

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu kemajuan teknologi yang paling signifikan adalah internet. Dikutip dari data portal, penggunaan internet di Indonesia per Januari 2021 sudah mencapai 202 juta jiwa yang jika dikalkulasikan dari total penduduk Indonesia sebesar 274 juta jiwa, maka jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 73,7 persen. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara pengguna internet terbesar ke-4 dunia setelah Amerika Serikat. Dari 202 juta jiwa yang menggunakan internet, terdapat 345,3 juta *handphone* yang terkoneksi dengan jaringan internet, sedangkan jumlah pengguna jejaring sosial mencapai 170 juta jiwa dari total 202 juta pengguna internet.

Masyarakat Indonesia yang cenderung konsumtif dan menginginkan kemudahan dan kepraktisan, menjadi peluang besar bagi perusahaan digitalisasi sektor keuangan dalam melakukan transaksi. Faktor pendorong transformasi digitalisasi sektor keuangan tidak hanya disebabkan oleh inovasi di sektor perbankan namun juga didorong oleh kebutuhan masyarakat agar terciptanya alat pembayaran yang praktis yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, terutama dalam transaksi *online* (Tarantang 2019). Digitalisasi sektor keuangan menjadi pendorong berkembangnya startup di Indonesia, terutama bagi *e-commerce* atau *marketplace*. Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi peningkatan yang signifikan terhadap jumlah startup dan *e-commerce* yang muncul di Indonesia. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan startup di Indonesia yaitu: perkembangan teknologi, banyaknya penduduk Indonesia, pelayanan yang memuaskan, dan dana investasi yang tinggi di sektor ini.

Statistika Market Outlook For E-Commerce mencatat pertumbuhan dan

perkembangan barang konsumsi di pasar *e-commerce* di Indonesia selama tahun 2020. Barang konsumsi tersebut termasuk produk *fashion & beauty*, elektronik, makanan, *furniture*, dan alat rumah tangga serta mainan dan hobi.



(Sumber: *Statistika Market Outlook*)

Gambar 1.1
Pertumbuhan dan Perkembangan Barang Konsumsi

Jumlah orang yang membeli barang konsumsi di internet mencapai 138,1 juta, statistik itu menunjukkan sekitar 50% dari populasi Indonesia berbelanja secara *online*. Kemudian jumlah nilai barang konsumsi di pasar *e-commerce* mencapai \$30,31 miliar atau 429,3 triliun rupiah. Jumlah nilai transaksi masyarakat Indonesia tersebut tergolong sangat tinggi dengan pertumbuhan dibanding tahun 2019 mencapai 49 persen. Jika dirata-rata per pengguna *e-commerce*, masing-masing pengguna menghabiskan dana mereka untuk berbelanja *online* sebanyak \$219 atau 3,12 juta rupiah. Statistik perkembangan belanja *Online* di *e-commerce* di Indonesia selama tahun 2020 sangat tinggi, padahal disatu sisi dibarengi dengan pandemi *covid-19* yang membuat turunnya daya beli masyarakat dan menurunnya aktivitas ekonomi. Hal ini tentu menjadi peluang besar bagi perusahaan *startup* di Indonesia, yang diikuti dengan berbagai perusahaan digitalisasi keuangan yang saling berkaitan dan bekerja sama dengan perusahaan *e-commerce*.

Salah satu *e-wallet* yang hadir di Indonesia adalah Dana yang berasal dari

perusahaan PT Espay Debit Indonesia. Dana memperkenalkan pembayaran melalui dompet digital serta transaksi secara non tunai dan non kartu. Konsep dompet digital Dana berbeda dengan dompet digital lain yang sudah hadir di pasar Indonesia, yaitu dengan konsep *open platform*. Dengan hal ini berarti Dana dapat masuk dan digunakan dalam berbagai *platform* yang berbeda baik *offline* maupun *online* namun tetap terintegrasi. Konsep *open platform* yang diusung oleh Dana memungkinkan dompet digital ini dapat terhubung dengan berbagai bentuk alat pembayaran seperti: saldo *online*, kartu debit, dan kartu kredit.

Dana memberikan konsep yang berbeda dengan *e-wallet* yang sudah ada di Indonesia sebelumnya, tidak hanya itu Dana juga mengembangkan fasilitas serta fitur pembayaran dengan membuat metode baru yaitu pemindai *QR Scan Code*. Fitur itu memudahkan konsumen dalam menggunakan Dana dan sangat *user friendly*. Pengguna cukup membuka aplikasi Dana pada *smartphone* pengguna dan klik 'pay' yang berlogo *QR Code* yang terdapat dibagian bawah aplikasi kemudian layar ponsel ditempelkan pada mesin yang telah disediakan. Tidak seperti layanan pada *mobilephone*, melakukan pembayaran dengan *e-wallet* melibatkan informasi pribadi, seperti data rekening bank, *shopping list*, dan aliran uang yang masuk di dalam rekening. Karena alasan ini, pengguna harus berhati-hati dalam memutuskan apakah akan terus menggunakan layanan pembayaran melalui *e-wallet* atau dompet digital. Oleh karena itu sangat penting dalam mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi *intention to continue use*.

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta merupakan salah satu universitas swasta terbaik di Indonesia yang memiliki ribuan mahasiswa. Mahasiswa saat ini adalah kelompok yang disebut dengan Generasi Z. Generasi Z disebut juga dengan generasi internet (Purnomo et al., 2019). Terlahir di era digital menjadikan generasi Z mudah beradaptasi dengan situasi apapun. Kemampuan beradaptasi tersebut membuat generasi

Z memiliki sifat ambisius dan cenderung berpikir instan. Dunia digitalisasi telah merambat ke semua sektor kehidupan masyarakat, baik itu yang bersifat sekunder maupun primer, sehingga generasi Z cenderung untuk melakukan tindakan yang mudah, hemat, dan nyaman demi tercapainya apa yang diinginkan. Era digitalisasi semakin berkembang diikuti perkembangan pola hidup generasi Z yang cenderung membutuhkan kepraktisan, mendorong upaya berbagai perusahaan untuk menawarkan sesuatu yang dahulunya sulit untuk menjadi mudah saat ini. Salah satu yang paling dikenal adalah jual beli secara *online*. Dengan sistem *online*, konsumen tidak perlu lagi repot untuk datang ke pasar atau pusat perbelanjaan, konsumen hanya cukup menggunakan *smartphone* yang terkoneksi internet dan memiliki aplikasi belanja *online*. Karakteristik ini menjadikan mahasiswa sebagai generasi Z merupakan salah satu konsumen terbesar dalam transaksi jual beli *online*.

Dalam penelitian ini fokus peneliti adalah pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Memperkenalkan adanya E-Wallet untuk melakukan pembayaran pada masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satunya adalah dengan melibatkan generasi muda khususnya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Mahasiswa dikenal sebagai agen of change yang dituntut untuk dapat memberikan contoh, mengayomi masyarakat, dan pemberi inspirasi juga motivasi bagi masyarakat. Sehingga perkembangan teknologi khususnya dalam penggunaan E-Wallet untuk melakukan transaksi dapat dimanfaatkan seutuhnya oleh mahasiswa.

Mahasiswa yang terbuka terhadap informasi dan mengetahui tentang aplikasi Dana, secara rasional cenderung akan tetap menjadi konsumen Dana. Informasi atau pengetahuan yang lebih tentang Dana sangat diperlukan untuk meningkatkan minat masyarakat. Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain

pengalaman belajar dan kelompok anutan. Seorang konsumen akan menentukan tindakan atau pengambilan keputusan membeli atau menggunakannya setelah konsumen mempelajari produk, merek dan pelayanan yang dianggap memuaskan. Seorang konsumen yang memiliki pengetahuan tentang suatu produk memiliki banyak informasi yang diserap dalam memilih suatu produk atau jasa. Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Wijayati (2019) bahwa variabel pengetahuan memiliki hubungan signifikan terhadap minat masyarakat sebagai konsumen.



GAMBAR 1.2

E-wallet yang paling sering dipakai di Indonesia

Data diatas menunjukkan e-wallet yang paling sering dipakai di Indonesia pada urutan pertama yaitu Gopay. Statistik itu menunjukkan sekitar 88% dari e-wallet yang paling sering dipakai diIndonesia. Pada urutan kedua yaitu Dana. Statistik itu menunjukkan sekitar 83% dari e-wallet yang paling sering dipakai diIndonesia. Dan urutan ketiga yaitu Ovo. Statistik itu menunjukkan sekitar 79% dari e-wallet yang paling sering dipakai diIndonesia.

Kemudahan penggunaan aplikasi Dana merupakan salah satu faktor yang harus

diperhatikan perusahaan, karena dengan kemudahan penggunaan memungkinkan pengguna akan terus menerus menggunakan Dana. Karena kemudahan penggunaan merupakan yang diinginkan pengguna dalam memakai aplikasi. Selain kemudahan penggunaan, Manfaat yang diberikan Dana sangat berperan penting terhadap *intention to continue use*, jika pengguna Dana merasakan manfaat secara terus menerus ketika menggunakan aplikasi Dana, maka pengguna akan menggunakan Dana secara *continue*. Berdasarkan pemaparan diatas, maka hal inilah yang membuat peneliti tertarik meneliti tentang faktor yang mempengaruhi mahasiswa UMY terhadap minat penggunaan aplikasi Dana. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan judul “**Analisis faktor yang mempengaruhi mahasiswa UMY terhadap minat penggunaan aplikasi DANA**”.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah religiusitas mempengaruhi minat mahasiswa UMY dalam menggunakan aplikasi Dana?
2. Apakah pengetahuan mempengaruhi minat mahasiswa UMY untuk menggunakan aplikasi Dana?
3. Apakah fasilitas mempengaruhi minat mahasiswa UMY untuk menggunakan aplikasi Dana?
4. Apakah religiusitas, pengetahuan, dan fasilitas berpengaruh secara simultan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang disajikan dalam penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh religiusitas terhadap minat penggunaan aplikasi Dana

pada mahasiswa UMY

2. Menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap minat penggunaan aplikasi Dana bagi mahasiswa UMY
3. Menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat penggunaan aplikasi Dana bagi mahasiswa UMY
4. Menganalisis pengaruh religiusitas, pengetahuan dan fasilitas terhadap minat penggunaan aplikasi Dana bagi mahasiswa UMY secara simultan

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, diharapkan penelitian ini memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut dan untuk memberikan kontribusi ilmiah kepada pembaca tentang spesifikasi aplikasi Dana.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen/pengguna aplikasi Dana, baik mahasiswa UMY maupun masyarakat umum mengenai teori, mekanisme transaksi dan informasi lainnya yang berkaitan dengan aplikasi Dana. Selain itu, dapat memberikan informasi kepada perusahaan yang memasang aplikasi Dana untuk mengevaluasi tindakan yang diambil sejauh ini.