

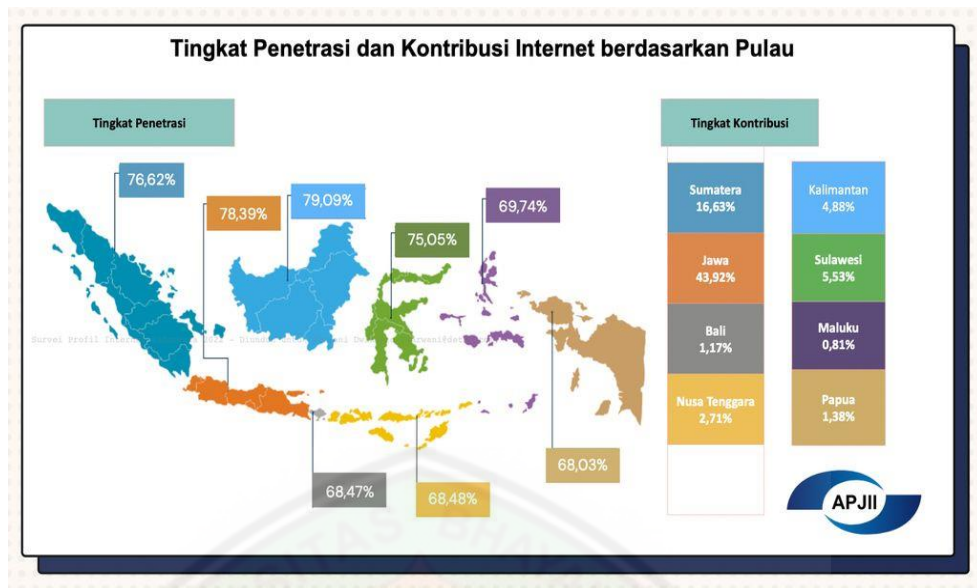
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa kini Indonesia sedang memasuki era digital 4.0 (Yusuf, 2020). Yang mana hal ini menandakan bahwa perkembangan berbagai macam teknologi meningkat dengan pesat dari tahun ke tahun. Perkembangan teknologi yang pesat ini memunculkan keadaan dimana kebutuhan masyarakat yang menggunakan internet juga sangat meningkat (Nursal et al., 2022). Perkembangan ini juga memungkinkan adanya digitalisasi beragam layanan pembayaran digital seperti transportasi, kesehatan, sembako, belanja, dan alat penyimpanan uang (Fadhilah & Rianto, 2023). Selain itu, berkembangnya digitalisasi ini menghadirkan inovasi platform layanan pembayaran digital dengan transaksi yang lebih *seamless* (Sayekti, 2023).

Terdapat hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada Gambar 1.1 yaitu Pulau Jawa yang menjadi urutan kedua se-Indonesia dengan penetrasi internet sebesar 78,39% dan urutan pertama se-Indonesia dengan kontribusi internet sebesar 43,92% (Haryanto, 2022). Hal ini menandakan bahwa Pulau Jawa memiliki pengguna internet yang cukup banyak dibandingkan dengan pulau-pulau lain di Indonesia. Pulau Jawa memiliki beberapa provinsi yaitu Banten, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, dan Jawa Timur.



Sumber: APJII (2022)

Gambar 1.1

Tingkat Penetrasi dan Kontribusi Internet Berdasarkan Pulau

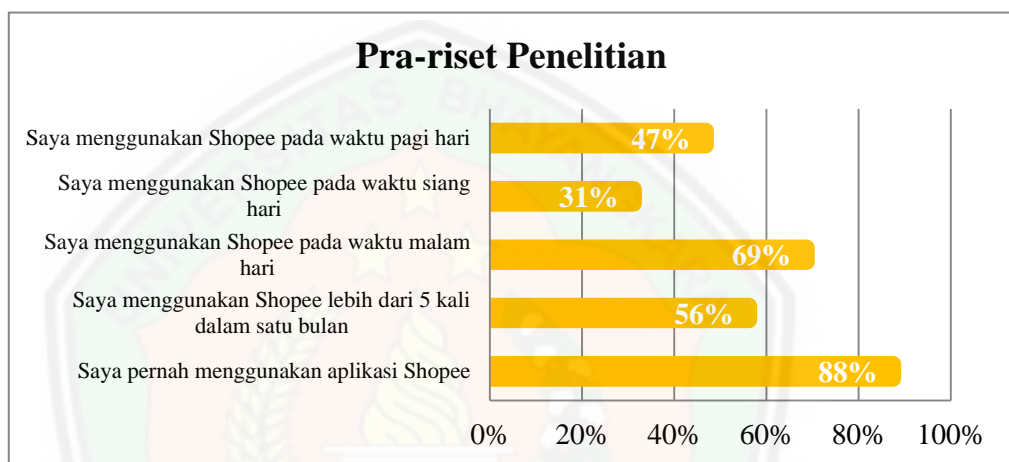
Saat ini jumlah penduduk terbanyak di Pulau Jawa adalah Provinsi Jawa Barat. Jumlah penduduk Provinsi Jawa Barat mencapai 49,40 juta penduduk (Ahdiat, 2022). Penduduk di Provinsi Jawa Barat terbagi menjadi beberapa generasi mulai dari Generasi *Baby Boomer* (56-74 tahun), Generasi X (40-55 tahun), Generasi Y atau Milenial (24-39 tahun), Generasi Z (8-23 tahun), dan *Post* Generasi Z (Saat ini-7 tahun) (BPS, 2020). Penduduk di Jawa Barat diisi oleh usia yang menjadi tulang punggung bagi keluarganya yang diharapkan bisa berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan juga kesejahteraan masyarakat. Secara umum, Generasi X saat ini berada pada usia bekerja yang merupakan pegawai atau karyawan aktif yang akan memasuki hari tua namun memiliki permasalahan keuangan tertinggi (Tryana, 2020).

Berubahnya gaya hidup masyarakat, pemakaian teknologi informasi seperti teknologi finansial yang penggunaannya mendominasi, tuntutan kehidupan yang serba cepat dan tersedianya kemudahan bagi para pemakainya (Fauzan, 2023). *Financial technology* membantu transaksi jual beli dan sistem pembayaran menjadi lebih efisien dan ekonomis namun tetap efektif (Departemen Komunikasi Bank Indonesia, 2018). Salah satu macam pembayaran berbasis digital yang populer yakni ShopeePay (Setyowati, 2021). ShopeePay adalah layanan pembayaran digital yang dikembangkan oleh perusahaan Shopee.

ShopeePay menghadirkan pengalaman berbelanja yang mudah dengan memungkinkan pengguna melakukan pembayaran *online* di Shopee, mengisi saldo, transfer dan tarik tunai, serta bertransaksi secara *offline* di ratusan ribu *merchant* (Sayekti, 2023). Total pemakai Shopee mencapai 72% serta mengungguli total pemakai GoPay dan OVO, hal ini disebabkan karena berbagai macam kelebihan seperti potongan gratis ongkir, *cashback*, dan lain sebagainya (Setyowati, 2021). Bahkan volume dan nilai transaksi ShopeePay juga tercatat lebih tinggi yang memiliki total nilai transaksi dan transaksi paling tinggi sebesar 9,6 jika dibandingkan dengan pembayaran digital yang lain (Setyowati, 2021). Saat ini jumlah pengguna ShopeePay sebesar lebih dari 10 juta pengguna berbayar di antara 51,5 juta pengguna aktif bulanan Shopee (Dewi, 2022). Hal tersebut menandakan bahwa penggunaan pada layanan pembayaran digital setiap bulan meningkat. Meningkatnya penggunaan layanan pembayaran digital ShopeePay juga dapat membuat

pemakai menggunakan aplikasi tersebut setidaknya lebih kurang sepuluh kali dalam satu bulan.

Berdasarkan hasil pra-riset pada Gambar 1.2 terhadap 32 responden generasi X di Kampung Delima Bekasi Timur menunjukkan mayoritas mereka pernah menggunakan layanan pembayaran digital ShopeePay kurang dari 5 kali dalam satu bulan dan menggunakannya pada malam hari.



Sumber: Data diolah peneliti (2023)

Gambar 1.2
Pra-riset Penelitian

Keputusan seseorang dalam menggunakan layanan pembayaran digital telah melalui beberapa tahapan. Tahap pertama yaitu mengenali permasalahan untuk mencari dan mengetahui hal yang orang itu butuhkan; Bila seseorang telah memahami hal yang akan dibutuhkan, maka seseorang akan mencari informasi untuk memenuhi kebutuhannya; Lalu seseorang akan mengevaluasi dan berusaha memperoleh manfaat tertentu dari suatu produk sampai seseorang membentuk kecenderungan hingga berujung pada

keputusan menggunakan (Nursal et al., 2022). Pemilihan produk finansial ini perlu didasari dengan literasi keuangan yang baik (Herlinawati, 2021).

Terdapat beragam produk dan layanan keuangan yang mampu menyokong aktivitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu layanan dalam keuangan yang digunakan ialah pemakaian pembayaran seluler (*mobile payment*), terdapat hal yang memengaruhi masyarakat dalam memakai layanan keuangan tersebut yakni literasi keuangan (*financial literacy*) yaitu bila masyarakat sudah memiliki literasi tentang keuangan maka akan bisa menaikkan kesadaran terhadap produk serta layanan keuangan sehingga mampu memicu penggunaan (Andyni & Kurniasari, 2021). Literasi keuangan adalah kecakapan dan wawasan dari seseorang mengenai berbagai konsep dan risiko dalam bidang keuangan serta keterampilan untuk mengaplikasikan wawasan tersebut untuk membuat keputusan finansial yang tepat dan efektif demi mencapai kesejahteraan finansial bagi dirinya sendiri maupun untuk lingkungan masyarakat sosial (Kemedikbudristek, 2020).

Lain daripada itu, alasan memakai layanan keuangan juga terdapat rasa yakin dari dalam diri seseorang yang dinamakan efikasi diri keuangan (*financial self-efficacy*) (Bongomin et al, 2017). Penggunaan uang elektronik dalam sistem pembayaran ini dapat memperlihatkan bahwa para pengguna memiliki kepercayaan dan mendapatkan banyak manfaat (kelebihan), terutama dalam melaksanakan transaksi pembayaran secara cepat dan juga mudah tanpa perlu membawa uang tunai (Nizar & Hanifah, 2021). Secara

khusus, kepercayaan diri dalam mengendalikan keuangan dan penetapan tujuan keuangan dapat mendorong penggunaan jasa layanan keuangan (Mindra et al, 2017). Pemakaian produk serta layanan keuangan tentunya bisa dipengaruhi oleh kepercayaan pengguna mengenai kebiasaan mereka untuk menangani keadaan tanpa merasa kelelahan (Mindra et al., 2017).

Beberapa penelitian terdahulu keputusan menggunakan yang dikaitkan dengan *financial literacy* dan *financial self efficacy*. Sejumlah penelitian yang telah dilakukan menemukan bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Herlinawati, 2021); (Indahyani, 2021); dan (Pangestika & Achyani, 2022). Penelitian lain menemukan bahwa *financial self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Roainy, 2018); (Wahyuningtyas & Weasaga, 2022); dan (Amalia, 2023).

Sementara penelitian yang dilakukan oleh (Susanti, 2020); (Gultom, M. S., & Latif, 2022); dan (Fadhilah & Rianto, 2023) menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan. Penelitian lain menemukan bahwa *financial self efficacy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh (Adam, 2022).

Berdasarkan fenomena yang diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Financial Literacy* dan *Financial Self Efficacy* Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pembayaran Digital ShopeePay (Pada Generasi X di Kampung Delima Bekasi Timur)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *Financial Literacy* terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pembayaran Digital ShopeePay (Pada Generasi X di Kampung Delima Bekasi Timur)?
2. Apakah ada pengaruh *Financial Self Efficacy* terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pembayaran Digital ShopeePay (Pada Generasi X di Kampung Delima Bekasi Timur)?
3. Apakah ada pengaruh *Financial Literacy* dan *Financial Self Efficacy* terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pembayaran Digital ShopeePay (Pada Generasi X di Kampung Delima Bekasi Timur)?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menyelidiki dan memahami:

1. Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pembayaran Digital ShopeePay (Pada Generasi X di Kampung Delima Bekasi Timur).

2. Pengaruh *Financial Self Efficacy* terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pembayaran Digital ShopeePay (Pada Generasi X di Kampung Delima Bekasi Timur).
3. Pengaruh *Financial Literacy* dan *Financial Self Efficacy* terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Pembayaran Digital ShopeePay (Pada Generasi X di Kampung Delima Bekasi Timur)

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki dua jenis manfaat yang peneliti harap mampu hasilkan, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini bisa menjadi bahan studi lanjutan yang relevan dan bahan kajian guna memperdalam pemahaman dan menambah wawasan mengenai *financial literacy*, *financial self efficacy*, dan juga keputusan menggunakan layanan pembayaran digital shopeepay generasi x di Kampung Delima Bekasi Timur.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat mempertajam pemahaman mengenai *financial literacy*, *financial self efficacy*, dan keputusan menggunakan layanan pembayaran digital ShopeePay di Kampung Delima Bekasi Timur.

b. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai *financial literacy* dan *financial self efficacy* terhadap keputusan menggunakan layanan pembayaran digital ShopeePay generasi x di Kampung Delima Bekasi Timur.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan baru kepada masyarakat mengenai *financial literacy*, *financial self efficacy*, dan keputusan menggunakan layanan pembayaran digital ShopeePay generasi x di Kampung Delima Bekasi Timur.

1.5 Sistematika Tugas Akhir

Sistematika dalam penulisan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Penjelasan mengenai latar belakang, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan terdapat pada BAB I ini.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Penjelasan mengenai literatur yang mendasari topik pada penelitian atau telaah teoritis, penelitian terdahulu dan

perbedaan dengan penelitian terdahulu atau telaah empiris, kerangka konseptual, dan hipotesis terdapat pada BAB II ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Penjelasan mengenai desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel dan skala pengukurannya, dan metode analisis data dan pengujian hipotesis terdapat pada BAB III ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Penjelasan mengenai hasil penelitian yang berisi deskripsi variabel-variabel penelitian dan analisis data yang termasuk pengujian hipotesis serta pembahasan yang berisi hasil analisis data dan implikasinya terdapat pada BAB IV ini.

BAB V PENUTUP

Penjelasan mengenai kesimpulan yang berisi hasil utama temuan sesuai dengan tujuan yang dinarasikan, keterbatasan berisi uraian tentang hal-hal yang tidak dapat dilakukan dalam penelitian tugas akhir, dan saran berisi tentang apa-apa yang dapat dilakukan oleh peneliti lain dalam rangka menyempurnakan atau melengkapi hasil penelitian yang dilaporkan dalam tugas akhir terdapat pada BAB V ini.