

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini dunia termasuk negara Indonesia memasuki era Revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan digitalisasi di berbagai bidang. Perkembangan teknologi di era digital membuat teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang termasuk pada bidang keuangan. Dengan perubahan ini mampu membantu meningkatkan industri dan perusahaan layanan jasa untuk berinovasi dan menggunakan sistem digital ke dalam sistem perusahaan. Dalam perkembangannya banyak negara yang mengubah cara transaksi keuangan mereka dari tunai menjadi non tunai. Teknologi keuangan digital (*fintech*) merupakan unit inovasi terpenting dalam industri keuangan dan pertumbuhannya yang sangat cepat, didukung oleh pangsa ekonomi bersama, regulasi yang menguntungkan, dan teknologi informasi.

Dampak perusahaan *fintech* sangat signifikan terhadap industri keuangan menjadikan perusahaan keuangan harus mampu membangun investasi *fintech* agar tetap bisa bersaing. Pertumbuhan investasi di *fintech* mengalami peningkatan yang luar biasa. *Fintech* telah berhasil mendistrupsi sektor keuangan mulai dari metode transfer dana, pembayaran, pengumpulan dana, pinjaman, sampai pengelolaan aset bisa dilakukan secara cepat dan mudah. *Fintech* telah membawa peningkatan yang tinggi dalam ekonomi digital. Karena penemuan ponsel terus menerus memberikan kemudahan dalam penggunaannya maka tidak heran jika *fintech* menjadi kebutuhan konsumen dengan seiring berjalannya waktu. Contoh

dari layanan fintech seperti gopay, ovo, mobile banking, paypal dll. Pelanggan merubah perilaku dan menggantikan model bisnis menjadi lebih modern karena semakin meningkatnya inovasi digital setiap harinya. *Fintech* memfasilitasi layanan keuangan dengan berbagai jenis layanan pengguna yang lebih efektif dan efisien.



Sumber : statista

Industri fintech di indonesia hadir sejak tahun 2016 hingga saat ini. Asosiasi Fintech Indonesia menjelaskan bahwa jumlah perusahaan yang terdaftar sebagai anggota Aftech meningkat dari semula hanya 24 di tahun 2016, pada tahun 2019 menjadi 275 dan di tahun 2020 sudah mencapai 362 anggota.

Bank Indonesia (2018) menyatakan bahwa pada tahun 2016 negara Indonesia tercatat ada 156 perusahaan bergerak di bidang *Fintech* dengan total nilai transaksinya mencapai USD15 miliar dari empat kategori yang berbeda. Hal

ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh portal online Jerman yang menyediakan data statistik yaitu Statista. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan pertumbuhan *Fintech* di Indonesia meningkat tajam dengan nilai transaksi sebesar 18,65 miliar USD pada tahun 2017. Bisnis *Fintech* lebih berpengaruh daripada bisnis di sektor lainnya. Di Indonesia bisnis *fintech* terdiri dari beberapa sektor yaitu *personal* atau *financial planning* 8,15%, *crowdfunding* 8,15%, *agretator* 12,59%, peminjaman 17,78%, pembayaran 42,22% dan lain – lainnya 11,11%.

Pada tahun 2018 tercatat total transaksi dalam bentuk uang elektronik mencapai 5,2 triliun dan terakumulasi pinjaman 16 triliun (Data OJK, 2018). Pada zaman sekarang ini sebagai inovator harus mencari tahu informasi dan memahami individu terhadap niat untuk menggunakan *Fintech* sehingga dapat digunakan di indonesia sebagai alternatif layanan keuangan digital agar dapat meningkatkan niat untuk mengadopsi *Fintech*.

Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) mencatat penyaluran pinjaman *fintech* peer to peer (P2P) lending masih didominasi sektor usaha kecil, mikro, kecil dan menengah (UMKM). Berkembangnya penggunaan *Fintech* di Indonesia tentunya memiliki risiko negatif seperti *Fintech* sering sekali diretas oleh pihak lain yang berkepentingan, risiko gagal dalam pembayaran, risiko penipuan, dan penyalahgunaan data sehingga peneliti menganggap bahwa sehingga faktor tersebut dianggap kurang mampu untuk memengaruhi timbulnya niat pengguna dalam mengelola *Fintech* . Contohnya tahun 2013 *cyber* menyerang lebih dari 100 entitas perbankan di seluruh dunia dengan total kerugian \$ 1 miliar dan dianggap sebagai serangan *Carbank* (Kaspersky, 2015). Sebagian peneliti melakukan survey terhadap persepsi keamanan sebagai variabel fokus utama

penelitian dapat mempengaruhi niat untuk mengadopsi *Fintech* dengan menambahkan beberapa variabel lainnya.

Patel (2017) melakukan penelitian terhadap pengguna aktif mobile banking yang berusia diatas 18 tahun menemukan bahwa persepsi keamanan dan persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap niat pelanggan untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Berbeda dengan Pikkarainen *et al.* (2004), yang menyatakan bahwa kemudahan yang dirasakan, keamanan, dan privasi tidak mempengaruhi penggunaan.

Hasil penelitian Stewart dan Jürjens (2018) menunjukkan bahwa keamanan dan privasi menjadi faktor yang signifikan seperti keamanan data dan kepercayaan nasabah. Bailey *et al.*, (2016) menemukan bahwa keamanan & privasi berdampak positif signifikan dan mempunyai kemampuan untuk memprediksi dan menjelaskan niat pengguna dalam mengadopsi *Fintech*.

Penelitian yang dilakukan Giovanis *et al.*, (2012) yaitu menyelidiki niat adopsi *internet banking* di Yunani menyatakan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kemudahan, persepsi kompatibilitas mempengaruhi langsung yang signifikan terhadap pelanggan internet banking namun persepsi keamanan ditemukan secara negatif mempengaruhi niat pelanggan untuk mengadopsi layanan *internet banking* di Yunani. Penelitian yang dilakukan oleh Krishnan *et al.*, 2016 merupakan penelitian kuantitatif untuk mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan mobile banking layanan di Malaysia. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa faktor keuntungan relatif, resiko yang dirasakan, biaya yang dirasakan, dan interaktif yang dirasakan menentukan sikap dan niat konsumen untuk menggunakan mobile banking.

Menurut Crabbe et al (2009), masinge (2010) menyatakan bahwa kegunaan yang dirasakan sangat penting memungkinkan pengguna potensial untuk percaya bahwa teknologi baru dapat diadopsi dengan mudah. Kegunaan yang dirasakan konsumen bisa berpengaruh signifikan terhadap adopsi mobile banking (Chang et al, 2018).

Menurut Hosseini et al (2015) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh lebih besar terhadap konsumen dalam mengadopsi layanan fintech. Kemudahan penggunaan yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap fintech (Mun et al, 2017).

Tabel 1.2

Research Gap Hasil Penelitian Model Peningkatan Kepercayaan Terhadap Niat Pengguna Mengadopsi Fintech Pada Pelaku UMKM Batik Di Pekalongan

Peneliti	Tahun	Variable	Hasil Penelitian	Research Gap
Pikkarainen <i>et al.</i>	2004	Persepsi Kemudahan	Persepsi kemudahan yang dirasakan, keamanan, dan privasi tidak mempengaruhi penggunaan	Negatif
Giovanis <i>et al</i>	2012	Persepsi Keamanan	Persepsi keamanan ditemukan secara negatif	Negatif

mempengaruhi
niat pelanggan
untuk mengadopsi
layanan *internet*
banking di
Yunani.

Pekalongan merupakan pelaku UMKM batik terbanyak di Indonesia maka tidak heran jika pekalongan mendapatkan julukan sebagai kota batik. Sebagian besar masyarakat pekalongan bekerja sebagai pengusaha batik. Menurut data kementerian perindustrian tercatat ada 459 pelaku UMKM Batik di Indonesia. Pekalongan sendiri menempati posisi paling banyak yaitu sebesar 281 pelaku UMKM batik dan sisanya dari daerah lain. UMKM merupakan tulang punggung yang diharapkan dapat mengurangi masalah kesenjangan sosial ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Dengan adanya *fintech* dapat membantu modal UMKM batik yang ada di pekalongan. Dari uraian diatas terlihat bahwa penelitian-penelitian yang telah ada masih mengandung kelemahan atau research gap dan juga fenomena gap untuk itu perlu diadakan penelitian yang berjudul Model Peningkatan Kepercayaan Terhadap Niat Pengguna Mengadopsi Fintech Pada Pelaku UMKM Batik Di Pekalongan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah studi adalah “Model Peningkatan Kepercayaan Terhadap Niat Pengguna Mengadopsi Fintech Pada Pelaku UMKM Batik Di Pekalongan”. Kemudian pertanyaan penelitian (Question research) yang muncul sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi kegunaan terhadap kepercayaan ?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan ?
3. Bagaimana pengaruh persepsi keamanan terhadap kepercayaan ?
4. Bagaimana pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat pengguna ?
5. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat pengguna ?
6. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap niat pengguna ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap kepercayaan
2. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan
3. Mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap kepercayaan
4. Mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat pengguna
5. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat pengguna
6. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap niat pengguna

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teori

Hasil penelitian diharapkan dapat memperluas pengetahuan dalam bidang manajemen keuangan khususnya mengenai *fintech* yang merupakan hal yang baru. Selain itu penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi para peneliti, konsumen *fintech* dan perusahaan *fintech*.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait dengan kebijakan perusahaan untuk menggunakan layanan *fintech* legal terdaftar di ojk dan menghindari tindak kejahatan layanan keuangan online.
- b. Penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan kepercayaan penggunaan *fintech* dan memberikan masukan dalam mengembangkan produk dan jasa khususnya pada sistem layanan *fintech*.

