

BAB II

GAMBARAN UMUM LINKAJA

2.1. Sejarah dan Perkembangan LinkAja

LinkAja menjadi produk unggulan dari PT Fintek Karya Nusantara, produk berupa dompet digital berbasis server yang telah tercatat di Bank Indonesia. LinkAja memiliki nama sebelumnya yaitu Telkomsel Cash/TCASH diluncurkan pada tahun 2007 yang berfungsi sebagai layanan keuangan digital tanpa adanya bunga, dan pada tahun yang sama TCASH mendapat sertifikat dalam menjalankan bisnis dompet digital di Indonesia dari Bank Indonesia. Telkomsel mengeluarkan produk TCASH TAP pada tahun 2015 yang berupa stiker dengan teknologi NFC pemakaiannya dengan cara menempelkan stiker ke mesin EDC (*Electronic Data Capture*). Bank Indonesia secara resmi mengeluarkan lisensi bagi PT. Fintek Karya Nusantara sebagai Perusahaan Penerbit Uang Elektronik dan Penyelenggara Layanan Keuangan Digital yang berbadan Hukum pada 21 Februari 2019. Sistem Manajemen Keamanan Informasi telah diterapkan oleh Finarya. Finarya didirikan dalam semangat sinergi kebersamaan yang merupakan anak usaha dari 10 Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu PT Mandiri Capital Indonesia, PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel), PT BNI Sekuritas, PT Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (Persero) PT Pertamina Retail (Persero), PT Asuransi Jiwasraya (Persero), PT Danareksa Capital (Persero), PT Mandiri Capital Indonesia, PT Kereta Commuter Indonesia, PT Jasamarga Toll Road Operator dan PT BRI Ventura Investama.

Finarya terbuka dalam kerja sama pihak lain yang memiliki kesamaan visi dan misi. Grab Pte.Ltd. resmi memegang saham Finarya pada tahun 2020 dan pada tahun 2021, PT Dompot Karya Anak Bangsa juga memegang saham Finarya. Saat ini PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya) tak hanya memiliki LinkAja Reguler namun memperluas layanannya dengan menghadirkan layanan syariah pada satu aplikasi saja. LinkAja Syariah menggunakan metode transaksi menggunakan prinsip dasar syariah dengan target pengguna Muslim.

Telkomsel yang memiliki jaringan Himpunan Bank Milik Negara yang luas yang telah memiliki akses transaksi keuangan dengan jumlah lebih dari seratus ribu titik mendukung sebagai operator seluler terbesar di Indonesia. Fintek Karya Nusantara sebagai platform sistem pembayaran Badan Usaha Milik Negara akan mendorong ekosistem holistik transaksi keuangan non tunai dan inklusi keuangan secara keseluruhan yang berfokus pada kebutuhan pembayaran yang diperlukan untuk seluruh warga negara Indonesia, terutama kelas menengah ke bawah dan Usaha Mikro, Kecil & Menengah (UMKM).

2.2. Logo, Visi, Misi, dan Tujuan LinkAja

2.2.1. Logo



Gambar 2.1 Logo LinkAja

Sumber: www.linkaja.id, 2023

2.2.2. Visi

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

2.2.3. Misi

Membangun ekosistem dan platform pembayaran serta layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat kelas menengah/aspiran serta UMKM di Indonesia.

2.2.4. Tujuan

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

2.3. Lokasi Perusahaan

Lokasi kantor LinkAja terletak di Energy Building – 21st Floor, Jl. Jend Sudirman, SCBD Lot 11A,, Kav 52-53, RT.5/RW.3, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190.

2.4. Tagline LinkAja

LinkAja memiliki tagline yang menarik yaitu “Apa2Bisa” (apa-apa bisa) yang memiliki makna bahwa LinkAja bukan hanya sebatas dompet digital saja namun juga aplikasi yang menyediakan pembayaran dalam segala bidang seperti transportasi, finansial, hiburan, pajak, dan lain-lain sehingga segala pembayaran dapat dilakukan melalui LinkAja.

2.5. Klasifikasi Pengguna LinkAja

LinkAja menawarkan pengguna 2 (dua) jenis klasifikasi dengan layanan dan fitur-fitur yang berbeda sehingga pengguna dapat memilih sesuai manfaat yang diinginkan. Jenis klasifikasi dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu:

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. Pemabayaran 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 1 bulan.

2.5.2. LinkAja Full Service

LinkAja *Full Service* merupakan layanan LinkAja dengan melakukan verifikasi informasi tambahan selain informasi yang diminta pertama kali. Akun ini di mana pengguna bisa memanfaatkan layanan LinkAja dengan maksimal. Dari menyimpan dana, menerima dana, transaksi, hingga mengirimkan dana ke nomor LinkAja lain atau ke rekening bank. Pada layanan ini, pengguna juga dapat menarik tunai di ATM Himbara (Bank Mandiri, BRI, BNI, 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 diklasifikasikan pada beberapa kategori, meliputi:

No.	Kategori Produk	Produk
1.	Produk Telekomunikasi	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pascabayar ➤ Pulsa/Data ➤ Pulsa/Data Internasional ➤ Hemat Lengkap by Telkomsel
2.	Produk Beli/Bayar Tagihan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Pembelian gas ➤ Pembelian properti ➤ TV kabel & internet ➤ Pembayaran tagihan PDAM, ➤ Listrik, ➤ Pendidikan, ➤ Rekening virtual, ➤ Koperasi

3.	Produk Transportasi	<ul style="list-style-type: none"> ➤ pembelian tiket kapal ➤ parkir, ➤ my pertamina, ➤ taksi, ➤ kendaraan online, ➤ kereta, ➤ pesawat, ➤ kendaraan online, ➤ bis, dan ➤ transportasi lainnya.
4.	Produk Kartu Elektronik	Cek saldo kartu yang berlaku bagi e-money dan tapcash
5.	Produk Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tabungan emas, ➤ Pinjaman, ➤ Paylater, ➤ Multi Financial, ➤ Pegadaian, ➤ Rekening Online, ➤ Asuransi, BPJS, ➤ Reksadana
6.	Produk Travel dan Hiburan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Streaming, ➤ Travel dan Hotel, ➤ Voucher Games, ➤ Event & Atraksi, ➤ mgames
7.	Produk Dana Sosial	➤ LinkAja berbagi
8.	Produk Layanan Pemerintah	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Samsat Digital Nasional (SIGNAL), ➤ Bayar KUA, ➤ Bayar Paspor, ➤ Bayar SIM, ➤ Bayar Denda Tilang, ➤ Bayar Beacukai, ➤ Bayar PPH, ➤ Bayar PPN, ➤ Layanan Perpajakan, ➤ Pajak, ➤ Restribusi, ➤ E-Samsat

9.	Produk Lainnya	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kirim Uang, ➤ Makanan & Minuman, dan ➤ Jasa Rumah
----	----------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2.7. Karakteristik Identitas Responden

Pemilihan responden pada riset ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Syarat responden adalah orang yang berusia 17 tahun atau lebih yang berdomisili di Kota Semarang dan pernah melakukan transaksi minimal 1 kali melalui LinkAja dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Identitas responden diuraikan untuk mengetahui kondisi lapangan dengan sebenarnya. Responden yang dibutuhkan sebanyak 100 orang yang tersebar di wilayah di Kota Semarang dengan mengisi kuesioner secara online dari *google form*. Peneliti menyebarkan kuesioner melalui pesan Whatsapp dan secara spesifik menanyakan apakah orang tersebut sesuai dengan kriteria, jika sesuai maka diminta kesediaannya untuk mengisi kuesioner.

Karakteristik responden pada penelitian ini diklasifikasikan menurut pekerjaan, wilayah responden, Pendidikan terakhir, usia, jenis kelamin, waktu penggunaan terakhir, serta penggunaan aplikasi dompet digital merek lain.

2.7.1. Karakteristik 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 2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	70	70,00
2	Laki-laki	30	30,00
Total		100	100,00

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan 100 responden sebanyak 70 orang (70%) berjenis kelamin perempuan, dan 30 orang (30%) lainnya berjenis kelamin laki-laki.

2.7.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Responden

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

Tabel 2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Responden

No.	Kecamatan	Frekuensi	Persentase
1.	Pedurungan	14	14,00
2.	Candisari	2	2,00
3.	Tembalang	44	44,00
4.	Semarang Utara	1	1,00
5.	Gajahmungkur	4	4,00
6.	Gayamsari	3	3,00
7.	Gunungpati	2	2,00
8.	Banyumanik	16	16,00
9.	Genuk	2	2,00
10.	Semarang Selatan	6	6,00
11.	Mijen	2	2,00
12.	Semarang Timur	1	1,00
13.	Semarang Barat	3	3,00
Total		100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah 2023

Tabel 2.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden tinggal di wilayah Kecamatan Tembalang sebanyak 44 orang (44%), selanjutnya Kecamatan Banyumanik sebanyak 16 orang (16%) dan Kecamatan Pedurungan sebanyak 14 orang (14%).

2.7.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data responden berdasarkan usia menunjukkan kedewasaan seseorang dalam berfikir. Dalam mengetahui persepsi responden mengenai LinkAja, setiap usia memiliki persepsi serta karakteristik yang berbeda-beda dalam menentukan pilihan.

Tabel 2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	18 – 19 tahun	2	2,00
2.	20 – 21 tahun	56	56,00
3.	22 – 23 tahun	11	11,00
4.	24 – 25 tahun	3	3,00
5.	26 – 27 tahun	1	1,00
6.	28 – 29 tahun	0	0,00
7.	30 – 31 tahun	2	2,00
8.	32 tahun	2	2,00
Total		100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah 2023

Tabel 2.3 menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 20-21 tahun sebanyak 56 orang (56%), selanjutnya 22-23 tahun sebanyak 11 orang (11%) dan 24-25 tahun sebanyak 3 orang (3%).

2.7.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir merujuk pada Pendidikan formal yang telah ditempuh responden. Pendidikan dapat membentuk pola pikir dan gaya hidup sehingga dapat mempengaruhi dalam memberikan kritis penilaian akan suatu produk. Perbedaan pendidikan terakhir yang ditempuh responden sangat unik untuk dianalisis.

Tabel 2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1.	SMP	2	2,00
2.	SMA/SMK	61	61,00
3.	Diploma	8	8,00
4.	Sarjana	28	28,00
5.	Pascasarjana (S2/S3)	1	1,00
Total		100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah 2023

Tabel 2.4 menunjukkan responden pada penelitian ini tersebar dari tamatan SMA/SMK hingga Pascasarjana (S2/S3). Mayoritas responden pada penelitian ini menempuh pendidikan terakhir SMA/SMK sebanyak 65 orang. Kemudian lulusan Sarjana sebesar 27%, diploma 7%, dan 1% lulusan Pascasarjana (S2/S3). Dapat disimpulkan pengguna LinkAja paling banyak merupakan lulusan SMA.

2.7.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan dapat membantu dalam melihat bagaimana gaya hidup seseorang, terlebih pekerjaan dapat mempengaruhi preferensi produk yang tepat sebelum menggunakan atau membeli.

Tabel 2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Pelajar (SMA/SMK)	2	2,00
2.	Mahasiswa	63	63,00
3.	Pegawai Swasta	27	27,00
4.	Wiraswasta	1	1,00
5.	TNI/POLRI/PNS	7	7,00
Total		100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah 2023

Responden penelitian ini mayoritas merupakan mahasiswa dengan persentase sebesar 65%. Banyaknya mahasiswa dikarenakan penggunaan dompet digital perlu didasari dengan melek teknologi, biasanya didominasi oleh milenial. Mayoritas kedua merupakan pegawai swasta dengan persentase 27%, kemudian TNI/POLRI/PNS sebanyak 7%, dan wiraswasta 1%.

2.7.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan

Mengetahui pengeluaran per bulan responden dapat membantu mengidentifikasi pola perilaku responden dalam mengeluarkan dan mengatur keuangan.

Tabel 2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan

No.	Nominal	Frekuensi	Persentase
1.	≤ Rp 1.000.000	28	28,00
2.	Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000	48	48,00
3.	Rp 2.500.000 - Rp 4.000.000	20	20,00
4.	> Rp 4.000.000	3	3,00
Total		100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Sebesar 48% responden mengeluarkan sekitar Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000 perbulannya untuk biaya hidup, kemudian 28% responden menghabiskan \leq Rp 1.000.000, 20% responden menghabiskan Rp 2.500.000 - Rp 4.000.000, serta 3% lainnya menghabiskan $>$ Rp 4.000.000 per bulan.

2.7.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan 3 Bulan

Terakhir

Karakteristik ini untuk melihat seberapa sering responden menggunakan aplikasi LinkAja selama 3 (tiga) bulan terakhir dimulai dari November 2022 hingga Januari 2023. Semakin tinggi intensitas maka semakin banyak pengalaman dalam menggunakan aplikasi LinkAja

Tabel 2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan Selama 3 Bulan Terakhir

No.	Jumlah	Frekuensi	Persentase
1.	1 kali	33	33,00
2.	2 – 5 kali	41	41,00
3.	$>$ 5 kali	26	26,00
Total		100	100,00

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table 2.7 menunjukkan bahwa mayoritas responden (41%) menggunakan LinkAja sebanyak 2-5 kali dalam waktu tiga bulan, selanjutnya $>$ 5 kali sebanyak 26%, 1 kali sebanyak 33%.

2.7.8. Karakteristik 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 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Dompot Digital Selain LinkAja

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1.	Ya	93	93,00
2.	Tidak	7	7,00
Total		100	100,00

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan table 2.8, 93% responden menggunakan dompet digital merek lain, sisanya (7%) tidak menggunakan dompet digital merek lain. Terdapat beberapa merek dompet digital lain yang digunakan oleh responden yaitu DANA sebanyak 58 responden, Gopay sebanyak 74 responden, OVO sebanyak 47 responden, Jenius sebanyak 8 responden dan Shopee Pay sebanyak 75 responden.