FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG DAN PEMBELI DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI LINKAJA DI PASAR BAMBU KUNING YANG DIKELOLA OLEH BRI KANTOR WILAYAH LAMPUNG

(LaporanAkhir)

Oleh FIRMAN ANGGA LIANI



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS LAMPUNG BANDAR LAMPUNG 2021

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG DAN PEMBELI DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI LINKAJA DI PASAR BAMBU KUNING YANG DIKELOLA OLEH BRI KANTOR WILAYAH LAMPUNG

Oleh **Firman Angga Liani**

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui minat pedagang terhadap penggunaan LinkAja Di Pasar Bambu Kuning. (2) mengetahui pandangan masyarakat tradisional terhadap penggunaan e-money terutama LinkAja. (3) mengetahui faktor apasaja yang mempengaruhi minat penggunaan LinkAja di Pasar Bambu Kuning.

Objek penelitian ini adalah pasar tradisional yang ada di Lampung yaitu Pasar Bambu Kuning. Data dalam penelitian ini diambil dalam wawancara penelitian ini dilakukan dengan mencari tahu apa yang menjadi faktor kurangnya minat penggunaan LinkAja pada pasar tradisional dan membandingkan hasil evaluasi dengan teori yang ada.

Hasil penelitian menunjukan bahwa (1) Minat penggunaan LinkAja masih kurang diminati oleh pedagang dan pembeli dalam bertransaksi menggunakan LinkAja karena sudah terbiasa menggunakan uang tunai. (2) Kurangnya pemahaman para pedagang dan pembeli pada keunggulan-keunggulan yang ada pada penggunaan aplikasi LinkAja dan timbulnya keraguan terhadap resiko-resiko yang ada pada aplikasi e-money terutama pada aplikasi LinkAja . (3) adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat para pedagang dan pembeli terhadap penggunaan aplikasi LinkAja. Dimana para pedagang masih kurang memahami apa saja keunggulan dan kegunaan dari aplikasi LinkAja ini. Selain itu, para pedagang masih kurang memahami resiko-resiko yang dapat terjadi pada penggunaan aplikasi e-money di Pasar Bam Kuning.

Katakunci: Minat Penggunaan Aplikasi LinkAja

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG DAN PEMBELI DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI LINKAJA DI PASAR BAMBU KUNING YANG DIKELOLA OLEH BRI KANTOR WILAYAH LAMPUNG

Oleh

FIRMAN ANGGA LIANI

Laporan Akhir

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai Sebutan AHLI MADYA (A.Md)

Pada

Program Studi D III Keuangan dan Perbankan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS LAMPUNG BANDAR LAMPUNG 2021 Judul Laporan Akhir

: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG DAN PEMBELI DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI LINKAJA DI PASAR BAMBU KUNING YANG DIKELOLA OLEH BRI KANTOR WILAYAH LAMPUNG

AMPUN Nama Mahasiswa

Firman Angga Jiani

AMPUN No. PokokMahasiswa

1701081081

AMPUN Program Studi

: DIII Keuangan dan Perbankan

AMPUN Jurusan

: Manajemen

AMPUN Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI

Pembimbing Laporan Akhir

Aida Safil S.E., M.MSi NIP. 196201271987032003

Ketua Jurusan Manajemen

Ketua Program Studi DIII Keuangan dan Perbankan

Aripin Ahmad, S.E., M.Si. NIP. 196001051986031005 Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Si.

NIP. 197703242008122001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua Penguji : Aida Sari, S.E., M.Si.

Penguji Utama : Muslimin, S.E., M.Sc.

Sekretaris : Nindytia Puspitasari Dalimunthe S.E., M.Sc.

2.^ Dekan Sakultas Ekonomi dan Bisnis

Nerrobil S.E, M.Si. NIP. 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Laporan Akhir: 09 Desember 2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul :

"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG DAN PEMBELI DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI LINKAJA DI PASAR BAMBU KUNING YANG DIKELOLA OLEH BRI KANTOR WILAYAH LAMPUNG."

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau symbol yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik laporan akhir yang saya ajukan ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain namun mengakui seolah-olah sebagai hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Bandar lampung, 03 juli 2021 Yang Memberi Pernyataan,

Firman Angga Liani NPM: 1701081081

RIWAYAT HIDUP

Firman Angga Liani dilahirkan di Gunung Labuhan pada tanggal 03 Maret 1999 sebagai anak pertama dari pasangan Bapak Burhani dan Ibu Yulia.

Peneliti menyelesaikan pendidikan di :

- 1. SD Negeri 02 Bengkulu Gunung Labuhan, Way Kanan 2004.
- 2. SMP Negeri 02 Gunung Labuhan, Way Kanan 2010
- 3. SMA Negeri 01 Natar, Lampung Selatan 2014
- Pada tahun 2017 peneliti di terima di Fakutas Ekonomi dan Bisnis Program
 Studi D3 Keuangan dan PerbankanUniversitas Lampung.
- Pada tahun 2019 peneliti mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) / Magang di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Wilayah Bandar Lampung.

MOTTO

"Jangan pernah berhenti berusaha, ikhtiar, dan selalu bersyukur dalam menggapai kemungkinan yang kita inginkan. Karena, tidak ada kemungkinan yang tidak dapat terjadi apalagi atas izin-NYA."

(Firman Angga Liani)

PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Segala puji bagi Allah SWT, akhirnya perjalanan panjang yang kujalani ini

Menghantarkanaku kegerbang pendidikan yang tinggi. Karya ini aku

Persembahkan untuk:

Kedua orang tuaku, Ibu Yulia dan Bapak Burhani Terimakasih

Atas kasih sayang dan doanya yang tiada pernah putus dan selalu mendukungku memberi semangat dan menyediakan fasilitas dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

SANWACANA

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan rezeki-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Wilayah Bandar Lampung dengan judul:

"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG DAN PEMBELI DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI LINKAJA DI PASAR BAMBU KUNING YANG DIKELOLA OLEH BRI KANTOR WILAYAH LAMPUNG". Penulisan laporan akhir ini merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk memperoleh gelar Ahli Madya Keuangan dan Perbankan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Peneliti mengucapkan terimakasih atas segala do'a, dorongan, dan bimbingannya kepada :

- Bapak Dr. Nairobi, S.E, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
- Bapak Aripin Ahmad, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas
 Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

3. Bapak Ribhan, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Manajamen Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

4. Bapak Dwi Asri Siti Ambarwati , S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi

DIII Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas

Lampung

5. Ibu Aida Sari, S.E., M.MSi. Selaku Ketua Penguji

6. Muslimin S.E., M.Sc. selaku Penguji Utama

7. Nindytia Puspitasari Dalimunthe S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Penguji

8. Seluruh dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmunya

9. Seluruh karyawan BRI Kantor Wilayah Bandar Lampung

10. Adikku Ridho Sandi Liani, Ilham Gustian, dan Muhammad Julian Alfarizi.

11. Seluruh teman-teman Panji dan Faqih yang selalu support dan mendoakan.

12. Seluruh teman-teman kelas A dan B Diploma III Keuangan dan Perbankan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung Angkatan 2017.

13. Semua pihak yang telah membantu dan mendoakan peneliti selama ini.

Peneliti menyadari bahwa Laporan Akhir yang ditulis ini belum sempurna, untuk

itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca

Laporan Akhir ini menjadi lebih baik dan dapat memberikan informasi yang

berguna bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Bandar Lampung, 09 Desember 2021

FIRMAN ANGGA LIANI

1701081081

XV

DAFTAR ISI

ABSTRAK

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN HALAMAN PENGESAHAN PERNYATAAN ORISINALITAS **RIWAYAT HIDUP MOTTO PERSEMBAHAN** SANWACANA **DAFTAR ISI** DAFTAR TABEL BAB I_PENDAHULUAN 1.1 1.2 1.3 Tujuan Penulisan Laporan Akhir...... 6 1.4 BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.9.1 Kegunaan Uang Elektronik	16
2.9.2 Manfaat Uang Elektronik	17
2.9.3 Resiko Penggunaan Uang Elektronik.	18
BAB III_METODE DAN PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK	
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Jenis Dan Sumber Data	19
3.3 Teknik Pengumpulan Data	20
3.4 Gambaran Umum Perusahaan	20
3.4.1 Sejarah Pendirian Bank Rakyat Indonesia	20
3.4.2 Sejarah Pergantian Nama Dari T-Cash Menjdi LinkAja	22
3.5 Layanan Yang Ada di LinkAja	23
3.6 Visi, Misi dan Tujuan adanya Aplikasi T-cash	25
3.6.1 Visi LinkAja	25
3.6.2 Misi LinkAja	25
3.6.3 Tujuan LinkAja	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Cara Penggunaan LinkAja	26
4.2 Hasil Wawancara	27
4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat	28
4.3.1 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan LinkAja	29
4.5 Pembahasan	32
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	33
5.2 Saran	33
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halamar	l
Tabel 1.1. Jumlah Peredaran & Transaksi Uang Elektronik di Indonesia3	
Tabel 1.2. Data Pengguna T-Cash/LinkAja Tahun 20185	
Tabel 4.1 Keterkaitan Faktor-Faktor minat pada hasil wawancara Tentang Penggunaan aplikasi LinkAja di Pasar Bambu Kuning)

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi yang begitu cepat, pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Kemajuan teknologi khususnya didalam bidang sistem pembayaran mulai menggusur peranan uang tunai dalam sistem pembayaran ke sistem pembayaran non tunai. Pembayaran non tunai tidak menggunakan uang tunai berbentuk logam ataupun kertas sebagai alat pembayaran, melainkan dengan cara transfer antar bank maupun transfer intra bank melalui jaringan internal bank sendiri. Selain itu pembayaran non tunai juga dapat dilakukan dengan menggunakan alat pembayaran menggunakan kartu (kartu kredit, kartu debit, dan kartu ATM).

Di dalam sistem pembayaran non tunai, Bank Indonesia berkewajiban untuk memastikan bahwa sistem pembayaran non tunai yang digunakan oleh masyarakat dapat berjalan secara aman, efisien dan handal. Oleh karena itu, perkembangan penggunaan alat pembayaran non tunai mendapat perhatian serius dari Bank Indonesia mengingat perkembangan pembayaran non tunai diharapkan dapat mengurangi beban penggunaan uang tunai dan semakin meningkatnya efisiensi perekonomian dalam masyarakat. Pada perkembangannya, saat ini sudah ada produk pembayaran elektronik jenis baru atau yang lebih dikenal dengan electronic money (e-money), yang mana karakteristiknya berbeda dengan jenis pembayaran yang telah disebutkan sebelumnya.

Bank Indonesia sendiri telah memberikan izin 31 penerbit uang elektronik.

Penerbitan didominasi oleh bank dan perusahaan telekomunikasi. Berdasarkan

Statistik Sistem pembayaran Bank Indonesia, hingga Desember 2017 jumlah uan

elektronik mencapai 90 juta instrument. Jika dibandingkan dengan Desember 2016 yang sebanyak 51 juta, jumlah tersebut meningkat hampir dua kali lipat. Dari sisi transaksi, nominal per Desember 2017 mencapai Rp11,5 triliun atau tumbuh 64 persen disbanding Desember 2016 yang senilai Rp7,06 triliun. Dikutip dari riset mengenai uang elektronik yang dilakukan oleh situs tirto.id, situs berita tersebut berkerja sama dengan jakpat melakukan *survey* kepada 1.002 responden bahwa terlihat pada proporsi pria sebesar 51,20 persen dan wanita 48,80 persen. Sedangkan dari sisi usia, mayoritas responden yang berusia di atas 45 tahun.

Berdasarkan temuan dan data di atas jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia yang produktif selama Agustus 2017 sebesar 192 juta jiwa, tentu uang elektronik sendiri belum menyerap sebesar jumlah tersebut karena jumlah uang elektronik baru mencapai 90 juta instrument hingga akhir 2017. Selisih tersebut jika dihitung dengan banyaknya populasi penduduk produktif di Indonesia adalah sebesar 102 juta jiwa belum menggunakan uang elektronik. Jika jumlah uang elektronik di Indonesia dibandingkan dengan jumlah pengguna aktif ponsel pintar sebesar 100 juta jiwa di mana 38,42 persen diantaranya merupakan generasi milenial yang diklaim sebagai mayoritas warganet atau netizen, maka didapatkan selisih antara jumlah pengguna aktif ponsel pintar dengan jumlah uang elektronik sebesar 10 juta jiwa belum berminat menggunakan uang elektronik.

Oleh karena itu, dapat di asumsikan bahwa penggunaan uang elektronik berbasis aplikasi yang masih tergolong rendah. Hal ini menjadi ironi karena uang elektronik yang bertujuan untuk mempercepat durasi transaksi dan mempermudah proses pembayaran apalagi tangan masyarakat kini lebih banyak waktu untuk menggunakan ponsel namun penggunaan uang elektronik di ponsel belum menyentuh seluruh pengguna ponsel pintar.

Disebabkan minat masyarakat untuk menggunakan uang elektronik masih rendah padahal kemampuan untuk menggunakan *smartphone* sudah meningkat. Ada beberapa faktor yang dapat digunakan untuk melihat bagaimana minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik, yaitu: Kepercayaan, kemudahan dan keamanan.

Pesatnya penggunaan ponsel pintar dikalangan masyarakat mendorong perusahaan telekomunikasi juga ikut ambil bagian dalam melahirkan uang elektronik berbasis server berupa aplikasi ponsel. Lembaga riset digital marketing Emerketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang, sehingga perusahaan-perusahaan penyedia jasa layanan keuangan yang menawarkan efisiensi transaksi berupa uang elektronik berusaha melakukan penetrasi ke dalam pasar untuk menyerap para pengguna aktif ponsel pintar yang jumlahnya mencapai 100 juta tersebut.

Sebenarnya uang elektronik sudah banyak digunakan untuk pembayaran transportasi umum dan pembayaran di *minimarket*, hingga saat ini uang elektronik yang berbasis pada telepon selular yang berkembang di kalangan masyarakat yaitu T-Cash milik Telkomsel, Gopay milik Gojek, OVO milik Lippo Group dan lain sebagainya. Dari salah satu produk uang elektronik berbasis *server*, T-Cash atau yang kita kenal saat ini adalah LinkAja merupakan produk yang memberikan penawaran menarik dan juga memberikan kemudahan dalam bertransaksi.

Bank Indonesia memegang otoritas dalam mengatur sistem pembayaran di Indonesia telah membuat sebuah kebijakan terkait dengan inovasi teknologi digital dalam bertransaksi. Pada 14 Agustus 2014 Bank Indonesia mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan untuk menyadarkan masyarakat bahwa metode transaksi digital memiliki banyak manfaat yakni efisien, cepat, nyaman, mudah, dan aman. Masyarakat lambat laun menyambut baik kebijakan tersebut dan menyadari akan efektifnya metode pembayaran digital, terbukti dengan data yang dipublikasikan oleh Bank Indonesia mengenai jumlah peredaran dan transaksi uang elektronik.

Tabel 1.1

Jumlah Peredaran & Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2018

Tahun	Jumlah Peredaran	Transaksi Uang
	Uang Elektronik	Elektronik

2014	35,7 Juta	3,31 Triliun
2015	34,3 Juta	5,28 Triliun
2016	51,2 Juta	7,06 Triliun
2017	90 Juta	12,37 Triliun
2018	167,2 Juta	47,19 Triliun

Sumber: Bank Indonesia (www.bi.go.id)

Berdasarkan data tersebut diketahui terjadi peningkatan peredaran dan transaksi uang elektronik dari tahun ke tahun. Ini menunjukkan bahwa minat masyarakat di Indonesia untuk menggunakan pembayaran digital terus meningkat dari tahun ke tahun. Saat ini penggunaan e-money memang berkembang sangat pesat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perusahaan – perusahaan yang bersaing menciptakan aplikasi pembayaran digital dengan berbagai fitur dan inovasi dari masing – masing aplikasi Pada tahun 2017 T-cash mampu disaingi oleh Go-Pay sebuah aplikasi e-money yang diterbitkan oleh Go-Jek. Go-Pay bias dikatakan sebagai pesaing baru dalam lingkup bisnis e-money di Indonesia tetapi mampu menarik minat masyarakat luas untuk menggunakannya hingga dapat bersaing dengan T-Cash yang sudah ada sejak lama dan menjadi pionir aplikasi pembayaran digital di Indonesia. Kedua layanan tersebut sama – sama memiliki sekitar 10 jutaan pengguna.

Tabel 1.2
Data Pengguna T-Cash/LinkAja Tahun 2018

No.	Aplikasi m-payment	Persentase Penggunaan
1.	Go-Pay	79,39%
2.	OVO	58,42%
3.	T-Cash	55,52%
4.	Dana	34,18%

5.	PayTren	19,27%
6.	Aplikasi e-money lainnya	0,97%

Sumber: DailySocial Fintech Report 2018 (www.dailysocial.co.id)

Situs media teknologi Dailysocial melakukan publikasi mengenai survey terkait perkembangan fintech di Indonesia pada tahun 2018. Hasil dari lapoan tersebut menyatakan bahwa aplikasi e-money paling popular adalah Go-Pay, dimana persentase penggunanya lebih mendominasi dibanding dengan *platform m-payment* lainnya. Pada data tersebut dapat dilihat bahwa T-Cash berada pada posisi ketiga dan popularitasnya mampu disaingi oleh aplikasi *m-payment* pendatang baru yakni Go-Pay dan OVO. Hal ini juga dapat mengindikasikan bahwa jumlah minat penggunaan T-Cash telah mengalami penurunan.

Kemudian T-Cash yang saat ini dikenal dengan LinkAja terus melebarkan sayapnya dengan melakukan langkah pemasaran di pasar-pasar tradisional yang ada di Irndonesia, termasuk pasar tradisional yang ada di Lampung. Kemudian pada tahun 2019 aplikasi LinkAja bekerjasama dengan salah satu pasar yang ada di Lampung yaitu Pasar Bambu Kuning. Jumlah pedagang Di Pasar Bambu Kuning Dari data yang didapatkan berjumlah 419 pedagang. Jumlah tersebut diperoleh dari anggota Persatuan Pedagang Kaki Lima (PPKL). Hal ini terlihat jelas dari sedikitnya pedagang atau gerai-gerai pada pasar Bambu Kuning yang mau melakukan kerja sama pada aplikasi LinkAja. diketahui hanya ada 138 pedagang yang bekerjasama dengan LinkAja. Perolehan data jumlah pedagang yang mau bekerjasama dengan aplikasi LinkAja tersebut diperoleh langsung dari pegawai bagian E-Banking BRI Kantor Wilayah Lampung.

Dari latar belakang diatas maka penulis berminat melakukan penelitian terhadap minat pedagang dan pembeli dalam bertransaksi melalui aplikasi LinkAja Di Pasar Bambu Kuning. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEDAGANG DAN PEMBELI DALAM BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN APLIKASI LINKAJA DI PASAR BAMBU KUNING YANG DIKELOLA OLEH BRI KANTOR WILAYAH LAMPUNG"

1.2 Identifikasi Masalah

Rumusan masalah yang dapat diambil dari latar belakang tersebut ialah "faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kurangnya minat serta kurangnya kepercayaan para pedagang dan pembeli terhadap penggunaan aplikasi LinkAja dalam bertransaksi Di Pasar Bambu Kuning?"

1.3 Tujuan Penulisan Laporan Akhir

Adapun tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kurangnya minat serta kurangnya kepercayaan pedagang dan pembeli dalam bertransaksi menggunakan aplikasi LinkAja di Pasar Bambu Kuning.

1.4 Manfaat dan Kegunaan Penulisan Laporan Akhir

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat bagi dua aspek, yakni:

1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan mengenai faktor – faktor pemicu timbulnya minat menggunakan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau bahan perbandingan bagi peneliti lain yang berkeinginan melakukan penelitian sejenis. Penelitian ini juga dapat membantu penulis memperdalam materi terkait manajemen pemasaran yang sudah diterima selama perkuliahan berdasarkan realita yang ada di lapangan, memberi gambaran pada penulis tentang masalah yang ada terkait pemasaran, dan membantu penulis untuk pengaplikasian teori – teori pemasaran ke dalam dunia nyata.

2. Aspek Praktis

Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi atau sebagai bahan untuk mampu memahami perilaku konsumen khususnya dalam upaya meningkatkan minat penggunaan e-money.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Uang

Uang adalah benda yang diterima masyarakat umum sebagai alat tukar dalam kegiatan ekonomi. Dalam ilmu ekonomi tradisional, uang berlaku didefinisikan alat tukar. Sedangkan dalam ilmu ekonomi modern, uang memiliki makna yang lebih luas. Uang diterima sebagai alat pembayaran transaksi jual beli atas barang dan jasa, serta kekayaan atau aset berharga lainnya, dan juga sebagai alat pembayaran utang.

Jika ditilik dari sejarah, pada awalnya masyarakat belum mengenal sistem barter karena setiap orang memenuhi kebutuhan dengan usahanya sendiri. Namun, seiring berjalannya waktu kebutuhan manusia jadi bertambah sehingga yang mereka produksi sendiri tidaklah cukup. Untuk bisa memenuhi kebutuhan ini, mereka mencari orang yang mau menukarkan barang yang dimilikinya dengan barang yang diinginkan. Muncullah sistem barter di mana transaksi dilakukan dengan cara tukar-menukar barang antar individu.

Setelahnya, muncullah beberapa alternatif barang yang digunakan sebagai alat tukar yang umumnya berupa benda yang diterima oleh umum (*generally accepted*), benda yang dipilih bernilai tinggi (sulit didapatkan atau memiliki nilai magis), atau benda yang menjadi kebutuhan primer. Kemudian muncullah logam sebagai alat tukar selanjutnya yang digemari umum karena memiliki nilai yang tinggi, tahan lama, mudah dibawa, dan mudah dipecah tanpa mengurangi nilai. Hingga pada akhirnya muncullah uang kertas karena penggunaan uang logam dirasa sulit untuk transaksi yang nilainya besar.

2.2 Fungsi Uang

Fungsi uang dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

- 1. Fungsi Uang Asli:
 - a. Uang sebagai alat tukar (medium of change). Transaksi dapat dilakukan tanpa perlu menukarkan barang, tetapi hanya dengan menggunakan uang sebagai alat tukar.
 - b. Uang sebagai satuan hitung (unit of account). Uang dapat menunjukkan nilai barang atau jasa yang diberikan, menunjukkan nilai kekayaan, dan menghitung jumlah pinjaman.
 - c. Uang sebagai alat penyimpanan nilai (valuta). Dalam hal ini, uang dapat digunakan untuk mengalihkan daya beli masa sekarang ke masa yang akan datang.

2. Fungsi Turunan Uang:

- a. Uang sebagai alat pembayaran transaksi yang sah.
- b. Uang sebagai alat pembayaran utang.
- c. Uang sebagai alat penimbun kekayaan.
- d. Uang sebagai alat pemindah kekayaan.
- e. Uang sebagai alat pendorong kegiatan ekonomi.

2.3 Jenis-Jenis Uang

- 1. Menurut bahan pembuatannya, uang dibagi ke dalam 2 jenis, yaitu:
 - a. Uang Logam. Jenis uang ini dibuat dari bahan logam (emas atau perak), bentuknya mudah dikenali, nilainya tinggi dan stabil, tahan lama, dan dapat dibagi ke dalam satuan yang lebih kecil.
 - b. Uang Kertas. Uang yang terbuat dari kertas dengan standarisasi baku. Biasanya pada uang kertas ini dapat ditemukan gambar dan cap khusus.
- 2. Menurut lembaga yang mengeluarkan, uang dibagi ke dalam 2 jenis, yaitu:
 - a. Uang kartal. Alat bayar yang sah dan digunakan dalam transaksi sehari-hari.

- Uang Giral. Uang yang berupa simpanan (deposito) yang dapat ditarik sesuai kebutuhan, salah satu yang sering kita dengar yaitu E-money.
- 3. Menurut Nilainya, uang dibagi ke dalam 2 jenis, yaitu:
 - a. Uang Penuh. Uang yang memiliki nilai bahan dan nilai nominal yang sama. Nominal uang yang tertera sama dengan nilai bahan dan proses pembuatan uang ini.
 - Uang Tanda. Uang yang nilai bahan dan nominalnya berbeda.
 Misalnya, untuk membuat uang Rp2.000, biaya yang diperlukan adalah Rp1.000.

2.4 Pengertian Uang Elektronik

Dalam ketentuan peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*elektronic money*) dalam ketentuan pasal 1 Ayat 3. Disebutkan bahwa, uang elektronik (*elektronik money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- 1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
- 2. nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau chiv.
- 3. digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- 4. nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

2.5. Pengertian Minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecendrungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan. Minat merupakan kecendrungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Pengaruh kondisi-kondisi individu dapat merubah minat seseorang sehingga dapat dikatakan minat sifatnya stabil. Secara etimologi pengertian minat adalah

perhatian, kerusakan (kecendrugan hati) kepada sesuatu keinginan. Sedangkan menurut istilah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecendrugan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan sesutau kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecendrungan bergerak dalam sector rasional analis, sedang perasaan yang bersifat halus/tajam lebih mendalmbakan kebutuhan. Sedang akal berfungsi sebagai pengigat pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur sebaik-baiknya.

Menurut pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kredit diberikan kepada seseorang atau lembaga dengan pertimbangan kepercayaan, resiko, waktu, dan prestasi. Kepercayaan berarti kredit yang diberikan akan dikembalikan dalam jangka waktu yang telah disepakati beserta imbalan (prestasi) dari pemberi kredit tersebut. Resiko antara lain mengacu padakenyataan bahwa nilai uang sekarang akan berbeda dengan nilai uang ketika dikembalikan.

2.5.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat.

Ketertarikan akan suatu barang yang dilihat pada seseorang adalah seberapa orang tersebut berminat memiliki barang tersebut, berikut dapat di golongkan:

- 1. Faktor kebutuhan dari dalam. Dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- 2. Faktor motif sosial. Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan dimana berada.
- 3. Faktor emosional. Ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

Dari penjelasan tentang minat yang telah dijelaskan di atas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan keinginan atau ketertarikan pada suatu hal baik benda ataupun aktivitas yang sesuai dengan perasaaan individu tersebut sebagai sumber motivasi.

Minat Menggunakan *E-money* pada Masyarakat Pemilik Uang Elektronik atau *E-money* merupakan keinginan atau ketertarikan pada suatu hal baik benda ataupun aktivitas yang sesuai dengan perasaaan individu tersebut sebagai sumber motivasi. Apabila minat yang dimiliki seseorang besar maka motivasi yang dimiliki untuk memenuhi keinginannya pun besar pula. *E-money* merupakan inovasi salah satu alternatif alat pembayaran selayaknya uang tunai yang memudahkan penggunanya. Penggunaan *e-money* adalah kondisi nyata dimana pemilik *e-money* menggunakan *e-money* sebagai salah satu alat transaksi yang dipilihnya.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan *emoney* ialah sebagai ketertarikan dan kesediaan masyarakat untuk menggunakan *emoney* sebagai salah satu alat pembayaran non tunai.

1) Keinginan menggunakan.

Masyarakat yang berminat bertransaksi menggunakan *e-money* akan memiliki keinginan untuk menggunakan *e-money*.

2) Tetap menggunakan di masa depan.

Masyarakat akan tetap menggunakan e-money di masa depan apabila masyarakat merasa layanan *e-money* memiliki banyak keuntungan dan merasa e-money lebih terjamin keaman serta kemudahannya dari pada uang tunai.

2.6 Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan tingkat keyakinan seorang individu merasa aman ketika melakukan sebuah transaksi dengan siapa pun atau dengan penyedia layanan (service provider). Menurut Gefen et al, konsep kepercayaan ialah keinginan individu untuk bergantung pada kemampuan, kebijakan, dan integritas. Hal tersebut sama seperti yang dijelaskan pada teori initial trust bahwa kemampuan, kebijakan, dan integritas yang akan membentuk sebuah keyakinan kepercayaan (trusting beliefs) yang berarti seseorang yang memegang keyakinan (trutor) punya

rasa keyakinan kepada orang yang diyakini (trustee). Sama seperti halnya pada konteks teknologi, W. Stewart et al, dan Pavlou menyatakan kepercayaan transaksi elektronik berarti probabilitas subjek dimana konsumen percaya bahwa transaksi online (web provider) dapat menjaga konsitensi sesuai yang diharapkan oleh konsumen.

Dalam penerapan kepercayaan pada penelitian, yaitu kegiatan transaksi menggunakan *e-money*, tingkat kekhawatiran transaksi lebih tinggi dari pada transaksi dengan uang tunai. Maka dari itu, kepercayaan menjadi faktor penting dalam penggunaan *e-money* karena konsumen tidak memegang secara langsung nilai uang namun sudah terekam pada sistem *e-money*. Apalagi konsumen cendrung lebih sensitif dengan hal keuangan, sehingga konsumen mengandalkan kepercayaan sebagai kunci untuk mengurangi rasa khawatir dalam penggunaan teknologi *e-money*. Semakin tinggi kepercayaan konsumen dalam menggunakan teknologi maka individu tersebut akan terus menggunakan tekologi tersebut dalam kegiatan sehari-hari. Maka dari itu kepercayaan memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat penggunaan teknologi.

Kepercayaan memiliki 4 indikator sebagai berikut :

- 1. Kehandalan
- 2. Memiliki reputasi kejujuran
- 3. Tidak disalah gunakan
- 4. Terpercaya

2.7 Kemudahan Uang Elektronik

2.7.1 Pengertian Kemudahan

Kemudahan merupakan kata sifat yang memiliki kata dasar mudah. Kata mudah dalam kamus Bahasa Indonesia adalah tidak memerlukan banyak tenaga dalam mengerjakan sesuatu. Sedangkan kemudahan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha.

Kemudahan penggunaan (ease of use) didefenisikan sebagai suatu keutamaan dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat orang bebas dari upaya. Kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi. Dengan adanya kemudahan maka seseorang dapat bebas dari usaha karena memanfaatkan sesuatu teknologi atau system.

2.7.2 Unsur Kemudahan Uang Elektronik

Kemudahan penggunaan dapat di bagi menjadi 4 unsur, yang bila ditarik korelasinya dengan uang elektronik :

1. Sistem mudah dimengerti

Masyarakat perlu mendapat pemahaman bahwa layanan uang elektronik dapat diperoleh dari agen layanan keuangan digital maupun akses pribadi melalui telepon genggam. Kemudian, uang elektronik ini hanya dapat digunakan pada *merchant* yang bekerjasama dengan penerbit uang elektronik tersebut. Dua hal tersebut merupakan dasar dari pelaksanaan uang elektronik.

2. Praktis dalam penggunaan

Penggunaan uang elektronik yang ditujukan untuk memudahkan individu tentu harus memiliki keunggulan diantaranya nilai praktis yang selama ini digunakan sebagai keunggulan uang elektronik. Syarat utamanya adalah saldo dalam uang elektronik tersebut dan mesin untuk bertransaksi. Bila dua syarat tersebut terpenuhi, maka *user* hanya tinggal menempelkan atau menggesekkan uang elektronik yang dimiliki pada EDC tersebut untuk dapat disebut telah menggunakan uang elektronik.

3. Sistem Mudah digunakan

Uang elektronik merupakan alternatife instrument pembayaran. Apabila individu ingin menggunakan uang elektronik, maka pastikan uang elektronik tersebut memiliki saldo yang cukup. Cara penggunaannya pun

hanya dengan menempelkan (tap) kartu ke mesin Electronic Data Capture (EDC) bagi uang elektronik berbasis chip, sedangkan bagi uang elektronik berbasis server cukup mengatur layanan sesuai yang diinginkan.

Mesin EDC selanjutnya akan mengurangi nominal uang elektronik yang dimilik dengan nominal harga barang yang akan anda beli. Dengan terus bertambahnya mesin EDC yang ada membuat *user* dapat semakin intens dalam menjangkau serta menggunakan uang elektronik.

4. Sistem mudah dijangkau

Uang elektronik dapat digunakan pada *merchant* yang sudah bekerja sama dengan bank. Uang elektronik tentu sangat mudah dijangkau karena pengaplikasian uang elektronik banyak berkaitan dengan transportasi seperti Go-Jek dan grab.

Selain itu, pengisian ulang saldo uang elektronik sangat mudah dilakukan karena bisa *via* bank, ATM, ataupun *via* minimarket (Alfamart dan Indomaret).

Kemudahan memiliki 4 indikator sebagai berikut :

- 1. Tidak ribet
- 2. Mudah dipahami
- 3. Dapat digunakan
- 4. Lebih cepat

2.8 Keamanan

2.8.1 Pengertian Keamanan

Keamanan merupakan suatu isu yang penting bagi kepuasan nasabah dalam layanan *internet banking* serta menganggap keamanan dan privasi sebagai penghalang utama dalam penggunaan teknologi informasi.

Keamanan informasi adalah bagaimana dapat mencegah penipuan (cheating) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebut system yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Keamanan sendiri merupakan isu yang paling penting dan seringkali dengan publikasi mengenai keamanan di media membuat kepercayaan nasabah terhadap keamanan internet banking berkurang. Keamanan juga mampu melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan online.

Jaminan keamanan berperan penting dalam pembentukan kepercayaan dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak. Ketika *level* jaminan keamanan dapat di terima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka seorang konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan persaan aman. Pada sistem uang elektronik, nilai uang disimpan dalam bentuk bit-bit data. Bit-bit data tersebut melalui jaringan *computer*, diproses pada pemroses, disimpan pada basis data *server*, dan sebagainya. Seperti pada sistem uang konvensional, bit-bit data tersebut dapat diserang oleh orang yang tidak berhak, dan kemudian dimanipulasi, sehingga orang tersebut dapat menghasilkan uang (berupa data palsu).

Sebuah sistem uang elektronik harus dapat melindungi keamanan data nilai uang yang dikelola, dengan memenuhi criteria keamanan tertentu, sesuai dengan kebutuhan keamanan data nilai uang. Keamanan (security) dalam suatu sistem dapat dibagi menjadi tiga aspek, yaitu aspek people, aspek proses dan aspek teknologi. Electronic money menawarkan tingkat keamanan yang lebih rendah dibandingkan dengan alat pembayaran

menggunakan kartu (APMK) lainya seperti kartu kredit atau kartu debit. Untuk menggunakan *e-money* dalam pembayaran tidak diperlukan otorisasi,baik tanda tangan atau PIN. Ini merupakan kemudahan yang sama dengan menggunakan uang tunai. Siapa saja yang memiliki sebuah kartu emoney dapat melakukan pembayaran tanpa otorisasi, sehingga apabila kartu di curi, tidak ada jaminan bagi pemilik kartu. Selain itu, hal lain yang dilakukan dalam penggunaan e-money untuk pembayaran kegagalan ataupun kesalahan dalam transaksi. Mungkin saja terjadi human error yang mengakibatkan jumlah pembayaran yang tidak benar ketika melakukan pembayaran di retail-retail yang mendukung sistem pembayaran dengan e-money. Namun, situasi ini diperbaiki dengan memberikan tanda terima berupa struk pembayaran yang dikeluarkan untuk pelanggan.

Keamanan memiliki 3 indikator yaitu:

- 1. Memberikan rasa aman
- 2. Terjamin
- 3. Memberikan kenyamanan

2.9 Kegunaan Uang Elektronik

2.9.1 Kegunaan Uang Elektronik

Penggunaan e-money memiliki banyak kemanfaatan yang diberikan apabila diterapkan dengan baik, antara lain transaksi pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien, pencatatan data keuangan personal secara otomatis, lebih aman, memudahkan akses ke *electronic commerce*, dan mendorong personalisasi yang lebih dari layanan perbankan. Dengan banyaknya kemanfaatan yang diberikan dari *e-money*.

Dapat membantu dan menguntungkan masyarakat yang menggunakan *e-money* dan belum mengetahui kemanfaatan yang diberikan dari *e-money*. Kendala yang dihadapi yaitu seperti masih belum terbukanya masyarakat untuk menggunakan uang elektronik (*e-money*) dikarenakan masih terbiasa menggunakan uang tunai atau membudayanya uang tunai serta belum

mengetahui efisiensi yang diberikan dari *e-money*. Perlu meningkatkan kesadaran untuk menggunakan uang elektronik atau *e-money* karena *e-money* mudah digantikan oleh uang tunai. Sehingga sosialisasi terkait berbagai kemanfaatan yang diberikan dari *e-money* penting ditingkatkan.

2.9.2 Manfaat Uang Elektronik

Dengan adanya alat pembayaran non tunai seperti uang elektronik ini yang merupakan bagian dari kebijakan baru dalam sistem pembayaran oleh Bank Indonesia akan mampu mengoptimalkan transaksi pembayaran oleh masyarakat yang sekaligus berdampak pada meningkatnya perekonomian negara. Kehadiran uang elektronik sebagai solusi yang memiliki kelebihan dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Beberapa manfaat dan kelebihan penggunaan uang elektronik di bandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non tunai lainnya, antara lain:

- 1. Mengurangi opportunity cost masyarakat.
- 2. Pembiayaan tanpa bunga (Khusus Kartu Prabayar / uang elektronik) yang di terima Bank atau penerbit.
- 3. Mengurangi biaya *cash handling* (penanganan kas) yaitu biaya yang digunakan untuk melakukan pengelolaan uang, baik itu biaya percetakan maupun peracikannya.
- 4. Mendorong kenaikan tingkat konsumsi dan *velocity of money* (percepatan perputaran uang) yaitu rata-rata jumlah berapa kali pertahun (perputaran) dari suatu unit mata uang digunakan untuk membeli total barang dan jasa yang diproduksi dalam perekonomian.
- 5. Mendorong aktivitas sector riil dan pertumbuhan ekonomi.
- 6. Lebih praktis dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), disebabkan nasabah tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu.

Kemudian, Penggunaan Uang Elektronik Sebagai alat pembayaran dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1. Memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksitransaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai.
- Tidak lagi menerima uang kembalian dalam bentuk barang (seperti permen) akibat pedagang tidak mempunyai uang kembalian bernilai kecil(receh).
- 3. Sangat aplikatif, karena bisa digunakan untuk berbagai transaksi missal bernilai kecil dengan frekuensi tinggi, misalnya: biaya tol, bayar tike transportasi, parkir,fast food, dll.

2.9.3 Resiko Penggunaan Uang Elektronik.

Tidak hanya memiliki manfaat, uang elektronik juga memiliki resiko sama halnya dengan uang tunai, dan yang terpenting cara pengguna uang elektronik untuk lebih hati-hati dalam menggunakannya. Yaitu:

- Resiko uang elektronik hilang dan dapat digunakan oleh pihak lain, karena pada prinsipnya uang elektronik sama seperti uang tunai yang apabila hilang tidak dapat diklaim kepada penerbit.
- 2. Resiko masih kurang pahamnya penggunaan dalam menggunakan uang elektronik, seperti penggunaan tidak menyadari uang elektronik yang digunakan ditempelkan 2 (dua) kali pada reader untuk elektronik berkurang lebih besar dari nilai transaksi.

Kemudian jika pengguna kehilangan Kartu E-Money, kartu tersebut dicuri, atau kejadian lain yang menyebabkan kepemilikan kartu beralih dari pengguna yang sah ke pihak lain yang sah, maka kartu tersebut tetap dapat dipergunakan oleh pihak lain yang tidak sah tersebut. Apabila pihak yang kehilang kartu tidak dapat melakukan upaya lain untuk memperjuangkan haknya . Pemilik kartu tidak dapat melakukan pemblokiran atas kartu.

E-Money yang beralih ke pihak yang tidak sah tersebut. Di samping itu telah dinyatakan dalam perjanjian pembuatan kartu E-Money antara bank/Issuer dengan pengguna bahwa resiko kehilangan kartu merupakan resiko pengguna.

BAB III

METODE DAN PENYELESAIAN KERJA PRAKTIK

3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian merupakan sebuah proses ilmiah berupa cara untuk mempreoleh data yang dapat digunakan untuk tujuan tertentu (Sugiyono, 2013). Oleh karena itu metode penelitian yang digunakan adalah desain kasus deskriptif dengan menggunakan pendekatan studi kasus tertentu untuk menjawab permasalahan pada perusahaan yang memberikan gambaran mengenai objek tertentu dalam hal ini adalah PT Bank Rakyat Indonesia Kantor cabang Tanjung Karang.

Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian di PT BRI kantor Wilayah Lampung untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, pengumpulan dan kemudian disusun, dijelaskan dan dianalisis terhadap permasalahan yang terjadi di PT BRI kantor Wilayah Lampung. Penelitian ini menjelaskan tentang efekttivitas penggunaan uang elektronik Di Pasar Bambu Kuning pada PT BRI Kantor Wilayah Lampung.

3.2 Jenis Dan Sumber Data

Sumber data yaitu hasil pencatatan peneliti, baik berupa fakta maupun angka, dan sumber data juga adalah subyek dari mana data diperoleh. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data diperoleh dari PT BRI kantor Cabang Tanjung Karang.

a. Data Premier

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian, data diperoleh dari hasil penulis melakukan observasi dan wawancara. Data primer pada penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan atau observasi terhadap efektivitas penggunaan uang elektronik yaitu LinkAja dan melakukan wawancara

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sumber data yang berasal dan diperoleh secara tidak langsung dan melalui perantara, seperti dokumen, laporan, dokumen perusahaan, dan studi pustaka.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data diusahakan sebanyak mungkin data mengenai masalah yang berhubungan dengann penelitian ini. Data tersebut dalam hal ini dilakukan dengan tiga cara:

a. Observasi

Memperoleh data dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung dengan pemeriksaan fisik yang ada dilapangan lokasi penelitian.

b. Wawancara

Mengumpulkan data dengan melakukan tanya jawab dengan pihak pihak yang terkait di bagian yang menjadi obyek penelitian.

c. Studi Pustaka

Mengumpulkan data- data yang relevan terhadap topik dengan mempelajari buku-buku, tulisan ilmiah, informasi mengenai lokasi penelitian dan peraturan perundang-undangan yang sesuai serta berhubungan dengan penelitian ini.

d. Alat analisis

Alat analisis yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah dengan menggunakan analisis deskriptif yaitu berdasarkan fakta yang terjadi dalam proses kerjasama antara LinkAja dan pedagang Pasar Bambu Kuning yang dilakukan oleh PT BRI Kantor Wilayah Lampung.

3.4 Gambaran Umum Perusahaan

3.4.1 Sejarah Pendirian Bank Rakyat Indonesia

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau

"Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat.

Melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan. Setelah berjalan selama satu bulan, keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim).

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% di tangan Pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

Kemudian, Telkomsel dan beberapa bank BUMN sudah sejak lama menyediakan layanan uang elektronik. Sekitar tahun 2007, Telkomsel meluncurkan TCash dengan stiker NFC dan aplikasi smartphone untuk memudahkan transaksi. pemerintah pun mencanangkan sinergi BUMN untuk bias membentuk LinkAja. Layanan ini merupakan platform pembayaran yang akan meleburkan uang elektronik terbitan bank plat merah yaitu TCash milik Telkomsel. Namun, seiring berjalannya waktu pada tahun 2019 T-cash berganti nama menjadi LinkAja.

3.4.2 Sejarah Pergantian Nama Dari T-Cash Menjdi LinkAja

Telkomsel Cash (T-Cash) merupakan suatu inovasi baru dari telkomsel dalam berkontibusi 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.

Hingga pertengahan tahun 2018, Tcash 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.

LinkAja adalah layanan keuangan elektronik berbasis aplikasi yang akan membuat transaksi keuanganmu lebih seru, lebih lancar dan bebas repot.

LinkAja merupakan joint venture enam BUMN besar, yaitu Telkom, Pertamina, Bank Mandiri, BRI, BNI, dan BTN. BUMN Fintech ini yang menggunakan skema QR Code terstandar sebagai landasan platform pembayaran digital. Di laman resmi yang dihadirkan Tcash, disebutkan tidak ada perubahan fitur berarti antara Tcash dan LinkAja. Pengguna existing Tcash 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. LinkAja adalah dompet elektronik nasional Indonesia yang menggabungkan kekuatan ekosistem dari perusahaan-perusahaan BUMN. Perusahaan yang bergabung yaitu dari layanan keuangan elektronik milik PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dengan ECash, UnikQu dari PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dengan merek T-Bank. Pemilik saham LinkAja yaitu Telkomsel (25%), Bank BRI (20%), Bank Mandiri (20%), Bank BNI (20%), tapi masuk di dalamnya PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk atau Bank BTN (7%), PT Pertamina (Persero) (7%), dan sisanya PT Asuransi Jiwasraya (Persero) (1%).

3.5 Layanan Yang Ada di LinkAja

- 1. LinkAja adalah sebuah layanan keuangan elektronik yang diselenggarakan oleh PT Fintek Karya Nusantara ("Finarya") yang telah terdaftar dan diawasi oleh Bank Indonesia, memiliki fungsi yang sama dengan uang tunai sebagai alat pembayaran yang sah, dimana nilainya setara dengan nilai uang tunai yang disetorkan terlebih dahulu ke rekening LinkAja dan uang yang disetorkan bukanlah bersifat simpanan sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan perbankan dan oleh karenanya LinkAja tidak memberikan bunga serta tidak dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan.
- 2. LinkAja lahir untuk menjadi wadah sinergi bagi semua layanan uang elektronik milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN) seperti PT Telekomunikasi Selular dengan merek TCASH; PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. dengan merek E-Cash; PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.

- dengan merek UnikQu; dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. dengan merek T-Bank.
- 3. Pemegang layanan uang elektronik TCASH, E-Cash, UnikQu dan/atau T-Bank, yang sampai dengan tanggal 30 Juni 2019 tidak secara nyata menyatakan ketidaksetujuannya untuk melakukan migrasi ke layanan uang elektronik LinkAja, dianggap telah setuju untuk melakukan migrasi dari layanan uang elektronik tersebut ke layanan uang elektronik LinkAja.
- 4. Pemegang layanan uang elektronik LinkAja yang berasal dari prosedur migrasi akan otomatis menjadi user LinkAja serta saldo pada layanan uang elektronik sebelumnya akan dikonversikan menjadi saldo LinkAja.
- 5. Nomor Rekening LinkAja adalah Nomor Telepon selular dari Pemegang LinkAja yang tercatat di Finarya, dimana 1 (satu) Rekening LinkAja hanya berlaku untuk 1 (satu) Nomor Telepon selular dalam jaringan Indonesia, dan juga sebaliknya.
- 6. Jenis Layanan LinkAja terbagi atas:
 - a. LinkAja *Basic Service* adalah jenis layanan LinkAja yang dapat dipergunakan untuk fasilitas layanan sebagai berikut:
 - 1. Isi Saldo (*Cash In/Top Up*);
 - 2. Pembayaran Transaksi;
 - 3. Pembayaran Tagihan;
 - 4. Fasilitas lain berdasarkan persetujuan Bank Indonesia
 - b. LinkAja *Full Service* adalah jenis layanan LinkAja yang dapat dipergunakan untuk fasilitas layanan sebagai berikut:
 - 1. Isi Saldo (*Cash In/Top Up*);
 - 2. Pembayaran Transaksi;
 - 3. Pembayaran Tagihan;
 - 4. Transfer Dana;
 - 5. Tarik Tunai;
 - 6. Penyaluran Dana pihak ketiga;
 - 7. Fasilitas lain berdasarkan persetujuan Bank Indonesia\

3.6 Visi, Misi dan Tujuan adanya Aplikasi T-cash

3.6.1 Visi LinkAja

Visi : Menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital mobile kelas dunia yang terpercaya.

3.6.2 Misi LinkAja

Misi : Memberikan layanan dan solusi digital mobile yang melebihi ekspetasi para pengguna, menciptakan nilai lebih bagi para pemegang saham serta mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa.

3.6.3 Tujuan LinkAja

Tujuan: Menyediakan layanan digital money di Indonesia yang dapat digunakan pelanggan Telkomsel untuk melakukan transaksi pembelian dan pembayaran secara digital dengan hanya menggunakan ponsel.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitin yang telah dilakukan oleh peneliti Di Pasar Bambu Kuning tentang "Minat Pedagang dan Pembeli Terhadap Penggunaan LinkAja Di Pasar Bambu Kuning" dan dari hasil wawancara yang telah dibahas, maka peneliti menyimpulkan bahwa:

- 1. masih banyak pedagang dan pembeli yang ada Di Pasar Bambu Kuning yang kurang mengetahui apa saja kegunaan aplikasi LinkAja ataupun kurang memahami tentang keunggulan-keunggulan yang ada pada aplikasi LinkAja. Kemudian, banyak dari pedagang dan pembeli Di Pasar Bambu Kuning yang sedikit ragu dalam menggunakan aplikasi e-money terutama LinkAja karena para pedagang dan pembeli sudah terbiasa menggunakan uang tunai yang memang sudah terbiasa di pasar tradisonal dalam bertransaksi.
- 2. Dengan adanya LinkAja beberapa pedagang dan pembeli merasa ini adalah salah satu solusi guna meminimalisir penyebaran virus Covid-19. Dimana para pedagan dan pembeli dapat mengurangi interaksi secara langsung karena dalam bertransaksi melalui LinkAja hanya dengan menggunakan scan barcode yang ada pada took yang sudah berkerjasama dengan LinkAja.

5.2 Saran

Dari penelitin yang telah dilakukan oleh peneliti Di Pasar Bambu Kuning tentang "Minat Pedagang dan Pembeli Terhadap Penggunaan LinkAja Di Pasar Bambu Kuning" dan dari hasil wawancara yang telah dibahas, maka peneliti memberikan saran:

 Menurut peneliti sebaiknya perusahaan LinkAja lebih memperhatikan serta meningkatkan promosi maupun pemasaran produknya guna meningkatkan pemahaman serta keinginan untuk menggunakan aplikasi LinkAja. Apalagi masyarakat yang ada dipasar tradisional khususnya Pasar Bambu Kuning sudah terbiasa menggunakan uang tunai dalam bertransaksi. Jadi, sebaiknya LinkAja melakukan pendekatan lebih terhadap pedagang dan pembeli yang kurang paham akan keunggulan serta kemudahan- kemudahan yang dapat ditemui di aplikasi LinkAja. Kemudian guna mempengaruhi keraguan pedagang dan pembeli terhadap risiko-risiko yang dapat terjadi dalam penggunaan e-money terutama LinkAja.

2. Menurut peneliti sebaiknya LinkAja terus meningkatkan kerjasama dengan toko-toko ataupun ruko-ruko yang ada Di Pasar Bambu Kuning. Hal ini tentu berkaitan dengan semakin banyaknya ruko maupun toko yang berkerjasama dengan LinkAja maka akan semakin banyak pembeli yang akan bertransaksi menggunakan LinkAja dan tentu hal ini akan berkesinambungan dimasa pandemic ini guna mengurangi interaksi secara langsung serta meminimalisir penyebaran virus Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

Bank Indonesia (www.bi.go.id)

Alvara Research Center (www. alvara-strategic.com)

DailySocial Fintech Report 2018 (www.dailysocial.co.id)

https://:www.LinkAja.id

http://iqrometro.co.id/wp-content/uploads/2018/09/BUKU-UANG-ELEKTRONIK.pd