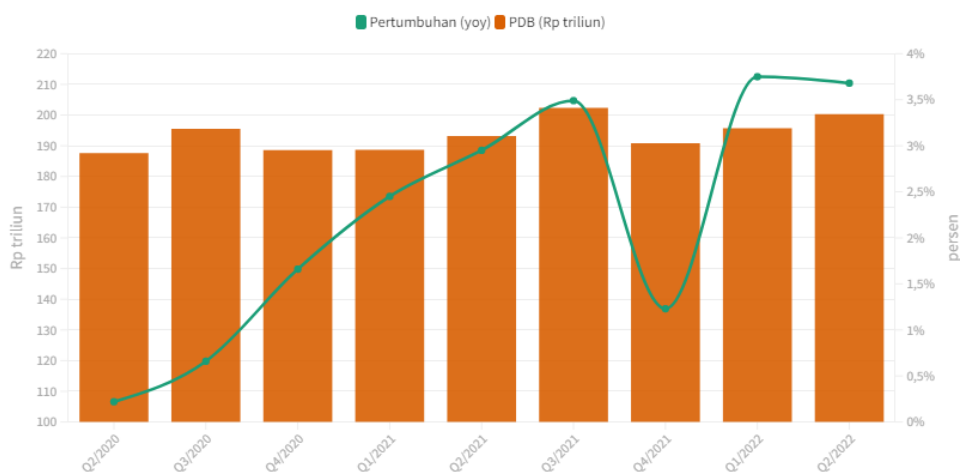


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Kecil dan Menengah memiliki peran sentral dalam perekonomian nasional. Namun, UKM masih memiliki domain produktivitas rendah. Selain itu, sebagian besar UKM di negara berkembang seperti di Indonesia sulit untuk memiliki peluang untuk mengembangkan bisnisnya ditambah dengan adanya pandemi COVID-19. Pandemi COVID-19 berimbas besar pada kelangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Krisis ekonomi yang dialami oleh UMKM pun menjadi ancaman besar bagi perekonomian nasional, mengingat UMKM merupakan penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja terbesar dalam beberapa dekade terakhir (LIPI, 2020). PDB industri makanan dan minuman sebesar Rp200,26 triliun pada kuartal II/2022. Jumlah itu meningkat 3,68% dari periode yang sama tahun lalu sebesar Rp193,16 triliun.



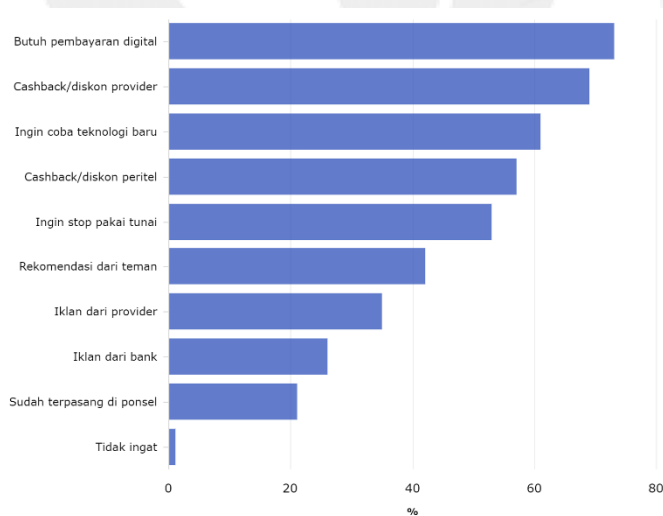
Gambar 1.1 PDB Industri Makanan dan Minuman (Q2/2020-Q2/2022)

Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan, produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) di industri makanan dan minuman sebesar Rp200,26 triliun pada kuartal II/2022. Jumlah itu meningkat 3,68% dari periode yang sama tahun lalu sebesar Rp193,16 triliun. Melihat trennya, kinerja industri makanan dan minuman cenderung mengalami tren menguat setelah tertekan pada kuartal I/2022 dan kuartal II/2020. Ini menandakan bahwa industri makanan dan minuman telah pulih dari dampak pandemi Covid-19, Namun bisnis ini, tentu memiliki risiko yang harus dihadapi seperti, banyaknya usaha sejenis yang membuat persaingan semakin ketat, kemudian adanya perputaran mode yang begitu cepat dan tentu saja perlu adanya modal yang lumayan besar untuk memulai dan mengembangkan usaha. Disinilah dibutuhkan kemampuan organisasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Penggunaan internet dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari kini sudah umum di seluruh dunia. Hal ini didukung dengan pesatnya perkembangan teknologi, khususnya di bidang informasi dan komunikasi (Kaplan et al., 2021). Semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia menjadi peluang bisnis bagi perusahaan *e-commerce*, karena keuntungan dari segi efisiensi waktu dan biaya menjadi salah satu alasan utama mengapa masyarakat dunia lebih memilih *e-commerce* (Tempola et al., 2021). Selain itu, pertumbuhan *e-commerce* juga mendorong digitalisasi sistem pembayaran. Perubahan sistem pembayaran sesuai dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang menjadi pembayaran nontunai melalui pembayaran digital. Perusahaan fintech membuat transaksi lebih mudah untuk membuatnya lebih efektif dan efisien. Perkembangan uang elektronik atau

mobile payment kini mengikuti perkembangan zaman telah ada dalam bentuk aplikasi di ponsel, tidak hanya dalam bentuk chip dalam kartu (Acelian & Basri, 2021).

Sehingga *Mobile payment* menjadi salah satu inovasi teknologi modern yang telah merambah dan mendominasi perekonomian baik di negara berkembang maupun negara maju. Akibatnya, terus meningkatnya fokus ilmiah terhadap terusnya penggunaan teknologi informasi oleh pengguna, khususnya aplikasi *mobile payment* (Abdul-Halim et al., 2021). Berdasarkan laporan Boku Inc. “*Mobile Wallets Report 2021*”, sebanyak 73% masyarakat Indonesia menggunakan *mobile payment* karena mereka membutuhkan pembayaran secara online (Annur, 2021). Seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 1.2 Kebutuhan Mobile Payment

Sumber: Annur (2021)

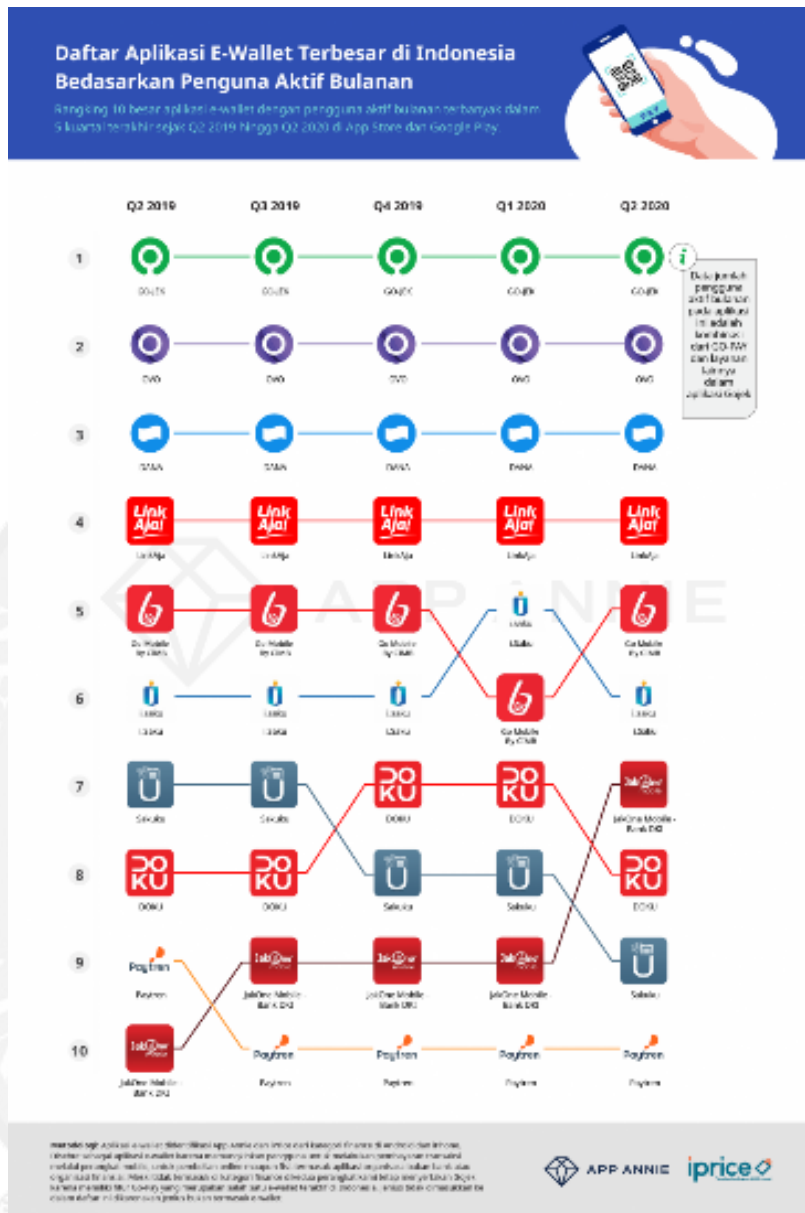
Gambar di atas menunjukkan bahwa sebanyak 69% responden mengatakan adanya cashback atau diskon dari penyedia *mobile payment* menjadi alasan untuk menggunakan *mobile payment*. Kemudian sebanyak 61% responden yang

menggunakan *mobile payment* karena ingin mencoba teknologi baru. Selanjutnya, sebanyak 57% responden menggunakan *mobile payment* karena ingin mendapatkan cashback atau diskon dari peritel tertentu. Lalu sebanyak 53% responden menggunakan *mobile payment* karena ingin berhenti menggunakan uang tunai. Lebih lanjut, sebanyak 42% responden yang menggunakan *mobile payment* karena direkomendasikan oleh teman. Responden yang terdorong menggunakan *mobile payment* karena iklan dari penyedia *mobile payment* dan bank masing-masing sebanyak 35% dan 26%. Berdasarkan laporan tersebut menyatakan bahwa nilai transaksi *mobile payment* di Indonesia mencapai US\$ 28 miliar pada 2021. Sementara, volume transaksi *mobile payment* mencapai 1,7 miliar kali. Sehingga total pengguna *mobile payment* di Indonesia tercatat sebesar 63,6 juta. Angka tersebut diprediksi bakal mencapai 202 juta pengguna pada 2025 (Annur, 2021).

Mengingat semakin maraknya popularitas uang elektronik, banyak startup di sektor keuangan yang mulai berkembang, yang merupakan awal dari munculnya produk dompet digital atau produk e-wallet seperti yang sudah populer di Indonesia, yaitu OVO, Gopay, DANA, LinkAja, Paytren, I-Saku, dan lain-lain. Keputusan untuk menggunakan *mobile payment* untuk berbelanja online tentu dipikirkan dengan matang oleh konsumen, karena dengan sikap individu terhadap perilaku tertentu terkait dengan penilaian perasaan disukai atau tidak disukai seseorang terhadap suatu objek. Seperti jurnal yang dilakukan oleh Sulistyaningsih & Hanggraeni, (2021) dengan judul “The Impact of Technological, Organisational, Environmental Factors on The Adoption of QR Code Indonesian Standard and Micro Small Medium Enterprise Performance”, dalam penelitian tersebut

menjelaskan bahwa penggunaan mobil payment dapat mempermudah transaksi pembayaran dan meningkatkan efisiensi UMKM. Namun, belum sepenuhnya diadopsi oleh UMKM di Indonesia, tercermin dari tingkat adopsi yang relatif rendah. Oleh karena itu, untuk dimasa datang penelitian tersebut menyarankan pentingnya kolaborasi antara regulator dan penyedia jasa pembayaran untuk menyediakan edukasi dan pendampingan kepada UMKM untuk meningkatkan adopsi *mobile payment*.

Seperangkat keyakinan yang dimiliki seseorang tentang suatu peristiwa atau ide, tempat, aktivitas, benda dan seseorang mempengaruhi sikap individu tentang perilaku dan sikap tersebut mempengaruhi niat perilaku individu. Maraknya aplikasi dompet digital di Indonesia telah menciptakan persaingan bisnis yang semakin ketat. Perusahaan dompet digital saling bertarung melawan fitur dan keuntungan satu sama lain untuk menarik pelanggan. Salah satu yang sering terlihat dalam persaingan adalah persaingan untuk mendapatkan diskon dan cashback yang paling sering dilakukan oleh perusahaan dompet digital dengan memberikan promosi penjualan yang masif untuk menarik minat pelanggan. Setiap perusahaan dompet digital memberikan promosi penjualan yang menarik satu sama lain, namun besarnya promo, syarat dan ketentuan untuk mendapatkan promosi dan keterbatasan merchant menjadi kendala untuk menarik pengguna. Dari beberapa deskripsi fenomena yang terjadi, penulis memilih mobile payment Gopay sebagai objek penelitian, dimana Gopay, menjadi *mobile payment* urutan pertama dengan total download terbanyak kemudian diikuti OVO, Dana dan LinkAja, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 1.3 Pengguna *Mobile Payment*

Sumber: Devita (2021)

Gambar di atas menunjukkan bahwa sebanyak 58% dari responden memilih Gopay sebagai *mobile payment* paling familiar bagi mereka, diikuti Ovo sebanyak 29%, Dana 9% dan LinkAja 4% responden. Untuk peringkat selanjutnya *mobile payment* dengan pengguna aktif bulanan terbanyak dari posisi 6 hingga ke 10 untuk

periode Q2 2021 diduduki oleh Go Mobile by CIMB, i.saku, JakOne Mobile- Bank DKI, Doku, Sakuku, dan Paytren.

Oleh karena itu, kesiapan untuk mengadopsi *mobile payment* pada aplikasi Gopay tidak hanya diukur dari sisi teknologi, tetapi juga dari internal dan eksternal organisasi. Ide ini sesuai dengan Framework Technology-Organization-Environment (TOE) yang akan digunakan sebagai dasar untuk merancang model kesiapan adopsi aplikasi Gopay dalam penelitian ini. Kerangka TOE mengevaluasi faktor-faktor yang berperan dalam mengadopsi keputusan. Kemudian, faktor-faktor tersebut diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yaitu teknologi (inovasi), organisasi (pihak yang mengadopsi inovasi), dan lingkungan (tempat inovasi diterapkan) (Dewi et al., 2018). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini akan mengevaluasi pengaruh faktor teknologi, keorganisasian dan lingkungan terhadap adopsi aplikasi Gopay dan kinerja usaha mikro kecil menengah

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian di atas yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh positif Technology terhadap adopsi aplikasi Gopay?
2. Apakah terdapat pengaruh positif Technology terhadap adopsi kinerja UMKM?
3. Apakah terdapat pengaruh positif Organization terhadap adopsi aplikasi Gopay?

4. Apakah terdapat pengaruh positif Organization terhadap adopsi kinerja UMKM?
5. Apakah terdapat pengaruh positif Environment terhadap adopsi aplikasi Gopay?
6. Apakah terdapat pengaruh positif Environment terhadap kinerja UMKM?
7. Apakah terdapat pengaruh positif antara adopsi aplikasi Gopay terhadap kinerja UMKM?
8. Apakah Adopsi aplikasi Gopay memediasi pengaruh Technology terhadap kinerja UMKM
9. Apakah Adopsi aplikasi Gopay memediasi pengaruh Organization terhadap kinerja UMKM
10. Apakah Adopsi aplikasi Gopay memediasi pengaruh Environment terhadap kinerja UMKM

1.3 Tujuan Penelitian

Diketahuinya permasalahan pokok seperti yang telah disebutkan diatas maka tujuan penelitian tersebut adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif Technology terhadap adopsi aplikasi Gopay
2. Untuk mengetahui pengaruh positif Technology terhadap adopsi kinerja UMKM
3. Untuk mengetahui pengaruh positif Organization terhadap adopsi aplikasi Gopay

4. Untuk mengetahui pengaruh positif Organization terhadap adopsi kinerja UMKM
5. Untuk mengetahui pengaruh positif Environment terhadap adopsi aplikasi Gopay
6. Untuk mengetahui pengaruh positif Environment terhadap kinerja UMKM
7. Untuk mengetahui pengaruh positif antara adopsi aplikasi Gopay terhadap kinerja UMKM
8. Untuk mengetahui Adopsi aplikasi Gopay memediasi pengaruh Technology terhadap kinerja UMKM
9. Untuk mengetahui Adopsi aplikasi Gopay memediasi pengaruh Organization terhadap kinerja UMKM
10. Untuk mengetahui Adopsi aplikasi Gopay memediasi pengaruh Environment terhadap kinerja UMKM

1.4 Manfaat Penelitian

Segala hal yang diteliti oleh peneliti selalu terdapat manfaat yang diharapkan oleh peneliti kepada pengusaha, universitas, maupun pihak-pihak lain yang terkait, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Untuk memberikan gambaran mengenai kerangka teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan *mobile payment*. Serta memberikan sebuah kontribusi untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang manajemen dan juga memberikan literatur tambahan dalam studi manajemen.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi perusahaan fintech dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan, supaya lebih memuaskan.
- b. Sebagai suatu hasil karya dan sebuah karya yang dapat dijadikan sebagai bahan wacana dan pustaka bagi mahasiswa atau pihak lain yang memiliki ketertarikan meneliti dibidang yang sama.

1.5 Garis Besar Penelitian

Dalam penelitian ini akan dibagi menjadi 5 bab. Setiap bab akan menjadi dijelaskan sebagai berikut:

1. **Bab I – Pendahuluan**

Pada bab I, menjelaskan latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, penelitian kontribusi dan garis besar penelitian untuk artikel ini.

2. **Bab II – Tinjauan Pustaka**

Pada bab II terdapat tinjauan pustaka yang berisi tentang latar belakang teori masing-masing variabel yang ada, hubungan antara variabel dan latar belakang konseptual hipotesis

3. **Bab III – Metodologi Penelitian**

Pada Bab III terdapat metodologi penelitian yang menjelaskan tentang metode yang akan digunakan untuk mengukur dan menguji hubungan antara variabel.

Ada desain penelitian, metode pengumpulan data kuantitatif, dan jenis penelitian dan pembahasan hasil pretest

4. **Bab IV – Analisis dan Pembahasan Data**

Pada bab IV, berisi tentang hasil penelitian, analisis hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian, yang menjelaskan hubungan antar variabel berdasarkan hasil penelitian ini. Kemudian Anda akan mendapatkan hasil diskusi dan menarik kesimpulan.

5. **Bab V – Kesimpulan dan Rekomendasi**

Di Bab 5, Anda akan memasukkan teori dan manajemen aplikasi, saran yang dapat digunakan untuk perbaikan penelitian, keterbatasan penelitian ini dan kesimpulan dari penelitian selanjutnya.

