

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sistem jual beli online terus mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan *financial technology (fintech)* yang berdampak pada perubahan perilaku masyarakat dalam bidang jual beli beserta cara bertransaksi, menurut Bank Indonesia (2019) *Fintech* adalah hasil gabungan jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis tunai menjadi non-tunai serta dapat mengubah sistem pembayaran dimasyarakat dan membantu perusahaan menekan biaya yang terlalu tinggi. Adanya dorongan untuk menggunakan dan menerapkan transaksi pembayaran non-tunai dari Bank Indonesia membuat sistem transaksi non-tunai terus mengalami perkembangan. Dulu pada umumnya transaksi non-tunai digunakan untuk pembayaran yang bernilai besar namun dewasa ini sistem transaksi non-tunai bahkan bisa kita lakukan untuk transaksi pada tingkat ritel, hal ini dapat dilihat dari perubahan konsumen dalam berbelanja, jika dulu konsumen berbelanja secara fisik dengan mengunjungi toko namun sekarang berbelanja melalui aplikasi tentu sudah menjadi hal yang lazim seiring dengan terus meningkatnya penggunaan jumlah ponsel di Indonesia, sistem transaksi non-tunai yang sudah merebak akhirnya menimbulkan permintaan baru, penjualan dan pembelian memang bisa dilakukan dengan internet namun di tahun-tahun awal munculnya *online shop* umumnya pembeli harus mentransfer biaya pembelian melalui ATM. Hal ini menimbulkan masalah sekaligus solusi baru bagi masyarakat dibidang

transaksi. Salah satu produk dari munculnya sistem transaksi ini yaitu *E-wallet*.

Meningkatnya *E-wallet* mendorong terciptanya sistem transaksi dan pembayaran baru contoh yang sering dijumpai saat ini adalah *E-wallet*. *E-wallet* juga disebut dompet elektronik adalah layanan penyimpanan uang secara onlen yang diakses menggunakan aplikasi yang terkoneksi dengan internet. Banyaknya startup *fintech* di Indonesia membuat *E-wallet* mulai berkembang pesat bahkan pemerintah kini menerbitkan peraturan yang mengatur legalitas kegiatan transaksi yang menggunakan uang elektronik. Cara bertransaksi melalui *E-wallet* dapat dikatakan sederhana pengguna *e-wallet* hanya perlu melakukan *top up* atau pengisian saldo agar dapat melakukan pembayaran di berbagai tempat, kemudahan transaksi *E-wallet* dapat dilihat dari caranya dengan hanya mencantumkan nomor telepon yang dituju pengguna dapat menerima atau mengirimkan uang, dan jika dilakukan pada toko *offline* pengguna hanya perlu pemindai *barcode*. Contoh *E-wallet* yang sering kita jumpai di masyarakat seperti OVO, go-pay, shopeepay, Doku, Dana, sakuku, Jenius, dan lain-lain. Ketarikan masyarakat terhadap layanan dompet *online* ini dibuktikan dengan semakin banyaknya aplikasi penyedia jasa *E-wallet* dan terus bertambahnya toko *offline* maupun online yang menyediakan layanan perbayaran dengan *E-wallet* bahkan data Bank Indonesia telah mencatat terdapat 38 *E-wallet* yang telah mendapatkan lisensi resmi. Terlebih di era pandemi data pengguna *E-wallet* terus meningkat seperti data yang diterbitkan oleh ADA (*analytics data advertising*) pada 2020 menyatakan bahwa penggunaan aplikasi belanja online meningkat 300% pada saat social distancing

dilaksanakan.

Kotler dan Armstrong (2010) minat penggunaan dapat didefinisikan sebagai bentuk harapan pengguna untuk menggunakan atau memakai kembali suatu obyek eksklusif. Sedangkan Fishbein dan Ajzen dalam Juhri (2017) menyatakan minat perilaku penggunaan adalah sebagai tingkat seberapa kuat tingkat keinginan atau dorongan untuk melakukan perilaku tertentu. Minat tentu menjadi hal yang penting dalam memasarkan produk semakin besar minat seseorang menandakan bahwa sebuah produk semakin menarik dan layak dipertimbangkan. Perlunya penelitian terhadap minat menggunakan *E-wallet* dikarenakan *E-wallet* merupakan perubahan sistem pembayaran dari tunai menjadi non-tunai yang akhir-akhir sedang berkembang dan jumlah penggunanya terus bertambah oleh karena itu faktor-faktor penyebab seseorang menggunakan *E-wallet* perlu di analisis agar dapat dipelajari lebih jauh. Penelitian ini akan ditujukan pada responden yang sudah pernah menggunakan *E-wallet* dan berdomisili di daerah solo raya.

Salah satu yang membuat *E-wallet* kini berkembang adalah manfaat, kemudahan dan jaminan keamanan yang ditawarkannya. Penggunaan transaksi dengan *E-wallet* kini dapat menggantikan peran pembayaran secara tunai dengan menawarkan beberapa keunggulannya seperti promosi, *cashback* dan diskon yang sering menjadi daya tarik dari pembayaran menggunakan *E-wallet*. Selain itu Jika pengguna berbelanja online maka pengguna hanya tinggal mengunjungi aplikasi *E-wallet* untuk menyelesaikan pembayarannya, hal seperti ini tentu sangat efisien karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Namun

apabila pengguna *E-wallet* melakukan pembelian secara *offline* maka pengguna tinggal memindai *barcode* dari aplikasi ke *barcode* yang telah disediakan oleh toko tersebut. Cara pembayaran yang mudah dan praktis ini ditambah dengan jaminan keamanan oleh aplikasi *E-wallet* yang membuat pengguna *E-wallet* merasa nyaman dan aman. Persepsi tentang penggunaan sistem pembayaran non-tunai yang jauh lebih praktis, efisien, dan aman dalam melakukan transaksi, berbagai kemudahan dan manfaat yang ditawarkan membuat sistem pembayaran non-tunai diterima oleh masyarakat dan memilih untuk menggunakan sistem pembayaran non-tunai sebagai alat transaksi. Burhanuddin Abdullah selaku Gubernur Bank Indonesia memberikan pernyataan bahwa pembayaran non-tunai merupakan bagian dari upaya penciptaan *less cash society* di Indonesia sehingga peran pembayaran non-tunai dianggap penting.

Penelitian oleh Silaen dan Prabawani (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan promosi terhadap minat pembelian kembali. selain itu penelitian yang dilakukan oleh Wiwik (2020) yang menunjukkan bahwa kemanfaatan, kemudahan penggunaan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *E-wallet* OVO di kota Depok. Namun terdapat perbedaan hasil penelitian seperti penelitian yang dilakukan oleh Ernawati dan Noersanti (2020) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat, dan kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi *E-wallet* OVO sedangkan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan OVO di

Jakarta Utara. Penelitian penelitian oleh Sari, Listiawati, Novitasari, dan Vidyasari (2020) menunjukkan hasil uji regresi variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan *E-wallet* Gojek dan Link Aja.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: “ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEAMANAN, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET*”.

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *E-wallet*?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *E-wallet*?
3. Bagaimana pengaruh persepsi keamanan terhadap minat untuk menggunakan *E-wallet*?
4. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat menggunakan *E-wallet*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *E-wallet*.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat

menggunakan *E-wallet*.

3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi keamanan terhadap minat menggunakan *E-wallet*.
4. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat menggunakan *E-wallet*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam disiplin ilmu Manajemen serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan bidang yang sama.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermaksud memberikan gambaran terkait pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi keamanan, dan promosi terhadap minat menggunakan *E-wallet*, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi yang tepat dalam merumuskan strategi terutama dalam bidang pemasaran, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan membantu perusahaan *E-wallet* dalam memecahkan masalah dan pengambilan keputusan oleh perusahaan.