

BAB I

PENDAHULUAN

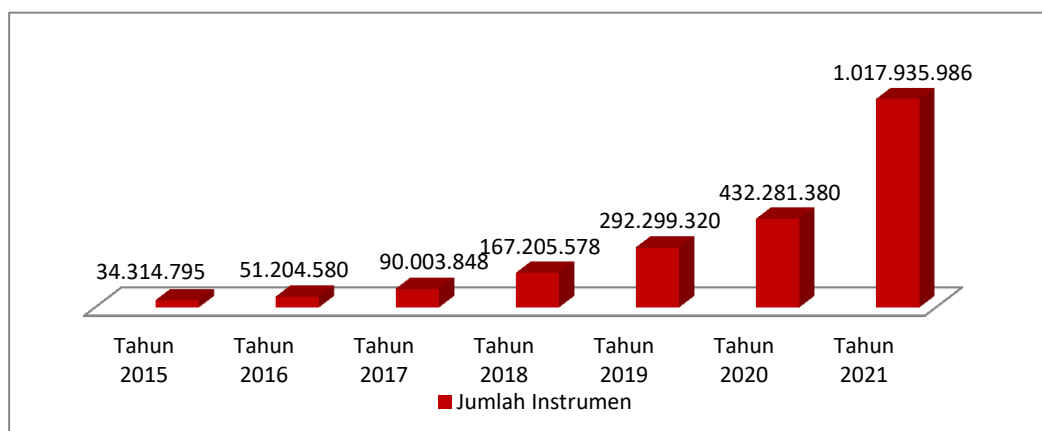
A. Latar Belakang

Berkembangnya teknologi saat ini membawa perubahan besar di beberapa bidang termasuk di bidang ekonomi, perkembangan teknologi dan informasi yang mendominasi seluruh kegiatan yang ada di muka bumi ini karena penggunaan internet yang banyak menjurus kepada *cyberspace* yang memberikan kemajuan di segala bidang. Perkembangan yang ada memberikan manfaat positif terhadap sekitarnya, dimana tujuannya adalah untuk memberikan manfaat lebih dalam kehidupan. Berbagai manfaat yang diperoleh dari perkembangan teknologi berupa kemudahan pekerjaan yang cepat selesai juga efisien serta dapat mengikuti perkembangan jaman (Hendro Setyo dan Mita Puspita, 2014). Kemajuan ini dapat dilihat dari kebiasaan masyarakat yang pada awalnya selalu menggunakan sistem pembayaran secara tunai berupa uang yang memiliki bentuk fisik, kemudian mulai merangkak dan akhirnya berkembang menjadi sistem pembayaran non tunai berupa uang yang disimpan dalam suatu media secara elektronik.

Sejarah munculnya E-Wallet diawali dengan lahirnya *E-Money* terlebih dahulu. *E-Money* digagas pada tahun 1960 oleh IBM dan American Airlines dengan menciptakan SABRE (*Semi-Automatic Business Research Environment*) untuk melakukan reservasi penerbangan dengan sistem kredit. Semenjak itu, banyak produk *E-Money* dikembangkan dan diperkenalkan kepada masyarakat (Pendidikan2, 2021).

E-Money kemudian menjadi ide bagi beberapa perusahaan *StartUp* untuk membangun bisnis di bidang *fintech* (*financial technology*) yang kemudian melahirkan *E-Wallet*. Perkembangan teknologi yang dapat melakukan transaksi dengan cepat hingga dapat mengganti pembayaran tunai kedalam bentuk digital yang lebih mudah juga efisien. Adanya pertumbuhan ini muncul karena perusahaan *fintech* yang menawarkan sistem pembayaran dengan berbagai kemudahan pembayaran yang salah satunya memunculkan inovasi berupa uang elektronik (*e-money*).

Menurut *Bank for International Settlement* (BIS) uang elektronik merupakan sebuah produk *stored-value* atau *prepaid* yang mana sejumlah nilai uang disimpan secara elektronik. Ketika dibelanjakan, nilainya akan berkurang dengan banyak yang sama. Dalam penggunaan *server based* konsumen difasilitasi menggunakan *virtual account* agar dapat diakses melalui *handphone* menggunakan aplikasi *E-Wallet*. Dengan penggunaan secara digital dapat disandingkan dengan kebutuhan dalam masyarakat dan memajukan penggunaan produk *E-Wallet*.



Jumlah Instrumen Uang Elektronik Yang Beredar di Indonesia

(Sumber: www.bankindonesia.go.id)

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa penggunaan uang elektronik selalu meningkat setiap tahunnya. Peralihan transaksi pembayaran digital ini merupakan aturan dari Bank Indonesia mengenai uang elektronik pada tahun 2009 lalu. Untuk mendorong transaksi uang elektronik ini Bank Indonesia mengadakan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tahun 2014 silam. Peningkatan transaksi digital menggambarkan Indonesia berpotensi besar menyerap arus digitalisasi yang didukung dengan ketersediaan *smartphone* dan internet sehingga memberi lahan bagi *e-commerce* dan *fintech* untuk terus bertumbuh. Karenanya sebagai salah satu cara membangun ekosistem perekonomian dan keuangan yang sehat, Bank Indonesia membentuk *Blueprint* Sistem Pembayaran Indonesia 2025 (BSPI 2025) yang menjadi target akhir dari arah kebijakan BI dalam jangka panjang. (Bank Indonesia, 2020)

Selain itu dalam Peraturan Bank Indonesia No.21/18/2019 Tentang Implementasi Standar International QRIS untuk pembayaran mulai 1 Januari 2020 Bank Indonesia mewajibkan seluruh penyedia layanan pembayaran non tunai menggunakan system QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) di mana sistem tersebut dapat digunakan untuk membaca transaksi pembayaran pada semua aplikasi uang elektronik di Indonesia. Hal tersebut tentu dapat semakin mempermudah bertransaksi menggunakan uang elektronik.

E-Wallet merupakan fitur layanan yang dikembangkan perbankan agar memudahkan nasabah untuk bertransaksi secara digital. Munculnya *E-Wallet* ini diharapkan mengurangi penggunaan tunai dan dapat menumbuhkan kesadaran untuk bertransaksi secara digital. Pengguna teknologi ini akan tertarik hingga meminati dan menggunakan teknologi tersebut saat merasa perkembangan teknologi yang mereka gunakan bermanfaat dan juga mudah untuk digunakan (jogiyanto 2007). Metode dengan pembayar melalui *E-Wallet* dapat memberikan kemudahan pada pengguna untuk melakukan berbagai macam transaksi yang tentunya didukung dengan keamanan teknologi, sehingga pengguna merasa aman jika melakukan proses pembayaran. Metode pembayaran melalui *E-Wallet* dapat memudahkan pengguna untuk melakukan berbagai jenis transaksi, tentunya didukung dengan keamanan teknologi, sehingga pengguna merasa aman saat memproses pembayaran.

Terdapat berbagai jenis *E-Wallet* yang dapat diunduh secara gratis dari *Google Play Store* dan *App Store*. *E-Wallet* menyediakan layanan transaksi online yang dapat di gunakan tanpa membawa banyak uang. Hanya dengan menggunakan aplikasi *E-Wallet* dimana ada saldo dan poin yang bermanfaat bagia pengguna. Namun *E-Wallet* belum terdistribusi secara merata, sehingga dengan adanya layanan pembayaran menggunakan *E-Wallet* dilingkungan remaja termasuk mahasiswa dapat meningkatkan kesadaran tentang pentingnya untuk memulai transaksi digital (Utami, 2019).

OJK sebagai lembaga yang memberikan aturan serta mengawasi yang secara garis besar bertugas untuk mengkaji, mempelajari juga menyiapkan peraturan serta

strategi pengembangan *fintech* juga berwenang melindungi kepentingan konsumen terkait pencegahan pencucian uang, serta stabilitas sistem keuangan, peningkatan penggunaan produk *E-Wallet* merupakan dorongan dan lonjakan dalam upaya meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia.

Berbagai transaksi yang dapat dilakukan dengan *E-Wallet* mulai dari pembayaran, pembelian, transfer hingga pengisian saldo. Transaksi pembayaran yang bisa dilakukan seperti pembayaran tagihan listrik, wifi dan tagihan lainnya. Transaksi pembelian yang dapat dilakukan antara lain membeli makanan dan minuman, membeli barang melalui *e-commerce*, dan transaksi pengisian saldo yang dapat dilakukan di berbagai tempat yang bekerjasama dengan *E-Wallet*. Dengan kegunaan tadi yang mempermudah hingga mempersingkat waktu dalam melakukan pembayaran dapat mendorong masyarakat untuk terbiasa bertransaksi menggunakan alat pembayaran non tunai demi terwujudnya Indonesia yang berekosistem *cashless society*.

Cashless society diartikan sebagai kondisi kehidupan sosial masyarakat yang cenderung melakukan transaksi keuangan secara non tunai dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena ini ditandai dengan gaya hidup masyarakat yang mengandalkan sistem pembayaran dengan instrumen non tunai. *Cashless society* merupakan salah satu struktur bangunan baru dalam masyarakat yang tidak lagi memandang bentuk fisik uang yang terbuat dari kertas maupun logam, namun telah berinovasi dalam bentuk uang elektronik (*e-money*). Kemunculan konsep ini juga didukung atas dasar fakta yang mengungkapkan bahwa penggunaan uang tunai secara fisik membutuhkan

biaya yang cukup besar, terutama dalam hal-hal yang berkaitan dengan penerbitan uang fisik, perputaran dan pendistribusian uang, perawatan uang, serta penggantian uang yang rusak (Rif'ah, 2019).

Di akhir tahun 2019, seluruh dunia merasakan dampak akibat terjadinya pandemi COVID-19. Sektor ekonomi juga terkena imbas besar sejak terjadinya pandemi ini hingga terjadinya pembatasan aktivitas pada masyarakat. Namun disisi lain adanya pandemi Covid-19 yang terjadi saat ini juga mempercepat pergeseran menuju dunia yang lebih digital dan memicu perubahan perilaku dalam berbelanja online atau yang sering kita sebut *E-Commerce (Electronic Commerce)* yang akhir-akhir ini sedang marak dengan munculnya perusahaan-perusahaan yang menawarkan barang dagangannya di dalam website maupun dalam jejaring sosial media. Kondisi ini menyebabkan sistem penjualan berevolusi dari konvensional menjadi digital, memberikan banyak keuntungan bagi para produsen maupun konsumen dalam menawarkan kemudahan untuk memenuhi kebutuhan. Istilah berbelanja online sudah menjadi trend di kalangan masyarakat terutama di kalangan mahasiswa. Metode pembayaran di berbagai platform *E-Commerce* sudah jarang menggunakan uang tunai karena digantikan dengan menggunakan *E-Wallet* dalam rancangan pemerintah untuk mengurangi kontak fisik.

Masyarakat mendapat manfaat dari kemudahan *E-Commerce* di seluruh proses mulai dari pemasaran, penjualan, pengiriman, layanan dan pembayaran yang difasilitasi (O'Brien, 2005). Karenanya, pengembangan kapasitas

E-Commerce untuk meningkatkan penjualan adalah opsi penting yang harus dipertimbangkan oleh sebagian besar masyarakat yang memiliki usaha.

Hingga saat ini pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia terus menunjukkan peningkatan yang signifikan per tahunnya, kini keadaan Negara yang dilanda pandemic Covid-19 yang telah memukul mundur sektor usaha retail dan konvensional sehingga banyak yang mengalami kerugian hingga gulung tikar. Secara global dampak dari pandemi Covid-19 dalam sektor perdagangan umum sangat menonjol, dimana ketidakpastian permintaan dan penawaran berubah dengan sangat cepat, mengakibatkan banyak sektor bisnis mengalami perubahan sistem secara signifikan, akibat pembatasan sosial di masyarakat mendorong untuk melakukan perubahan transaksi ke sistem digital. Hal ini menyebabkan respon positif masyarakat yang beralih ke transaksi jual beli melalui *E-Commerce*, dimana pemerintah melakukan berbagai cara untuk pencegahan penyebaran virus tersebut dengan melakukan pembatasan sosial untuk mengurangi interaksi masyarakat secara langsung. Dengan begitu *E-commerce* sudah mencakupi segala proses pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran untuk para konsumen.

Penerapan *social distancing* sangat berdampak pada kebiasaan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, terutama dalam penggunaan uang tunai atau non tunai pada saat transaksi jual beli. Hal ini terjadi dikarenakan terdapat kekhawatiran akan terjadinya kontak fisik secara langsung pada saat proses transaksi. Oleh karena itu, masyarakat harus dapat melengkapi seluruh kebutuhannya dari

rumah melalui berbagai platform *E-Commerce* dengan mengandalkan *E-Wallet* sebagai alat pembayaran. Perkembangan *E-commerce* hingga saat ini dipengaruhi oleh beberapa alasan hingga masyarakat terutama mahasiswa berminat dan tertarik pada perkembangan media online tersebut karena terdapat kemudahan dalam pencarian barang hingga akses internasional, biaya yang lebih murah, terdapat berbagai jenis diskon, kepercayaan konsumen terhadap penjual yang sudah meningkat, hingga fasilitas transaksi yang beragam didasarkan pada kebutuhan konsumen yang beragam.

Perubahan sikap masyarakat telah mempengaruhi peningkatan jumlah transaksi di pasar digital, dan secara tidak langsung pandemi Covid-19 telah mendorong peningkatan pengguna untuk menggunakan aplikasi digital yang merupakan suatu langkah untuk meningkatkan dan merevitalisasi ekonomi digital Indonesia. Adapun 5(lima) besar *Marketplace* terbesar yang paling banyak dikunjungi oleh Masyarakat Indonesia adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Lima *Marketplace* Terbanyak Dikunjungi di Indonesia

Application	Monthly Web Visit	AppStore Rank	PlayStore Rank
Shopee	96,532,300	1	1
Tokopedia	84,997,100	2	4
Bukalapak	31,409,200	4	5
Lazada	22,674,700	3	3
Blibli	18,695,000	5	6

Sumber : iprice.co.id (2021)

Pada tahun 2019, jumlah pengunjung *marketplace* Shopee sebanyak 55,9 juta orang dan pada tahun 2020 lalu perkembangan konsumennya mencapai 96,5 juta atau meningkat sekitar 72%. Pada *marketplace* Tokopedia pun juga menunjukkan perkembangan. Pada tahun 2019, jumlah pengunjung *marketplace* Tokopedia sebanyak 65,9 juta, sementara tahun lalu sebanyak 84,9 juta pengunjung atau meningkat sebanyak 28%. Sementara peningkatan lebih dari 130% juga terlihat pada nilai transaksi di Bukalapak selama tahun 2020, dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun 2019. Lazada mencatatkan peningkatan jumlah pesanan, penjual dan konsumen lebih dari dua kali lipat secara tahunan (year on year/yoy) saat Harbolnas 12.12. transaksi penjualan produk-produk usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM pada platform *E-Commerce* Bilibli sepanjang selama terjadinya pandemi corona naik hingga 6 kali lipat. Adapun total transaksi di platform Bilibli naik hingga 50%. Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2020), menjelaskan bahwa Sektor yang pertumbuhannya cukup baik di masa pandemi adalah ICT tumbuh stabil di atas 10% di kuartal 2-3, dan sektor kesehatan untuk melindungi masyarakat.

Adanya peningkatan aktivitas digital selama pandemi semakin terlihat, dengan adanya UMKM yang merambah dunia digital menambah peningkatan aktivitas digital selama pandemi. Digitalisasi penting adanya selain

karena kebutuhan zaman, namun juga meningkatkan produktivitas yang pada akhirnya meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Penelitian ini menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM), merupakan model yang digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan penerimaan hubungan dengan basis informasi dalam menjelaskan tingkah laku pemakai akhir (*end user*). Terdapat dua komponen inti dalam menentukan model penerimaan teknologi ini, yaitu Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of use*) dan Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*). *Technology Acceptance Model* (TAM), biasanya dipergunakan untuk memprediksi sikap dalam keputusan pembelian secara online.

Covid-19 merupakan fenomena yang sangat menarik, dimana perubahan perilaku masyarakat termasuk mahasiswa sendiri bukan hanya atas dasar keadaan yang memaksa karena adanya pandemi Covid-19, namun juga dikarenakan adanya Risk dan kebutuhan. Selain dengan adanya teknologi canggih yang terus bermunculan yang dapat mempermudah pelanggan dalam penggunaan sebuah aplikasi yang telah dipersiapkan, keberadaan teknologi ini juga membuat pelanggan merasa dimanjakan dengan berbagai fitur dan manfaat atas aplikasi ini. Kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) yang dirasakan oleh konsumen akan langsung berpengaruh terhadap sikap dan niat dari pelanggan itu sendiri. Dimana dalam kemudahan penggunaan jika pengguna puas karena merasa mudah untuk melakukan pembelian secara online, hingga menggunakan pembayaran online, dikarenakan prosedurnya lebih mudah juga prosedur yang lebih baik, sehingga

penggunanya akan semakin berniat untuk melakukan pembelian hingga pembayaran secara online terus menerus dengan persepsi bahwa pembelian dan pembayaran secara online ini akan membuat konsumen merasa bebas dari kesulitan.

Dalam penelitian ini fokus peneliti adalah pada mahasiswa. Memperkenalkan adanya *E-Wallet* untuk melakukan pembayaran pada masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya adalah dengan melibatkan generasi muda khususnya mahasiswa. Peneliti mengambil objek mahasiswa D.I Yogyakarta dimana D.I Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar, yang mana berbagai mahasiswa berasal dari daerah yang berbeda. Disini dapat mengakibatkan pertukaran *culture* yang cepat di antara sesama mahasiswa lainnya, mulai dalam berbahasa hingga pengetahuan *up to date* terhadap perkembangan zaman. Mahasiswa dikenal sebagai *agen of change* yang dituntut untuk dapat memberikan contoh, mengayomi masyarakat, dan pemberi inspirasi juga motivasi bagi masyarakat. *E-Wallet* lebih banyak diminati oleh kalangan anak muda terkhusus mahasiswa dimana mahasiswa memiliki tingkat produktifitas yang jauh lebih aktif, hal ini dipengaruhi oleh gaya hidup mahasiswa yang suka mengedepankan rasa ingin tahu untuk mencoba sesuatu yang baru yang dapat mereka temukan. Sehingga perkembangan teknologi khususnya dalam penggunaan *E-Wallet* untuk melakukan transaksi dapat dimanfaatkan seutuhnya oleh mahasiswa. Mahasiswa sebagai generasi muda yang peka terhadap perubahan zaman dan mudah menerima sebuah inovasi memungkinkan mahasiswa dapat menerima dan beradaptasi dengan mode pembayaran melalui aplikasi *E-Wallet* terhadap

penggunaan uang elektronik dengan cepat. Semakin sering kelompok mahasiswa ini menggunakan produk *E-Wallet* akan semakin meningkatkan kenyamanan sehingga akan timbul loyalitas konsumen untuk terus menggunakan *E-Wallet* (Catrina, 2020). Dalam penelitian ini diharapkan keberadaan mahasiswa dapat memberikan dampak secara langsung bagi masyarakat dalam perkembangan zaman. Terutama saat ini Indonesia juga dilanda pandemi yang mengharuskan setiap masyarakat untuk tidak berkumpul disuatu tempat.

Terutama untuk kota D.I Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar, D.I Yogyakarta juga merupakan tempat wisata yang ramai di perbincangkan sebagai tujuan berlibur wisatawan. Dengan objek wisata yang beragam, harga yang terjangkau dan kekhasan kotanya membuat D.I Yogyakarta terlihat sangat menarik. Tempat-tempat wisata yang selalu ramai harus melalui reservasi online yang merupakan bagian untuk mendaftarkan, menjaga, dan meminimalisir kontak langsung. Disini peran penggunaan pembayaran online sangat besar, terutama dikalangan mahasiswa dan masyarakat sekitarnya.

Berdasarkan uraian diatas, dalam penelitian ini peneliti bertujuan untuk meninjau kembali variabel pada penelitian terdahulu pada persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap penggunaan *E-Wallet* dalam berbelanja. Dengan pandangan tersebut peneliti memutuskan untuk membahas ***“Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Penggunaan E- Wallet Dalam Berbelanja Online”***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap minat penggunaan *E-Wallet* dalam berbelanja pada Mahasiswa D.I Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap minat penggunaan *E-Wallet* dalam berbelanja pada Mahasiswa D.I Yogyakarta?
3. Bagaimana *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* dalam berbelanja pada Mahasiswa D.I Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease Of Use* terhadap minat penggunaan *E-Wallet* dalam berbelanja pada Mahasiswa D.I Yogyakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap minat penggunaan *E-Wallet* dalam berbelanja pada Mahasiswa D.I Yogyakarta?
3. Untuk mengetahui *Perceived Ease Of Use* dan *Perceived Usefulness* berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan *E-Wallet* dalam berbelanja pada Mahasiswa D.I Yogyakarta?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Secara praktis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, gambaran, wawasan, dan pengetahuan tentang pengaruh penggunaan *E-Wallet* terhadap minat belanja online Mahasiswa pada masa pandemi Covid-19 di Indonesia, sehingga dapat mendorong masyarakat untuk terbiasa bertransaksi menggunakan alat pembayaran non tunai demi terwujudnya Indonesia yang berekosistem cashless society.

2. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, dengan adanya penelitian ini dapat menjadi pendukung dari penelitian-penelitian terdahulu serta dapat memberikan pandangan baru terhadap teknologi yang selalu berkembang.

E. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian dapat lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Oleh karena itu, penelitian ini terbatas pada:

1. Perkembangan alat pembayaran non tunai berupa Dompot digital *E-Wallet* dan pengaruh persepsi kemudahan juga persepsi kemanfaatan penggunaan *E-Wallet* dalam berbelanja.