

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi telah mentransformasi peradaban manusia serta mendorong peningkatan kapasitas produksi, baik dari aspek mutu maupun jumlah. Kemajuan inovasi di bidang revolusi industri dipandang mampu membawa perubahan mendasar terhadap pola kerja dan gaya hidup manusia. Di era Revolusi Industri 4.0, internet telah memudahkan komunikasi antar manusia maupun manusia dengan mesin tanpa dibatasi ruang dan waktu (Pratolo, 2020). Keberadaan internet pada saat ini dapat memberikan dampak signifikan terhadap masyarakat, dunia usaha, sektor industri, serta instansi pemerintah. Perkembangan teknologi di era digital ini telah melahirkan inovasi-inovasi terbaru berbasis teknologi, termasuk di bidang finansial yang dicirikan oleh hadirnya financial technology (fintech) (Putri et al., 2023). Digitalisasi dalam sektor ekonomi di Indonesia telah menghasilkan dampak yang semakin signifikan terhadap berbagai aspek pembangunan dan pertumbuhan nasional. Dampak digitalisasi terhadap perekonomian Indonesia semakin terasa. Untuk bertahan dalam persaingan yang ketat, bisnis di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, telah mengembangkan berbagai inovasi sepanjang tahun 2018 (Hasibuan et al., 2023). Seluruh fenomena tersebut muncul sebagai hasil dari inovasi yang berperan dalam mempercepat proses transformasi digital. Transformasi tersebut mendorong terjadinya perubahan secara menyeluruh terhadap

proses operasional, kompetensi sumber daya, dan model bisnis melalui penerapan teknologi digital. Akibatnya, ini dapat membantu mendorong pengembangan sistem keuangan berbasis pada penyediaan layanan financial technology.

Munculnya financial technology selaras dengan Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) yang dipelopori oleh Bank Indonesia. Melalui peran sebagai bank sentral, pemerintah memajukan Platform transaksi digital yang terstandarisasi, selaras dengan tujuan GNNT. Untuk berkontribusi terhadap penguatan struktur keuangan nasional yang lebih efektif dan efisien, Bank Indonesia (BI) meluncurkan GNNT pada 14 Agustus 2014 yang ditujukan guna mewujudkan sistem pembayaran yang andal, optimal, serta berjalan dengan baik. Dengan ini, GNNT berharap dapat mewujudkan masyarakat tanpa uang tunai. Diharapkan peningkatan efisiensi, kemudahan, dan inklusi dari integrasi ekonomi dan keuangan digital bisa mendukung pertumbuhan ekonomi yang kuat, seimbang, dan berkelanjutan. Pergantian dari uang tunai ke instrumen non-tunai memberikan berbagai manfaat, seperti efisiensi lebih baik dalam penanganan uang tunai, kemudahan penggunaan, aksesibilitas meningkat, transparansi dalam transaksi, serta perencanaan ekonomi yang lebih baik. Untuk mengembangkan GNNT, BI menyadari pentingnya perubahan sistem pembayaran agar sesuai dengan teknologi digital. Oleh karena itu, BI telah merilis cetak biru Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025, yang salah satu visinya adalah mendorong transformasi digital sektor perbankan sebagai

institusi inti di ranah ekonomi berbasis digital dengan memanfaatkan open banking dan teknologi serta data di sektor keuangan.

Kehadiran Financial Technology (fintech) digunakan untuk berbagai layanan, seperti pembayaran, transfer uang, pengelolaan dana, serta penyimpanan uang dan lainnya. Fenomena ini menjadi bukti nyata bahwa terjadi pergeseran kebiasaan masyarakat dari sistem keuangan tradisional menuju sistem keuangan yang memanfaatkan teknologi. Menurut Bank Indonesia (2019) financial technology adalah hasil dari Integrasi inovasi digital dan jasa finansial guna merombak pola usaha tunai menjadi nontunai. Fintech juga dapat mengubah cara orang membayar dan membantu bisnis memangkas biaya-biaya yang berlebihan. Financial technology (fintech) telah mengembangkan sistem pembayaran tanpa uang tunai melalui aplikasi digital yang kita kenal sebagai dompet elektronik.

Tabel 1. 1 Nilai Transaksi Uang Elektronik 2019 – 2023

Tahun	Nilai Transaksi Uang Elektronik	Persentase Pertumbuha
2019	Rp. 145,1 Triliun	-
2020	Rp. 204,9 Triliun	41,2%
2021	Rp. 305,4 Triliun	49,0%
2022	Rp. 399,6 Triliun	30,8%
2023	Rp. 835,84 Triliun	109,2%

Sumber : Laporan Kebijakan Moneter (BI.go.id)

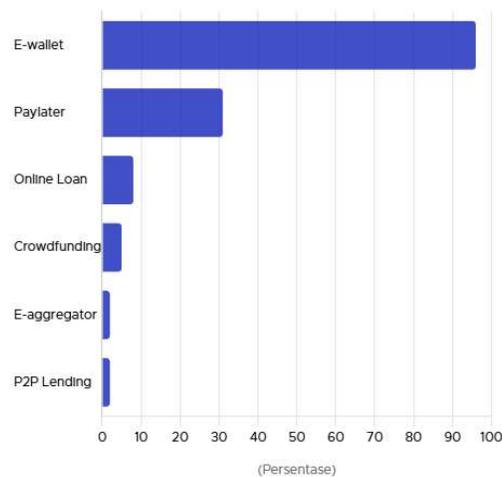
Di sepanjang 2019, total perputaran dana melalui dompet digital mencapai Rp 145,1 triliun, sedangkan sepanjang tahun 2020, mengalami kenaikan sebesar 41,2% dibanding periode terdahulu dengan nilai sebesar Rp. 204,9 Triliun. Pada tahun 2021 sebesar Rp. 305,4 Triliun terjadi kenaikan sebesar 49,04%. pada tahun 2022 nilai transaksi uang elektronik mencapai 399,6 triliun terjadi kenaikan sebesar 30,84%. Pada tahun 2023 nilai transaksi uang elektronik mencapai 835,84 triliun terjadi kenaikan sebesar 109,15%. Mengacu pada pertumbuhan yang signifikan itu Bank Indonesia memproyeksikan sebesar Rp. 1.051,24 Triliun pada tahun 2024. Dengan adanya data di atas maka menggambarkan bahwa adanya perubahan gaya transaksi masyarakat dari uang tunai dengan perlahan beralih pada penggunaan E- Wallet atau uang elektronik. Sebagian masyarakat merasakan kenyamanan yang lebih tinggi dalam pemakaian uang digital karena proses pembayarannya menjadi lebih mudah, cepat, efisien, dan aman.

Uang elektronik belum digunakan secara luas sebagai metode pembayaran utama, namun uang elektronik menawarkan peluang besar untuk mengambil alih peran uang tunai dalam berbagai transaksi. Dukungan penuh dari pemerintah terhadap revolusi sistem pembayaran elektronik bertujuan untuk mewujudkan masyarakat tanpa uang tunai, sebagaimana diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 (Bank Indonesia, 2009). Dengan memanfaatkan aplikasi di telepon seluler, e-wallet memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mendukung proses

transaksi jual beli yang terjamin keamanan, efektifitas, juga efisiensinya tanpa membutuhkan interaksi langsung

Di Indonesia, e-wallet telah menjadi alat pembayaran paling populer dan banyak digunakan oleh masyarakat (Angelina & Rahadi, 2020). *E-wallet* kerap diakui sebagai salah satu cara pembayaran yang paling praktis dan efisien karena memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran di toko online dan offline, menyimpan uang tunai virtual, mendapatkan penawaran promosi, melakukan penarikan tunai, dan juga melakukan transfer uang ke berbagai sumber (Syifa & Tohang, 2020). Dengan smartphone, pengguna dapat memanfaatkan e-wallet untuk bertransaksi baik secara online maupun offline.

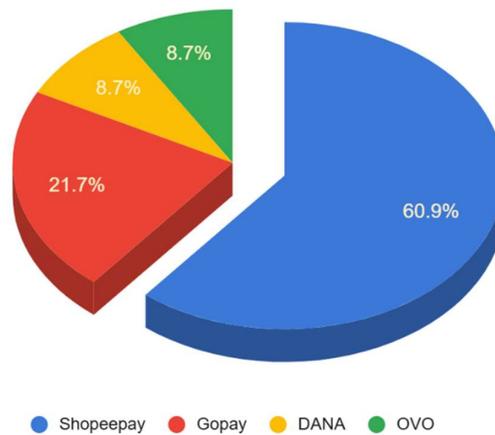
Gambar 1. 1 Peningkatan penggunaan e-wallet



Sumber: Jajak Pendapat (JakPat)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Jajak Pendapat (JakPat) tentang Tren Fintech di Indonesia 2024, 96% orang yang ditanya mengaku sudah menggunakan atau memiliki e-wallet. Faktor-faktor dari pemerintah dan perusahaan swasta berperan dalam peningkatan penggunaan e-wallet ini. Kita bisa melihatnya dari banyaknya toko online dan merchant yang sekarang menawarkan pilihan pembayaran menggunakan e-wallet.

Gambar 1. 2 Hasil Pra-Survei



Sumber: Data yang diolah peneliti, 2025

Tingginya persentase pengguna e-wallet ini tidak lepas dari dominasi platform tertentu yang berhasil menarik minat pengguna. Salah satunya adalah ShopeePay, yang menjadi pilihan utama bagi mayoritas responden. Berdasarkan gambar 1.2, terlihat bahwa dari 25 responden yang menggunakan layanan pembayaran digital berbasis ShopeePay sebesar 60,9%, sedangkan responden yang menggunakan layanan pembayaran digital lainnya seperti Gopay, DANA, dan OVO masing-masing sebesar 21,7%, 8,7%, dan 8,7%. Dari hasil pra-survei, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden lebih memilih ShopeePay sebagai layanan

pembayaran digital dibandingkan dengan platform lainnya. Hal ini sejalan dengan perkembangan pesat e-wallet di Indonesia, yang didorong oleh kemunculan e-commerce dan marketplace, salah satunya adalah Shopee. ShopeePay termasuk dalam bentuk pelayanan uang elektronik yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran di toko-toko yang menerima ShopeePay. Selain itu, pengguna juga dapat menggunakan aplikasi Shopee untuk pembayaran online dan mendapatkan pengembalian uang saat berbelanja di toko, yang bisa dipakai untuk transaksi berikutnya. ShopeePay memiliki berbagai kegunaan, seperti alat pembayaran untuk pembelian apa pun di aplikasi Shopee maupun di usaha-usaha yang menggunakan Qris sebagai sistem pembayarannya. Selain itu, ShopeePay juga memungkinkan pengguna untuk mentransfer dana ke berbagai bank yang telah bekerja sama dengan mereka. Tidak hanya itu, ShopeePay sering mengadakan promosi menarik, seperti transfer gratis tanpa batas, cashback merchant, pinjaman uang cepat cair, dan cicilan dengan bunga rendah (ShopeePay.co.id). Minat dalam penggunaan ShopeePay berhubungan dengan bagaimana persepsi seseorang dalam menggunakan ShopeePay lebih mudah dalam bertransaksi, bagaimana kepercayaan mempengaruhi minat penggunaannya, dan bagaimana strategi pemasaran yang menarik melalui iklan juga dapat meningkatkan daya tarik dan minat masyarakat untuk menggunakan ShopeePay sebagai alat pembayaran digital dalam aktivitas sehari-hari.

Di tengah maraknya penggunaan financial technology (fintech) sebagai alat pembayaran digital, isu keamanan menjadi salah satu faktor kritis yang mempengaruhi kepercayaan pengguna. Fenomena ini semakin relevan dengan munculnya kasus pencurian uang pada aplikasi DANA di tahun 2023, di mana sejumlah pengguna melaporkan kehilangan dana akibat pembobolan akun. Menurut laporan dari Kontan.co.id (2023), kasus ini menimbulkan kekhawatiran di kalangan pengguna dompet digital, termasuk mahasiswa, yang semakin bergantung pada layanan fintech untuk transaksi sehari-hari. Kejadian ini tidak hanya mengganggu kepercayaan pengguna terhadap platform tertentu, tetapi juga menimbulkan pertanyaan lebih luas mengenai keamanan dan keandalan sistem fintech secara umum. Dengan demikian, dalam lingkup ShopeePay, penting untuk memahami bagaimana persepsi kemudahan, kepercayaan, dan daya tarik iklan dapat mempengaruhi minat penggunaan, terutama di tengah kekhawatiran akan keamanan yang semakin meningkat.

Pertumbuhan jumlah pengguna ShopeePay dipengaruhi oleh sejumlah faktor pendukung mereka untuk memutuskan menggunakan layanan tersebut dalam menyelesaikan transaksi pembayaran. Hal ini mendorong penulis untuk menganalisis aspek-aspek yang memengaruhi kecenderungan minat seseorang dalam menggunakan ShopeePay. Dalam penelitian ini, pendekatan teoritis yang digunakan adalah Technology Acceptance Model (TAM), yang berfokus pada pemahaman terkait pola perilaku pengguna menerima dan menggunakan teknologi (Rachmawati &

Trisnaningsih, 2023). Khususnya dalam konteks teknologi pembayaran digital seperti ShopeePay, faktor kepercayaan menjadi semakin krusial mengingat adanya kasus-kasus keamanan yang terjadi pada platform fintech lainnya, seperti yang dialami oleh pengguna DANA. Dengan demikian, penelitian ini tidak terbatas pada tujuan untuk memahami faktor-faktor pendorong minat penggunaan, tetapi juga untuk memberikan gambaran tentang bagaimana isu keamanan dapat mempengaruhi persepsi dan keputusan pengguna dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital.

Konteks teknologi pembayaran digital seperti ShopeePay, salah satu aspek penting dalam TAM adalah persepsi kemudahan penggunaan. Informasi yang dapat mengoptimalkan efisiensi waktu dan energi yang dibutuhkan individu untuk memahami atau menggunakan dikenal sebagai persepsi kemudahan. Hal ini dikarenakan hampir semua orang berpikir bahwa teknologi informasi dirancang agar mudah dioperasikan serta tidak memberatkan penggunanya untuk menyelesaikan tugas-tugasnya (Anjasari & Pamikatsih, 2023). Merujuk pada studi yang dijalankan oleh Basalamah et al., (2022), Putri Lumita Sari et al., (2024) dan Alifia (2024) menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif serta berpengaruh nyata terhadap ketertarikan dalam memakai dompet digital. Sementara itu, studi yang dilaksanakan oleh Anjasari & Pamikatsih (2023) mengemukakan bahwa kemudahan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet.

Perkembangan sistem pembayaran digital di Indonesia dapat dilihat dari semakin meningkatnya penggunaan ShopeePay oleh masyarakat. Hal tersebut mengindikasikan bahwa persepsi positif masyarakat terhadap inovasi dalam sistem pembayaran digital menunjukkan pertumbuhan yang positif. Perkembangan sektor keuangan digital di Indonesia tercermin dari semakin banyak masyarakat yang mengadopsi ShopeePay sebagai alat pembayaran. Kepercayaan merupakan keyakinan yang melekat pada satu pihak terhadap pihak lainnya dalam sebuah hubungan, dimana keyakinan tersebut berlandaskan pada pemenuhan kewajiban yang sesuai dengan ekspektasi yang telah ditentukan (Nurdin et al., 2021). Waluyo (dalam (Putri Lumita Sari et al., 2024) kenyamanan dan keamanan dalam menggunakan suatu produk dapat menjadi factor pengembangan kepercayaan seseorang terhadap produk tersebut, yang pada akhirnya akan menciptakan komitmen pengguna. Merujuk pada kajian yang dilakukan oleh Putri Lumita Sari et al., (2024) dan Ramadya Sari et al., (2022) mengungkapkan bahwa rasa percaya memberikan dampak yang kuat dan bermakna terhadap ketertarikan dalam pemanfaatan ShopeePay. Sedangkan kajian yang dilakukan oleh Alifia (2024) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif juga tidak signifikan terhadap minat penggunaan ShopeePay.

Perkembangan E-wallet ShopeePay turut didorong oleh ketertarikan masyarakat terhadap iklan yang ditayangkan. Iklan-iklan tersebut menyajikan visual yang menarik mengenai penawaran cashback, diskon, serta poin yang dapat dimanfaatkan kembali dalam proses transaksi. Hal ini

membuat masyarakat merasa dapat mengurangi biaya pengeluaran mereka. Menurut Aisha & Kurnia (2022) Keunggulan dari iklan adalah cara yang dilakukan guna menarik perhatian orang dan mempengaruhi cara pandang mereka terhadap suatu produk. Merujuk pada studi yang dilakukan oleh Aisha & Kurnia (2022) daya tarik iklan menunjukkan efek konstruktif terhadap antusiasme penggunaan e-wallet. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alghifari (2020) yang mengindikasikan bahwa promosi yang menarik berkontribusi terhadap peningkatan minat penggunaan e-wallet.

Peningkatan pengguna ShopeePay dapat dikaitkan dengan pertumbuhan metode pembayaran non-tunai, yang kini semakin diminati oleh kalangan remaja, khususnya Generasi Z (Gen Z). Gen Z didefinisikan sebagai generasi yang paling akrab dengan internet dan teknologi jika dibandingkan dengan kelompok generasi lainnya (Oxford Economics, 2021). Sebagian besar mahasiswa strata satu saat ini merupakan bagian dari Gen Z. Gen Z dikenal sebagai lapisan umur yang paling dominan dalam melakukan transaksi nontunai (Visa Indonesia, 2022). Mereka cenderung kritis dalam memilih layanan finansial, tidak hanya mencari kemudahan, tetapi juga memperhatikan keamanan dan reputasi platform. Di kalangan mahasiswa, penggunaan fintech semakin meningkat seiring dengan kebutuhan akan kemudahan dalam melakukan transaksi, pengelolaan keuangan, dan akses terhadap layanan keuangan yang lebih efisien. Hal ini juga berlaku bagi mahasiswa akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur. Pemilihan mahasiswa akuntansi sebagai objek penelitian didasarkan pada

latar belakang pendidikan mereka di bidang akuntansi, yang erat kaitannya dengan pemahaman aspek ekonomi, salah satunya kanal pembayaran digital (Oktaviani & Sari, 2020).

Pemilihan mahasiswa akuntansi angkatan 2021 sebagai subjek penelitian didukung oleh beberapa alasan khusus, salah satunya karena mereka merupakan generasi yang memasuki perkuliahan di masa pandemi COVID-19 (2020/2021), di mana aktivitas digital seperti pembelajaran online dan transaksi nontunai meningkat pesat. Kondisi ini membuat mereka lebih terbiasa menggunakan financial technology seperti ShopeePay dibanding angkatan sebelumnya. Selain itu, pemilihan kelompok ini penting karena para mahasiswa pada angkatan tersebut sudah menyelesaikan mata kuliah yang berkaitan dengan sistem informasi akuntansi dan manajemen keuangan. Di dalam mata kuliah sistem informasi akuntansi, mereka mendapatkan pembelajaran tentang cara Memadukan ilmu akuntansi dan teknologi informasi (Amin, 2021), serta memahami jenis laporan yang diperlukan oleh pengguna informasi keuangan. Sementara itu, mata kuliah manajemen keuangan memberikan mahasiswa keterampilan untuk mengelola uang dan membuat keputusan keuangan (Bilal Abdillah Rasyid & Fahrullah, 2022). Hubungan ini sangat penting ketika mahasiswa ingin menggunakan pengetahuan dan keterampilan yang telah mereka pelajari untuk menilai bagaimana ShopeePay mempengaruhi strategi keuangan pribadi mereka. Dengan demikian, kursus tentang sistem informasi akuntansi serta manajemen keuangan menawarkan fondasi yang

kokoh untuk kalangan pelajar perguruan tinggi dalam rangka menyelidiki lebih lanjut seputar pemakaian ShopeePay sebagai salah satu pilihan teknologi transaksi. Perkembangan teknologi ini telah menciptakan kebiasaan baru di kalangan mahasiswa dalam memilih metode pembayaran saat berbelanja. Dengan demikian mahasiswa akuntansi angkatan 2021 menjadi subjek yang tepat untuk mengeksplorasi minat penggunaan Financial Technology seperti ShopeePay.

Berdasarkan penjabaran di atas ditemukan peningkatan volume transaksi uang elektronik yang signifikan meningkat namun masih ditemukan pertumbuhan yang berfluktuasi serta adanya ketidakkonsistenan hasil beberapa variabel antara peneliti satu dengan peneliti yang lain. Maka penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Daya Tarik Iklan dapat memiliki Minat Penggunaan Financial Technology ShopeePay Pada Mahasiswa Akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur dengan mengangkat judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology ShopeePay Pada Mahasiswa Akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Mengacu pada uraian latar belakang sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan ShopeePay pada mahasiswa akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur?

2. Apakah tingkat kepercayaan memberikan dampak terhadap ketertarikan dalam menggunakan ShopeePay di kalangan mahasiswa jurusan akuntansi UPN 'Veteran' Jawa Timur?
3. Apakah daya tarik iklan memberikan dampak terhadap ketertarikan dalam memanfaatkan ShopeePay oleh mahasiswa program studi akuntansi UPN 'Veteran' Jawa Timur?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh anggapan kemudahan terhadap intensi penggunaan ShopeePay pada mahasiswa akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan ShopeePay pada mahasiswa akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh daya tarik iklan terhadap minat penggunaan ShopeePay pada mahasiswa akuntansi UPN “Veteran” Jawa Timur.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Praktis

Studi ini diharapkan mampu menyampaikan panduan bagi kalangan mahasiswa maupun institusi terkait tentang tindakan yang semestinya dipertimbangkan terkait dengan kemudahan penggunaan

ShopeePay, kepercayaan, dan daya tarik iklan untuk melakukan pembayaran menggunakan ShopeePay.

2. Manfaat Teoritis

- a. Kajian ini diharapkan dapat menyumbangkan wawasan kepada publik terkait pemanfaatan ShopeePay untuk melakukan pembayaran.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan teori, khususnya pada dibidang akuntansi perilaku.
- c. Kajian ini diharapkan mampu menjadi acuan yang sesuai bagi studi selanjutnya yang berkaitan dengan aspek kemudahan, kepercayaan, dan daya tarik iklan terhadap penggunaan ShopeePay.

ShopeePay, kepercayaan, dan daya tarik iklan untuk melakukan pembayaran menggunakan ShopeePay.

3. Manfaat Teoritis

- a. Kajian ini diharapkan dapat menyumbangkan wawasan kepada publik terkait pemanfaatan ShopeePay untuk melakukan pembayaran.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan teori, khususnya pada dibidang akuntansi perilaku.
- c. Kajian ini diharapkan mampu menjadi acuan yang sesuai bagi studi selanjutnya yang berkaitan dengan aspek kemudahan, kepercayaan, dan daya tarik iklan terhadap penggunaan ShopeePay.