



Available at :

<http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika>

EkoNika
Jurnal Ekonomi Universitas Kediri

Student Preferences for Financial Technology Digital Payment Services

Dhian Rosalina¹, Kartika Yuliari², Muhammad Rizqi Zati³

^{1,3}Universitas Samudra, Kota Langsa

²Universitas Kediri, Kota Kediri

Email : dhian.rosalina@unsam.ac.id; kartikay@unik.ac.id; rizqi_zati@unsam.ac.id

ABSTRACT

Article History :

Received : 01 - 06 - 2023

Revised : 05 - 08 - 2023

Accepted : 28 - 08 - 2023

Keywords:

Fintech; Digital Payment

Payment transactions using financial technology products have become a habit for payment transactions today. Fintech is a financial service that uses information technology and can systematically change business models, especially payment transactions. This study aimed to find out how students are interested in using fintech payments. This research was conducted at the Faculty of Economics, Kediri University, with a total of ninety students as respondents. The analysis technique uses the Hierarchy of Effect Model with the stages of analysis of awareness, knowledge, liking, preference, conviction, and intention. The results of the study show that at each stage the response from respondents to fintech payments and the types of products is high, which means there is already awareness, knowledge, preferences, beliefs, and decisions to use products from fintech payments.

INTRODUCTION

Financial Technology yang biasa disingkat sebagai fintech adalah layanan keuangan kepada masyarakat berbasis teknologi digital. Seiring dengan berkembang pesatnya kemajuan teknologi informasi dengan platform digital menyebabkan fintech perlahan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan (Namira, 2022). Gaya hidup masyarakat saat ini sangat dipengaruhi oleh penggunaan teknologi, dengan adanya fintech yang mengkolaborasikan jasa layanan keuangan dan teknologi menyebabkan model bisnis saat ini jauh lebih dinamis dengan pangsa pasar yang luas. Perubahan model bisnis dan pasar menyebabkan perubahan pada pola serta transaksi pembayaran, pada model konvensional pembayaran dilakukan dengan tatap muka ataupun mendatangi ATM terdekat, akan tetapi saat ini transaksi keuangan dapat dilakukan dimanapun dalam kurun dua puluh empat jam dan diselesaikan dalam hitungan detik (Marisa, 2020).

Pada data OJK per tanggal 23 Januari 2023 terdapat 102 penyelenggaran Fintech Lending yang berizin, kemudia data dari dari AFTECH ditemukan bahwa

terdapat 359 perusahaan, 24 lembaga keuangan, dan 19 mitra asosiasi terdaftar. Pemerintah melalui Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, dan Menkominfo mengatur operasional Fintech di Masyarakat. Bank Indonesia mengeluarkan sejumlah kebijakan terkait dengan Fintech, yaitu Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggara Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Dimana Bank Indonesia mengawasi dan mengontrol berbagai jasa pembayaran yang menggunakan platform digital di masyarakat., khususnya yang berkaitan dengan Financial Technology (Fintech) termasuk instrument, penyelenggrara, infrastruktur proses transaksi, dan mekanisme. Kepastian dan jaminan dari pemerintah sangat diperlukan untuk melindungi konsumen yang rentan dirugikan, sehingga dengan jaminan perlindungan pemerintah maka konsumen merasa nyaman dalam melakukan transaksi serta terjamin hak haknya.

Saat ini Fintech mampu menggeser lembaga keuangan seperti bank dalam distem pembayaran (Monica & Tama, 2017), fintech memiliki sejumlah keunggulan peran dalam : 1) Menyediakan pasar yang luas bagi pelaku usaha. 2) membantu transaksi pembayaran dan kliring. 3) Membantu penyelenggaraan investasi.4) Membantu masyarakat dalam mengumpulkan dana seperti menabung, kredit, dan penyertaan modal. Regulasi dari pihak berwenang sangat bermanfaat bagi konsumen sehingga hak-hak konsumen dapat terlindungi sehingga konsumen mendapat kenyamanan saat bertransaksi.

Saat ini layanan fintech sudah menyasar generasi Z yang menggunakan internet.yang lekat dengan penggunaan internet dan smartphone. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022 terdapat 210 juta dari total populasi 272 jiwa yang terkoneksi dengan internet di Indonesia, yang meningkat sebesar empat persen dari survey yang dilakukan pada tahun 2021. Dari keseluruhan pengguna internet, 99,6% adalah berstatus mahasiswa dan pelajar yang dapat dilihat pada grafis berikut :



Gambar 1. Tingkat Penetrasi Pengguna Internet Di Indonesia

Sumber Gambar : (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022)

Dari grafis di atas tingkat penetrasi penggunaan internet pada rentang usia 19 sampai dengan 34 tahun sangat tinggi yaitu 98,64%. Bagi generasi milenial di rentang usia tersebut, sudah menjadi hal biasa menggunakan smartphone dalam transaksi pembayaran seperti e-wallet, dan terbiasa menggunakan ATM, kartu debit dan sebagainya. Menurut Syah et al., (2019); Wardani & Darmawan, (2020) pembayaran digital yang merupakan bagian dari fintech sangat dipengaruhi oleh kemajuan smartphone, sehingga sampai dengan saat ini penyedia layanan e-payment semakin agresif di pasar dan diterima secara luas seperti Go-Pay, OVO, ShopeePay, Dana, dan QRIS, dan sebagainya. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi Z adalah generasi yang sangat lekat dengan teknologi informasi (Aseng et al., 2020) mahasiswa adalah bagian dari populasi usia muda yang berkontribusi dalam penggunaan teknologi baru termasuk dalam transaksi pembayaran online di Indonesia, mahasiswa juga merupakan bagian dari generasi yang kritis dan tanggap terhadap perubahan teknologi. Dari berbagai preferensi dan data di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji preferensi mahasiswa terhadap financial technology digital payment services di Indonesia, dengan obyek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri.

LITERATURE REVIEW**Financial Technology**

Financial Technology atau biasa disebut sebagai *fintech* merupakan penggunaan teknologi untuk membantu layanan transaksi keuangan. Menurut surat edaran Bank Indonesia No.18/22/DKSP tentang Penyelenggara Layanan Keuangan Digital (LKD) menjelaskan bahwa kegiatan layanan keuangan digital adalah penggunaan teknologi berbasis mobile ataupun berbasis web dalam kegiatan layanan sistem pembayaran dan keuangan yang dilakukan dengan kerja sama dengan pihak ketiga dalam rangka keuangan inklusif.

Dalam ketentuan Bank Indonesia terdapat beberapa jenis *fintech* yang saat ini ada di Indonesia (Aulia, 2020; Nurdin et al., 2020; Pambudi, 2019), yaitu antara lain :

1. *Peer-to-peer lending* dan *crowdfunding*

Crowdfunding adalah suatu bentuk penggalangan dana dengan menggunakan teknologi untuk keperluan tertentu seperti membiayai suatu karya proyek tertentu, dana bantuan korban bencana atau kegiatan sosial lainnya. *Crowdfunding* adalah salah satu bentuk *fintech* yang memanfaatkan social media, web, dan aplikasi serta sarana teknologi informasi lainnya untuk menggalang dana masyarakat dengan imbalan barang dan jasa. Salah satu bentuk *crowdfunding* yang populer di Indonesia adalah *kitabisa.com*. Sedangkan *Peer-to-peer lending* atau P2P lending adalah layanan *fintech* yang bergerak dalam menghimpun pinjaman dana kepada masyarakat yang mana dana tersebut berasal dari masyarakat dan perusahaan penyedia layanan. Contoh layanan P2P lending yang dapat ditemui di Indonesia adalah *KoinWorks*, *kredivo*, *akulaku*.

2. *Market aggregator*

Market Aggregator adalah layanan *fintech* yang menganalisa dan menafsirkan kumpulan informasi keuangan berbagai sumber secara transparan. Dalam bahasa yang lebih sederhana, *market aggregator* membantu pengguna dalam membandingkan dan memilih layanan keuangan yang dibutuhkan. Seperti kredit tanpa agunan, KPR, asuransi, kredit kendaraan bermotor. Contoh *market aggregator* yang dapat ditemui di Indonesia adalah *Tunaiku*, *Cermati*, *Cekaja*.

3. Manajemen Risiko dan Investasi (*Risk and Investment Management*)

Platform *Fintech risk and investment management* adalah layanan fintech yang memberikan advice mengenai pengelolaan kekayaan dan investasi. Bentuknya adalah robo-advisor yang menggunakan algoritma perdagangan dalam investasi sebagai dasar informasi yang digunakan oleh pengguna untuk mengambil keputusan investasi. Sehingga, pengguna mendapatkan model investasi yang sesuai dengan karakteristik dan masukan input lainnya yang diterima oleh robo advisor. Beberapa contoh fintech ini adalah Bareksa, Investree, dan sebagainya.

4. *Payment, Clearing, dan Settlement*

Payment system adalah layanan fintech yang populer di Indonesia. Bentuk *Payment system* adalah seperti e-wallet, kartu e- money, bentuk aplikasi Fintech yang lain. Berbagai jenis produk payment telah meramaikan industri Fintech seperti: e-money card, kartu e-toll, e-wallet, dan bentuk aplikasi lain seperti :adalah Go-Pay, OVO, atau Sakuku BCA dan banyak lagi.

Pembayaran Digital/*Digital Payment*

Pembayaran digital adalah layanan dalam transaksi pembayaran yang menggunakan teknologi. Menurut Tarantang et al., (2019) pembayaran digital memudahkan transaksi dikarenakan uang sebagai alat pembayaran diproses, diterima dan disimpan dalam bentuk digital menggunakan aplikasi tertentu. Sedangkan pada pembayaran secara konvensional transaksi dilakukan dengan bertatap muka dan menggunakan instrumen fisik seperti cek, atm, dan kartu kredit. dilakukan melalui uang tunai, cek, atau kartu kredit.

Cashless society yang menjadi tren masyarakat global menggunakan pembayaran elektronik dan tidak sepenuhnya tergantung dengan pembayaran tunai (Aulia, 2020; Law, 2018). Cashless society memiliki konsep sama dalam transaksi keuangan tradisional hanya saja dalam praktiknya penyelesaian transaksi menggunakan gadget sehingga pengguna lebih fleksible. Pembayaran digital seperti goPay, OVO, Dana, ShopeePay, LinkAja, dan sebagainya semakin banyak dilirik oleh masyarakat seiring dengan pola belanja daring menggunakan e-commerce. (Laudon, K. C., & Traver, 2013). Dalam pembayaran digital terdapat lima pihak yang terlibat

yaitu : konsumen, issuer, acquirer, merchant, dan provider layanan. Untuk lebih jelasnya (Aulia, 2020; Ika Febrilia et al., 2020; Laudon, K. C., & Traver, 2013) sistem pembayaran digital adalah sebagai berikut:

1. Transaksi menggunakan kartu kredit melibatkan pihak-pihak sebagai berikut: merchant, konsumen, clearinghouse, bank merchant (acquirer) serta bank konsumen (issuer).
2. Dompet digital sebagai aplikasi untuk menyimpan data instrumen pembayaran, yaitu pembayaran dengan menggunakan uang elektronik untuk menampung dana yang dapat digunakan melakukan pembayaran
3. *Online stored value systems* merupakan pembayaran kepada merchant secara online sesuai dengan nominal yang tersimpan.
4. Sistem keseimbangan akumulasi digital merupakan sistem yang memudahkan konsumen melakukan pembayaran melalui e-commerce, kemudian diakumulasikan untuk dibayarkan akhir bulan ataupun pada waktu tertentu,
5. Sistem pembayaran pengecekan digital sebagai bagian dari perkembangan pembayaran transaksi online,
6. *Mobile payment systems* yaitu penggunaan gadget atau smartphone untuk melakukan transaksi pembayaran (e-banking)

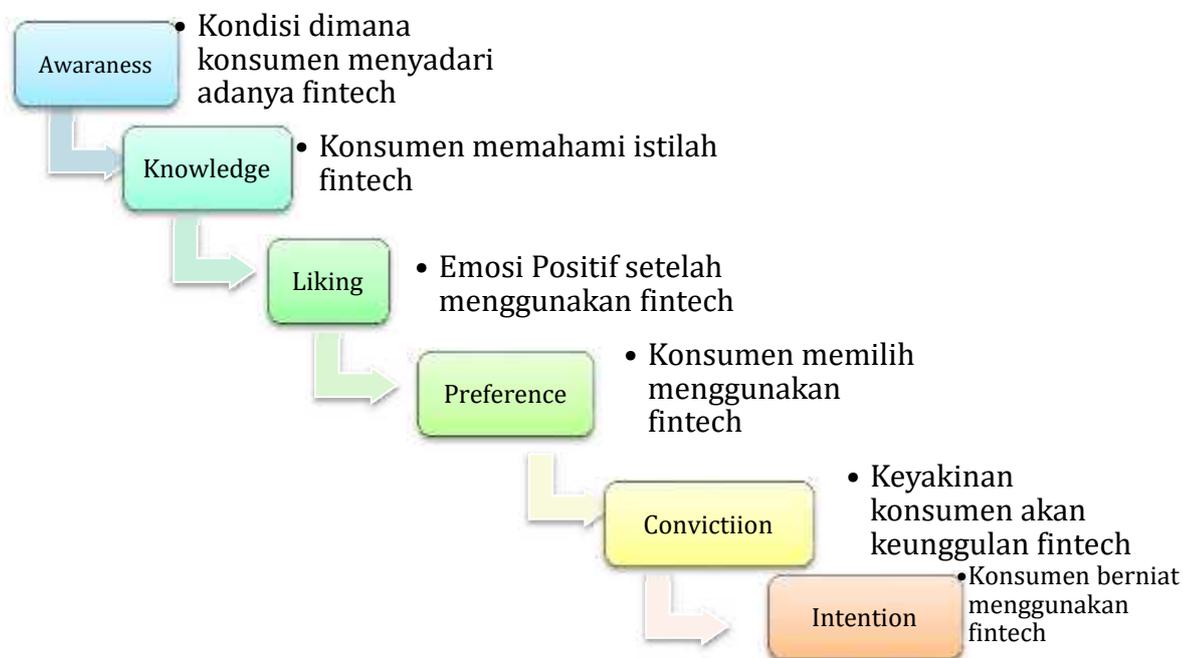
METHODS

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan mengetahui sejauh mana preferensi mahasiswa terhadap *fintech digital payment*.

Responden dalam penelitian ini adalah sembilan puluh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri, teknik pengumpulan data menggunakan *google form* dalam rentang sepuluh hari, yaitu tanggal 5 sampai dengan 15 Januari 2023. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, dengan menggunakan tendensi sentral, mean, dan modus yang disajikan dalam persentase.

Dalam analisis data, peneliti menggunakan referensi penelitian yang digunakan oleh Susilowati et al., (2020) yakni menggunakan *Hierarchy Effect Model* yang ada pada gambar 2 dibawah ini. Dalam model tersebut terdapat beberapa tahap yang dilalui konsumen, dimulai dari tahap *awaranness, knowledge, liking, preference, conviction,*

intention dimana setelah melalui keseluruhan tahap tersebut, konsumen memutuskan untuk melanjutkan mengkonsumsi layanan fintech.



.Gambar 2. *Hierarcy Effect Model*

Berdasarkan *Hierarcy Effect Model* terdapat enam variable dalam penelitian ini meliputi a) *Awaranness*, yaitu kesadaran konsumen akan adanya fintech yang terdiri dari enam indikator. b) *Knowledge*, yaitu kondisi dimana konsumen memahami istilah fintech, dengan enam indikator, c) *Liking*, yaitu kondisi dimana muncul emosi positif setelah konsumen menggunakan layanan, d) *Preference*, adalah tahapan dimana konsumen tertarik dalam menggunakan layanan, dengan empat indikator, e) *Conviction*, adalah tahapan dimana konsumen termotivasi menggunakan layanan karena yakin akan keunggulannya, dengan lima indikator. f) *Intention*, fase dimana konsumen akan tetap mencoba dan memilih layanan fintech untuk setiap transaksi pembayaran, dengan empat indikator

Penelitian ini menggunakan tendensi sentral modus dan skor rata rata tertimbang yang akan dijelaskan dalam bentuk persentase. Skala yang digunakan

adalah skala Likert 1 sampai dengan 4 dengan pertimbangan menghindari jawaban bisa atau moderat. Intepretasi dari pengolahan data adalah sebagai berikut :

Rentang skala	Kategori
< 1,75	: Sangat rendah
1,75 – 2,49	: Rendah
2,50 – 3,24	: Tinggi
➤ 2,35	: Sangat tinggi

RESULTS

Profil Responden

Profil dari Sembilan puluh responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Profil Responden

Program Studi	Akuntansi	12	13,3%
	Manajemen	70	77,8%
	Ekonomi Pembangunan	8	8,9%
Jenis Kelamin	Laki Laki	40	44,4%
	Perempuan	50	55,6%
Usia	17 s/d 25 tahun	76	84,4%
	25 s/d 32 tahun	8	8,9%
	33 s/d 40 tahun	0	0
	>40 tahun	6	6,7%

Sumber : data primer diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 1 mayoritas responden berasal dari program studi manajemen dengan angka tujuh puluh persen, sedangkan dari aspek jenis kelamin lima puluh lima persen adalah perempuan. Untuk kategori usia, delapan puluh empat persen berada pada rentang usia 17 s/d 25 tahun, hal ini cukup baik karena pada rentang usia tersebut adalah rentang usia dimana responden sedang berada pada fase aktif mencoba teknologi baru, menggunakan e-commerce, dan *up to date* dengan perubahan informasi.

Analisis *Hierarchy Effect Model*

1. Kesadaran Mahasiswa Terhadap Fintech (*Awareness*)

Tahap pertama dalam *Hierarchy of Effect Model* adalah tahap *awaranness* dimana konsumen menyadari bahwa terdapat product fintech payment yang dipergunakan dalam kehidupan sehari hari. Istilah fintech sudah cukup familiar bagi responden, hal ini terlihat dari tabel berikut dimana 71,1% responden pernah mendengar istilah

fintech. Money atau e-money, mayoritas responden telah sering mendengarnya (sebanyak 91,67 persen responden menyatakan pernah mendengar istilah tersebut). Responden juga tidak asing dengan istilah e-money, e-wallet, *payment gateway* dan *pay later*. Dari tabel di bawah ini responden sangat familiar dengan istilah *mobile banking*, hal ini terlihat bahwa tidak ada satu responden pun yang menjawab belum pernah dan tidak yakin (0%).

Tabel 2. Distribusi Kesadaran Mahasiswa Terhadap Fintech

Indikator	Belum pernah (1)	Tidak yakin (2)	Pernah (3)	Sering (4)
Apakah anda pernah mendengar istilah Financial Technology (Fintech)	20	4,4	71,1	8,9
Apakah anda pernah mendengar istilah electronic money / e-money?	2,2	2,2	57,8	40
Apakah anda pernah mendengar istilah e-wallet?	11,1	2,2	62,2	26,7
Apakah anda pernah mendengar istilah payment gateway?	24,4	8,9	64,4	2,2
Apakah anda pernah mendengar istilah pay later?	6,7	2,2	51,1	44,4
Apakah anda pernah mendengar istilah mobile banking?	0	0	48,9	55,6

Sumber : data primer diolah, 2023

Tingkat 3. Kesadaran Mahasiswa Terhadap Fintech

Indikator	Skor	Kategori
Apakah anda pernah mendengar istilah Financial Technology (Fintech)	2,77	Tinggi
Apakah anda pernah mendengar istilah electronic money / e-money?	3,4	Sangat tinggi
Apakah anda pernah mendengar istilah e-wallet?	3,08	Tinggi
Apakah anda pernah mendengar istilah payment gateway?	2,44	Rendah
Apakah anda pernah mendengar istilah pay later?	3,42	Sangat tinggi
Apakah anda pernah mendengar istilah mobile banking?	3,69	Sangat tinggi

*Perhitungan skor menggunakan rata-rata tertimbang. Misal pada indikator satu $(20 \times 1) + (4,4 \times 2) + (71,1 \times 3) + (8,9 \times 4) = 277$ yang kemudian dibagi 100 sehingga hasilnya adalah 2,77

Pada tabel 3 menunjukkan bahwa kesadaran responden terkait istilah fintech adalah tinggi. Terutama istilah e-money, pay later, dan mobile banking. Hal ini tidak lepas dari gaya hidup berbelanja online dengan e-commerce saat ini yang sudah menjadi budaya baru generasi saat ini. Akan tetapi untuk istilah payment gateway, memiliki skor kesadaran yang rendah, Payment gateway adalah transaksi

pembayaran secara online yang berfungsi mendeskripsikan dan mengesahkan informasi transaksi sesuai dengan provider (Kurniawan et al., 2018; Wardani & Darmawan, 2020). Istilah ini tidak begitu populer di kalangan mahasiswa karena tidak berkaitan langsung dengan produk yang digunakan sehari-hari oleh responden.

2. Pengetahuan Mahasiswa Terhadap Fintech Payment (*Knowledge*)

Berdasarkan pada teori *Hierarchy of Effect Model* konsumen setelah memasuki fase awareness, yang berlanjut pada tahap knowledge, tahap ini adalah fase dimana konsumen merasa memahami istilah-istilah dalam bidang fintech payment. Begitu konsumen menyadari akan keberadaan suatu produk, konsumen berusaha akan mencari informasi untuk mengetahui lebih lanjut manfaat produk tersebut (Susilowati et al., 2020). Berdasarkan hasil dalam tabel tersebut, informasi mengenai keberadaan fintech sudah cukup baik tersampaikan kepada masyarakat. Pemerintah dalam hal ini melalui Bank Indonesia dan OJK cukup intens mengkampanyekan dan mengawasi fintech di tengah masyarakat dan mendorong pelaku usaha untuk go digital dalam transaksi pembayaran, sehingga hal tersebut cukup berpengaruh dalam menyebarluaskan informasi mengenai fintech payment kepada masyarakat luas.

Tabel 4. Distribusi Pengetahuan Mahasiswa Terhadap Fintech Payment

Indikator	Sangat tidak setuju (1)	Tidak setuju (2)	Setuju (3)	Sangat setuju (4)
Anda memahami seluk beluk fintech	0	35,6	64,4	2,2
Anda memahami seluk beluk electronic money	0	13,3	75,6	11,1
Anda memahami seluk beluk e-wallet	0	34,1	54,5	11,4
Anda memahami seluk beluk payment gateway	0	40	53,3	6,7
Anda memahami seluk beluk pay later	0	15,6	68,9	15,6
Anda memahami seluk beluk transaksi mobile banking	0	6,7	66,7	26,7

Sumber : data primer diolah (2023)

Tabel 5. Tingkat Pengetahuan Mahasiswa Terhadap Fintech Payment

Indikator	Skor	Kategori
Anda memahami seluk beluk fintech	2,73	Tinggi
Anda memahami seluk beluk electronic money	2,97	Tinggi
Anda memahami seluk beluk e-wallet	2,77	Tinggi
Anda memahami seluk beluk payment gateway	2,66	Tinggi
Anda memahami seluk beluk pay later	3	Tinggi
Anda memahami seluk beluk transaksi mobile banking	3,23	Tinggi

Sumber : data primer diolah, 2023

Pada tabel 5 di atas untuk keseluruhan indikator pengetahuan responden terhadap *fintech payment* adalah tinggi. Pada tabel tersebut terlihat bahwa distribusi pengetahuan istilah *fintech payment* tertinggi ada pada *electronic money* (2,97) dan disusul oleh *e wallet* (2,77). *E-money* merupakan uang elektronik dimana menggunakan kartu sebagai alat fisik, *e money* bisa dikatakan sebagai alat pembayaran berbasis chip dimana sebuah chip ditanamkan pada sebuah kartu (Achir & Kusumaningrum, 2021; Zahra & Sanaji, 2021) responden cukup familiar dengan istilah *e money* terkait dengan akses jalan tol. Sedangkan untuk *e wallet*, *e wallet* adalah dompet elektronik yang dapat disimpan dengan menggunakan *smartphone* secara singkatnya *e-wallet* adalah uang elektronik yang berbasis pada server. (Achir & Kusumaningrum, 2021; Zahra & Sanaji, 2021). Responden cukup familiar dengan *e wallet* karena biasa menggunakan jasa aplikasi ojek online, dan berbelanja via *e commerce*. Sehingga dari kebiasaan tersebut yang sudah menjadi budaya digital baru menyebabkan responden tidak asing menggunakan *e wallet* dan *e money*.

3. Persentase Emosi Positif Mahasiswa Mengenai Jenis Fintech Payment (Liking)

Tahap selanjutnya dalam *Hierarchy of Effect Model* adalah tahap *Liking*, yaitu tahap dimana responden memiliki emosi positif terhadap jenis jenis produk *fintech payment*. Pada tabel 6 terdapat jenis *fintech payment* yang beredar di masyarakat. Ragam produk *E wallet* dan *e money* menjadi pertimbangan dalam preferensi *fintech*

payment di penelitian ini, mengingat bahwa kedua jenis pembayaran digital tersebut cukup banyak digunakan oleh masyarakat.

Berkembangnya e commerce memudahkan masyarakat melakukan pembelian produk hanya melalui smartphone yang terkoneksi jaringan internet. E-commerce berkembang pesat di Indonesia didukung oleh animo masyarakat akan kemudahan berbelanja dengan harga bersaing dan bisa dilakukan dari rumah. E-commerce juga berpengaruh signifikan atas berkembangnya jasa pengiriman barang. Dari hasil pengumpulan data terlihat bahwa shopee pay yang merupakan salah satu bentuk e wallet yang mendapatkan tanggapan responden, yakni mencapai 88,9%. Dilansir dari data detik finance.com, tekno kompas.com, dan statistia.com dari tahun 2019 sampai dengan 2021 Shopee merupakan e commerce yang paling banyak dikunjungi di Indonesia. Sehingga shopee pay dikenal secara luas sebagai alat pembayaran pada aplikasi shopee.

Tabel 6. Tingkat Emosi Positif Mahasiswa Terhadap Fintech Payment

Jenis Fintech	Mengetahui (%)	Tidak Mengetahui (%)
OVO	73,3	26,7
Dana	77,8	22,2
Shopee Pay	88,9	11,1
Go-Pay	60	40
BRIZZI	28,9	71,1
Mandiri e-money	24,4	75,6
BNI Tap Cash	22,2	77,8
BCA Flazz	22,2	77,8
Qris	57,8	42,2
Lainnya	16	84

Sumber : Data primer diolah (2023)

Dari data di atas, terlihat respon positif responden cukup tinggi tentang beberapa produk e wallet, seperti OVO, Dana, Shopee Pay, Go Pay, dan Qris dimana persentasenya di atas 50% dibandingkan dengan produk e money seperti BRIZZI, Mandiri e-money, BNI Tap Cash, BCA Flazz yang hanya menyentuh angka rata rata 20%. Hal ini disebabkan, e-wallet lebih praktis digunakan karena cukup mengandalkan server/jaringan yang ada di smartphone, responden bisa memiliki lebih dari satu produk e-wallet dalam satu smartphone. Keunggulan lainnya adalah e-wallet terkoneksi dengan e-commerce, aplikasi ojek online, dan lebih praktis digunakan.

4. Persentase Ketertarikan Mendalam Mahasiswa Terhadap Fintech Payment (Preference)

Berdasarkan pada teori *Hierarchy of Effect Model* konsumen setelah memasuki fase Liking, yang berlanjut pada tahap preference yaitu tahap dimana konsumen lebih memilih dan menyukai fintech payment dalam bertransaksi. Menurut Susilowati et al., (2020) Gambaran mengenai apakah konsumen menyukai atau tidak menyukai suatu produk adalah fase penting, karena dari fase ini konsumen akan memutuskan untuk memilih produk yang ditawarkan.

Kondisi ketertarikan (preference) ini dapat dilihat dari bagaimana responden tertarik mengenal, mencari tau informasi mengenai produk tersebut, dan menyukai penjual barang jasa yang menggunakan fintech payment. Pada tabel 7 terlihat bahwa pada umumnya responden tertarik dengan fintech payment, dimana tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju dengan indikator yang diajukan.

Tabel 7. Distribusi Preferensi Mahasiswa Terhadap Fintech Payment

Indikator	Sangat tidak setuju (1)	Tidak setuju (2)	Setuju (3)	Sangat setuju (4)
Saya tertarik dan ingin memahami fintech payment lebih lanjut.	0	6,7	68,9	24,4
Saya mengumpulkan berbagai informasi mengenai Fintech payment	0	17,8	71,1	11,1
Saya sering bertransaksi menggunakan fintech payment	0	31,1	57,8	11,1
Saya lebih antusias dengan toko, restoran, swalayan yang melakukan pembayaran menggunakan fintech payment	0	42,2	42,7	13,3

Tabel 8. Tingkat Preferensi Mahasiswa Terhadap Fintech Payment

Indikator	Skor	Kategori
Saya tertarik dan ingin memahami fintech payment lebih lanjut	3,17	Tinggi
Saya mengumpulkan berbagai informasi mengenai Fintech payment	2,93	Tinggi
Saya sering bertransaksi menggunakan fintech payment	2,8	Tinggi
Saya lebih antusias dengan toko, restoran, swalayan yang melakukan pembayaran menggunakan fintech payment	2,65	Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari tabel 8 terlihat bahwa responden memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap fintech payment, hal ini terlihat pada semua indikator masuk pada kategori tinggi. Terutama pada indikator dimana responden ingin memahami fintech payment lebih lanjut (3,17) dan mengumpulkan berbagai informasi mengenai fintech payment (2,93). Responden yang merupakan mahasiswa generasi muda memiliki rasa ingin tau yang besar terhadap perubahan kemajuan teknologi, rasa ingin tau yang besar ini mempengaruhi hasil akhir dari pengumpulan data.

5. Persentase Keyakinan Mahasiswa Terhadap Keunggulan Fintech Payment (Conviction)

Tahapan selanjutnya adalah Conviction, yaitu tahap dimana konsumen meyakini bahwa fintech memiliki sejumlah keunggulan sehingga ingin menggunakannya. Indikator dalam tahap conviction disini adalah beberapa keunggulan penggunaan fintech payment seperti fleksibilitas pecahan dalam transaksi, hambatan transaksi secara tunai yang dapat diatasi fintech, transaksi menggunakan fintech lebih praktis, transaksi dengan fintech jarang mengalami eror atau kendala yang berarti, fintech dapat digunakan bersamaan dengan pembayaran tunai. Dari tabel 9 di bawah ini terlihat bahwa pada respon setuju terhadap kinerja fintech payment adalah di atas 70% untuk semua indikator. Terdapat beberapa kendala dalam transaksi fintech yang pernah dialami oleh responden, akan tetapi temuan tersebut tidak banyak. Kendala tersebut antara lain: yakni terkendala jaringan yang kadangkala tidak stabil, terbatasnya merchant, lebih konsumtif karena kemudahan berbelanja.

Tabel 9. Distribusi Keyakinan Mahasiswa Terhadap Keunggulan Fintech Payment

Indikator	Sangat tidak setuju (1)	Tidak setuju (2)	Setuju (3)	Sangat setuju (4)
Fleksibilitas pecahan dalam transaksi dengan fintech memberikan dorongan untuk menggunakan fintech dalam transaksi	0	11,1	75,6	13,3
Adanya hambatan transaksi secara tunai memberikan dorongan untuk menggunakan fintech dalam transaksi	0	13,3	75,6	11,1
Transaksi menggunakan fintech lebih praktis	0	17,8	73,3	11,1
Transaksi menggunakan fintech jarang mengalami kendala yang berarti	0	20	71,1	11,1

Anda memilih untuk menggunakan fintech dalam transaksi (diaplikasikan bersama dengan transaksi tunai	0	8,9	80	11,1
--	---	-----	----	------

Tabel 10. Tingkat Keyakinan Mahasiswa Terhadap Keunggulan Fintech Payment

Indikator	Skor	Kategori
Fleksibilitas pecahan dalam transaksi dengan fintech memberikan dorongan untuk menggunakan fintech dalam transaksi	3	Tinggi
Adanya hambatan transaksi secara tunai memberikan dorongan untuk menggunakan fintech dalam transaksi	3	Tinggi
Transaksi menggunakan fintech lebih praktis	2,99	Tinggi
Transaksi menggunakan fintech jarang mengalami kendala yang berarti	2,87	Tinggi
Anda memilih untuk menggunakan fintech dalam transaksi (diaplikasikan bersama dengan transaksi tunai	3,02	Tinggi

Sumber : data primer diolah, 2023

Dari tabel di atas terlihat bahwa respon mahasiswa cukup positif, hal ini bisa dilihat pada kategori tinggi di semua indikator kinerja fintech payment. Dimana skor tertinggi ada pada indikator fleksibilitas konsumen dalam menyelesaikan pembayaran apakah tunai maupun menggunakan fintech (3,02). Dengan demikian keunggulan fintech payment dapat meyakinkan konsumen akan penggunaan produk tersebut dalam transaksi pembayaran.

6. Keyakinan dan Keputusan Tetap Menggunakan Fintech Payment (Intention)

Tahapan terakhir adalah tahap intention, yaitu tahap dimana konsumen merasa yakin untuk seterusnya menggunakan fintech dalam transaksi pembayaran. Dari hasil dalam tabel 11 terlihat bahwa respon setuju dan sangat setuju di atas tujuh puluh persen, yang berarti mahasiswa sebagai responden yakin akan tetap menggunakan fintech pada transaksi pembayaran di masa mendatang. Pada tabel di bawah terlihat bahwa 75,6% responden setuju untuk tetap menggunakan fintech payment, dan 77,8% responden merekomendasikan produk fintech payment kepada orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa hasil pada tahap intention tidak terlepas pada hasil tahap sebelumnya yang menunjukkan respon positif terhadap keberadaan fintech payment. Kesadaran, pengetahuan akan produk, akan mempengaruhi intensi konsumen dalam menggunakan produk fintech payment.

Ketidak yakinan pada penggunaan fintech yang muncul dalam penelitian ini adalah disebabkan bahwa responden berpendapat kemungkinan akan muncul teknologi pembayaran yang lebih maju dibandingkan dengan fintech payment yang ada pada saat ini dan kekhawatiran keterbatasan merchant serta jaringan apabila berpergian di daerah tertentu sehingga dengan hal hal tersebut menjadi penyebab keraguan untuk mengandalkan fintech payment dalam transaksi di masa mendatang.

Tabel 11. Persentase Keyakinan Mahasiswa Untuk Memutuskan Tetap Menggunakan Fintech Payment

Indikator	Sangat tidak setuju (1)	Tidak setuju (2)	Setuju (3)	Sangat setuju (4)
Anda memutuskan tetap menggunakan fintech payment	0	8,9	75,6	15,6
Anda akan tetap menggunakan fintech payment	0	22,2	68,9	11,1
Anda yakin apabila anda menjadi pengusaha maka dengan menggunakan fintech bisnis anda lebih berkembang	13,6	13,6	22,7	50
Anda merekomendasikan keunggulan penggunaan fintech payment	0	8,9	77,8	15,6

Tabel 12. Distribusi Keyakinan Mahasiswa Untuk Memutuskan Tetap Menggunakan Fintech Payment

Indikator	Skor	Kategori
Anda memutuskan tetap menggunakan fintech payment	3,07	Tinggi
Anda akan tetap menggunakan fintech payment	2,95	Tinggi
Anda yakin apabila anda menjadi pengusaha maka dengan menggunakan fintech bisnis anda lebih berkembang	3,08	Tinggi
Anda merekomendasikan keunggulan penggunaan fintech payment	3,13	Tinggi

Sumber : Data primer diolah, 2023

Dari tabel 12 Penggunaan e-wallet dan e-money yang sudah menjadi kebiasaan transaksi pembayaran membuktikan bahwa produk fintech payment sudah dipercaya konsumen selain dari pembayaran cash dan kartu ATM. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa minat responden untuk terus menggunakan fintech adalah tinggi, hal ini terlihat tingginya skor indikator rekomendasi keunggulan fintech payment, keputusan untuk tetap menggunakan fintech payment, dan ketetapan menggunakan fintech payment (3,07;3,08;3,13)

CONCLUSION AND SUGGESTION

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara keseluruhan kesadaran mahasiswa sebagai responden terhadap adanya fintech payment seperti istilah fintech itu sendiri e-money, e-wallet, mobile banking, pay later berada pada kategor tinggi. Yang berarti mahasiswa sudah sering mendengar istilah istilah tersebut. Namun demikian, kesadaran mahasiswa dengan istilah payment gateway masih rendah dimana payment gateway merupakan bagian sistem yang mewadahi transaksi pembayaran dalam fintech.
- b. Pengetahuan mahasiswa terhadap seluk beluk fintech konsisten dengan dengan tahap kesadaran akan produk fintech payment. Mahasiswa memiliki persepsi bahwa mahasiswa memahami seluk beluk fintech payment. Akan tetapi meskipun kesadaran terhadap istilah payment gateway rendah, mahasiswa memahami bahwa payment gateway adalah bagian dari fintech yang mempermudah proses transaksi pembayaran.
- c. Pada tahap Liking, responden memiliki kesan yang positif terhadap e-wallet dibandingkan dengan e-money. E-wallet dengan jenis produk seperti Shopee Pay, OVO, Dana, dinilai lebih mudah dan praktis untuk melakukan transaksi pembayaran.
- d. Preferensi mahasiswa terhadap fintech cukup tinggi, hal ini terlihat bahwa mahasiswa tertarik untuk mempelajari fintech lebih lanjut. Mahasiswa sebagai generasi muda yang responsive terhadap perubahan kemajuan teknologi informasi mempengaruhi preferensi terhadap fintech.
- e. Fleksibilitas responden dalam menggunakan fintech dalam pembayaran maupun unag cash, fleksibilitas fintech dalam pecahan pada saat pembayaran merupakan keunggulan kinerja fintech yang selanjutnya akan mempengaruhi intensi mahasiswa untuk terus menggunakan produk fintech payment.
- f. Konsistensi tahapan awaranness, knowledge, liking, preference dan conviction menghasilkan keputusan untuk tetap menggunakan fintech payment. Hal ini terlihat bahwa mahasiswa sudah yakin dengan kinerja fintech, memutuskan untuk tetap menggunakan fintech dalam transaksi pembayaran, dan kemudian merekomendasikan keunggulan fintech payment kepada orang lain.

Saran dalam penelitian ini adalah Hambatan dalam fintech payment seperti keterbatasan merchant, jaringan seluler, dan keamanan data memerlukan peningkatan perhatian lebih lanjut baik oleh Bank Indonesia maupun OJK untuk meningkatkan rasa aman dan perlindungan terhadap konsumen

BIBLIOGRAPHY

- Achir, A. Y., & Kusumaningrum, T. M. (2021). Pengaruh Penggunaan Debit Card, Credit Card, E-Money, dan E-wallet Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 554-568. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemen/article/view/8503>
- Aseng, A. C., Ekonomi, P., & Keguruan, F. (2020). Factors Influencing Generation Z Intention in Using FinTech Digital Payment Services. *Cogito Smart Journal*, 6(2), 155-166.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. *Apji.or.Od, June*, 10. apji.or.id
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Ika Febrilia, Shela Puspita Pratiwi, & Irianto Djatikusumo. (2020). Minat Penggunaan Cashless Payment System - Dompot Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unj. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(1), 1-19. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.011.1.01>
- Kurniawan, D., Zusrony, E., & Kusumajaya, R. A. (2018). Analisa Persepsi Pengguna Layanan Payment Gateway pada Financial Technology dengan Metode EUCS. *Jurnal INFORMA Politeknik Indonusa Surakarta*, 4(3), 1-5.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2013). E-commerce 2014: Business. Technology, . *Society*, 12.
- Law, J. (2018). *A Dictionary of Finance and Banking* (6th ed.).
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan , Efektivitas , Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139-152.
- Monica, N., & Tama, A. I. (2017). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KENYAMANAN, NORMA SUBJEKTIF DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ELECTRONIC COMMERCE. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 8(1), 1-14.
- Namira, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran. *Jurnal Riset Dan Akuntansi*, 6, 212-224.

- Nuridin, Winda Nur Azizah, & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(2), 199-222. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>
- Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan fintech di kalangan mahasiswa UIN Walisongo. *Harmony*, 4(2), 74-81. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/harmony/article/view/36456/15100>
- Susilowati, Kekalih, M. W., Wahyuningdyah, & Yustini, R. (2020). Preferensi UMKM terhadap Penggunaan Fintech: Pendekatan Hierarchy of Effect Model. *Seminar Nasional & Call For Papers FMI D.I. Yogyakarta*, 47.
- Syah, R., Darmawan, D., & Purnawan, A. (2019). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Literasi Digital. *Jurnal Akrab*, 10(2), 60-69.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60-75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>
- Wardani, A. P. Y. K., & Darmawan, N. A. S. (2020). Peran Financial Technology pada UMKM: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 170. <https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25947>
- Zahra, N., & Sanaji, S. (2021). Peran Moderasi Motivasi Hedonis pada Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Niat Penggunaan Ulang Layanan Dompot Elektronik di Kalangan Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 57. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n1.p57-67>