

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi selalu menunjukkan kecepatan pada inovasi untuk tuntutan perubahan di masa kini dan nanti. Para pengguna pasar pun juga memanfaatkan internet dalam upaya meningkatkan peluang usahanya. Salah satunya adalah perubahan pada alat pembayaran.

Awal mula masyarakat yang dulunya menggunakan alat pembayaran uang tunai kini telah mulai mengenal dan membiasakan diri untuk menggunakan pembayaran secara non tunai dalam melakukan berbagai kegiatan transaksi pembayaran sehari-hari. Salah satu instrument pembayaran non tunai yang saat ini berkembang di Indonesia adalah dompet elektronik atau yang kita kenal dengan nama dompet digital.

Dompot Elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran, antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat menampung dana untuk melakukan pembayaran. (www.bi.go.id/)

Dompot elektronik berfungsi hampir sama dengan dompet saku. Dompot elektronik pertama kalinya diakui sebagai sebuah metode untuk menyimpan uang dalam bentuk elektronik, namun kemudian menjadi populer karena cocok untuk menyediakan cara yang nyaman bagi pengguna [internet](#) untuk menyimpan dan menggunakan informasi berbelanja secara daring (*online*). (Wikipedia.org)

Pesatnya penggunaan ponsel pintar di kalangan masyarakat mendorong perusahaan telekomunikasi juga ikut dalam bagian dalam menciptakan uang elektronik berbasis server atau elektronik wallet. Lembaga riset digital marketing emarkerter memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif ponsel pintar di Indonesia mencapai kurang lebih 100 juta pengguna, sehingga alat pembayaran Dompot Elektronik di Indonesia terus bertransformasi mengikuti kebutuhan sistem pembayaran di bisnis *e-commerce* dan pelaku usaha Mikro Kecil dan Menengah. Persaingan bisnis pembayaran elektronik semakin lama semakin ketat.

Pertumbuhan merchant selaku penyedia layanan dan pengguna layanan itu sendiri pun begitu pesat seiring meningkatnya kesadaran dan kebutuhan masyarakat akan transaksi elektronik. Para penyedia layanan dituntut untuk terus berinovasi, memberi kemudahan dan melengkapi kebutuhan pasar. Persaingan yang dimaksud tidak hanya dari sisi teknologi, tapi sudah menuju ke persaingan tarif, kemudahan, keamanan, dan tingkat layanan (*service level*). Dengan begitu, para penyedia layanan wajib menjaga kualitas kinerjanya jika tidak ingin ditinggalkan oleh pelanggannya. Persaingan tersebut pun semakin menantang kreativitas Doku untuk senantiasa memberikan yang terbaik. (Mahribi, 2016).

Masuknya Dompot Elektronik ke berbagai daerah di Indonesia membuat setiap orang menggunakan terutama pelaku usaha. Dari kacamata pelaku usaha mikro kecil dan menengah, Dompot Elektronik memberikan dampak positif terhadap perkembangan usahanya.

Jumlah UMKM di Indonesia bertumbuh dengan pesat. Pada tahun 2017, Kemenkop-UKM mencatat bahwa jumlah UMKM di Indonesia mencapai 62,9 juta. Diperkirakan, jumlah ini akan terus naik mengingat, hal ini didukung oleh perkembangan teknologi yang semakin kencang. Salah satu bentuk teknologi yang juga digunakan oleh UMKM adalah dompot elektronik. Dompot elektronik membantu UMKM dalam urusan pembayaran dan pembukuan. Alasan kenapa mereka menggunakannya karena praktis dan membuat usaha mereka menjadi lebih mudah. (<https://www.paper.id/>)

Menurut Kominfo, hanya 8% dari 59,2 juta UMKM yang ada di Indonesia sudah *Go Online*. Dengan kata lain, mereka masih berpusat pada cara konvensional dalam berbagai macam sektor termasuk pembukuan. Pembukuan manual justru akan memperlambat proses kerja sebuah usaha dan cenderung melahirkan sejumlah kesalahan yang berakibat merugikan seperti, pembukuan yang salah dan waktu pengerjaan yang lama. Masalah pembukuan manual masih menjadi salah satu masalah pelik yang dialami oleh banyak UMKM di Indonesia. (<https://www.kominfo.go.id/2019>)

Untuk itu, pembukuan secara digital menjadi sebuah hal penting bagi UMKM dalam perkembangan usaha mereka. Masalah ini bisa diatasi dengan Dompot Elektronik serta pembayaran online yang membantu mereka. Dompot

Elektronik membantu UMKM dalam urusan pembayaran dan pembukuan. Alasan kenapa mereka menggunakannya karena praktis dan membuat usaha mereka menjadi lebih mudah. Kepraktisan ini juga dirasakan oleh masyarakat. Kepraktisan pembayaran membuat masyarakat dapat dengan mudah melakukan pembayaran dimana saja. Transaksi jual beli bisa dilakukan secara online antara penjual dan pembeli. Karena itu, faktor geografis dan waktu tidak lagi menjadi masalah. Tidak hanya itu, Dompet Elektronik juga dapat membantu UMKM dalam penyimpanan uang karena, uang yang tersimpan akan masuk kedalam rekening. Setelah itu, pembayaran yang masuk akan tercatat secara otomatis dalam sistem penyimpanan sehingga, pelaku usaha bisa mengeceknya secara langsung.

Untuk itu, perusahaan Go Jek Indonesia hadir menjawab tantangan dan permasalahan yang ada pada dunia usaha mikro kecil dan menengah khususnya di layanan Dompet Elektronik yang dinamakan dengan istilah Go-Pay

Go-Pay merupakan layanan dompet elektronik untuk mempermudah transaksi pembayaran secara online pada aplikasi Gojek yang bekerjasama dengan beberapa bank di Indonesia diantaranya Bank Mandiri, Bank BNI 46, Bank Central Asia, CIMB Niaga dan beberapa bank lainnya yang memiliki dukungan teknologi (Priyono, 2017). Hal ini, dimaksudkan untuk memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan, Mitra pengemudi (driver) Gojek dan pelaku usaha Mikro kecil dan Menengah dalam melakukan transaksi. Dengan kata lain, Gojek merupakan perusahaan yang mendukung financial technology dengan menjadi salah satu pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran secara mobile.

Dalam penerapannya Go-Pay, lebih dulu menggandeng UMKM untuk berkerja sama, lalu disusul OVO sebagai pesaingnya. Go-Pay dalam mewedahi UMKM ini juga berkerja sama sejumlah bank-bank yang di Indonesia dan saat ini GO-Food telah berkerja sama dengan lebih dari 400.000 merchant di mana 80% diantaranya merupakan UMKM kuliner yang telah merasakan manfaat perluasan pasar secara langsung. (www.gojek.com)

Berdasarkan riset oleh perusahaan riset global asal Prancis, Ipsos menyebutkan, dari empat perusahaan dompet digital di Indonesia, Gopay

mempunyai pengguna organik tertinggi dibanding lain, khususnya di kota-kota besar di Indonesia, seperti Jakarta. Penelitian melibatkan 500 responden di lima kota besar di Indonesia, yakni Jakarta, Semarang, Yogyakarta, Palembang dan Manado dengan metode wawancara tatap muka. Dominan responden yang didominasi oleh kalangan dari segmen milenial dan Generasi Z dengan kelas ekonomi menengah ke bawah yang memiliki potensi terbesar sebagai pengguna dompet digital. Penelitian ini dilakukan dari 20 Desember 2019 hingga 5 Januari 2020. 'Margin of error' dari penelitian ini adalah 2 persen. Hasilnya antara lain mayoritas atau sekitar 68 persen dari generasi muda Indonesia menggunakan dompet digital minimal satu hingga dua kali dalam seminggu dengan rata-rata nilai pengisian ulang (*top up*) sebesar Rp 140.663 setiap minggunya. Sebagian besar dari mereka menggunakan dompet digital pertama kali untuk pembayaran jasa transportasi daring sebesar 40 persen dan jasa pesan-antar makanan minuman 32 persen. Hasilnya juga menemukan bahwa Gopay merupakan dompet digital yang paling banyak dikenal oleh generasi milenial dan Z sebesar 58 persen, disusul dengan Ovo (29 persen), Dana (9 persen) dan LinkAja (4 persen). (www.lokadata.id/2020)

Penelitian ini tergolong unik karena untuk pertama kalinya ditanyakan kepada mereka tentang kesediaan mereka untuk tetap menggunakan dompet digital tanpa promo. Beberapa aspek yang diinginkan oleh konsumen dari dompet digital adalah kenyamanan 68 persen, promosi 23 persen dan keamanan 9 persen. (www.republika.com/2020)

Sementara jumlah unduhan aplikasi terbanyak dipegang oleh Go-Pay, OVO, Dana, LinkAja, dan i.saku. Kendati begitu, tidak disebutkan berapa jumlah pengguna aktif serta jumlah unduhan masing-masing e-wallet tersebut. Dominasi Go-Pay dan usikan bank Lebih lanjut, laporan ini mencatat dompet digital Go-Pay masih mendominasi pasar e-wallet di Tanah Air. Sejak kuartal IV-2017 hingga kuartal II-2019, Go-Pay tercatat tetap stabil menduduki peringkat satu untuk kategori platform Dompet Elektronik di Indonesia. (<https://tekno.kompas.com/2019>)

Berdasarkan pembahasan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN GO-PAY SEBAGAT ALAT PEMBAYARAN”**.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan fitur Go Pay sebagai alat pembayaran?
2. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat menggunakan fitur Go Pay sebagai alat pembayaran?
3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan fitur Go Pay sebagai alat pembayaran?
4. Apakah persepsi kemudahan, manfaat dan kepercayaan berpengaruh secara bersama terhadap minat menggunakan fitur Go Pay sebagai alat pembayaran?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan fitur Go-Pay sebagai alat pembayaran.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan fitur Go-Pay.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan fitur Go-Pay.
4. Untuk mengetahui pengaruh bersama persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan fitur Go Pay.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut:

- a) Bagi perusahaan Gojek

Sebagai tambahan bahan acuan bagi PT.Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek Indonesia) untuk semangat meningkatkan kualitas aplikasi Go-Pay dalam rangka menghadapi kebutuhan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia.

b) Bagi peneliti.

Sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama belajar di STEI Indonesia dan menambah wawasan guna membandingkan teori dan pelaksanaan dilapangan.

c) Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan dan pertimbangan dalam pengembangan penelitian ilmu yang sejenis.