

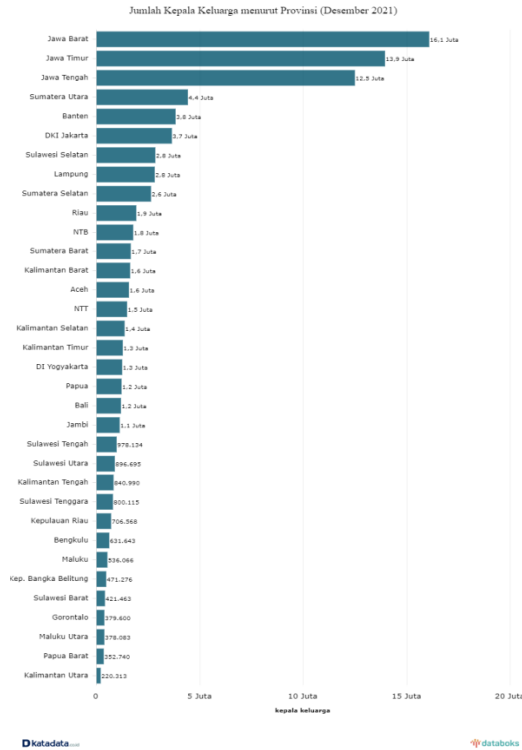
# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Provinsi Jawa Barat merupakan jantung budaya Sunda atau biasa disebut Tatar Sunda atau Pasundan, ibu kota provinsi Jawa Barat terletak di Kota Bandung. Luas Provinsi Jawa Barat adalah 35.377,76 kilometer persegi. Jawa Barat terletak pada koordinat 5°50' - 7°50' Lintang Selatan dan 104° 48' - 108° 48' Bujur Timur. Karena letak geografisnya, Jawa Barat berbatasan langsung dengan Laut Jawa dan Provinsi DKI Jakarta di bagian utara, bagian timur berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Tengah, bagian selatan berbatasan langsung dengan Samudera Indonesia, sedangkan bagian barat. tepat di sebelah provinsi Banten. Secara administratif Jawa Barat memiliki 27 wilayah administratif dan kota yang meliputi 18 wilayah administratif yaitu Kabupaten Bogor, Kabupaten Sukabumi, Kabupaten Cianjur, Kabupaten Bandung, Kabupaten Garut, Kabupaten Tasikmalaya, Kabupaten Ciamis, Kabupaten Pangandaran, Kabupaten Kuningan, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Majalengka Sudangme, Kabupaten , Kabupaten Indramayu, Kabupaten Subang, Kabupaten Purwakarta, Kabupaten Karawang, Kabupaten Bekasi, Kabupaten Bandung Barat. Dan memiliki 9 kota yaitu Kota Bogor, Kota Sukabumi, Kota Bandung, Kota Cirebon, Kota Bekasi, Kota Depok, Kota Cimahi, Kota Tasikmalaya dan Kota Banjar.

Menurut Badan Pusat Statistik Jawa Barat (2022), provinsi dengan penduduk terbanyak pada tahun 2021 adalah Provinsi Jawa Barat dengan jumlah penduduk 48.782,4 ribu jiwa dan laju pertumbuhan penduduk Jawa Barat sebesar 1,41% pada tahun 2020-2021. Berdasarkan data Departemen Kependudukan dan Pendaftaran Penduduk (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia pada Desember 2021 sebanyak 273,88 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, 87,83 juta jiwa merupakan pengambil keputusan (KK) rumah tangga. Rata-rata anggota keluarga Indonesia adalah 3,12 orang pada tahun 2021. Provinsi dengan jumlah rumah tangga terbanyak adalah Jawa Barat dengan 16,08 juta rumah tangga dan 48,22 juta jiwa. Ukuran rata-rata keluarga akan menjadi 3 pada akhir tahun 2021 (databoks.katadata.co.id, 2022).

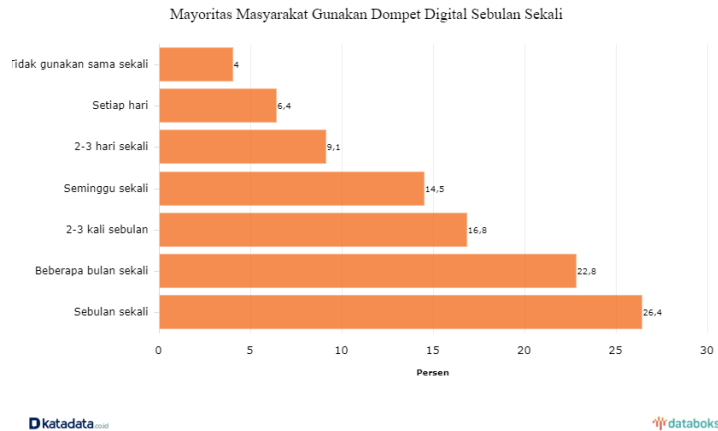


Gambar 1.1 Jumlah Kepala Keluarga berdasarkan Provinsi

Sumber: databoks.katadata.co.id

Dengan jumlah penduduk yang besar dan pertumbuhan penduduk di Jawa Barat, peluang usaha semakin terbuka seiring dengan kebutuhan rumah tangga dan perorangan yang terus berkembang. Apalagi dengan munculnya teknologi berupa *fintech payment* yang mempermudah proses pembelian. Selain itu, banyak aplikasi pembayaran tekfin menawarkan diskon dan/atau uang kembali, yang dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli.

Perkembangan penggunaan *fintech* sebagai alat pembayaran berkembang pesat, menurut hasil survei Literasi Digital di Indonesia 2021 yang dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dengan Katadata Insight Center (KIC). 65,4% responden paling sering menggunakan dompet digital (databoks.katadata.co.id, 2022).



Gambar 1.2 Frekuensi Penggunaan Dompot Digital di Indonesia

Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

Berdasarkan hasil Survei Pengguna Frekuensi Dompot Digital 2021, 26,4% penduduk menggunakan dompet digital setidaknya sebulan sekali. Dengan berkembangnya pembayaran digital, Bank Indonesia (BI) telah menetapkan standar yang mewajibkan seluruh penyelenggara layanan pembayaran end-to-end menggunakan Standar Indonesia Rapid Response Code (QRIS).

Berdasarkan survei Populix, berikut adalah 5 aplikasi pembayaran fintech teratas yang digunakan oleh masyarakat Indonesia (Money, kompas.com, 2022)

- 1) GoPay
- 2) OVO
- 3) DANA
- 4) ShopeePay
- 5) LinkAja

GoPay menjadi aplikasi pembayaran fintech yang paling banyak digunakan dengan 88 persen, diikuti Dana 83 persen, OVO 79 persen, ShopeePay 76 persen, dan LinkAja 30 persen. GoPay (PT Dompot Anak Bangsa) adalah aplikasi pembayaran fintech yang menyediakan layanan e-money di Indonesia, didirikan pada tahun 2016. GoPay merupakan bagian dari GoJek, perusahaan on-demand berbasis aplikasi terbesar di Asia Tenggara (fintech.id, 2022). . GoPay

tidak hanya melayani transaksi di dalam GoJek, namun kini GoPay sudah bisa digunakan untuk melakukan pembayaran di restoran, supermarket, belanja online, tagihan, dan pinjaman.

OVO adalah aplikasi penyedia sistem pembayaran yang memfasilitasi transaksi gratis dan bekerja sama dengan mitra terpilih untuk membuka akses ke produk dan layanan keuangan digital lainnya (fintech.id, 2022). OVO adalah perusahaan pembayaran fintech yang beroperasi secara independen di bawah PT Visionet Internasional dan didirikan pada tahun 2015 oleh Lippo Group. Saat ini, OVO bekerjasama dengan lebih dari 700.000 merchant, termasuk lebih dari 550.000 UMKM di 373 kota dan wilayah di Indonesia (fintech.id, 2022).

Dana adalah aplikasi pembayaran fintech yang dikembangkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe. Seperti aplikasi pembayaran fintech lainnya, Dana dapat memproses transaksi cashless dan kartu secara digital. Dana resmi diluncurkan pada 5 November 2018. Pengguna Dana Account terbagi menjadi dua kategori, pengguna Reguler dan pengguna Premium. Terdapat perbedaan antara kedua pengguna tersebut, pengguna reguler dapat mengenakan biaya hingga Rp2.000.000 sedangkan pengguna premium dapat mengisi daya hingga Rp10.000.000 (katadata.co.id, 2022). Dana yang disimpan di rekening dana dapat ditarik tunai melalui agen, Aldamart dan Lawson. Selain itu, pengguna dana juga dapat menggunakan fungsi kartu store bank untuk menghubungkan pembayaran dari bank ke aplikasi dana (katada.co.id, 2022). Dibandingkan dengan aplikasi pembayaran fintech lainnya, keunggulan Dana adalah konsep platform terbuka, yang berarti Dana dapat menawarkan layanan transaksi online dan offline tanpa mempengaruhi fungsionalitas intinya. Dana melayani 5.000 merchant online dengan rata-rata transaksi tujuh juta transaksi per hari. Menurut survei DS Innovate, Dana berada di urutan ketiga dalam kesadaran dengan persentase 92,3 persen (katadata.cocid, 2022).

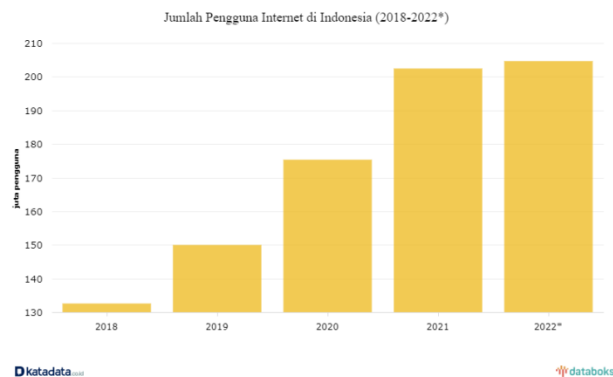
ShopeePay didirikan oleh PT AirPay Indonesia yang resmi diluncurkan pada November 2018. Shopee Pay merupakan metode pembayaran yang digunakan oleh salah satu perusahaan bisnis Indonesia yaitu Shopee. ShopeePay adalah bagian dari SeaMoney, layanan keuangan digital SeaGroup, dan hadir di lebih dari 500 wilayah dan kota di Indonesia (fintech.id, 2022). ShopeePay menawarkan berbagai keuntungan seperti kupon cashback, layanan transfer bank gratis ke akun ShopeePay lainnya, dan gratis ongkos kirim untuk pembelian Shopee. LinkAja adalah aplikasi penyedia layanan pembayaran digital yang dikembangkan oleh PT Fintek Karya Nusantara (Finaraya) dan terdaftar di Bank Indonesia sejak 21 Februari 2019. LinkAja

merupakan varian dari Tcash yang menawarkan berbagai layanan digital seperti pembayaran tagihan, transaksi transportasi, pembayaran pajak ( uzone.id, 2020). Laporan Republica.co.id (2022) Karya Nusantara, General Manager PT Fintek, Yogi Rizkian Bahar mengatakan bahwa LinkAja dan LinkAja Syariah telah tumbuh positif dengan memperluas penggunaan standar kode QR Indonesia, dan menyatakan bahwa Nilai transaksi QRIS di segmen retail melalui LinkAja meningkat hingga 600 persen dibandingkan tahun 2021, setelah itu jumlah pengguna meningkat hingga 280 persen.

Studi ini berfokus pada lima aplikasi pembayaran fintech. Para peneliti memilih lima aplikasi ini karena merupakan aplikasi pembayaran fintech yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Menurut laporan DSInnovate Fintech, Gopay dan Ovo berada di dua teratas dengan pengguna terbanyak dengan kesadaran 93,9%, diikuti oleh Dana dengan 92,3%, ShopeePay dengan 82,7% dan LinkAja dengan 72%.

## 1.2 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, internet sudah menjadi bagian dari kebutuhan pokok bagi masyarakat. Hampir seluruh aktivitas pada saat ini bergantung pada jaringan internet, terlebih lagi pada masa pandemi COVID-19 pada tahun 2020 yang merubah keadaan yang semula dilakukan secara luring harus beralih menjadi serba *online*. Pertumbuhan pengguna internet bertambah setiap tahunnya, menurut laporan *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2022 (databoks.katadata.co.id, 2022).



Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)

Sumber: databoks.katadata.co.id

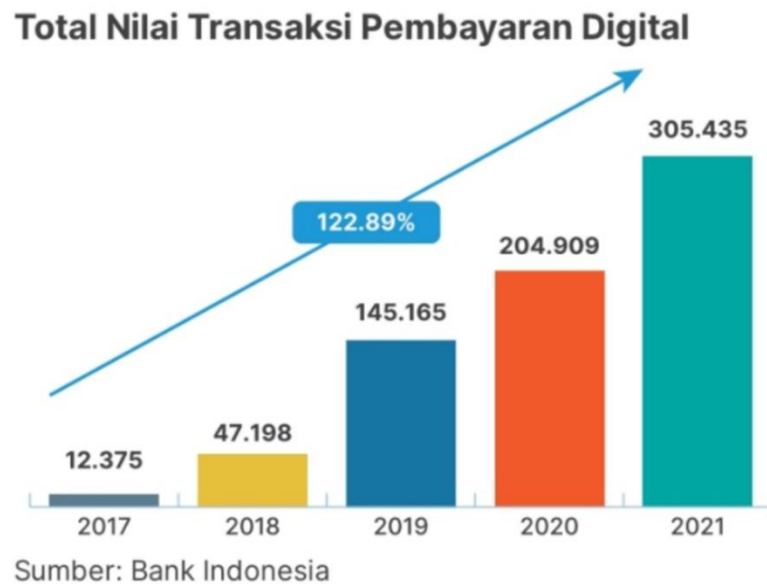
Berdasarkan gambar 1.3, dalam lima tahun terakhir tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat, dibandingkan dengan tahun 2018 saat ini jumlah pengguna internet nasional melonjak sebesar 54,25%. Sementara itu, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk awal 2022 (databoks.katadata.co.id, 2022). Dilansir dari situs cnbcindonesia.com. Data terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJI), tahun 2022 pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 210 juta. Yang berarti terdapat penambahan sekitar 35 juta pengguna internet di Indonesia.

Salah satu perubahan yang dirasakan dari maraknya penggunaan internet adalah gaya hidup masyarakat dalam melakukan transaksi. Dengan kemajuan teknologi dan internet, sistem pembayaran saat ini sudah semakin terdigitalisasi dengan hadirnya berbagai macam jenis aplikasi *fintech payment* di tengah masyarakat. Menurut T.I.F Rahma *fintech* merupakan penggunaan teknologi sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran (T.I.F, 2018). Aaron, *et, al* (2017) mendefinisikan *fintech* secara spesifik sebagai aplikasi teknologi digital untuk masalah-masalah intermediasi keuangan. Secara luas, *fintech* dapat didefinisikan sebagai industri yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi agar sistem keuangan dan penyampaian layanan-layanan keuangan lebih efisien (World Bank, 2016).

*Fintech* memberikan kemudahan dalam memberikan layanan keuangan, dengan metode pembayaran yang praktis dan efisien pengguna aplikasi *fintech payment* tidak perlu membawa uang tunai kemanapun, karena uang sudah tersimpan dalam bentuk elektronik pada sebuah aplikasi. Untuk melakukan pembayaran, pengguna hanya perlu melakukan scan barcode yang sudah disediakan oleh merchant dan secara otomatis saldo yang tersimpan akan berkurang dan berpindah. Kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi *fintech payment* ini, membuat pekungannya menjadi semakin pesat setiap tahunnya.

Jumlah transaksi dengan menggunakan *fintech payment* diperkirakan akan terus mengalami pertumbuhan. Berdasarkan laporan Asosiasi Fintech Indonesia (Aftech) yang ditunjukkan pada gambar 1.4, nilai transaksi pembayaran digital di Indonesia mencapai Rp 305,4 miliar pada tahun 2021. Dari total tersebut, sebanyak Rp 35 triliun di antaranya merupakan

transaksi uang elektronik yang mengalami peningkatan secara tahunan (*year on year/yoy*) sebesar 58,5% (katadata.co.id, 2022).



Gambar 1.4 Total Nilai Transaksi Pembayaran Digital

*Sumber:* (katadata.co.id, 2022)

Salah satu faktor penyebab pesatnya pertumbuhan *fintech* adalah kemajuan teknologi yang semakin canggih sehingga dapat mendukung layanan transaksi *fintech*. Pertumbuhan ini mendorong banyak perusahaan penyedia produk dan jasa menyediakan opsi pembayaran menggunakan *fintech*. Tidak hanya digunakan sebagai sarana pembayaran secara *online*, *fintech* juga menjadi alternatif pengganti kartu dengan penggunaan QR *code* sebagai metode pembayaran.

Keputusan konsumsi masyarakat mempengaruhi perekonomian suatu negara baik dalam jangka waktu yang panjang maupun jangka pendek. Dalam jangka pendek, konsumsi berpengaruh signifikan terhadap fluktuasi ekonomi, sedangkan dalam jangka panjang keputusan konsumsi masyarakat berpengaruh pada variabel makro ekonomi seperti tingkat inflasi dan tingkat suku bunga (Puspitasari, 2021).

Berdasarkan gambar 1.5, pada tahun 2020 tingkat konsumsi rumah tangga di Indonesia mengalami penurunan hingga 2,63%. Hal ini diakibatkan oleh pandemi COVID-19 yang menyebabkan masyarakat harus menekan pengeluaran mereka selama masa pandemi berlangsung. Pengeluaran konsumsi rumah tangga Indonesia kembali tumbuh positif pada tahun 2021. Dikutip dari dataIndonesia.id (2022), Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, kenaikan mencapai 2,02% sepanjang tahun lalu.



Gambar 1.5 Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga Indonesia (2011-2021)

*Sumber:*dataIndonesia.id (2022)

Dengan berubahnya sistem pembayaran, secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Tingkat konsumsi sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, semakin tinggi pendapatan maka tingkat konsumsi akan semakin meningkat. Sebaliknya, apabila tingkat pendapatan rendah maka tingkat konsumsi juga akan rendah. Ada banyak faktor yang mempengaruhi konsumsi, seperti pendapatan dan tabungan, aset rumah tangga, kredit, kebijakan makro ekonomi, dan sebagainya (Sumei, Yongkun, & Rui, 2022).

Inovasi *fintech* memiliki peran penting dalam mendorong konsumsi (Sumei, Yongkun, & Rui, 2022). Inovasi *fintech* juga dapat mendorong konsumsi rumah tangga dalam berbagai dimensi dengan mengurangi biaya pembayaran, menyediakan kredit konsumen, dan merangsang



konsumsi impulsif (Beck, Pamuk, Ramrratan, & Uras; Riley, 2018). Li *et al* (2020) mengatakan bahwa *fintech* dapat mendorong konsumsi rumah tangga melalui mekanisme belanja *online*, pembayaran digital, perolehan kredit *online*, pembelian produk keuangan, dan asuransi bisnis di internet. Dengan demikian, berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Fintech Payment* terhadap *Household Consumption Expenditure*”**

### **1.3 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

#### **1.3.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah disampaikan, jumlah penggunaan internet yang terus meningkat serta kemajuan teknologi yang semakin pesat, membuat seluruh aktivitas menjadi serba digital. Hal tersebut juga berdampak bagi sektor keuangan terutama pada sistem pembayaran dalam melakukan transaksi, untuk mempermudah masyarakat dalam bertransaksi di era digitalisasi, hadirlah *financial technology* atau biasa disebut dengan *fintech*. *Fintech* hadir dengan menawarkan berbagai kemudahan dalam melakukan transaksi. Penggunaanya tidak perlu membawa uang tunai kemanapun, cukup membawa *handphone* yang sudah terdapat aplikasi *fintech payment* didalamnya, pengguna sudah bisa melakukan pembayaran. Sistem pembayaran pada aplikasi *fintech payment* memanfaatkan penggunaan QR code. Dengan kemudahan ini, *fintech* memiliki potensi dalam mempengaruhi pola konsumsi masyarakat khususnya dalam konsumsi rumah tangga. Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah diduga bahwa *fintech payment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat konsumsi rumah tangga (*household consumption expenditure*) di Jawa Barat. Oleh karena itu, penelitian yang berjudul pengaruh *fintech payment* terhadap *household consumption expenditure* perlu untuk diteliti.

#### **1.3.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disampaikan, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat pengguna *fintech payment* pada rumah tangga di Jawa Barat?
2. Bagaimana perilaku konsumsi rumah tangga di Jawa Barat?
3. Apakah *fintech payment* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga di Jawa Barat?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat pengguna *fintech payment* pada rumah tangga di Jawa Barat
2. Untuk mengetahui perilaku konsumsi rumah tangga di Jawa Barat
3. Untuk mengetahui pengaruh *fintech payment* terhadap perilaku konsumsi rumah tangga di Jawa Barat

## 1.5 Manfaat Penelitian

### a. Aspek Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti lain dengan topik penelitian *fintech* dan perilaku konsumsi. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan terutama bagi peneliti lain dalam memahami pengaruh *fintech* terhadap perilaku konsumsi dan dapat memanfaatkan *fintech* untuk mengatur pola konsumsi dengan baik.

### b. Aspek Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan *fintech payment* dalam mengetahui bagaimana perilaku konsumsi dari konsumennya sehingga perusahaan dapat terus meningkatkan pelayanannya dan menyusun strategi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan konsumennya.

## 1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam penelitian ini, pembahasan dan penyajian dibagi menjadi lima bab yang akan disusun dengan sistematika sebagai berikut:

### a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

### b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari teori-teori terkait penelitian dan penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

**c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari jenis penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

**d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri dari karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

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