

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Selama masa pandemi *covid-19* saat ini, masyarakat beralih menggunakan internet. Data Kementerian Komunikasi dan Informatika (2020) selama masa *physical distancing* pengguna internet meningkat cukup signifikan yaitu sebesar 40 persen. Dengan tingginya pertumbuhan pengguna layanan *digital* di masa pandemi saat ini juga dimanfaatkan oleh lembaga keuangan bank. Pada masa pandemi seperti saat ini bank syariah semakin gencar melakukan pembaruan pada fitur *digitalnya*. Seperti yang dilansir pada Rakyat Merdeka pada September 2020, menyatakan bahwa PT Bank Mandiri Syariah meningkatkan literasi perbankan syariah. Hal ini sebagai salah satu cara untuk mendukung perkembangan ekonomi syariah, selain itu juga untuk terus mengembangkan inovasi layanan fitur *digital*.

Bank Indonesia mencatat jumlah transaksi jual beli perdagangan elektronik (*e-commerce*) meningkat hampir dua kali lipat di masa pandemi *covid 19*, jumlahnya melonjak dari 80 juta transaksi pada tahun 2019 menjadi 140 juta transaksi sampai Agustus tahun 2020. Menurut Mc Leod dalam Shabur., dkk 2015, perdagangan elektronik atau biasa disebut dengan *e-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis.

Bertambahnya fitur *digital* saat ini dan juga pengguna internet yang bertambah juga memberikan dampak pada transaksi uang elektronik, data

yang didapatkan dari Bank Indonesia (2020) menyebutkan bahwa transaksi uang elektronik mengalami kelonjakan yang signifikan, hal ini bisa dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1 Transaksi Uang Elektronik

Periode	Volume	Nominal
2013	137.900.779	2.907.432
2014	203.369.990	3.319.556
2015	535.579.528	5.283.018
2016	683.133.352	7.063.689
2017	943.319.933	12.375.469
2018	2.922.698.905	47.198.616
2019	5.226.699.919	145.165.468
2020		
Januari	457.944.919	15.872.433
Februari	431.467.690	15.178.625
Maret	401.008.518	15.036.070
April	324.878.568	17.552.119
Mei	298.187.348	15.033.708
Juni	339.894.945	14.955.261
Juli	381.575.295	16.099.556
Agustus	386.709.282	17.230.547
September	366.785.803	17.681.856
Oktober	392.881.322	18.793.006

Sumber : Bank Indonesia 2020 (Data yang diolah)

Besarnya perkembangan teknologi saat ini juga harus seimbang dengan pengetahuan *digital* yang harus dimiliki. Karena pada masa *digital* saat ini sering terjadi kriminalitas di *media digital* atau yang sering disebut dengan *cybercrime*. Beberapa kasus kriminalitas di *media digital* justru makin menyeruak di masa pandemi. Terbukti dari berbagai tindak penipuan jual beli *online*, perundungan, dan berita hoaks saat ini. *Cybercrime* menurut Arif (2011), ialah suatu istilah yang mengacu pada aktivitas kejahatan dengan computer atau jaringan komputer yang menjadi alat, sasaran, atau

tempat terjadinya kejahatan termasuk dalam kejahatan di dunia maya. Kejahatan dalam dunia ini merupakan sisi paling buruk yang ada di dalam kehidupan *modern*.

Dengan banyaknya ancaman *cybercrime* pada saat ini mengakibatkan pengguna *digital payment* pada jasa keuangan akan melakukan keputusan untuk menggunakan *digital payment*. Keputusan menurut Kotler dan Keller (2016) keputusan memiliki 5 tahapan yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan penggunaan, dan perilaku setelah penggunaan. *Digital payment* menurut Deni Trihasta dan Julia Faryanti (2008), pembayaran *digital* adalah pembayaran yang berbasis teknologi, dalam pembayaran *digital* uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi *digital* dan elektronik. Pertumbuhan ekonomi *digital* ini berpengaruh terhadap semua aspek, terutama pada sistem pembayaran yang saat ini masih hangat dibicarakan yaitu *digital payment*. Dengan berkembangnya ekonomi *digital* ini membutuhkan literasi *digital* untuk membuat konsumen merasa waspada akan adanya *cybercrime*. Ancaman *cybercrime* yang sangat berbahaya dapat mengganggu ketenangan para pengguna teknologi *digital*.

Secara berdampingan maka dibutuhkan literasi tentang *digital*. Literasi *digital* ialah suatu ketertarikan, sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi *digital* dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi

dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif. Dalam konsepsi Potter (Wisnyastuti, Nusantoro, dan Sidhi 2016), usaha yang digunakan untuk meliterasi masyarakat berbasis *digital* bukan sekedar untuk mengenalkan media *digital* namun juga menynergikan kegiatan sehari-hari yang berujung pada peningkatan produktivitas.

Hal tersebut berkaitan juga dengan adanya kecemasan pelanggan. Karena pertumbuhan ekonomi digital makin tinggi mengakibatkan ancaman *cybercrime* yang semakin banyak, maka dari itu diperlukan literasi digital untuk membuat keputusan penggunaan *digital payment*. Karena hal itu menyebabkan adanya kecemasan pelanggan. Kecemasan pelanggan menurut Darrat (2016), dikatakan sebagai sebuah rasa takut maupun khawatir yang terjadi pada keadaan tertentu yang dialami oleh seorang konsumen dalam kegiatan sehari-hari, dan salah satunya ketika berbelanja.

Tidak konsistennya hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh pertumbuhan ekonomi *digital*, literasi *digital*, dan ancaman *cybercrime* terhadap keputusan penggunaan *digital payment*. Maka peneliti tertarik untuk mengkaji ulang variable-variabel tersebut dengan menambahkan kecemasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Karena dalam pengambilan keputusan konsumen, maka konsumen akan merasakan kecemasan informasi yang telah diterima. Kecemasan pelanggan tersebut akan memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan.

Oleh karena itu perlu dilakukan studi mengenai pengaruh pertumbuhan ekonomi *digital*, literasi *digital*, dan ancaman *cybercrime*

terhadap keputusan penggunaan *digital payment* dengan kecemasan pelanggan sebagai perantara antara hubungan pertumbuhan ekonomi *digital*, literasi *digital*, dan ancaman *cybercrime* terhadap keputusan penggunaan *digital payment*. Maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi *Digital*, Literasi *Digital*, dan ancaman *Cybercrime* terhadap keputusan Penggunaan *Digital Payment* dengan Kecemasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Konsumen *E-Commerce* yang Membayar Tagihan Melalui *Digital Payment* Bank Syariah)”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ancaman *cybercrime* berpengaruh terhadap kecemasan pelanggan pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah?
2. Apakah ancaman *cybercrime* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital payment* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah?
3. Apakah kecemasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital payment* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah?
4. Apakah pertumbuhan literasi *digital* berpengaruh terhadap kecemasan pelanggan pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah?

5. Apakah literasi *digital* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital payment* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah?
6. Apakah pertumbuhan ekonomi digital berpengaruh terhadap kecemasan pelanggan pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah?
7. Apakah pertumbuhan ekonomi digital berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital payment* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah?
8. Apakah ancaman *cybercrime* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital payment* melalui kecemasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah?
9. Apakah literasi *digital* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital payment* melalui kecemasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah?
10. Apakah pertumbuhan ekonomi digital berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital payment* melalui kecemasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh ancaman *cybercrime* terhadap keputusan penggunaan *digital payment* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah.
2. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh ancaman *cybercrime* terhadap keputusan penggunaan *digital payment* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kecemasan pelanggan terhadap keputusan penggunaan *digital payment* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah.
4. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh literasi *digital* terhadap kecemasan pelanggan pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah.
5. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh literasi *digital* terhadap keputusan penggunaan *digital payment* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah.
6. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pertumbuhan ekonomi *digital* terhadap kecemasan pelanggan pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah.
7. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pertumbuhan ekonomi digital terhadap keputusan penggunaan *digital payment* pada pengguna *e-*

commerce yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah.

8. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh ancaman *cybercrime* terhadap keputusan penggunaan *digital payment* melalui kecemasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah.
9. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh literasi *digital* terhadap keputusan penggunaan *digital payment* melalui kecemasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah.
10. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pertumbuhan ekonomi *digital* terhadap keputusan penggunaan *digital payment* melalui kecemasan pelanggan sebagai variabel *intervening* pada pengguna *e-commerce* yang membayar tagihan melalui *digital payment* bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan agar bisa menambah pengetahuan mengenai dampak pertumbuhan ekonomi *digital*, literasi *digital*, dan ancaman *cybercrime*, terhadap keputusan penggunaan *digital payment* melalui kecemasan pelanggan sebagai variabel *intervening*.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sarana yang berguna dan bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang

pertumbuhan ekonomi *digital*, literasi *digital*, dan ancaman *cybercrime* terhadap keputusan penggunaan *digital payment* melalui kecemasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Selain itu penelitian ini juga diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam pengembangan teori.