

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Transaksi adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang yang menimbulkan perubahan terhadap harta atau keuangan yang dipunyai baik itu bertambah ataupun berkurang. Transaksi yang baik dalam agama Islam yaitu transaksi tunai. Jual beli antara pihak satu dengan pihak lain sebaiknya menggunakan transaksi tunai agar kedua belah pihak merasa nyaman. Jual beli merupakan tukar menukar barang atau melepaskan barang dengan uang sebagai alat transaksi dengan dasar saling merelakan sesuai dengan ketentuan dalam Islam.

Allah Swt telah mensyariatkan jual beli dalam Al-Qur'an surah Al Baqarah (2) 275

berikut:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Dan Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba.”

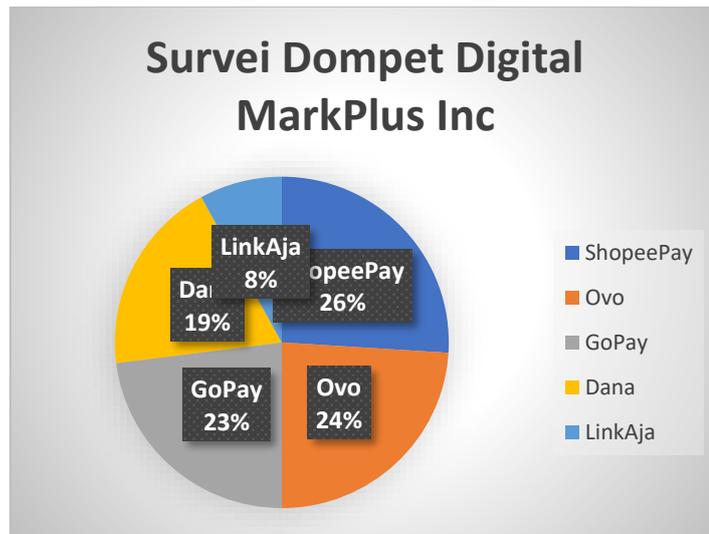
Penggunaan internet oleh masyarakat saat ini sangat masif. Masyarakat menggunakan internet tidak hanya untuk mencari informasi tetapi juga memanfaatkannya untuk melakukan pembayaran dan transaksi saat membeli suatu produk. Dengan adanya internet, muncul aplikasi dompet digital. Saat ini banyak sekali perusahaan teknologi yang menyediakan atau membuat aplikasi dompet digital. Dompet digital adalah aplikasi elektronik yang dapat digunakan untuk membayar transaksi dengan menggunakan teknologi internet. Tanpa kartu dan tanpa uang tunai, pengguna hanya perlu membawa *smartphone* mereka. Selain menawarkan kemudahan, dompet digital juga dinilai lebih aman karena dilindungi kata sandi yang hanya bisa diakses oleh pengguna saja.

Dengan jumlah pengguna layanan dompet digital semakin meningkat dari tahun ke tahun, muncul beberapa merek dompet digital. Saat ini di Indonesia terdapat beberapa merek dompet digital yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat. Beberapa diantaranya yaitu GoPay milik Gojek, Ovo, Dana, LinkAja milik beberapa BUMN, dan ShopeePay yang milik salah satu e-commerce terbesar di Indonesia, Shopee. Masing-masing merek menawarkan berbagai fitur dan keunggulan yang akan memudahkan pengguna dompet digital dalam melakukan berbagai transaksi.

Adanya pandemi yang melanda Indonesia dan negara di seluruh dunia membuat semua orang terpaksa melakukan kegiatan di dalam rumah. Pandemi juga memaksa pemerintah untuk mengeluarkan kebijakan pembatasan sosial, baik yang berskala kecil maupun berskala besar. Hal inilah yang menjadi kesempatan bagi penyedia layanan dompet digital untuk menambah jumlah pengguna sekaligus memperluas pangsa pasar. Penggunaan dompet digital juga mencegah penularan virus karena orang tidak perlu keluar rumah untuk belanja dan membayar sesuatu.

Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) rupanya membuat transaksi digital meningkat. Bank Indonesia mencatat kenaikan transaksi digital selama berlakunya PSBB pada bulan April 2020 mencapai 64,48% dan volume transaksi digital tumbuh 37,35% secara tahunan. Berdasarkan data tersebut, salah satu badan riset Markplus Inc melakukan survei kepada pengguna dompet digital di kota besar dengan pengguna *smartphone* tertinggi di Indonesia.

Menurut survei yang dilakukan oleh MarkPlus Inc pada tahun 2020, ShopeePay unggul dengan pangsa pasar sebesar 26% dari total volume transaksi uang elektronik di Indonesia. Kemudian disusul Ovo (24%), Gopay (23%), Dana (19%), dan LinkAja (8%). Persentase dompet digital yang digunakan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1.1
Survei MarkPlus Tahun 2020

Sumber: <https://dailysocial.id/post/survei-markplus-shopeepay-ungguli-pangsa-pasar-dompot-digital-selama-pandemi>

ShopeePay merupakan salah satu merek dompet digital yang diuntungkan dengan adanya kebijakan PSBB. ShopeePay merupakan fitur layanan dompet digital dan uang elektronik yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran transaksi online, pembayaran transaksi offline di merchant ShopeePay hingga untuk menerima pengembalian dana di aplikasi Shopee. Pembelian barang yang meningkat, menurunnya penggunaan transportasi online yang menjadi andalan pesaing dan adanya promo di Shopee membuat ShopeePay yang terintegrasi dengan Shopee menjadikan ShopeePay sebagai dompet digital dengan pertumbuhan pesat di masa pandemi.

Cara pemilik platform dompet digital dalam menarik konsumen untuk menjadi pengguna dompet digital melalui promosi penjualan. Menurut Sukanto, Kusumawati, dan Abdillah (2019) Promosi Penjualan mencakup kegiatan pemasaran tersebut selain periklanan, publisitas, dan penjualan pribadi yang merangsang pembelian konsumen dan efektivitas penjualan. Promosi penjualan terutama melibatkan insentif jangka pendek dan non-rutin, ditawarkan ke pedagang sekaligus konsumen.

Persepsi Kemudahan Penggunaan merupakan tingkat atau situasi di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu tidak membutuhkan usaha apapun (bebas usaha). Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Persepsi Kemudahan penggunaan yang dirasakan bisa diukur dengan indikator berikut: mudah dipelajari, mudah bagi pengguna, dan mudah dioperasikan (Gunawan et al dalam Ramli dan Rahmawati, 2020).

Menurut Park dan Kim dalam Hardoko (2022) Persepsi Keamanan merupakan kemampuan penyedia layanan untuk mengontrol dan menjaga keamanan atas data transaksi. Jaminan keamanan memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dengan mengurangi kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan data transaksi yang mudah rusak. Persepsi Keamanan dalam uang digital umumnya berhubungan dengan perlindungan konsumen saat melakukan transaksi dan keamanan data pribadi konsumen.

Keputusan Konsumen merupakan proses menentukan keputusan apakah akan menggunakan atau tidak menggunakan produk dan jasa (Kotler dan Keller, 2012). Proses pengambilan keputusan dimulai dengan pengenalan kebutuhan yang didefinisikan sebagai perbedaan atau ketidaksesuaian antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang sebenarnya, yang akan membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari jurnal yang berjudul "*Analysis of Sales Promotion, Perceived Ease of Use and Security on Consumer Decisions to Use DANA Digital Wallet*" yang ditulis oleh Acelian dan Basri (2021). Dalam penelitian ini variabel yang digunakan sama dengan variabel yang digunakan oleh peneliti

sebelumnya. Perubahan dilakukan pada objek penelitian dompet digital Dana menjadi dompet digital ShopeePay.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik dengan dompet digital ShopeePay dan melakukan penelitian dengan mengambil topik Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Dompet Digital ShopeePay.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat ditetapkan adalah:

1. Apakah Promosi Penjualan berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen?
2. Apakah Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen?
3. Apakah Persepsi Keamanan berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Konsumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Konsumen.
3. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan terdapat beberapa manfaat yaitu:

1. Manfaat teoritis

a. Menambah ilmu pengetahuan dan sumber informasi terbaru

Dengan adanya penelitian ini, maka data akan bertambah dan diperbarui sehingga dapat menambah pengetahuan dan sebagai sumber informasi terbaru.

b. Referensi untuk penelitian selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya karena data yang disajikan merupakan data terbaru, tetapi masih ada kekurangan sehingga dapat diperbarui di penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Bahan evaluasi bagi ShopeePay dan Shopee agar perusahaan dapat mengambil langkah-langkah strategik guna mengoptimalkan kinerja perusahaan.