

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dalam teknologi digital akan terus berlangsung mengikuti perkembangan zaman. Perkembangan dalam teknologi ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pengguna *mobile phone*, yang mana para pengguna memanfaatkan teknologi digital tersebut sebagai penunjang dalam mencari dan memperbaharui informasi. Berdasarkan laporan dari Lembaga riset digital marketing eMarketer diperkirakan pada tahun 2019, 86,2% dari 3,75 miliar pengguna internet di seluruh dunia akan menggunakan ponsel untuk online. Diantara negara – negara yang ada di dunia ini, China (5,0%), India (9,1%) dan Indonesia (9,4%) akan mengalami peningkatan yang sangat pesat dalam jumlah pengguna internet pada 2019.

**Tabel I.1 Internet User Penetration in Asia – Pacific, by Country
Period 2017 – 2022 (% of population)**

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
South Korea	89,8%	90,2%	90,3%	90,4%	90,4%	90,4%
Hong Kong	83,8%	84,6%	85,3%	85,9%	86,3%	86,7%
Taiwan	82,7%	83,9%	85,0%	85,9%	86,5%	86,9%
Japan	82,3%	82,8%	83,3%	83,7%	84,1%	84,5%
New Zealand	82,3%	82,8%	83,3%	83,5%	83,6%	83,6%
Australia	82,0%	82,5%	83,0%	83,2%	83,3%	83,4%
Singapore	80,9%	81,4%	81,9%	82,2%	82,3%	82,4%
Malaysia	69,9%	71,4%	72,7%	73,7%	74,5%	75,1%
Thailand	56,5%	59,7%	61,9%	63,4%	64,5%	65,3%
China*	56,0%	58,8%	61,5%	64,1%	66,2%	68,2%
Vietnam	52,6%	55,0%	57,4%	59,4%	60,8%	62,0%
Philippines	52,0%	53,5%	55,0%	56,2%	57,3%	58,1%
Indonesia	38,7%	42,3%	45,9%	48,6%	51,0%	53,0%
India	30,3%	33,2%	35,8%	38,3%	40,9%	43,5%
Other	36,7%	38,9%	40,9%	42,9%	44,5%	46,1%
Asia – Pasific	45,5%	48,1%	50,5%	52,7%	54,7%	56,6%

*Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong.*

Sumber: eMarketer, Oktober 2018

Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai “Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia tahun 2016” menyatakan bahwa persentase jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 51,8% (132,7 juta orang) dari total populasi penduduk Indonesia 256,2 juta orang dan persentase atas perangkat yang dipakai pengguna sebesar 47,6% (63,1 juta orang) yaitu menggunakan *mobile*.

Sedangkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai “Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia tahun 2017”, persentase jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 54,68% (143,26 juta orang) dari total populasi penduduk Indonesia 262 juta orang dan persentase terbesar atas perangkat yang dipakai pengguna sebesar 44,16% (63,2 juta orang) yaitu menggunakan *smartphone* atau tablet pribadi. Berdasarkan hasil survei tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan jumlah populasi penduduk Indonesia sebesar 5,8 juta orang, adanya peningkatan jumlah pengguna internet sebesar 2,88% (10,56 juta orang) dan juga adanya peningkatan jumlah pengguna perangkat yang dipakai sebesar 0,1 juta orang.

Jadi, jika dilihat dari hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengenai “Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia tahun 2016 dan tahun 2017” dan laporan dari Lembaga riset digital marketing eMarketer, dapat dilihat bahwa Indonesia mempunyai potensi yang lebih dalam bidang ekonomi digital seiring berkembangnya teknologi.

Tabel I.2 Perbandingan Data Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia

	Tahun 2016		Tahun 2017		Kenaikkan	
	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah
Jumlah populasi penduduk Indonesia	-	256,2 Juta orang	-	262 Juta orang	-	5,8 Juta orang
Jumlah pengguna internet	51,8	132,7 Juta orang	54,68	143,26 Juta orang	2,88	10,56 Juta orang
Jumlah perangkat yang dipakai (<i>mobile/ smartphone/ tablet pribadi</i>)	47,6	63,1 Juta orang	44,16	63,2 Juta orang	-	0,1 Juta orang

Sumber: Diolah Peneliti, 2018 (berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII))

Bagi sektor keuangan, inovasi teknologi sebenarnya bukan merupakan fenomena baru karena antara teknologi dan keuangan memiliki sejarah simbiosis yang panjang sehingga secara inheren teknologi keuangan (*financial technology*), atau yang lebih populer dengan sebutan *Fintech*, juga bukan merupakan pengembangan baru bagi industri jasa keuangan (Warta Fiskal Edisi V, 2017).

Perkembangan *Fintech* yang sangat pesat telah banyak memikat beberapa negara di dunia ini untuk melakukan transaksi *Fintech*, salah satu negara tersebut adalah Tiongkok. Berdasarkan data Statista, nilai transaksi *Fintech* di Negeri Tirai Bambu pada tahun 2017 diperkirakan mencapai US\$ 1,09 triliun atau senilai Rp 144.667,66 triliun dan pada tahun 2021 diperkirakan mencapai US\$ 2,86 triliun. Nilai transaksi *Fintech* di Negeri Tirai Bambu tersebut mengalahkan pasar *Fintech* Amerika Serikat yang hanya mencapai US\$ 1,03 triliun. Bahkan jauh meninggalkan pasar *Fintech* di negara-negara maju seperti Inggris, Jepang, maupun Jerman (katadata.co.id, 09/11/18).

Sementara itu, Transaksi finansial teknologi (*Fintech*) Indonesia pada 2017 diperkirakan mencapai US\$ 18,6 miliar atau setara Rp 247,65 triliun dengan nilai

tukar Rp 13.300 per dolar Amerika Serikat. Angka ini meningkat 24 % dari perkiraan tahun sebelumnya, yakni sebesar US\$ 15 miliar. Menurut data statista, transaksi *Fintech* Indonesia akan mencapai US\$ 37,15 miliar atau sekitar Rp 494 triliun pada 2021 (katadata.co.id, 09/11/18).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2017), *Fintech* merupakan singkatan dari kata *Financial Technology*, yang dapat diartikan dalam bahasa Indonesia menjadi teknologi keuangan. Secara sederhana, *Fintech* dapat diartikan sebagai pemanfaatan perkembangan teknologi informasi untuk meningkatkan layanan di industri keuangan. Bank Indonesia menurunkan laporan yang mencoba mengklasifikasikan bentuk – bentuk bisnis *Fintech* yang meliputi *Crowd funding* dan *peer to peer lending*, *market aggregator*, *Risk and Investment Management*, dan *Payment, Settlement, and Clearing* (Kabar dari POS Edisi 39, 2017).

Berdasarkan data dari Asosiasi *Fintech* Indonesia, jumlah perusahaan finansial teknologi (*Fintech*) Indonesia pada 2017 mencapai 153 perusahaan. Dari jumlah tersebut, 40% bergerak dibidang jasa pembayaran. Sedangkan 23% di bidang usaha pinjaman, 12% di bidang usaha *aggregator*. Sementara *startup* finansial di bidang usaha perencanaan mencapai 7% dan *crowd funding* juga 7% (katadata.co.id, 09/11/18).

Dalam hal ini peneliti tertarik untuk meneliti *market aggregator* atau *financial aggregator* atau *comparison site* dikarenakan di era yang serba digital dan modern ini banyak beranekaragam produk finansial yang membuat masyarakat tergiur ingin mencoba pemakaiannya. Tetapi kebanyakan masyarakat bingung ingin menggunakan yang mana. Maka dari itu, untuk membantu masyarakat membuat

keputusan maka diperlukanlah *market aggregator* atau *financial aggregator* atau *comparison site*.

Market aggregator atau *financial aggregator* atau *comparison site* merupakan salah satu klasifikasi *Fintech* yang memiliki kemampuan untuk mengumpulkan berbagai data finansial yang dibutuhkan untuk dijadikan referensi oleh para pengguna. *Fintech market aggregator* atau *financial aggregator* atau *comparison site* ini membandingkan berbagai aspek seperti harga, fitur, dan manfaat masing-masing produk keuangan. Data finansial yang telah dikumpulkan oleh pembanding produk keuangan atau *financial aggregator* kemudian akan diberikan kepada pengguna. Berbagai data finansial yang diberikan bertujuan agar pengguna dapat melakukan perbandingan. Perbandingan ini digunakan untuk memilih produk keuangan yang dirasa terbaik oleh pengguna. *Platform market aggregator* atau *financial aggregator* atau *comparison site* dapat berbentuk *website* maupun *mobile application*.

Penelitian ini dilakukan pada *website market aggregator* yang bernama CekAja.com. Situs CekAja bisa diakses melalui *website* <https://www.cekaja.com/>. Situs CekAja merupakan portal layanan informasi dan perbandingan yang netral dan terpercaya untuk membantu masyarakat Indonesia membuat keputusan finansial yang cerdas. Situs CekAja termasuk salah satu *financial marketplace* terbesar di Asia Tenggara, yang telah melayani lebih dari 25 juta pelanggan di Indonesia sejak didirikan tahun 2014 dan bagian dari kelompok perusahaan C88 *Financial Technologies* serta termasuk sebagai *financial marketplace* yang terdaftar dan diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI).

Pada tahun 2017, CekAja.com mendapatkan penghargaan *The Winner of Indonesia Digital Innovation Award 2017, Category: Financial Aggregator/ Marketplace Fintech* dalam acara *Indonesia Digital Innovation Award 2017* yang diselenggarakan oleh Warta Ekonomi (wartaekonomi,13/12/18).

CekAja.com juga berpartisipasi sebagai salah satu pembicara dalam acara *Market Outlook 2017 “Unlocking Opportunities in The Daring Market”* yang diadakan oleh Mandiri Investasi (mandiri-investasi.co.id, 03/01/2019). Selain dua penghargaan diatas, CekAja.com pernah mendapatkan penghargaan *Best Aggregator 2016* dari Bank DBS Indonesia dan pernah menjadi pembicara dalam *Focus Group Discussion “Peluang dan Tantangan Penerapan Teknologi Informasi di Industri Jasa Keuangan dalam Menghadapi Ekonomi Digital”* oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (wikipedia, 03/01/2019).

Situs CekAja memiliki tingkat kunjungan dan transaksi yang tinggi. Situs CekAja menyediakan produk finansial untuk konsumen skala ritel dan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Situs CekAja memiliki teknologi yang terintegrasi untuk membandingkan, mendapatkan informasi serta mengajukan semua produk keuangan seperti kartu kredit, pinjaman (KTA, Kredit Dengan Agunan, KPR), asuransi dan produk investasi. Situs CekAja juga membuat dan menawarkan layanan *customer institutional scoring* dan *applicant decisioning solutions* (solusi anti penipuan dan eKYC, perangkat lunak dan solusi integrasi), data, *machine learning* dan solusi analik serta mengadakan konsultasi dan pelayanan.

Berikut ini adalah daftar mitra produk perbankan dan produk asuransi situs CekAja:

Tabel I.3 Mitra Produk Perbankan Situs CekAja

No	Mitra	Produk Perbankan					
		Kartu Kredit	Pinjaman	Deposito	Kredit		
					UKM	Tanpa Agunan	Pemilikan Rumah
1.	 AMAR BANK		√				
2.	 ANZ	√	√	√			
3.	 BCA	√	√		√		
4.	 Maybank	√	√	√			
5.	 bank bjb			√			
6.	 BNI	√	√	√	√		
7.	 BANK BRI	√	√	√	√		
8.	 Bank BTN <small>Sahabat Keluarga Indonesia</small>		√	√			
9.	 BANK BUKOPIN	√	√	√			
10.	 CIMB NIAGA	√	√	√			
11.	 citibank	√	√	√			
12.	 CommonwealthBank			√		√	
13.	 Danamon	√	√	√			
14.	 DBS		√	√			
15.	 BANK DKI		√	√			
16.	 HSBC	√	√	√			

17.		√	√	√	√
18.		√	√	√	
19.		√		√	
20.		√	√	√	
21.		√	√	√	
22.		√	√	√	
23.				√	
24.		√		√	√

Sumber: Peneliti, 2018 (berdasarkan data dari <https://www.cekaja.com/banks>, 12/11/18)

Tabel I.4 Mitra Produk Asuransi Situs CekAja

No	Mitra	Produk Asuransi	
		Asuransi Kendaraan	Asuransi Perjalanan
1.		√	
2.		√	
3.		√	√
4.		√	
5.		√	
6.		√	
7.		√	
8.		√	

9.		√	
10.			√
11.		√	
12.		√	√

Sumber: Diolah peneliti, 2018 (berdasarkan data dari <https://www.cekaja.com/asuransi>, 12/11/18)

Dalam penelian ini, penulis menggunakan kerangka dari model *Theory of Planned Behavior* atau TPB untuk mengetahui apakah faktor-faktor tersebut mempengaruhi niat pengguna dalam menggunakan *website* CekAja. *Theory of Planned Behavior* atau TPB merupakan sebuah teori yang bisa menilai perilaku individu berdasarkan faktor-faktor yang ada pada teori perilaku perencanaan (*Theory of Planned Behavior* atau TPB).

Teori perilaku perencanaan (*Theory of Planned Behavior* atau TPB) menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) terhadap perilaku, norma – norma subjektif (*normative beliefs*), dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) akan mengakibatkan niat perilaku (*behavioral intention*) dan yang selanjutnya akan menimbulkan perilaku (*behavior*) (Jogiyanto, 2008 : 66).

Beberapa penelitian sebelumnya yang membahas tentang Teori perilaku perencanaan (*Theory of Planned Behavior* atau TPB), menurut Wingdes (2018), dalam penelitiannya mengenai *theory of planned behavior* dan minat wirausaha pada mahasiswa ilmu informatika di Pontianak, menyatakan bahwa model penelitian dan *theory of planned behavior* yang digunakan berhasil menjelaskan tentang niat wirausaha mahasiswa dimana *attitude toward behavior* signifikan dan mempengaruhi

dengan kuat dan positif *entrepreneurial intention* pada tingkat kepercayaan 95% dan 99% serta *perceived behavioral control* signifikan dan mempengaruhi secara positif *entrepreneurial intention* pada tingkat kepercayaan 95%.

Seni dan Ratnadi (2017), dalam penelitiannya mengenai *theory of planned behavior* untuk memprediksi niat berinvestasi, menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif pada niat generasi muda untuk berinvestasi saham. Hal ini bermakna semakin yakin orang terdekat mendukung untuk berinvestasi saham maka semakin kuat niatan seseorang untuk berinvestasi saham di pasar modal.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, penulis mengambil judul: **“Analisis Penerimaan Teknologi *Financial Aggregator* CekAja.com Terhadap *Behavior Intention* Melalui Pendekatan Teori Perilaku Rencanaan (*Theory of Planned Behavior* atau TPB) (Studi pada Masyarakat Kota Pangkalpinang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan penelitian (*research question*) yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2017). Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku (*behavioral intention*)?
2. Apakah norma subjektif (*subjective norm*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku (*behavioral intention*)?
3. Apakah kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku (*behavioral intention*)?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian ini akan menggunakan konstruk sampai dengan niat perilaku (*behavioral intention*) pada kerangka teori perilaku perencanaan atau *theory of planned behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) dikarenakan keterbatasan informasi mengenai data pengguna yang telah benar – benar menggunakan layanan pada situs CekAja. Responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini harus memenuhi karakteristik dari peneliti.
2. Variabel bebas atau variabel *independen* yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*), norma subjektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*), sedangkan variabel terikat atau variabel *dependen* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu niat perilaku (*behavioral intention*).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berisi apa saja yang akan dicapai dalam sebuah penelitian dan menuliskan apa yang ingin dicapai dalam rumusan masalah (Sujarweni, 2018 : 29). Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) terhadap niat perilaku (*behavioral intention*).
2. Untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh norma subjektif (*subjective norm*) terhadap niat perilaku (*behavioral intention*).

3. Untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*) terhadap niat perilaku (*behavioral intention*).

1.5 Kontribusi Penelitian

Kontribusi penelitian ada dua macam yaitu kontribusi teoritis dan kontribusi praktis yang berkenaan dengan hasil dari penelitian (Sujarweni, 2018 : 30).

1.5.1 Kontribusi Teoritis

Kontribusi teoritis berkenaan dengan apa yang dapat dicapai dari masalah yang diteliti (Sujarweni, 2018 : 30). Adapun kontribusi teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan dan menambah wawasan serta pengetahuan bagi semua pihak tentang analisis penerimaan teknologi *financial aggregator* CekAja.com terhadap *behavior intention* melalui pendekatan teori perilaku perencanaan (*theory of planned behavior* atau TPB)
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5.2 Kontribusi Praktis

Kontribusi praktis berkenaan dengan apa yang dapat dicapai dari penerapan pengetahuan yang dihasilkan penelitian ini (Sujarweni, 2018 : 30 – 31). Adapun kontribusi praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk perusahaan yang menggunakan teknologi *financial aggregator* agar dapat

mengembangkan inovasi baru di masa yang akan datang sehingga para pengguna (masyarakat) tetap menggunakan fasilitas layanan *financial aggregator*.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi para pengguna (masyarakat) yang sudah mengetahui maupun yang belum mengetahui teknologi *financial aggregator*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penelitian ini diuraikan menjadi lima bagian. Sistematika penulisan ini bertujuan agar para pembaca dapat memperoleh pemahaman secara runtut dan sistematis tentang penelitian yang dilakukan. Berikut ini adalah sistematika penulisan dalam penelitian yang diuraikan secara singkat oleh peneliti:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini membahas tentang teori – teori yang mendukung penelitian dan berkaitan dengan topik penelitian serta digunakan dalam pengembangan berbagai hipotesis yang akan dilakukan pengujian dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode atau pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian dan menjelaskan tentang hasil analisis penelitian serta interpretasi atau pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan penelitian yang dilakukan dan saran yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

