

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan perkembangan di era society revolusi 5.0 yang serba digital ini ternyata masih terjadi kasus seperti menimbulkan antrian pada saat mengantri atm, atm ketelen atau atm hilang dalam mesin atm, adanya pembobolan pada mesin atm, resiko penipuan, dan masih banyak lagi. Dengan adanya kasus tersebut, membuat sadar para pengguna untuk terus mengalami kemajuan dan perkembangan teknologi, dengan munculnya industri *Fintech* seiring dengan berkembangnya digitalisasi di berbagai bidang telah membawa perubahan di sektor ekonomi, termasuk munculnya bentuk uang baru seperti *E-money* atau *Electronic Money*. Selain hal tersebut, seiring berkembangnya teknologi telah mengubah pola pikir generasi milenial menjadi cenderung ingin lebih praktis dan instan serta hanya mengandalkan smartphone untuk melakukan aktivitas transaksi, seperti pembayaran non tunai atau tanpa kartu yaitu dengan *Electronic Money*.

E-Money bukanlah hal yang terdengar asing di telinga kita pada zaman yang serba digital seperti sekarang. Sebagaimana disebut dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) yang kini sudah diperbaharui menjadi PBI Nomor: 18/17/PBI/2016. *E-money* diterbitkan atas dasar nilai uang yang telah disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit, dan nilai uang tersebut dapat disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* ataupun *chip*, *E-money* bukan hanya sebagai pengganti uang tunai fisik dalam bentuk koin dan dalam bentuk uang kertas dengan uang elektronik yang setara, Tetapi juga sebagai sebuah sistem yang memungkinkan seseorang untuk dapat membayar barang atau jasa dengan mengirimkan nomor dari satu komputer ke komputer lain (Pertiwi et al., 2020).

Pandemic covid-19 ini, menyebabkan diterapkannya berbagai kebijakan untuk memutus mata rantai penyebaran virus covid-19 di Indonesia. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah di Indonesia salah satunya dengan menerapkan himbauan kepada masyarakat agar melakukan *physical distancing* yaitu himbauan

untuk menjaga jarak diantara masyarakat, menjauhi aktivitas dalam segala bentuk kerumunan, perkumpulan, dan menghindari adanya pertemuan yang melibatkan banyak orang. Pemerintah menerapkan kebijakan yaitu *Work From Home* (Siahaan, 2020). Kebijakan ini merupakan upaya yang telah diterapkan kepada masyarakat agar dapat melakukan aktivitas dari rumah, seperti belajar dirumah, bekerja dirumah, dan berbelanja pun dari rumah (Siahaan et al, 2021). Akibat nya perkembangan teknologi dan penggunaan internet mengalami peningkatan di masa pandemi Covid-19 ini berdampak pada aspek ekonomi yang membuat masyarakat memilih untuk merubah kebiasaan dari berbelanja secara langsung, menjadi berbelanja secara online dan transaksi pembayarannya pun secara online hanya dengan menggunakan *digital payment*.

Seperti penelitian yang sudah dilakukan oleh (Adiyanti, 2015) memberikan hasil bahwa pendapatan, kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan daya tarik promosi berpengaruh terhadap minat menggunakan, sedangkan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Nur Fadhillah, 2018) menyatakan bahwa pendapatan, daya tarik promosi, dan kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Dan dalam Penelitian yang dilakukan oleh Aulia & Suryanawa (2019) menyatakan bahwa variabel persepsi kegunaan tidak berpengaruh langsung pada minat penggunaan. Sedangkan, Penelitian yang dilakukan oleh (Anifa et al., 2020) hasil penelitian ini menyatakan bahwa tingkat kemudahan dan manfaat pada penggunaan layanan Go-Pay sangat berpengaruh pada minat pengguna. Penelitian yang sudah dilakukan oleh Chusnah (2020) menyatakan hasil bahwa kemudahan dan keamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti tersebut, maka penulis tertarik dalam menyatukan variabel yang berbeda dari peneliti sebelumnya. Penulis tertarik untuk menyatukan variabel pendapatan, manfaat, kemudahan, dan keamanan terhadap minat generasi milenial dalam penggunaan *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee dimasa pandemic covid-19.

Pendapatan yang tinggi juga akan menambah minat pengguna dalam menggunakan produk *e-money*. Jadi ketika generasi milenial mempunyai pendapatan yang lebih atau pendapatan lain selain dari uang saku misalnya bekerja paruh waktu atau *part time*, maka akan semakin besar pula konsumsi yang dapat

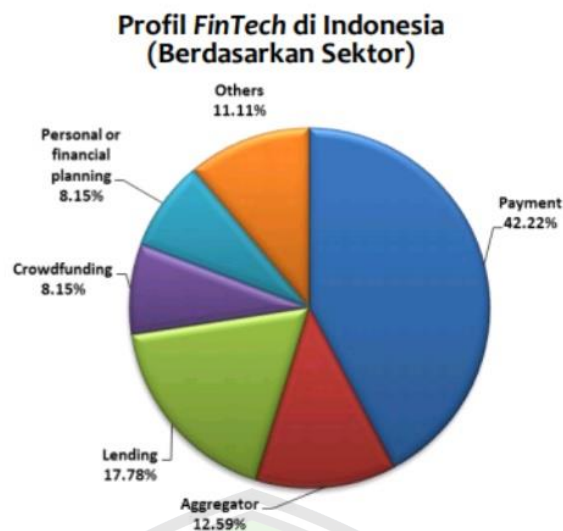
dikeluarkan ataupun gaya hidup yang meningkat, sehingga ketika pendapatan tinggi maka minat generasi milenial untuk menggunakan produk baru akan semakin tinggi pula, begitupun sebaliknya Adiyanti (2015). Seperti dalam Penelitian yang sudah dilakukan oleh Adiyanti (2015) memberikan hasil bahwa pendapatan, kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan daya tarik promosi berpengaruh terhadap minat menggunakan, sedangkan dalam penelitian yang sudah dilakukan oleh Nur Fadhillah (2018) menyatakan bahwa pendapatan, daya tarik promosi, dan kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan.

Technology Acceptance Model (TAM) diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dan diusulkan oleh Davis (1989). Dalam TAM diasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas suatu teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu kemudahan penggunaan dan manfaat kegunaan. Menurut Jogiyanto (2007) Pemakai teknologi dalam hal ini ewallet akan memiliki minat menggunakan e-wallet jika merasa e-wallet bermanfaat dan mudah digunakan. Sistem pembayaran elektronik banyak diminati oleh generasi milenial karena memiliki banyak manfaat seperti pembayaran yang mudah karena hanya menggunakan telepon genggam dapat melakukan berbagai macam transaksi. Selain itu, pembayaran dapat dilakukan lebih cepat dan praktis. Selain dua hal utama tersebut, penelitian TAM dapat mengembangkan model dengan menambahkan persepsi keamanan dan kepuasan sebagai variabel eksternal. Seperti Penelitian yang sudah dilakukan oleh Anifa et al (2020) Hasil penelitian ini menyatakan bahwa tingkat kemudahan dan manfaat pada penggunaan layanan Go-Pay sangat berpengaruh pada minat pengguna. Sedangkan dalam penelitian yang sudah dilakukan oleh Aulia & Suryanawa (2019) menyatakan bahwa variabel persepsi kegunaan tidak berpengaruh langsung pada minat penggunaan.

Menurut Kotler dalam Indrasari (2019:63) mengemukakan bahwa “Keamanan yaitu layanan yang diberikan harus bebas risiko, bahaya dan keraguan serta kerugian”. Keamanan juga memiliki berbagai kendala yang cukup besar bagi para konsumen untuk menggunakan aplikasi dari berbagai macam jasa, khususnya pada jasa keuangan, karena sering kali kendala yang didapatkan cukup berisiko dalam penggunaannya seperti contohnya adalah adanya akun peretas (*hacker*) yang

tidak bertanggung jawab yang akan menguras habis saldo pada akun yang dimiliki, serta para pengguna juga sering sekali belum percaya dengan keterjaminan data yang disimpan untuk melakukan aktivasi akun mereka. Hal ini didukung dengan Penelitian yang sudah dilakukan oleh Chusnah (2020) menyatakan hasil bahwa kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan hasil keamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Perilaku minat seseorang dapat dikatakan unik karena sikap dan perilaku setiap orang berbeda-beda. Selain itu, setiap orang berasal dari berbagai macam kalangan, jadi apa yang diinginkan dan apa yang dibutuhkan juga berbeda. Maka dari itu masih banyak factor yang berpengaruh dengan keinginan dalam penggunaannya. Pendapatan yang tinggi juga akan menambah minat pengguna dalam menggunakan produk *e-money*, jadi ketika pendapatan tinggi maka minat generasi milenial untuk menggunakan produk baru akan semakin tinggi pula, begitupun sebaliknya. Manfaat juga sangat mempunyai peran penting dalam minat pembelian kembali. Jika pengguna sudah merasakan manfaat *e-wallet* yang luar biasa, maka dia akan menggunakannya dan melakukan pembelian secara berkala. Kemudahan penggunaan *e-wallet* ShopeePay ini sangat penting untuk sebuah perusahaan, karena *e-wallet* sederhana akan membangkitkan minat orang untuk membeli. Si pengguna tentu ingin menggunakan *e-wallet* yang mudah dipahami untuk memenuhi kebutuhannya. Keamanan data juga merupakan usaha untuk melindungi dan menjamin tiga aspek penting dalam dunia siber yaitu kerahasiaan data, keutuhan data, dan ketersediaan data, maka dengan hal tersebut keamanan pun juga menjadi salah satu factor penting dalam menggunakan *e-wallet* ShopeePay, apabila keamanan data seseorang terjamin, maka seseorang tersebut akan terus menggunakan *e-wallet* ShopeePay.

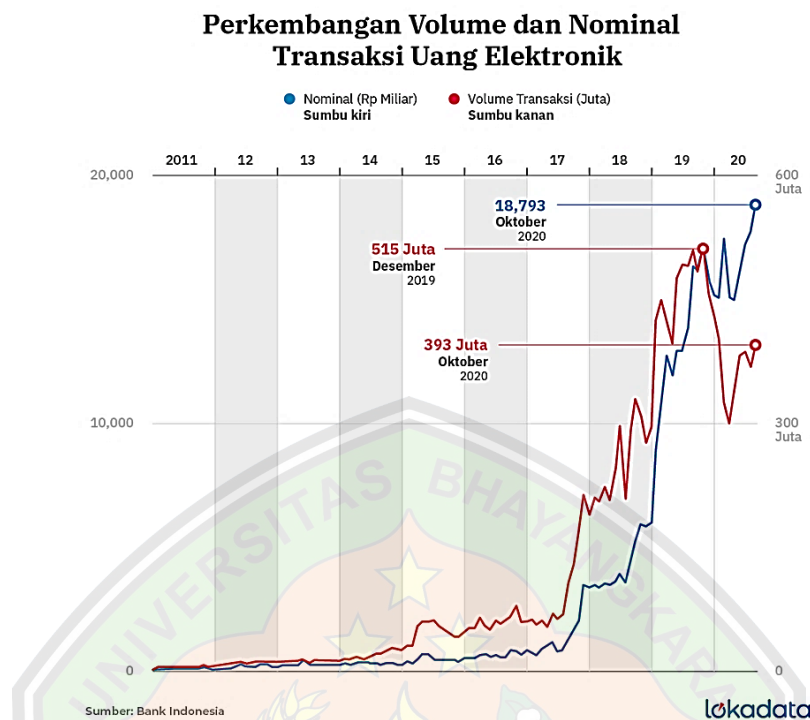


Gambar 1.1 Financial Technology

Sumber : (Jakarta, Seluler.id)

Teknologi keuangan (*fintech*) adalah sebuah teknologi terkait dengan keuangan untuk dapat menghasilkan produk dan dapat memberikan layanan selama urusan bayar-membayar. Industri *Fintech* saat ini sangat populer di berbagai kalangan Masyarakat, khususnya kaum muda Generasi Y Aulia & Suryanawa (2019). Generasi Y atau yang lebih dikenal dengan generasi Milenial adalah generasi yang menggunakan teknologi informasi secara luas, contohnya termasuk pesan teks, email, dan media sosial. Milenial tumbuh dan berkembang dimana internet sedang mengalami era pertumbuhan yang sangat cepat dan pesat. Milenial lahir pada tahun 1981-2000, usia saat ini diperkirakan Usia 18-40 tahun. Milenial adalah generasi yang akan mendominasi pertumbuhan selama 10 tahun ke depan Rianto et al (2020). Dengan demikian, bahwa generasi milenial adalah faktor yang relevan dijadikan sebagai pengguna internet aktif. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan internet tidak hanya mempermudah, tetapi juga berdampak pada perubahan pola investasi dan transaksi. Pola perilaku dan gaya hidup baru membuat penggunaan *financial technology* semakin menarik (Sugiarti et al., 2019).

Dari sisi volume dan nominal transaksi uang elektronik, gambaran jumlah transaksi e-money di Indonesia dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1.2 Jumlah Transaksi E - Money

Sumber : (Indonesia lokadata.id, 2020)

Berdasarkan pada Gambar 1.2 menunjukkan bahwa jumlah transaksi e-money di Indonesia, Selama 10 tahun terakhir, puncak transaksi elektronik terjadi pada Desember 2019, dengan total 515 juta transaksi. Mendekati tahun 2020, jumlah transaksi elektronik terus menurun, Tetapi nilainya terus bertambah. Menurut informasi yang disampaikan Gubernur Bank Indonesia (BI) pada pertengahan Desember, nilai transaksi elektronik pada November tahun ini meningkat 20% year on year, mencapai Rp 19,3 triliun. Dalam definisi BI, e-money tidak termasuk simpanan di bank. Menurut Data Perdagangan uang elektronik BI, dari sisi volume, terjadi penurunan sejak Januari, dari 515 juta transaksi pada Desember 2019 menjadi 58 juta pada Januari 2020, sebelum turun menjadi 393 juta pada Oktober yang merupakan penurunan 31, 1%. dalam 11 bulan terakhir. Tetapi, dari sisi nilai transaksi, antara Desember 2019 hingga Oktober 2020, nilainya meningkat 9,7%, dari 17 triliun rupee menjadi 18,8 miliar rupee. Ini menunjukkan bahwa ukuran transaksi uang elektronik semakin besar. Dari Januari hingga Oktober 2020, pengguna uang elektronik menghabiskan rata-rata Rp. 3.857 per

transaksi, naik dari Rp 27.219 tahun lalu. Selama sembilan tahun terakhir, rata-rata pertumbuhan nilai setiap transaksi uang elektronik mencapai 12,5% per tahun. Meski rata-rata nilai transaksinya cenderung tidak tinggi, dengan volume miliaran, total nilai transaksinya triliunan. Pada tahun ini hingga akhir Oktober, nilai nominal transaksi elektronik mencapai Rp 163, triliun. Nilai transaksi tumbuh positif sepanjang tahun karena rata-rata volume transaksi yang lebih tinggi. Tampaknya orang menjadi lebih nyaman dengan transaksi elektronik. (Indonesia.lokadata.id, 2020).

Dalam hal fungsi pembayaran, semakin banyak pembeli yang dimudahkan melalui munculnya berbagai bentuk jenis pembayaran yang telah dipromosikan di awal marketplace mulai bermunculan, mereka hanya menerima pembayaran melalui transfer bank atau e-wallet yang bekerjasama secara eksklusif dengan e-commerce ini. Setelah e-wallet, membuat pembayaran lebih mudah bagi pengguna, kini e-wallet dapat digunakan untuk membayar kebutuhan sehari-hari, seperti tol, pajak, tagihan listrik, BPJS, belanja di mall, bayar barang di toko online, bayar ojek online, dll. Yanto et al (2020). Dalam persaingan dompet elektronik ini dapat dikatakan sangat ketat.

Dengan hal tersebut, Shopee melihat peluang ini, Shopee mengantongi lisensi dompet digital dari Bank Indonesia dan menamakannya ShopeePay. Jadi dalam menggunakan dompet digital ShopeePay dengan mengunduh aplikasi e-commerce Shopee di aplikasi Shopee, ShopeePay sendiri sudah lama digunakan sebagai metode pembayaran utama untuk berbelanja di Shopee. Dengan ShopeePay, pembeli akan mendapatkan fasilitas pengiriman gratis, meskipun persyaratan minimum terkadang dikenakan pada saat berbelanja, dan berbagai keuntungan lainnya, seperti bentuk diskon atau cashback koin ShopeePay. ShopeePay dapat digunakan untuk semua jenis transaksi. Saldo ShopeePay dapat diisi melalui ATM, mobile banking, Indomaret, Alfamart dan seterusnya. ShopeePay telah bermitra dengan berbagai aplikasi berbeda dan pedagang lainnya. Transaksi pembayaran menggunakan ShopeePay terus meningkat, terutama di masa pandemi Covid19 sehingga shoppepay banyak digunakan. Baru-baru ini, anak muda khususnya pada generasi milenial dari berbagai lapisan masyarakat menggunakan ShopeePay

sebagai dompet digital untuk alat transaksi digital dalam melakukan pembelian (Mawardani & Dwijayanti, 2021).



Gambar 1.3 Jumlah Penggunaan ShopeePay

Sumber : (Snapcart, 2020)

Selain Shopee dengan ShopeePay-nya, Tokopedia dengan Ovo, Bukalapak dengan Dana, GoPay, dan LinkAja telah bekerja sama dengan banyak vendor e-commerce dan marketplace lainnya. Tapi hanya ShopeePay yang milik sistem pembayaran berafiliasi Shopee sendiri, PT. AirPay Internasional Indonesia, menjadikannya keuntungan dalam persaingan terhadap pasar ini. Kemudian Shopee launching besar-besaran dengan program serba satu rupiahnya, perkembangan ShopeePay ini dapat dikatakan sangat pesat. Dalam pertumbuhan transaksi offline mencapai 6 kali lipat dalam beberapa bulan terakhir, ratusan ribu merchant telah bekerja sama. Fitur transfer ShopeePay meningkat 5 kali lipat dalam beberapa bulan terakhir, dan 45 persen pesanan di Shopee Indonesia dibayar menggunakan ShopeePay (Suhendra, Gatot & Krisnadi, 2020).

Dengan demikian, dalam sebuah inovasi baru bisa mengalami penerimaan ataupun penolakan dari masyarakat, termasuk inovasi yang ditawarkan oleh ShopeePay tersebut. Berdasarkan fenomena yang terjadi tersebut, Peneliti tertarik untuk mengetahui pendapatan, manfaat, kemudahan, dan keamanan terhadap generasi milenial dalam menggunakan dompet digital atau *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee untuk aktivitas sehari-hari. Dengan menggunakan teori *Technology Acceptance Model* untuk mengetahui manfaat dan kemudahan

dalam penerimaan sebuah sistem atau teknologi baru dengan metode analisis yang berbeda dari peneliti sebelumnya. Peneliti menggunakan ShopeePay yang terdapat pada aplikasi Shopee karena mayoritas sekarang generasi milenial banyak yang menggunakan aplikasi Shopee, selain itu banyaknya *merchant Shopee* yang tersebar dapat memudahkan penggunaanya untuk melakukan transaksi dengan ShopeePay daripada aplikasi dompet elektronik lainnya. Penggunaan dompet digital ini dapat membantu peningkatan pendapatan di sektor *fintech* pada Indonesia. Berdasarkan uraian latar belakang penelitian ini, maka penulis tertarik mengambil judul penelitian **“Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Penggunaan *Digital Payment* ShopeePay Pada Aplikasi Shopee Di Masa Pandemi Covid-19”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dalam penelitian ini, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh variabel pendapatan terhadap penggunaan *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee di masa pandemic covid-19 ?
2. Adakah pengaruh variabel manfaat terhadap penggunaan *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee di masa pandemic covid-19 ?
3. Adakah pengaruh variabel kemudahan terhadap penggunaan *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee di masa pandemic covid-19 ?
4. Adakah pengaruh variabel keamanan terhadap penggunaan *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee di masa pandemic covid-19 ?
5. Adakah pengaruh variabel pendapatan, manfaat, kemudahan, dan keamanan terhadap penggunaan *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee di masa pandemic covid-19 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat disimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel pendapatan terhadap penggunaan *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee di masa pandemic covid-19.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel manfaat terhadap penggunaan *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee di masa pandemic covid-19.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel kemudahan terhadap penggunaan *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee di masa pandemic covid-19.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel keamanan terhadap penggunaan *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee di masa pandemic covid-19.
5. Untuk mengetahui pengaruh variabel pendapatan, manfaat, kemudahan, dan keamanan terhadap penggunaan *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee di masa pandemic covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan diperoleh dari penelitian ini baik bagi penulis, masyarakat, perguruan tinggi, dan perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengalaman, menambah referensi, wawasan, pengetahuan keilmuan serta mengembangkan sifat kritis terhadap fenomena yang ada dan sedang terjadi. Di samping itu, penelitian ini menjadi wadah bagi penulis untuk dapat berpikir secara ilmiah dan kreatif dalam mengaplikasikan teori secara nyata

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan Sebagai informasi tambahan dalam mempertimbangkan peralihan penggunaan dari uang kartal ke uang elektronik atau dalam hal ini perubahan aktivitas transaksi manual ke dompet digital atau *digital payment*, khususnya ShopeePay.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini akan menambah literatur kepustakaan mengenai *financial technology* khususnya dompet digital atau *digital payment* ShopeePay dan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan yang berisikan suatu studi perbandingan yang

bersifat karya ilmiah tentang dompet digital. Penelitian ini juga dapat digunakan untuk menjadi bahan pertimbangan penelitian selanjutnya.

4. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan sumbangan bagi perusahaan dalam hal pemikiran dan hasil penelitian. Dari hasil penelitian ini, perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam menggunakan dompet digital atau *digital payment* ShopeePay sehingga masing-masing perusahaan (*provider*) dompet digital dapat menentukan strategi yang tepat untuk produknya nanti di masa mendatang.

1.5 Batasan Masalah

Penggunaan batasan masalah dalam penelitian ini diperlukan agar penelitian ini dapat terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang ingin dicapai. Penelitian ini berfokus pada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi dalam penggunaan *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi dalam menggunakan *e-wallet*, Tetapi penulis berfokus meneliti faktor pendapatan, manfaat, kemudahan, dan keamanan, sebagai variabel independen terhadap penggunaan aplikasi *digital payment* ShopeePay pada aplikasi Shopee. Batasan masalah yang di pilih selanjutnya adalah mengenai responden di mana penelitian ini hanya berfokus untuk pengguna aplikasi *digital payment* ShopeePay dengan sasaran generasi milenial.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yakni :

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Penjelasan mengenai literature terdahulu yang mendasari topic pada penelitian ini, dan model konseptual penelitian yang terdapat pada BAB II ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Penjelasan mengenai desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operational variabel, waktu beserta tempat penelitian, metode pengambilan sampel dan metode analisis data penelitian yang terdapat pada BAB III ini.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Penjelasan mengenai hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian ini yang terdapat pada BAB IV ini

BAB V : PENUTUP

Penjelasan mengenai kesimpulan dan implikasi manajerial dari penelitian ini yang terdapat pada BAB V ini.

