

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Penelitian

#### 1.1.1. Profil Perusahaan

##### 1.1.1.1. LinkAja

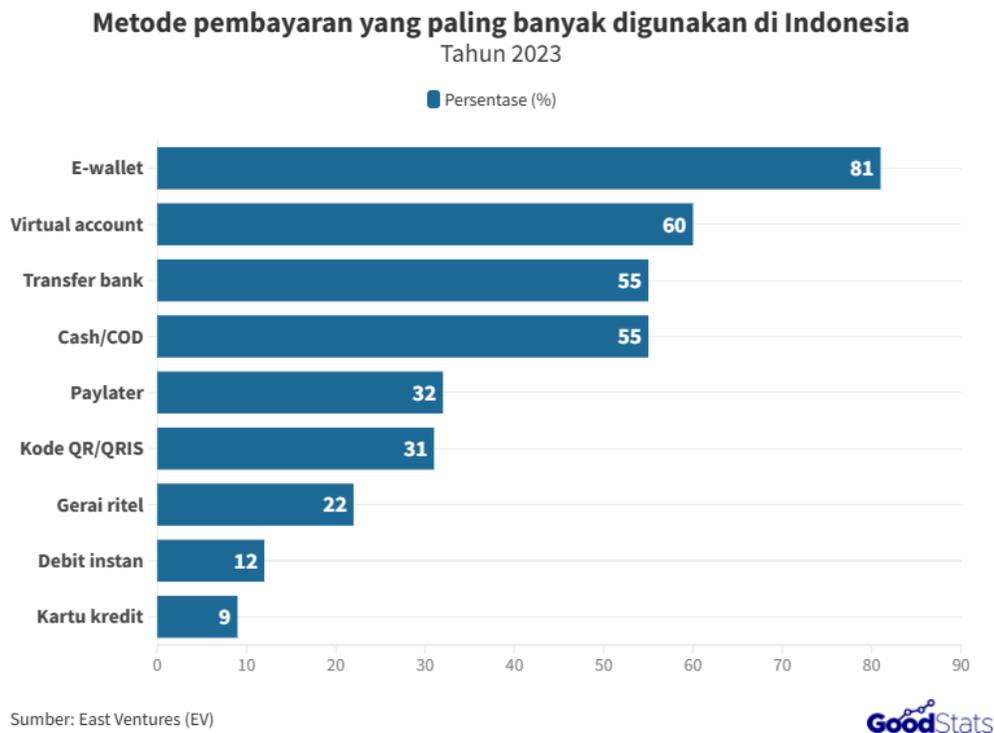
LinkAja merupakan layanan keuangan digital atau teknologi finansial (*fintech*) yang sebelumnya adalah Telkomsel Cash (TCASH). LinkAja adalah penyedia layanan transfer beda bank dengan biaya 0 - 1500 rupiah didirikan oleh Telkomsel bersama anggota Badan Usaha Milik Negara lainnya, yaitu Bank Mandiri, Bank Negara Indonesia, Bank Rakyat Indonesia, Bank Tabungan Negara, Pertamina, Asuransi Jiwasraya dan Danareksa pada bulan januari tahun 2019 (LinkAja.id, TCASH ke LinkAja Untuk Finansial yang Lebih Lancar dan Bebas Repot, 2019). Saat ini, layanan transfer beda bank gratis dari LinkAja bisa diakses melalui *smartphone* Android, iPhone, atau melalui situs [crm.LinkAja.id](http://crm.LinkAja.id). LinkAja telah diunduh lebih dari 10 juta kali melalui Playstore. Menurut situs resmi LinkAja, LinkAja sudah melayani lebih dari 66 juta pengguna dan 350.000 perusahaan serta 1,1 juta UKM (LinkAja.id, 2020).

LinkAja menekankan “memenuhi kebutuhan esensial masyarakat” sebagai *selling point* utamanya. Selain itu, LinkAja juga menyediakan fitur lain seperti pembayaran QR Linkaja yang sudah mendukung QRIS, pengiriman dan penerimaan uang melalui aplikasi, pembelian dan pembayaran tagihan, pembayaran pajak dan retribusi, pembayaran transportasi, LinkAja syariah, kelola keuangan, dan login tanpa aplikasi .

LinkAja mendapat lisensi keamanan dan operasional resmi dari Bank Indonesia (BI) pada tahun 2019. Sejak awal LinkAja didirikan pada 2019 lalu, LinkAja mengimplementasikan strategi mitigasi bencana dengan membangun sistem keamanan berganda berdasarkan standar peraturan Bank Indonesia (BI). LinkAja telah mengantongi izin dari Bank Indonesia dengan nomor 21/65/DKSP/SRT/B. LinkAja adalah perusahaan teknologi keuangan di Indonesia yang menghadirkan solusi keuangan berbasis transfer uang.

### 1.2 Latar Belakang Penelitian

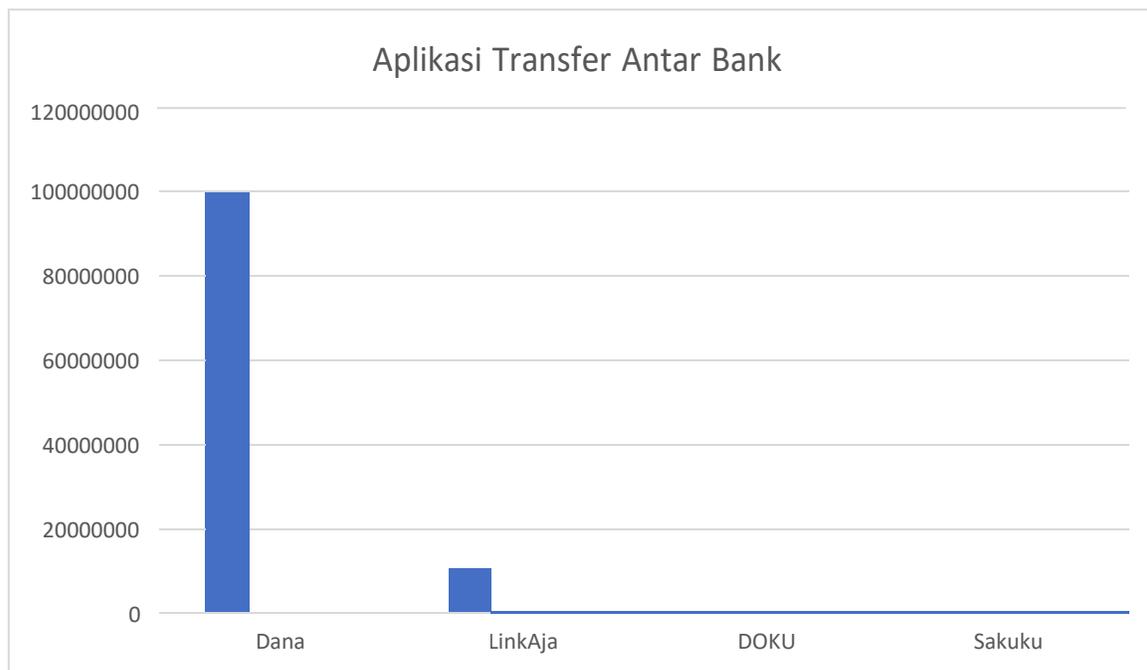
Pandemi Covid-19 menciptakan pola hidup baru bagi seluruh manusia, termasuk masyarakat Indonesia. Tidak hanya mempengaruhi pola kebersihan dan kesehatan, tetapi juga mempengaruhi pola transaksi masyarakat Indonesia. Hal ini tercatat dari pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia yang meningkat drastis ketika terjadi pandemi. Pengguna internet di Indonesia meningkat dari 175 juta menjadi 215 juta pengguna. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar 40 juta pengguna sejak tahun 2020. (DataIndonesia.id, 2023). Berbagai instansi kesehatan dan pemerintahan mendorong masyarakat untuk beralih dari transaksi tunai ke transaksi non-tunai (*cashless*). Berdasarkan survey yang dilakukan oleh goodstats.id sebanyak 81% metode pembayaran yang digunakan di Indonesia pada tahun 2023 dilakukan dengan menggunakan *mobile payment* (GoodStats.id, 2023), sebanyak 81% metode pembayaran yang digunakan di Indonesia pada tahun 2023 dilakukan dengan menggunakan *mobile payment*. Hal tersebut, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad, 2021) , dimana adopsi teknologi digital meningkat pesat dikarenakan Pandemi Covid-19 Hal ini membuktikan bahwa pembayaran dengan *mobile payment* menjadi tren di Indonesia pada saat penelitian ini dilakukan. Salah satu aplikasi *Fintech* digital yang populer digunakan di Indonesia adalah LinkAja.



### Gambar 1.1 Metode pembayaran yang digunakan mayoritas penduduk di Indonesia tahun 2023

Sumber: *goodstats.id*, diakses pada 18 Juni 2023

LinkAja merupakan layanan *Fintech* dari Indonesia yang diluncurkan pada tahun 2019. Hingga saat penelitian ini dibuat, LinkAja sudah memiliki lebih dari 10 juta pengguna di Indonesia. Penelitian ini akan menganalisis tingkat penerimaan teknologi LinkAja di masyarakat Indonesia khususnya di Post-Pandemi Covid-19.



Gambar 1. 2 Jumlah pengguna fintech antar bank di Indonesia tahun 2023

Sumber: *Google Play Store*, diakses pada 18 Februari 2023

Penelitian ini mencantumkan 4 aplikasi transfer antar bank yaitu Dana, LinkAja, DOKU, dan Sakuku. Pemilihan 4 aplikasi ini berdasarkan fitur yang ditawarkan oleh keempat aplikasi tersebut yang independen dan tidak terafiliasi dengan e-commerce, selain itu, 4 aplikasi tersebut tidak menyediakan layanan lain seperti *driver online* maupun sistem pembayaran *paylater* seperti yang ditawarkan pada Gopay, Ovo, dan Shopeepay saat penelitian ini dilakukan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Google Play Store, Dana menempati urutan

pertama dengan jumlah unduhan terbanyak yaitu 100 juta unduhan hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyimpulkan bahwa pengguna Dana jauh lebih banyak dari LinkAja (Hidayat, M., T., 2019), LinkAja yang menjadi fokus penelitian ini menempati posisi kedua jumlah unduhan lebih dari 10 juta unduhan. Perbedaan jumlah tersebut sangat signifikan dibandingkan dengan posisi ketiga dan keempat, yaitu DOKU dan Sakuku dengan 1 juta unduhan. Rata-rata rating (penilaian) oleh pengguna LinkAja di Google Play Store adalah 3.8 dari 5 bintang. Hal tersebut dapat disamakan dengan pesaingnya yaitu DOKU dengan rata-rata rating 3.8 dari 5 bintang. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata pengguna LinkAja, merasa puas dengan mengadopsi aplikasi tersebut.

Aplikasi seperti LinkAja yang menawarkan kemudahan transaksi dan layanan transfer yang mudah antar bank telah menciptakan pola transaksi baru. Pola transaksi yang awalnya hanya melibatkan layanan perbankan untuk melakukan transaksi, berubah menjadi melibatkan layanan perbankan dan LinkAja untuk menyelesaikan transaksi. Pola baru ini tentunya mempunyai kelebihan dan kekurangan dibandingkan dengan pola sebelumnya. Kelebihan dari pola transaksi baru ini yaitu dapat menghemat biaya transaksi karena hanya memerlukan 0-1.500 rupiah dalam setiap transaksi, sedangkan kekurangan yang terdapat dalam pola transaksi baru ini adalah pengguna perlu melakukan beberapa langkah tambahan yang dapat memakan waktu sekitar 1-3 menit. Karena alasan kemudahan layanan tersebut, peneliti bermaksud memasukan variabel *Price Saving Orientation* sebagai variabel baru pada penelitian ini.

Peneliti bermaksud mencari tahu tingkat *acceptance* masyarakat Indonesia terhadap aplikasi LinkAja Post-Pandemi Covid-19 dengan menggunakan metode UTAUT 2. Peneliti memilih menggunakan metode UTAUT 2 karena metode ini merupakan model penelitian terbaru di bidang penerimaan/adopsi teknologi. Menurut Venkatesh (dalam (Indrawati, 2018) Model UTAUT2 mampu menjelaskan variabel *Behaviorial Intention* dan *Technology Use* dengan lebih baik (*Behaviorial Intention* dari 56% menjadi 74%, dan *Technology Use* dari 40% ke 52%).

Dari kondisi permasalahan di atas berdasarkan sejumlah konsep, fenomena, serta penelitian sebelumnya, maka dirumuskan penelitian dengan judul ‘**Analisis Adopsi Aplikasi LinkAja menggunakan Model UTAUT Post-Pandemi Covid-19 di Indonesia**’.

## **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, kehadiran dari layanan transfer mudah antar bank, telah menciptakan pola transaksi baru dengan kelebihan dan kekurangannya dibandingkan pola transaksi yang lama. Kelebihan utama dari layanan ini tentunya *Price Saving Orientation* atau penghematan biaya transaksi. LinkAja.id mampu mendominasi pasar e-wallet sebagai penyedia jasa transfer mudah antar bank dengan perbedaan jumlah user yang signifikan dengan kompetitornya. LinkAja Telah diadopsi oleh sekitar 66 juta pengguna di seluruh Indonesia. Penelitian ini bermaksud mencari tahu faktor-faktor apa saja yang membuat LinkAja.id lebih banyak diadopsi oleh masyarakat Indonesia daripada kompetitor sejenisnya.

Dengan adanya penerimaan teknologi pada penggunaan layanan *fintech* di Indonesia, peneliti ingin mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai:

1. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Continuance Intention*
2. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Continuance Intention*
3. Apakah *Social Influence* berpengaruh positif signifikan terhadap *Continuance Intention*
4. Apakah *Facilitating Condition* berpengaruh positif signifikan terhadap *Continuance Intention*
5. Apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh positif signifikan terhadap *Continuance Intention*
6. Apakah *Price Saving Orientation* berpengaruh positif signifikan terhadap *Continuance Intention*
7. Apakah *Habit* berpengaruh positif signifikan terhadap *Continuance Intention*
8. Apakah *Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *Continuance Intention*
9. Apakah *Importance and Performance Matrix Analysis* dapat mengevaluasi seberapa besar tingkat kepentingan dan kinerja tiap variabel dan relevansinya.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijelaskan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Membuktikan pengaruh *Performance Expectancy* secara positif signifikan terhadap *Continuance Intention* aplikasi LinkAja
2. Membuktikan pengaruh *Effort Expectancy* secara positif signifikan terhadap *Continuance Intention* aplikasi LinkAja
3. Membuktikan pengaruh *Social Influence* secara positif signifikan terhadap *Continuance Intention* aplikasi LinkAja
4. Membuktikan pengaruh *Facilitating Condition* secara positif signifikan terhadap *Continuance Intention* aplikasi LinkAja
5. Membuktikan pengaruh *Hedonic Motivation* secara positif signifikan terhadap *Continuance Intention* aplikasi LinkAja
6. Membuktikan pengaruh *Price Saving Orientation* secara positif signifikan terhadap *Continuance Intention* aplikasi LinkAja
7. Membuktikan pengaruh *Habit* secara positif signifikan terhadap *Continuance Intention* aplikasi LinkAja
8. Membuktikan pengaruh *Trust* secara positif signifikan terhadap *Continuance Intention* aplikasi LinkAja
9. Membuktikan *Importance and Performance Matrix Analysis* dapat mengevaluasi seberapa besar tingkat kepentingan dan kinerja tiap variabel dan relevansinya.



## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian di masa mendatang mengenai penerimaan teknologi finansial.

### **1.4.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada perusahaan di bidang teknologi finansial dan transaksi digital untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen.

## **1.5 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan menjelaskan mengenai garis besar dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan menguraikan hasil tersebut secara sistematis. Terdapat sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut, yaitu:

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan masalah, tujuan penelitian dan manfaat dari penelitian yang dilakukan.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan tinjauan pustaka yang digunakan peneliti, teori-teori terkait dengan penelitian, kerangka pemikiran penelitian, dan hipotesis penelitian. Bab ini membahas teori-teori yang berkaitan serta relevan mengenai uang elektronik serta pembahasan teori mengenai pemodelan yang digunakan pada penelitian ini yaitu model UTAUT 2.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini merupakan penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, seperti karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data yang akan digunakan pada penelitian ini.

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

Bab ini menjabarkan hasil dari data penelitian dan analisis data dari

data yang telah didapatkan dengan menggunakan metode yang ditetapkan sebelumnya. Beberapa pembahasan pada bab ini yaitu: karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan mengenai penelitian.

#### **e. BAB V KESIMPULAN**

Bab ini akan dijabarkan mengenai kesimpulan hasil penelitian beserta saran. Pada kesimpulan akan dijabarkan mengenai penafsiran serta makna dari hasil analisis penelitian yang dilakukan, kesimpulan akan menjawab 7 pertanyaan penelitian. Serta untuk saran akan dijabarkan sebagai masukan untuk perusahaan atau objek yang diteliti dan saran untuk peneliti selanjutnya