

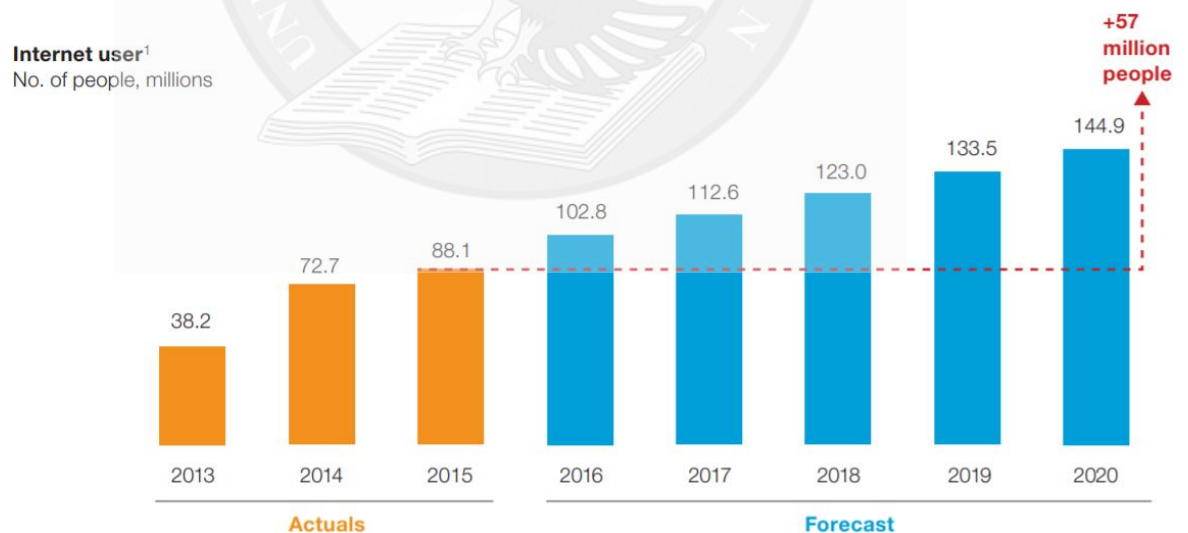
BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang gambaran awal dan fenomena atau permasalahan yang terjadi yang menyebabkan penelitian ini dilakukan. Bab ini terdiri dari lima sub-bab yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan ruang lingkup penelitian.

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi digital semakin memudahkan masyarakat Indonesia untuk memperoleh berbagai macam informasi yang menarik melalui berbagai media. Hal ini tentu tidak lepas dari penggunaan internet yang setiap tahunnya mengalami peningkatan, McKinsey memprediksi peningkatan penggunaan internet akan terus meningkat seperti yang terlihat pada Gambar 1.1 dibawah.



Gambar 1.1 Perkembangan pengguna internet di Indonesia
(Sumber: Mc Kinsey, 2016)

Perkembangan teknologi juga mendorong persaingan dunia bisnis yang ketat, yang menuntut perusahaan untuk kreatif memenuhi kebutuhan bisnis dan terus berinovasi salah satunya dengan mengaplikasikan *cashless payment* untuk mendukung kebijakan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (BI) yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan untuk membentuk masyarakat yang lebih banyak menggunakan instrumen non tunai (Less Cash Society/LCS) dalam bertransaksi, seperti dengan menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran.

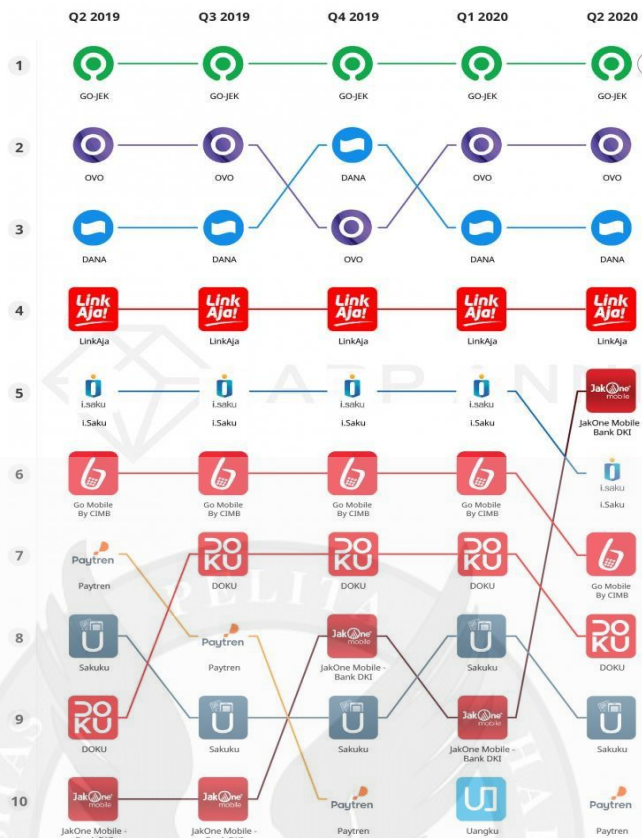
Dompot digital merupakan alat baru yang memiliki fungsi serupa dengan dompet konvensional untuk menyimpan uang dan melakukan transaksi dalam bentuk digital termasuk juga berfungsi sebagai sistem pembayaran dimana uang dapat ditransfer secara elektronik melalui aplikasi mobile, yang menawarkan kemampuan kepada konsumen untuk membuat pembayaran lebih efisien dan nyaman. Perusahaan dapat menarik konsumen dengan pembayaran elektronik melalui aplikasi seluler. Saat ini aplikasi dompet digital telah memasuki hampir seluruh lini kehidupan masyarakat dan memberikan banyak manfaat bagi penggunanya.

Dompot digital tidak hanya memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi, namun dompet digital juga memberikan pengaruh perubahan perilaku masyarakat, terkhususnya kalangan milenial. Menurut hasil riset pasar Ipsos mengenai alat pembayaran melalui dompet digital yang disampaikan oleh Olivia Samosir selaku Research Director Customer Experience Ipsos Indonesia menyatakan sebesar 68% pengguna dompet digital adalah kalangan milenial karena tingkat

produktivitas kalangan ini jauh lebih aktif dibandingkan dengan kalangan lain (Ipsos, 2020). Hal ini tentunya memberikan kemudahan dan efisiensi dibandingkan dengan menggunakan uang tunai atau layanan keuangan secara konvensional.

Banyaknya penawaran diskon atau promo yang ditawarkan oleh aplikasi-aplikasi dompet digital ini membuat pengguna tertarik untuk menggunakannya. Diskon atau promo yang ditawarkan dapat berupa makanan dan minuman, tiket bioskop, ataupun melakukan transaksi lainnya, sehingga pengguna dapat menghemat pengeluarannya. Selain itu, aplikasi dompet digital dapat digunakan untuk berbagai transaksi dimana saja, cukup dengan satu aplikasi dompet digital, semua kebutuhan pengguna dapat terpenuhi.

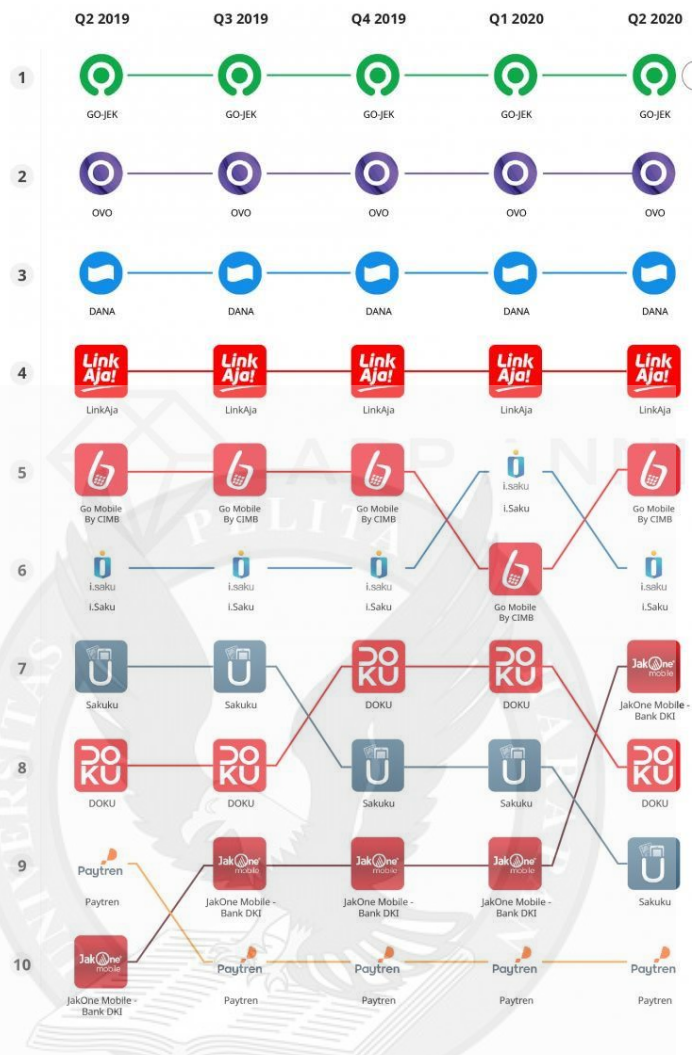
Tercata ada 41 dompet digital yang telah terdaftar di Bank Indonesia (International Trade Administration of U.S. Department of Commerce, 2020), membuat daya saing pasar dompet digital lebih tinggi dari sebelumnya, Gambar 1.1 di bawah ini menunjukkan posisi masing-masing dompet digital berdasarkan jumlah unduhan yang peringkatnya terus berubah yang berarti pasar dompet digital di Indonesia memiliki daya saing yang tinggi. Seperti yang dapat dilihat dari Gambar 1.2, bahwa Go-pay dari gojek menduduki peringkat pertama, disusul oleh Ovo di peringkat kedua dan dana di peringkat ketiga pada kuartal kedua tahun 2020.



Gambar 1.2 Peringkat dompet digital di Indonesia berdasarkan jumlah pengunduhan (Sumber: Iprice, 2019)

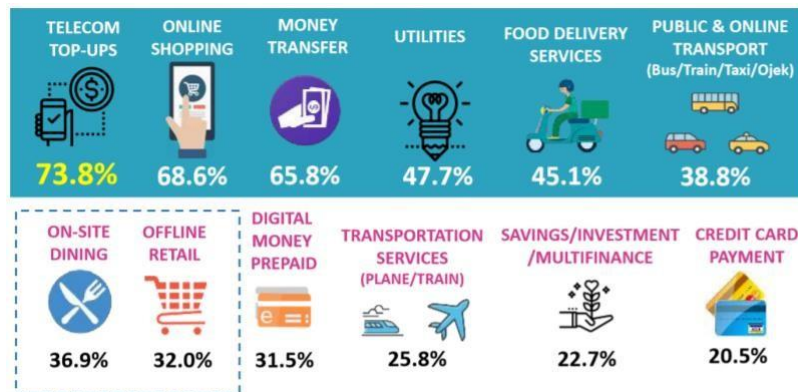
Bukti lain tingginya daya saing pasar dompet digital di Indonesia terlihat pada Gambar 1.3 di bawah ini. Data menunjukkan aplikasi dompet digital terbesar berdasarkan pengguna aktif bulanan mereka. Dompet digital ini sepertinya berjuang cukup keras untuk bisa mempertahankan posisinya. Ambil contoh dari tiga aplikasi teratas di Q2 2020. Dompet digital terpopuler di Indonesia, Go-pay dari Gojek, terus bertahan sebagai nomor satu dari Q2 2019 hingga Q2 2020, diikuti oleh OVO menempati peringkat kedua dan

Danadi peringkat ketiga serta ada LinkAja di peringkat ke empat.



Gambar 1.3 Peringkat dompet digital di Indonesia berdasarkan jumlah pengguna aktif (Sumber: Iprice, 2019)

Metode transaksi menggunakan dompet digital masih sangat rendah, ini terlihat dari data hasil survey yang dilakukan oleh Jakpat pada tahun 2018 yang bisa dilihat pada Gambat 1.4 dibawah. Terlihat bahwa transaksi dompet digital yang dilakukan oleh masyarakat di Indonesia rata-rata masih dibawah 50%,sisanya masih menggunakan metode pembayaran *cash* ataupun kartukredit/debit.



Gambar 1.4 Persentase penggunaan dompet digital pada beberapa jenis transaksi (Sumber: Ipsos)

Teknologi dompet digital di Indonesia masih dalam tahap awal (Australian APEC Study Centre, 2016), sehingga memiliki berbagai risiko keamanan. Keamanan merupakan hal yang sangat penting dalam sistem pembayaran mobile. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis berbagai masalah keamanan dan kemungkinan resiko-resiko dalam proses transaksi dari pelanggan ke database termasuk sektor keuangan, perangkat seluler, arsitektur transaksi seluler dengan fasilitas internet, *gateway*, *website*, dan *database* (I.Lee, 2016, p203). Saat ini, risiko keamanan pembayaran digital, terutama pembayaran melalui seluler, semakin tinggi karena data pribadi terpapar ke berbagai aplikasi. Di Indonesia, meningkatnya kasus pencurian data pribadi dan saldo dompet digital dapat mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap keamanan dompet digital. Ini menunjukkan pentingnya menyelidiki lebih lanjut dampak dari perspektif keamanan pada penerimaan teknologi dompet digital. Keamanan memiliki korelasi kuat dengan risiko dan kepercayaan, yang digunakan terutama dalam penelitian tentang menganalisis niat untuk menggunakan teknologi terkait pembayaran.

Dari data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa masih kurangnya penggunaan layanan dompet digital di masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, untuk meningkatkan jumlah pengguna dari E-Wallet maka perlu untuk diteliti kembali faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan dompet digital di Indonesia. Strategi yang didefinisikan dalam penelitian ini mengacu pada strategi fungsional, khususnya strategi bisnis digital. Strategi fungsional menggambarkan bagaimana strategi perusahaan dan unit bisnis akan dioperasionalkan di area fungsional atau proses bisnis yang berbeda, mengacu pada strategi pemasaran, manajemen rantai pasokan, sumber daya manusia, keuangan dan sistem informasi. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada sistem pembayaran dompet digital. Penelitian ini berkontribusi dengan mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat masyarakat di Indonesia untuk menggunakan dompet digital di Indonesia dengan menggunakan *technology acceptance model* (TAM) dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Yang Akan bermanfaat dengan menyediakan area fokus yang relevan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif, yang pada akhirnya akan mengarah pada tingkat penerimaan dompet digital yang lebih tinggi di Indonesia.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang masalah di atas, maka dapat disimpulkan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived Trust* mempunyai pengaruh terhadap niat penggunaan dompet digital di Indonesia?

2. Apakah Promotional benefit mempunyai pengaruh terhadap niat penggunaan dompet digital di Indonesia?
3. Apakah *Performance expectancy* mempunyai pengaruh terhadap niat penggunaandompet digital di Indonesia?
4. Apakah *Effort Expectancy* mempunyai pengaruh terhadap niat penggunaandompet digital di Indonesia?
5. Apakah Social influence mempunyai pengaruh terhadap niat penggunaan dompet digital di Indonesia?
6. Apakah *Facilitating Conditions* mempunyai pengaruh terhadap niat penggunaandompet digital di Indonesia?
7. Apakah *Perceived Risk* mempunyai pengaruh terhadap niat penggunaan dompet digital di Indonesia?
8. Apakah *Perceived Regulatory Support* mempunyai pengaruh terhadap niat penggunaandompet digital di Indonesia?
9. Apakah *Perceived Value* mempunyai pengaruh terhadap niat penggunaan dompet digital di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *Perceived Trust* terhadap niat penggunaan dompet digital diIndonesia.
2. Mengetahui pengaruh *Promotional Benefits* terhadap niat penggunaan dompet digital di Indonesia.
3. Mengetahui pengaruh *Performance expectancy* terhadap niat

penggunaan dompetdigital di Indonesia.

4. Mengetahui pengaruh *Effort Expectancy* terhadap niat penggunaan dompetdigital di Indonesia.
5. Mengetahui pengaruh Social influence terhadap niat penggunaan dompet digital di Indonesia.
6. Mengetahui pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap niat penggunaan dompetdigital di Indonesia.
7. Mengetahui pengaruh *Perceived Risk* terhadap niat penggunaan dompet digital di Indonesia.
8. Mengetahui pengaruh *Perceived Regulatory Support* terhadap niat penggunaan dompetdigital di Indonesia.
9. Mengetahui pengaruh *Perceived Value* terhadap niat penggunaan dompet digital di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, baik dalam bidang akademis maupun praktis seperti:

1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang diharapkan dari penelitian ini dapat menambah referensi dan wawasan dalam mengaplikasikan ilmu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan dompet digital di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang mempunyai pengaruh yang mendominasi yang mempengaruhi penggunaan dompet digital di Indonesia.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi perusahaan penyedia layanan dompet digital.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada dompet digital sebagai objek penelitian
2. Responden pada penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan sistem pembayaran dompet digital dengan minimum penggunaan satu kali di wilayah DKI Jakarta.

