

**ANALISIS PRESEPSI MASYARAKAT PENGGUNA LAYANAN TRANSAKSI DIGITAL
PADA *FINANCIAL TECHNOLOGY***

(Studi kasus terhadap layanan Go-Pay “Gojek” di Kota Bandung 2017)

METODOLOGI PENELITIAN

Disusun Oleh :

ISKA SRI MAWARNI

1401144361



MANAJEMEN BISNIS TELEKOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2017

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

1.1.1 Penerapan teknologi informasi di bidang keuangan

Pada era modern saat ini, manusia memiliki kehidupan dengan segala aktivitas yang tidak pernah lepas dari perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan perubahan baik dibidang sosial, ekonomi, maupun budaya yang berlangsung dengan cepat. Dengan perkembangan teknologi yang sangat maju, bidang financial juga memiliki perkembangan ke arah yang lebih efisien dan modern. Dalam bidang perekonomian dunia saat ini sangat penting untuk memberikan inovasi teknologi didalamnya. Teknologi dan financial memiliki hubungan yang berkaitan. Saat ini telah hadir teknologi yang mengarah pada inovasi finansial dengan sentuhan teknologi modern di bidang jasa yang bernama Financial Technology.

FinTech memiliki peningkatan yang pesat dan mengubah sektor bisnis di perbankan harus mempunyai solusi agar lebih berinovasi. FinTech mempunyai potensi untuk menguntungkan berbagai pihak yang berada di dalam industri keuangan. Di Indonesia tingkat keuangan telah menembus 35,8% (*World Bank, 2014*), FinTech mempunyai peran untuk mempercepat perluasan jangkauan layanan keuangan. Dengan menggunakan teknologi dan software layanan FinTech menjadi lebih efisien. Menurut riset yang dilakukan Accenture pada tahun 2013, investasi keuangan di dunia telah lebih dari 4 miliar dolar, dan pada tahun 2014 investasi naik menjadi 12 miliar dolar sampai tahun 2015 telah melebihi 22 miliar dolar. (modalku.co.id).

Menurut Peraturan Bank Indonesia *No.18/40/PBI/2016* tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran menimbang bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan Financial Technology (FinTech) dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat termasuk dibidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran. FinTech akan menghadirkan proses transaksi keuangan yang lebih praktis, aman serta modern.

Saat ini FinTech berhubungan dengan perusahaan yang menggunakan teknologi inovatif modern untuk membentuk penyediaan jasa keuangan. FinTech dipandang sebagai pasar baru yang mengintegrasikan keuangan dan teknologi (Arner, Barberis, & Buckley, 2015), dan menggantikan struktur keuangan tradisional dengan proses berbasis teknologi baru (Hochstein, 2015). Menurut Accenture dan CB Insight mendefinisikan perusahaan FinTech merupakan perusahaan yang menawarkan teknologi untuk perbankan, keuangan perusahaan, pasar modal, analisis data keuangan, pembayaran, dan manajemen keuangan pribadi (Skan, Lumb, Masood, & Conway, 2014).

Perkembangan FinTech tidak lepas dari pengaruh perangkat mobile, perangkat lunak virtual cloud, personalisasi layanan online dan teknologi komunikasi (Dapp 2014). Selama 10 tahun terakhir perkembangan informasi teknologi telah berubah di sejumlah industri seperti pariwisata (reservasi hotel dan penerbangan), perdagangan (sistem pemesanan elektronik atau belanja online) dan media (distribusi konten elektronik).

Professor Douglas W. Arner dari Hongkong University membagi perkembangan FinTech kedalam empat era. FinTech 1.0 berlangsung antara tahun 1866 – 1967, era pengembangan infrastruktur dan komputerisasi sehingga terbentuk jaringan keuangan global. FinTech 2.0 berlangsung antara tahun 1967 – 2008, era penggunaan internet dan digitalisasi di sektor keuangan. FinTech 3.0 dan FinTech 3.5 berlangsung dari tahun 2008 sampai sekarang. FinTech 3.0 merupakan era penggunaan telepon maupun smartphone di sektor keuangan. FinTech 3.5 merupakan era kemunculan wujud bisnis teknologi keuangan sebagai pendatang baru yang memanfaatkan peluang dari inovasi proses teknologi, produk dan model bisnis serta perubahan perilaku masyarakat.

1.1.2 Keberadaan FinTech di Indonesia

Menurut Brata Rafly (2016) seorang CEO Dimo Pay Indonesia sebuah perusahaan startup yang bergerak dalam bidang mobile payment mengatakan bahwa tantangan dan juga peluang terbesar industri FinTech di Indonesia saat ini adalah bagaimana memperkenalkan sebuah teknologi layanan keuangan yang bersifat terhitung. FinTech bersama pelaku usaha e-commerce dan start-up company (UMKM) merupakan pemain utama dalam perekonomian digital.

Di Indonesia saat ini model bisnis e-commerce telah berkembang, tidak hanya di sektor ritel atau pasar untuk produk, tetapi juga berkembang pada layanan transportasi, seperti Go-Jek, Uber, Grab, layanan keuangan seperti modalku, dan Uang Teman. Layanan keuangan ini merupakan bagian FinTech. Keberadaan dan perkembangan FinTech didukung oleh inovasi teknologi di bidang, cloud computing, learning machines, digital & mobile payment, block chain distributed ledgers, dan big data. Di Indonesia layanan keuangan FinTech yang saat ini sedang berkembang di bedakan ke dalam beberapa kelompok, yaitu payment system, digital banking, online/digital insurance, Peer-to-Peer (P2P) Lending, dan crowdfunding. Berdasarkan data Bank Indonesia, saat ini terdapat 96 perusahaan FinTech yang beroperasi di Indonesia.

1.1.3 Perkembangan FinTech

Menurut *statista.com* para ahli keuangan di Eropa melihat banyak potensial yang dimiliki FinTech banyak berpengaruh dibidang “*Pembayaran*” 95% responden melihat perkembangan tersebut sangat mungkin terjadi. Nilai transaksi FinTech di pasar dunia telah mencapai US\$ 1,025,519 M ditahun 2017, dan segmen pasar terbesar berada pada segmen pembayaran digital dengan nilai transaksi total US\$ 738,340 M tahun 2017.

Sistem pembayaran digital muncul sejak hadirnya kecanggihan transaksi e-commerce (Sumanjeet, 2009). Pembayaran digital (*e-Payment*) menurut Shon dan Swatman (1998) merupakan pertukaran dana melalui saluran eletronik. E-payment membutuhkan koneksi internet untuk bekerja, sama dengan fungsi pada penggunaan dilingkungan perbankan elektronik (*e-banking*) dan belanja elektronik (*e-shopping*).



Gambar 1.1 Statistik pengguna internet pada 2016

Sumber : Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2016 telah mencapai 132,7 juta (51,8 %) dari total populasi penduduk Indonesia yang mencapai 256 juta pengguna. Penyebaran pengguna internet di Indonesia banyak didominasi di pulau Jawa sebanyak 65 persen (86,3 juta orang) selanjutnya dengan Sumatra (15,7 %), Sulawesi (6,3%), Kalimantan (5,8 %), Bali dan Lombok (4,7%), Maluku dan Papua (2,5%). Dapat disimpulkan bahwa bantuan internet menjadi salah satu faktor yang menunjang perkembangan bisnis FinTech dan pembayaran digital di Indonesia. Perkembangan FinTech sangat dipengaruhi oleh faktor kepercayaan, jika masyarakat tidak percaya makan FinTech tidak dapat berkembang.

Di Indonesia telah banyak muncul perusahaan startup yang memakai jasa layanan FinTech dan berbasis teknologi digital seperti seperti Gojek, Grab, dan Uber. Di Indonesia FinTech di kenal lebih baik jika dibandingkan dengan bisnis konvensional yang memiliki citra yang biasa saja dan kaku. FinTech menggunakan teknologi, software, dan Big Data. Usaha FinTech juga menggunakan data dari sosial media, seperti aktivitas sosial media yang dapat dijadikan bagian dari analisis resiko. FinTech memiliki image “*menghancurkan*” terhadap bidang perbankan, akan tetapi usaha FinTech dibentuk untuk memberikan solusi bagi masyarakat bukan untuk merusak usaha lain.

1.1.4 Perkembangan Go-jek

Davis (1989) menemukan bahwa sikap pengguna terhadap informasi teknologi (IT) dan aplikasi merupakan faktor utama yang menentukan penggunaan sistem pembayaran digital. Dengan demikian, sikap terhadap penggunaan juga ditentukan oleh persepsi kemudahan penggunaan aplikasi IT. (Abrazhevich 2001). Di Indonesia saat ini memiliki sebuah perusahaan transportasi Go-Jek, sebuah perusahaan yang menawarkan layanan di bidang transportasi. Go-Jek menyertakan kecanggihan teknologi dan aplikasi dalam proses pemesanan layanan. Pada saat ini Go-jek memiliki fitur layanan transaksi digital selain transaksi uang tunai yaitu Go-Pay. Layanan Go-Pay hadir di pertengahan tahun 2016, di tengah persaingan bisnis yang ketat.

1.2 Gambaran Umum Objek Penelitian

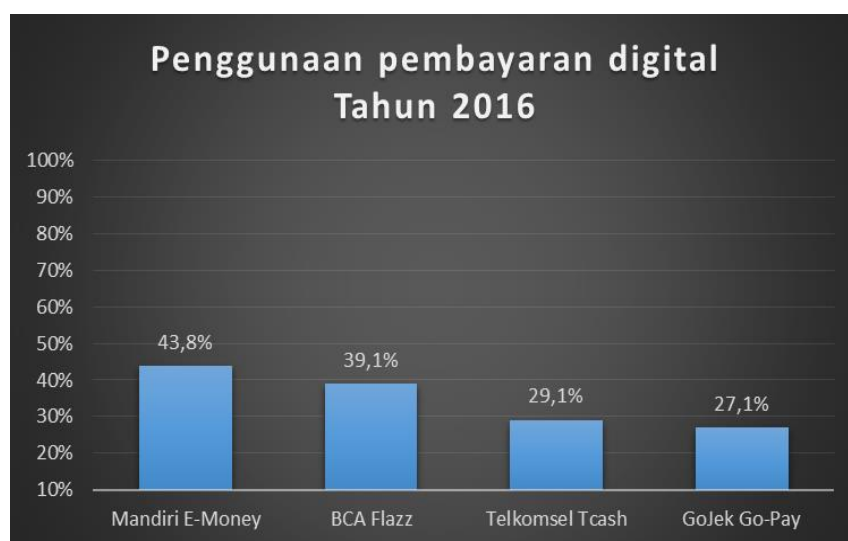
Pada saat ini telah muncul sebuah perusahaan jasa transportasi yang memimpin perkembangan industri transportasi ojek online dan taxi online yaitu Gojek. Go-Jek Indonesia

berdiri pada tahun 2011, didirikan oleh Nadiem Makarim. Go-Jek adalah perusahaan transportasi yang melayani angkutan manusia, barang, maupun makanan melalui jasa ojek motor dan angkutan transportasi mobil Go-Car. Pemesanan jasa ini dapat dipesan melalui sebuah aplikasi Go-Jek yang dapat di unduh pada smartphone IOS maupun Andoroid. Aplikasi Go-Jek memiliki location based yang akan mencarikan driver dengan posisinya yang paling dekat dengan pemesanan. Nadiem Makarim sebagai CEO Go-Jek memiliki inovasi untuk mendorong perubahan dibidang transportasi informal agar dapat beroperasi secara profesional. Pendapatan yang diperoleh Gojek adalah 80% untuk drivers dan 20%-nya untuk perusahaan. Metode pembayaran layanan Go-Jek dapat dilakukan melalui transaksi uang cash dan uang digital Go-Pay. Berikut merupakan jasa yang ditawarkan Go-Jek :

1. GO-BOX
2. GO-SEND
3. GO-RIDE
4. GO-FOOD
5. GO-MART
6. GO-GLAM
7. GO-MASSAGE
8. GO-BUSWAY

1.2.1 Perkembangan transaksi Go-Pay

Saat ini aplikasi Go-Jek memberikan fitur baru yaitu Go-Pay, sebuah media registrasi pembayaran yang terdapat pada aplikasi Go-Jek. Pada saat ini pelanggan setia Go-Jek bisa melakukan transaksi pembayaran melalui uang digital selain menggunakan metode pembayaran uang cash. Pelanggan Go-Jek dapat mengisi saldo Go-Pay langsung melalui rekening bank dengan pilihan metode deposit saldo melalui ATM, mobile banking, atau internet banking yang akan memberikan kebebasan bertransaksi dimanapun. Pada tahun 2017 Go-jek ingin fokus pada layanan Go-Pay dan program tambahan Go-Points, dimana pelanggan akan memperoleh poin dari permainan swipe game token yang didapat dari setiap transaksinya melalui GoPay. Layanan Go-Points menawarkan banyak promosi dari berbagai layanan hiburan, e-commerce, kecantikan, hobi, liburan, sampai dengan kebutuhan sehari-hari. (kumparan.com, 2017).



Gambar 1.2 Presentase penggunaan pembayaran digital pada 2016

Sumber : JakPat

Menurut riset lembaga JakPat (Aplikasi platform survei online di Indonesia) pada Desember 2016, persentase penggunaan pembayaran digital pada GoPay di Indonesia telah mencapai 27,1%, berada di urutan keempat setelah Mandiri e-Money sebesar 43,8%, BCA Flazz sebesar 39,1%, dan Telkomsel T-Cash sebesar 29,1%. Hal ini bisa disimpulkan bahwa layanan Go-Pay yang baru berjalan sekitar setahun mendapatkan respon yang luar biasa. Tidak menutupi kemungkinan untuk peningkatan dan posisi layanan Go-Pay di masa depan akan mendapatkan posisi yang lebih tinggi di Indonesia dalam layanan transaksi digital. Layanan pembayaran digital Go-Pay banyak digemari oleh para pengguna sejak Go-Jek memberi promo potongan harga 50% khusus pelanggan yang menggunakan transaksi Go-Pay. Layanan ojek motor Go-Ride masih menjadi yang paling banyak dipakai dalam pembayaran menggunakan Go-Pay. Saldo Go-Pay yang dimiliki dapat digunakan untuk membayar semua jenis layanan Go-Jek mulai dari Go-Ride, Go-Food sampai dengan Go-Mart.

1.3 Perumusan Masalah

Dari fenomena tentang perkembangan ekonomi digital pada saat ini yang sedang maju dan berkembang sangat menarik untuk melakukan penelitian. Pertumbuhan dan perkembangan FinTech dalam pemakaian pembayaran digital akan semakin lebih berkembang dan banyak diminati karena penggunaan yang efisien dari segi waktu dan kepuasan pribadi. FinTech telah menghasilkan hasil yang positif bagi pelaku usaha e-commerce maupun start-up. Dalam layanan pembayaran digital, pemakaian internet memiliki peran yang sangat penting dan menjadi faktor penting dalam penggunaan pembayaran digital. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor terhadap kecenderungan masyarakat dalam menggunakan pembayaran digital dalam layanan Go-Pay.

DAFTAR PUSTAKA

Arner, Barberis, & Buckley, 2015, BANKING AND FINTECH: A CHALLENGE OR OPPORTUNITY

Davis, 1989 Abrazhevich 2001 Mobile Payment Security, Threats, and Challenges

Financial Technology (2016) www.money.id/digital/apa-itu-finansial-technology-fintech-160219n/mengapa-fintech-menjadi-sangat-populer. [4 Maret 2017]

Inovasi Financial Technology (2016) www.maxmanroe.com/mengenal-fintech-inovasi-sistem-keuangan-di-era-digital.html [4 Maret 2017]

Tren Financial Technology (2016) <http://infobanknews.com/financial-technology-tren-bisnis-keuangan-ke-depan/> [5 Maret 2017]

Perkembangan FinTech (2016) <https://modalku.co.id/blog-detail/1220/perkembangan-fintech-di-indonesia> [5 Maret 2017]

Gojek Indonesia (2015) <http://bisnisojek.com/2015/09/17/apa-itu-go-jek/> [5 Maret 2017]

Go-Pay (2015) <http://www.go-pay.co.id/terms> [5 Maret 2017]

Aplikasi Go-Pay (2016) <http://makalahjurusansisteminformasi.blogspot.co.id/2016/01/makalah-bedah-aplikasi-gojek.html>

Pengguna Go-pay (2016) <https://www.infokomputer.com/2016/11/berita/berita-reguler/jumlah-pengguna-go-pay-meningkat-go-jek-ingin-tingkatkan-inklusi-keuangan/> [6 Maret 2017]

Perkembangan Go-Pay (2017) <https://kumparan.com/aditya-panji/2017-gojek-fokus-garap-gopay-dan-gopoints> [6 Maret 2017]