

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital seperti saat ini, di mana perkembangan teknologi informasi dan komunikasi bergerak dengan sangat cepat, dunia telah melihat bagaimana kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mampu mengubah manusia dan tatanan ekonomi dunia. Berbagai inovasi yang berkembang dengan sangat cepat dan dinamis menghasilkan suatu produk baru dan mampu menggeser produk yang minim inovasi. Menurut (Parastiti, Mukhlis, dan Haryono, 2015) perkembangan teknologi yang cepat, pola hidup masyarakat, pengetahuan masyarakat, dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan serta perkembangan.

Salah satu perkembangan teknologi saat ini adalah pada sistem pembayaran. Kegiatan bertransaksi keuangan dalam kehidupan sehari-hari sudah banyak dilakukan menggunakan *gadget* agar lebih mudah dan cepat untuk dijangkau. Hal ini menimbulkan inovasi baru dalam pengembangan *fintech (financial technology)* yang dapat dengan mudah masuk dan menyesuaikan kebutuhan penggunanya. Pramono (2006) menyatakan bahwa sistem pembayaran dan pola bertransaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Peranan uang tunai sebagai alat pembayaran mulai tergantikan oleh alat pembayaran nontunai yang lebih ekonomis dan efisien. Terdapat peningkatan penggunaan dompet elektronik pada saat ini yang didukung oleh banyak faktor. Salah satu pengguna utama adalah kalangan remaja dan mahasiswa dalam generasi muda masa kini. *Less Cash Society* merupakan suatu

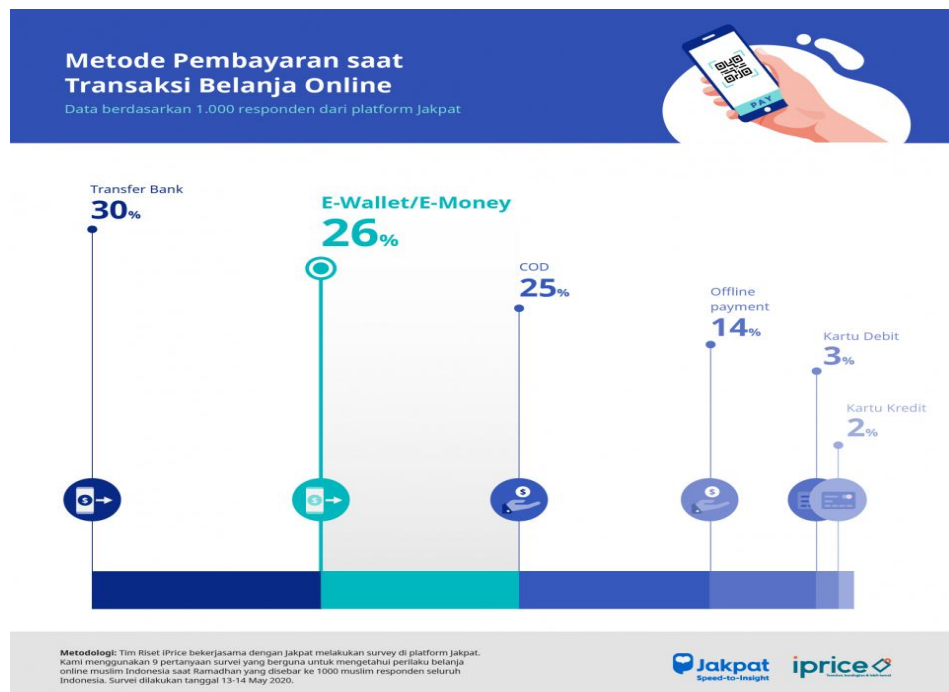
gerakan masyarakat untuk melakukan transaksi nontunai dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Aulia (2019), realisasi *Less Cash Society* tidak hanya mengacu pada perubahan sistem, namun lebih mengarah pada perubahan dalam berperilaku dan budayanya.

Menurut (Auliya, 2018) dompet digital adalah layanan elektronik yang digunakan untuk menyimpan data instrumen pembayaran, yaitu berupa pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik yang dimanfaatkan untuk menampung dana guna melakukan pembayaran. (Febrilia et al., 2020) mengatakan bahwa dompet digital berbasis server sehingga memerlukan perangkat seperti komputer, tablet, atau smartphone yang tersambung dengan server penerbit melalui jaringan internet jika ingin melakukan transaksi. Berbeda halnya dengan uang elektronik (*e-money*) yang berbasis chip yang ditanam di dalam kartu sehingga tidak memerlukan dukungan konektivitas jaringan internet ke server pada saat bertransaksi.

Dilansir dari *money.kompas.com* berdasarkan riset dari lembaga penelitian *Ipsos* Indonesia terkait dengan penggunaan alat pembayaran dompet digital menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa sekitar 68 persen pengguna dompet digital (*e-wallet*) adalah kaum milenial. Rata-rata nilai transaksi *top up* atau isi saldo setiap minggunya sebesar Rp 140.663 pada penggunaan dompet digital oleh generasi milenial. Sekitar 32 persen dialokasikan untuk jasa pesan antar makanan-minuman, 40 persen digunakan untuk transaksi pembayaran jasa transportasi online, dan sisanya untuk transaksi pembayaran *merchant*. Apalagi semenjak era digitalisasi yang mengakibatkan pergeseran belanja masyarakat yang biasanya

berbelanja menggunakan metode konvensional berubah menjadi *cashless payment*. Oleh karenanya, metode transaksi pembayaran juga ikut mengalami perubahan. Banyak perusahaan penyedia layanan *cashless payment* mengalami kenaikan transaksi di *platform*-nya. Kenaikan ini didukung oleh masifnya transaksi yang dilakukan oleh masyarakat secara online.

Gambar 1.1
Alat pembayaran di Indonesia Mei 2020



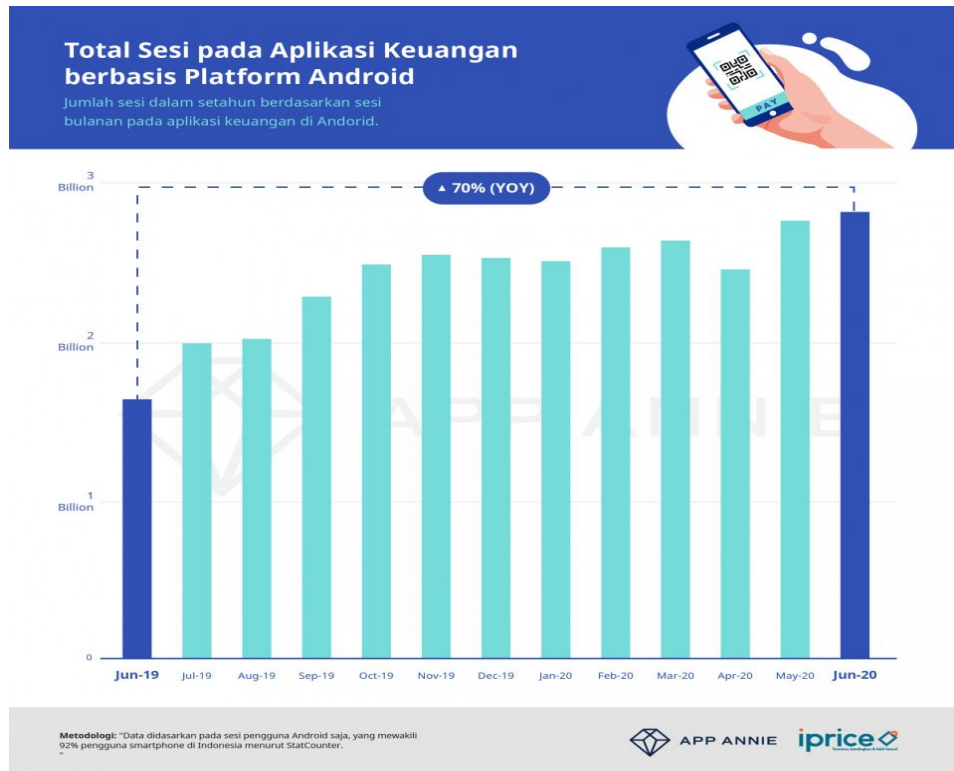
Sumber : *iPrice.co.id* (2020)

Berdasarkan gambar 1.1 di atas diketahui bahwa *e-wallet* sebagai alternatif pembayaran online menjadi bukti meningkatnya transaksi *cashless*. Berdasarkan data yang *iPrice* dan *Jakpat* kumpulkan, 26% dari total 1000 responden menyebutkan mereka memilih untuk menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran saat melakukan *online shopping* di *e-commerce* (Vivin Dian Devita, 2020). Mengutip dari *Tempo.co* menjelaskan bahwa ada kemerosotan penggunaan

kartu debit, yang mana pertumbuhannya 4.14% di tahun 2019, sedangkan di tahun sebelumnya yakni tahun 2018 menyentuh angka 10%. Hal ini selaras dengan riset dari *iPrice* yang menyebutkan kurangnya akses rekening bank serta tingginya angka masyarakat yang belum memiliki rekening bank (*unbanked*) memberikan peluang bagi penyedia layanan *e-wallet* untuk mengekspansi pasar. *E-wallet* dipercaya dapat memberikan kemudahan bertransaksi dalam suatu *platform*. Bank Indonesia dan regulator lainnya juga mengupayakan agar masyarakat dapat melakukan transaksi nontunai agar tidak terjadi transmisi melalui uang kertas.. Tidak hanya sebagai *payment gateway*, *e-wallet* kini menjadi bagian dari pembayaran *e-commerce*, pengiriman makanan online, *platform* investasi, dan insentif pemerintah (Jason Thompson, 2020).

Sembilan dari sepuluh pengguna internet di Indonesia merupakan pengguna aktif dompet digital yang rentang usianya berkisar 25 hingga 35 tahun. Tidak mengherankan saat ini dompet digital semakin digemari oleh masyarakat. Selain aspek kemudahan yang ditawarkan, juga kelengkapan fitur yang disediakan oleh berbagai *platform* yang ada. Dikutip dari *iPrice.co.id* dari bulan ke bulan, penggunaan aplikasi finansial di Indonesia terus mengalami peningkatan. Berangkat dari hal itu, *iPrice* dan *App Annie* melakukan sebuah riset untuk melihat sejauh mana peningkatan yang ada dengan membandingkan data *Year of Year* (YoY). Riset ini menganalisa mengenai jumlah pengguna aplikasi finansial berbasis Android. Hal ini karena dominasi Android yang sangat besar di Indonesia.

Gambar 1.2
Total Sesi pada Aplikasi Keuangan berbasis Platform Android



Sumber : *iPrice.co,id* (2020)

Berdasarkan gambar 1.2 di atas diketahui adanya peningkatan hingga 70% sejak Juni 2019 hingga Juni 2020 pada total pengguna aplikasi finansial di Indonesia. Pada tahun 2019 total pengguna sebesar 1.67 Miliar, sedangkan per Juni 2020 meningkat sebanyak 2.83 Miliar. Di Indonesia, mayoritas pengguna memiliki lebih dari satu *brand e-wallet* yang berimbas pada peningkatan sesi ini. Menurut riset dari *Ipsos* terhadap 1000 responden, mengungkapkan bahwa 21% responden memiliki hanya satu *e-wallet* di smartphone mereka dan 28% menggunakan 2 *e-wallet* untuk berbelanja.

Berdasarkan survei dari *MarkPlus Inc* yang menyoroti penggunaan dompet digital selama 3 bulan terakhir, mulai dari bulan Mei hingga Juli 2020 dengan 502 responden yang mewakili kota-kota besar yang memiliki tingkat pemakaian smartphone tertinggi memperlihatkan bahwa ShopeePay mampu mengungguli para pesaingnya di pasar dompet digital selama Pandemi. Latar belakang diadakan survei ini karena laporan dari Bank Indonesia yang mencatat bahwa terdapat kenaikan transaksi digital selama Pandemi mencapai 64,48% dan volume transaksi tumbuh 37,35% secara tahunan. Industri ini memiliki potensi yang besar untuk tumbuh, terlebih lagi kala pandemi seperti saat ini yang membuat masyarakat lebih memilih berbelanja secara online dengan sistem pembayaran nontunai. Selain untuk mengurangi resiko penularan virus, juga dianggap lebih efektif dan efisien. Berangkat dari hal itu, survei ini dilakukan untuk melihat sejauh mana penggunaan dari alat pembayaran digital pada berbagai merek dan volume transaksinya.

Tabel 1.1
Peringkat 3 Besar *E-wallet* di Indonesia Mei - Juli 2020

No	Merek <i>E- wallet</i>	<i>Market Share</i>
1.	ShopeePay	26 %
2.	OVO	24 %
3.	GoPay	23 %

Sumber : *dailysocial.id* (2020)

.ShopeePay dapat mengalahkan para pemain dompet digital lain dengan banyaknya promo yang ditawarkan. Meski menjadi salah satu pemain baru di

dunia dompet digital sejak 2018, kini telah mampu mengungguli para pemain lama, seperti OVO bahkan GoPay. Menurut para responden, nilai transaksi tersebut digunakan untuk membayar beragam kebutuhan. Responden yang memilih ShopeePay menjawab untuk kebutuhan membayar tagihan utilitas (47%), mengisi pulsa (67%), dan belanja online (97%). Sementara responden yang memilih OVO, digunakan untuk membayar ojek/taksi online (49%), belanja online (57%), dan mengisi pulsa (59%). Sedangkan untuk GoPay, membayar makanan di tempat makan fisik (52%), mengisi pulsa (56%), dan membayar ojek/taksi online (68%). Keunggulan ShopeePay ini dalam masa pandemi menandakan adanya perubahan *lifestyle* masyarakat, ditunjang dengan kelengkapan fitur yang ada di aplikasi shopee untuk berbelanja, sementara GoPay unggul dari segi pembayaran untuk transportasi online, sedangkan OVO unggul dari segi pembelian pulsa.

Namun penggunaan dompet digital sebagai alat pembayaran non-tunai tidak terlepas dari berbagai kendala, baik dari sisi penggunaannya maupun risikonya. Menurut (Setyowati dalam Febrilia et al., 2020) cara baru pembayaran melalui *Quick Response Code* (QR Code) ini terdapat potensi masalah (*fraud*) dan telah menjadi perhatian dari Bank Indonesia (BI). Hal itu disebabkan oleh adanya kode QR yang bersifat tetap/statis atau bisa ditempel dimanapun sehingga terdapat kemungkinan untuk pencurian data pengguna seperti *Personal Identification Number* (PIN) hingga pencurian uang milik pengguna tersebut. Risiko yang lain mengenai autentifikasi melalui aplikasi dan PIN yang tidak tersedia yang mengakibatkan penjual dapat saja mengaku sudah mengirim barangnya atau

pembeli berpura-pura sudah membayar . Terkait dengan kendala penggunaannya yang dialami oleh *user* adalah mengenai tidak efektif dan efisien *e-wallet* yang nantinya hanya menghabiskan waktu. Seperti yang dikatakan oleh (Laskito dalam Febrilia et al., 2020) tentang transaksi yang tertolak oleh sistem karena mesin *reader* bermasalah akibat suatu gangguan.

Pengguna sebagai sasaran keuntungan dari *platform e-wallet* memiliki peranan penting dalam meningkatkan *market share*. Minat penggunaan oleh para *user* tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor-faktor tersebut mempengaruhi pengguna dalam menggunakan alat pembayaran digital dan untuk melihat sejauh mana penerimaan suatu teknologi tersebut. Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi *intention to use* oleh pengguna terhadap dompet digital. Penulis menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* yang merupakan model pendekatan yang sering digunakan untuk mengetahui tingkat penerimaan individu akan suatu teknologi tertentu.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori tentang penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. Davis (1986) yang memperkenalkan teori ini untuk pertama kali. *Theory of Reasoned Action* atau TRA oleh Ajzen dan Fishbein (1980) merupakan dasar pengembangan teori TAM. Model TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA. Dua konstruk utama tersebut antara lain kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*). Kedua konstruk tersebut memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan teknologi, jika dirasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Kegunaan persepsian

(*perceived usefulness*) merupakan sejauh mana seseorang yakin bahwa memakai suatu teknologi akan dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sementara kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) merupakan sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan memakai suatu teknologi, usaha yang dikeluarkan juga akan semakin sedikit atau tidak diperlukan usaha untuk menggunakannya (Jogiyanto, 2007).

Pendekatan TAM ini dimodifikasi oleh peneliti dengan menambahkan beberapa variabel. Variabel modifikasi yang pertama adalah variabel kepercayaan (*trust*) yang merupakan keyakinan terhadap produk yang memiliki atribut dan mendapatkan manfaat dari atribut, dan juga keyakinan bahwa relasi pertukarannya akan memberikan apa yang diinginkan dan dapat diandalkan (Ilmiyah & Krishnawan, 2020). Variabel modifikasi yang kedua adalah persepsi risiko (*perceived risk*). Menurut Featherman dan Pavlou (2002:1035) dalam Priambodo dan Prabawani (2015) persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dari menggunakan produk atau layanan. Peneliti menambahkan kedua variabel modifikasi tersebut, yakni kepercayaan dan risiko karena kepercayaan terkait dengan keyakinan akan manfaat suatu produk atau layanan yang dibutuhkan untuk mengukur minat individu akan penggunaan dompet digital. Sedangkan risiko terkait dengan kendala yang mungkin dihadapi oleh pemakai dalam menggunakan layanan dompet digital. Modifikasi ketiga yakni dengan menggantikan variabel *Behavioral Intention* dengan *Intention to use* karena peneliti ingin fokus terhadap minat individu dalam menggunakan sistem aplikasi pembayaran digital.

Berdasarkan beberapa data dan teori yang sudah dipaparkan di atas. Peneliti ingin mengembangkan dan menguji sebuah model konseptual mengenai tingkat penerimaan ataupun minat konsumen dalam menggunakan *cashless payment systems* terutama dompet digital ShopeePay, OVO dan GoPay dengan menjadikan pengguna dompet digital di Kota Surabaya sebagai objek penelitian. Peneliti mengangkat judul “Analisis Minat Penggunaan *Cashless Payment System* – Dompet Digital dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi Kasus Pada Pengguna Dompet Digital di Kota Surabaya)”.

1.2 Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka dirumuskanlah beberapa permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *Trust* mempengaruhi *Perceived Ease of Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya ?
2. Apakah *Trust* mempengaruhi *Perceived Usefulness* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya ?
3. Apakah *Perceived Risk* mempengaruhi *Perceived Ease of Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya ?
4. Apakah *Perceived Risk* mempengaruhi *Perceived Usefulness* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya ?
5. Apakah *Perceived Ease of Use* mempengaruhi *Perceived Usefulness* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya ?
6. Apakah *Perceived Ease of Use* mempengaruhi *Intention to Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya ?

7. Apakah *Perceived Usefulness* mempengaruhi *Intention to Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya ?
8. Apakah *Trust* mempengaruhi *Intention to Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya ?
9. Apakah *Perceived Risk* mempengaruhi *Intention to Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Trust* terhadap *Perceived Ease of Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya.
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Trust* terhadap *Perceived Usefulness* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya.
3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Perceived Ease of Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya.
4. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Perceived Usefulness* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya.
5. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Usefulness* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya.
6. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya.
7. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya.

8. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Trust* terhadap *Intention to Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya.
9. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Intention to Use* dompet digital pada pengguna di Kota Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan pengetahuan kepada masyarakat sekaligus pelaku bisnis di bidang jasa penyedia layanan *e-wallet* sebagai bahan kajian dan referensi untuk penelitian sejenis, lebih tepatnya mengenai faktor *intention to use* atau minat menggunakan dompet digital dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat menambah referensi yang ada dan dapat digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terutama dalam ilmu pemasaran dan sistem informasi bisnis terkait layanan dompet digital dalam hal minat penggunaan oleh konsumen.
2. Penelitian ini dapat menjadi sumbangan kapustakaan yang merupakan sumber informasi tambahan mengenai “Analisis Minat Penggunaan *Cashless Payment System* – Dompet Digital dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi Kasus Pada Pengguna Dompet Digital di Kota Surabaya)” yang diharapkan bermanfaat bagi para pelaku jasa *e-wallet*

dalam upaya menentukan langkah untuk meningkatkan layanan dan meluaskan pangsa pasarnya.