

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara berkembang dimana masyarakatnya sangat terbuka dengan teknologi baru dan produk-produknya didunia. Hal ini di tambah lagi jumlah pemakai internet di indoneia dari tahun ke tahun meningkat sangat pesat. Ini merupakan tantangan sekaligus kesempatan yang besar untuk perusahaan E-Commerce dapat berkembang dengan bai pula di indoneia.

Berdasarkan hasil survei, 66% masyarakat Indonesia mengatakan bahwa mereka lebih menyukai gaya hidup cashless dan menyatakan tidak memerlukan pembayaran tunai lagi. Perkembangan e-wallet di Indonesia sendiri saat ini cukup signifikan. Potensi pasar e-wallet di Indonesia menarik banyak perusahaan baik yang telah ada maupun startup company untuk masuk ke bidang ini. E-Wallet sendiri tentunya hadir dengan didukung adanya jaringan internet dan juga aplikasi dapat diunduh melalui smartphone sehingga konsumen dapat dengan mudah menggunakannya dimanapun dankan saja.

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, mengakibatkan sumpseluruh bidang kehidupan memanfaatkan teknologi sebagai penunjang setiap bidang kehidupan. Bahkan di zaman sekarang, teknologi tidak hanya berperan sebagai pendukung, akan tetapi telah berperan menjadi bagian penting yang sangat dibutuhkan guna kelangsungan dan kelancaran dalam menjalankan bidang tersebut. Salah satunya, bidang jasa keuangan yang dipengaruhi oleh teknologi, biasanya disebut juga dengan istilah “financial technology (fintech)”. Menurut (Thakor, 2020), fintech adalah sebuah inovasi dalam bidang layanan keuangan yang menggunakan teknologi sebagai sarana untuk mengubah layanan keuangan lama menjadi layanan keuangan baru yang lebih baik daripada sebelumnya. Salah satu wujud fintech adalah dompet elektronik atau e-wallet. (Matemba & Li, 2018), Berdasarkan hasil survei, 66% masyarakat Indonesia mengatakan bahwa mereka lebih menyukai gaya hidup *cashless* dan menyatakan tidak memerlukan pembayaran tunai lagi. Perkembangan e-wallet di Indonesia sendiri saat ini cukup signifikan.

Potensi pasar e-wallet di Indonesia menarik banyak perusahaan baik yang telah ada maupun *startup company* untuk masuk ke bidang ini. E-Wallet sendiri tentunya hadir dengan didukung adanya jaringan internet dan juga aplikasi dapat diunduh melalui *smartphone* sehingga konsumen dapat dengan mudah menggunakannya dimanapun dan kapan saja.

Shopee Pay muncul sebagai salah satu sistem pembayaran saat ini yang sangat membantu dalam pembayaran sehari-hari. Tentunya dengan banyaknya keunggulan dari sebuah aplikasi, masyarakat akan menjadi sangat terbantu. Selain itu, Shopee Pay juga bekerja sama dengan perusahaan perbankan seperti Permata Bank, BCA, Mandiri dan beberapa perbankan lainnya yang tentunya memudahkan pengguna ShopeePay untuk melakukan top up pada aplikasi. Pada satu aplikasi ini, banyak fungsi dan fitur yang bisa dipilih untuk melakukan pembayaran apa saja dengan sistem queries. Dengan adanya kemudahan maupun manfaat dari aplikasi Shopee Pay ini, hal ini akan mendorong masyarakat menggunakan produk ini.

*Perceived ease of use* atau lebih dikenal dengan istilah kemudahan yang dirasakan *user* dan *perceived usefulness* yang lebih dikenal dengan manfaat yang dirasakan *user* terbukti memiliki pengaruh terhadap keinginan masyarakat untuk menggunakan sesuatu. *Perceived usefulness* memiliki dampak yang lebih besar pada *behavior intentions* (niat perilaku) daripada *perceived ease of use* (kegunaan yang dirasakan) *Perceived usefulness* sendiri merupakan mediator dari *perceived ease of use* dan tentunya hal ini menentukan keberlangsungan niat masyarakat saat berbelanja online. Menurut survei, responden tidak keberatan jika mereka merasa sistem online bermanfaat bagi mereka maka mereka harus berusaha lebih keras untuk menggunakannya.

Karena perbedaan objek, *perceived ease of use* yang dirasakan dapat berdampak signifikan pada *behavior intention*. Beberapa studi yang dilakukan sejauh ini pada objek penelitian seperti *internet banking*, kartu kredit, dan belanja online telah menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* adalah kekuatan pendorong untuk penggunaan sesuatu di masa depan. Hal ini didasari oleh kebiasaan masyarakat yang lebih menyukai hal-hal yang instan, fleksibel dan sederhana.

Saat ini Indonesia merupakan salah satu negara yang trend dengan transaksi jual beli online atau online shop, hal ini dapat bermunculan toko online seperti Shopee, Lazada ,Matahari Mall, Blibi, Tokopedia dan masih banyak lagi yang bisa ditemukan dengan mudah sesuai kategori barang dagangan yang akan dicari atau dibeli. Dalam berbelanja online ini mempunyai kelebihan dan kekurangan,

kelebihannya yaitu masyarakat tidak perlu keluar rumah, cukup mengandalkan koneksi internet untuk melihat barang dan memilih model yang diinginkan, terutama mahasiswa yang kegiatan sehari-harinya harus mengurus urusan organisasi, tugas dan kuliah dengan hadirnya berbelanja online di shopee mereka bisa membeli keperluan tanpa harus menyita waktu untuk berbelanja, cara berkomunikasi bisa dengan menggunakan alat komunikasi selain komputer seperti gadget, barang diantar sampai kerumah menggunakan jasa kurir. Dalam berbelanja online ini ada kerugian yang terjadi yaitu tidak dapat mengetahui secara langsung kualitas atau bahan yang digunakan, mentransfer sejumlah uang terlebih dahulu kemudian baru barang akan dikirim, sering terjadi kasus penipuan yang dilakukan

**Tabel 1.1 Transaksi shopee dari tahun 2016-2019**

<b>Tahun</b>	<b>Total</b>
2016	Rp.19,9 Triliun
2017	Rp.24 Triliun
2018	Rp.31,33 Triliun
2019	Rp.54 Triliun

Sumber: <https://katadata.co.id/>

Hasil riset yang dilakukan katadata.co.id data tabel diatas menunjukkan bahwa total transaksi shopee pada tahun 2016 tercatat sebesar US\$1,47 Miliar atau sekitar Rp.19,9 Triliun, pada tahun 2017 total transaksi sebesar US\$1,8Miliar atau sekitar Rp.24 Triliun, pada tahun 2018 total transaksi sebesar US\$2,2 Miliar atau sekitar Rp.31,33 Triliun, dan pada tahun 2019 total transaksi sebesar US\$3,8 atau sekitar Rp.54 Triliun. Jadi dari data diatas bahwa transaksi shopee setiap tahun nya mengalami peningkatan

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas, hal ini membuat peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana minat pengguna terhadap penggunaan pembayaran digital sebagai alat pembayaran masa kini dengan sampel yaitu pengguna Shopee Pay. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan pengalaman terhadap behavior intentions pengguna Shopee Pay.

## 1.2 Rumusan Masalah

Munculnya virus Corona yang hampir berada di seluruh dunia yang mengharuskan masyarakat dunia untuk beradaptasi lagi dengan melakukan belanja secara *online*. Belanja secara *online* ini yang menyebabkan peningkatan dalam penggunaan internet melalui media sosial. Berbelanja secara *online* akan menimbulkan rasa keragu-raguan terhadap barang yang akan dibeli, dikarenakan konsumen tidak dapat melihat barangnya secara langsung tetapi hanya melalui gambar saja, hal inilah yang menyebabkan adanya risiko dalam berbelanja *online*. Di sisi lain, jika konsumen yang melakukan pembelian secara berulang secara terus menerus pada suatu produk jika konsumen merasa puas dan percaya terhadap pelayanan yang ada dan produk yang diberikan. Pembelian secara berulang inilah yang menyebabkan konsumen menjadi loyal. Berdasarkan uraian ini, didapatkan permasalahan mengenai pengaruh. *perceived usefulness* Perceived Ease Of Use, Pengalaman Terhadap Niat Pengguna Shopeepay Rumusan masalah penelitian yang didapatkan dari uraian diatas, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap sikap beralih ke aplikasi Shopeepay?
2. Apakah terdapat pengaruh kemudahan konsumen terhadap sikap beralih ke digital payment ShopeePay?
3. Apakah pengalaman konsumen berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang menggunakan aplikasi Shopeepay dan niat perilaku untuk beralih?

4. Apakah manfaat, kemudahan, dan Pengalaman berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada shopeepay

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk

1. Mengidentifikasi pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap sikap beralih ke digital payment Shopeepay
2. Mengidentifikasi pengaruh kemudahan konsumen terhadap sikap beralih ke digital payment Shopeepay
3. Mengidentifikasi pegalaman kosumen berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang menggunakan aplikasi Shopeepay dan niat perilaku untuk beralih

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu secara akademis maupun praktis untuk berbagai pihak, yaitu:

#### **a. Manfaat Teoritis**

1. Manfaat Teoritis Bagi pembaca, agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai wawasan dan cakrawala pandang pembaca tentang pengaruh perceived usefulness, perceived of use dan pengalaman Kepuasan Konsumen terhadap shopeepay.

#### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan wawasan kepada layanan Shopeepay, sehingga penyedia layanan Shopeepay memahami sikap pengguna mengenai pengguna digital payment di Indonesia dan memahami bagaimana kepercayaan dan keamanan yang dirasakan oleh pengguna dapat berpengaruh terhadap sikap pengguna terhadap Shopeepay.