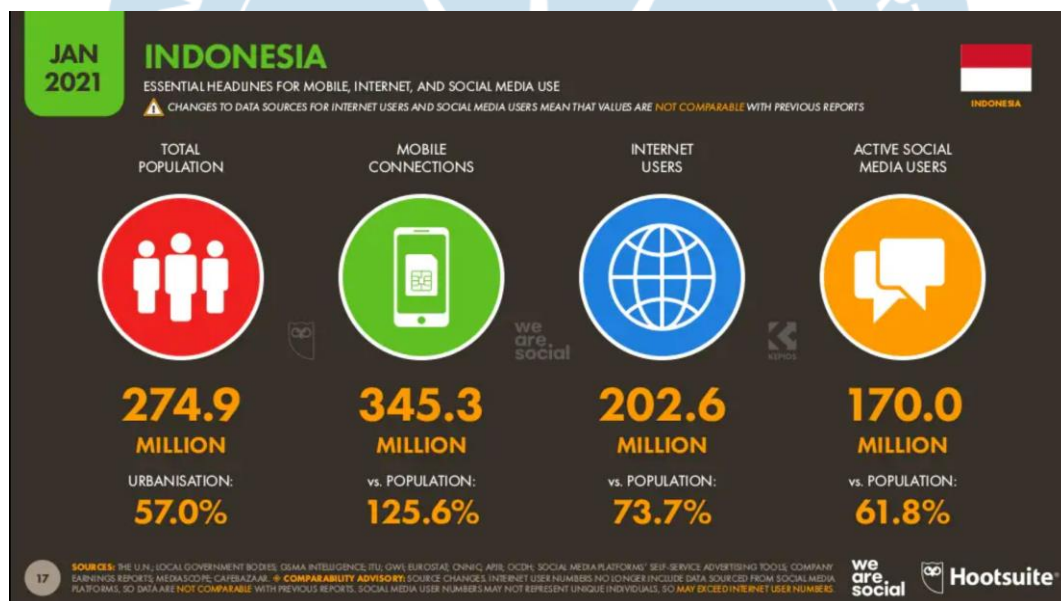


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Saat ini, teknologi berkembang begitu pesat. Berkembangnya teknologi memberikan manfaat yang cukup baik bagi masyarakat dan membuat pola hidup manusia juga semakin berubah. Pada era modern seperti sekarang ini semua hal dapat dilakukan hanya dengan menggunakan *smartphone*. *Smartphone* dapat dikatakan sebagai telepon pintar yang mudah dibawa kemana saja dan juga dapat digunakan untuk apa saja, seperti berkomunikasi dan bertransaksi. Menurut data *Hootsuite* pada gambar 1.1 di Indonesia pada Januari 2021 pengguna *smartphone* mencapai 345,3 juta pengguna, lebih banyak dari pada populasi yang ada yaitu 274,9 juta jiwa. Sementara untuk pengguna internet yang ada di Indonesia sebanyak 202,6 juta jiwa dan pengguna sosial media yang aktif sebanyak 170 juta jiwa [1].



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Mobile, Internet dan Sosial Media di Indonesia Januari 2021

Meningkatnya pengguna *smartphone* memunculkan banyaknya inovasi aplikasi-aplikasi yang dapat memudahkan para penggunannya, salah satunya adalah *e-wallet*. *E-wallet* merupakan akun prabayar yang dapat digunakan oleh pengguna untuk menyimpan uang agar pengguna dapat melakukan transaksi secara online seperti melakukan pembayaran untuk makanan, belanja online, maupun tiket penerbangan yang dimana akun prabayar ini dilindungi oleh kata sandi [2]. Menurut data yang ada pada Bank Indonesia terdapat 38 e-

*wallet* yang sudah terdaftar secara resmi [3]. Bank Indonesia juga mengeluarkan data dimana pada bulan Juli tahun 2021 jumlah transaksi uang elektronik dan juga *e-wallet* tercatat mencapai pada angka 415 juta transaksi dengan nominal mencapai Rp25,390 triliun [4]. Dapat dilihat pada tabel 1.1

**Tabel 1.1 Transaksi Uang Elektronik**

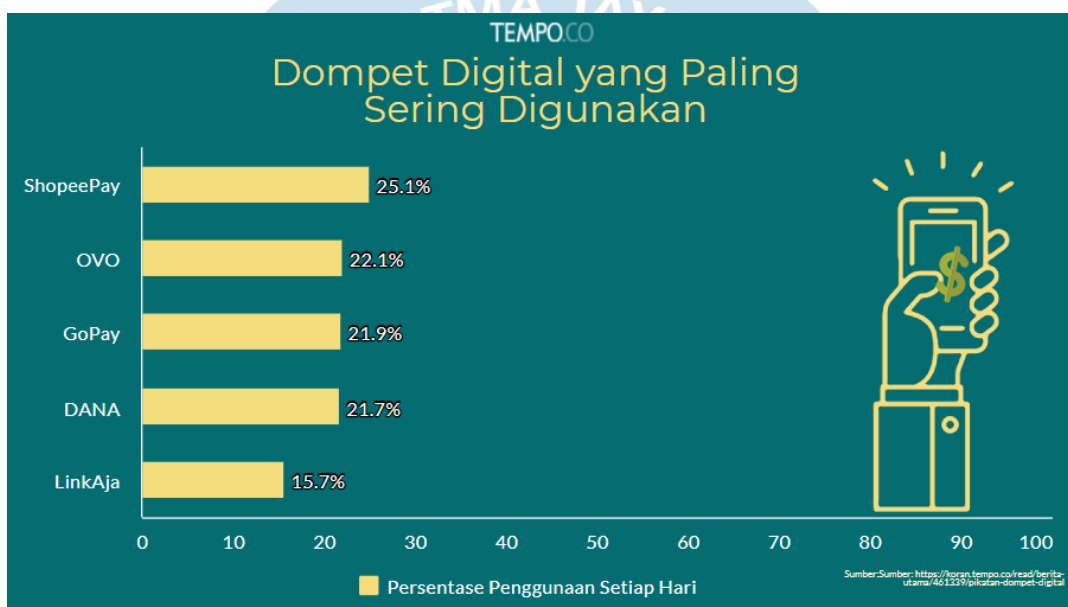
<b>Periode</b>	<b>Volume (Transaksi)</b>	<b>Nominal (Rp.)</b>
<b>2015</b>	535,579,528	5,283,018
<b>2016</b>	683,133,352	7,063,689
<b>2017</b>	943,319,933	12,375,469
<b>2018</b>	2,922,689,905	47,198,616
<b>2019</b>	5,226,699,919	145,165,468
<b>2020</b>	4,625,703,561	204,909,170
<b>2021 (Juli)</b>	415,258,589	25,390,247

Menurut Research Director Customer Experience Ispos Indonesia, generasi millennial merupakan pengguna terbanyak *e-wallet* dengan besar persentase adalah 68%. Hal ini dikarenakan tingkat produktivitasnya jauh lebih aktif jika dibandingkan dari kalangan yang lain [5]. Mayoritas Generasi Millennial ini pun telah mengenal teknologi. Bagi perbankan dan *e-commerce* hal ini merupakan sebuah peluang dalam mengembangkan usaha mereka [6].

Terjadinya pandemi virus COVID-19 berdampak diberbagai sektor salah satunya perekonomian. Munculnya kebijakan untuk *physical distancing* yang dibuat oleh *World Health Organization* (WHO) membuat terjadinya perubahan pada sistem pembayaran di seluruh dunia [7]. Hal ini juga yang menjadi penyebab meningkatnya penggunaan *e-wallet* di Indonesia. Bukan hanya karena aman dan juga cepat, melakukan transaksi dengan bantuan *e-wallet* juga dirasa sesuai dengan protokol kesehatan [8]. Salah satu jenis *e-wallet* yang digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Shopeepay.

Shopeepay merupakan layanan *e-money* yang dapat dipakai pada aplikasi Shopee sebagai metode pembayaran. Selain itu pula, Shopeepay ini juga dapat digunakan pada *Merchant* ShopeePay dan bahkan para pengguna masih dapat menyimpan uang mereka untuk melakukan transaksi selanjutnya. Ada banyak sekali keuntungan yang diberikan oleh *e-wallet* Shopeepay seperti contohnya pengguna bisa mendapatkan *voucher*, *cashback*, transfer yang cepat dan juga fitur gratis ongkir [9]. Shopeepay diluncurkan pada tahun 2018 dan menurut

data pada tahun 2019 ShopeePay belum memasuki 10 besar *e-wallet* yang lebih sering digunakan di Indonesia [10]. Namun berdasarkan data survei yang dilakukan Snapcart secara *online* pada bulan Juni, Juli dan Agustus 2020, didapatkan hasil yang menyatakan ShopeePay mempunyai perkembangan pesat pada awal 2020. Hal ini disebabkan karena fiturnya yang lengkap dan juga adanya penambahan jangkauan *merchant* di seluruh Indonesia. Selain itu pula, ShopeePay tercatat memiliki jumlah transaksi yang paling tinggi yaitu sebesar 32% dari seluruh transaksi *e-wallet* di Indonesia. Menurut survei Ipsos pada gambar 1.2 ditemukan data bahwa hampir sebanyak 25% dari 1000 responden menggunakan ShopeePay setiap hari yang kemudian diikuti dengan 22,1% memilih OVO dan 21,9% memilih Gopay [11].



Gambar 1.2 Dompot Digital Yang Paling Banyak Digunakan

Dari pemaparan yang ada, tujuan dilakukannya penelitian ini untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan *e-wallet* ShopeePay, apalagi saat ini ada banyak jenis *e-wallet* yang bermunculan. Saat ini, penelitian tentang menganalisis faktor yang mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan *e-wallet* ShopeePay juga masih sangat sedikit. Sehingga, diharapkan nantinya analisis ini dapat berguna bagi penyedia *e-wallet* lainnya untuk dapat mengembangkan bisnis mereka. *Technology Acceptance Model* atau yang biasa disebut TAM adalah suatu metode untuk mengukur faktor yang mempengaruhi minat pengguna. TAM adalah model penelitian pertama dan juga yang paling berpengaruh dalam menjelaskan perilaku adopsi sistem pengguna. TAM saat ini sudah

digunakan secara luas oleh para peneliti dan ada dua variabel yang digunakan, yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* [12].

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang, rumusan masalah yang akan diangkat yaitu adanya *opportunity* yang dimiliki oleh *E-wallet* ShopeePay dan dapat diterapkan ke dalam *e-wallet* sejenis.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang, dirumuskan pertanyaan penelitian yaitu faktor apa saja yang mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan *E-wallet* ShopeePay?

## 1.4 Batasan Masalah

Adapun Batasan dalam penelitian ini :

1. Sampel dalam penelitian yaitu pengguna ShopeePay di Indonesia yang berusia 17 tahun ke atas.
2. Penelitian ini berfokus pada *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *trust*, dan *perceived risk* terhadap minat pengguna dalam menggunakan *E-wallet* ShopeePay.

## 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari masalah yang sudah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui jawaban mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi minat pengguna dalam menggunakan *E-wallet* ShopeePay.

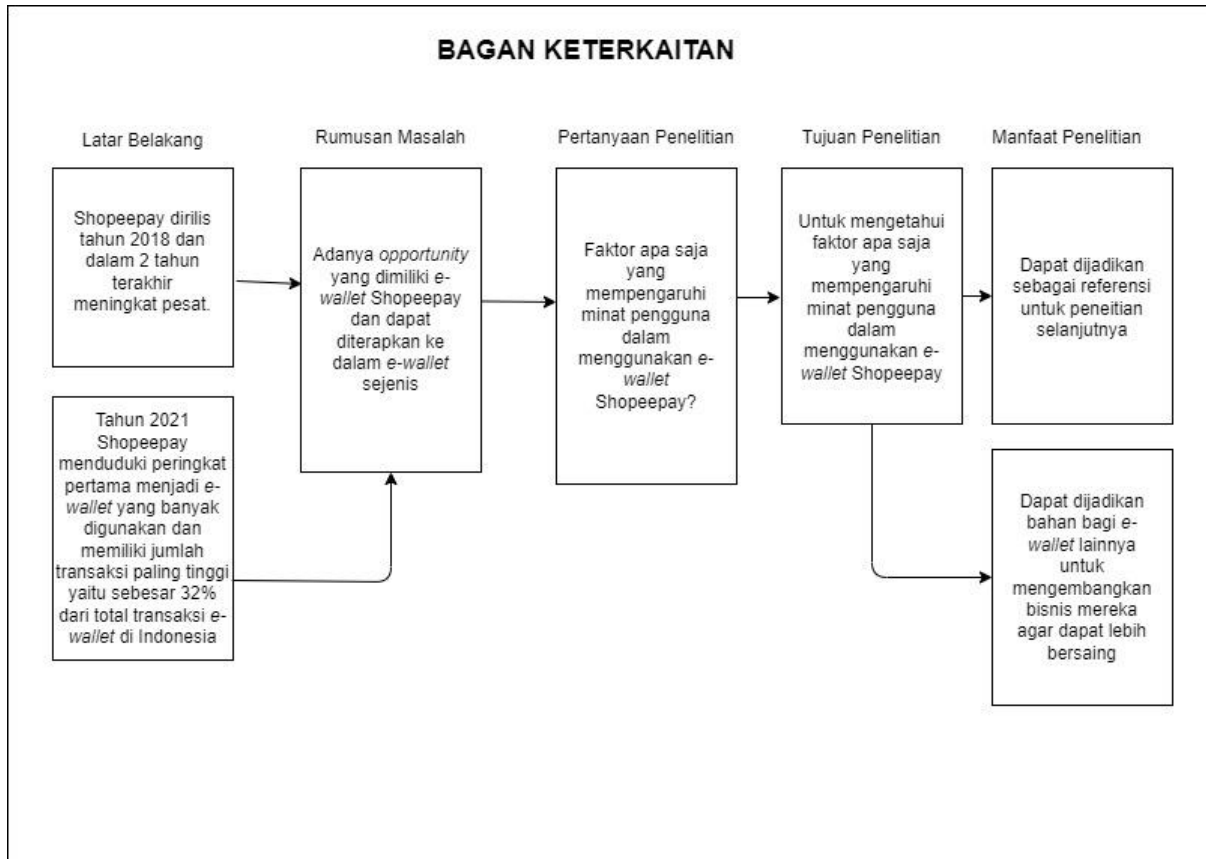
## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini :

- a. Dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya, dan
- b. Dapat dijadikan bahan bagi *e-wallet* lainnya untuk mengembangkan bisnis mereka agar dapat lebih bersaing.

## 1.7 Bagan Keterkaitan

Berikut bagan keterkaitan antara latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian dapat dilihat pada gambar 1.3.



Gambar 1.3 Bagan Keterkaitan