

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan ekonomi yang sudah era digital saat ini, perkembangan teknologi di Indonesia juga semakin maju dan apalagi saat ini Indonesia mulai merasakan kehadiran Dompot digital atau bisa disebut nilai uang yang tersimpan pada jaringan ataupun kartu tertentu dan kini telah menjadi sangat populer di kalangan masyarakat karena penggunaannya semakin banyak sebab mudah dalam pengaplikasiannya dan juga praktis dalam menggunakannya.

Dompot digital tempo ini sedang dalam masa kenamaan dikarenakan sejumlah fitur yang ada di aplikasi uang elektronik sangat mudah serta banyaknya pengguna yang memakai di masyarakat Indonesia membuat aplikasi tersebut menjadi sangat populer dan sangat terkenal sangat pesat sebagai salah satu opsi media untuk pembayaran karena Dompot digital bukan hanya bisa digunakan untuk berbelanja online saja akan tetapi bisa juga untuk membayar belanja secara offline, pada masa seperti saat ini masyarakat Indonesia mulai sadar akan adanya suatu alat transaksi yang mudah dan tidak berbentuk fisik dan untuk pengguna uang elektronik di Indonesia mengacu pada data Bank Indonesia (BI) jumlah uang elektronik yang beredar terus meningkat dari tahun ke tahunnya dengan angka sebesar 575,323,419 pada akhir tahun 2021 yang dimana meningkat jauh dari tahun 2020 yang pada saat itu angkanya berada pada 432,281,380.

Dalam hal perlindungan data nasabah atau konsumen Bank Indonesia telah mengeluarkan undang-undang mengenai perlindungan nasabah pengguna uang elektronik atau dompot digital yang dimana peraturan atau undang-undang tersebut masuk pada Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/1/PBI/2014 tentang Perlindungan Konsumen Penyelenggara Sistem Pembayaran (PBI Perlindungan Konsumen) yang dimana di dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa hal-hal yang harus dipatuhi dan dijalankan oleh penyelenggara atau perusahaan pengelola dilarang untuk membuat dan mencantumkan klausula baku, dan penyelenggara wajib menyediakan sistem yang

sudah teroganisir dan penyelenggara atau perusahaan wajib bertanggung jawab atas segala sesuatu hal yang membuat kerugian bagi para konsumen atau

nasabah dan juga penyelenggara wajib memberikan sarana yang memudahkan konsumen untuk memperoleh informasi dan yang paling utama adalah untuk menjaga kerahasiaan data konsumen, Menurut penjelasan yang ada pada pasal 8 Undang-Undang No.23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 3 tahun 2004 (UU Bank Indonesia).

Tabel 1.1 Jumlah Uang Elektronik Yang Beredar

Periode	Jumlah Uang Elektronik Yang Beredar
2015	34,314,795
2016	51,204,580
2017	90,003,848
2018	167,205,578
2019	292,299,320
2020	432,281,380
2021	575,323,419

(Sumber: Bank Indonesia)

Bank Indonesia memiliki tanggung jawab dan wewenang dalam mewujudkan sistem pembayaran yang efisien, cepat, aman dan handal. Salah satu bentuk pelaksanaan tanggungjawab dan wewenang tersebut adalah dengan adanya pengawasan terhadap sistem pembayaran agar sistem pembayaran berjalan dengan efisien, cepat, aman dan handal.

Bukan hanya dalam peredaran uang elektronik saja yang selalu meningkat, pertumbuhan transaksi yang menggunakan uang elektronik juga meningkat dari tahun ke tahun dengan penyebabnya karena pada masa pandemi covid 19 ini masyarakat ingin menurunkan resiko terkena covid 19 melalui kontak langsung dalam belanja atau menggunakan uang dalam bentuk fisik menjadi uang digital atau uang elektronik dengan data yang diberikan oleh Bank Indonesia sebesar Rp. 204,909,170 selama tahun 2020 dan pada tahun 2021 meningkat menjadi Rp. 35,100,099.84 sepanjang tahun 2021 dengan rincian dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 1.2 Jumlah Transaksi Uang Elektronik

Periode	Volume (Juta)	Nominal (RP Triliun)
2015	535,579,528	5,283,017.65
2016	683,133,352	7,063,688.97
2017	943,319,933	12,375,468.72
2018	2,922,698,905	47,198,616.11
2019	5,226,699,919	145,165,467.60
2020	4,625,703,561	204,909,170
2021	602,293,039	35,100,099.84

(Sumber : Bank Indonesia, data diolah Peneliti)

Dalam masa pandemi covid 19 ini perilaku konsumen khususnya yang ada di Indonesia berubah dan dipaksa untuk tetap di rumah untuk melakukan apapun termasuk untuk berbelanja, pada saat diam diri di rumah masyarakat akan memiliki banyak waktu yang ada dan mencoba segala sesuatu demi bisa dapat memenuhi kebutuhan hidupnya melalui jaringan internet dengan cara berbelanja secara online dan tanpa harus berbelanja secara offline.

Dengan sebab tersebut, salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan dan juga untuk agar terhindar dari virus di masa pandemic covid 19 berbelanja secara online dan menggunakan e wallet atau uang digital maka akan menurunkan resiko masyarakat terkena atau terpapar virus covid 19, yang pada umumnya atau sebelumnya seluruh kegiatan transaksi masyarakat Indonesia kebanyakan menggunakan uang tunai yang memiliki nominal uang untuk transaksi sebagai alat pembayaran tetapi kini masyarakat di permudah dengan adanya e wallet atau uang digital sebagai alat pembayaran yang sah dan juga saat ini sudah diawasi langsung oleh Bank Indonesia dalam proses penggunaan dan aturan nya dan saat ini dengan cepatnya perkembangan teknologi informasi semakin membuat efisien juga dalam berbelanja.

Dalam menggunakan e wallet akan sangat membantu karena sangat mudah dan praktis dengan cara pindai kode QR melalui Handphone atau memasukan nomer pembayaran yang diberikan maka akan bisa langsung bisa membayar dengan cara seperti itu resiko terkena virus akan rendah karena tidak berkontak langsung dengan

penjual dan tidak bersentuhan akan tetapi penggunaan e-money masih harus berkontak langsung karena masih menggunakan chip pada kartu.

Ketua Bidang IDEA (Ekonomi Digital Asosiasi E-commerce Indonesia) memberikan pendapatnya pada republika.co.id tahun 2020 tentang penggunaan e-wallet pada pandemic terus menaik, dengan alasan selain efektif juga efisien penggunaan e wallet juga memiliki dampak yang positif pada beberapa bagian seperti rendahnya biaya transaksi karena beberapa aplikasi e wallet sudah bekerja sama dan terintegrasi langsung dengan layanan transportasi, online shop/ecommerce , dan pembayaran listrik sampai pembelian pulsa.

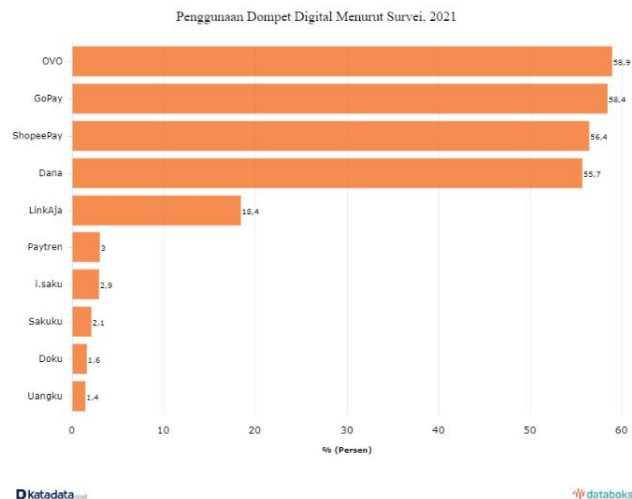
Menurut Hutami dan Septyarini (2018), electronic wallet atau ewallet sendiri merupakan aplikasi daring berisi sejumlah uang atau dana yang diciptakan untuk mempermudah konsumen dalam melakukan pembayaran produk secara non tunai. perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia yang sudah mulai serba digital akan mempengaruhi perkembangan transaksi yang ada seperti salah satu contohnya adalah banyak bermunculnya beragam jenis pembayaran online, aplikasi digital, dan ecommerce yang menjadi pesaing atau bahkan akan menggantikan penjualan offline akan menjadi serba online, usaha jasa yang saat ini menggunakan perkembangan teknologi dalam pelayanannya salah satunya adalah aplikasi DANA.

DANA adalah salah satu layanan uang elektronik yang sudah beroperasi di Indonesia yaitu sebuah aplikasi dompet digital yang dibuat atau diterbitkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe (“EDIK”) yang merupakan pemegang lisensi dan sudah mendapatkan perizinan untuk dapat bisa mengoperasikan uang elektronik di Indonesia dan berdiri pada 5 Desember 2018 dan DANA bukan hanya memiliki lisensi sebagai dompet digital saja tetapi DANA juga memiliki lisensi diantaranya seperti Uang Elektronik, Kirim Uang, dan Likuiditas Keuangan Digital (LKD) yang memiliki slogan “ Ganti Dompet “ menjadi sebuah arahan jelas bahwa DANA ingin segala keuangan yang ada di Indonesia bukan hanya melalui tunai saja akan tetapi bisa melalui jaringan internet dengan segala kemudahan yang ada di dalamnya dan sudah mendukung pembayaran secara online bahkan offline.

Berdasarkan hasil survei yang didapatkan dan dilakukan oleh DailySocial pada bulan Desember 2021 dengan melibatkan 1.500 responden tentang produk e money atau dompet digital yang menjadi produk keuangan paling banyak digunakan

oleh masyarakat Indonesia adalah di posisi pertama ada aplikasi OVO dengan dompet digital paling banyak digunakan dengan persentase sebanyak 58,9% di posisi kedua ada GoPay dengan persentase 58,4% lalu di ikuti dengan ShopeePay 56,4%, DANA 55,7% dan dompet digital lainnya di bawah 50% seperti LinkAja 18,4% PayTren 3% dan iSaku 2,9% dan dilihat dengan diagram sebagai berikut

Gambar 1.1 Survei Mengenai Penggunaan Dompet Digital Di Indonesia



(Sumber : Databoks Penelitian DailySocial)

Dan menurut Survei Kadence International Indonesia memberikan informasi bahwa pemilihan konsumen untuk memakai dompet digital memiliki ciri khas nya tersendiri dari sisi konsumen, hal tersebut diungkap dalam riset yang memiliki judul “Pengguna dan Perilaku Pengguna Pmebayaran Digital dan Layan Keuangan di Indonesia” dengan responden mencapai 1000 di beberapa kota besar yang ada di Indonesia seperti Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Makassar, Medan dan Palembang dengan meneliti perilaku konsumen aktif 14 aplikasi pembayaran digital.

Pada survei tersebut responden menyuarakan bahwa memakai aplikasi dompet digital setidaknya 2-3 kali dalam 1 bulan dan bahkan 44% diantaranya ada yang memakai sampai 4x dalam seminggu dengan tujuan untuk pembelian pulsa, pesan makan, berbelanja, membayar taguhan, dan transportasi. Berdasarkan hasil survei yang di dapatkan sebanyak 3 aplikasi yang mendominasi yang dimana sering digunakn berturut turut oleh konsumen dengan persentase sebagai berikut

Tabel 1.3 Survei Kadence Internasional Indonesia

Nama Aplikasi Dompot Digital	Persentase Penggunaan Konsumen
OVO	31%
GoPay	25%
ShopeePay	20%
DANA	19%
LinkAja	4%

(Sumber : Survei Kadence Internasional Indonesia)

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari hasil riset yang didapatkan Pengguna OVO dan GoPay sering menggunakan aplikasi tersebut untuk kebutuhan pemesanan makanan, dan untuk ShopeePay lebih banyak digunakan untuk pembayaran belanja online di E-Commerce, lalu DANA dan LinkAja digunakan oleh pengguna nya untuk kebutuhan top up dan pembayaran tagihan.

Untuk transaksi secara offline semuanya sama sama mendominasi untuk belanja di minimarket dengan digunakan lebih dari 70% pengguna kecuali GoPay sebesar 68%, untuk LinkAja kuat dalam pembayaran F&B merchant dan retail. OVO dan GoPay unggul dalam hal kepercayaan konsumen dengan pembayaran yang aman dan kemudahan dalam transaksi lalu untuk pengguna atau konsumen aplikasi DANA sebanyak 55% responden adalah laki laki dan 45% perempuan.

Dalam rangka untuk memperbaiki dan memperbaharui system untuk menghadapi pesaing nya DANA melakukan beberapa pembenahan dalam layanan nya dan DANA juga memperbaiki system pada aplikasi nya menjadi lebih mudah di mengerti dan praktis dalam pengaplikasian nya dan juga DANA telah bekerja sama dengan beberapa perusahaan dalam hal strategis pemasaran dengan focus pada tujuan untuk mengembangkan teknologi yang kedepannya akan menjadi sebuah penghubung bagi masyarakat Indonesia menuju transformasi keuangan digital yang ada di Indonesia.

Pertumbuhan transaksi yang saat ini beberapa sudah menggunakan system non tunai menjadi salah satu faktor yang menjadi peningkatan yang sangat pesat dalam penggunaan uang elektronik seperti DANA terus meningkat dengan

menggunakan e-money. Ditambah lagi dengan menggunakan aplikasi e-money seperti DANA customer akan dimanjakan dengan kemudahan pembayaran dan juga banyaknya potongan harga atau promo yang ditawarkan membuat masyarakat semakin menjadi lebih tertarik untuk menggunakan metode pembayaran digital dan beralih menggunakan uang elektronik.

Berdasarkan data yang di dapatkan dari Bank Central, dicatat bahwa dalam periode Juli 2019 masyarakat yang menggunakan pembayaran digital mencapai sekitar Rp. 12,93 triliun. Melihat dari angka tersebut menunjukkan peningkatan atau perkembangan yang sangat tinggi dan mencapai 200% lebih besar dari bulan yang sama pada tahun 2018 dan nilai tersebut menjadi nilai tertinggi sampai saat ini semenjak e-money pertama kali dirilis di Indonesia. Dompot digital atau e-wallet dapat diartikan sebagai uang yang digunakan dengan telepon genggam atau gawai melalui internet (Sulistiyowati et al., 2020) dalam (Dewi, 2021). Dompot digital adalah tempat atau wadah untuk menyimpan sejumlah uang elektronik yang dimiliki oleh masyarakat (A. P. Nasution et al., 2021).

Dompot digital merupakan suatu aplikasi yang memiliki basis server, dalam menggunakan nya pengguna harus terlebih dahulu mendaftar pada aplikasi tersebut untuk dapat bisa menggunakan aplikasi tersebut lalu setelah itu pengguna baru dapat menggunakan aplikasi tersebut.

Dalam menggunakan aplikasi DANA telepon atau handphone pengguna terlebih dahulu harus terhubung dengan layan internet karena tanpa ada atau terhubung dengan jaringan internet maka aplikasi tersebut tidak bisa digunakan atau tidak berjalan dengan lancar dalam penggunaannya. Untuk mengisi saldo pun pengguna aplikasi DANA di permudah dengan bisa melakukan top up melalui ATM dan merchant yang sudah bekerja sama dengan DANA dan untuk fitur keamanannya aplikasi DANA menggunakan kode pin untuk bisa dapat mengakses aplikasi tersebut.

Keputusan pengguna merupakan sesuatu yang harus diperhatikan karena akan menjadi pemikiran tentang bagaimana system promosi yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya (Pundi & D, 2017)

Keputusan pengguna yang dilakukan oleh konsumen di pengaruhi oleh beberapa faktor yang diantara lainnya adalah user experience dari pengguna aplikasi jasa yang di sediakan dan juga kemudahan dalam pengaplikasian aplikasi yang di

berikan, serta banyaknya potongan harga yang diberikan juga berberpengaruh pada kegiatan transaksi pengguna aplikasi dompet digital tersebut.

Keputusan pengguna yang didasari oleh user experience , discount, kemudahan akses dan menunjukkan hasil positif hal ini didukung oleh penelitian dari (Nindy, 2018) yang menunjukkan bahwa kemudahan dalam akses dan discount dapat berpengaruh pada sebuah keputusan pembelian dan juga penelitian dari (Nisrina, 2021) yang menunjukkan bahwa pengalaman pengguna sangat berpengaruh pada keputusan pengguna dan oleh karena itu penelitian dilakukan untu memberikan bukti bahwa hal tersebut berpengaruh pada pengambilan keputusan pada pengguna.

Keputusan penggunaan pada konsumen tidak hanya atau selalu tentang apa dan bagaimana cara mendapatkan apa yang di inginkan serta tidak tentang apa yang ingin di konsumsi oleh konsumen tersebut akan tetapi keputusan pengguna dilihat dari seberapa percaya dan yakin nya si pengguna untuk dapat menjalankan dan juga mengaplikasikan suatu aplikasi jasa seperti dompet digital karena bagian terpenting pada sebuah transaksi adalah kepercayaan antara konsumen dan produsen untuk menemukan suatu kesepakatan transaksi.

Hal lainnnya juga yang terkait denan keputusan penggunaan adalah tentang bagaimna, dimana, dan sedang dalam kondisi seperti apa barang atau jasa tersebut di gunakan dan juga kondisi macam apa barang atau jasa yang dibeli. Dalam mempertimbangkan keputusan pengguna aplikasi jasa ada beberapa faktor yang tidak bisa dipisahkan seperti faktor budaya social, faktor pribadi pengguna, dan faktor psikologis.

Sedangkan suatu proses keputusan pembelian meliputi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian alternatid, keputusan membeli, dan perilaku setelah melakukan pembelian (Kotler & Armstrong 2014:161). Beralih nya pola pembayaran yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli atau menggunakan jasa maka berubah juga pola dan minat pembelian masyarakat serta saat ini pembelian dengan menggunaka aplikasi dompet digital didukung oleh beberapa fitur yang ada pada ecommerce yang ada di Indonesia dan peran media social dalam memasarkan aplikasi dompet digital berdampak besar dan bahkan bisa merubah pola pikir serta pola pembelian konsumen karena pengguna media social secara global dan cepat menyebar kepada mereka yang memiliki media social karena semakin meningkat

pengguna media social semakin mudah juga perusahaan memasarkan produk barang atau jasa yang akan di berikan.

Media sosial merupakan sebuah contoh dari bentuk Computer Mediated Communication dan juga sebagai wadah untuk manusia bersosialisasi serta juga sebagai media untuk saling bertukar informasi dan mendapatkan informasi dengan mudah dan praktis dalam dunia teknologi saat ini. Dengan menggunakan media social secara baik maka akan memudahkan seseorang dalam berkomunikasi dan juga lebih produktif dalam hal apapun.

Didasari oleh ketiga variabel dari fenomena yang dijelaskan pada latar belakang, ditunjukkan bahwa ada nya keterkaitan antara user experience, kemudahan transaksi, dan kepercayaan konsumen terhadap pengambilan keputusan pengguna aplikasi DANA di wilayah Jakarta. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan maka penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian dengan judul

“ PENGARUH PENGALAMAN PENGGUNA, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN APLIKASI DANA “

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang yang sudah dibahas maka dapat diambil kesimpulan dan di peroleh rumusan masalah atas penelitian yang akan dilaksanakan untuk menguji beberapa variabel yang diantaranya Pengaruh Pengalaman Pengguna, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pengguna Aplikasi DANA. Dengan demikian rumusan permasalahan di penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pengalaman pengguna berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA ?
2. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA ?
3. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA ?

4. Apakah pengalaman, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh secara bersama terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disampaikan dan di dapatkan, maka tujuan dari penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman pengguna terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan transaksi terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA.
4. Untuk mengetahui pengaruh bersama pengalaman pengguna, kemudahan transaksi dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan aplikasi DANA.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbia menjadi 3 yaitu manfaat bagu pengembangan ilmu dan pengetahuan, bagi perusahaan, dan bagi peneliti :

1. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan
 - a. Dapat menjadi acuan untuk mengetahui dan menentukan pengaruh pengalaman pengguna, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana.
 - b. Dapat menjadi acuan untuk mengelola pengaruh pengalaman pengguna, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana.
2. Bagi Konsumen
 - a. Dapat menjadi sebuah acuan untuk melihat keuntungan dalam menggunakan dompet digital
 - b. Dapat menjadi sebuah pengaruh bagi pengalaman konsumen dalam menggunakan dompet digital Dapat menjadi sebuah pengaruh bagi keputusan penggunaan dalam menggunakan dompet digital

3. Bagi Peneliti

- a. Dapat menjadi sebuah wadah untuk dapat meningkatkan kemampuan penulis dalam berfikir secara ilmiah, sistematis dan metodologi yang berkaitan tentang pengaruh pengalaman pengguna, kemudahan ,dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana.