

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu teknologi digital saat ini sangat amatlah pesat, banyak inovasi-inovasi yang baru bermunculan di bidang teknologi mulai dari software hingga hardware serta perangkat pendukung lainnya. Perkembangan teknologi saat ini juga telah menciptakan jenis-jenis dan peluang-peluang bisnis yang baru, diantaranya transaksi-transaksi bisnis makin banyak dilakukan secara *online*. Dalam perkembangannya, sistem pembayaran digital atau juga disebut pembayaran non tunai dipengaruhi oleh perubahan pola hidup masyarakat dan kemajuan teknologi. Revolusi industri 4.0 akan memberikan dampak yang mendalam terhadap ekonomi global. Semua variable makro ekonomi GDP, investasi, konsumsi, pengangguran, perdagangan, inflasi, dan lain-lain akan dipengaruhi oleh revolusi industri keempat (Nur Arifah, 2018). Revolusi industri keempat memiliki empat dampak utama dari sektor bisnis, pertama ekspektasi pelanggan yang bergeser, ke dua produktivitas aset yang meningkat melalui analisis data, ke tiga terbentuknya kerjasama baru dibentuk banyak perusahaan karena ingin belajar pentingnya bentuk baru dari kolaborasi, dan ke empat model operasional bisnis yang bertransformasi menjadi model digital (Nur Arifah, 2018).

Digitalisasi teknologi dengan bantuan mesin berbasis *online* menjadi sangat dominan pada konektivitas antar manusia diberbagai penjuru dunia. Kehadiran revolusi industri 4.0 bisa terlihat dari beberapa perubahan fundamental. Perubahan yang dimaksud seperti perubahan teknologi dasar, sosial, ekonomi makro, dan lain sebagainya. Adapun karakteristik dari revolusi industri 4.0 adalah kecerdasan buatan dan digitalisasi di mana segala perkembangan yang baru tersebut ternyata telah menyebabkan disrupsi di berbagai bidang kehidupan manusia, termasuk salah satunya yang cukup besar dampaknya yaitu sektor pendidikan (Daud et al., 2019)

Menurut hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan tingkat presentasi pengguna internet di Indonesia mencapai 73,7 persen dari total populasi pada awal tahun 2022. Data menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 2,1 juta (+1,0 persen) antara tahun 2021 dan 2022. Sebagai gambaran, angka pengguna ini mengungkap bahwa 73,05 juta orang di Indonesia tidak menggunakan internet pada awal tahun 2022, artinya 26,3 persen penduduk tetap *offline* di awal tahun. Hal ini disebabkan pembelajaran daring yang harus dilaksanakan bahkan oleh pelajar di daerah terpencil

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Internet

Tahun	Jumlah Pengguna Internet
2018	171.170.000
2019	171.200.000
2020	197.000.000
2021	202.006.000
2022	277.007.000

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Perkembangan Teknologi telah mengubah gaya hidup masyarakat masa kini, yang dekat dengan *smartphone* dan internet yang didukung dengan fasilitas-fasilitas pelayanan yang berbasis teknologi digital yang membuat aktivitas sehari-hari masyarakat menjadi lebih mudah menggunakan *smartphone*.

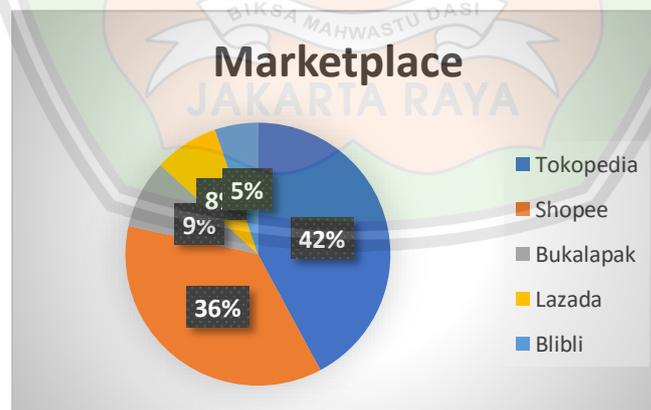
Financial technology (Fintech) sebagai sebuah bentuk layanan keuangan yang berbasis perangkat lunak dalam memberikan jasa dengan menggunakan program komputer maupun teknologi lainnya. *Fintech* memiliki kemampuan yang besar dalam merubah bentuk layanan keuangan yang telah ada. Dimana sebagian besar *fintech* menggabungkan suatu bentuk layanan keuangan dengan aktivitas tambahan yang terkait dengan perdagangan elektronik (*e-commerce*). *E-commerce*

atau perdagangan via elektronik adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, atau jaringan elektronik lainnya. Selain itu dalam inovasinya, *fintech* menyediakan bermacam pilihan layanan bagi pengguna, mulai dari efisiensi dan keamanan pembayaran, hingga aksesibilitas layanan keuangan yang lebih baik.

Layanan yang ada pada saat ini mengalami evolusi dari waktu ke waktu, walaupun layanan keuangan sejak dahulu sudah menggunakan teknologi, seperti Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kartu kredit dan lain sebagainya. Aktivitas *Fintech* diklasifikasikan dalam 4(empat) kategori yakni: 1. Pembayaran, Kliring, Transfer (Payment, Clearing, and Settlement); 2. Pinjaman (*Peer to Peer Lending* atau *Crowdfunding*); 3. Dukungan Pasar (*Market support*); 4. Manajemen Risiko dan Manajemen Investasi (*Risk and Invensment Management*). Pada hal ini pihak yang wajib berwenang dalam mengatur operasional *Fintech* adalah Bank Indonesia (BI), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemkominfo). Regulasi dari pihak berwenang sangat bermanfaat bagi konsumen sehingga hak-hak konsumen dapat terlindungi sehingga konsumen mendapat kenyamanan saat bertransaksi. Industri *Fintech* di Indonesia saat ini telah berkembang dan banyak bermunculan perusahaan penyedia *Fintech* yang ikut meramaikan persaingan pasar, sehingga *Fintech* merupakan lini bisnis yang berbasis perangkat lunak untuk menyediakan layanan keuangan. Keberadaan *Fintech* di Indonesia turut ambil peran dalam sektor jasa keuangan dalam mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi nasional, stabil menjaga stabilitas sistem keuangan sebagai landasan bagi pembangunan yang berkelanjutan, serta membuka akses keuangan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan kalangan masyarakat. Di Indonesia industri *Fintech* di dominasi oleh sektor payment sebesar 39%, Lending sebesar 32%, dan sisanya terbagi pada sub sektor lainnya.

Perkembangan bisnis *online* melalui media internet semakin hari semakin meningkat pesat di Indoneisa. Saat ini kebutuhan orang belanja *online* sudah menjadi kebiasaan yang terjadi pada saat ini. Hal ini dikarenakan mudahnya belanja

online di *Marketplace*, sebab inilah yang membuat banyak sekali pembeli pindah dari yang membeli *offline* menjadi membeli *online*. Menurut data yang Iprice berikan pada 41 *Marketplace* jumlah pengunjungnya mencapai 400 juta tiap bulannya. Mengartikan lebih dari jumlah rakyat Indonesia yang dimana pada pemilu tahun 2019 data penduduk Indonesia sekitar 270 juta warga negara. Data ini memang di berikan Iprice untuk melihat statistik perkembangan *Marketplace* di Indonesia. Dari data ini kita bisa simpulkan bahwa pembeli *Marketplace* di Indonesia rupanya banyak sekali, dimana sebelumnya pada Juli 2020 pengunjung *Marketplace* sekitar 300 juta naik menjadi 400 juta. Menurut beberapa media mengatakan bahwa saat ini pembeli lebih memilih belanja secara *online*, kenapa demikian, itu karena mudahnya mengakses produk dan membeli produk melalui *online* selain itu saat ini sedang ada pandemic covid 19 yang melarang kita untuk melakukan kontak langsung untuk menghindari penyebaran virus covid-19 ya baiknya belanja *online*. Salah satu dampak dari *Fintech* adalah banyak munculnya *marketplace-marketplace* besar, contohnya Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli. Berikut ada daftar pengunjung *marketplace* menurut data Iprice (Portal Belanja *online* Terlengkap di Indonesia)



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Marketplace Di Indonesia

Sumber: <https://www.sirclo.com/blog/top-10-marketplace-ecommerce-indonesia-yang-paling-banyak-pengunjungnya/>

Salah satu *marketplace* yang cukup diminati saat ini adalah Shopee. Shopee resmi diperkenalkan di Indonesia pada Desember 2015 dibawah naungan PT Shopee International Indonesia. Sejak ada, Shopee mengalami perkembangan yang sangat pesat, bahkan pada Oktober 2017 aplikasinya sudah di download lebih dari 43 juta kali. Shopee merupakan sebuah aplikasi *mobile*, aplikasi ini merupakan wadah belanja *online* yang lebih fokus pada platform *mobile* sehingga konsumen lebih mudah mencari, berbelanja dan berjualan langsung di ponselnya saja. Aplikasi Shopee menawarkan berbagai macam produk, dilengkapi dengan metode pembayaran yang aman, layanan pengiriman yang terintegritas dan fitur sosial yang inovatif untuk menjadikan jual beli menjadi lebih menyenangkan, aman dan praktis. Meskipun Shopee bukan *Marketplace* nomer satu akan tetapi Shopee tidak tertinggal jauh oleh pesaing nya yaitu Tokopedia. Aplikasi Shopee juga saat ini menjadi aplikasi belanja *online* yang cukup favorit dikalangan mahasiswa, tepatnya Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Hampir rata-rata mahasiswa saat ini menggunakan Shopee sebagai aplikasi utama untuk melakukan belanja *online*, selain itu tersedia juga dompet elektronik yaitu Shopee Pay yang dapat menyimpan seluruh dana, baik dari penjualan atau pembelian. Maka dengan itu peneliti akan menguji Persepsi Kemudahan, Manfaat, Dan Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Pay (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian yang disampaikan diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti meliputi:

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan Shopee Pay terhadap keputusan minat pembelian *online*?
2. Apakah terdapat pengaruh manfaat terhadap minat penggunaan Shopee Pay?
3. Apakah terdapat pengaruh pendapatan terhadap minat penggunaan Shopee Pay?

4. Apakah variabel persepsi kemudahan, manfaat dan pendapatan mempengaruhi minat penggunaan Shopee Pay?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Shopee Pay
2. Untuk mengetahui manfaat penggunaan Shopee Pay
3. Untuk mengetahui pendapatan berpengaruh terhadap penggunaan Shopee Pay
4. Untuk mengetahui pengaruh yang dihasilkan dari persepsi kemudahan, manfaat dan pendapatan terhadap minat penggunaan Shopee Pay

1.4 Manfaat penelitian

Dari hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan objek penelitian antara lain manfaat teoritis dan manfaat praktis

Manfaat Praktis:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat dalam pengelolaan beserta segala kebijakan yang berkaitan langsung dengan aspek-aspek pemasaran secara lebih baik lagi dalam mengembangkan Shopee Pay agar lebih bermanfaat kedepannya

Manfaat Teoritis:

1. Bagi Universitas

Manfaat penelitian ini sebagai bahan referensi serta diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca yang memiliki keterkaitan terhadap penelitian ini. Dan juga diharapkan menambah pengetahuan bagi masyarakat luas yang membaca penelitian ini

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini menambah ilmu pengetahuan dan penerapannya ke dalam dunia praktek di lapangan. Dengan penelitian ini akan menambah wawasan penulis yang akan dihadapi setelah menyelesaikan studinya.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis telah menentukan batas-batas penelitian yang menjadi fokus penelitian, adapun batasan masalah Persepsi Kemudahan dengan indikator (Shopee Pay mudah ditemukan dalam gadget anda dan media online lainnya, Shopee Pay memudahkan anda dalam bertransaksi offline maupun online, tampilan dari layanan Shopee Pay memberikan anda kemudahan dalam bertransaksi, bertransaksi dengan Shopee Pay sangat cepat tidak memakan banyak waktu, Shopee Pay sangat memudahkan saya dalam bertransaksi offline untuk mendapatkan cashback ataupun diskon, Shopee Pay memudahkan saya dalam bertransaksi di Shopee untuk mendapatkan gratis ongkos kirim).

Manfaat dengan indikator (Menggunakan Shopee Pay kegiatan bertransaksi saya menjadi lebih praktis, Dengan menggunakan Shopee Pay saya merasakan efisiensi dan efektivitas dalam melakukan pembayaran transaksi pada aplikasi Shopee, Saya merasa bahwa biaya pembayaran menggunakan Shopee Pay pada aplikasi Shopee menjadi lebih murah daripada menggunakan metode lain, Diskon yang diberikan ketika menggunakan Shopee Pay sangat membantu, Promo gratis ongkir yang diberikan saat menggunakan Shopee Pay sangat membantu, Secara keseluruhan Shopee Pay sangat bermanfaat saat digunakan dalam bertransaksi pada aplikasi Shopee).

Pendapatan dengan indikator (Saya berbelanja menggunakan Shopee Pay menggunakan uang yang saya dapatkan dari bekerja/dikasih orang tua, Pengeluaran menggunakan Shopee Pay lebih baik daripada pengeluaran tunai saya, Pendapatan saya mempengaruhi saya untuk menggunakan Shopee Pay, Saya menyisihkan pendapatan saya untuk berbelanja menggunakan Shopee Pay, Saya mengumpulkan pendapatan saya untuk berbelanja menggunakan Shopee Pay, Keseluruhan pendapatan saya pergunakan untuk bertransaksi menggunakan Shopee Pay).

Minat Penggunaan dengan indikator (Saya merasa tertarik untuk menggunakan metode pembayaran Shopee Pay, Berbagai promo dan penawaran yang diberikan mendorong saya menggunakan metode pembayaran Shopee Pay, Sistem yang update dan modern menambah antusiasme saya dalam menggunakan metode pembayaran Shopee Pay, Saya merasakan kepuasan tersendiri saat menggunakan metode pembayaran Shopee Pay pada aplikasi Shopee Pay, Metode pembayaran Shopee Pay sangat menyenangkan untuk digunakan pada aplikasi Shopee, Secara keseluruhan apa yang ditawarkan Shopee Pay membuat saya berminat menjadi pengguna Shopee Pay

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam penyusunan penulisan skripsi ini dan untuk mempermudah memahami secara jelas penelitian ini, maka materi-materi yang ada dan tertera dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika sebagai berikut.

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori mengenai variabel variabel dan hal hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian yang terdiri dari variabel penelitian, definisi operasional, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini merupakan profil perusahaan serta hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan kesimpulan yang ditarik dari penelitian yang telah dilakukan.

