

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PROFIL RESPONDEN**

#### **2.1 Sejarah Perusahaan**

LinkAja merupakan penyedia jasa pembayaran berbasis server yang merupakan produk andalan dari PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) dan telah terdaftar di Bank Indonesia. Sejak tahun 2019 kemudian direklasifikasi pada tanggal 01 Juli 2021, Finarya secara resmi telah mendapatkan lisensi atau izin dari Bank Indonesia sebagai Perusahaan Penerbit Uang Elektronik dan Penyelenggara Transfer Dana (Kategori I).

Awalnya, LinkAja dikenal dengan nama T-Cash dan telah beroperasi sejak tahun 2007 di bawah pengelolaan PT Telekomunikasi Indonesia (Telkomsel). PT Finarya sendiri merupakan hasil konsolidasi dari 10 anak perusahaan afiliasi BUMN. Saat ini, Finarya juga terbuka untuk bekerja sama dengan sektor swasta yang memiliki visi dan misi yang sejalan. Pada Oktober 2020, Grab LA Pte. Ltd. resmi menjadi salah satu pemegang saham di Finarya. Selanjutnya, pada Maret 2021, PT Dompot Karya Anak Bangsa juga tercatat secara resmi sebagai pemegang saham Finarya.

#### **2.2 Logo, Visi, Misi, dan Tujuan**

##### **2.2.1 Logo Perusahaan**



**Gambar 2.1 Logo LinkAja**

Sumber: [www.linkaja.id](http://www.linkaja.id), 2025

### **2.2.2 Visi Perusahaan**

Menjadi platform keuangan digital pilihan bangsa (National Champion) yang unggul dan terpercaya.

### **2.2.3 Misi Perusahaan**

Membangun ekosistem dan platform pembayaran, saluran penerimaan dana, serta layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Indonesia.

### **2.2.4 Tujuan Perusahaan**

Mendorong inklusi keuangan dan inklusi ekonomi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

## **2.3 Lokasi Perusahaan**

LinkAja memiliki kantor pusat di Menara Citicon Lantai 3, Jl. Letjen S. Parman Kav 72, RT.004/RW.003, Slipi, Kecamatan Palmerah, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta 11410.

## **2.4 Tagline LinkAja**

Tagline yang dimiliki oleh LinkAja, yaitu “Apa-Apa Bisa”. Tagline tersebut membawa arti jika LinkAja bukan sekadar sebuah dompet digital, melainkan aplikasi yang mampu memfasilitasi penggunaanya untuk melakukan pembayaran berbagai hal, seperti hiburan, transportasi, finansial, dan lain sebagainya

## **2.5 Klasifikasi Pengguna LinkAja**

### **2.5.1 LinkAja Basic Service**

LinkAja memberikan jenis layanan LinkAja Basic Service bagi pengguna yang belum melakukan verifikasi informasi tambahan dimana dapat digunakan beberapa fasilitas layanan antara lain:

1. Isi Saldo LinkAja (Cash In / Top Up);
2. Pembayaran transaksi; dan/atau
3. Pembayaran tagihan.

Pengguna LinkAja Basic Service, memiliki batas jumlah maksimum Saldo dalam Akun LinkAja sebesar Rp 2.000.000,- (dua juta Rupiah) dengan nilai transaksi dengan batas maksimum Rp 20.000.000,- (dua puluh juta rupiah) dalam kurun waktu 1 bulan.

### **2.5.2 LinkAja Full Service**

LinkAja Full Service adalah jenis layanan dari LinkAja yang memungkinkan pengguna untuk menikmati fitur secara lebih lengkap setelah melakukan verifikasi data tambahan selain informasi dasar yang diminta pada awal pendaftaran. Dengan akun ini, pengguna dapat secara optimal menggunakan berbagai fitur, seperti menyimpan dan menerima dana, melakukan transaksi, serta mengirimkan uang ke sesama pengguna LinkAja maupun ke rekening bank. Selain itu, layanan ini juga memungkinkan pengguna untuk melakukan penarikan tunai di ATM Himbara (Bank Mandiri, BRI, BNI, dan BTN). Beberapa fasilitas layanan antara lain:

1. Isi Saldo (Cash In/Top Up);
2. Pembayaran transaksi;
3. Pembayaran tagihan;

4. Transfer dana dari saldo utama;
5. Tarik tunai; dan/atau
6. Penyaluran dana pihak ketiga.

Pengguna LinkAja kategori Full Service, memiliki batas maksimum Saldo dalam Akun LinkAja sebesar Rp 20.000.000,- (dua puluh juta rupiah) dengan nilai transaksi dengan batas maksimum Rp 40.000.000,- (empat puluh juta rupiah) dalam 1 bulan.

## 2.6 Produk LinkAja

LinkAja menawarkan beragam produk yang dapat memenuhi ragamnya kebutuhan masyarakat. Produk-produk tersebut meliputi:

**Tabel 2.1 Produk LinkAja**

| No. | Kategori Produk         | Produk                                                                                                                                                                                                                 |
|-----|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Produk Telekomunikasi   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pascabayar</li> <li>• Pulsa/Data</li> <li>• Pulsa/Data Internasional</li> <li>• Hemat Lengkap by Telkomsel</li> </ul>                                                         |
| 2.  | Produk Beli/Bayar       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembelian gas</li> <li>• Pembelian properti</li> <li>• TV kabel &amp; internet</li> <li>• Pembayaran tagihan PDAM, Listrik, Pendidikan, Rekening virtual, Koperasi</li> </ul> |
| 3.  | Produk Transportasi     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pembelian tiket kapal, kereta, pesawat, bis</li> <li>• Parkir,</li> <li>• My pertamina,</li> <li>• Taksi</li> <li>• Kendaraan online</li> </ul>                               |
| 4.  | Produk Kartu Elektronik | Cek saldo kartu yang berlaku bagi <i>e-money</i> dan <i>tapcash</i>                                                                                                                                                    |
| 5.  | Produk Keuangan         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tabungan emas,</li> <li>• Pinjaman</li> <li>• Paylater</li> <li>• Multi Financial</li> </ul>                                                                                  |

| No. | Kategori Produk           | Produk                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pegadaian</li> <li>• Rekening Online</li> <li>• Asuransi</li> <li>• BPJS,</li> <li>• Reksadana</li> </ul>                                                                                                                                                                                                 |
| 6.  | Produk Travel dan Hiburan | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Streaming</li> <li>• Travel dan Hotel</li> <li>• Voucher Games</li> <li>• <i>Event</i> &amp; Atraksi</li> <li>• mgames</li> </ul>                                                                                                                                                                         |
| 7.  | Produk Dana Sosial        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• LinkAja berbagi</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 8.  | Produk Layanan Pemerintah | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Samsat Digital Nasional (SIGNAL)</li> <li>• Bayar KUA</li> <li>• Bayar Paspor</li> <li>• Bayar SIM</li> <li>• Bayar Denda Tilang</li> <li>• Bayar Beacukai</li> <li>• Bayar PPH</li> <li>• Bayar PPN</li> <li>• Layanan Perpajakan</li> <li>• Pajak,</li> <li>• Restribusi</li> <li>• E-Samsat</li> </ul> |
| 9.  | Produk Lainnya            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kirim Uang</li> <li>• Makanan &amp; Minuman</li> <li>• Jasa Rumah</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                              |

## 2.7 Karakteristik Identitas Responden

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan responden. Kriteria responden mencakup individu yang berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Kota Semarang, dan telah melakukan setidaknya dua kali transaksi menggunakan LinkAja dalam enam bulan terakhir. Identitas responden dijelaskan guna memperoleh gambaran nyata kondisi lapangan. Jumlah

responden yang ditargetkan adalah 100 orang yang tersebar di berbagai wilayah Kota Semarang, dengan pengisian kuesioner dilakukan secara online melalui Google Form. Peneliti menyebarkan kuesioner melalui pesan WhatsApp dan terlebih dahulu menanyakan kesesuaian calon responden dengan kriteria yang telah ditetapkan. Jika memenuhi syarat, responden diminta untuk bersedia mengisi kuesioner. Karakteristik responden dikategorikan berdasarkan pekerjaan, wilayah tempat tinggal, usia, jenis kelamin, waktu terakhir menggunakan LinkAja, serta penggunaan dompet digital lain.

### 2.7.1 Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin membantu untuk melihat perbedaan pola perilaku responden dalam menggunakan LinkAja. Tabel 2.1 ini menyajikan perbandingan responden menurut jenis kelamin:

**Tabel 2. 2 Data Jenis Kelamin Responden**

| No            | Jenis Kelamin | Frekuensi  | Presentase  |
|---------------|---------------|------------|-------------|
| 1.            | Laki-laki     | 35         | 35%         |
| 2.            | Perempuan     | 65         | 65%         |
| <b>Jumlah</b> |               | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2.2, terlihat bahwa mayoritas responden ialah perempuan sebanyak 65% dan 35% sisanya ialah laki-laki. Dapat disimpulkan bahwa perempuan cenderung lebih aktif dalam menggunakan aplikasi LinkAja dibanding laki-laki.

### 2.7.2 Identitas Responden berdasarkan Usia

Pengguna aplikasi LinkAja di Kota Semarang yang menjadi responden pada penelitian ini berada di kategori umur yang beragam, sebagai berikut:

**Tabel 2.3 Data Usia Responden**

| No            | Usia    | Frekuensi  | Presentase  |
|---------------|---------|------------|-------------|
| 1.            | 17 – 20 | 23         | 23%         |
| 2.            | 21 – 23 | 43         | 43%         |
| 3.            | 24 – 26 | 20         | 20%         |
| 4.            | 27 – 30 | 14         | 14%         |
| <b>Jumlah</b> |         | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2.3, terlihat bahwa responden sebesar 23% dengan usia 17-20 tahun, 43% dengan usia 21-23 tahun, 20% dengan usia 24-26 tahun, dan 14% dengan usia 27-30 tahun. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia 21–23 tahun, kelompok usia yang umumnya berada pada fase aktif secara sosial dan ekonomi. Pada rentang usia ini, individu cenderung lebih sering melakukan kegiatan yang melibatkan pembayaran digital. Hal ini menjelaskan tingginya minat dan frekuensi penggunaan platform e-wallet seperti LinkAja pada kelompok usia tersebut.

### 2.7.3 Identitas Responden berdasarkan Wilayah Responden

Data responden berdasarkan wilayah responden menunjukkan ketersebaran asal responden pada wilayah Kota Semarang.

**Tabel 2.4 Data Wilayah Responden**

| No | Kecamatan    | Frekuensi | Presentase |
|----|--------------|-----------|------------|
| 1. | Banyumanik   | 14        | 14%        |
| 2. | Candisari    | 3         | 3%         |
| 3. | Gajahmungkur | 4         | 4%         |
| 4. | Gayamsari    | 4         | 4%         |
| 5. | Genuk        | 2         | 2%         |

| No            | Kecamatan        | Frekuensi  | Presentase  |
|---------------|------------------|------------|-------------|
| 6.            | Gunungpati       | 10         | 10%         |
| 7.            | Mijen            | 2          | 2%          |
| 8.            | Ngaliyan         | 5          | 5%          |
| 9.            | Pedurungan       | 4          | 4%          |
| 10.           | Semarang Barat   | 6          | 6%          |
| 11.           | Semarang Selatan | 3          | 3%          |
| 12.           | Semarang Tengah  | 4          | 4%          |
| 13.           | Semarang Timur   | 6          | 6%          |
| 14.           | Semarang Utara   | 5          | 5%          |
| 15.           | Tembalang        | 25         | 25%         |
| 16.           | Tugu             | 3          | 3%          |
| <b>Jumlah</b> |                  | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 2.4, mengenai penggunaan LinkAja di Kota Semarang berdasarkan domisili mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berdomisili di Kecamatan Tembalang, dengan jumlah pengguna sebanyak 25 orang (25%).

#### 2.7.4 Identitas Responden berdasarkan Pekerjaan

Dalam kuesioner didapatkan data mengenai pekerjaan responden, diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 2.5 Data Pekerjaan Responden**

| No            | Pekerjaan          | Frekuensi  | Presentase  |
|---------------|--------------------|------------|-------------|
| 1.            | Pelajar/Mahasiswa  | 50         | 50%         |
| 2.            | TNI/POLRI/PNS/BUMN | 19         | 19%         |
| 3.            | Karyawan Swasta    | 31         | 31%         |
| <b>Jumlah</b> |                    | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2.5, Terlihat bahwa sebanyak 50 orang (50%) merupakan mahasiswa atau pelajar, 19 orang (19%) adalah TNI/POLRI/PNS/BUMN, dan 31 orang (31%) adalah Karyawan Swasta. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa

status pekerjaan mahasiswa merupakan mayoritas dari responden yang menggunakan LinkAja. Hal ini mengindikasikan bahwa kalangan ini memiliki perilaku konsumtif dan sering mengakses LinkAja untuk bertransaksi seperti pembayaran menggunakan QRIS, transfer uang, atau pembelian paket data.

### 2.7.5 Identitas Responden berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Dalam kuesioner didapatkan data mengenai pendapatan per-bulan responden. Berdasarkan pendapatan pengguna LinkAja di Kota Semarang, diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 2.6 Data Pendapatan Responden**

| No            | Pendapatan                  | Frekuensi  | Presentase  |
|---------------|-----------------------------|------------|-------------|
| 1.            | < Rp1.000.000               | 32         | 32%         |
| 2.            | Rp1.000.000 – Rp3.000.000   | 33         | 33%         |
| 3.            | > Rp3.000.000 – Rp5.000.000 | 20         | 20%         |
| 4.            | > Rp5.000.000               | 15         | 15%         |
| <b>Jumlah</b> |                             | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2.4, pendapatan responden pada rentang kurang dari Rp1.000.000 adalah 32%, pendapatan rentang Rp1.000.000 – Rp3.000.000 adalah 33%, pendapatan rentang >Rp3.000.000 – Rp5.000.000 adalah 20%, dan pendapatan rentang lebih dari Rp5.000.000 ialah 15%. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas rentang pendapatan responden adalah Rp1.000.000 - Rp3.000.000. Hasil dari temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden kemungkinan berasal dari rentang usia 17-30 tahun yang umumnya berprofesi pelajar/mahasiswa dan individu yang baru berkarir ataupun sudah berkarir lama.

### 2.7.6 Identitas Responden berdasarkan Jenis Transaksi yang Dilakukan Responden

Mengidentifikasi jenis transaksi yang dilakukan responden dalam menggunakan aplikasi LinkAja, diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 2.7 Data Jenis Transaksi Responden**

| No            | Jenis Transaksi                                    | Frekuensi  | Presentase  |
|---------------|----------------------------------------------------|------------|-------------|
| 1.            | Transfer uang                                      | 31         | 31%         |
| 2.            | QRIS                                               | 29         | 29%         |
| 3.            | Pembelian pulsa, token listrik, dan paket internet | 28         | 28%         |
| 4.            | Pembayaran tagihan                                 | 12         | 12%         |
| <b>Jumlah</b> |                                                    | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2.7, jenis transaksi yang dilakukan responden melalui aplikasi LinkAja cukup beragam. Transaksi terbanyak adalah transfer uang (31%), diikuti QRIS (29%), pembelian pulsa, token listrik, dan paket internet (28%), serta pembayaran tagihan (12%). Data ini menunjukkan bahwa fitur transfer uang dan QRIS paling dominan digunakan, mencerminkan tingginya ketergantungan masyarakat pada layanan keuangan digital yang praktis dan efisien.

### 2.7.7 Identitas Responden berdasarkan Penggunaan Dompot Digital

#### Merek Lain

Mengetahui apakah responden menggunakan dompet digital merek lain atau tidak dapat membantu untuk mengetahui apakah responden dompet digital LinkAja menjadi pilihan utama untuk bertransaksi atau tidak:

**Tabel 2.8 Data Penggunaan Dompot Digital Merek Lain**

| No            | <i>E-Wallet</i> Merek Lain | Frekuensi  | Presentase  |
|---------------|----------------------------|------------|-------------|
| 1.            | Gopay                      | 33         | 33%         |
| 2.            | OVO                        | 16         | 16%         |
| 3.            | ShopeePay                  | 27         | 27%         |
| 4.            | DANA                       | 24         | 24%         |
| <b>Jumlah</b> |                            | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2.8, diketahui bahwa responden tidak hanya menggunakan LinkAja, tetapi juga dompet digital lain. Gopay menjadi yang paling banyak digunakan (33%), diikuti ShopeePay (27%), DANA (24%), dan OVO (16%). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun LinkAja menjadi fokus penelitian, responden tetap aktif menggunakan *e-wallet* lain, mencerminkan tingginya adopsi dan persaingan layanan dompet digital di masyarakat.

### 2.7.8 Identitas Responden berdasarkan Waktu Penggunaan 3 Bulan

#### Terakhir

Karakteristik ini untuk melihat seberapa sering responden menggunakan aplikasi LinkAja selama 3 (tiga) bulan terakhir dimulai dari Februari hingga April 2025. Semakin tinggi intensitas maka semakin banyak pengalaman dalam menggunakan aplikasi LinkAja:

**Tabel 2.9 Data Waktu Penggunaan Selama 3 Bulan Terakhir**

| No            |            | Frekuensi  | Presentase  |
|---------------|------------|------------|-------------|
| 1.            | 3 kali     | 19         | 19%         |
| 2.            | 4 – 6 kali | 48         | 48%         |
| 3.            | 7 – 9 kali | 21         | 21%         |
| 4.            | > 10 kali  | 12         | 12%         |
| <b>Jumlah</b> |            | <b>100</b> | <b>100%</b> |

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2.9, intensitas penggunaan aplikasi LinkAja selama tiga bulan terakhir (Februari–April 2025) bervariasi. Sebagian besar responden (48%) menggunakan aplikasi 4–6 kali, diikuti 21% yang menggunakannya 7–9 kali, 19% sebanyak 1–3 kali, dan 12% lebih dari 10 kali. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat penggunaan sedang hingga tinggi, mencerminkan keterlibatan aktif dalam memanfaatkan fitur-fitur LinkAja.