

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Wilayah Bandung Raya merupakan bagian dari pengembangan wilayah kawasan metropolitan yang dilakukan oleh Pemerintahan Provinsi Jawa Barat dan Bappenas. Menurut Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 12 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Pembangunan dan Pengembangan Metropolitan dan Pusat Pertumbuhan di Jawa Barat, Metropolitan Bandung Raya adalah kesatuan wilayah perkotaan yang terbentuk karena aglomerasi kegiatan ekonomi, aglomerasi aktivitas sosial masyarakat, aglomerasi lahan terbangun, dan aglomerasi penduduk mencapai 5,8 juta jiwa terletak di 56 kecamatan dalam 5 Kabupaten/Kota yaitu Kota Bandung, Kota Cimahi, sebagian wilayah Kabupaten Bandung, sebagian wilayah Kabupaten Bandung Barat dan sebagian wilayah Kabupaten Sumedang dengan total luas 102.598,80 Ha. Pasal 20 pada Perda tersebut menyebutkan bahwa arah kebijakan pengembangan Metropolitan dan Pusat Pertumbuhan di Daerah Metropolitan Bandung Raya sebagai Metropolitan Modern berbasis wisata perkotaan, industri kreatif, dan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni (IPTEKS).

Hal tersebut sesuai dengan karakteristik Wilayah Bandung Raya. Bandung dikenal masyarakat Indonesia sebagai kota pariwisata dan kuliner. Terdapat banyak tempat wisata terkenal yang bisa dikunjungi di Bandung seperti, tangkuban perahu, *floating market*, *Dago dream park*, *orchid forest*, dll. Dan sajian kuliner yang ditawarkan Bandung pun sangat beragam. Mulai dari hidangan tradisional hingga kekinian dapat dengan mudah ditemukan di Bandung. Hal tersebut tentu membuat Bandung menjadi salah satu destinasi utama bagi para wisatawan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, tercatat sebanyak 6.450.468 wisatawan domestik dan mancanegara yang mengunjungi Bandung pada tahun 2016. Selain pariwisata, Wilayah Bandung Raya pun terkenal akan bidang pendidikannya. Menurut data dari Badan Pusat Statistik dan Forlap Ristekdikti, tercatat sebanyak 133 perguruan tinggi berada di Wilayah Bandung Raya dengan jumlah mahasiswa yang mencapai

320.694 orang. Ribuan mahasiswa baru dari seluruh wilayah Indonesia datang setiap tahunnya untuk belajar di perguruan tinggi di Bandung.

Kedatangan ribuan mahasiswa baru setiap tahunnya membuat Bandung semakin ramai. Hal tersebut merupakan peluang bagi para pebisnis untuk membuka usahanya. Terlebih lagi dengan kemajuan teknologi saat ini, proses publikasi dan pemasaran usaha baru semakin mudah. Dengan memanfaatkan sosial media sebagai sebuah *marketing platform* membuat usaha baru dapat dengan cepat dikenal masyarakat. Selain itu, kemudahan pembayaran melalui teknologi *fintech payment* pun turut mempermudah pebisnis untuk melakukan transaksi dengan konsumennya. Ditambah dengan berbagai penawaran diskon dan *cashback* semakin menarik minat konsumen untuk membelanjakan uangnya. Penggunaan *fintech payment* semakin bertumbuh setiap tahunnya. Berdasarkan riset yang dilakukan iPrice dan App Annie, jumlah unduhan aplikasi *fintech payment* melesat naik sejak 2017 hingga kuartal II tahun 2019 (CNN Indonesia, 2019). Berikut ini adalah daftar 10 aplikasi *fintech payment* terbesar di Indonesia berdasarkan pengguna aktif bulanan pada kuartal II 2019 (iprice.co.id, 2019).

- 1) Gopay
- 2) Ovo
- 3) Dana
- 4) LinkAja
- 5) Jenius
- 6) Go Mobile by CIMB
- 7) i.saku
- 8) Sakuku
- 9) Doku
- 10) Paytren emoney

Tiga aplikasi *fintech payment* dengan jumlah pengguna bulanan terbanyak adalah Gopay, Ovo dan Dana. Gopay adalah layanan pembayaran yang menjadi bagian dari aplikasi Gojek yang dimiliki oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa. Awalnya Gopay atau yang dulu bernama Go Wallet ini hanya digunakan untuk

melakukan pembayaran transaksi yang ada di dalam aplikasi Gojek saja seperti, Goride, Gocar, Gofood, Gomassage. Kini Gojek telah bermitra dengan lebih dari 420.000 rekan usaha (Hastuti, 2019), sehingga pembayaran via Gopay tidak hanya terbatas untuk transaksi dalam aplikasi saja, melainkan untuk pembayaran di berbagai macam restoran, toko, hingga UMKM. Pada tahun 2018, jumlah transaksi pengguna Gopay telah mencapai 88,2 triliun rupiah (Syafina, 2019). Gopay telah sukses melebarkan jaringan pembayarannya hingga kini menjadi aplikasi *fintech payment* terpopuler di Indonesia.

Ovo adalah aplikasi yang menyediakan layanan pembayaran dan transaksi secara *online*. Ovo merupakan bagian dari konglomerasi besar Lippo Group. Ovo mengembangkan jaringannya dengan memanfaatkan jaringan bisnis luas yang dimiliki Lippo Group (Syafina, 2019). Selain itu, Ovo juga telah bekerja sama dengan Tokopedia dan Grab sebagai mitra pembayaran dalam aplikasinya. Ovo juga telah memperluas jaringannya pada sektor UMKM. Pihak Ovo mengklaim telah bekerja sama dengan lebih dari 500.000 mitra di lebih dari 300 kota di Indonesia (Syafina, 2019). Berkat berbagai kerja sama yang telah dijalin, pengguna Ovo pun terus meningkat. Harianto Gunawan, Direktur Ovo, mengklaim bahwa pengguna Ovo naik 400 persen pada tahun 2018 (Franedya, 2019). Dan kini Ovo menjadi aplikasi pembayaran terpopuler kedua setelah Gopay (iprice.co.id, 2019).

Dana merupakan aplikasi baru dalam bidang *fintech payment*. Dana dirilis pada bulan Maret 2018. Saat itu Dana baru menempel pada aplikasi-aplikasi lain, seperti Tix ID, Bukalapak, dan Blackberry Messenger, belum berupa aplikasi yang berdiri sendiri. Saat periode *soft launching* dari bulan Maret sampai Juni 2018, Dana sudah memiliki satu juta pengguna (Wardani, 2018). Pada tanggal 5 Desember 2018, Dana secara resmi meluncurkan aplikasi *mobile*-nya. Vince Aswara, CEO Dana, pada acara peluncuran tersebut menyebutkan beberapa keunggulan Dana dibandingkan dengan kompetitornya, yaitu, Dana dibuat murni oleh orang Indonesia, layanan Dana disokong oleh 2 data center untuk menjamin transaksi pengguna dapat berjalan tanpa gangguan. Lalu, Dana juga telah terintegrasi dengan sistem Kependudukan Catatan Sipil Kementerian Dalam Negeri sehingga proses pendaftaran dan verifikasi menjadi lebih mudah dan cepat (Clinten, 2018).

Beberapa keunggulan itu membuat pertumbuhan pengguna dan transaksi Dana meningkat pesat hingga kini menjadi aplikasi *fintech payment* terpopuler ketiga di Indonesia.

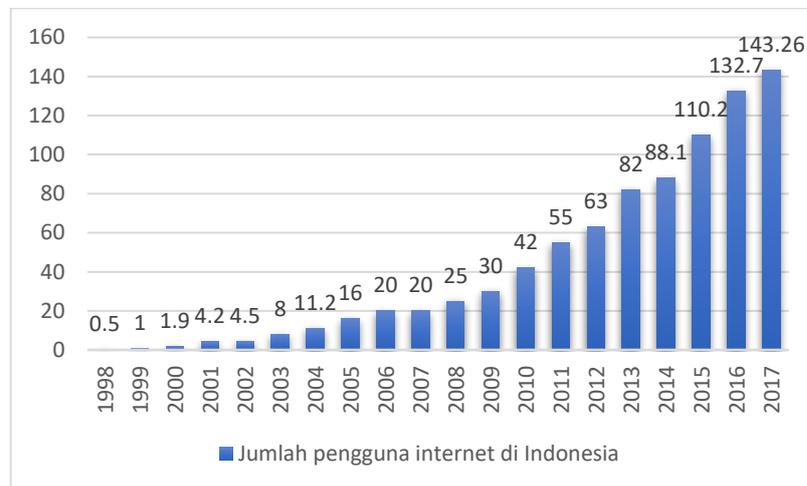
Ketiga aplikasi *fintech payment* tersebut merupakan objek dari penelitian ini. Peneliti memilih tiga aplikasi tersebut selain karena merupakan aplikasi *fintech payment* dengan pengguna terbanyak, Gopay, Ovo, dan Dana juga merupakan aplikasi *fintech payment* dengan jumlah transaksi terbanyak di Indonesia. Dikutip dari situs [katadata.co.id](http://katadata.co.id), pada semester pertama tahun 2019, jumlah total transaksi dari pembayaran digital mencapai Rp56,1 Triliun. Dari jumlah transaksi tersebut, Ovo memiliki bagian terbesar sebanyak 37 persen atau Rp20,8 Triliun. Di posisi kedua terdapat Gopay dengan pangsa pasar 17 persen dengan nilai transaksi sebesar Rp9,5 Triliun. Di posisi selanjutnya ada Dana dengan pangsa pasar sebesar 10 persen. Ketiga aplikasi tersebut telah berkontribusi sebanyak 64 persen dari total seluruh transaksi pembayaran digital di Indonesia.

## **1.2. Latar Belakang Penelitian**

Dewasa ini internet sudah menjadi bagian dari kegiatan sehari-hari. Dimanapun dan kapanpun, koneksi internet selalu menjadi kebutuhan. Hal tersebut membuat pengguna internet semakin bertumbuh setiap tahunnya. Menurut hasil survey dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pengguna internet di Indonesia tumbuh 600 persen dalam 10 tahun terakhir dan penetrasi pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 143,26 juta jiwa atau setara 54,7 persen dari total populasi Indonesia ([apjii.co.id](http://apjii.co.id), 2018).

Berdasarkan Gambar 1.1, pengguna internet di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya dan tingkat pertumbuhannya diproyeksikan akan semakin besar. Riset yang dilakukan oleh Google dan Temasek, untuk periode 2015-2020, proyeksi pertumbuhan rerata tahunan (CAGR) Indonesia adalah 19 persen ([databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id), 2016). Angka tersebut menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan pengguna internet tercepat di dunia. Hal tersebut tentu meningkatkan jumlah penggunaan berbagai layanan berbasis internet. Kini semakin banyak perusahaan yang menawarkan berbagai produknya yang

berbasis *online*, mulai dari memesan makanan, transportasi, hiburan, belanja barang, memesan tiket, memesan penginapan, semua tersedia secara *online*.



Gambar 1.1. Grafik pertumbuhan pengguna internet di Indonesia  
Sumber: hasil survey APJII 2017

Pertumbuhan berbagai layanan dan produk yang berbasis *online*, memicu perubahan pada sistem pembayaran. Kini sistem transaksi semakin terdigitalisasi, maka muncul istilah *financial technology* atau sering disebut *fintech*. Aaron, *et. al* (2017) mendefinisikan *fintech* sebagai aplikasi teknologi digital untuk masalah-masalah intermediasi keuangan. Artinya, *fintech* berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya melalui kredit/pinjaman, sama seperti bank. *Fintech* dapat secara luas didefinisikan sebagai inovasi keuangan yang dimungkinkan secara teknologi yang dapat menghasilkan model bisnis baru, aplikasi, proses atau produk dengan efek material terkait pada pasar keuangan, lembaga keuangan dan penyediaan layanan keuangan (*Financial Stability Board*, 2017).

*Fintech* menawarkan metode pembayaran yang mudah dan praktis. Penggunaanya tidak perlu lagi menyimpan uang secara tunai karena uang tersebut tersimpan dalam sebuah aplikasi dalam bentuk data uang elektronik. Untuk pembayaran, penggunaanya hanya perlu memasukkan kode atau *scan QR code* yang tersedia dan uang akan secara instan berpindah ke pihak lain. Kemudahan dalam menggunakan *fintech* membuat perkembangannya semakin pesat.

Jumlah transaksi menggunakan *fintech* pun diproyeksikan akan terus bertumbuh. Gambar 1.2. menunjukkan bahwa transaksi *fintech* diproyeksikan naik setiap tahunnya dengan *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 18,8 persen. Jumlah transaksi *fintech* diproyeksikan terus bertumbuh karena semakin banyaknya orang yang memiliki akses internet sehingga memiliki akses untuk menggunakan *fintech*.



Gambar 1.2. Proyeksi pertumbuhan transaksi fintech di Indonesia  
Sumber: *databoks.katadata.co.id* (2017)

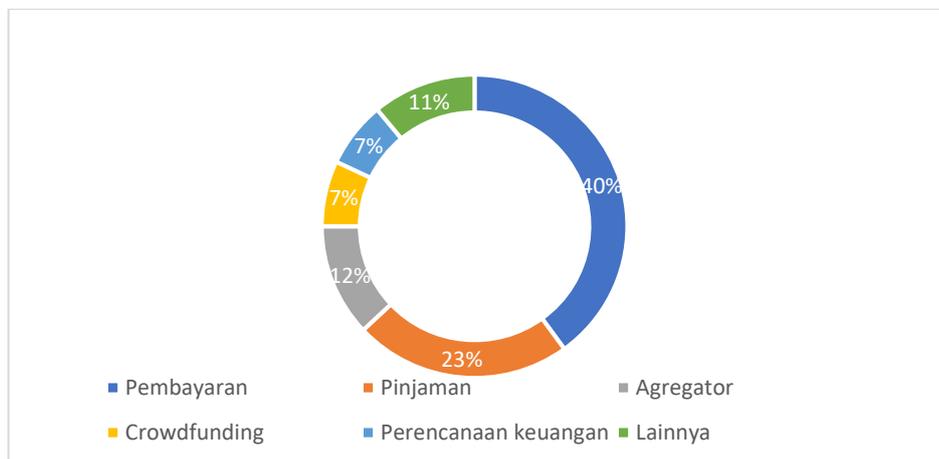
Perkembangan teknologi yang mendukung transaksi *fintech* menjadi salah satu faktor pesatnya pertumbuhan *fintech*. Berikutnya, akan semakin banyak perusahaan penyedia produk dan layanan yang menyediakan pembayaran menggunakan *fintech*. Dengan kemudahan yang ditawarkan *fintech*, maka konsumen pun akan semakin banyak menggunakannya sebagai pilihan metode pembayaran. Tak hanya untuk bertransaksi secara *online*, kini pembayaran via *QR code* juga dijadikan sebagai solusi untuk metode pembayaran pengganti kartu bagi 65 juta Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia (Rachmatunnisa, 2019).

Tren pembayaran dengan menggunakan *fintech* akan berpotensi mempengaruhi pola perilaku seseorang dalam mengelola keuangan. Kemajuan dalam sistem informasi dan penelitian konsumen menunjukkan bahwa mekanisme pembayaran secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen dan pola konsumsi (See-To dan Ngai, 2019). Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian dari Runnemark *et al.* (2015) yang menunjukkan bahwa masyarakat bersedia membayar lebih untuk

barang yang sama dengan menggunakan kartu debit daripada dengan uang tunai. Hal tersebut disebabkan karena representasi atau bentuk dari uang mempengaruhi konsumen. Selain itu, temuan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Becker (2017) menunjukkan bahwa orang yang menggunakan aplikasi *fintech* pengelolaan keuangan secara signifikan meningkatkan saldo tabungannya.

Dew dan Xiao (2011) menyatakan bahwa terdapat lima indikator untuk mengukur perilaku manajemen keuangan seseorang, yaitu konsumsi, arus kas, kredit, tabungan dan investasi, dan asuransi. Kini perusahaan-perusahaan penyedia *fintech* telah menyediakan layanan di bidang-bidang tersebut. Bank Indonesia dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 telah mengklasifikasikan layanan *fintech* menjadi lima jenis, yaitu: sistem pembayaran, pendukung pasar, manajemen investasi, pinjaman, pembiayaan, dan penyediaan modal, dan jasa keuangan lainnya.

Di antara lima jenis layanan tersebut, menurut Kim, *et al.* (2016) sistem pembayaran merupakan layanan *fintech* dengan tingkat pertumbuhan tercepat. Hal tersebut didukung dengan data persentase *fintech* di Indonesia menurut sektor usaha pada gambar 1.3.



Gambar 1.3. Persentase *fintech* di Indonesia menurut sektor usaha

Sumber: *databoks.katadata.co.id* (2017)

Pada tahun 2017, perusahaan *fintech* paling banyak bergerak di bidang jasa pembayaran. Kemudahan dalam pembayaran dan penggunaan yang praktis sangat cocok dengan gaya hidup *mobile* masyarakat saat ini. Kini, masyarakat tak lagi

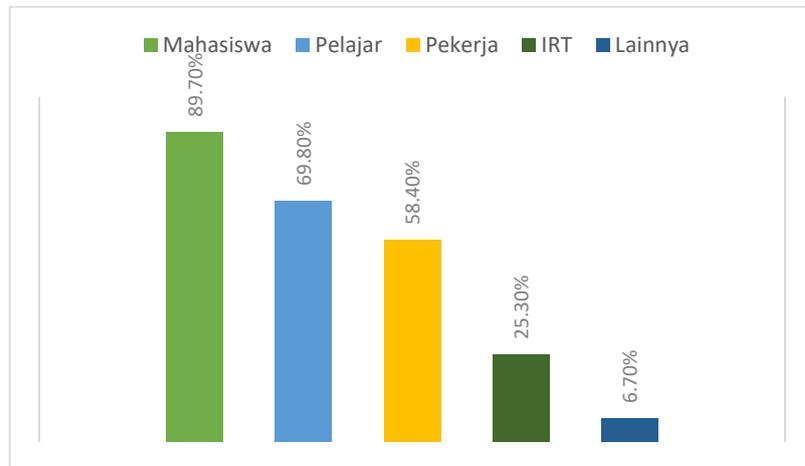
membawa uang tunai dalam dompet karena uang mereka telah tersimpan dalam *gadget* dalam bentuk data uang digital.

Aplikasi-aplikasi *fintech payment* seperti Gopay, Ovo, dan Dana pun terus berusaha mendorong masyarakat untuk semakin sering bertransaksi menggunakan *fintech payment* dengan cara memberikan berbagai macam promosi seperti voucher, diskon, *cashback*. Strategi memberikan promosi secara besar-besaran atau biasa disebut strategi “bakar duit” ini merupakan cara bagi mereka untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap *fintech payment* (Umah, 2019).

Berbagai macam promosi dari perusahaan penyedia *fintech payment* yang menawarkan berbagai diskon dan *cashback* tentu akan menarik minat masyarakat untuk menggunakan *fintech*, terutama untuk masyarakat kalangan *Urban-middle-class millennials*. Mereka adalah masyarakat urban kelas menengah yang saat ini berusia 15-34 tahun. Kelompok masyarakat ini adalah *early adopter* dari teknologi terbaru yang sudah sudah terbiasa berbelanja menggunakan media sosial (*social commerce*) maupun *e-commerce platform* dengan sistem pembayarannya yang lebih lengkap dan didukung *financial technology* (Ika, 2017).

Hasil penelitian dari Boden *et. al.* (2019) menunjukkan bahwa penggunaan *mobile payment* meningkatkan kesediaan untuk membayar bagi orang-orang yang sebelumnya telah terbiasa menggunakan teknologi *mobile*. Maka keberadaan *fintech payment* pun memiliki kemungkinan akan mempengaruhi kalangan *Urban-middle-class millennials*. Hal tersebut terbukti dengan hasil riset dari Jakpat dan DailySocial yang menunjukkan bahwa pengguna aplikasi *fintech payment* terbanyak ada pada usia 20-35 tahun dengan persentase sebesar 74,6 persen (iprice.co.id, 2019).

Salah satu bagian dari *urban-middle-class millennials* adalah kalangan mahasiswa. Berdasarkan survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016, mahasiswa menjadi kelompok pengguna internet dengan tingkat penetrasi terbesar di antara pengguna internet dengan jenis pekerjaan lain. Dengan demikian, terdapat kemungkinan besar bagi mereka untuk menggunakan *fintech payment*.



Gambar 1.4. Penetrasi pengguna internet Indonesia berdasarkan pekerjaan

*Sumber: hasil survey APJII 2016*

Berdasarkan data pada gambar 1.4, mahasiswa menjadi pekerjaan dengan tingkat penetrasi pengguna internet tertinggi dengan angka 89,7 persen. Artinya, mahasiswa berpotensi menjadi kelompok masyarakat yang terkena dampak terbesar dari adanya *fintech*. Dengan demikian, berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh *Fintech Payment* terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa”.

### 1.3. Perumusan Masalah

Jumlah pengguna internet yang terus meningkat setiap tahunnya membuat banyak perusahaan mengalihkan proses bisnisnya menjadi berbasis *online*. Berbagai produk dan layanan yang dibutuhkan masyarakat kini tersedia secara *online*. Hal tersebut tentu menimbulkan peningkatan transaksi secara *online* sehingga proses transaksi pun berubah menjadi semakin terdigitalisasi. Untuk memudahkan proses transaksi digital, maka hadir lah *financial technology* atau sering disebut *fintech*. *Fintech* menawarkan berbagai kemudahan dalam bertransaksi. Penggunanya tidak perlu lagi repot membawa uang tunai. Pembayaran dapat dilakukan hanya dengan menggunakan ponsel pintar. Sistem pada *fintech payment* memungkinkan seseorang melakukan pembayaran hanya dengan *scan QR code*. Dengan berbagai kemudahan yang tersedia, penggunaan *fintech* berpotensi

mengubah pola perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan. Terutama bagi mahasiswa, yang merupakan kelompok pekerjaan dengan tingkat penetrasi pengguna internet tertinggi. Keberadaan *fintech* berpotensi memberikan dampak pada pola perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Maka dari itu, diperlukan adanya penelitian mengenai pengaruh *fintech* terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa.

#### **1.4. Pertanyaan Penelitian**

- a. Bagaimana perkembangan penggunaan *fintech payment* pada kalangan mahasiswa di Wilayah Bandung Raya?
- b. Bagaimana perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Wilayah Bandung Raya?
- c. Apakah *fintech payment* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Wilayah Bandung Raya?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui perkembangan penggunaan *fintech payment* pada kalangan mahasiswa di Wilayah Bandung Raya.
- b. Untuk mengetahui perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Wilayah Bandung Raya.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *fintech payment* terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Wilayah Bandung Raya.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

- a. Aspek teoritis

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian lain dengan topik *fintech* dan pengelolaan keuangan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, terutama bagi mahasiswa dalam memahami pengaruh *fintech* terhadap pengelolaan keuangan sehingga dapat memanfaatkan *fintech* untuk mengelola keuangan dengan baik.

b. Aspek praktis

Hasil dari penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan *fintech payment* untuk mengetahui bagaimana perilaku penggunaan dari konsumennya sehingga perusahaan dapat meningkatkan layanan dan menyusun strategi pemasaran produk yang sesuai dengan perilaku konsumennya.

### **1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut.

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan gambaran umum penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pernyataan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori-teori terkait, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan pelaksanaan penelitian, populasi, sampel, pengumpulan data, sumber data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi pembahasan mengenai hasil analisis data responden, hasil pengujian hipotesis, dan hasil penelitian terhadap masalah yang telah dirumuskan.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan kesimpulan atas hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran dari peneliti untuk masalah yang dikemukakan.