

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan jaman teknologi sekarang merubah semua aspek dalam hal perekonomian. Perubahan ekonomi ke arah digitalisasi dapat dirasakan seluruh dunia, salah satunya adalah di Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari masuknya perkembangan teknologi dan akses penggunaan *smartphone* yang tinggi di Indonesia sehingga perusahaan melakukan pengembangan inovasi teknologi dalam hal pembayaran digital. Salah satunya adalah layanan dompet digital yang dapat digunakan masyarakat untuk melakukan pembayaran secara digital. Menurut Bank Indonesia, dompet digital adalah aplikasi elektronik yang mewakili sistem pembayaran alternatif yang dirancang sebagai tempat penyimpanan dan kemudahan penggunaannya dalam melakukan transaksi (Wulandari, 2023). Dompet digital adalah aplikasi elektronik yang memungkinkan pembayaran transaksi secara *online*. Dengan menggunakan *smartphone*, pengguna dapat melakukan transaksi secara *online*. Aplikasi dompet digital tidak hanya memberikan kemudahan tetapi juga keamanan untuk melindungi data pengguna (A. Kurniawan, 2022).

Studi terbaru yang dilakukan *InsightAsia* bertajuk “*Leading Consistency: E-Wallet Industry Outlook 2023*” juga menunjukkan bahwa dompet digital menjadi

metode pembayaran yang paling disukai masyarakat dibandingkan pembayaran tunai dan transfer bank. Berdasarkan survei, 74% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai jenis transaksi keuangan. Penggunaan dompet digital lebih tinggi dibandingkan pembayaran lainnya seperti uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), *paylater* (18%), kartu debit (17%), transfer VA (16%). Survei tersebut melibatkan 1.300 responden dan dilakukan pada 19-30 September 2022 di tujuh kota besar di Indonesia, antara lain Jabodetabek, Bandung, Medan, Makassar, Semarang, Palembang, dan Pekanbaru (Wulandari, 2023). Menurut studi Neurosum, dompet digital merupakan metode pembayaran yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia saat berbelanja *online*, yaitu sekitar 88% saat ini. Untuk metode pembayaran, 72% menggunakan transfer bank atau rekening bank, disusul *cash on delivery* 47%, dan pembayaran di supermarket dan minimarket sekitar 32%, kartu debit 23% dari pembelian *online* dan kartu kredit 11% (Cakti, 2021).

Sejak terjadi pandemi *COVID-19* membuat semua sektor beralih ke digital sehingga pertumbuhan inovasi teknologi semakin berkembang dan telah dimanfaatkan oleh pengguna dengan baik. Ketika pandemi berubah menjadi endemi membuat perilaku masyarakat menjadi masyarakat digital sehingga perkembangan penggunaan dompet digital khususnya di Indonesia sangat meningkat. Hal ini membuat perusahaan swasta dan perbankan berlomba-lomba untuk mengembangkan layanan tersebut agar dapat mempermudah masyarakat serta memberikan kepuasan dalam penggunaan layanan tersebut. Menurut studi riset digital dari Neurosum adalah sejalan dengan

meningkatnya tren belanja *online* di *e-commerce*, pengguna dompet digital atau *e-wallet* mencatat peningkatan yang signifikan sekitar 44% pada tahun lalu setelah pandemi *COVID-19* (Cakti, 2021).

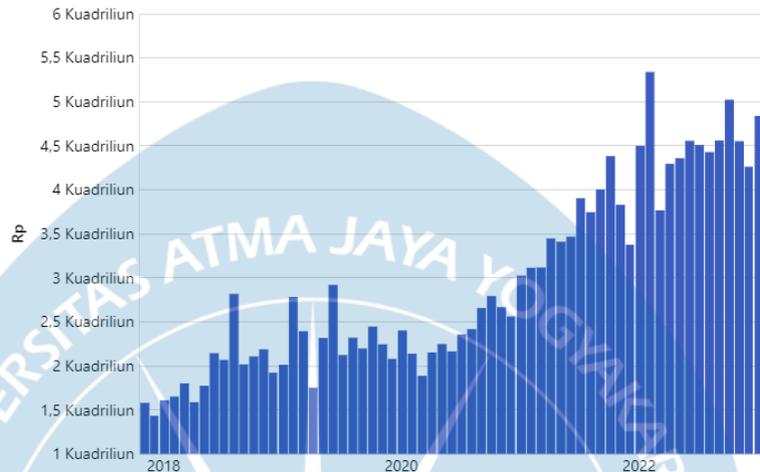
Menurut Bank Indonesia, pandemi *COVID-19* berdampak pada perubahan pola aktivitas sosial. Dulunya berbagai aktivitas dilakukan secara bebas, namun kini ada pembatasan pergerakan selain kepatuhan terhadap protokol kesehatan. Tentu saja hal ini menjadi salah satu pendorong digitalisasi di hampir setiap industri. Sistem pembayaran tidak terkecuali. Seiring dengan vaksinasi virus corona, digitalisasi sistem pembayaran dianggap sebagai kunci untuk mendorong pemulihan perekonomian negara. Alasannya adalah kemudahan yang didapat dari penggunaan teknologi untuk memfasilitasi aktivitas perdagangan kolaboratif selama pandemi. Sekarang Anda bisa berdagang kapan saja, di mana saja. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika nilai transaksi ekonomi dan keuangan digital di Indonesia mengalami peningkatan. Bank Indonesia sebagai bank sentral akan terus mempercepat digitalisasi sistem pembayaran sebagai bagian dari implementasi *Blue Print* Sistem Pembayaran Indonesia 2025 untuk mendorong pemulihan ekonomi dan keuangan yang komprehensif dan efisien (Admin, 2022).

Meningkatnya jumlah *smartphone* yang memungkinkan pembayaran elektronik dan non-tunai menjadi salah satu alasan mengapa banyak orang menggunakan dompet digital. Masyarakat dapat dengan mudah melakukan transaksi menggunakan aplikasi teknologi informasi dan finansial seperti OVO, Shopepay,

Dana, Gopay, dll. Dompot digital banyak diadopsi oleh banyak orang, tidak hanya generasi muda tetapi juga orang tua (Ali et al., 2020).

Filianingsih Hendarta, Kepala Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran BI, menjelaskan di masa pandemi, preferensi masyarakat dalam bertransaksi beralih ke digital, termasuk pembayaran digital melalui QR dan digital banking. Selain itu, Filianingsih mengatakan bahwa meskipun kemajuan teknologi telah meningkatkan kecepatan dan keamanan pembayaran dan upaya besar sedang dilakukan untuk membuat layanan keuangan lebih mudah diakses, saat ini tidak ada cukup ruang bagi siapa pun untuk duduk dan menunggu seperti itu. Kemajuan teknologi dalam transaksi pembayaran harus dapat diakses oleh semua orang, tidak hanya untuk pembayaran dalam negeri tetapi juga untuk transaksi lintas negara. Di Indonesia, volume dan nilai transaksi sistem pembayaran digital akan terus meningkat pada tahun 2020 hingga 2022. BI mencatat, volume perdagangan QRIS pada tahun 2020 mencapai 124 juta transaksi dan nilainya mencapai Rp 8,2 triliun. Setelah itu pada tahun 2021 sebanyak 375 juta transaksi dan nilai transaksi meningkat menjadi Rp 27,73 triliun. Pada tahun 2022, volume transaksi dan nilai transaksi di QRIS diperkirakan meningkat signifikan menjadi 993 juta transaksi dan nilai transaksi menjadi Rp98,45 triliun. Pada perbankan digital, volume transaksinya mencapai 4,9 juta transaksi dan nilai Rp27,35 triliun pada tahun 2020, meningkat menjadi 7,7 juta transaksi dan nilai Rp40,8 triliun pada tahun 2021. Pada tahun 2022 diperkirakan terus meningkat dan volume transaksi mencapai 11,7 juta Rp 52,37 triliun (Putri, 2023).

Gambar 1.1 Grafik Nilai Transaksi *Banking* di Indonesia



Sumber: Databoks Katadata (2023)

Berdasarkan grafik diatas, nilai transaksi perbankan digital Indonesia mencapai Rp 4. 264,8 triliun atau hampir Rp 4,3 triliun pada April 2023. Nilai tersebut mencakup berbagai aktivitas perbankan digital yang diklasifikasikan oleh Kantor Jasa Keuangan (OJK): Internet banking, SMS/*mobile banking*, dan *phone banking* (Ahdiat, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa selama *COVID-19*, masyarakat indonesia beradaptasi dengan perkembangan teknologi dalam transaksi pembayaran digital karena pada tahun 2020 hingga April 2023 mengalami peningkatan yang sangat signifikan.

Seiring berkembangnya teknologi dan masa pandemi *COVID-19* membuat masyarakat berubah membuat menjadi masyarakat digital sehingga dapat mempengaruhi niat perilaku masyarakat untuk melakukan transaksi menggunakan layanan dompet digital. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku

konsumen dalam menggunakan layanan dompet digital yaitu nilai yang dirasakan, kesesuaian, kenyamanan, pengaruh sosial, kepuasan, dan kepercayaan. Hal ini membuat konsumen untuk mempertimbangkan dalam penggunaan layanan dompet digital untuk bertransaksi pembayaran secara digital. Maka tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat perilaku dalam pembayaran digital.

Pada penelitian ini menggunakan 7 variabel yaitu nilai yang dirasakan, kesesuaian, kenyamanan, pengaruh sosial, kepuasan, kepercayaan, dan niat perilaku. Kemudian menggunakan analisis SEM-PLS untuk menguji validitas, reliabilitas, dan hipotesis. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu cakupan responden, wilayah, dan perusahaan dompet digital. Penelitian sebelumnya meneliti konsumen dari 8 negara bagian di wilayah timur laut India dan 9 perusahaan penyedia dompet digital yaitu *Airtel Money, Jio Money, Vodafone M-Pesa, Google Pay, PhonePe, Paytm, State Bank Buddy, Citi Masterpass, HDFC PayZapp* sedangkan penelitian ini meneliti konsumen dari mahasiswa Fakultas Bisnis & Ekonomi dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia dan perusahaan penyedia layanan dompet digital seperti OVO, LinkAja, Dana, Gopay, ShoopePay, dll. Kemudian penelitian sebelumnya menggunakan analisis SEM-CB sedangkan penelitian ini menggunakan SEM-PLS, selain itu juga terdapat perbedaan dalam hipotesis. Hipotesis pada penelitian sebelumnya terdapat 2 hipotesis yang ditolak sedangkan penelitian ini terdapat 5 hipotesis yang ditolak. Hipotesis yang ditolak pada penelitian sebelumnya

yaitu kompatibilitas terhadap kepercayaan pelanggan dan pengaruh sosial terhadap kepuasan pelanggan sedangkan penelitian ini hipotesis yang ditolak adalah nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan, nilai yang dirasakan terhadap kepercayaan pelanggan, kompatibilitas terhadap kepuasan pelanggan, kompatibilitas terhadap kepercayaan pelanggan, pengaruh sosial terhadap kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, adanya perkembangan teknologi di Indonesia dalam hal pembayaran digital membuat masyarakat beradaptasi dengan perkembangan tersebut sehingga merubah perilaku mereka menjadi masyarakat digital. Banyak faktor yang mempengaruhi niat perilaku masyarakat dalam menggunakan dompet digital untuk transaksi pembayaran. Faktor-Faktor tersebut adalah nilai yang dirasakan, kesesuaian, kenyamanan, pengaruh sosial, kepuasan, kepercayaan, dan niat perilaku. Maka peneliti membuat rumusan masalah berdasarkan variabel penelitian yang sudah ditentukan. Berikut rumusan masalah:

1. Apakah nilai yang dirasakan mempengaruhi kepuasan pelanggan?
2. Apakah nilai yang dirasakan mempengaruhi kepercayaan pelanggan?
3. Apakah kompatibilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan?
4. Apakah kompatibilitas mempengaruhi kepercayaan pelanggan?
5. Apakah kenyamanan mempengaruhi kepuasan pelanggan?

6. Apakah kenyamanan mempengaruhi kepercayaan pelanggan?
7. Apakah pengaruh sosial mempengaruhi kepuasan pelanggan?
8. Apakah pengaruh sosial mempengaruhi kepercayaan pelanggan?
9. Apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi niat perilaku?
10. Apakah kepercayaan pelanggan mempengaruhi niat perilaku?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah digunakan untuk menghindari pelebaran topik permasalahan agar penelitian ini lebih fokus dan terarah dalam membahas topik permasalahan. Beberapa batasan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Variabel yang akan dibahas nilai yang dirasakan, kompatibilitas, kenyamanan, pengaruh sosial, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan niat perilaku
2. Luas lingkupnya hanya meliputi transaksi pembayaran menggunakan metode pembayaran digital dengan dompet digital yang ada di Indonesia.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku dalam menggunakan layanan dompet digital untuk transaksi pembayaran.
2. Untuk mengetahui dampak-dampak dari variabel yang sudah ditentukan

terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan dalam menggunakan layanan dompet digital.

3. Memberikan rekomendasi kepada perusahaan dompet digital untuk meningkatkan layanan dompet digital mereka sehingga dapat meningkatkan pengguna.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku dalam pembayaran digital melalui dompet digital serta untuk penelitian di masa depan agar menambah variabel dan memperluas cakupan wilayah penelitian

1.5.2 Bagi Perusahaan penyedia layanan dompet digital

Penelitian ini bermanfaat agar perusahaan penyedia layanan dompet digital mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat perilaku dalam pembayaran digital serta untuk meningkatkan layanan mereka seiring berkembangnya teknologi di Indonesia sehingga semakin mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran menggunakan dompet digital.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab I membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II menjelaskan dan menguraikan tentang teori yang digunakan sebagai dasar dan pendukung yang relevan dengan variabel dibahas pada topik penelitian ini yaitu teori difusi inovasi, teori tindakan beralasan, model penerimaan teknologi, UTAUT, nilai yang dirasakan, kompatibilitas, kenyamanan, pengaruh sosial, kepuasan pelanggan, kepercayaan, niat perilaku, dan dompet digital. Selain itu, terdapat pengembangan hipotesis, model riset, dan penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III membahas tentang jenis penelitian, populasi & sampel, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, pilot tes, definisi variabel operasional, metode analisis data yang mencakup analisis demografi, analisis statistik deskriptif, dan yang terakhir metode pengolahan data.

BAB IV HASIL & PEMBAHASAN

Bab IV membahas tentang analisis data dan pengolahan data berdasarkan jawaban responden atas kuesioner yang telah diberikan. Kemudian diakhiri dengan

hasil dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan.

BAB V KESIMPULAN & SARAN

Bab V membahas tentang kesimpulan hasil penelitian, implikasi manajerial, keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam penelitian, serta saran dari keseluruhan penelitian untuk peneliti selanjutnya.

