

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era globalisasi yang disertai dengan adanya perubahan gaya hidup membawa banyak pengaruh dalam sistem peradaban manusia. era teknologi 4.0 saat ini memberikan perubahan kepada seluruh aspek kehidupan. Saat ini hampir seluruh kegiatan didukung oleh teknologi. Teknologi dan juga perkembangan informasi yang begitu pesat memberikan dampak perubahan pada tatanan ekonomi, budaya dan sosial yang cukup signifikan. Pada bidang ekonomi sendiri dampak sudah mulai dirasakan, dengan munculnya fenomena *Financial Technology* (FinTech).

Financial Technology (FinTech) adalah sebuah inovasi teknologi yang ditujukan untuk melengkapi dan mempermudah transaksi keuangan di masyarakat. FinTech bersaing dengan institusi keuangan tradisional untuk menghadirkan layanan finansial ke masyarakat luas. Perkembangan ekonomi dengan model Financial Technology (FinTech) telah membawa perekonomian dunia ke arah yang lebih modern, efektif dan efisien. FinTech dengan berbagai inovasi yang semakin bervariasi membuat perubahan yang sangat besar terhadap industri keuangan di Indonesia dan perubahan secara mikro ekonomi dapat dilihat di berbagai pelosok di seluruh Nusantara. FinTech memiliki kontribusi yang sangat besar untuk melaksanakan percepatan ruang lingkup jangkauan layanan bidang keuangan. FinTech telah memproses transaksi keuangan dengan lebih aman, modern, terkendali dan

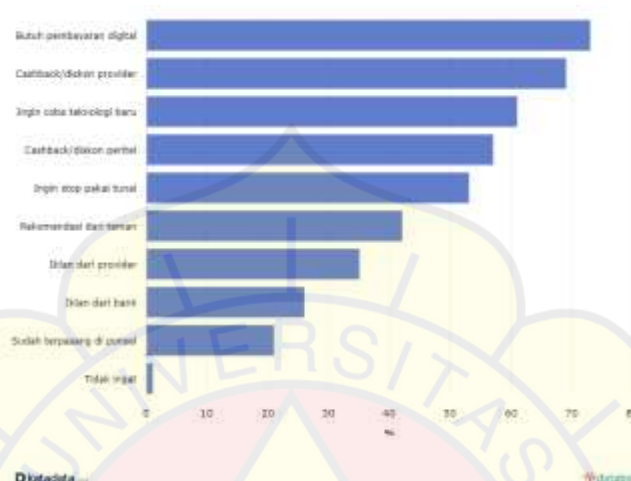
praktis. Hal ini didukung oleh pemerintah dengan adanya regulasi yang ditetapkan oleh Bank Indonesia (BI) nomor 18/40/PB/2016 perihal pelaksanaan pemrosesan transaksi pembayaran dengan sistem inovasi FinTech untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai pengguna baik di bidang jasa sistem pembayaran maupun sektor industri, infrastruktur serta instrumen lainnya. Salah satu produk FinTech yang sudah berkembang dewasa ini adalah e-money.

E-money (uang elektronik) adalah alat pembayaran elektronik yang saat ini sedang banyak berkembang dengan berbagai macam keunggulan dari perusahaan-perusahaan yang mengeluarkan produk tersebut.). E-money yang merupakan singkatan dari electronic money pada hakikatnya adalah uang tunai dengan bentuk tanpa ada fisik atau cashless (Suharni, 2018: 22). Pada tahun 2019 lalu, Bank Indonesia mencatat penyelenggara uang elektronik yang mengantongi izin regulator, baik yang berbasis server maupun kartu sebanyak 38 perusahaan (Ramdhani, 2019). E-money dapat berbentuk kartu yang ada chip dan melalui sebuah aplikasi. Dalam kegunaannya sama sebagai uang elektronik, kartu yang memiliki chip biasanya digunakan sebagai metode pembayaran tol, parkir, pembelian bensin dan dapat di gunakan sebagai alat pembayaran ke supermarket. E-money dapat di isi ulang di mesin ATM, handphone (yang support NFC) atau di supermarket tertentu sedangkan e-money yang melalui aplikasi atau dari server biasanya lebih mudah digunakan hanya dengan menampilkan QR Code, mudah untuk membuat akun, mempunyai berbagai macam promo, dan top up lebih mudah.

Dapat digunakan sebagai metode pembayaran pada aplikasi e-commerce, pembelian pedagang kaki 5, restoran, hingga transfer ke rekening bank lain. Penggunaan e-money kini sudah banyak di gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Sihombing (dalam Dewi et al, 2017:2) Peraturan No.11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (e-money) yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia menyebutkan bahwa e-money adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut dan nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. E-money bersifat prabayar dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam media elektronik yang dimiliki seseorang (Pratiwi, dalam Umaningsih et al, 2018:114). Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya e-money ada yang berbentuk kartu berisi chip dan model aplikasi. E-money berbentuk aplikasi banyak juga macamnya, salah satunya adalah e-wallet atau dompet digital.

E-wallet adalah suatu layanan yang bersifat elektronik dan berfungsi untuk menyimpan data serta instrumen dari pembayaran. Dengan e-wallet, pengguna dapat menyimpan uangnya untuk melakukan transaksi keuangan, baik online maupun offline. Pada dasarnya, e-wallet berfungsi layaknya

dompet fisik yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran yang aman. Seseorang dapat melakukan pembayaran secara cashless ketika hendak membayar makanan, tiket pesawat, tiket bioskop, hingga belanja online.



Sumber : Databoks diakses 26 juni 2022

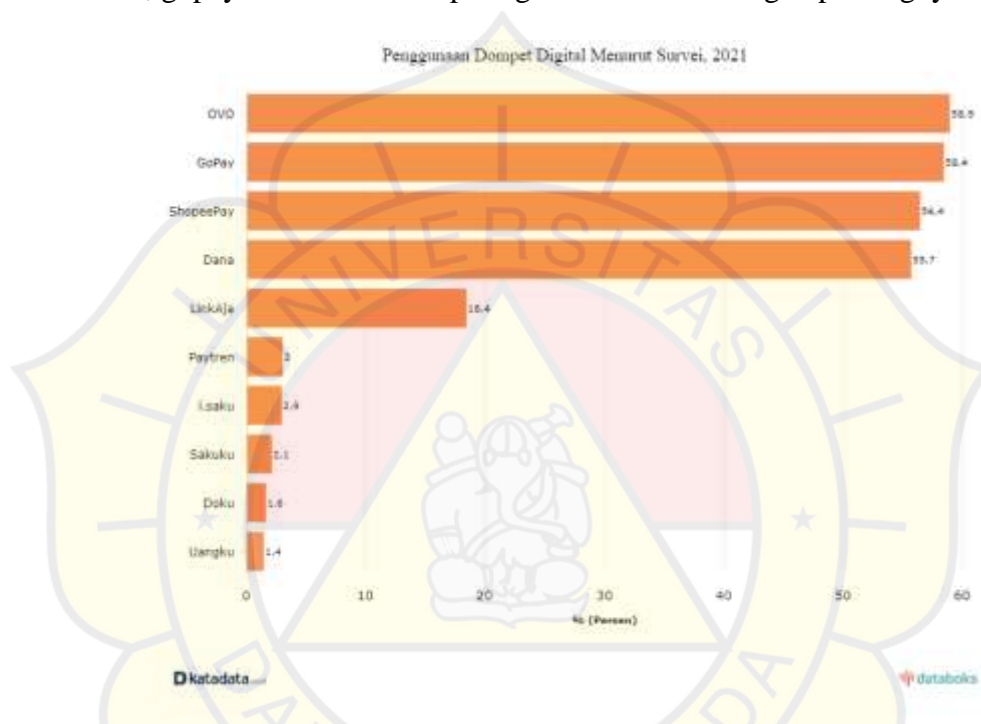
Gambar 1.1. Faktor Pendorong Adopsi E-money

Berdasarkan laporan Boku Inc. bertajuk Mobile Wallets Report 2021 menunjukkan sebanyak 73% masyarakat Indonesia menggunakan e-wallet karena mereka membutuhkan pembayaran secara daring. Persentase tersebut menjadi yang tertinggi dibandingkan alasan lain masyarakat Indonesia ketika menggunakan e-wallet. Sebanyak 69% responden mengatakan cashback/diskon dari penyedia e-wallet menjadi alasan untuk menggunakan dompet digital. Ada pula 61% responden yang menggunakan e-wallet karena ingin mencoba teknologi baru. Kemudian, 57% responden menggunakan e-wallet karena ingin mendapatkan cashback/diskon dari peritel tertentu. Sebanyak 53% responden menggunakan e-wallet karena ingin berhenti menggunakan uang tunai. Lebih lanjut, ada 42% responden yang menggunakan e-wallet karena direkomendasikan oleh teman. Responden

yang terdorong menggunakan e-wallet karena iklan dari penyedia e-wallet dan bank masing-masing sebanyak 35% dan 26%. Adapun, laporan tersebut menyebutkan bahwa nilai transaksi e-wallet di Indonesia mencapai US\$ 28 miliar pada 2020. Sementara, volume transaksi e-wallet mencapai 1,7 miliar kali. Total pengguna e-wallet di tanah air tercatat sebesar 63,6 juta. Angkanya pun diprediksi akan mencapai 202 juta pengguna pada 2025. Boku Inc. bersama Juniper Research melakukan survei ini kepada lebih dari 5.000 pengguna e-wallet di seluruh Brasil, India, Indonesia, Jepang, dan Rusia pada April dan Mei 2021. Tingkat toleransi kesalahan (margin of error) survei ini sebesar 3% dengan tingkat kepercayaan 95%. Di Indonesia, salah satu e-wallet yang sering digunakan adalah Gopay.

Gopay adalah suatu fitur metode pembayaran dari aplikasi ride hailing, Gojek. Saat ini Gopay dapat digunakan sebagai alat pembayaran elektronik yang mudah diakses dimana pun tidak terbatas hanya transaksi di dalam aplikasi Gojek yang dimana awalnya saat Gopay pertama kali hadir di Indonesia pada tahun 2016 hanya dapat digunakan untuk pembayaran transaksi di dalam aplikasi Gojek. Yang kemudian sejak tahun 2018 Gopay sudah dapat digunakan sebagai alat pembayaran di merchant lain selain transaksi di dalam aplikasi Gojek dan dapat digunakan sebagai pembayaran listrik, pembelian pulsa sampai dapat untuk pembelian baju. Dengan perkembangan digital gopay terus mengupdate fitur – fitur baru agar penggunaanya tetap setia dan makin sering menggunakan aplikasi gopay. Dalam layanan aplikasi gojek, gopay sangat mudah untuk di top up atau di isi

ulang dengan cara transfer via e-money, supermarket ataupun lewat driver gojek. Keunggulan gopay dapat dilihat dari cara pembayarannya yang mudah, mendaftarkan akunnya mudah, banyak promo diskon dan cashback. Kendati demikian menurut data dari databoks.com tentang grafik jumlah pengguna e-wallet, gopay masih berada di peringkat ke 2 kalah dengan pesaingnya ovo.



Sumber: Databoks.com diakses 2 juli 2022

Gambar 1.2. Survei Jumlah Pengguna Dompet Digital 2021

Survei tersebut dilakukan oleh Daily Social yang menunjukkan OVO menjadi aplikasi e-wallet yang paling banyak digunakan. Sebanyak 58,9% responden pengguna e-wallet mengaku menggunakan OVO. OVO hanya unggul sedikit dari Gopay yang dipakai oleh 58,4% responden. Selanjutnya, ShopeePay berada di peringkat ketiga dengan persentase pemakaian oleh 56,4% responden. Dana berada di posisi keempat dengan pengguna sebanyak oleh 55,7% responden. Dana juga menjadi e-wallet keempat yang digunakan

oleh lebih dari 50% responden. E-wallet lainnya memiliki penggunaan di bawah 50%. Beberapa di antaranya adalah Gopay yang dipakai oleh 18,4% responden, PayTren oleh 3% responden dan i.saku 2,9%. Dari survei tersebut dapat disimpulkan, jumlah pengguna Gopay yang masih kalah jika dibandingkan dengan jumlah pengguna e-wallet OVO, mengindikasikan akan rendahnya keputusan pembelian menggunakan e-wallet Gopay.

Menurut Sangadji dan Sopiah Keputusan pembelian adalah tahap proses pengambilan keputusan sampai konsumen benar-benar membeli produk (Tjondrokoesoemo dalam Njoto dan Sienatra, 2018:614). Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Amstrong dalam Farisi, 2018:693). Keputusan pembelian merupakan salah satu konsep dari Keamanan baik individu, kelompok ataupun organisasi yang menetapkan suatu pilihan yang dianggap memuaskan atau menguntungkan. Konsumen akan memproses berbagai informasi berdasarkan beberapa aspek yang berakhir pada konsumen memutuskan untuk membeli dan menggunakan suatu barang atau layanan. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Menurut penelitian Susanto et al (2021) keamanan, kualitas informasi dan kepercayaan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli dan menggunakan suatu barang atau layanan. Mutiara dan Wibowo juga menunjukkan kepercayaan, keamanan dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (2020). Lain halnya dengan penelitian Humaidi et al (2022) yang mengatakan keputusan

pembelian dipengaruhi oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan fitur layanan serta penelitian Maulana dan Nasir (2021) yang mengatakan kualitas informasi dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai faktor dari keputusan pembelian. Maka penulis simpulkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas informasi, kepercayaan, keamanan, kualitas produk, persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, serta fitur layanan. Berdasarkan hal tersebut penulis memilih faktor persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan sebagai variabel yang akan penulis teliti dalam penulisan kali ini.

Menurut Wahyuningtyas & Widiastuti (2015:113) kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi perilaku seseorang, jika seseorang memiliki persepsi yang sangat tinggi terhadap kemudahan dalam menggunakan suatu sistem maka tentunya tingkat penggunaan suatu sistem tersebut juga akan semakin tinggi. Kemudahan penggunaan menjadi unsur yang sangat penting dan harus ada dalam suatu sistem beranjak dari esensi dari teknologi itu sendiri yang bertujuan untuk memudahkan kegiatan sehari-hari manusia. Jika suatu sistem memiliki interface dan pengoperasian yang rumit maka pengguna cenderung malas menggunakannya. Pada kasus Gopay sendiri, jika Gopay tidak berusaha untuk semakin mempermudah proses alur transaksi (tanpa harus mengabaikan aspek keamanan) maka konsumen akan cenderung malas untuk bertransaksi menggunakan Gopay dan ini akan berdampak pada rendahnya keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bunga Syafira Nugraha Sukmawati dan Cut Irna Setiawati

(2021) menunjukkan pada hasil penelitiannya bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi keputusan pembelian dengan sangat baik. Penelitian I Gusti Ngurah Satria Wijaya et al (2022) juga menunjukkan adanya pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian. Namun ada kesenjangan pada penelitian Hartono dan Suryantini (2017) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain kemudahan penggunaan, keamanan juga merupakan faktor penting pada keputusan pembelian menggunakan e-wallet Gopay. Dalam penyediaan jasa layanan berbasis keuangan, keamanan merupakan hal mutlak yang wajib ada. Karena jika berurusan dengan keuangan keamanan merupakan prioritas utama yang diperhatikan pengguna. Menurut Rahardjo (2005:2) keamanan adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Pada tahun 2020 Jefryansyah dan Muhajirin melakukan penelitian mengenai pengaruh keamanan beserta variabel lain terhadap keputusan pembelian. Hasilnya menunjukkan pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan. Senada dengan penelitian Dani Iskandar dan Muhammad Irfan Bahari Nasution (2019) yang juga menunjukkan adanya pengaruh keamanan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dedek Susanto dkk (2021). Hasil penelitian menunjukkan variabel keamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hal tersebut, penulis melakukan pra survei dengan menanyakan kepada 20 responden yang menggunakan e-wallet Gopay menggunakan kuesioner untuk mengetahui tanggapan responden mengenai faktor persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian yang dapat dilihat pada table tanggapan hasil responden di bawah ini.

Tabel 1.1
Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Kemudahan Penggunaan
Pada E-Wallet Gopay di Bekasi Barat

No.	Pertanyaan	Nilai Rata Rata
1	Gopay merupakan <i>e-wallet</i> yang mudah digunakan	3,65
2	Tampilan menu pada aplikasi Gopay tidak rumit	3,95
3	Saya tidak merasa kesulitan dalam berpindah menu dalam aplikasi Gopay	3,85
4	Gopay sangat membantu saya dalam melakukan pembayaran ketika saya tidak memiliki uang tunai	3,9
5	Go-pay menghemat waktu bertransaksi	3,95
	Rata-Rata Total	3,86

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan tabel diatas terlihat dari 5 pertanyaan yang diajukan kepada 20 responden mengenai tanggapan mereka terhadap kemudahan pada penggunaan e-wallet Gopay menghasilkan rata-rata nilai 3,86 yang tergolong cukup tinggi. Menandakan bahwa Gopay memiliki nilai kemudahan dalam penggunaan yang baik menurut para responden.

Tabel 1.2.
Tanggapan Responden Mengenai Keamanan Pada *E-Wallet* Gopay di
Bekasi Barat

No.	Pertanyaan	Nilai Rata Rata
1	Saya merasa aman dalam bertransaksi menggunakan Gopay	3,7
2	Gopay menjamin saldo kembali 100% jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti fraud atau semacamnya	3,45
3	Fitur verifikasi pada aplikasi Gopay sudah sangat baik	3,95
4	Gopay sudah terdaftar dan diawasi oleh OJK membuat saya merasa aman bertransaksi ataupun menyimpan uang saya di Gopay	3,25
5	Penanganan pelayanan customer pada Gopay yang tersedia 24 jam	4
	Rata-Rata Total	3,67

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan tabel diatas terlihat dari 5 pertanyaan yang diajukan kepada 20 responden mengenai tanggapan mereka terhadap keamanan pada e-wallet Gopay menghasilkan rata-rata nilai 3,67 yang juga tergolong cukup tinggi. Menandakan bahwa Gopay memiliki nilai keamanan yang baik menurut para responden.

Tabel 1.3.
Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Pada *E-Wallet*
Gopay di Bekasi Barat

No.	Pertanyaan	Nilai Rata Rata
1	Menggunakan Gopay sudah menjadi kebutuhan saya	2,45
2	Saya melakukan pembelian menggunakan Gopay setelah membandingkan dengan vendor-vendor lain.	2,8
3	Saya akan melakukan pembelian ulang	2,8
4	Saya akan merekomendasikan Gopay kepada orang lain	3,1
5	Saya sering mencari informasi tentang Gopay di berbagai media	3,5
	Rata-Rata Total	2,93

Sumber : Hasil Olah Data 2022

Namun berbeda dari hasil 2 pra survei sebelumnya, dari 5 pertanyaan yang diajukan kepada 20 responden tanggapan mereka terhadap keputusan pembelian pada e-wallet Gopay masih kurang baik ditunjukkan dari hasil rata-rata nilai yang hanya sebesar 2,93. Nilai ini tergolong rendah dan menandakan bahwa keputusan pembelian konsumen pada e-wallet Gopay masih belum cukup tinggi.

Berdasarkan fenomena, gap dan hasil pra survei yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengetahui lebih lanjut mengenai hubungan antara variabel persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan terhadap keputusan pembelian nantinya akan dijawab melalui penelitian dengan judul “PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN E-WALLET GOPAY DI BEKASI BARAT”.

1.2. Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah

1.2.1. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, penulis membatasi permasalahan dalam penelitian hanya pada variabel yang paling dominan yaitu persepsi kemudahan dan keamanan. Karena keterbatasan waktu, tenaga dan dana penulis juga membatasi wilayah penelitian penulis hanya di sekitar wilayah Bekasi Barat saja.

1.2.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang tersebut di atas, peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Tingkat penggunaan gopay masih kalah dibanding pesaingnya ovo
2. Tingkat keputusan pembelian menggunakan e-wallet gopay masih rendah berdasarkan pra-survei yang menunjukkan nilai rata-rata sebesar 2,93 meskipun nilai rata-rata untuk variabel lainnya tinggi.

1.2.3. Perumusan Masalah

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *e-wallet* Gopay di Bekasi Barat?
2. Apakah Keamanan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *e-wallet* Gopay di Bekasi Barat?

3. Apakah keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *e-wallet* Gopay di Bekasi Barat?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *e-wallet* Gopay di Bekasi Barat.
2. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *e-wallet* Gopay di Bekasi Barat.
3. Untuk mengetahui apakah keamanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *e-wallet* Gopay di Bekasi Barat.

1.4. Manfaat Penelitian

Yang menjadi manfaat dalam tulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Ilmiah

Untuk membantu dalam menentukan kebijakan-kebijakan atau keputusan, yang nantinya digunakan dalam menyelesaikan suatu masalah yang sedang dihadapi.
2. Kegunaan Secara Praktis
 - a. Bagi Penulis
 - 1) Untuk menambah wawasan dalam penggunaan *e-wallet*, baik bagi para peneliti maupun orang-orang yang menerapkan hasil penelitian ini.

- 2) Untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi yang mengambil konsentrasi Pemasaran di Universitas Darma Persada.
- b. Bagi Perusahaan
- 1) Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan solusi terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan keputusan pembelian dengan metode pembayaran Gopay dan akan menjadi keputusan guna menentukan kebijakan.
 - 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan terhadap pihak Gopay sebagai tambahan informasi dan pertimbangan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat guna membuat banyaknya pengguna Gopay.
- c. Bagi Akademis
- 1) Merupakan bahan referensi untuk semua adik tingkat yang akan mencapai tahap pembuatan skripsi pada tahun-tahun mendatang mengenai keputusan pembelian.
 - 2) Penulisan ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pengetahuan yang lebih luas dalam bidang manajemen Pemasaran khususnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian di dalam penggunaan E-wallet atau E-wallet. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan atau referensi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya