Penyelenggaraan uang elektronik (*Electronic Money*).

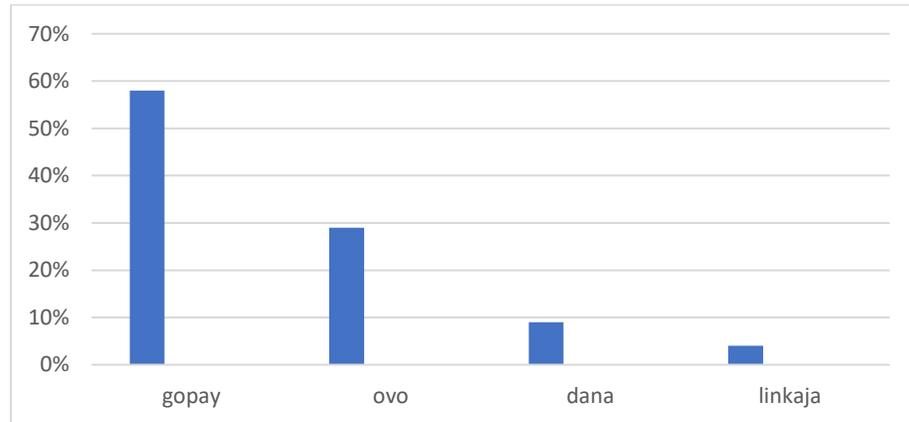


Gambar 1. 1 Transaksi Uang Elektronik di Indonesia

Sumber : Dataindonesia.id

Berdasarkan gambar 1.1, total nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp 131,21 triliun pada Oktober 2022. Jumlah tersebut mengalami kenaikan 33,14% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 98,55 triliun. Nilai transaksi uang elektronik juga mengalami kenaikan 89,94% dibandingkan periode yang setahun sebelumnya. Pada Oktober 2021, total nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp 69,08 triliun.

Penggunaan uang elektronik melalui sistem *fintech* sebagai alat pembayaran digital berkembang pesat karena kemudahan penggunaan dan jumlah penggunanya yang terus meningkat. Kehadiran *E-wallet* seperti OVO, GOPAY, DANA, dan LinkAja dalam sistem keuangan secara perlahan akan menggantikan metode pembayaran melalui SMS perbankan, internet banking, mobile banking, dan uang tunai. Seiring dengan pesatnya perkembangan *fintech*, kini *fintech* dapat digunakan untuk membayar kebutuhan sehari-hari, seperti membayar tol, pajak, tagihan listrik, BPJS, belanja di mall, membeli barang di toko online, membayar pajak motor secara online, dan lain sebagainya.



Gambar 1. 2 Top Of Mind Merk Dompot Digital

Sumber : Ipsos

Salah satu aplikasi *fintech payment* yang populer di Indonesia adalah LinkAja. Akhir bulan Juni 2019, salah satu provider telekomunikasi bernama Telkomsel merilis aplikasi LinkAja yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran nontunai. Aplikasi ini merupakan gabungan beberapa *e-wallet* milik BUMN dan T-Cash milik Telkomsel. LinkAja juga dapat digunakan untuk membeli bahan bakar di SPBU, mengirim uang, membeli pulsa, membeli paket internet, membayar tagihan seperti tagihan listrik dan air, dan membeli tiket transportasi umum seperti bus kota dan kereta api. Kereta Api Prameks merupakan transportasi umum yang sangat diminati masyarakat lokal sekitar Kutoarjo hingga Solo. Masyarakat dari berbagai kalangan ketika akan membeli tiket Kereta Api Prameks melalui aplikasi LinkAja. Masyarakat yang akan menggunakan Kereta Api Prameks agar lebih mudah dan tidak menunggu antrian terlalu lama dalam memesan tiket harus menggunakan aplikasi LinkAja,

Berbagai penelitian telah mengkonfirmasi bahwa konsumen lebih menyukai teknologi yang menyediakan layanan cepat, nyaman, dan bermanfaat dalam satu platform. Dalam hal ini, layanan menggunakan pembayaran melalui *mobile payment* menunjukkan teknik multiguna lanjutan yang meliputi fitur-fitur tersebut (Abhishek & Hemchand, 2016).

Layanan *digital payment* membawa pengaruh positif bagi sekelompok individu terutama bagi mahasiswa karena mahasiswa saat ini merupakan generasi milenial yang sangat terbuka dengan teknologi. Tingkat Pendidikan yang tinggi merupakan aspek yang mendorong mahasiswa sebagai pendukung terhadap suatu perubahan baru yaitu penggunaan produk teknologi yang telah merata di kelompok mahasiswa termasuk pada aspek mekanisme pembayaran yang digunakan oleh generasi milenial (Wijaya & Mulyandi, 2021).

Perkembangan *digital payment* yang semakin pesat memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan transaksi keuangan. Hal tersebut tentunya akan menambah keinginan penggunaan digital payment di kalangan masyarakat, tidak terkecuali mahasiswa, terlebih Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Mahasiswa merupakan sarana yang tepat bagi pengusaha layanan digital payment untuk memperluas penggunaannya. Peneliti melakukan preliminary study dengan menyebar pra kuesioner kepada mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) guna menguji kelayakan untuk menjadi responden dalam penelitian ini, berikut hasilnya :

Tabel 1. 1**Karakteristik preliminary study berdasarkan mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

| Mahasiswa aktif UMY | Jumlah | Presentase |
|----------------------------|---------------|-------------------|
| Ya | 417 | 100% |
| Tidak | 0 | 0% |
| Total | 417 | 100% |

Sumber : Data primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel 1.1, sebanyak 417 responden adalah mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2023 dengan presentase 100%.

Tabel 1. 2**Karakteristik preliminary study berdasarkan mahasiswa yang mengetahui digital payment LinkAja**

| Mengetahui digital payment LinkAja | Jumlah | Presentase |
|---|---------------|-------------------|
| Ya | 413 | 99% |
| Tidak | 4 | 1% |
| Total | 417 | 100% |

Sumber :Data primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel 1.2 , sebanyak 413 responden adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang mengetahui adanya layanan digital payment LinkAja dengan presentase 99% dan sebanyak 4 responden tidak mengetahui adanya layanan digital payment LinkAja dengan presentase 1%.

Tabel 1. 3**Karakteristik preliminary study berdasarkan mahasiswa yang sudah dan belum menggunakan layanan digital payment LinkAja**

| Menggunakan digital payment LinkAja | Jumlah | Presentase |
|-------------------------------------|------------|-------------|
| Ya | 37 | 9% |
| Tidak | 376 | 91% |
| Total | 413 | 100% |

Sumber : Data primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel 1.3, sebanyak 37 responden menggunakan layanan digital payment LinkAja dengan presentase 9% dan sebanyak 376 responden belum menggunakan layanan digital payment LinkAja dengan presentase 91%.

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah yang merupakan generasi millennial yang sudah sangat melek dengan kemajuan teknologi tidak asing lagi dengan adanya fintech. Terlebih pada saat ini pembayaran digital sedang marak digunakan terlebih oleh mahasiswa. Maka dari itu untuk perusahaan harus membuat strategi untuk menghadapi persaingan yang ketat saat ini. Berdasarkan hasil preliminary study peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan teori *Push*, *Pull*, dan *Mooring*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori PPM (*Push*, *Pull*, dan *Mooring*), teori PPM ini menjelaskan tentang perpindahan pelanggan atau nasabah untuk menggambarkan fenomena perpindahan pelanggan. Teori

ini digunakan untuk menganalisa bermacam - macam faktor yang mendorong pengguna berpindah dari layanan berbasis konvensional ke berbasis digital.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis *Switching Intention* Pengguna *Cash Payment* Ke *Digital Payment* (LinkAja) Dengan Pendekatan *Push-Pull-Mooring*”.**

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana *Push Effect* berpengaruh terhadap *Switching Intention* pengguna *cash payment* ke *digital payment* (LinkAja)?
2. Bagaimana *Pull Effect* berpengaruh terhadap *Switching Intention* pengguna *cash payment* ke *digital payment* (LinkAja)?
3. Bagaimana *Mooring Effect* berpengaruh terhadap *Switching Intention* pengguna *cash payment* ke *digital payment* (LinkAja)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh *Push Effect* terhadap *Switching Intention* pengguna *cash payment* ke *digital payment* (LinkAja)
2. Untuk menganalisis pengaruh *Pull Effect* terhadap *Switching Intention* pengguna *cash payment* ke *digital payment* (LinkAja)

3. Untuk menganalisis pengaruh *Mooring Effect* terhadap *Switching Intention* pengguna *cash payment* ke *digital payment* (LinkAja)

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai penambah wawasan dan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan kemudian mengembangkan hasil penelitian.

2. Manfaat Praktis

Sebagai penambah wawasan dan referensi dan sumber informasi mengenai *Switching Intention* pengguna *cash payment* ke *digital payment*.

3. Manfaat Untuk Perusahaan

Sebagai salah satu informasi bagi perusahaan *digital payment* untuk memahami dan mempelajari perilaku pengguna.