

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sistem Teknologi informasi (STI) telah berkembang dengan sangat pesat. Jika diamati lebih rinci, setiap satu dekade, terjadi perkembangan yang cukup signifikan dari sistem teknologi informasi (STI). Dimulai dari era akuntansi pada tahun 1950, beranjak ke era operasional mulai tahun 1960, ke era informasi mulai tahun 1970, menuju ke era jejaring dimulai tahun 1980 sampai ke-era jejaring global di mulai tahun 1990, sistem teknologi informasi banyak sekali mengalami perubahan-perubahan (Jogiyanto, 2008:1). Pentingnya teknologi informasi dalam bisnis tidak diragukan lagi. Banyak perusahaan di dunia berkeinginan untuk mengubah dirinya menjadi pembangkit daya bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam *e-business*, *e-commerce*, dan usaha teknologi informasi lainnya yang global (Dwitama dan Mukhyi, 2012:139).

Saat ini Perkembangan ilmu pengetahuan pada bidang teknologi sangatlah cepat, seluruh kegiatan serta kebutuhan sangat mudah didapatkan cukup hanya melalui satu genggaman tangan. Dunia bisnis selalu diwarnai dengan perlombaan untuk menunjukkan keunggulan para masing-masing pelaku bisnis untuk meraih pangsa pasar. Keunggulan yang diberikan oleh para pelaku bisnis dapat bermacam-macam, mulai dari keunggulan dalam layanan, keunggulan dalam pemasaran, keunggulan dalam produksi, keunggulan dalam promosi, keunggulan dalam penjualan, dan lain-lainnya yang tentunya dengan adanya daya dukung teknologi informasi. Teknologi digunakan hampir dalam segala aspek kehidupan yang bertujuan untuk mempermudah manusia dalam melakukan seluruh aktivitasnya. Seperti dalam berkomunikasi, mendapatkan informasi, pendidikan, transportasi, pariwisata, keuangan dan bisnis.

Ekonomi merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, tentu manusia harus menyertakan ekonomi di dalamnya. Seiring berjalannya waktu, kolaborasi dari teknologi dan ekonomi sangatlah beragam, salah satunya yaitu transformasi dalam pembayaran tunai (*cash*) menjadi pembayaran non tunai (*non cash*). Pesatnya perkembangan

teknologi saat ini sangat mempengaruhi tatanan kehidupan baik dalam bidang sosial maupun ekonomi, yang pada awalnya jika kita ingin membayar sesuatu harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang tunai, kini kita dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan hanya dalam hitungan detik saja. Era ini disebut dengan era ekonomi digital dimana memasuki zaman yang memudahkan serta mengefesiensi waktu. Ekonomi digital adalah semua bentuk aktivitas ekonomi yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi agar lebih aman dan efisien.

Kategorisasi ekonomi digital terbagi menjadi tiga:

1. *On Demand Service*

On Demand Service adalah sistem pelayanan yang diberikan sesuai permintaan pelanggan atau klien.. Contoh : Grab, Go-Jek, dan IndiHome.

2. *Financial Technology*

Financial Technology adalah inovasi teknologi yang dikembangkan dalam bidang finansial sehingga transaksi keuangan bisa dilakukan dengan praktis, mudah, dan efektif.. Contoh : KitaBisa.Com, Kredivo, OVO, DANA, dan GOPAY.

3. *E-commerce*

E-commerce adalah penyebaran, penjualan, pembelian, serta pemasaran barang atau jasa yang mengandalkan sistem elektronik, seperti internet, TV, atau jaringan teknologi lainnya. Contoh: Buka Lapak, Blibli.com, Shopee, dan Tokopedia.

Dalam bidang keuangan muncul istilah *financial technology* atau yang biasa dikenal sebagai *fintech*. *Financial technology* adalah bentuk usaha yang bertujuan menyediakan layanan finansial dengan menggunakan perangkat lunak dan teknologi modern. Salah satu tujuan adanya *fintech* yaitu untuk memudahkan masyarakat dalam mengakses produk-produk keuangan dan menyederhanakan segala bentuk proses transaksi. Kemajuan teknologi dalam instrumen pembayaran mulai menggeser peranan uang tunai sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih mudah dan efisien serta dapat menghindari

penggunaan uang palsu sehingga konsumen tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah yang besar agar dapat mengurangi resiko tindak kriminalitas.

Kehadiran uang elektronik sebagai alat pembayaran dengan nilai uang telah tersimpan secara elektronik pada *server* maupun kartu, kini kian marak di seluruh kalangan masyarakat. Adapun alasan yang membuat uang elektronik menjadi sangat populer yaitu karena para penggunanya telah gencar menggunakan uang elektronik untuk bertransaksi baik di toko *online* maupun toko *offline*. Saat ini masyarakat telah menyadari akan pentingnya alat transaksi yang tidak bersifat fisik, baik kertas maupun logam, yaitu dengan menggunakan uang elektronik.

Penggunaan *fintech* di masyarakat mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu, misalnya untuk *fintech-fintech* di sistem pembayaran (termasuk *e-money* dan *e-wallet*), P2P *lending*, dan investasi ritel di pasar modal. Statistik Bank Indonesia (BI) menunjukkan terdapat 406.332.079 transaksi uang elektronik di bulan November 2020, dengan nilai transaksi mencapai lebih dari Rp19,34 triliun. Penyaluran pinjaman baru melalui penyelenggara *fintech* P2P *lending* di bulan Desember 2020 adalah sejumlah Rp74,41 triliun (atau meningkat 26.47% YoY; Sumber: Statistik OJK). Nilai transaksi uang elektronik terus bertambah mendekati akhir. Hingga Oktober 2021, transaksi uang elektronik tumbuh 55,54% yoy menjadi Rp 29,23 triliun. Bank Indonesia (BI) menyebut, peningkatan transaksi tersebut seiring dengan maraknya belanja daring selama pandemi. Dibarengi kemudahan sistem pembayaran digital dan akselerasi digital banking.

Tabel 1. 1 Jumlah Transaksi Uang Elektronik

Periode	Volume	Nominal (Rp Juta)
2016	683.133.352	7.063.689
2017	943.319.933	12.375.469
2018	2.992.698.905	47.198.616
2019	5.266.666.919	145.165.468
2020	4.625.703.561	204.909.170
2021	5.450.400.276	281.299.988

(Sumber : Bank Indonesia, Data Diolah)

Berdasarkan laporan dari Boku Inc. bertajuk ‘Mobile Wallets Report 2021’, 73% masyarakat Indonesia menggunakan dompet digital (*e-wallet*) karena mereka membutuhkan pembayaran secara daring. Angka ini tepat di bawah dengan angka metode transfer bank. Dengan demikian, masyarakat sudah mulai semakin ramah dengan kedua jenis alat pembayaran digital tersebut. Begitu juga tidak lepas dari peran pemerintah yang terus-menerus mengajak masyarakat untuk beralih ke pembayaran nontunai karena dengan menggunakan pembayaran non tunai makan akan lebih hemat, efisien, dan memiliki jangkauannya lebih luas ketimbang menggunakan pembayaran tunai.

Di Indonesia, industri *fintech* juga telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari semakin meningkatnya jumlah penyelenggara yang memiliki lisensi serta yang melakukan pendaftaran lisensi pada regulator terkait; meningkatnya jumlah dan volume transaksi di masyarakat; serta makin beragamnya jenis layanan keuangan digital yang ditawarkan oleh penyelenggara *fintech*. AFTECH merupakan asosiasi resmi yang ditunjuk oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai Asosiasi Penyelenggara Inovasi Keuangan Digital (IKD) – atau Self Regulatory Organization (SRO) pada tanggal 9 Agustus 2019 berdasarkan surat penunjukan Nomor : /MS.72/2019. Jumlah penyelenggara *fintech* yang menjadi anggota AFTECH, misalnya, telah meningkat pesat sepanjang 5 (lima) tahun dari 24 perusahaan di tahun 2016 hingga sampai 369 perusahaan 2020 mewakili lebih dari 20 model bisnis. Secara agregat, pandemi tidak menghentikan pertumbuhan industri *fintech* dari sisi *supply*.

Tidak dapat dielakkan lagi bahwa berkembangnya *fintech* dapat mempermudah aktivitas dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Menurut Ma'ruf Amin selaku Wakil Presiden mengatakan Hadirnya *Fintech* dapat mendorong perekonomian Indonesia *fintech* berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi sebesar 0,45% dan produk domestik bruto (PDB) sebesar lebih dari 60 triliun. Dari data Otoritas Jasa Keuangan, total penyaluran pinjaman telah mencapai Rp 272,4 triliun dari 104 penyelenggara. Total penerima mencapai 71 rekening dan 789 ribu rekening pemberi pinjaman. Sepanjang 2021 sampai Oktober, *fintech lending* mampu menyalurkan pinjaman ke sektor produksi sebesar

Rp 67 triliun atau mencapai 53,63% dari total penyaluran. Ini menunjukkan peningkatan penyaluran aktiva produktif dari tahun ke tahun semakin tinggi.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan, Peran *financial technology* di Indonesia yaitu:

1. Mendorong pemerataan tingkat kesejahteraan penduduk,
2. Membantu pemenuhan kebutuhan pembiayaan dalam negeri yang masih besar ,
3. Mendorong distribusi pembiayaan nasional yang masih belum merata di 17.000 pulau,
4. Meningkatkan inklusi keuangan nasional, dan
5. Mendorong perkembangan UMKM melalui ekspor yang saat ini masih rendah.

Pandemi Covid-19 memaksa masyarakat untuk lebih banyak tetap berada didalam rumah. Kondisi tersebut mendorong mereka untuk mencoba beragam cara, guna mengakses serta mendapatkan produk dan layanan. Setelah Covid-19 mewabah, berbelanja secara seluler atau digital menunjukkan tren peningkatan. Masyarakat paling banyak bertransaksi menggunakan ponsel secara online. Pertumbuhannya mencapai angka 45%. Sebaliknya, berbelanja langsung di toko fisik berkurang hingga 50%. Meskipun pusat perbelanjaan sudah dibuka kembali, namun masyarakat masih waspada terhadap penularan covid-19 ketika sedang bertransaksi menggunakan uang tunai, padahal WHO belum memberi pernyataan resmi terkait penularan Covid-19 melalui uang tunai. Oleh karena itu, salah satu cara berbelanja yang aman dan terhindar dari virus di masa pandemi covid-19 yaitu dengan berbelanja secara online melalui aplikasi jual beli yang menggunakan pembayaran secara non fisik atau *e-wallet*.

E-wallet didefinisikan sebagai mata uang digital, dimana terdapat kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik (non tunai) dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain (Megadewandanu, Suyoto, & Pranowo, 2016). Menurut Ketua Bidang Ekonomi Digital Asosiasi E-commerce Indonesia (IDEA), Bima Laga. Penggunaan *e-wallet* pada masa

pandemi dinilai terus meningkat, selain efektif dan efisien penggunaan *e-wallet* juga berdampak positif terhadap beberapa hal misalnya dengan menggunakan *e-wallet* biaya transaksi akan semakin murah. *E-wallet* telah terintegrasi dengan layanan transportasi, aplikasi jual beli, dan pembelian pulsa atau pembayaran listrik. Di samping itu, *e-wallet* juga berkontribusi terhadap penurunan jumlah penderita Covid-19 karena meminimalisir kontak langsung dimasyarakat dibadnigkan dengan uang tunai.

Salah satu layanan uang elektronik berbasis server di Indonesia yaitu ShopeePay. ShopeePay merupakan salah satu dompet digital atau *e-wallet* yang diterbitkan oleh PT Airpay International Indonesia pada 28 November 2018 dan telah mendapatkan izin resmi dari Bank Indonesia pada Agustus 2018. Dari banyaknya penyedia layanan uang elektronik, ShopeePay menjadi salah satu yang bertumbuh paling pesat selama pandemi. ShopeePay mampu memenuhi kebutuhan transaksi pengguna secara non tunai menggunakan saldo yang tersimpan. Pengguna dapat menggunakannya baik di toko fisik maupun di *e-commerce* yang telah menjadi mitra. ShopeePay melampaui para pesaingnya yaitu Ovo dan GoPay selama pandemi Covid-19 berdasarkan data dari dua survey yang dilakukan oleh MarkPlus dan Snapcart.

Tabel 1. 2 sistem pembayaran elektronik berbasis aplikasi terpopuler di Indonesia

E-wallet	Penggunan	Jumlah Transaksi
Shopee	68%	29%
OVO	62%	25%
DANA	54%	20%
GoPay	53%	21%
LinkAja	23%	6%

(Sumber : Pressrelease.kontan.co.id, data diolah)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Perusahaan riset Neurosensum dengan melibatkan 1.000 orang responden pengguna aktif *e-commerce* berusia produktif (19-45 tahun) secara serentak di 8 kota besar di

Indonesia, yaitu kawasan Jabodetabek, kota-kota besar di pulau Jawa, serta kota besar lainnya di Indonesia, selama 3 bulan yaitu pada bulan November 2020 – Januari 2021. Hasil survei ke partisipan riset Neurosensum, dimana tercatat bahwa ShopeePay mendominasi sebesar (68%), diikuti oleh OVO (62%), DANA (54%), GoPay (53%), dan LinkAja (23%). ShopeePay juga tercatat memiliki transaksi tertinggi yaitu sebesar 29% dari total jumlah transaksi *e-wallet* di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan sejak tahun 2019 PT Airpay International Indonesia telah bekerja sama dengan berbagai perusahaan seperti *e-commerce* Shopee, restoran, kafe, asuransi, dan ribuan toko fisik atau merchant yang tersebar seluruh Indonesia. Jadi tidak heran jika ShopeePay memiliki banyak pengguna di berbagai kota Indonesia.

Faktor manfaat menjadikan pertimbangan bagi seseorang sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu layanan pembayaran digital. Persepsi kebermanfaatan merupakan sebuah pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan sebuah sistem dapat meningkatkan kinerjanya (Davis dalam Lai, 2017). Hal tersebut dapat diartikan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu tingkat kepercayaan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan performa pekerjaannya. Salah satu alasan ShopeePay cepat menjadi alat pembayaran digital favorit di antara masyarakat yang telah terbiasa menggunakan *e-wallet* sehari-hari yaitu karena ShopeePay menawarkan kecerdasan *UI/UX designer*, kesederhanaan pengalaman dalam *journey* pengguna sehingga tidak membingungkan penggunanya, serta didorong dengan jajaran promo menggiurkan – sehingga ShopeePay menjadi pesaing kuat di antara brand *e-wallet* lainnya di pasar saat ini.

Selain faktor manfaat ada faktor kemudahan yang menjadi faktor untuk dipertimbangkan oleh seseorang sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu layanan pembayaran digital. Menurut Davis mendefinisikan *Perceived ease of use* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan terbebas dari usaha (Kumala et al., 2020). PT Airpay International Indonesia selalu berusaha memberikan fitur dan tampilan dalam ShopeePay yang mudah dipahami dan mudah dipelajari serta mitra layanan pembayaran yang mudah ditemui oleh para pengguna.

Walaupun *e-wallet* menawarkan berbagai macam manfaat serta berbagai macam kemudahan bagi para konsumennya, akan tetapi, ada beberapa pihak yang masih enggan untuk menggunakan atau bertransaksi dengan *e-wallet*. Menurut Litter (dalam Falah, 2018) menyatakan bahwa keengganan seseorang dalam memanfaatkan teknologi keuangan disebabkan oleh adanya faktor ketidakpastian serta tidak aman dalam menggunakannya. Retannya peretasan yang digunakan di dalam teknologi keuangan salah satunya *e-wallet* menjadikan pengguna risau, disebabkan hal tersebut *e-wallet* ShopeePay diharuskan mempunyai sistem keamanan jaringan elektronik yang memadai supaya konsumen tidak terdampak atas tindak kejahatan salah satunya *hacking* serta tindakan menyalahgunakan data konsumen. Menjaga keamanan suatu data yang kuat di dalam suatu jaringan server tidaklah mudah, dimana sejumlah kendala bisa terjadi yang dimana mengakibatkan hilangnya minat konsumen untuk terus menggunakan ShopeePay dikemudian hari, hal ini dikarenakan konsumen akan menggunakan ShopeePay ketika keamanan dari ShopeePay dinilai baik.

Sati Rasuanto selaku Wakil Sekretaris Jendral IV Aftech dan Co-founder CEO VIDA mengatakan bahwa Penggunaan layanan identitas digital yang aman seperti tanda tangan elektronik yang tersertifikasi bisa menjadi solusi yang dapat meminimalisasi peluang penyalahgunaan data pribadi karena mampu melakukan verifikasi data pengguna secara aman. Dalam jangka panjang, identitas digital yang aman dapat meningkatkan rasa aman dan kepercayaan masyarakat terhadap *fintech* dan optimisme terhadap ekonomi digital nasional. Identitas digital adalah berbagai informasi *online* atau catatan digital tentang individu maupun suatu lembaga seperti tanggal lahir, nomor paspor, riwayat medis, dan bisa juga berupa rekam jejak aktivitas digital seperti postingan di media sosial, riwayat *web search*, dan sebagainya. Identitas digital menggunakan sistem autentikasi dan keamanan yang canggih untuk mencegah pemalsuan, pencurian, ataupun kehilangan.

Aktivasi ShopeePay sangat mudah dan dapat dilakukan dengan cepat hanya dengan mengunduh aplikasi shopee di Play Store atau App Store kemudian masuk ke halaman ShopeePay dan memasukkan kode verifikasi yang dikirim ke nomor ponsel yang terdaftar dalam akun kemudian atur PIN ShopeePay. Dengan demikian ShopeePay merupakan alat pembayaran non tunai yang mudah digunakan dimana

dan kapan saja sehingga dapat mendorong minat pengguna untuk menggunakan kembali *e-wallet* ShopeePay. Jika mengalami kesulitan dalam melakukan verifikasi akun, kita dapat menghubungi *customer service* ShopeePay atau mengunjungi laman help.shopee.co.id. ShopeePay akan membantu dan memberikan pengalaman belanja hemat serta cepat sembari memaksimalkan seluruh fitur yang ditawarkan.

Kasus kebocoran data pribadi sedang marak terjadi di Indonesia pada saat ini. Masyarakat harus waspada terhadap penggunaan lembaga atau produk keuangan agar tak ada oknum yang menyalahgunakan data pribadi. Hasil riset Katadata Insight Center (KIC) bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menunjukkan, mayoritas masyarakat menilai bahwa *e-wallet* merupakan produk keuangan yang paling rentan terhadap kebocoran data pribadi. Persentasenya mencapai 36,6%. Selain *e-wallet*, sebanyak 30,2% responden menilai rekening bank merupakan produk keuangan yang paling sering rentan terhadap kebocoran data. Lalu, ada pula responden yang menilai bahwa internet banking dan mobile banking juga rentan terhadap kebocoran data dengan masing-masing persentase 21% dan 20,6%. Kemudian, sebanyak masing-masing 20,5% dan 16,3% responden menilai bahwa ATM bank dan kartu kredit juga rentan terhadap kebocoran data. Kemudian, ada 12,3% responden mengatakan SMS banking rentan terhadap kebocoran data dan sebanyak 22,9% responden tak menjawab. Adapun riset ini dilakukan terhadap 11.305 responden yang tersebar di 34 provinsi di Indonesia.

ShopeePay terus meningkatkan fitur keamanan layanannya secara konsisten demi kenyamanan para pelanggan saat bertransaksi. upaya terbaru yang dilakukan ShopeePay untuk menjamin keamanan transaksi adalah dengan menghadirkan fitur rekognisi wajah dan sidik jari (*scan finger*) untuk menyelesaikan pembayaran, baik secara *online* maupun *offline*. Kehadiran fitur baru tersebut merupakan respons dari ShopeePay terhadap meningkatnya transaksi digital, terutama di tengah pandemi Covid-19. Selain fitur rekognisi wajah dan sidik jari, ShopeePay telah melengkapi berbagai fitur keamanan lain, seperti *One-Time Password* (OTP), *Personal Identification Number* (PIN), dan notifikasi yang otomatis berlaku sejak pengguna mengaktifkan akun. Fitur keamanan berlapis ini telah sesuai dengan peraturan pemerintah Indonesia dan berstandar global (Money.kompas.com).

Schiffman et al., (2015) mendefinisikan persepsi risiko sebagai ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen Ketika mereka tidak dapat meramalkan konsekuensi yang mungkin dialami dari keputusan pembelian mereka. Hasil dari keputusan pembelian yang sering kali tidak pasti tersebut, membuat konsumen merasakan adanya tingkat risiko tertentu dalam keputusan pembeliannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN, DAN RISIKO TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN SHOPEEPAY”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan ShopeePay ?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan ShopeePay ?
3. Apakah risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan ShopeePay?
4. Apakah persepsi manfaat, kemudahan, dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan ShopeePay?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap minat bertransaksi menggunakan ShopeePay.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat bertransaksi menggunakan ShopeePay.
3. Untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan ShopeePay.

4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, dan risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan ShopeePay

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah diuraikan, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi peneliti

Dengan penelitian ini, penulis dapat mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, dan Risiko terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan ShopeePay, Selain itu, penelitian ini digunakan sebagai pemenuhan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bacaan untuk peneliti selanjutnya, dengan pembahasan topik yang hampir sama.

3. Bagi perusahaan

Diharapkan dengan penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dan landasan untuk memenuhi harapan dan keinginan pelanggan untuk mencapai keputusan pembelian, sehingga perusahaan dan konsumen mengetahui bagaimana pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, dan risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan shopeepay.