

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia, yaitu terjadinya transformasi dalam sistem pembayaran. Kemajuan teknologi dalam instrumen pembayaran menggeser peranan uang tunai sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih praktis dan efisien serta dapat terhindar dari penggunaan uang palsu sehingga konsumen tidak perlu membawa uang dalam jumlah yang besar agar mengurangi resiko tindak kriminalitas.

Kehadiran uang elektronik, yaitu alat pembayaran dengan nilai uang telah tersimpan secara elektronik pada server ataupun kartu, kini telah menjadi populer di kalangan masyarakat. Adapun alasan yang membuat uang elektronik menjadi populer dikarenakan penggunaannya telah gencar digunakan untuk bertransaksi toko online maupun offline. Saat ini masyarakat telah menyadari akan pentingnya alat transaksi yang tidak bersifat fisik, baik kertas maupun logam, yaitu dengan menggunakan uang elektronik.

Mengacu data Bank Indonesia (BI), nilai transaksi pembayaran digital atau uang elektronik mencapai Rp 204,9 triliun sepanjang 2020. Angka itu meningkat sebesar Rp 59 triliun dibandingkan nilai transaksi tahun sebelumnya Rp 145,16 triliun

Tabel 1.1 Jumlah Transaksi Uang Elektronik

Periode	Volume (juta)	Nominal (rp triliun)
2015	535.579.528	5.283.018
2016	683.133.352	7.063.689
2017	943.319.933	12.375.469
2018	2.922.698.905	47.198.616
2019	5.226.666.919	145.165.468
2020	4.625.703.561	204.909.170

(Sumber : Bank Indonesia. Data diolah peneliti)

Survei iPrice yang bekerja sama dengan Jakpat menemukan 26% masyarakat telah menggunakan e-wallet (dompet digital)/e-money (uang elektronik) untuk berbelanja daring. Angka ini tepat di bawah metode transfer bank. Dengan kata lain, masyarakat kini semakin ramah dengan kedua jenis alat pembayaran digital tersebut. Begitu juga tak lepas dari peran pemerintah yang terus mengajak masyarakat beralih ke pembayaran nontunai karena pembayaran nontunai lebih hemat, efisien, dan memiliki jangkauannya lebih luas ketimbang secara tunai. Padahal, sebelum perusahaan fintech hadir, transaksi non-tunai cenderung menggunakan pembayaran elektronik milik

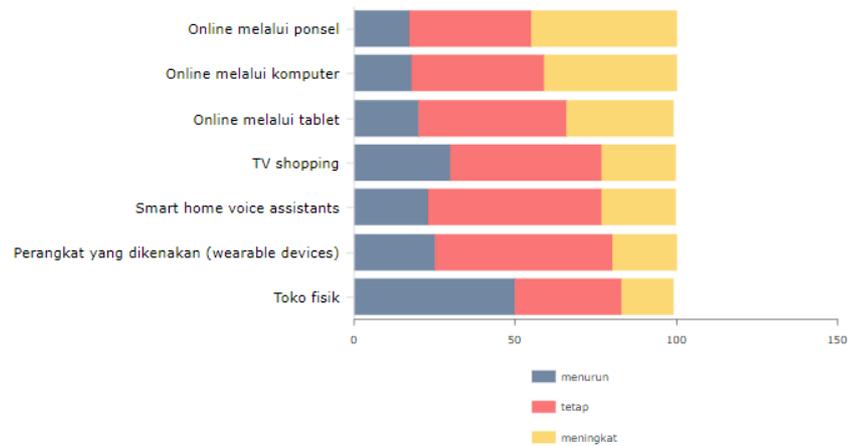
bank, seperti kartu kredit, debit, atau real time gross settlement (RTGS) (TERESHA, 2021).

Gambar 1.1

Persentase Belanja dalam Pandemi Berdasarkan Medium

Persentase Belanja dalam Pandemi Berdasarkan Medium

Sumber : PricewaterhouseCoopers (PwC), 2020



(Sumber:<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/08/26/konsumen-beralih-berbelanja-secara-digital-saat-pandemi>)

Pandemi Covid-19 memaksa masyarakat untuk lebih banyak berdiam diri di rumah. Kondisi ini mendorong mereka untuk menjajal beragam cara, guna mengakses serta mendapatkan produk dan layanan. Setelah Covid-19 mewabah, berbelanja secara seluler atau digital menunjukkan tren peningkatan. Masyarakat paling banyak bertransaksi menggunakan ponsel secara *online*. Pertumbuhannya mencapai 45%. Sebaliknya, berbelanja langsung di toko fisik berkurang hingga 50%.

Meskipun pusat perbelanjaan sudah dibuka kembali, namun masyarakat masih waspada terhadap penularan covid-19 ketika sedang bertransaksi

menggunakan uang tunai, padahal WHO belum memberi pernyataan resmi terkait penularan Covid-19 melalui uang tunai. Melalui juru bicaranya, WHO berpendapat bahwa uang tunai yang sering berpindah tangan dapat menjadi sarang virus dan bakteri (sumber:[kompas.com](https://www.kompas.com), 2020). Oleh karena itu, salah satu cara berbelanja yang aman dan terhindar dari virus di masa pandemi covid-19 adalah dengan berbelanja secara online melalui aplikasi jual beli yang dan menggunakan pembayaran secara non fisik atau e-wallet.

Umumnya kegiatan transaksi keuangan masyarakat Indonesia menggunakan uang tunai yang terbuat dari kertas dan logam yang memiliki nilai nominal tertentu sebagai alat pembayaran yang sah, karena pembuatan dan penggunaannya telah diatur dan diawasi oleh Bank Indonesia. Namun seiring perkembangan teknologi informasi, maka sistem pembayaran yang semula menggunakan uang kertas dan logam perlahan-lahan berubah menjadi sistem pembayaran non-tunai. Sejak adanya kampanye “cashless society” dan pandemi Covid-19, penggunaan system pembayaran non-tunai melalui ewallet semakin marak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Penggunaan e-wallet yang cukup dilakukan dengan memindai kode melalui smartphone dianggap mampu mengurangi risiko penularan virus karena tidak memerlukan kontak fisik dengan orang lain, sedangkan penggunaan uang tunai dan e-money yang berbasis chip pada kartu masih memerlukan kontak fisik.

Menurut Ketua Bidang Ekonomi Digital Asosiasi e-Commerce Indonesia (IDEA), Bima Laga dalam (republika.co.id, 2020) penggunaan ewallet pada

masa pandemi terus meningkat, selain efektif dan efisien penggunaan e-wallet juga berdampak positif terhadap beberapa hal misalnya saja biaya transaksi yang semakin murah karena e-wallet telah terintegrasi dengan layanan transportasi, aplikasi jual beli, dan pembelian pulsa atau pembayaran listrik. Di samping itu, e-wallet juga berkontribusi terhadap penurunan jumlah penderita Covid-19.

Menurut Falah (2020), electronic wallet atau ewallet sendiri merupakan aplikasi daring berisi sejumlah uang atau dana yang diciptakan untuk mempermudah konsumen dalam melakukan pembayaran produk secara non tunai. Uang elektronik berbasis chip biasa disebut sebagai emoney sedangkan untuk yang berbasis server biasa disebut sebagai e-wallet atau software based product

Salah satu layanan uang elektronik berbasis server di Indonesia adalah ShopeePay, yaitu dompet digital atau e-wallet yang diterbitkan oleh PT Airpay International Indonesia pada 28 November 2018 dan telah mendapat izin resmi dari Bank Indonesia pada Agustus 2018. ShopeePay mampu memenuhi kebutuhan transaksi pengguna secara non tunai menggunakan saldo yang tersimpan. Pengguna dapat menggunakannya baik di toko fisik maupun di ecommerce yang telah menjadi mitra. Dua tahun sejak dirilis, jika dibandingkan dengan e-wallet lainnya seperti OVO, Go-pay, LinkAja, dan Dana, ShopeePay mampu menjadi merk aplikasi ewallet dengan pengguna terbanyak.

Tabel 1.2 Sistem Pembayaran Elektronik Berbasis Aplikasi Terpopuler di Indonesia

E-Wallet	Pengguna	Jumlah Transaksi
1. ShopeePay	68%	32%
2. Ovo	56%	25%
3. GoPay	56%	20%
4. Dana	42%	16%
5. LinkAja	19%	8%

(Sumber:Liputan6.com diolah peneliti)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh aplikasi daring Snapcart dengan melibatkan 1.000 orang responden di seluruh Indonesia pada bulan Juni sampai Agustus 2020 menunjukkan hasil bahwa saat pandemi Covid-19 melanda Indonesia penggunaan ShopeePay sebesar 68%, disusul OVO dan GoPay dengan masing-masing 56%, Dana (42%), dan LinkAja (19%). ShopeePay juga tercatat memiliki transaksi tertinggi yaitu sebesar 32% dari total jumlah transaksi e-wallet di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan sejak tahun 2019 PT Airpay International Indonesia telah bekerja sama dengan berbagai perusahaan seperti e-commerce Shopee, restoran, kafe, asuransi, dan ribuan toko fisik atau merchant yang tersebar seluruh Indonesia. Jadi tidak heran jika ShopeePay memiliki banyak pengguna di berbagai kota Indonesia tak terkecuali di Surabaya

Kota Surabaya merupakan kota terbesar di Provinsi Jawa Timur dengan jumlah penduduk sebanyak 2.874.314 jiwa (sumber: jawapos.com).

Dibandingkan dengan kota lain di Jawa Timur selain Malang, Kota Surabaya merupakan kota yang memiliki berbagai pusat perbelanjaan sehingga memberikan peluang bagi PT Airpay International Indonesia untuk melakukan kerja sama dengan pelaku usaha dalam bidang layanan transaksi keuangan non tunai melalui e-wallet ShopeePay. Semakin banyak mitra ShopeePay di Kota Surabaya, maka semakin besar peluang ShopeePay digunakan oleh masyarakat sebagai alat transaksi non tunai karena kemudahan menemukan mitra ShopeePay. Sehingga hal tersebut dapat mendorong pengguna untuk menggunakan kembali ShopeePay pada transaksi selanjutnya.

Faktor manfaat menjadi pertimbangan seseorang sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu layanan pembayaran digital. Menurut Davis (dalam Joan dan Sitinjak, 2019), persepsi kebermanfaatan didefinisikan sebagai sebuah pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan sebuah sistem (contoh: sistem pembayaran elektronik) dapat meningkatkan kinerjanya. Sebagai pemain baru, ShopeePay cepat menjadi alat pembayaran digital favorit di antara masyarakat yang telah terbiasa menggunakan e-wallet sehari-hari karena ShopeePay menawarkan kecerdasan UI/UX designer, kesederhanaan pengalaman dalam journey pengguna sehingga tidak membingungkan, serta didorong dengan jajaran promo menggiurkan – sehingga ShopeePay menjadi pesaing kuat di antara brand e-wallet lainnya di pasar saat ini (pressrelease.kontan.co.id).

Faktor kedua yang menjadi pertimbangan seseorang sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu layanan pembayaran digital adalah kemudahan. Menurut Davis (1989) dalam Kumala, Pranata, dan Thio (2020) mendefinisikan *perceived ease of use* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan terbebas dari usaha. Perusahaan ShopeePay senantiasa memberikan fitur dan tampilan dalam ShopeePay yang mudah dipahami dan dipelajari serta mitra layanan pembayaran yang mudah ditemui oleh pengguna.

Aktivasi ShopeePay sangatlah mudah dan bisa dilakukan dengan cepat hanya dengan mengunduh aplikasi shopee di Play Store atau App Store kemudian masuk ke halaman ShopeePay dan memasukkan kode verifikasi yang dikirim ke nomor ponsel yang terdaftar dalam akun kemudian atur PIN ShopeePay(money.kompas.com). Dengan demikian ShopeePay merupakan alat pembayaran non tunai yang mudah digunakan dimana dan kapan saja sehingga dapat mendorong minat pengguna untuk menggunakan kembali e-wallet ShopeePay.

Meskipun e-wallet memberikan sejumlah manfaat dan kemudahan bagi pengguna, namun dari data di atas diketahui bahwa masih orang yang memilih untuk tidak menggunakan e-wallet untuk bertransaksi. Menurut Litter (dalam Falah, 2018), seseorang enggan menggunakan teknologi keuangan karena masalah ketidakpastian dan keamanan. Teknologi keuangan seperti e-wallet memang masih rentan terhadap masalah keamanan seperti jaringan dan sistem, oleh karena itu e-wallet ShopeePay harus memiliki

sistem keamanan jaringan elektronik yang memadai agar pengguna terhindar dari kejahatan seperti *hacker*, *virus* dan penyalahgunaan data. Sehingga pengguna akan berminat menggunakan kembali di masa datang karena mereka telah memiliki persepsi risiko yang baik terhadap keamanan dan sistem jaringan ShopeePay

Perlu diketahui bahwa ada beberapa pengguna yang akun ShopeePay mereka diblokir oleh pihak Shopee. Mengenai akun ShopeePay yang diblokir atau di non aktifkan pihak Shopee, biasanya ini terjadi karena beberapa hal seperti kesalahan sistem atau Human Error yang dilakukan oleh pengguna. Beberapa diantaranya yaitu salah memasukkan PIN ShopeePay. ShopeePay tentunya memiliki beberapa fitur keamanan, yakni PIN. PIN tersebut digunakan ketika kalian melakukan pembayaran menggunakan ShopeePay. Apabila salah memasukkan PIN sebanyak 5 kali berturut-turut, maka otomatis akun tersebut akan diblokir (idekredit.com).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kumala, Pranata, dan Thio (2020) Davis (1989) mengartikan Perceived usefulness sendiri dapat diartikan melalui kata useful yang berarti mampu digunakan secara menguntungkan. Seseorang akan menggunakan suatu sistem apabila dirinya merasa percaya bahwa sistem tersebut berguna, dan sebaliknya tidak akan menggunakannya apabila dirinya merasa percaya bahwa sistem tersebut kurang berguna (Jogiyanto, 2007) dalam Debby, Joshua, dan Sienny (2020).

Menurut Davis (1989) dalam Kumala, Pranata, dan Thio (2020) mendefinisikan perceived ease of use sebagai sejauh mana seseorang percaya

bahwa menggunakan sistem tertentu akan terbebas dari usaha. Individu yang merasa percaya bahwa sistem mudah digunakan, maka individu tersebut akan menggunakannya, begitu sebaliknya apabila individu merasa percaya bahwa sistem tidak mudah digunakan maka individu tersebut tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007) dalam Kumala, Pranata, dan Thio (2020).

Menurut Hartono (2012:63) dalam Ida Ayu dan Ni Ketut (2018) yang mendefinisikan persepsi risiko sebagai suatu persepsi-persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan. Artinya adalah penilaian subjektif oleh seseorang terhadap kemungkinan dari sebuah kejadian kecelakaan dan seberapa khawatir individu dengan konsekuensi atau dampak yang ditimbulkan kejadian tersebut.

Didasarkan ketiga variabel pada fenomena diatas, menunjukkan adanya keterkaitan Antara persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko terhadap minat masyarakat untuk menggunakan kembali suatu barang atau jasa.

Dari latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji minat perilaku konsumen dalam menggunakan kembali ShopeePay di wilayah Surabaya Barat tandes.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI**

RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KEMBALI SHOPEEPAY DI WILAYAH SURABAYA BARAT TANDES”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diambil rumusah masalah sebagai berikut

1. Apakah *persepsi kebermanfaatan* berpengaruh terhadap minat menggunakan kembaliShopeePay di wilayah Surabay Barat Tandes?
2. Apakah *persepsi kemudahan* berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali ShopeePay di wilayah Surabay Barat Tandes?
3. Apakah *persepsi risiko* berpengaruh terhadap minat menggunakan kembali ShopeePay di wilayah Surabaya Barat Tandes?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap minat menggunakan kembali ShopeePay di wilayah Surabaya Barat Tandes

2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan kembali ShopeePay di wilayah Surabaya Barat Tandes
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan kembali ShopeePay di wilayah Surabaya Barat Tandes

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, diharapkan memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Akademis

Menerapkan pengetahuan yang telah didapatkan pada perkuliahan untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang berhubungan dengan minat seseorang menggunakan pembayaran digital ShopeePay

2. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bacaan untuk peneliti selanjutnya, dengan pembahasan topic yang hampir sama.