

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Moderenisasi digital serta teknologinya semakin hari terus berkembang menjadikan kegiatan dengan sifat konvensional atau dilakukan secara manual mulai menjadi serba digital dan membuat kehidupan masyarakat mulai berubah, berpengaruh pada sistem transaksi yang saat ini dapat dilakukan secara online. Saat ini sudah banyak berbagai macam inovasi yang diciptakan oleh manusia dengan tujuan untuk memudahkan kehidupan yang ada di dunia ini karena era digital sudah berkembang dengan pesat. Teknologi merupakan sebuah upaya pembaruan dari konvensional menuju digital. Setiap perkembangan pasti diikuti dengan adanya perubahan demi maksimalisasi atas baruan yang diciptakan. Dewasa ini, setiap kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat sangat dibantu dengan teknologi. Perkembangan teknologi selama sekian tahun terakhir ini menarik untuk diperhatikan, karena telah berperan besar terhadap perubahan yg terjadi, mulai dari kebiasaan berbelanja, berbisnis dan bahkan gaya hidup masyarakat (Sardana & Singhanian, 2018). Penyebaran dan penggunaan internet dan seluler secara global berkontribusi pada pengembangan bentuk-bentuk perbankan dan pembayaran keuangan baru. Pembayaran dan perbankan digital telah diperkenalkan sebagai cara baru untuk melakukan transaksi keuangan yang nyaman dan efektif (Alkhowaiter, 2020). Dampak pesatnya perkembangan tersebut juga membuat dunia bisnis *e-commerce* mulai beradaptasi dan dikembangkan dalam Bisnis Seluler (*M-Commerce*) (Hidayatulloh & Aziati, 2020).

Kemajuan teknologi di era modern saat ini, menyebabkan penggunaan teknologi berkembang dengan pesat untuk memenuhi kebutuhan manusia diberbagai aspek kehidupan. Salah satu inovasi perkembangan teknologi dibidang keuangan adalah *Financial Technology*

atau *fintech*. *Fintech* bukan merupakan layanan yang diberikan oleh perbankan melainkan model bisnis baru yang saat ini sangat membantu kebutuhan masyarakat. Jasa-jasa yang diberikan oleh perusahaan penyelenggara *fintech* membantu masyarakat dalam melaksanakan transaksi keuangan tanpa memiliki rekening seperti yang ada pada perbankan pada umumnya. Selain itu, penggunaan *fintech* juga didukung dengan kondisi pada saat ini dimana kegiatan pasca covid-19 meminimalisir adanya penggunaan barang-barang secara bersentuhan, hal ini juga termasuk pada kegiatan transaksi yang menjadikan masyarakat mengurangi transaksi secara langsung karena takut terpapar virus *covid-19*, dan digantikan dengan penggunaan transaksi *online* atau teknologi *fintech* tersebut.

Kondisi saat ini makin banyak tempat belanja dan gerai yang menggunakan metode transaksi berupa pembayaran uang digital (*e-money*) atau non tunai (*cashless payment*). Pemanfaatan dompet digital (*e-wallet*) semakin naik tingkatnya disertai keberadaan faktor-faktor penunjang, contohnya adalah generasi muda masa kini yakni kalangan remaja dan mahasiswa. *Cashless Society* merupakan sebuah inisiasi orang-orang yang melaksanakan transaksi, bersifat tidak kontan ketika berkehidupan dalam kesehariannya. Menurut Aulia (2019), realisasi *Cashless Society* tidak selalu terfokus terhadap pergeseran metode transaksi, namun lebih mengarah terhadap pergeseran dalam perilaku serta budaya, pemanfaatan dompet digital (*e-wallet*) semakin naik tingkatnya disertai keberadaan faktor-faktor penunjang, contohnya adalah generasi muda masa kini yakni kalangan remaja dan mahasiswa.

Realisasi *Cashless Society* tidak selalu terfokus terhadap pergeseran metode transaksi, namun lebih mengarah terhadap pergeseran dalam perilaku serta budaya. Mahasiswa merupakan kelompok masyarakat generasi Z yang dalam kehidupan sosialnya sehari-hari tidak terlepas dari gawai digital. Penelitian yang dilakukan oleh (Badri, 2020) menemukan bahwa generasi Z di Pekanbaru merupakan pengguna aktif smartphone yang mengetahui dan

menggunakan aplikasi dompet digital, yang mana merupakan aplikasi penyimpan *e-money*. Penelitian dari Fatmasari dan Wulandari (2016) yang menyebutkan Perkembangan *e-money* pada kalangan remaja dapat mengubah perilaku individu dalam melakukan kegiatan konsumsi. Konsumen memiliki akses yang luas dalam melakukan transaksi keuangan dikarenakan faktor kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan *e-money* tersebut, trend inilah yang ditanggapi secara positif oleh mahasiswa.

Digital payment adalah metode pembayaran yang marak digunakan saat ini oleh kebanyakan pelaku usaha yang kecil hingga besar. *Business to Business* (B2B) ataupun *Business to Customer* (B2C), banyak yang sudah beralih ke metode pembayaran digital. Digital payment di Indonesia berkembang dengan pesat berkat gagasan yang dibuat Bank Indonesia (BI). Pengertian e-wallet yang dilansir dari *Glints.id* merupakan suatu bentuk *monetary innovation* atau teknologi finansial (*finetech*), dapat dijadikan opsional dalam sistem pembayaran dengan pemanfaatan jaringan internet. Sesuai penyebutannya, *e-wallet* atau dompet digital berguna untuk penyimpanan uang untuk bertransaksi secara *online* membeli barang atau jasa dengan menggunakan *quick response* (QR) code ataupun menggunakan nomor seri yang telah tersedia. Kebanyakan e-wallet ini berbasis di smartphone. Di Indonesia saat ini ada banyak macam dompet digital atau *E-Wallet* seperti Dana, OVO, Link Aja, ShopeePay, Gopay, dll. Dana menjadi salah satu platform dompet digital terbesar di Indonesia dan memiliki banyak pengguna.



Gambar 1. 1 Daftar Situs E-Wallet di Indonesia

Sumber: Populix (2022)

Berdasarkan pada gambar 1.1 di atas terdapat situs dompet digital yang beroperasi di Indonesia pada tahun 2022. Dapat dilihat Gopay menjadi posisi pertama sebagai first top brand dilanjut dengan Dana sebagai urutan kedua setelah Gopay. Danamelewati OVO dan Shoppe Pay yang berada di peringkat ke 3 dan 4. Pada tahun 2022 dana mendapat presentase sebesar 83% banyak faktor yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan dompet digital Dana, seperti mempertimbangkan fitur aplikasi dan kemudahan yang dirasakan pengguna. Beberapa fitur yang kini ada di layanan DANA antara lain *Qris Payment*, *Send Money* atau Kirim Uang, pembelian pulsa prabayar untuk telepon seluler, pembayaran *Online Commerce* dan fitur *BILLER* untuk pembayaran tagihan-tagihan.

Dari data tersebut dapat di simpulkan bahwa Dana memiliki ketertarikan untuk digunakan masyarakat bertransaksi secara online karena menawarkan fitur-fitur pembayaran yang banyak dan mudah dipahami. Menurut riset YouGov menyatakan bahwa pengguna Dana di Indonesia meningkat pada kuartal ke III 2021 mencapai 43% pertumbuhan itu di picu oleh bertambahnya pengguna baru di kalangan mahasiswa rentan usia 20 - 25 tahun, dan

kalangan usia dewasa 35 keatas sebanyak 34% di antaranya adalah pengguna baru. Hasil tersebut selaras dengan misi CEO Dana untuk menjadikan keuangan digital semakin inklusif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang percaya terhadap kemudahan fitur, keamanan data, dan transaksi serta kenyamanan yang di hadirkan aplikasi Dana.

Dampaknya pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia berimbas positif dari tantangan pandemi covid-19 2 tahun yang lalu .Faktor lainyang menyebabkanpertambahan jumlah pengunjung dari tahun 2021 ke 2022 di dukung penggunaan fitur yang lengkap dan menarik. Davis (Rahmad & Astuti, 2017) mengartikan persepsi kemudahan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu dapat membebaskan seseorang dari usaha. Menurut Gu dalam penelitiannya, bahwa persepsi kemudahan merupakan tingkat seberapa besar kemudahaan dan pemahaman terkait penggunaan sistem baru(Gu et al., 2009), hasil penelitiannya juga menunjukkan persepsi kemudahan mempengaruhi minat guna.

Dari berbagai kemudahan yang di tawarkan oleh dana, lahirlah beberapa masalah yang dapat merugikan para penggunanya. Dilihat dari salah satu web yaitu *Kompas.com* memberikan contoh kasus pada pengguna dana pada tahun 2021, sejumlah pengguna menyampaikan keluhandi twitter dengan mengunggah tangkapan layar bahwa pembayaran transaksi di tolak oleh dana, tidak hanya satu sampai dua orang yang mengeluh tentang pembayan yang eror tetapi banyak bahkan sampai puluhan orang. Kemudian salah satu pengguna menyampaikan keluhannya di Instagram dana, pengguna tersebut menyampaikan sudah 4 hari tidak ada balasan terkait pembayaran yang eror, keluhan pengguna tersebut dapat di lihat pada gambar 1.2



Gambar 1. 2 Keluhan Pengguna Dana

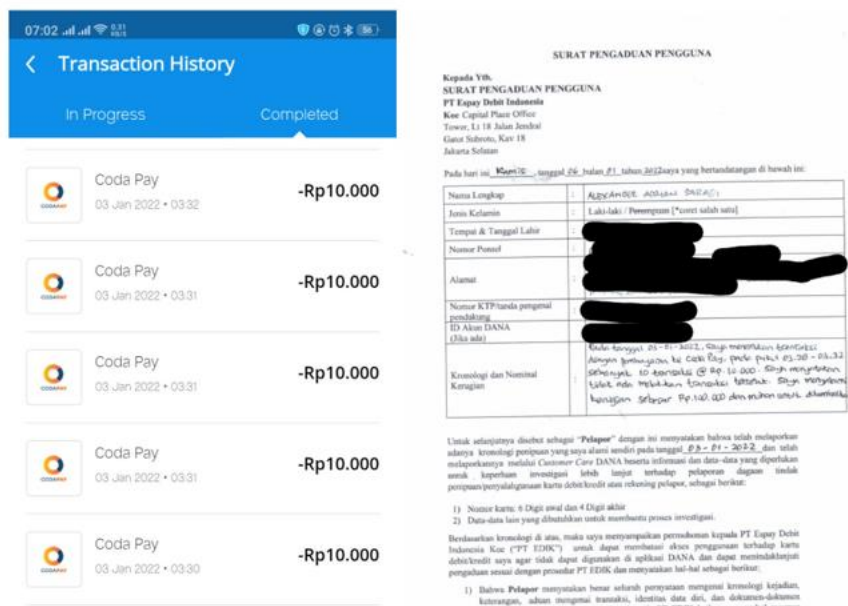
Sumber: Twitter

Melihat keluhan tersebut salah satu VPCorporate Communication Dana, Putri Dianita memberi tanggapan bahwa dana saat itu tengah melakukan pemeliharaan sistem pada aplikasi dana. Pemeliharaan itu dilakukan untuk mengoptimalkan pengalaman transaksi digital dengan baik, dapat di lihat dari contoh kasus tersebut lambanya respon dari pengelola dana membuat para pengguna kesulitan bertransaksi dan mulai timbul rasa tidak percaya untuk menggunakan dana untuk transaksi mereka, selain fitur yang mudah digunakan oleh dari kalangan usia, teknologi saat ini tidak lepas dari berbagai masalah, dengan kecanggihan metode pembayaran pada era modern saat ini, masih banyak gangguan yang disebabkan oleh jaringan atau server yang kurang memadai, hal itu memicu para penggunanya untuk enggan memakai aplikasi tersebut.

Dari berbagai keluhan yang disampaikan oleh semua pengguna dana, timbulah rasa ketidakpercayaan yang menyebabkan turunya rasa nyaman dan aman yang diberikan dana

kepada para penggunanya . faktor lain untuk memicu seseorang minat menggunakan kembali aplikasi dompet digital dana adalah faktor kepercayaan, menurut (Rahmad & Astuti, 2017), Persepsi kepercayaan merupakan proses pembentukan kepercayaan dalam diri individu terhadap suatu layanan berdasarkan pemahaman informasi yang diketahui tentang penyelenggara layanan tersebut. Menurut (Sobandi & Somantri, 2020) Kepercayaan melibatkan kesediaan individu bertingkah laku dengan keyakinan bahwa mitra dapat memberikan yang diharapkan. Kata, janji, atau pernyataan seseorang dapat diperlihatkan sehingga membentuk sebuah kepercayaan. Kesediaan yang berlandaskan pada kepercayaan akan berlanjut pada kemauan membayar lebih, melakukan pembelian ulang, memiliki komitmen dan rasa yang tinggi terhadap produk/jasa.

Kepercayaan sangatlah mempengaruhi konsumen dalam menentukan minat beli ulang kedepannya karena kepercayaan konsumen adalah pondasi utama dari suatu bisnis, apalagi dalam berbelanja online. Transaksi bisnis akan terjadi bila antara kedua belah pihak yaitu pembeli dan penjual saling percaya. Maka dari itu kepercayaan menjadi suatu hal yang penting yang dapat membengaruhi minat beli ulang konsumen kedepannya. Ketika konsumen telah melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi Dana dan merasa bahwa apa yang transaksi tersebut berhasil dan sukses sesuai, maka kepercayaan konsumen terhadap aplikasi Dana akan meningkat yang pada akhirnya akan membuat minat beli mereka meningkat ketika melakukan transaksi pembayaran pada aplikasi Dana.



Gambar 1. 3 Bukti transaksi pembobolan akun dan surat pengaduan

Sumber: *mediakonsumen.com*

Selain kasus gangguan transaksi pembayaran ada juga kasus kepercayaan, dilihat dari situs *mediakonsumen.com* pada tahun 2022 terdapat kasus penipuan yang dialami oleh salah satu pengguna dana, pengguna tersebut mendapat notifikasi 13 transaksi yang tidak dikenal, pengguna tersebut mengalami kebobolan akun dananya. Sebelum pengguna tersebut melakukan transaksi pada akun dana keluar notifikasi meminta kode OTP, yang untuk digunakan mengaktifkan akun dana tersebut. Karena ketidaktahuan pengguna tersebut memberikan kode OTP yang di minta melalui SMS sehingga pengguna mengalami kerugian sebesar Rp.100.000 dari kejadian tersebut pengguna langsung menarik uangnya yang ada di akun dana dan segera membuat laporan ke customer care dana. Tanggapan dari pihak dana mengalami pelambatan yang kedua kalinya, dari awal laporan hingga tiga hari tidak ada kabar dari pihak dana tersebut sehingga pengguna merasa kecewa dan tidak percaya untuk melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi dana.

Menurut Atriani (2020: 56). Minat menggunakan kembali merupakan keadaan seseorang yang sebelumnya telah mendapat stimulus dari produk yang dilihatnya sehingga muncul suatu dorongan atau keinginan dalam dirinya untuk menggunakan produk tersebut. Menurut (Haqiqi, 2020). Minat menggunakan merupakan situasi seseorang sebelum melakukan tindakan. Terjadinya minat apabila seseorang menerima rangsangan dari produk/jasa yang dilihatnya kemudian timbul dorongan atau keinginan untuk menggunakannya. Menurut Davis (1986) dalam Jogiyanto (2007), minat merupakan perilaku yang didefinisikan sebagai tingkatan dari seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu. Minat menggunakan e-wallet didefinisikan sebagai tingkat keinginan individu untuk menggunakan layanan ewallet sebagai alat pembayaran. Berdasarkan penjelasan diatas maka secara sederhana minat menggunakan e-wallet merupakan suatu keinginan untuk menggunakan layanan e-wallet sebagai alat pembayaran.

Penelitian yang dilakukan oleh (Priambodo & Prabawani, 2016) bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. (Koufaris & Hampton-Sosa, 2004) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen akan *e-commerce* merupakan salah satu faktor kunci melakukan kegiatan jual beli secara online. Kepercayaan merupakan salah satu pondasi dari bisnis apapun, suatu transaksi bisnis antara dua belah pihak atau lebih akan terjadi apabila masing- masing pihak saling mempercayai. Kemudahan penggunaan dan manfaat dalam teori ini dipandang sebagai kepercayaan individu terhadap penggunaan teknologi baru. Kepercayaan tersebut kemudian beralih ke sikap individu terhadap penggunaan dan merujuk pada niat untuk menggunakan teknologi baru, (Davis, 1989). Dapat dikatakan semakin baik pelayanan fitur keamanan yang ketat dan kemudahan kegunaannya yang ditawarkan oleh aplikasi dana membuat para penggunanya

bertambah dan membuat konsumen percaya melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi Dana. Hasil penelitian oleh Pratama & Saputra (2019) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Dapat dikatakan jika semakin baik pelayanan dan fitur kemudahan pada e-wallet dana maka masyarakat atau pengguna akan merasa dimudahkan dan di percaya sehingga menimbulkan minat penggunaan kembali melakukan transaksi pembayaran pada e-wallet dana.

Berdasarkan berbagai fenomena tersebut yang telah di uraikan di atas, maka peneliti akan membuat judul **”PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN ULANG *E-WALLET* DANA DI SURABAYA“**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah di jabarkan pada latar belakang diatas maka dapat di ambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang pada *e-wallet* dana di Surabaya?
2. Apakah Persepsi Kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang pada *e-wallet* dana di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian akan dijelaskan pada poin-poin dibawah ini :

1. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap minat penggunaan ulang pada *e-wallet* dana di Surabaya

2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap minat penggunaan ulang pada *e-wallet* dana di Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Pembaca

Peneliti diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan ulang pada *e-wallet* dana

2. Bagi Perusahaan (Dana)

Diharapkan dari hasil penelitian sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan agar lebih memperhatikan fitur yang memudahkan dan layanan yang dapat di percaya sehingga pengguna merasa dimudahkan untuk melakukan transaksi pembayaran pada *e-wallet* dana

3. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin membahas mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan minat penggunaan ulang *e-wallet* dana di Surabaya