

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Salah satu tanda modernisasi masyarakat dunia, termasuk Indonesia adalah adanya perkembangan alat pembayaran yang semakin pesat dan maju. Awalnya sistem barter antar barang yang diperjual belikan adalah alat pembayaran yang lazim digunakan di era pra-modern. Adanya berbagai kesulitan dengan sistem barter mendorong munculnya satuan tertentu yang memiliki nilai pembayaran, yang dikenal dengan istilah uang. Hingga saat ini uang menjadi salah satu alat pembayaran utama yang berlaku dimasyarakat (Barus, 2017:13).

Kehidupan masyarakat yang semakin cepat berubah menuntut adanya mekanisme transaksi dan pembayaran yang cepat, aman, dan efisien. Untuk itu, Perbankan harus merespon dinamika kehidupan masyarakat ini melalui penguatan infrastruktur dan peningkatan kualitas sistem dengan bertopang pada kemajuan teknologi informasi. Uang tunai tetap menjadi prioritas dalam setiap kegiatan transaksi pembayaran, namun saat ini instrumen pembayaran *paper based*, *card based*, dan *electronic based* semakin marak dan menjadi pilihan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi. Adanya pergeseran penggunaan *paper based instrument* seperti cek dan *bilyet giro* ke *card based* dan *electronic based instrument*, tampak dari semakin terbiasanya masyarakat menggunakan alat pembayaran seperti kartu kredit, kartu ATM/debit, transfer elektronik melalui kliring dan *Real Time Gross Settlement (RTGS)*, *Scriptless Securities Settlement System (S4)*, uang elektronik baik yang berbentuk kartu *card based* maupun *server based*, pembayaran melalui saluran *internet banking mobile payment* dan

fitur-fitur turunan lainnya (Latumaerissa, 2011:23).

Sistem pembayaran non tunai di Indonesia sudah disosialisasikan sejak tahun 2007, akan tetapi baru saja diperbincangkan di masyarakat sejak muncul Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tahun 2014. GNNT adalah gerakan yang digalangkan oleh Bank Indonesia bekerja sama dengan bank swasta maupun Badan Usaha Milik Negara (BUMN), perusahaan telekomunikasi, dan perusahaan lain yang mendukung gerakan ini, untuk mensosialisasikan sistem pembayaran non tunai dalam rangka menciptakan *less cash society* (LCS). Agar gerakan ini berjalan dengan baik maka Bank Indonesia berusaha menciptakan pola pikir di masyarakat bahwa berjalannya sistem pembayaran non tunai mengindikasikan masyarakat yang sudah modern (Barus, 2017:25).

Dalam mendukung terciptanya *less cash society* serta mendorong dan memperluas jangkauan penggunaan transaksi *non-tunai* khususnya transaksi pembayaran berbasis elektronik (*e-money*), Bank Indonesia memberikan izin penerbitan uang elektronik secara terbuka, tidak hanya terbatas pada lembaga perbankan saja, melainkan lembaga selain bank (LSB) diantaranya lembaga perusahaan telekomunikasi (yang didominasi oleh perusahaan operator selular). Sampai bulan September 2018, terdapat 5 instansi yang memiliki izin Bank Indonesia untuk melakukan penerbitan uang elektronik.

**Tabel 1.1**  
**Perusahaan Telekomunikasi di Indonesia**

| <b>No.</b> | <b>Perusahaan Telekomunikasi</b> | <b>Layanan <i>e-money</i></b> |
|------------|----------------------------------|-------------------------------|
| 1.         | PT. Telekomunikasi Indonesia     | Delima                        |
| 2.         | PT. Telekomunikasi Selular       | LinkAja                       |
| 3.         | PT. Indosat                      | Dometku                       |
| 4.         | PT. XL Axiata                    | XL Tunai                      |
| 5.         | PT Smartfren                     | Uangku                        |

*Sumber: Bank Indonesia, 2020*

Beberapa perusahaan yang menawarkan layanan *e-money*, perusahaan berbasis telekomunikasi yaitu operator selular yang menarik perhatian peneliti, khususnya PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel) yang merupakan pelopor pengembangan layanan uang elektronik di bidang operator selular di Indonesia dan telah mendapatkan izin operasionalisasi penerbitan layanan uang elektronik dari Bank Indonesia pada 3 Juli 2009. Berdasarkan *GSMA Intelligence* hingga kuartal ketiga 2015, PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel) ditetapkan sebagai operator selular paling dominan di Indonesia dengan menguasai pangsa pasar sebesar 45%, dengan jumlah pengguna yang mencapai 157 juta pelanggan, jaringan distribusi yang tersebar di lebih dari 400.000 outlet, dan memiliki jangkauan hingga ke pelosok yang mencakup 95% wilayah populasi Indonesia salah satunya Kota Kupang. Dengan akses yang luas dibandingkan dengan operator selular maupun lembaga penerbit uang elektronik lainnya, Telkomsel memiliki potensi besar untuk menjangkau berbagai tingkatan masyarakat di berbagai wilayah untuk menawarkan layanan uang elektronik melalui LinkAja. LinkAja sendiri dapat digunakan untuk berbagai transaksi seperti membayar tagihan, berbelanja *online*, transfer uang, dan banyak lainnya dengan hanya menggunakan ponsel.

Menurut Pratiwi dkk (2017:13), LinkAja merupakan salah satu bentuk *e-money* yang memungkinkan pengguna tersebut melakukan kegiatan pembayaran atau pun transaksi tanpa harus menggunakan uang cash, dikarenakan LinkAja telah bekerjasama dengan berbagai pihak Merchants. Kerja sama tersebut akan mendatangkan banyak keuntungan bagi pengguna LinkAja, seperti akan mendapatkan beraneka ragam promosi/ discount, kemudahan dalam isi ulang,

serta kemudahan untuk bertransaksi dimanapun dan kapanpun.

Bisnis T-Cash pun berkembang pesat, mencakup berbagai kalangan masyarakat, baik yang tinggal di wilayah perkotaan, maupun di daerah terpencil dan belum tersentuh layanan perbankan (*unbanked segment*). Produk T-Cash ini hadir di Indonesia sebagai instrumen pembayaran non-tunai untuk transaksi dengan nominal kecil (*micropayment*). Telkomsel menyadari bahwa tren perkembangan transaksi kedepan adalah transaksi non-tunai (*cashless*) yang menawarkan kecepatan, kepraktisan dan sekaligus keamanan transaksi. Akan tetapi di tahun 2019 T-cash resmi berubah menjadi LinkAja. Hingga pertengahan tahun 2018, T-cash secara resmi mengumumkan perubahan nama menjadi LinkAja. Perubahan ini diresmikan mulai tanggal 21 Februari 2019. LinkAja adalah sebuah perusahaan BUMN *fintech* PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya). LinkAja tidak lagi sekadar *platform* pembayaran dan pembelian, LinkAja sudah menjadi ujung tombak untuk bersaing di sektor pembayaran digital saat ini.

Perkembangan *e-money* melalui inovasi teknologi informasi masih terus berlanjut hingga saat ini. Perkembangan *e-money* mampu menciptakan suatu *trendless cash society*, yaitu suatu perilaku masyarakat dengan menggunakan transaksi non tunai, dan dengan memanfaatkan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh alat transaksi elektronik tersebut (Bank Indonesia, 2017)

Mobile wallet adalah istilah dari penggunaan layanan transaksi dengan *electronic money (e-money)* dengan telepon genggam atau gadget lainnya yang bersifat *mobile*. Pelopor dari *mobile wallet* di Indonesia adalah Telkomsel yang bekerja sama dengan BNI dengan produk T-Cash. Telkomsel Cash (T-Cash) merupakan suatu inovasi baru dari telkomsel dalam berkontribusi dibidang

teknologi. T-Cash yaitu sebuah layanan uang elektronik dari Telkomsel yang berfungsi sebagai alat pembayaran dan transaksi lainnya melalui ponsel. T-Cash pertama kali diluncurkan pada tanggal 9 Januari 2007. Pada tanggal 15 Oktober 2015 layanan T-Cash telah diperbaharui dengan mengadopsi teknologi *Near Field Communication (NFC)* yang merupakan pengembangan metode pembayaran T-Cash pada merchant fisik, dengan menggunakan media stiker dan mesin *Electronic Data Capture (EDC)* yaitu T-Cash Tap. Produk Telkomsel Cash (T-Cash) adalah satu bentuk Digital Cash di Indonesia Telkomsel yang dapat digunakan pelanggan Telkomsel untuk melakukan transaksi pembelian dan pembayaran secara digital dengan menggunakan pin di *merchant* yang berlogo T-Cash. Dalam layanan ini, pelanggan bisa melakukan beragam transaksi mulai dari *cash in* (penukaran uang tunai menjadi uang elektronik), cek saldo terakhir, *purchase* (pembelian produk di *merchant* yang telah bekerja sama dengan Telkomsel), mengecek lima transaksi terakhir, ganti pin, reset pin, pengisian pulsa pin dan *unregist*. Menariknya perusahaan yang memperkenalkan produk ini bukanlah perusahaan perbankan yang selalu identik dengan urusan uang melainkan sebuah perusahaan telekomunikasi seluler yaitu Telkomsel. Dengan diluncurkannya T-Cash ini, lagi-lagi Telkomsel menjadi pionir dengan menghadirkan produk baru yang inovatif berupa aplikasi. T-Cash memberikan keuntungan yaitu kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian tanpa perlu membayar uang tunai, dapat melakukan berbagai macam pembayaran, maupun penarikan uang tunai pada *merchant* yang sudah bekerja sama dengan operator yang digunakan pengguna, dan keamanan terjaga karena adanya nomor PIN untuk otorisasi transaksi. Selain itu T-Cash dilengkapi dengan fitur transfer dan

pengambilan saldo menjadi uang tunai.

Bisnis T-Cash pun berkembang pesat, mencakup berbagai kalangan masyarakat, baik yang tinggal di wilayah perkotaan, maupun di daerah terpencil dan belum tersentuh layanan perbankan (*unbanked segment*). Produk T-Cash ini hadir di Indonesia sebagai instrumen pembayaran non-tunai untuk transaksi dengan nominal kecil (*micropayment*). Telkomsel menyadari bahwa tren perkembangan transaksi kedepan adalah transaksi non-tunai (*cashless*) yang menawarkan kecepatan, kepraktisan dan sekaligus keamanan transaksi. Akan tetapi di tahun 2019 T-cash resmi berubah menjadi LinkAja. Hingga pertengahan tahun 2018, T-cash secara resmi mengumumkan perubahan nama menjadi LinkAja. Perubahan ini diresmikan mulai tanggal 21 Februari 2019. LinkAja adalah sebuah perusahaan BUMN *fintech* PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya). LinkAja tidak lagi sekadar *platform* pembayaran dan pembelian, LinkAja sudah menjadi ujung tombak untuk bersaing di sektor pembayaran digital saat ini.

Di laman resmi yang dihadirkan T-cash, disebutkan tidak ada perubahan fitur berarti antara T-cash dan LinkAja. Pengguna *existing* T-cash tinggal memperbarui aplikasinya mulai tanggal 21 Februari dan secara otomatis akan dikonversi menjadi konsumen LinkAja. LinkAja diresmikan pada tanggal pada 30 Juni 2019 di Jakarta.

Penggunaan LinkAja di Nusa Tenggara Timur memang belum begitu populer. Hal ini disebabkan oleh salah satu faktor kebudayaan masyarakat di NTT yang masih menggunakan uang tunai sebagai alat transaksi. Hingga saat ini wilayah NTT khususnya Kota Kupang masih minim pengguna an uang elektronik yaitu hanya sekitar 0,02% dari total jumlah uang elektronik secara nasional.

Penggunaan *e-money* di Kota Kupang sudah tersedia di beberapa outlet seperti di toko Gramedia, Mall, pembelian BBM di beberapa SPBU, biaya parkir di kawasan Bandara Eltari, dan juga kawasan pintu masuk pelabuhan Tenau Kupang.

Pengembangan sistem pembayaran *e-money* ini terkendala pada kesiapan masyarakat dalam menghadapi era *less cash society*. Kesadaran masyarakat akan kemudahan dan manfaat serta kepercayaan terhadap penerbit ditawarkan oleh *e-money* masih sangat kurang. Masyarakat Kota Kupang masih lebih memilih menggunakan uang tunai sebagai alat bayar, dimana memegang uang tunai masih merupakan kebiasaan masyarakat Kota Kupang. Untuk mengatasi kendala tersebut, Bank Indonesia sebagai otoritas pengatur dan pengawasan sistem pembayaran melakukan berbagai pendekatan agar masyarakat semakin aktif menggunakan beragam instrumen pembayaran non tunai.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Penggunaan Aplikasi LinkAja di Kota Kupang Tahun**  
**(2017-2020)**

| <b>NO</b> | <b>Tahun</b> | <b>Jumlah Pengguna LinkAja (Jiwa)</b> | <b>Jumlah Penduduk (Jiwa)</b> |
|-----------|--------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| 1.        | 2017         | 1.235                                 | 412.708                       |
| 2.        | 2018         | 1.891                                 | 434.610                       |
| 3.        | 2019         | 2.579                                 | 463.351                       |
| 4.        | 2020         | 3.792                                 | 442.351                       |

*Sumber: PT. Telekomunikasi Indonesia, 2020*

Tabel 1.2 menjelaskan bahwa pengguna layanan LinkAja di Kota Kupang terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini terjadi karena dibandingkan dengan layanan *e-money* lainnya, Link-Aja memiliki jaringan operator yang lebih luas dan kuat di Kota Kupang sehingga perkembangannya jadi lebih pesat dibandingkan dengan layanan lainnya. Hal ini terjadi karena aplikasi LinkAja di dukung penuh oleh perusahaan operator terbesar di Indonesia yaitu PT. Telkomsel. Peningkatan

tersebut juga sejalan dengan berkembangnya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi oleh masyarakat Kota Kupang. Perkembangan pusat penjualan besar di Kota Kupang (Lippo group dan Transmart) pun turut mendorong penggunaan LinkAja di Kota Kupang karena pusat perbelanjaan tersebut menyediakan layanan pembayaran *e-money*.

Berdasarkan latar belakang di atas, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Penggunaan LinkAja Sebagai Alat Pembayaran Non Tunai di Kota Kupang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh LinkAja dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang terdiri dari kecepatan, kemudahan dan keamanan terhadap penggunaan LinkAja secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh LinkAja dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang terdiri dari kecepatan, kemudahan dan keamanan terhadap pengguna LinkAja secara simultan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan LinkAja dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang terdiri dari kecepatan, kemudahan dan keamanan terhadap penggunaan LinkAja secara parsial
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan LinkAja dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang terdiri dari kecepatan, kemudahan dan keamanan terhadap pengguna LinkAja secara simultan



#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi perbankan dan masyarakat sebagai pelaku dari fasilitas sistem pembayaran elektronik adalah sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi otoritas moneter dalam menyusun kebijakan moneter.
2. Bagi penelitian lanjutan dapat dijadikan bahan perbandingan dan bahan-bahan diskusi penelitian selanjutnya