



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

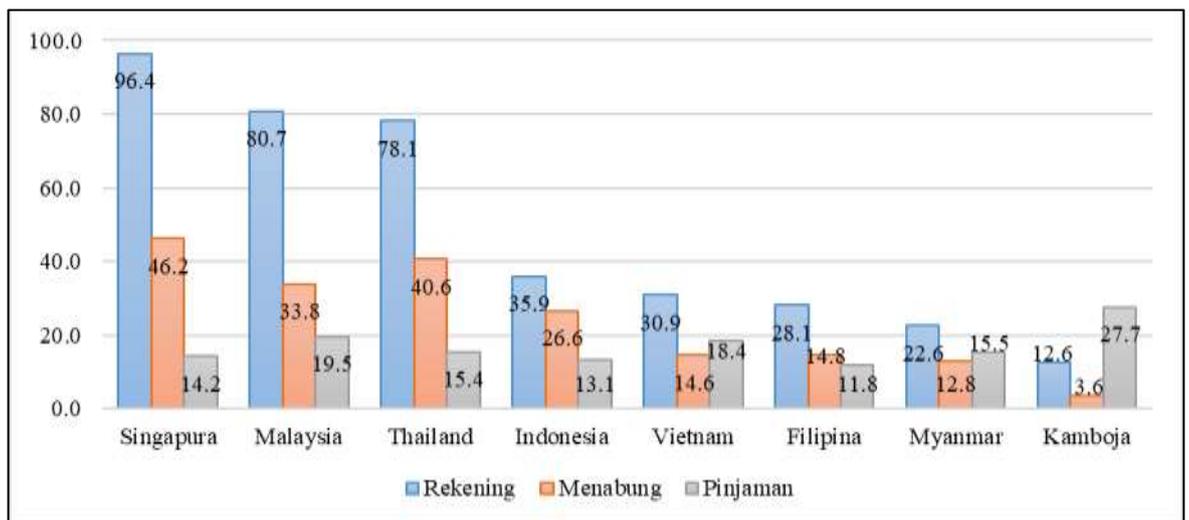
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Indonesia mengalami pertumbuhan teknologi dan pengguna internet yang cukup besar. Laporan Tahunan 2018 Kominfo mencatat pertumbuhan pengguna internet sebesar 10,12% dari tahun 2017. Penetrasi internet di tahun 2018 sebesar 64,8%. Jumlah pengguna internet di tahun 2018 sebesar 171.176.716 juta jiwa dari jumlah penduduk sebesar 264.161.600 jiwa (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018). Pengguna internet di area perkotaan lebih besar dari area pedesaan yaitu 74,1% pengguna internet di area perkotaan dan 61,6% pengguna internet di area pedesaan (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2018).

Pertumbuhan ini diharapkan mendukung perkembangan era digital dalam sektor keuangan dimana dilansir dari data (World Bank, 2015) mengenai tingkat keuangan inklusif, Indonesia memiliki tingkat keuangan inklusif yang lebih rendah jika dibandingkan dengan beberapa negara lain seperti Singapura, Malaysia, China, Thailand dan negara lain yang diukur dengan jumlah penduduk dewasa yang menggunakan layanan keuangan. Hanya sebanyak 35,9% penduduk dewasa di Indonesia memiliki rekening di lembaga keuangan. Data penduduk dewasa adalah penduduk dengan umur di atas 15 tahun.



Sumber: (World Bank, 2015)

Gambar 1.1. Perbandingan Akses terhadap Layanan Keuangan di Sejumlah Negara (% terhadap penduduk Dewasa)

Dibandingkan dengan beberapa negara lain seperti gambar 1.1 akses menabung, kepemilikan rekening dan pinjaman pada lembaga formal masih tergolong rendah. Menurut data Global Findex 2014, penduduk Indonesia yang menggunakan layanan jasa simpanan dan memiliki tabungan pada lembaga keuangan formal hanya sebesar 26,6%. Presentase pengguna sisanya disimpan pada kelompok menabung dan dititipkan kepada orang lain di luar keluarga.

Selain tabungan, akses pada kredit / pembiayaan juga lebih rendah dibandingkan dengan tabungan. Menurut data SKNI, 2016 sumber pembiayaan penduduk di Indonesia paling banyak berasal dari sumber informal seperti keluarga, teman, tetangga hingga renternir. Sebanyak 56,6% penduduk dewasa di Indonesia memiliki akses kredit/pembiayaan dari berbagai sumber namun hanya 13,1% dari lembaga keuangan formal dan sisanya non-formal dan sekitar 43,4% penduduk belum tersentuh layanan pembiayaan (STRATEGI

NASIONAL KEUANGAN INKLUSIF, 2016). Terdapat 185 perusahaan pembiayaan di Indonesia. Kegiatan usaha perusahaan pembiayaan tersebut meliputi pembiayaan investasi, pembiayaan modal kerja, pembiayaan multiguna dan pembiayaan lainnya berdasarkan persetujuan OJK dan pembiayaan prinsip syariah (Otoritas Jasa Keuangan, 2017).

Pertumbuhan pengguna transaksi kartu kredit di Indonesia juga cenderung stagnan. Kartu kredit adalah alat pembayaran berbentuk kartu untuk transaksi pembelanjaan maupun penarikan tunai dengan waktu pembayaran yang telah disepakati baik dengan pelunasan sekaligus atau dengan cara angsuran (Bank Indonesia, 2013). Dilansir dari data Asosiasi Kartu Kredit Indonesia (AKKI), tingkat pertumbuhan jumlah pengguna kartu kredit cukup stagnan jika dilihat dari tabel mengenai detail transaksi kartu kredit di Indonesia di bawah ini.

Tabel 1.1. Transaksi Kartu Kredit di Indonesia

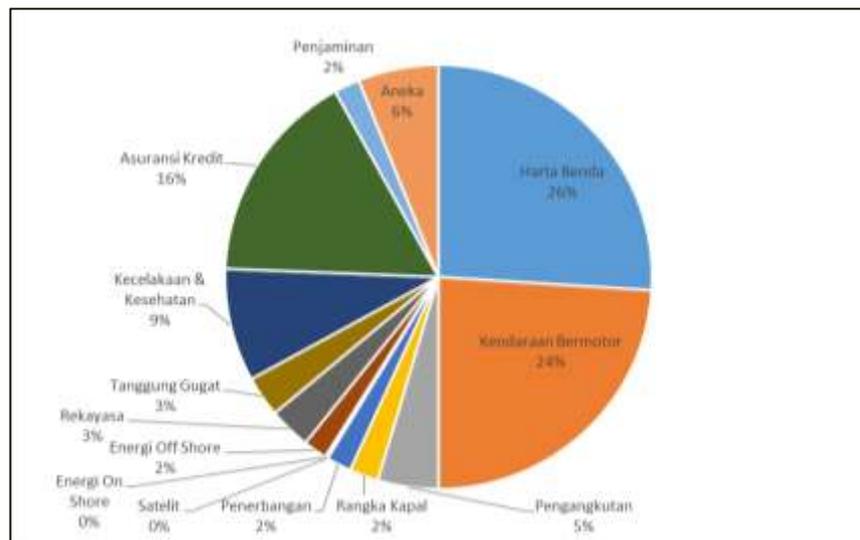
<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Kartu (unit)</b>	<b>Jumlah Transaksi (unit)</b>	<b>Nilai Transaksi (juta)</b>
2009	12.259.295	177.817.542	132.651.567
2010	13.574.673	194.675.233	158.687.057
2011	14.785.382	205.744.761	178.160.763
2012	14.817.168	217.956.183	197.558.986
2013	15.091.684	235.695.969	219.026.985
2014	16.043.347	250.543.218	250.177.517
2015	16.863.842	274.719.267	273.141.964
2016	17.406.327	297.661.974	272.950.051
2017	17.244.127	319.291.747	288.912.875
2018	17.275.128	330.145.675	305.201.319
2019	17.487.057	340.248.590	332.644.750
Jan-20	17.538.911	29.149.284	27.656.001

Sumber: (Asosiasi Kartu Kredit, 2020)

Dari data *World Bank* (2017) mengenai penetrasi kartu kredit negara di Asia Tenggara menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara dengan tingkat pengguna kartu kredit paling rendah di Asia Tenggara yaitu sebesar 1,7% pengguna. Sedangkan Singapura adalah negara yang paling tinggi pengguna kartu kredit di Asia Tenggara dengan total 35,4%. Menurut Dev, *Managing Director SEA* dan *Emerging Markets Experian* persyaratan pengajuan kartu kredit yang cukup ketat menjadi penyebab mengapa pengguna kartu kredit di Indonesia rendah dan stagnan (Movanita et al., 2019).

Selain tabungan, pinjaman dan kartu kredit, asuransi juga merupakan produk layanan keuangan di Indonesia. Terdapat beberapa jenis asuransi di Indonesia yaitu asuransi jiwa, asuransi umum dan reasuransi. Menurut survei nasional literasi keuangan tahun 2013 oleh OJK, Indonesia memiliki indeks literasi yang relative rendah yaitu sebesar 17,84% pada industri perasuransian. Dari 100 orang penduduk hanya 18 orang yang memahami asuransi. Rendahnya indeks literasi asuransi berdampak pada kurangnya pemanfaatan produk dan jasa perasuransian oleh masyarakat. Terdapat 11,81% atau dari setiap 100 orang penduduk hanya 12 orang yang menggunakan produk dan jasa asuransi (STRATEGI NASIONAL KEUANGAN INKLUSIF, 2016). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sigit Setiawan, tingkat penetrasi dan densitas perasuransian Indonesia tertinggal dibandingkan Singapura dan Malaysia. Namun pasar perasuransian di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar karena 85% masyarakat Indonesia belum tersentuh asuransi dan pertumbuhan kelas menengah yang pesat dari 25% (1999) menjadi 42,7% (2009) (Setiawan,

2013). Untuk pangsa pasar terbesar pada premi asuransi umum didominasi oleh lini bisnis asuransi harta benda dan asuransi kendaraan bermotor dengan proporsi sebesar 50%. Lalu disusul dengan lini bisnis asuransi kredit sebesar 16,3% dan asuransi kecelakaan & kesehatan 8,6%



Sumber: (Asuransi & Indonesia, 2018)

Gambar 1.2. Pangsa Pasar Permi Asuransi Umum

Sedikitnya pengguna layanan keuangan formal ini dikarenakan rendahnya presentase inklusi keuangan (76,19%) dan literasi keuangan (38,03%) di Indonesia. Selain itu, pengalaman pengajuan layanan yang mengecewakan, kurangnya informasi persyaratan dalam pengajuan kartu kredit, prosedur bank yang rumit dan hambatan psikologis menjadi alasan pengguna layanan keuangan bank dan non-bank masih rendah. Dilansir dari beberapa sumber, pengguna asuransi merasa kecewa dengan agen asuransi karena adanya ketidaksesuaian informasi yang diberikan dan dijelaskan oleh agen dengan

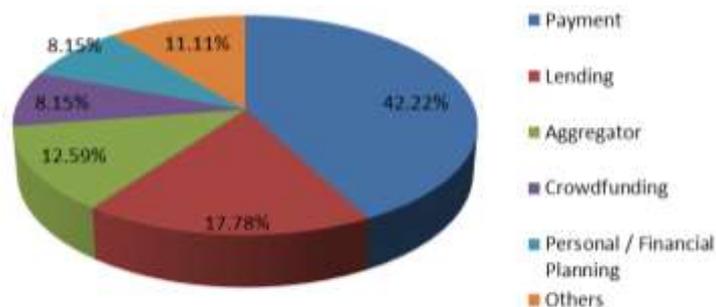
manfaat yang didapatkan (Siantar, 2019). Selain itu, beberapa hambatan yang dirasakan dalam kepuasan nasabah asuransi adalah kurangnya informasi akan manfaat dari penggunaan asuransi, terlalu banyaknya produk asuransi yang ditawarkan dan tidak sesuai dengan kebutuhan nasabah (Sari, 2018).

Pertumbuhan internet dan teknologi dapat meningkatkan pertumbuhan digital financial service. *Digital Financial Service* dan *fintech* banyak digunakan dalam perkembangan era digital pada sektor keuangan. *Digital Financial Service (DFS)* atau Layanan Keuangan Digital (LKD) adalah gabungan penyediaan jasa keuangan dan pembayaran yang diserahkan dan dikelola dengan menggunakan teknologi *mobile* atau teknologi *web* dan jaringan agen (Peake, 2012). Berbagai layanan transaksi digital sudah banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia seperti *mobile payment (m-payment)*, *mobile banking (m-banking)*, *internet banking*, *e-money*, pembayaran kartu kredit, token listrik, pembayaran situs *e-commerce*, pembayaran tol, *busway*, kereta api dan lain-lain.

Penggunaan *fintech* dianggap membantu meningkatkan perkembangan layanan keuangan bank dan non-bank yang nyaman dan aman untuk masyarakat miskin dan meningkatkan PDB ekonomi digital (Ozili, 2018). Menurut *National Digital Research Center (NDRC)* *fintech (financial technology)* adalah inovasi dalam layanan keuangan dengan sentuhan teknologi modern meliputi layanan pembayaran, investasi peminjaman uang, transfer, rencana keuangan dan perbandingan produk keuangan. Menurut data Asosiasi *Fintech* Indonesia, perusahaan *fintech* di Indonesia tercatat sebanyak 250 perusahaan

(Wijaya, 2018). Proyeksi transaksi *Fintech* di Indonesia pada tahun 2016 sebesar US\$ 14,5 miliar atau Rp 190 triliun (Siahaan, 2017). Profil *fintech* di Indonesia sendiri dibagi ke dalam beberapa sektor yaitu payment, lending, aggregator, crowdfunding dan lain-lain.

Profil *fintech* di Indonesia berdasarkan sektornya dijelaskan pada gambar berikut:



Sumber: (Siahaan, 2017)

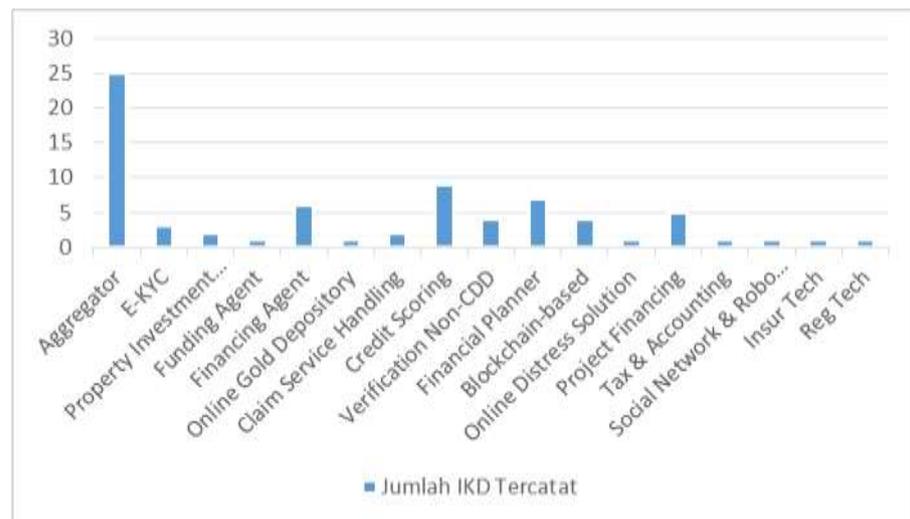
Gambar 1.3. Profil *Fintech* di Indonesia (Berdasarkan Sektor)

Dari gambar tersebut diketahui bahwa layanan *payment* digunakan sebanyak 42,2% disusul dengan layanan *lending* sebesar 17,78%, sektor *aggregator* sebesar 12,59% dan sisanya dimiliki oleh sektor lain. Berbeda dengan *fintech* lainnya yang menciptakan produk atau layanan baru, *fintech market aggregator* merupakan *fintech* pengumpul informasi dengan memberikan perbandingan manfaat, fasilitas, perlindungan dan harga yang ada pada produk institusi keuangan bank dan non-bank seperti asuransi, kredit/pinjaman, kartu kredit, pembukaan tabungan, deposito dan produk lainnya (Fiki Ariyanti, 2018). Calon konsumen dapat memilih produk dengan

kemampuan dan kebutuhan konsumen dan FMA menyediakan berbagai informasi untuk meningkatkan literasi pengguna mengenai layanan keuangan bank dan non-bank di Indonesia.

Perkembangan *fintech* market aggregator ini juga tercatat pada data permohonan pencatatan penyelenggara IKD periode Jan 2020 yang menunjukkan model bisnis *aggregator* tercatat pada peringkat pertama yang paling banyak diminati oleh perusahaan rintisan / *startup* (Ojk & Dana, 2020). Dari total 74 perusahaan rintisan, 25 perusahaan memiliki model bisnis *aggregator*.

Berikut dilampirkan gambar jumlah penyelenggara Inovasi Keuangan Digital (IKD) tercatat berdasarkan model bisnis.



Sumber: (Ojk & Dana, 2020)

Gambar 1.4. Jumlah Penyelenggara IKD Tercatat berdasarkan Klaster Model Bisnis

Kemunculan *fintech market aggregator* diharapkan dapat meningkatkan pengguna layanan keuangan bank dan non-bank yang ada di Indonesia mengingat masih rendahnya pengguna layanan keuangan bank dan non-bank seperti tabungan, pinjaman asuransi, kartu kredit dan layanan lainnya. Namun pengguna FMA masih lebih sedikit jika dibandingkan dengan *fintech* lain. Masih banyak orang belum mengenal *fintech* jenis ini. Mengingat literasi masyarakat Indonesia yang masih rendah maka peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam penggunaan FMA dan apakah pengguna FMA merasa puas dengan layanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan adalah area penting yang harus diperhatikan perusahaan untuk mempertahankan konsumen dan untuk meningkatkan jumlah pengguna baru (Mohsan et al., 2011).

Dalam penelitian yang terpublikasi dari berbagai negara pada beberapa tahun terakhir, kolaborasi antara *fintech* dengan layanan perbankan dan perkembangan ekonomi negara diteliti dengan teori penerimaan teknologi. UTAUT adalah teori penerimaan teknologi dan dapat diterapkan pada 6 organisasi yaitu *entertainment, telecom services, banking, public administration, financial services* dan *retail electronics*. Model UTAUT telah terbukti menjelaskan hingga 0,69 varian pengguna (Venkatesh et al., 2003). Dengan menggunakan model UTAUT, peneliti dapat meneliti kesiapan dan tingkat pemahaman pengguna terkait penerimaan dan penggunaan layanan keuangan berbasis digital serta faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan layanan *fintech market aggregator* (Hendratmoko, 2019).

Variabel UTAUT yang digunakan adalah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating conditions*. *Performance expectancy* didefinisikan sebagai bagaimana seseorang percaya dalam penggunaan *fintech market aggregator* akan membantu serta meningkatkan produktivitas, mempermudah pekerjaan, meningkatkan kualitas dan meningkatkan efektifitas dalam mendapatkan layanan yang dibutuhkan (Venkatesh et al., 2003). *Effort Expectancy* adalah tingkat kemudahan dalam penggunaan *fintech market aggregator*. *Social influence* adalah pengaruh orang lain dalam meyakinkan pengguna untuk menggunakan *fintech market aggregator* (Venkatesh et al., 2003). *Facilitating conditions* adalah tingkat kepercayaan pengguna terhadap ketersediaan infrastruktur dan teknis yang mendukung dalam penggunaan *fintech market aggregator* (Venkatesh et al., 2003). Variabel *effort expectancy* juga akan dibahas lebih dalam pada *indirect effect* dengan variabel *use of fintech market aggregator* sebagai variabel *intervening*.

Penelitian ini juga menambahkan variabel *trust* karena faktor *trust* / kepercayaan menjadi salah satu faktor konsumen dalam menggunakan teknologi baru (Lee & Song, 2013). Selain variabel *trust* penelitian ini juga menambahkan variabel *user satisfaction*. *User satisfaction* digunakan sebagai evaluasi pemakai dan respon efektif pada pengalaman dalam penggunaan teknologi informasi (Chiu et al., 2007).

Hasil penelitian tersebut diharapkan dapat berguna bagi *fintech market aggregator* untuk mengetahui faktor-faktor pengguna *fintech market*

*aggregator* dan kepuasan pengguna yang dapat dijadikan acuan untuk evaluasi layanan dan meningkatkan pengguna layanan bank dan non-bank di Indonesia. Selain itu, pemerintah dan institusi keuangan bank dan non-bank dapat melakukan evaluasi produk yang dimiliki karena dengan hadirnya *fintech market aggregator* produk yang ditawarkan oleh institusi keuangan bank dan non-bank tersebut dapat dengan mudah dibandingkan oleh konsumen. Diharapkan *fintech market aggregator* dapat meningkatkan pengguna layanan keuangan bank dan non-bank dan dapat membantu meningkatkan inklusi dan literasi keuangan Indonesia.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diketahui bahwa pengguna layanan keuangan bank dan non-bank di Indonesia masih cukup rendah. *Fintech market aggregator* hadir sebagai *fintech* pengumpul informasi yang dapat memberikan perbandingan manfaat, fasilitas, perlindungan dan harga yang ada pada produk institusi keuangan bank dan non-bank seperti asuransi, kredit/pinjaman, kartu kredit, pembukaan tabungan, deposito dan produk lainnya dan pengguna dapat langsung mengajukan layanan tersebut sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan konsumen. Namun pengguna FMA ini masih cukup rendah yaitu hanya 12,59% dari total pengguna *fintech* di Indonesia. Selain itu mengingat literasi masyarakat Indonesia yang masih rendah yaitu 38,03% memotivasi peneliti untuk mengetahui lebih dalam terkait faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seseorang dalam menggunakan *fintech market aggregator* di Indonesia dengan menggunakan konstruk *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating*

*conditions* dan *use behavior* pada pendekatan UTAUT. Model penelitian ini juga menggunakan konstruk trust dimana faktor *trust* / kepercayaan menjadi salah satu faktor konsumen dalam menggunakan teknologi baru (Lee & Song, 2013). Penelitian ini tidak menggunakan *behavioral intention* karena sampel penelitian ini adalah pengguna yang sudah menggunakan layanan *fintech market aggregator*.

Diharapkan setelah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna *fintech market aggregator*, penelitian dapat memberikan implikasi manajerial yang dapat digunakan oleh penyedia layanan FMA di Indonesia agar dapat meningkatkan pengguna FMA sehingga meningkatkan pengguna layanan keuangan bank dan non-bank di Indonesia dan meningkatkan literasi serta inklusi keuangan Indonesia. Setelah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna *fintech market aggregator*, peneliti juga ingin meneliti respons dari pengguna *fintech market aggregator* dengan meneliti kepuasan pengguna / *user satisfaction*. Kepuasan pemakai (*user satisfaction*) merupakan evaluasi pemakai dan respon efektif pada pengalaman dalam penggunaan teknologi informasi (Chiu et al., 2007).

### **1.3.Pertanyaan Penelitian**

Dari penjelasan latar belakang dan rumusan masalah penelitian ini, didapati pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap *use of fintech market aggregator services* ?
2. Apakah *effort expectancy* memiliki pengaruh terhadap *use of fintech market aggregator services* ?

3. Apakah *social influence* memiliki pengaruh terhadap *use of fintech market aggregator services* ?
4. Apakah *facilitating conditions* memiliki pengaruh terhadap *use of fintech market aggregator services* ?
5. Apakah *trust* memiliki pengaruh terhadap *use of fintech market aggregator services* pada *user satisfaction*?
6. Apakah *use of fintech market aggregator services* memiliki pengaruh terhadap *user satisfaction*?
7. Apakah *effort expectancy* memiliki pengaruh terhadap *user satisfaction* melalui *use of fintech market aggregator services*?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah dan pertanyaan penelitian di atas didapati tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui apakah *performance expectancy* memiliki pengaruh terhadap *use of fintech market aggregator services*
2. Mengetahui apakah *effort expectancy* memiliki pengaruh terhadap *use of fintech market aggregator services*
3. Mengetahui apakah *social influence* memiliki pengaruh terhadap *use of fintech market aggregator services*
4. Mengetahui apakah *facilitating conditions* memiliki pengaruh terhadap *use of fintech market aggregator services*
5. Mengetahui apakah *trust* memiliki pengaruh terhadap *use of fintech market aggregator services*

6. Mengetahui apakah *use of fintech market aggregator services* memiliki pengaruh terhadap *user satisfaction*
7. Mengetahui apakah *effort expectancy* memiliki pengaruh terhadap *user satisfaction* melalui *use of fintech market aggregator services*

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan pada penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna dan kepuasan pengguna *fintech market aggregator*. Sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk:

1. Penyedia *fintech market aggregator* mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pengguna dan kepuasan pengguna *fintech market aggregator* dan strategi yang dapat diterapkan dalam meningkatkan pengguna dan kepuasan pengguna
2. Konsumen mengetahui pemahaman yang lebih mendalam dari produk dan layanan *fintech market aggregator*
3. Pemerintah dalam merencanakan strategi promosi dan regulasi dalam perkembangan *fintech market aggregator* sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan layanan keuangan bank dan non-bank serta literasi keuangan di Indonesia
4. Institusi keuangan bank dan non-bank mengetahui produk keuangan yang paling banyak digunakan pada FMA dan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan dan kepuasan pengguna FMA untuk mengetahui strategi promosi dalam meningkatkan produk yang ditawarkan

5. Akademisi untuk mengetahui pemahaman dan perkembangan *fintech market aggregator* dan mendukung jurnal UTAUT sebagai teori penerimaan teknologi pada *fintech*