

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Transformasi digital, inklusi keuangan, fintech, dan dompet digital meningkat seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat, serta ketergantungan pada ponsel pintar untuk mengakses internet. Temuan dari esawee dan elwkeel [1] menunjukkan bahwa transformasi digital adalah fenomena dinamis yang berkembang untuk menciptakan sebuah bentuk serta aktivitas baru. Selain itu, *fintech* dengan cepat mendapatkan daya tarik baik di negara maju maupun negara berkembang dan telah lama memainkan peran penting dalam industry jasa keuangan dengan menjembatani kesenjangan antara komponen teknologi dan keuangan serta Batasan yang tidak dapat diatasi oleh aktivitas pembayaran tradisional

Teknologi mengalami perubahan pesat, sehingga popularitas teknologi pembayaran baru menggantikan metode tradisional dan semakin menarik perhatian [1]. Selain itu, dalam beberapa tahun terakhir, meneliti perilaku pengguna dan mengidentifikasi karakteristik yang mendukung dan membatasi penggunaan e-wallet telah menjadi prioritas studi yang signifikan di antara berbagai ahli. Namun, Flavian dkk. [1] berpendapat bahwa banyak perubahan kebiasaan yang drastis dan cepat membuat para peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai metode pembayaran berbasis teknologi. Sebagai contoh, perubahan perilaku konsumen yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 mendorong adopsi metode pembayaran berbasis teknologi (nirsentuh) untuk menjaga jarak sosial. Di sisi lain, banyak faktor yang memengaruhi niat pengguna untuk beralih ke metode pembayaran tertentu, yang menjadi salah satu alasan utama mengapa adopsi m-payment berbeda-beda di setiap negara. Selain itu, faktor-faktor tersebut akan berbeda berdasarkan konteksnya.

Dompot digital atau *e-wallet* adalah sebuah perangkat lunak yang memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi non-tunai untuk barang atau jasa yang dibeli, mentransfer sejumlah uang satu sama lain, pembayaran online untuk *e-commerce*, menyimpan dana, dan menyimpan riwayat transaksi toko. Dengan tingkat keamanan yang tinggi, user tidak perlu khawatir mengenai informasi pribadi mereka untuk menjaga keamanannya. Adopsi lingkungan tanpa uang tunai membantu di banyak sektor dan individu. Ada dua jenis *e-wallet*, yaitu *e-wallet* bank dan *e-wallet* non-bank. *E-wallet* bank terhubung dengan akun kredit atau debit pengguna, dan pengguna dapat langsung memasukkan uang tunai ke *e-wallet* mereka. *E-wallet* non-bank disediakan oleh penerbit non-bank seperti OVO, DANA, dan GoPay.[2]

Semakin meningkatnya jumlah transaksi penggunaan *e-wallet* di Indonesia, terlihat dari nilai transaksi *e-wallet* di Indonesia yang telah menembus angka US\$28 miliar ditahun 2020, sedangkan jumlah volume dari transaksi *e-wallet* sebanyak 1,7 miliar kali.[3]. Di Indonesia sendiri terdapat lima pemain besar *e wallet* dengan pertumbuhan transaksi yang makin bertumbuh tiap tahunnya, diantaranya dapat dilihat pada **tabel 1.1** berikut ;

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Transaksi E-Wallet di Indonesia [4]

<b>Nama Platform</b>	<b>Region</b>	<b>Pertumbuhan Transaksi (2020)</b>	<b>Pertumbuhan Transaksi (2025)</b>
OVO	Indonesia	\$10,753.6	\$40,907.7
ShopeePay	Indonesia	\$4,399.2	\$16,735.0
Link Aja	Indonesia	\$3,910.4	\$14,875.5
Gojek	Indonesia	\$3,714.9	\$14,131.8
Dana	Indonesia	\$3,421.6	\$13,016.1

Meskipun merupakan pemain baru di bidang pembayaran digital di Indonesia, *ShopeePay*, *e-wallet* dari *marketplace online* Shopee, telah menjadi pemimpin pasar di tengah pertumbuhan *e-commerce* selama pandemi COVID-19. *ShopeePay* berhasil meraih mayoritas pangsa pasar dompet digital Indonesia dengan melakukan serangan

harga, dalam bentuk diskon dan cashback yang gencar. *ShopeePay* memiliki penetrasi pengguna tertinggi sebesar 68 persen, melampaui dompet digital lainnya seperti OVO (62 persen), DANA (54 persen), GoPay (53 persen), dan LinkAja (23 persen), menurut sebuah survei yang dilakukan oleh firma riset pasar NeuroSensum, yang dilakukan pada bulan November 2020 hingga Januari tahun ini.[5] GoPay dan OVO telah hadir di pasar Indonesia masing-masing sejak tahun 2016 dan 2017, sebagai pendatang baru, *ShopeePay* dengan cepat menjadi solusi pembayaran digital favorit pengguna, kata manajer riset Neurosensum Indonesia, Tika Widyaningtyas[5]. Ia menambahkan bahwa kesuksesan *ShopeePay* disebabkan oleh pengalaman pengguna dan antarmuka yang cerdas, kesederhanaan penggunaan, dan dorongan promosi yang menarik bagi konsumen online dan offline. Dengan terbatasnya kontak fisik dan mobilitas, semakin banyak orang yang beralih ke transaksi online, mulai dari berbelanja hingga pembayaran tagihan. Tentu, ini menyebabkan perubahan besar-besaran pada beberapa industri termasuk pada bidang *finance*. Peningkatan pesat penggunaan *e-wallet* tentu berdampak terhadap dengan tata cara pembayaran, sehingga merubah kebiasaan masyarakat menjadi serba teknologi. Ini menjadi pertanyaan apakah masyarakat siap dengan hal ini.

*E-Wallet* semakin berkembang dan mendapatkan banyak perhatian masyarakat lantaran layanan yang dimilikinya mengandung beberapa hal seperti kepraktisan, keamanan, dan kemudahan bagi para penggunanya untuk dapat melakukan berbagai macam pembayaran. Disamping mempunyai banyak manfaat yang berujung pada keinginan masyarakat untuk menggunakan *E-Wallet*, ternyata tingkat kepercayaan sebuah teknologi juga perlu dijadikan pusat perhatian dalam pengembangan layanannya, karena hal ini dapat berdampak pada tingkat kepercayaan pengguna terhadap sebuah produk yang akan digunakan. Melalui manfaat, tingkat kredibilitas dan kepercayaan pada sebuah produk tentu akan memberikan dampak pada frekuensi penggunaan layanan tersebut[6] .

Menurut penelitian yang dibuat atas kerja sama dengan JAKPAT dan OJK, penggunaan dompet elektronik meningkat dari tahun 2016 hingga 2018[7]. Dalam hal pemanfaatan *e-wallet*, terdapat 825 responden sampel yang melaporkan telah menggunakan *e-wallet*

berbasis server, Go-Pay adalah yang paling banyak digunakan, diikuti oleh OVO, T-Cash (saat ini bertransformasi menjadi LinkAja), dan DANA. Namun, masih ditemukan adanya permasalahan dalam penerapan e-wallet berbasis server, antara lain pengguna mengalami kehilangan saldo Go-Pay karena kendala teknis dan pengisian ulang OVO, namun saldo pelanggan tidak bertambah. Semakin meluasnya penggunaan e-wallet berbasis server menjadikannya sangat penting untuk memiliki skor penerimaan e-wallet berbasis server. Salah satu faktor yang menjadi penentu keberhasilan sistem yang diimplementasikan adalah sisi penerimaan, yaitu pengguna menerima atau menolak untuk memakai sistem baru tersebut. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat penerimaan serta faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan dompet elektronik, terkhususnya para pengguna shopeepay di wilayah Samarinda yang menjadi subjek penelitian ini.

### 1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan diangkat pada penelitian ini adalah sebagai berikut, belum diketahuinya bagaimana kesiapan pengguna berdasarkan teori *Technology Readiness and Acceptance Model* (TRAM) pada penggunaan *Shopeepay* di Kota Samarinda, serta belum diketahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention* (minat pengguna) dalam menggunakan *Shopeepay*.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, peneliti ingin mengajukan pertanyaan meliputi :

1. Bagaimana kesiapan pengguna terhadap *shopeepay* berdasarkan *Technology Readiness Acceptance Model* TRAM pada *shopeepay* ?
2. Apa saja faktor yang berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *shopeepay* menggunakan *Technology Readiness Acceptance Model* (TRAM)?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa tujuan, tujuan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui kesiapan pengguna terhadap *shopeepay* dengan menggunakan metode TRAM pada warga Kota Samarinda.
2. Mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan *Shopeepay* pada warga Kota Samarinda.

#### 1.5 Batasan Masalah

Pada penelitian ini terdapat batasan-batasan masalah, batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut ;

1. Objek penelitian ini adalah sistem pembayaran milik *shopee* yakni *shopeepay*
2. Responden merupakan warga Kota Samarinda yang sebelumnya sudah pernah menggunakan *shopeepay*

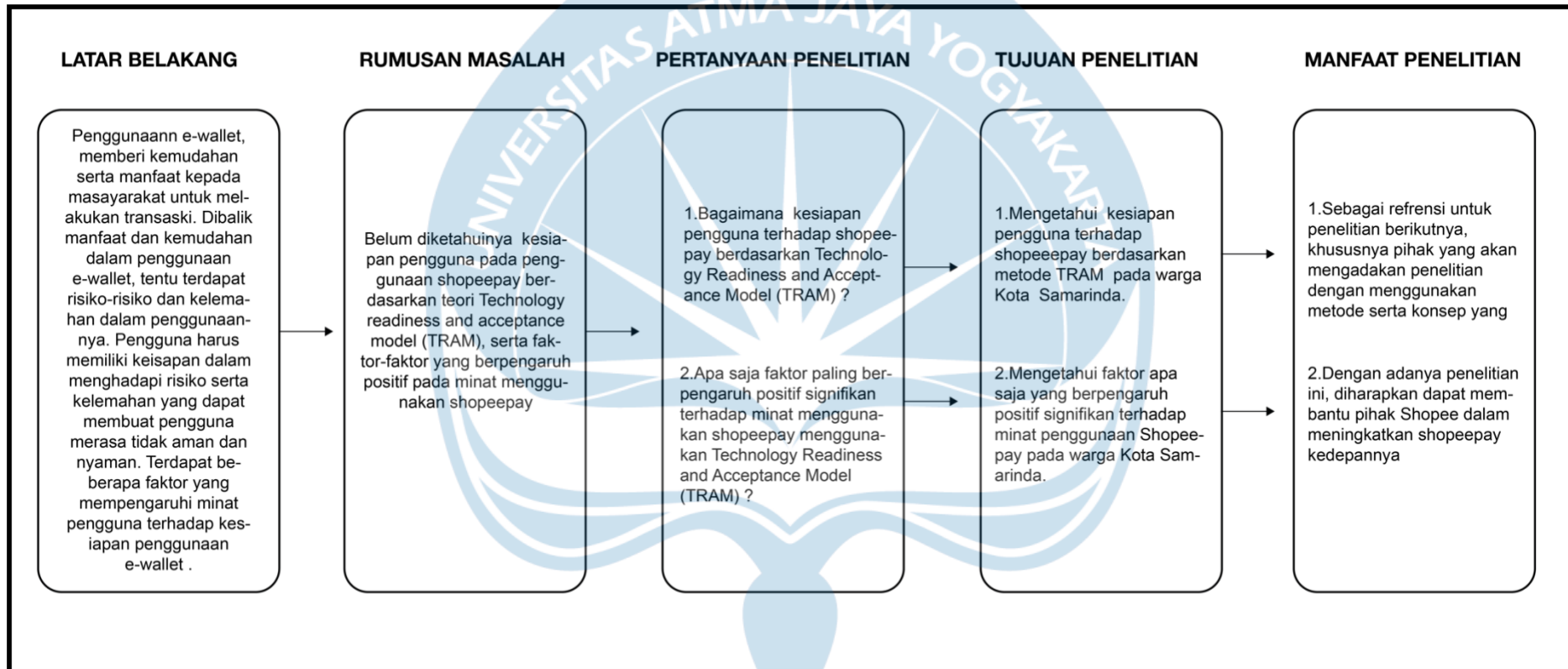
#### 1.6 Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian/ manfaat penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Sebagai referensi untuk penelitian berikutnya, khususnya pihak yang akan mengadakan penelitian dengan menggunakan metode serta konsep yang sama
2. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat membantu pihak *Shopee* dalam meningkatkan *shopeepay* kedepannya

### 1.7 Bagan Keterkaitan

Berdasarkan rumusan masalah, pertanyaan penelitian, serta manfaat penelitian maka diperoleh *mapping* keterkaitan seperti **Gambar 1.4** di bawah ini:



Gambar 1.1 Bagan Keterkaitan