

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Teknologi di Indonesia telah mempengaruhi berbagai macam aspek dalam kehidupan masyarakat termasuk di bidang ekonomi. Teknologi informasi sudah menjadi bagian penting dari proses kegiatan bisnis yang dilakukan oleh berbagai organisasi yang ada. Teknologi informasi dalam bidang investasi yang terus bertumbuh pesat, mengakibatkan penerimaan teknologi akan diimplementasikan menjadi suatu hal yang sangat dikritisi oleh penerima sistem informasi dan praktisi. Sistem teknologi informasi tidak hanya berperan dalam meningkatkan komunikasi dan efisiensi, tetapi juga menghasilkan inovasi yang membantu aktivitas manusia. Transaksi apapun dapat dilakukan dengan menggunakan internet, mulai dari belanja online, pemesanan makanan online, hingga transportasi berbasis online. Saat ini, dengan pesatnya perkembangan Internet, sistem perdagangan virtual telah terbentuk. Electronic commerce atau perdagangan elektronik adalah segala bentuk transaksi perdagangan barang atau jasa dengan menggunakan media perantara internet.

Perkembangan uang elektronik pertama kali dirilis di Indonesia pada 2009. Ditandai dengan diterbitkannya Peraturan Bank

Indonesia No.11/12/PBI/2009 Tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) oleh Bank Indonesia. Regulasi ini juga dilengkapi dengan surat edaran yang mengatur soal lembaga penyedia uang elektronik.

Penggunaan layanan e-commerce pula lambat laun berakhir pada style hidup pelanggan yang kian konsumtif. sikap pelanggan sanggup bertukar dari era ke era akibat kelanjutan teknologi yang kian maju di bermacam bagian. Sejak 14 Agustus 2014, Bank Indonesia mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) untuk mendorong masyarakat, pelaku bisnis, dan instansi pemerintah untuk meningkatkan penggunaan uang tunai. Langkah tersebut diharapkan dapat membuat masyarakat lebih mau menggunakan metode pembayaran nontunai dan membangun less cashless society (LCS) di tanah air. Dalam tentang ini, Bank Indonesia hendak menyelesaikan sistem bisnis elektronik pembayaran serta membenarkan infrastruktur sistem pembayaran.

Dalam perspektif Islam uang elektronik atau e-money hukumnya adalah halal, Karena hubungan uang elektronik dalam syariah Islam yaitu pada dasarnya uang elektronik sama seperti uang tunai (cash) karena memiliki tujuan dan manfaat yang sama yaitu sebagai alat transaksi. Dalam hukum syariah uang elektronik ini halal untuk digunakan selama tidak adanya unsur yang melanggar syariah dan juga telah memenuhi unsur-unsur syariah yang ada, karena dalam

muamalah setiap transaksi itu diperbolehkan kecuali jika adanya dalil yang mengharamkan dalam Islam maka akan berubah menjadi haram.

Adapun dalil yang menjelaskan hukum tentang uang elektronik :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

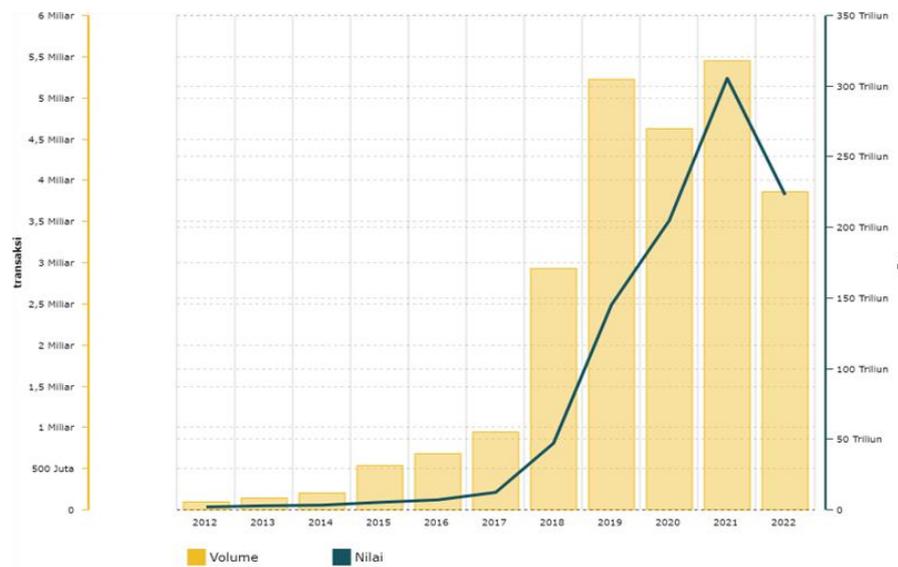
Artinya: “Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.” (Q.S An Nisa [4]:58).

TABEL 1.1.
Jumlah Uang Elektronik Beredar di Indonesia Tahun 2012 sampai dengan 2021

No.	Tahun	Jumlah Transaksi Uang Elektronik (Juta Rupiah)
1.	2012	100.623.916
2.	2013	137.800.779
3.	2014	203.369.990
4.	2015	535.579.528
5.	2016	684.133.352
6.	2017	943.319.933
7.	2018	2.922.698.905
8.	2019	5.226.699.919
9.	2020	4.625.703.561
10.	2021	5.451.471.374

Sumber : Bank Indonesia

Berdasarkan data di atas, jumlah transaksi e-money yang beredar di Indonesia dari tahun ke tahun tumbuh secara pesat. Dimana pada sepanjang tahun 2012, jumlah uang elektronik beredar hanya pada Rp. 100.623.916 juta saja. Kemudian pada tahun 2021 jumlah uang elektronik beredar mencapai angka sebesar Rp. 5.451.471.374 juta dalam kurun waktu hanya 10 tahun uang elektronik mampu menggerakkan less cash society pada sistem pembayaran di Indonesia. Selain itu, tren belanja online mendorong penggunaan uang elektronik baik untuk barang maupun jasa. Selama satu dekade terakhir, volume dan nilai transaksi e-money menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan seperti terlihat pada grafik.



Sumber databoks

GAMBAR 1.1.
Volume dan Nilai Transaksi Belanja Menggunakan Uang Elektronik di Indonesia

Berdasarkan data di atas, penerbitan uang elektronik terus tumbuh dalam 10 tahun terakhir. Menurut Bank Indonesia (BI), sepanjang tahun 2012 hanya ada 100,63 juta transaksi belanja menggunakan e-money, dengan total nilai sekitar 1,98 triliun rupiah. Pada 2021, volume transaksi mencapai 5,45 miliar dengan total nilai 305 triliun rupiah. Artinya, selama sepuluh tahun terakhir, volume transaksi belanja yang dilakukan dengan menggunakan uang elektronik meningkat sebesar 5.316%, dan nilai transaksi meningkat sebesar 15.392%. Saat pandemi Covid-19 melanda, yakni di tahun 2020, nilai transaksi belanja menggunakan uang elektronik juga terus tumbuh sebesar 41,16% dibandingkan tahun sebelumnya.



Sumber: Shopeepay, 2018

GAMBAR 1.2.
Logo *Mobile Payment* ShopeePay

ShopeePay adalah e-wallet SeaMoney Indonesia yang resmi disetujui oleh Bank Indonesia pada Agustus 2018 dan resmi dirilis pada November 2018. ShopeePay adalah metode pembayaran di Marketplace Shopee. Tidak hanya digunakan sebagai metode pembayaran untuk aktivitas jual beli di dalam Shopee, platform tersebut juga digunakan untuk kontrak belanja berbagai layanan (Sofuroh, 2020). Dompot Digital ShopeePay mendapatkan banyak perhatian dari pengguna karena pengguna merasakan banyak keuntungan dari penggunaan aplikasi, mulai dari banyak keuntungan kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan oleh e-wallet ini.

Dari segi kemudahan, dompot digital ini sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari aplikasi Shopee itu sendiri, sehingga tidak perlu mengunduh aplikasi baru. Saat melakukan transaksi di aplikasi Shopee, pengguna tidak perlu membuka aplikasi lain, dan tidak perlu mencari mini market atau ATM terdekat untuk membayar. Dari segi kelebihan, ShopeePay memiliki beberapa keunggulan dan dapat digunakan untuk membayar transaksi seperti pembayaran tagihan dan BPJS.

Pihak ShopeePay menerapkan berbagai langkah pengamanan dan berusaha untuk memastikan keamanan data pribadi pengguna di sistem ShopeePay. Data pribadi pengguna berada di belakang jaringan yang aman dan hanya dapat diakses oleh sejumlah kecil karyawan yang memiliki hak akses khusus ke sistem tersebut. Namun demikian,

tidak adanya jaminan atau keamanan absolut tidak dapat terhindarkan.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa semester 7 atau angkatan 2019 dalam menggunakan ShopeePay pada studi kasus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Yogyakarta. Faktor yang mempengaruhi minat menggunakan ShopeePay antara lain kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan, dan kepercayaan. Objek penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang merupakan peringkat pertama sebagai perguruan tinggi swasta terbaik se-DIY dan juga peringkat kedua sebagai perguruan tinggi swasta terbaik nasional. Karena sudah tersertifikasi A oleh BAN-PT (Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi) dan memiliki jumlah mahasiswa yang banyak. Penelitian ini ditujukan kepada mahasiswa pengguna ShopeePay semester 7 Fakultas Ekonomi dan Bisnis tahun 2019 atau semester 7, dan rentang usia responden adalah 20-23 tahun.

Yogyakarta juga dikenal sebagai kota pelajar dengan banyak universitas populer. Yogyakarta memiliki arus pendatang yang tinggi, umumnya pelajar dan mahasiswa. Penelitian ini memilih objek penelitian yaitu mahasiswa 2019 atau semester 7, karena mahasiswa tersebut sudah lama tinggal di Yogyakarta, dan sebagian besar mahasiswa telah mengalami peralihan dari metode pembayaran tunai ke non tunai di Yogyakarta melalui layanan *mobile payment*. Dalam

hal ini, kita bisa melihat bahwa keunggulan layanan *mobile payment* di Yogyakarta tidak lepas dari banyaknya start-up yang berpotensi menjadi penyedia layanan *mobile payment*, khususnya ShopeePay.

Dalam Penelitian ini, peneliti mencoba mengkolaborasikan beberapa hasil penelitian yaitu penelitian yang diteliti oleh (Sulfina et al., 2022), mengenai minat penggunaan uang elektronik (ShopeePay) di JABODETABEK. Dalam penelitian tersebut variabel minat penggunaan uang elektronik menjadi variabel dependen dan variabel independen yang digunakan adalah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat dimana menghasilkan penelitian bahwa variabel kemudahan dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Persamaan dalam penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian dimana peneliti meneliti uang elektronik ShopeePay yang sama. Dan ada beberapa perbedaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada aplikasi olah data penelitian dimana peneliti meneliti menggunakan IBM SPSS, geografis penelitian dan variabel lainnya yang peneliti gunakan seperti kepercayaan, sehingga dalam penelitian ini peneliti ingin menguji bagaimana pengaruh minat penggunaan ShopeePay terhadap variabel independen yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh (A'yuni 2020), mengenai pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kesenangan,

kepercayaan dan promosi terhadap mahasiswa di 10 perguruan tinggi di Yogyakarta. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah minat penggunaan OVO dan variabel independen yang digunakan adalah kemudahan, persepsi manfaat, kesenangan, kepercayaan dan promosi. Maka dari itu, peneliti ingin menguji bagaimana pengaruh minat penggunaan ShopeePay terhadap kemudahan, manfaat dan kepercayaan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta apakah sejalan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel independen yang digunakan berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan OVO di Yogyakarta. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah Objek penelitian dimana peneliti meneliti ShopeePay dan subjek penelitiannya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Yogananda dan Dirgantara, 2017), mengenai persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan instrumen uang elektronik menghasilkan penelitian berupa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan instrumen uang elektronik, sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan instrumen uang elektronik. Penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti mempunyai perbandingan dimana e- money yang diteliti

periset khusus pada satu merek e- money ialah ShopeePay serta geografis riset.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi yang bermanfaat tentang penggunaan ShopeePay untuk pembayaran mobile sebagai alat pembayaran elektronik. khususnya mengenai karakteristik pengguna, minat penggunaan, kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan dan kepercayaan. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memberikan informasi bagi mahasiswa dan masyarakat umum khususnya di daerah Yogyakarta untuk beralih menggunakan sistem pembayaran non tunai.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa angkatan 2019 menggunakan ShopeePay di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
2. Apakah variabel manfaat penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa angkatan 2019 menggunakan ShopeePay di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
3. Apakah variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa angkatan 2019 menggunakan ShopeePay di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa angkatan 2019 menggunakan ShopeePay di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- b. Mengetahui seberapa besar pengaruh manfaat penggunaan terhadap minat mahasiswa angkatan 2019 menggunakan ShopeePay di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- c. Mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap minat mahasiswa angkatan 2019 menggunakan ShopeePay di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis.
 - i. Dapat memberikan manfaat untuk referensi bagi pengembangan ilmu terkait topik penelitian yang sama dengan penelitian ini.
 - ii. Dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penyusunan penelitian yang selanjutnya.

- b. Manfaat Praktis.

Memberikan penjelasan terkait dengan karakteristik yang mempengaruhi penggunaan layanan ShopeePay oleh mahasiswa. penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk meningkatkan kinerja perusahaan penerbit layanan ShopeePay.