

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia global memasuki era baru revolusi industri sejak pertama kali diperkenalkan tahun 2011 oleh *German Industry-Science Research Alliance* (Marsudi & Widjaja, 2019). Revolusi industri merupakan kelanjutan dari era revolusi industri yang ditandai dengan adanya perkembangan industri melalui penggabungan teknologi digital dan internet dengan industri konvensional. Hadirnya revolusi industri telah mengubah cara hidup serta perilaku masyarakat dimana hal ini terlihat dari adanya perubahan aktivitas masyarakat yang dilakukan dari manual menuju ke arah otomatisasi melalui kombinasi teknologi digital. Teknologi informasi berbasis *digital* menjadi bagian yang penting dan tidak terpisahkan dari perilaku bisnis pada era revolusi industri.

Selanjutnya, perubahan perilaku bisnis dalam era revolusi industri memberikan peluang bagi para pelaku bisnis untuk memunculkan sebuah inovasi baru dalam teknologi informasi berbasis digital, salah satu contohnya yaitu pada sektor jasa keuangan. Inovasi teknologi informasi berbasis digital yang muncul dalam bidang jasa keuangan adalah *financial technology (Fintech)*. *Financial technology (fintech)* merupakan terobosan inovasi bisnis baru melalui perpaduan antara jasa keuangan dengan teknologi informasi berbasis digital yang merubah model bisnis jasa keuangan dari manual menjadi otomatis melalui teknologi digital. Munculnya *fintech* di era revolusi industri diharapkan dapat berperan dalam peningkatan kemajuan teknologi bidang jasa keuangan serta dapat memfasilitasi akses publik pada layanan keuangan.

Teknologi *digital payment* merupakan sistem pembayaran yang diciptakan untuk memproses pembayaran barang secara elektronik melalui internet. Teknologi pembayaran digital merupakan aktivitas pembayaran secara

daring yang menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi berbagai kebutuhan pembayaran tagihan fasilitas secara praktis dan efisien. Seiring berjalannya waktu, masyarakat lebih memilih teknologi pembayaran digital dibandingkan pembayaran tunai karena kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi jarak jauh tanpa harus selalu membawa uang tunai (Maalouf et al, 2023).

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan pada berbagai sektor industri, termasuk sektor jasa keuangan dan sistem pembayaran. Perkembangan sistem pembayaran global menunjukkan adanya pergeseran bertahap dari penggunaan uang tunai menuju metode pembayaran yang lebih modern. Pada awalnya, transaksi keuangan masyarakat masih didominasi oleh uang tunai sebagai alat pembayaran utama. Namun, seiring dengan meningkatnya aktivitas ekonomi dan kebutuhan akan efisiensi, mulai berkembang metode pembayaran *nontunai konvensional* seperti *cek*, *kartu debit*, dan *kartu kredit* yang memberikan alternatif praktis sekaligus mengurangi ketergantungan pada uang tunai. Perkembangan selanjutnya ditandai dengan kemunculan *pembayaran digital (digital payment)* yang memanfaatkan jaringan internet dan perangkat pintar.

Laporan *Global Payments Report* (Worldpay, 2023) mencatat bahwa lebih dari 56% transaksi ritel global pada tahun 2022 telah menggunakan metode pembayaran digital, bahkan di negara-negara maju seperti Tiongkok dan Korea Selatan tingkat penetrasinya mencapai lebih dari 80%. Fenomena ini menegaskan bahwa digital payment bukan sekadar alternatif, melainkan sudah menjadi standar baru dalam sistem keuangan global. Lebih jauh lagi, kemajuan *inovasi teknologi* seperti *Internet of Things (IoT)*, *Artificial Intelligence (AI)*, dan *Blockchain* memperkuat ekosistem pembayaran digital dengan menghadirkan layanan yang lebih praktis, aman, serta mendukung terciptanya masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*) di berbagai belahan dunia.

Fenomena serupa juga terjadi di Indonesia. Laporan Bank Indonesia mencatat bahwa nilai transaksi uang elektronik sepanjang tahun 2022 mencapai lebih dari Rp 400 triliun, meningkat hampir 30% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya *transaksi e-commerce*, *penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)*, serta penetrasi dompet digital seperti *OVO, GoPay, Dana, dan ShopeePay*. *Industri perbankan dan teknologi finansial (fintech)* semakin agresif menghadirkan inovasi layanan pembayaran digital yang aman, cepat, dan mudah diakses oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa tren digital payment di Indonesia sejalan dengan arah perkembangan global, sekaligus menandai perubahan perilaku keuangan masyarakat yang kian bergeser ke arah sistem pembayaran berbasis digital.

Bank Indonesia sendiri pada Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999 Tentang Bank Indonesia pasal 1 angka 6 juga mendefinisikan sistem pembayaran, pemindahan dana dan sistem transfer dana. Dalam aturan tersebut dijelaskan bahwa metode pembayaran dapat dilakukan secara tunai ataupun non-tunai (Khoyatu Rizkiyah, 2021). Artinya, sistem *digital payment* menjadi salah satu metode yang kini dapat dipertimbangkan sebagai alat transaksi keuangan (Aldilla Iradianty, 2020). Dengan mempertimbangkan beberapa penjelasan sebelumnya mengenai digital payment, maka metode transaksi ini sudah selayaknya digunakan oleh masyarakat modern. Tuntutan dan perubahan zaman mengharuskan adanya praktisasi terhadap metode pembayaran. Hal tersebut salah satunya juga di latar belakang oleh kemunculan industri yang memaksimalkan produksi dan penggunaan teknologi.

Digital payment (pembayaran digital) merupakan suatu kegiatan transaksi yang menggunakan media elektronik untuk alat pembayaran dan virtual yang memanfaatkan server, aplikasi jaringan dan akun virtual (Musthofa et al., 2020). Dengan menggeser peranan uang tunai sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai (*cashless*), berbagai bentuk dari sistem pembayaran *cashless* ditawarkan, dan memberikan pandangan baru bagi masyarakat tentang pembayaran *cashless* yang jauh lebih praktis dan aman dalam bertransaksi.

Cashless merupakan alat pembayaran non tunai berupa *e-money* uang elektronik yang berbentuk kartu (*Chip based*) dan yang berbasis server aplikasi (*Server based*). *Chip based* diantaranya (*Flazz BCA, Brizzi BRI, Mandiri e-Money, Mega Cash, TapCash BNI, dll*) sedangkan *Server based* atau dikenal *digital payment* diantaranya (*Sakuku, Dana, Link Aja, Ovo, Gopay, ShopeePay, dll*). Sebagian orang mengenal *digital payment* sebagai dompet digital atau uang ponsel yang bisa digunakan membayar berbagai transaksi yang telah tersedia. Pembayaran digital merupakan cara pembayaran yang dilakukan melalui mode digital (Dorothy Sagayarani dalam Puspita, 2019). Dalam transaksi pembayaran, pembayar dan penerima menggunakan mode digital untuk mengirim dan menerima uang. Semua transaksi pembayaran digital dilakukan dengan online. Berbagai layanan seperti *SMS banking, internet banking, mobile banking, hingga dompet digital* menjadi pilihan praktis bagi konsumen dalam melakukan pembayaran.

Digital payment tidak hanya memudahkan masyarakat bertransaksi tanpa uang tunai, tetapi juga menghadirkan peluang strategis bagi perusahaan. Inovasi layanan pembayaran ini memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Perubahan ini menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi perusahaan penyedia solusi pembayaran digital. Persaingan antar penyedia layanan semakin ketat, dengan hadirnya berbagai kompetitor seperti *bank, fintech, payment gateway*, dan perusahaan teknologi besar yang menawarkan fitur serupa. Dalam kondisi tersebut, inovasi menjadi kunci utama untuk memenangkan hati pelanggan, baik konsumen maupun mitra merchant.

PT Pasifik Cipta Solusi atau yang lebih dikenal dengan PCS Group merupakan sebuah *holding company* yang bergerak dalam penyediaan solusi pembayaran digital. Perusahaan ini resmi berdiri pada tanggal 28 Desember 2017 setelah CEO sekaligus Chairman PCS Indonesia menemukan peluang untuk menjawab permasalahan sistem transaksi pada salah satu perusahaan telekomunikasi dalam sebuah pertemuan di Pasifik Place. Sejak berdiri, PCS

Group berfokus pada penyediaan layanan transaksi berbasis *Electronic Data Capture (EDC)* yang terintegrasi. Proyek perdana perusahaan adalah pengadaan perangkat EDC Pax A920 dan EDC ZCS Z90 untuk mendukung operasional lebih dari 5.500 cabang Pertamina di seluruh Indonesia. Selanjutnya, sejak tahun 2020 PCS Group menjadi mitra resmi Bank Rakyat Indonesia (BRI) dalam pengadaan mesin EDC bagi agen *BRILink*. Hingga akhir tahun 2022, PCS Group telah berhasil mengimplementasikan sekitar 33.000 perangkat EDC di berbagai wilayah Indonesia. Sebagai bentuk inovasi, PCS melalui unit usahanya yaitu *PCS Payment*, menghadirkan solusi pembayaran berbasis Android yang ditujukan untuk menjawab kebutuhan bisnis modern. Layanan yang disediakan meliputi penyediaan perangkat EDC serta pengelolaan penuh melalui sistem *Full Managed Service EDC*. Dengan model layanan ini, pelaku usaha dapat lebih fokus pada operasional inti mereka tanpa harus terbebani oleh pengelolaan teknis alat pembayaran.

Hingga saat ini, lebih dari 80.000 unit EDC PCS tersebar di seluruh Indonesia, menjadikan PCS Payment sebagai salah satu penyedia solusi pembayaran terbanyak di Indonesia. Setiap EDC dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan bisnis, dari ritel hingga layanan, dengan dukungan teknis dan pemeliharaan yang komprehensif. Keberadaan jaringan EDC yang luas ini memastikan bahwa pelanggan dapat menikmati kenyamanan transaksi digital di berbagai lokasi, baik di kota besar maupun daerah terpencil. Dengan demikian, PCS Payment tidak hanya mendukung peningkatan efisiensi bisnis, tetapi juga mendorong inklusi keuangan yang lebih luas di Indonesia. Di antara jumlah tersebut, tercatat sekitar 4.000 unit EDC beroperasi di wilayah Sumatera Utara antara lain, Kota Medan, Kabupaten Deli Serdang, Kota Pematang Siantar, Kota Tebing Tinggi, Kota Sibolga, Kabupaten Toba Samosir, serta Kota Kisaran yang menjadi salah satu provinsi dengan pertumbuhan ekonomi dan aktivitas perdagangan yang signifikan. Kota Medan sebagai pusat perekonomian diperkirakan telah menempatkan sekitar 3.000 unit EDC yang terpasang di kota ini. Hal ini menunjukkan bahwa PCS tidak hanya berperan di tingkat nasional,

tetapi juga memperkuat kehadirannya di tingkat regional, khususnya Sumatera Utara dan Medan sebagai bagian dari strategi peningkatan daya saing perusahaan.

Namun demikian, PCS Group juga menghadapi sejumlah tantangan dalam operasionalnya. Tantangan pertama adalah biaya administrasi dan transaksi yang relatif tinggi. Kondisi ini berpotensi menghambat perluasan penggunaan adopsi layanan EDC dan menurunkan daya saing perusahaan di pasar. Hal ini sejalan dengan temuan Sari & Nugroho (2020) yang menyatakan bahwa biaya administrasi merupakan salah satu kendala utama dalam menggunakan layanan pembayaran digital di Indonesia. Tantangan kedua adalah kebutuhan inovasi berkelanjutan. Persaingan dengan perusahaan *fintech* menuntut PCS Group untuk terus mengembangkan teknologi pembayaran yang relevan, mulai dari integrasi QRIS, aplikasi berbasis server, hingga penerapan teknologi baru seperti *Internet of Things (IoT)* dan *Artificial Intelligence (AI)*. Selain itu, PCS Group juga menghadapi kompetisi ketat dari sesama penyedia mesin EDC di Indonesia. Beberapa perusahaan penyedia EDC yang menjadi pesaing PCS antara lain adalah PT Artajasa Pembayaran Elektronik, PT Alto Network, PT Finnet Indonesia, serta penyedia EDC yang bermitra langsung dengan bank-bank besar seperti BCA, Mandiri, dan BNI. Kompetitor ini menawarkan solusi serupa dalam penyediaan perangkat EDC, integrasi sistem pembayaran.

Faktor utama penentu daya saing dalam industri ini mencakup biaya layanan, kualitas perangkat, kecepatan layanan, serta tingkat keamanan transaksi. Dalam hal ini, daya saing PCS Group ditentukan oleh kemampuannya menghadirkan inovasi yang berbeda melalui Full Managed Service EDC, jaringan layanan yang luas, serta dukungan teknis yang terintegrasi. Menurut Pratama (2021), keberhasilan penyedia solusi pembayaran digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan inovasi dalam menjawab kebutuhan pengguna, khususnya terkait kecepatan, keamanan, dan kemudahan penggunaan.

Penelitian ini dilakukan pada PT Pasifik Cipta Solusi atau PCS Group, dalam penelitian ini inovasi layanan digital payment diduga belum sepenuhnya optimal dalam meningkatkan daya saing perusahaan PCS Group. Dengan adanya hal tersebut, permasalahan yang muncul adalah sejauh mana inovasi yang dilakukan PCS Group mampu memberikan manfaat nyata bagi mitra merchant, baik dari segi efisiensi operasional, perluasan pasar, maupun peningkatan kepuasan pelanggan. Selain itu, penting pula untuk menilai apakah inovasi tersebut telah menjawab kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan.

Hal ini penting untuk diteliti agar perusahaan dapat memahami lebih dalam seberapa besar kontribusi inovasi dalam meningkatkan posisi kompetitif perusahaan. Meskipun inovasi layanan *digital payment* diyakini memiliki potensi besar, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji dampaknya terhadap daya saing. Sistem pembayaran yang cepat, aman, dan mudah diintegrasikan dapat mempercepat proses penjualan, mengurangi risiko kesalahan transaksi, meningkatkan kepuasan pelanggan akhir, dan pada akhirnya memperkuat daya saing perusahaan. Dengan kata lain, inovasi layanan digital payment dari PCS Group bukan hanya berperan sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai strategi peningkatan daya saing perusahaan yang semakin kompetitif.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji pengaruh inovasi layanan digital payment terhadap daya saing perusahaan, dengan fokus pada perspektif PT Pasifik Cipta Solusi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara tingkat inovasi layanan dan daya saing, sehingga dapat menjadi landasan strategis bagi PCS dalam merancang pengembangan produk dan layanan yang lebih tepat sasaran di masa depan. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Inovasi Layanan Digital Payment Terhadap Daya Saing Perusahaan PT Pasifik Cipta Solusi ”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka dalam penelitian ini diidentifikasi beberapa permasalahan yakni :

1. Sejauh mana inovasi layanan digital payment yang dilakukan PT Pasifik Cipta Solusi mampu memberikan manfaat nyata bagi perusahaan.
2. Bagaimana inovasi layanan digital payment terhadap daya saing perusahaan PT Pasifik Cipta Solusi apakah inovasi tersebut telah menjawab kebutuhan dan tantangan yang dihadapi di lapangan.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya di dalam permasalahan dalam penelitian ini maka adanya pembatasan masalah ini. Pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah “Pengaruh Inovasi Layanan Digital Payment Terhadap Daya Saing Perusahaan”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis lakukan, maka ditemukan rumusan masalah adalah Apakah inovasi layanan digital payment berpengaruh terhadap daya saing perusahaan PT Pasifik Cipta Solusi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis lakukan, maka ditemukan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah inovasi layanan digital payment berpengaruh terhadap daya saing perusahaan PT Pasifik Cipta Solusi.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti, untuk memperluas wawasan, pengetahuan, serta pemahaman mengenai pentingnya inovasi digital payment dalam meningkatkan daya saing perusahaan.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menjadi masukan dalam mengevaluasi efektivitas inovasi layanan digital payment serta strategi peningkatan daya saing perusahaan di tengah persaingan industri.
3. Bagi peneliti lain, sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama dimasa yang akan datang.

