

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Sarana Pactindo (PAC) adalah perusahaan yang memberikan solusi khususnya kepada perbankan dalam memberikan layanan elektronik banking kepada nasabahnya baik dari interkoneksi dengan *biller provider*, penyedia infrastruktur sistem dan koneksi, kepatuhan terhadap Bank Indonesia, serta pengembangan produk dan pemasaran kepada nasabah.



Gambar 1.1 Logo PT. Sarana Pactindo (Source: Internal Perusahaan)

Produk – produk pada PAC meliputi aplikasi Front End seperti mobile banking (IOS dan Android), dan Internet Banking. Serta PAC juga menawarkan pembayaran dan pembelian biller seperti listrik, Telepon, Internet, Tiket, TV Kabel, dan Pulsa.

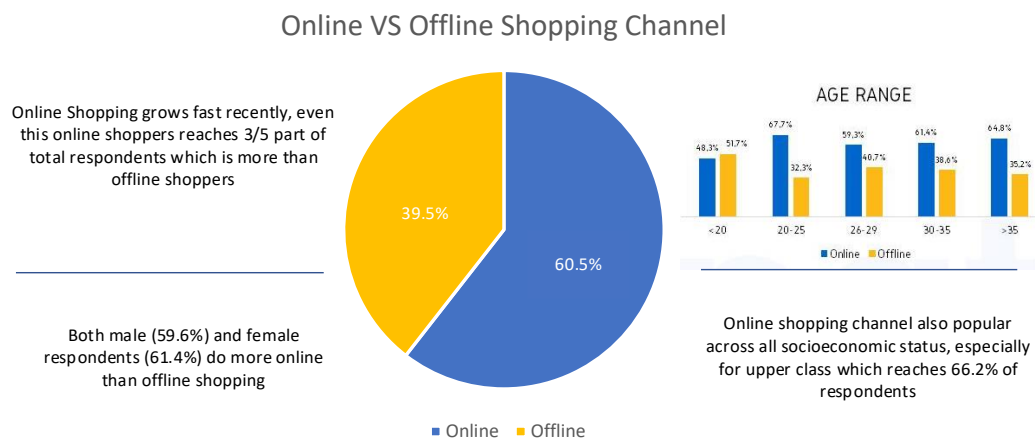
1.1.2 Alamat Perusahaan

Objek penelitian ini adalah PT. Sarana Pactindo (PAC) yang beralamatkan di Jl. Soekarno Hatta No. 267 Kb. Lega, Bojongloa Kidul, Bandung, Jawa Barat.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sistem keuangan merupakan suatu sarana penting dalam peradaban masyarakat modern, tugas utamanya adalah digunakan untuk membeli barang atau jasa sehingga aktivitas ekonomi dapat tumbuh dan berkembang serta meningkatkan stardar kehidupan. Oleh karena itu sistem keuangan memiliki peran yang sangat mendasar dalam perekonomian dan kehidupan masyarakat (Prof. Dr. Thamrin Abdullah, 2017). Akan tetapi, Penetrasi internet dan *handphone* telah menghasilkan suatu transformasi dan preferensi konsumen yang semakin terbiasa berinteraksi

melalui media digital untuk berbagi informasi melalui sosial media, transaksi dan berbelanja online (Carmen Cuesta, 2015). Menurut hasil survey yang dilakukan JAKPAT ditemukan bahwa belanja *online* berkembang pesat akhir-akhir ini. Pembelian online mencapai 3/5 bagian dari total responden yang jumlahnya lebih banyak dari pada pembeli offline dimana 59.6% dilakukan oleh pria dan 61.4% dilakukan oleh wanita antara umur 20 tahun dan 35 tahun keatas.



Gambar 1.2 Online Vs Offline Shopping Channel (JAKPAT, 2021)

Berdasarkan data transaksi *delivery channel* yang dikutip dari Bank Indonesia dari tahun 2016 sampai 2020 dapat dilihat bahwa jumlah transaksi melalui *delivery channel* seperti *phone banking*, *internet banking* dan *sms banking* cenderung mengalami peningkatan.

Periode		Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Phone Banking	Volume	2,059,485	3,229,971	2,280,979	2,192,571	1,919,203
	Nominal	4,420,012.51	4,030,692.47	23,032,253.75	92,368,457.51	191,599,850
SMS/Mobile Banking	Volume	2,129,316,960	2,733,829,680	2,855,556,664	2,360,094,118	3,427,100,921
	Nominal	1,159,313,561.22	1,638,508,078.83	2,328,703,375.57	3,522,491,380.42	4,770,122,279
Internet Banking	Volume	2,233,373,728	2,622,033,344	2,238,650,478	1,151,788,178	1,531,839,372
	Nominal	13,223,602,740.53	15,435,568,880.03	20,241,522,611.78	23,764,896,475.95	22,585,573,261
Total	Volume	4,364,750,173	5,359,092,995	5,096,488,121	3,514,074,867	4,960,859,496
	Nominal	14,387,336,314.26	17,078,107,651.33	22,593,258,241.10	27,379,756,313.89	27,547,295,391

Tabel 1.1 Perkembangan Transaksi Delivery Channel Indonesia (Indonesia, 2021)

Hal ini juga didukung oleh masuknya *Covid-19* ke Indonesia yang mengharuskan melakukan segala sesuatu dirumah, serta mempengaruhi sosial ekonomi, keuangan dan rantai pasok. Hal ini membuat pembayaran tanpa tunai melalui *smartphone* dan *device* lainnya semakin populer di beberapa negara berkembang seperti Thailand, Vietnam dan Indonesia (Hendy Mustiko Aji, 2020). Kebiasaan konsumen yang berubah dan lingkungan persaingan baru memaksa Bank dan lembaga keuangan lainnya untuk melakukan digitalisasi produk mereka seperti mengembangkan produk mereka dan adaptasi teknologi serta infrastruktur agar mereka dapat bertahan dan tidak tertinggal di pasar (Carmen Cuesta, 2015). Dalam hal ini PT. Sarana Pactindo memberikan solusi khususnya kepada perbankan untuk mengatasi hal tersebut.

Produk yang ditawarkan oleh PAC terbagi menjadi empat kuadran, pertama *digital channel* dengan memberikan penawaran seperti *ATM switching*, *mobile banking*, *internet banking*, *CMS*, *laku pandai*, dan uang elektronik. Kedua adalah *Third Party Channel* dengan memberikan layanan transaksi *biller*, portal (indomaret & alfamart), *fintech* (Gopay, Ovo, Linkaja, Dana), *dukcapil*, dan *e-commerce*. Ketiga adalah *front end* dengan memberikan layanan *online on boarding*, *digital branch system*, dan *mobile collection*. Yang keempat adalah *supporting application* dengan menawarkan *fraud detection system*, *analytics*, *reconcile system*, dan *monitoring system*. Keempat kuadran tersebut kemudian diintegrasikan dengan *core banking* pada bank. Kuadran yang memiliki kontribusi *revenue* terbesar terhadap PAC adalah kuadran *Digital Channel* dengan cara mengambil biaya pemasangan (*set-up*) dan biaya sewa, serta pada kuadran *Third Party Channel* dengan mengambil biaya dari setiap transaksi *biller* yang dilakukan. Kedua kuadran ini juga sebagai keunggulan dari produk yang ditawarkan PAC, dikarenakan kuadran *Third Party Channel* merupakan *bundling* dari *Digital Channel*. Sehingga membuat kuadran *Third Party Channel* sebagai kontribusi terbesar terhadap *value* yang ditawarkan oleh produk PAC, walaupun dari sisi *revenue* tidak begitu besar namun transaksi yang dilakukan dapat berulang tiap harinya.

Bulan	Jumlah Transaksi
Maret	2.445.369
April	2.451.490
Mei	2.785.246

Tabel 1.2 Jumlah Transaksi Biller April – Mei 2021 (Source: Internal Perusahaan)

Berdasarkan jumlah transaksi yang dilakukan pada bulan Maret sampai dengan Mei dapat dilihat bahwa rata-rata transaksi perbulannya mencapai dua jutaan transaksi. Transaksi tersebut akan terus meningkat sesuai dengan pertumbuhan pengguna, tren dan kebutuhan atas transaksi non-tunai.

Pada setiap bank memiliki saldo deposit yang mereka simpan ke PAC, dimana saldo tersebut nasabah mereka gunakan untuk bertransaksi biller. Berdasarkan wawancara dengan Bpk Hasetyo selaku *Manager Business Development*, Bpk Dwi Rizky selaku *support biller*, dan Bpk Palentino selaku *programmer biller* bahwa masih ditemukan bank yang kehabisan saldo dikarenakan jumlah dan nominal transaksi mereka yang cukup besar dan adanya anomali transaksi, sehingga nasabah bank tersebut tidak dapat melakukan transaksi biller ketika deposit saldo bank tidak mencukupi serta mempengaruhi *value* yang ditawarkan oleh PAC. Kegagalan transaksi tersebut juga dapat memberikan kerugian besar terhadap PT. Sarana Pactindo maupun pada bank. Berdasarkan wawancara dengan Bpk Dwi Rizky selaku *support biller* bahwa dalam beberapa bank ada kenaikan transaksi biller khususnya tagihan listrik, pemasangan listrik atau voucher listrik pada pertengahan bulan.

No	Produk Biller	Jumlah Transaksi
1	PLN (Listrik)	176.163
2	Flexi Postpaid	175.315
3	Gopay 50.000	126.622
4	AETRA (PDAM Jakarta)	100.276
5	CERIA B2C (Pulsa)	100.276

Tabel 1.3 TOP 5 Transaksi Bulan Maret – Mei (Source: Internal Perusahaan)

PAC sendiri sudah memiliki sistem reminder kepada bank, jika saldo mereka kurang dari 30% atau berdasarkan kesepakatan bank dan PAC untuk memberikan reminder. Akan tetapi hal itu juga tidak cukup kuat untuk menghindari bank kehabisan saldo. Oleh karena itu perlu adanya formulasi strategi untuk mengatasi hal tersebut. Formulasi strategi adalah pengembangan perencanaan jangka panjang untuk manajemen yang efektif peluang dan ancaman lingkungan dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan perusahaan termasuk menentukan tujuan yang ingin dicapai, mengembangkan strategi, dan menentukan pedoman atau kebijakan. (Wheelen, Hunger, & dkk, 2018).

Hasil dari strategi tersebut nantinya akan menambahkan *value* produk yang ditawarkan PAC kepada bank, khususnya pada kuadran *Third Party Channel* atau transaksi *biller*.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, judul penelitian ini adalah **ANALISIS KECUKUPAN DEPOSIT: STUDI KASUS BILLER PADA PT. SARANA PACTINDO**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dibuat, dapat dijabarkan bahwa masih ditemukannya bank yang kekurangan saldo dikarenakan transaksi yang besar dan adanya *anomaly* transaksi, sehingga bank tersebut tidak dapat melakukan transaksi biller ketika deposit saldonya tidak mencukupi, dimana hal ini akan mempengaruhi *value* bisnis serta kerugian pada PT. Sarana Pactindo dan bank. Maka, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah strategi apa yang dapat digunakan untuk mencegah bank kehabisan saldo untuk memenuhi transaksi biller dalam kurun waktu tertentu ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah membuat strategi agar bank dapat memenuhi transaksi biller mereka dalam kurun waktu tertentu.

1.5 Batasan Penelitian

Adapun yang menjadi batasan penelitian tugas akhir ini antara lain:

1. Data transaksi *biller* bank yang akan diprediksi hanya data bank 2 teratas yang memiliki jumlah transaksi yang terbanyak.
2. Beberapa data transaksi *biller* bank akan disamakan.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Manfaat teoritis yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah mampu menambah pengetahuan bagi peneliti dan akademisi atau pihak yang tertarik mengenai prediksi transaksi non-tunai khususnya pada transaksi *biller* yang dilakukan perbankan menggunakan analisis *time series*.

1.6.2 Aspek Praktis

Manfaat praktis yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah hasil penelitian ini adalah prediksi transaksi *biller* yang dihasilkan dari penelitian ini, dapat dijadikan sebagai acuan atau kebijakan yang diberikan oleh PT. Sarana Pactindo ke klien atau bank dalam melakukan deposit agar nasabahnya merasa nyaman bertransaksi tanpa gagal yang disebabkan oleh bank tersebut kehabisan saldo pada PT. Sarana Pactindo.

1.7 Sistematika Penulisan

Penelitian tugas akhir ini akan diuraikan berdasarkan sistematika laporan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab metodologi penelitian terdiri dari uraian model konseptual menjelaskan mengenai masukan atau input yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian hingga mendapatkan keluaran atau *output* dari penelitian yang digunakan dan sistematika penelitian berupa penjelasan tahapan-tahapan dalam melakukan penelitian mulai dari tahap persiapan hingga tahap pelaporan tugas akhir.

BAB IV HASIL PENELITIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.