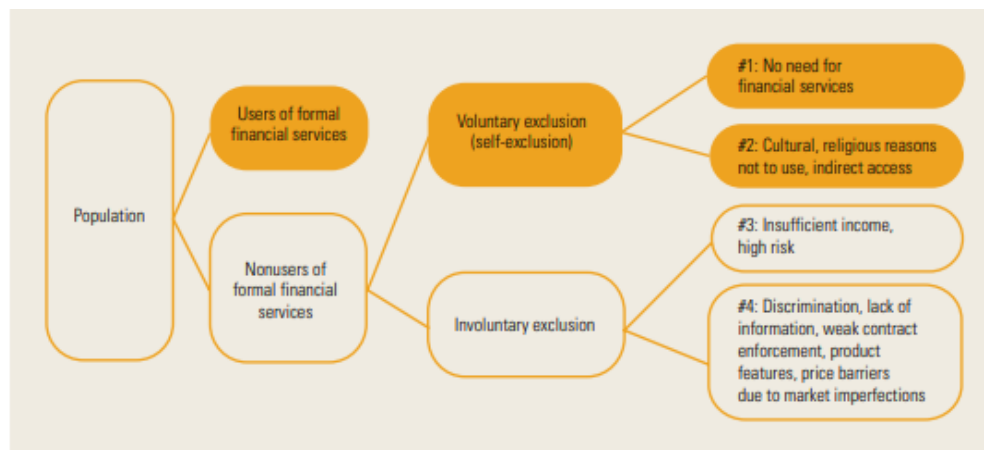


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Terdapat berbagai macam-macam produk dan layanan keuangan yang dapat mendukung kehidupan sehari-hari. Seperti produk tabungan yang dapat menyimpan uang, layanan transfer yang dapat mempermudah kita untuk mengirim uang ke penerima, dan sebagainya. Namun, belum semua orang dapat mengakses produk dan layanan keuangan tersebut. Menurut Demirguc-Kunt et al. (2017) golongan berpendapatan rendah masih bergantung dengan uang tunai karena terbatasnya produk dan layanan keuangan. Padahal, layanan keuangan dapat mendorong pengembangan dan membantu mereka dengan memfasilitasikan investasi terhadap kesehatan, pendidikan, dan bisnis.

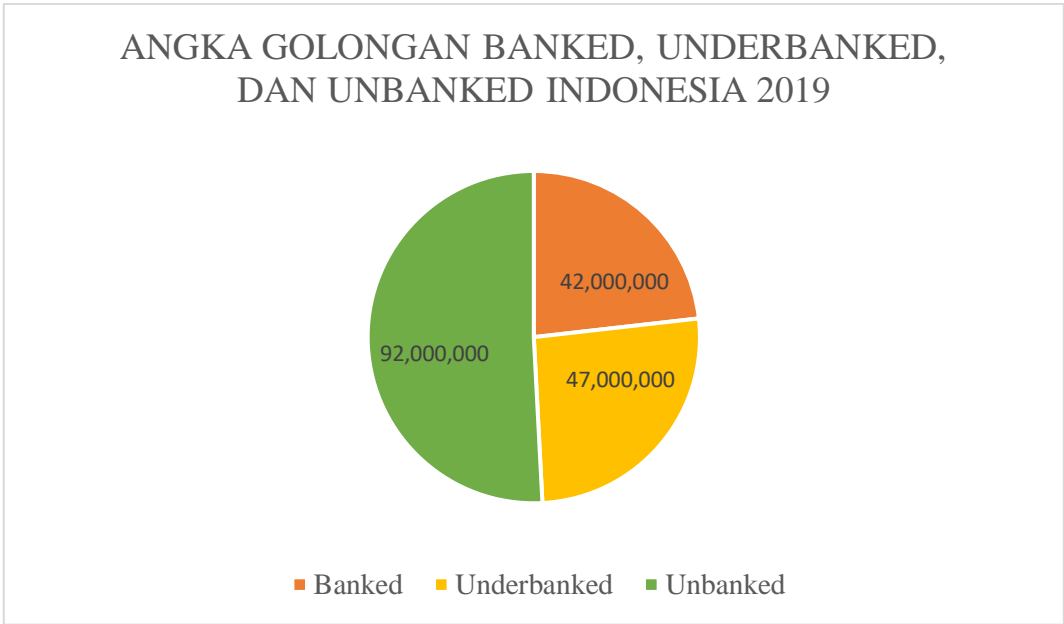


Sumber: Global Financial Development Report, 2014

**Gambar 1. 1 Klasifikasi Financial Exclusion**

Menurut Global Financial Development Report (2014) yang ditunjukkan pada gambar 1.1., terdapat dua bentuk non-pengguna atau seseorang yang tergolong dalam eksklusi keuangan (*financial exclusion*) yaitu *voluntary exclusion* dan *involuntary exclusion*. *Involuntary exclusion* ini merupakan golongan seseorang yang tidak

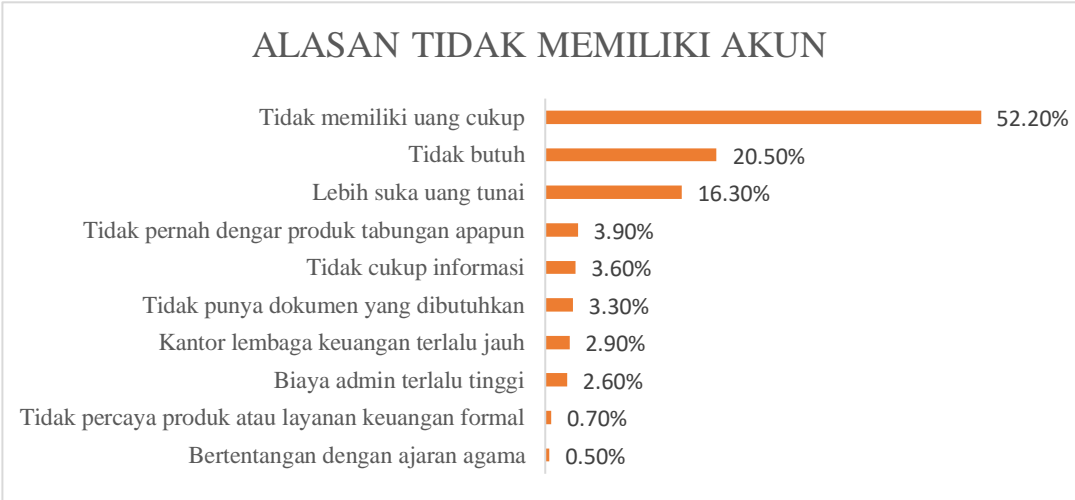
terinklusi secara keuangan bukan karena keinginan dari dalam diri seseorang seperti karena penghasilan yang sedikit, kurangnya informasi mengenai produk – produk keuangan, dll. Sedangkan, *voluntary exclusion* merupakan bentuk tidak terinklusi yang berasal dari diri sendiri seperti tidak membutuhkannya layanan keuangan dan terdapat alasan kultural atau keagamaan untuk tidak menggunakannya, serta akses secara tidak langsung (menggunakan dengan rekening orang lain). Baik golongan *voluntary exclusion* maupun *involuntary exclusion* kemungkinan dapat disebabkan karena kurangnya literasi yang dapat membuat mereka merasa tidak butuh layanan keuangan tersebut, menggunakan rekening orang lain, kurangnya informasi, diskriminasi dari lingkungan sekitar. Golongan yang tidak terinklusi keuangan inilah yang dapat menghambat pertumbuhan angka inklusi keuangan dan juga dapat menghambat perekonomian negara, serta akan menjadi semakin sulit untuk memberantas kemiskinan. Selain itu, untuk meningkatkan angka inklusi keuangan tersebut dibutuhkan adanya pendaftaran kepemilikan rekening.



Sumber: e-Conomy SEA, 2019

**Gambar 1. 2 Angka Golongan Banked, Underbanked, dan Unbanked di  
Indonesia 2019**

Negara Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di Indonesia yang memiliki lebih 17.000 pulau dengan Pulau Kalimantan, Pulau Jawa, Pulau Sumatera, Pulau Sulawesi, dan Pulau Papua merupakan pulau utama di Indonesia. Berdasarkan laporan e-Conomy SEA 2019 (2019) yang terlihat pada gambar 1.2. menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia masih memiliki keterbatasan atau bahkan tidak mendapatkan akses sama sekali terhadap produk dan layanan keuangan. Hal tersebut ditunjukkan oleh angka sebesar 92 juta jiwa (50,82%) tergolong *unbanked* dan 47 juta jiwa (25,96%) tergolong *underbanked*, sisanya yang tergolong *banked* sebesar 42 juta jiwa (23,22%). Hal tersebut mengindikasikan bahwa akses terhadap bank, kredit, investasi, dan asuransi di Indonesia belum tersebar secara luas dan masih terbatas bagi golongan *unbanked*. Terlebih pula akses selain bank (kredit, investasi, asuransi) yang masih terbatas di Indonesia bagi golongan *underbanked* dimana golongan tersebut hanya memiliki akses terhadap rekening bank. Tidak hanya golongan *unbanked* yang dapat menghambat inklusi keuangan, golongan *underbanked* ini juga menjadi sebuah tantangan dan harus diperhatikan karena mereka yang bisa saja memiliki akses produk non-bank namun, memilih untuk tidak menggunakannya atau tidak dapat menggunakannya karena terbatasnya akses ke layanan keuangan lainnya karena suatu alasan seperti terbatasnya riwayat kredit.



Sumber: Survei Tracker Financial Inclusion Insight Indonesia, Maret-Mei 2019

### **Gambar 1. 3 Alasan Tidak Memiliki Akun Rekening**

Berdasarkan hasil survei Financial Inclusion Insight Indonesia dalam Strategi Nasional Keuangan Inklusif (2018), pada gambar 1.3. alasan tidak memiliki rekening, sebagian besar (52,20%) tidak memiliki cukup uang untuk memiliki sebuah akun di bank. Artinya adanya kemungkinan minimnya uang yang dimiliki untuk menyimpan di rekening karena uang tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sehingga tidak mencukupi untuk ditabung atau disimpan di bank. Terlebih beberapa bank pada umumnya memiliki minimal saldo untuk disetor pada setoran pertama. Selain itu, dapat dikarenakan belum adanya produk dan layanan keuangan yang terjangkau untuk golongan yang berpendapatan rendah. Sehingga mereka menyimpan uang yang dimiliki secara tradisional seperti menyimpan di bawah tempat tidur, di lemari, dll. sehingga mengakibatkan kecenderungan untuk tidak digunakannya layanan keuangan seperti tabungan.

Sebesar 20,50% tidak membutuhkan rekening yang kemungkinan disebabkan karena salah satu anggota keluarganya sudah memiliki akun atau tidak sesuai dengan kebutuhannya. Kemudian 16,30% lebih menyukai uang tunai untuk melakukan transaksi. Hal tersebut kemungkinan juga dapat menyebabkan tidak digunakannya produk dan layanan keuangan tersebut

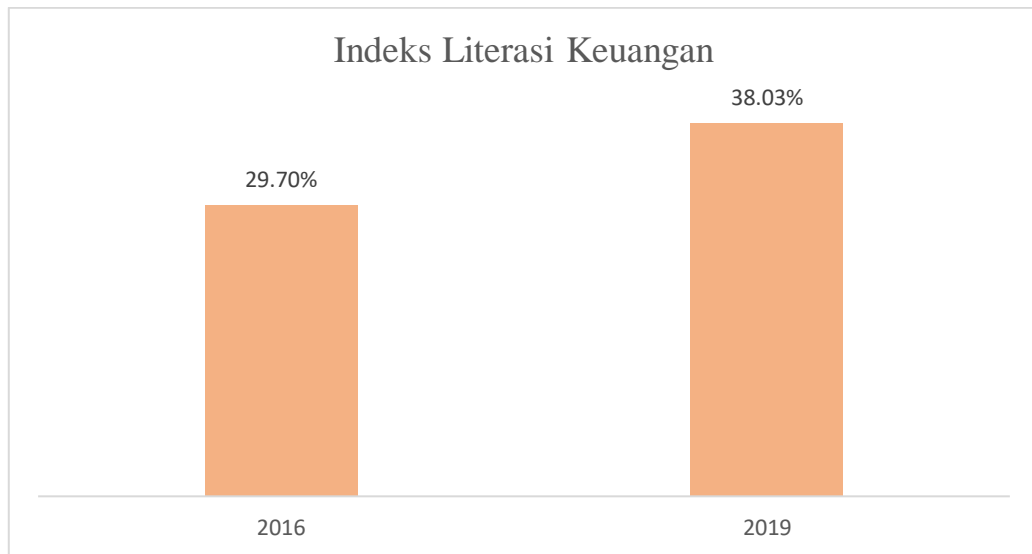
Menurut World Bank (2018), inklusi keuangan (*financial inclusion*) berarti adanya akses yang mudah dijangkau untuk menggunakan segala produk dan layanan keuangan berupa transaksi, pembayaran, tabungan, kredit, dan asuransi. Untuk meningkatkan angka inklusi keuangan dilakukan dengan adanya konversi dari yang tidak memiliki rekening menjadi terdaftar dalam memiliki rekening (Strategi Nasional Keuangan Inklusif, 2018). Dengan adanya kepemilikan rekening maka, dapat mengakses serta menggunakan produk dan layanan keuangan untuk dapat melakukan berbagai transaksi.

Adanya rekening ini terdapat manfaat yang dirasakan seperti adanya kemudahan dalam bertransaksi (mengirim dan menerima uang), mengajukan kredit untuk

mengembangkan usaha dan investasi, membangun ketahanan keuangan (Strategi Nasional Keuangan Inklusif, 2017). Manfaat tersebut dapat berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat. Peningkatan pada angka inklusi keuangan berpengaruh juga terhadap ekonomi negara karena dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mengurangi kesenjangan sosial, dan kemiskinan.

Menurut Bank Indonesia, inklusi keuangan ini memiliki manfaat bagi masyarakat, pemerintah, pihak swasta, dan pihak – pihak terkait yaitu dapat meningkatkan efisiensi ekonomi, mendukung stabilitas sistem keuangan, mengurangi *shadow banking*, mendukung pendalaman pasar keuangan, memberikan potensi pasar baru bagi perbankan, mendukung peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (*Human Development Index*), berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan local, dan mengurangi kesenjangan sosial yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sehingga dapat menurunkan tingkat kemiskinan.

Alasan tidak memiliki akun yang lainnya adalah tidak pernah mendengar produk tabungan apapun, tidak cukup informasi, dan tidak percaya produk atau layanan keuangan, dimana alasan-alasan tersebut berhubungan dengan literasi masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan. Artinya, masyarakat Indonesia belum semuanya memiliki literasi dan pengetahuan seputar keuangan yang baik. Alasan-alasan yang terdapat pada gambar 1.3. tersebut dapat menghambat upaya untuk meningkatkan inklusi keuangan.



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2019

**Gambar 1. 4 Indeks Literasi Keuangan Indonesia 2016 dan 2019**

Sebelumnya, Otoritas Jasa Keuangan (2013) mengelompokkan 4 tingkat literasi keuangan di Indonesia yang terdiri dari *well-literate*, *sufficient-literate*, *less-literate*, *not-literate* (ojk.go.id). Kurangnya literasi masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan tergambar pada indeks literasi keuangan Indonesia pada tahun 2019 yang didasarkan pada survei Otoritas Jasa Keuangan 2019 menunjukkan angka sebesar 38,03%. Angka yang tercatat pada indeks literasi keuangan tersebut merupakan golongan *well-literate*. Golongan *well-literate* merupakan masyarakat yang benar-benar memiliki pemahaman dan keyakinan mengenai lembaga keuangan, karakteristik produk dan layanan keuangan seperti fitur, manfaat, risiko, hak dan kewajiban, serta memiliki keterampilan dalam menggunakannya.

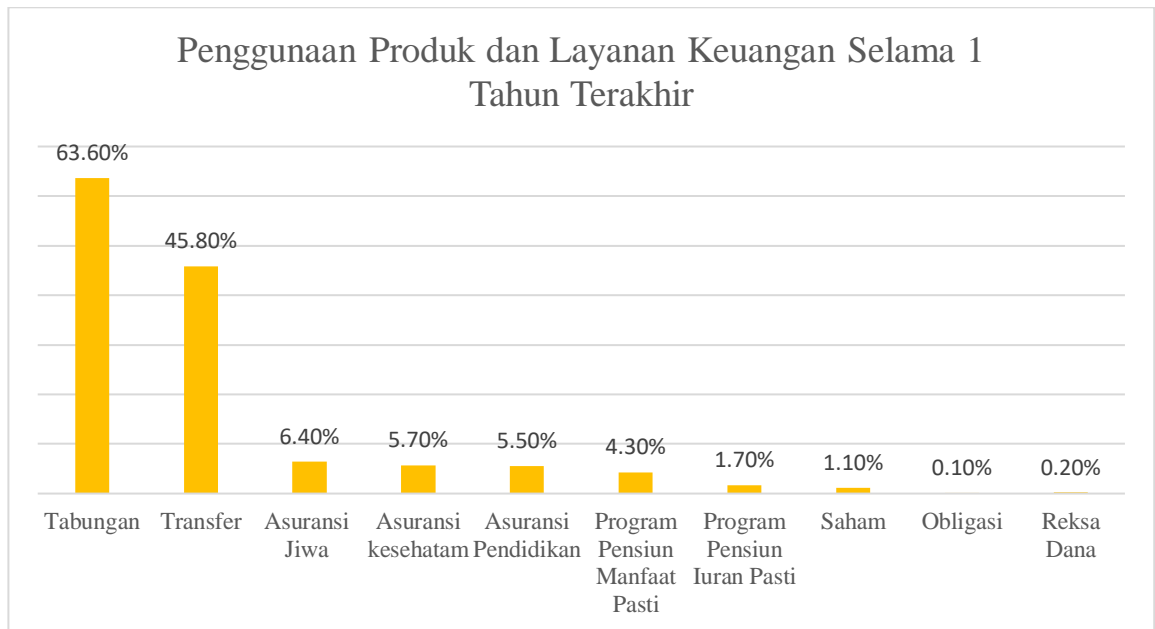
Angka pada indeks literasi keuangan tersebut mengindikasikan bahwa setiap 100 orang, hanya sekitar 38 orang yang tergolong *well-literate* di Indonesia. Artinya, belum semua masyarakat Indonesia benar – benar terliterasi secara keuangan dengan baik. Oleh karena itu, dengan adanya literasi keuangan, golongan *sufficient literate*, *less literate*, dan *not literate* tersebut dapat didorong dan ditingkatkan agar menjadi

terliterasi keuangan dengan baik. Selain itu dapat meningkatkan penggunaan produk dan layanan keuangan.

Menurut Global Financial Development Report (2014), literasi keuangan memiliki peran penting, dimana literasi keuangan berperan untuk meningkatkan kesadaran dan permintaan seseorang. Kurangnya literasi keuangan dapat membuat kurangnya kesadaran akan produk atau layanan keuangan sehingga dapat memicu kurangnya permintaan seseorang akan layanan keuangan. Hal tersebut juga didukung dengan pernyataan dari Cole et al., (2009) dimana kurangnya mengenal produk dan layanan keuangan dapat menyebabkan permintaan layanan keuangan tersebut menjadi terhambat. Jika seseorang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik maka, seseorang dapat menggunakan produk dan layanan keuangan dengan optimal dan dapat merencanakan keuangan dengan baik sehingga keputusan keuangan yang dibuat menjadi lebih tepat (Bongomin et al., 2017). Selain itu, adanya literasi keuangan dapat menghindari menggunakan produk atau layanan keuangan yang ilegal dan dapat memicu permintaan terhadap produk dan layanan keuangan yang legal atau resmi. Semakin banyak masyarakat yang terliterasi keuangan dengan baik maka semakin banyak pula masyarakat sadar akan produk dan layanan keuangan sehingga semakin banyak masyarakat yang menggunakan produk dan layanan keuangan tersebut. Oleh karena itu, faktor literasi keuangan diduga dapat mempengaruhi faktor inklusi keuangan.

Selain itu, untuk dapat menggunakan produk dan layanan keuangan, dibutuhkan keyakinan dari diri sendiri atas kemampuannya yang disebut efikasi diri (*self-efficacy*). Menurut Bandura (1978), efikasi diri adalah adanya keyakinan dari seseorang atas kemampuannya dalam mengatur dan melakukan suatu tindakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Jika diaplikasikan dalam konteks keuangan maka, efikasi diri pada keuangan adalah adanya keyakinan diri pada kemampuannya dalam menggunakan produk dan layanan keuangan untuk mencapai tujuan keuangan yang diinginkan. Menurut Lown (2011), seseorang yang memiliki efikasi diri yang tinggi maka akan dapat menampilkan kinerja yang terbaik. Jika seseorang memiliki kepercayaan diri

mengenai keterampilan dalam menggunakan produk dan layanan keuangan maka besar kemungkinannya dapat menggunakannya dan memecahkan masalah keuangan dengan baik sehingga dapat terhindar dari risiko yang merugikan. Penggunaan produk dan layanan keuangan juga disebabkan adanya perilaku konsumen yang sebagian besar dipengaruhi oleh adanya perasaan efikasi diri dimana adanya kepercayaan diri untuk mampu menghadapi situasi tanpa merasa kewalahan (Hira (2010) dalam Lown (2011)).



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2017

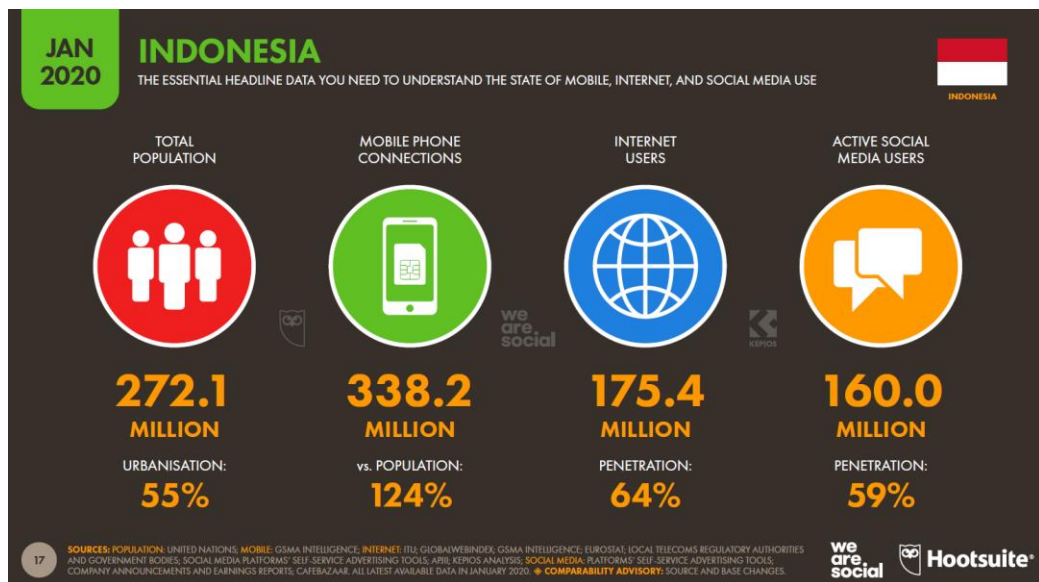
**Gambar 1.5 Penggunaan Produk dan Layanan Keuangan Selama 1 Tahun Terakhir**

Penggunaan layanan transfer belum mencapai 50% yang artinya sebagian besar masyarakat Indonesia belum memiliki keyakinan diri dalam menggunakan produk tersebut. Tidak hanya layanan transfer, penggunaan produk asuransi, program pensiun, dan produk pasar modal juga rendah dengan angka yang tidak mencapai 10% bahkan ada yang dibawah 5%. Ketika menggunakan produk dan layanan keuangan, pastinya terdapat masalah yang muncul. Masalah-masalah yang bisa muncul dalam menggunakan produk dan layanan keuangan tersebut adalah rumit, risiko salah



transfer, risiko gagal bayar, inflasi, ataupun tidak dapat mengelola keuangan di produk tersebut.

Adanya permasalahan tersebut, seseorang yang memiliki efikasi diri pada keuangan yang rendah cenderung menghindari masalah jika ia merasa tidak yakin akan kemampuannya (Bandura, 1978). Hal inilah yang dapat berdampak pada keyakinan diri terhadap kemampuan dalam menggunakan produk dan layanan keuangan yang dapat berpengaruh juga terhadap penggunaan produk dan layanan keuangan. Oleh karena itu efikasi diri pada keuangan diduga dapat mempengaruhi inklusi keuangan pada penggunaan layanan keuangan.



Sumber: We Are Social & Hootsuite, 2020

### Gambar 1. 6 Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2020

Pada zaman sekarang, kita telah hidup dimana teknologi informasi dan komunikasi atau ICT sudah berkembang dengan pesat dan cepat. Perkembangan ICT ini juga mempengaruhi kehidupan sehari-hari bahkan bisnis dimana kehidupan kita sebagian besar didukung oleh teknologi seperti bertukar pesan melalui *whatsapp*, *Line*, *email*, mencari informasi di platform berita, dan sebagainya. Hal tersebut ditunjukkan pada gambar 1.6 dimana dengan jumlah penduduk Indonesia per Januari 2020 sebesar 272,1 juta, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta atau 64%. Jumlah ini

meningkat 17% atau bertambah 25 juta dari tahun 2019. Selain itu, tercatat jumlah jaringannya internet yang terkoneksi melalui ponsel mencapai 338,2 juta (We Are Social & Hootsuite, 2020).

Banyaknya jumlah pengguna internet ini dapat membantu masalah terkait inklusi keuangan tersebut. Ditengah perkembangan ICT yang sangat pesat dan cepat, pelaku bisnis juga harus menyesuaikan bisnisnya agar tidak tertinggal zaman. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat ini juga dapat memunculkan juga peluang bisnis baru yaitu, bisnis berbasis online yang diakses dengan koneksi internet. Salah satunya adalah layanan keuangan yang menjadi berbasis digital yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun melalui ponsel yang dinamakan teknologi finansial (*Financial Technology*). Teknologi finansial atau disingkat dengan tekfin didefinisikan sebagai kombinasi atau penggabungan dari layanan keuangan dengan teknologi modern dan inovatif yang diluncurkan oleh perusahaan (Dorfleitner et al., 2017).

Kehadiran teknologi finansial ini juga dapat mempermudah perluasan akses dan penggunaan produk dan layanan keuangan, sehingga untuk mengaksesnya cukup dengan jaringan internet. Selain itu, tekfin juga dapat mendukung pencapaian salah satu Master Plan Sektor Jasa Keuangan 2020-2024 yaitu, percepatan pengembangan ekosistem sektor jasa keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2020). Tekfin dinilai mudah digunakan, sederhana, efisien, dan juga sering memberikan promo bagi pengguna *fintech* (Daily Social, 2018). Proses registrasi untuk memiliki akun pada salah satu tekfin sendiri pada umumnya sederhana dan tidak memerlukan banyak dokumen, biasanya hanya memerlukan KTP. Selain itu, proses registrasi kepemilikan akun tekfin dapat dilakukan secara *online* sehingga tidak perlu lagi untuk pergi ke bank atau Lembaga keuangan. Oleh karena itu, tekfin dapat menjadi solusi bagi masyarakat yang kesulitan mendapatkan akses pada layanan keuangan, kurang terliterasi keuangan, dan kurang yakin akan kemampuan untuk menggunakan produk dan layanan keuangan sehingga dapat membantu untuk mendongkrak inklusi keuangan Indonesia.

# Indonesia Fintech Map

Powered by: **FINTECH SINGAPORE**  
fintechnews.sg

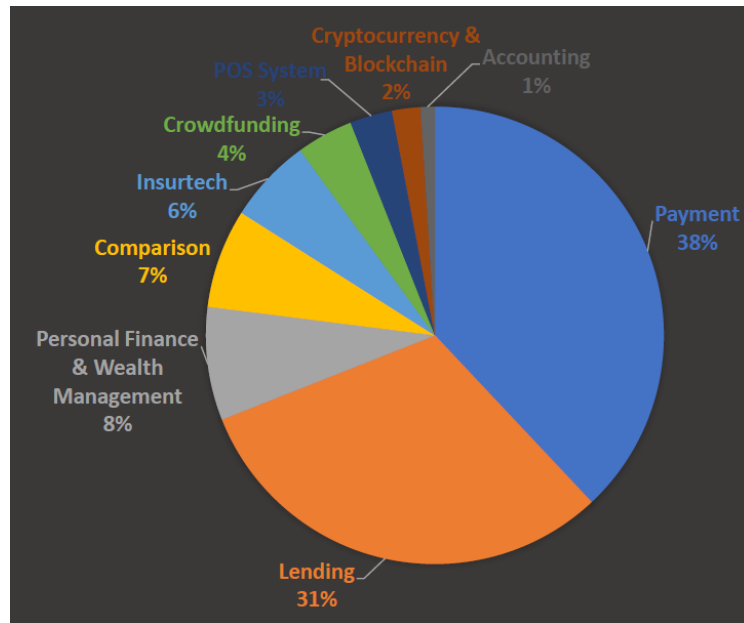


Sumber: Fintechnews, 2018

**Gambar 1.7 Jenis Teknologi Finansial di Indonesia**

Menurut Fintechnews (2018), *Financial Technology* di Indonesia sendiri terbagi menjadi beberapa kategori seperti yang diperlihatkan di gambar 1.7. Pertama, kategori pembayaran (*payment*) yang merupakan instrument pembayaran melalui platform digital seperti GoPay, OVO, Doku, dll. Kedua, kategori pinjaman (*lending*) dimana sebuah platform layanan pinjaman yang mempertemukan antara pemberi pinjaman dengan peminjam, contoh di Indonesia adalah Investree, KoinWorks, Modalku, dll. Kemudian, terdapat kategori manajemen keuangan dan kekayaan pribadi (*personal finance & wealth management*) yang merupakan layanan untuk membantu perencanaan dan mengelola keuangan untuk mencapai tujuan keuangan seperti Bareksa, Finansialku, Stockbit, dll. Kategori *Comparison* atau *Market Aggregator* adalah platform yang mengumpulkan informasi yang akan disajikan kepada pengguna sebagai bahan perbandingan produk keuangan untuk membuat keputusan keuangan seperti Cekaja, Atur Duit, dll. Adapun kolaborasi antara layanan asuransi dengan teknologi yang dinamakan *Insurtech* seperti Asuransiku, Cermati, dll. Kategori lainnya adalah *crowdfunding* dimana merupakan sebuah platform untuk mendapatkan dana dari sejumlah orang seperti Kitabisa.com. Selain itu, terdapat *software* atau aplikasi

yang dapat mendukung transaksi jual beli yang dinamakan *Point of Sales* seperti Moka, Pawoon, dll. Kategori *Financial Technology* lainnya adalah *Crypto & Blockchain* yang merupakan platform bitcoin yang di Indonesia sendiri contohnya Pundi. Kategori terakhir adalah *Accounting* yang berguna untuk mendukung pencatatan akuntansi secara online.



Sumber: Fintechnews, 2018

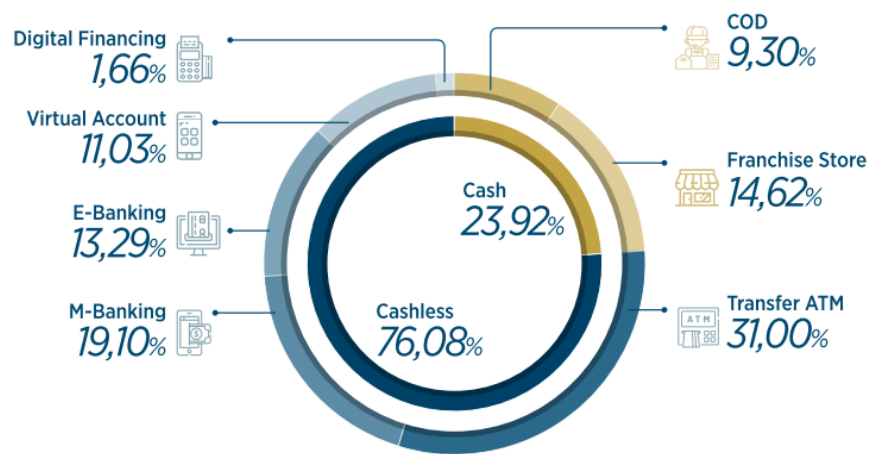
**Gambar 1. 8 Persentase Distribusi Fintech Di Indonesia**

Berdasarkan data dari Fintechnews (2018) pada gambar 1.8 ini, terlihat bahwa kategori teknologi finansial di Indonesia yang memiliki distribusi terbesar adalah kategori sistem pembayaran dengan angka yang mencapai 38%. Artinya, kategori ini merupakan teknologi finansial yang paling populer di Indonesia. Kategori sistem pembayaran ini sering dikenal sebagai pembayaran seluler (*mobile payment*) yang kerap dapat digunakan melalui ponsel dengan jaringan internet. Kategori ini yang dapat menjadi solusi masyarakat yang belum mendapatkan akses untuk menggunakan produk dan layanan keuangan. Selain itu, dalam pembayaran seluler ini juga terdapat fitur yang mirip dengan ATM maupun *m-banking* seperti dapat mengirimkan uang ke pengguna lain, membayar, dan menerima uang hanya dengan ponsel dan koneksi internet

sehingga, kita tidak perlu lagi pergi ke ATM dan mengantri untuk mentransfer uang. Pembayaran seluler ini juga mengurangi resiko kehilangan uang tunai yang dipegang atau dibawa. Adanya pembayaran seluler ini dapat mempermudah masyarakat ketika melakukan transaksi baik *online* maupun *offline*.

## PAYMENT METHODS

Classified into cash and cashless method.



Sumber: Katadata Insight Center, 2018

**Gambar 1. 9 Persentase Metode Pembayaran E-Commerce di Indonesia**

Pada gambar 1.9 diatas ini, metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce* sebagian besar (76,08%) dilakukan dengan non tunai (*cashless*). Metode non tunai ini terbagi menjadi beberapa metode pembayaran non tunai, salah satunya adalah metode pembayaran digital (*digital financing*). Penggunaan metode pembayaran dalam transaksi *e-commerce* dengan pembayaran seluler ini hanya mencapai 1,66% meskipun kategori pembayaran seluler ini memiliki distribusi teknologi finansial yang terbesar (Fintechnews, 2018; Katadata Insight Center, 2018). Dari hasil survei tersebut, mengindikasikan bahwa masyarakat masih bergantung pada pembayaran konvensional atau dengan bank. Hal tersebut kemungkinan dapat disebabkan karena kurang literasi

mengenai tekfin, kurang familiar, dan kurang kepercayaan diri akan kemampuannya dengan menggunakan tekfin pembayaran sebagai sarana pembayaran transaksi *online*.

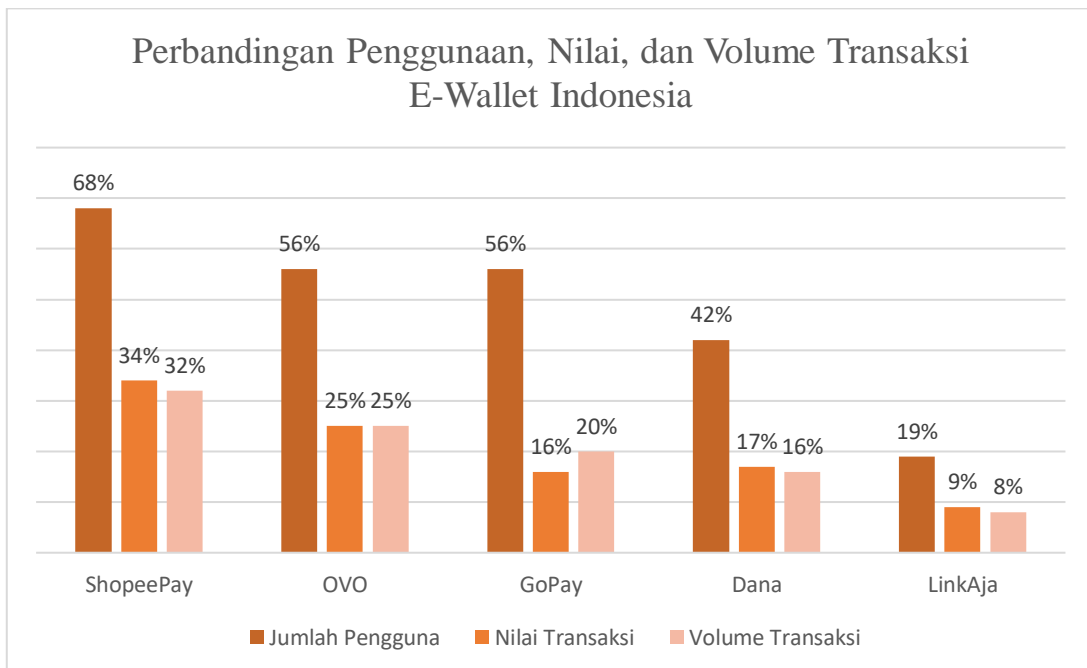
Shopee merupakan salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia yang mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2015. Shopee ini telah menghubungkan beberapa penjual yang menjual berbagai macam produknya dengan pembeli. Hingga per kuartal 2 tahun 2020, tercatat terdapat 260 juta transaksi di Shopee dengan rata-rata transaksi perharinya 2,8 juta transaksi. Angka ini naik 130% dibandingkan periode yang sama tahun lalu (Detik.net, 2020). Selain itu, menurut data dari iPrice (2020), Shopee tercatat memiliki jumlah pengunjung web bulanan terbanyak per kuartal 3 2020.

Shopee sendiri juga terdapat layanan Shopee Mall dimana berisikan toko dengan merek atau *brand* ternama seperti Unilever, Asus, dll. sehingga masyarakat dapat belanja barang orisinal dari rumah hanya dengan ponsel atau perangkat yang berkoneksi internet. Pada tahun 2018 lalu, untuk mempermudah transaksi pembayaran dan mendorong inklusi keuangan, Shopee meluncurkan fitur pembayaran seluler Shopee Pay yang merupakan fitur layanan dompet dan uang elektronik yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran di aplikasi Shopee dan juga di gerai *offline* (AFTECH Indonesia, n.d.).

Adanya regulasi pemerintah Indonesia yang menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), mengharuskan untuk membatasi mobilitas di luar rumah untuk memutus rantai penyebaran virus. Akibatnya kegiatan belanja beralih menjadi belanja *online* serta metode pembayaran dianjurkan dengan menggunakan metode non tunai disaat kondisi pandemi CoVid-19. Shopee adalah salah satu situs untuk berbelanja secara online dan sekaligus dapat membayar dengan metode pembayaran Shopee Pay yang ada pada situs Shopee. Terdapat beberapa keunggulan yang dapat dirasakan jika menggunakan Shopee Pay di Shopee dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya yaitu, lebih banyak voucher gratis ongkir, mendapatkan *cashback*, proses *check out* menjadi lebih cepat dimana jika menggunakan ShopeePay ini proses *check out* menjadi 1 tahap lebih cepat. Menurut survei dari Markplus (2020), keunggulan –

keunggulan dari Shopee Pay ini membuat Shopee Pay dinilai paling mempermudah urusan belanja *online*.

Selain itu, Shopee Pay ini dapat digunakan untuk membayar tagihan seperti tagihan listrik, pulsa, tiket pesawat, dll. di situs Shopee tersebut. Shopee Pay tidak hanya digunakan untuk membayar transaksi di dalam situs Shopee tersebut melainkan, layanan Shopee Pay ini juga dapat digunakan sebagai alat pembayaran ketika belanja di berbagai gerai *offline* (Kopi Kenangan, Janji Jiwa, dll.). Kemudian, diluncurkannya Shopee PayLater yang merupakan fasilitas kredit dari Shopee untuk memberikan kredit belanja di Shopee. Besaran bunga Shopee PayLater sendiri sebesar 2,9%. Maka, fitur Shoppe Pay ini dapat terbilang cukup lengkap karena tidak hanya digunakan sebagai alat pembayaran namun, terdapat fitur kredit dan juga dapat sekaligus digunakan untuk bayar belanja online di Shopee dan bayar jajan di gerai offline. Oleh karena itu Shopee Pay ini dapat menjadi salah satu solusi untuk mempermudah akses ke layanan keuangan dimana karena masyarakat dapat mengakses aplikasi tersebut melalui ponsel dengan koneksi internet.



Sumber: Snapcart, 2020

### **Gambar 1. 10 Perbandingan Nilai dan Volume Transaksi E-Wallet di Indonesia**

Berdasarkan riset Snapcart (2020) yang dilakukan pada bulan Juni sampai Agustus 2020 dengan 1000 responden, Shopee Pay tercatat 68% jumlah pengguna dan angka tersebut mengungguli jumlah pengguna OVO dan GoPay. Selain itu, nilai transaksi dan volume transaksi ShopeePay juga mengungguli OVO dan GoPay. Diperkuat oleh survey MarkPlus dengan 502 responden dan periode yang sama selama bulan Juni sampai Agustus 2020 menunjukkan Shopee Pay memiliki jumlah transaksi terbanyak sebesar 26% diikuti dengan OVO sebesar 24%, GoPay 23%. Nilai transaksi Shopee Pay juga unggul sebesar 29% dari total dompet digital yang disusul oleh OVO sebesar 24%, GoPay dan Dana sebesar 19% (Kata Data, 2020).

Adanya pencapaian dari Shopee yang memiliki jumlah pengguna web bulanan terbanyak (iPrice, 2020) dan adanya fitur pembayaran Shopee Pay yang diluncurkan oleh Shopee juga tercatat unggul dalam jumlah pengguna dan nilai transaksi dibandingkan pembayaran seluler lainnya membuat Shopee Pay menjadi objek yang menarik untuk penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan Shopee Pay dapat digunakan untuk membayar segala jenis pembayaran seperti untuk belanja online di Shopee, bayar tagihan, dan juga bayar jajanan di gerai.

Untuk menggunakan layanan keuangan yang salah satunya adalah penggunaan pembayaran seluler (*mobile payment*), adanya faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan layanan keuangan tersebut seperti literasi keuangan (*financial literacy*) dimana jika masyarakat terliterasi secara keuangan maka akan dapat meningkatkan kesadaran atas produk dan layanan keuangan sehingga dapat memicu penggunaan. Selain itu, untuk menggunakan layanan keuangan juga terdapat perasaan keyakinan dari dalam dirinya yang disebut efikasi diri pada keuangan (*financial self – efficacy*).

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh literasi keuangan (*financial literacy*) dan efikasi diri pada



keuangan (*financial self-efficacy*) terhadap inklusi keuangan (*financial inclusion*) pada penggunaan layanan pembayaran seluler Shopee Pay di Jabodetabek.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti ingin mengetahui pengaruh literasi keuangan dan efikasi diri pada keuangan terhadap inklusi keuangan pada penggunaan layanan pembayaran seluler Shopee Pay. Faktor-faktor yang diteliti lebih lanjut dituangkan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut:

“Apakah literasi keuangan dan efikasi diri pada keuangan berpengaruh positif terhadap inklusi keuangan pada penggunaan layanan Shopee Pay di Jabodetabek?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh positif dari literasi keuangan dan efikasi diri pada keuangan terhadap inklusi keuangan pada penggunaan layanan Shopee Pay di Jabodetabek.

## **1.4 Batasan Masalah**

Berikut adalah batasan-batasan yang ditetapkan oleh peneliti agar penelitian ini tidak melenceng dari tujuan penelitian:

1. Kriteria responden penelitian adalah yang yang berumur minimal 17 tahun karena salah satu dokumen untuk mendaftarkan kepemilikan akun Shopee Pay adalah memiliki KTP dimana untuk memiliki KTP, seseorang harus minimal berusia 17 tahun. Responden juga berdomisili di Jabodetabek karena menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2020), jumlah pengguna internet terbesar berada di Pulau Jawa bagian barat yaitu Provinsi Jawa Barat ditambah dengan Provinsi DKI Jakarta dan Provinsi Banten.
2. Responden penelitian harus memenuhi kriteria *screening* dimana responden merupakan responden yang mengetahui Shopee Pay, pengguna layanan *mobile*

*payment* Shopee Pay, dan pernah menggunakan Shopee Pay karena dari pengguna yang telah menggunakan Shopee Pay agar jawaban yang diberikan akurat dan tepat.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penulis menetapkan manfaat penelitian yang disalurkan kepada pembaca dengan penjabaran sebagai berikut:

### **1.5.1 Manfaat Praktis**

Penulis berharap hasil penelitian tersebut dapat memberi masukan kepada institusi keuangan, perusahaan yang bergerak dibidang teknologi finansial khususnya kategori pembayaran, Bank Indonesia, dan pemerintah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan inklusi keuangan dan bentuk inklusi keuangan yang efektif di Indonesia sehingga dapat menjadi terfokus untuk meningkatkan kesetaraan dan kesejahteraan masyarakat.

### **1.5.2 Manfaat Akademis**

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan referensi untuk peneliti lain untuk melakukan penelitian mengenai inklusi keuangan di kemudian hari. Selain itu, peneliti berharap penelitian ini juga dapat menambah wawasan pembaca.