

BAB I

PENDAHULUAN

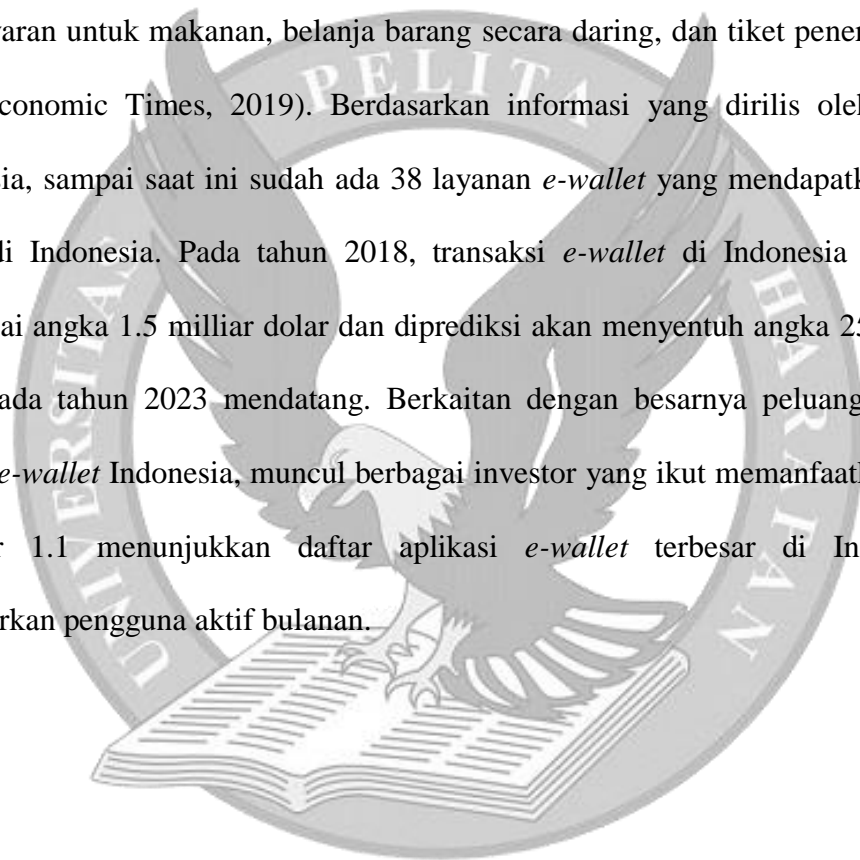
1.1. Latar Belakang

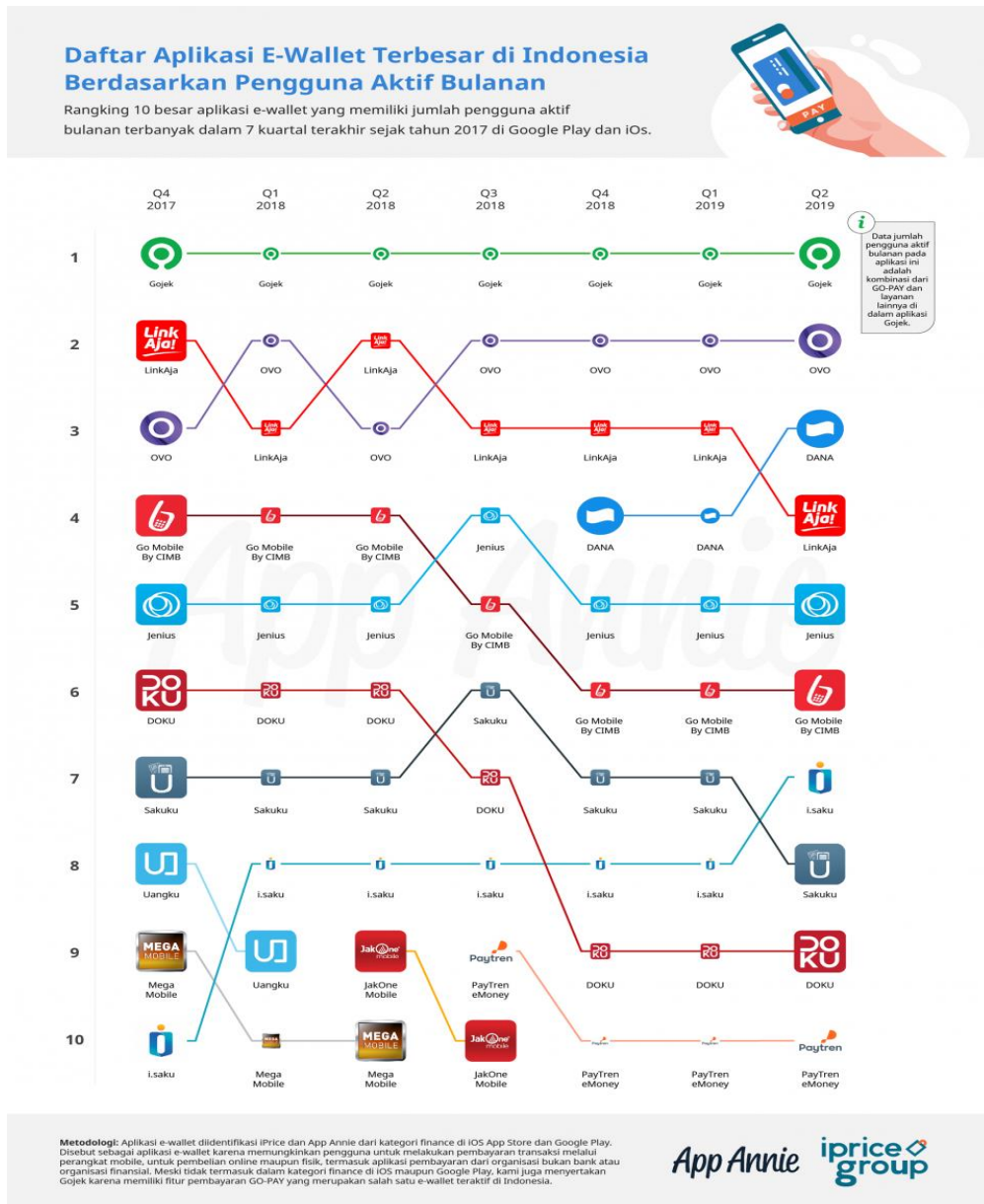
Indonesia merupakan negara berkembang dengan jumlah penduduk mencapai 267.000.000 juta jiwa per tahun 2019 (Badan Pusat Statistik, 2019). Dalam laporan riset bertajuk *Digital in 2019* yang dirilis oleh layanan manajemen konten Hootsuite gfdan agensi pemasaran media sosial We Are Social, tercatat bahwa penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 56 persen. Hal tersebut didukung oleh data yang dirilis oleh APJII pada Mei 2019 yang menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 10.12% dari tahun 2018. Lebih lanjut, dari total populasi sebanyak 264 juta penduduk Indonesia pada Mei 2019, pengguna internet di Indonesia mencapai 64% yaitu sebanyak 171 juta jiwa.

Seiring dengan perkembangan internet, Indonesia telah memasuki era industri 4.0, di mana internet memiliki pengaruh yang besar dalam menciptakan berbagai peluang. Hal tersebut membuat kemajuan teknologi, khususnya internet memberikan dampak yang cukup signifikan dalam gaya hidup seseorang. *E-lifestyle* adalah istilah yang tepat untuk menggambarkan revolusi gaya hidup yang terjadi pada era digital saat ini (Zaki, 2013). *E-lifestyle* sendiri diharapkan dapat mengoptimalkan dan mengefisienkan gaya hidup masyarakat dengan

memanfaatkan perangkat teknologi yang ada. Maka dari itu, *e-lifestyle* dapat ditemukan dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari masyarakat.

Bentuk terapan *e-lifestyle* yang sedang marak di Indonesia adalah adanya kemudahan bertransaksi *cashless* (non tunai) dengan adanya *e-wallet*. *E-wallet* merupakan suatu jenis akun prabayar yang dilindungi dengan kata sandi di mana pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi daring, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang secara daring, dan tiket penerbangan (The Economic Times, 2019). Berdasarkan informasi yang dirilis oleh Bank Indonesia, sampai saat ini sudah ada 38 layanan *e-wallet* yang mendapatkan izin resmi di Indonesia. Pada tahun 2018, transaksi *e-wallet* di Indonesia tercatat mencapai angka 1.5 miliar dolar dan diprediksi akan menyentuh angka 25 miliar dolar pada tahun 2023 mendatang. Berkaitan dengan besarnya peluang dalam bidang *e-wallet* Indonesia, muncul berbagai investor yang ikut memanfaatkannya. Gambar 1.1 menunjukkan daftar aplikasi *e-wallet* terbesar di Indonesia berdasarkan pengguna aktif bulanan.



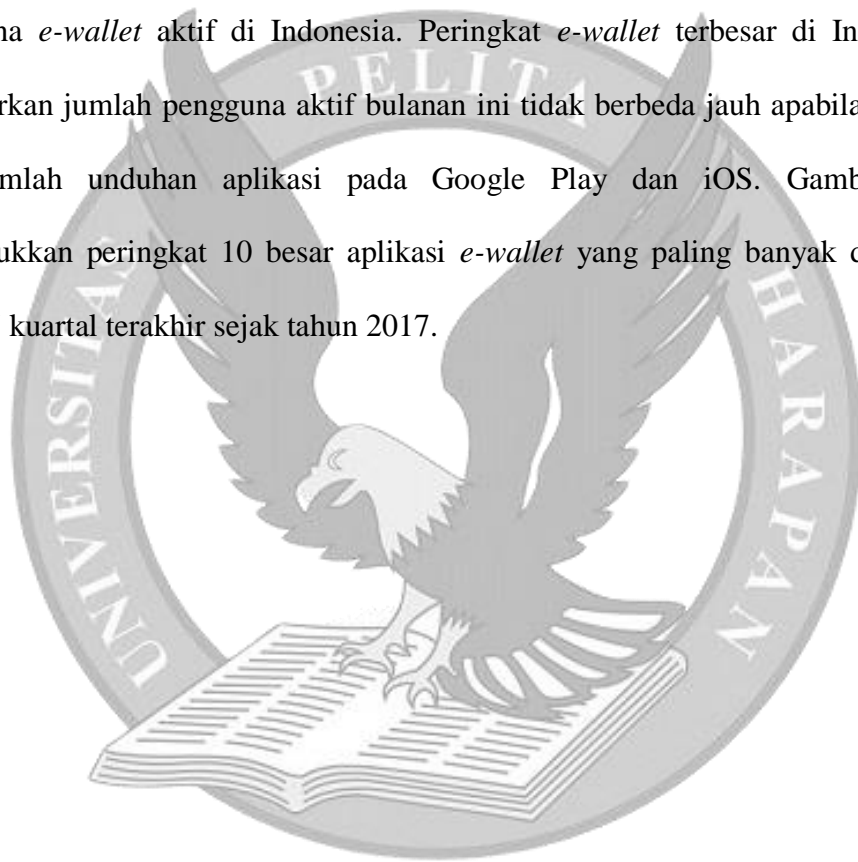


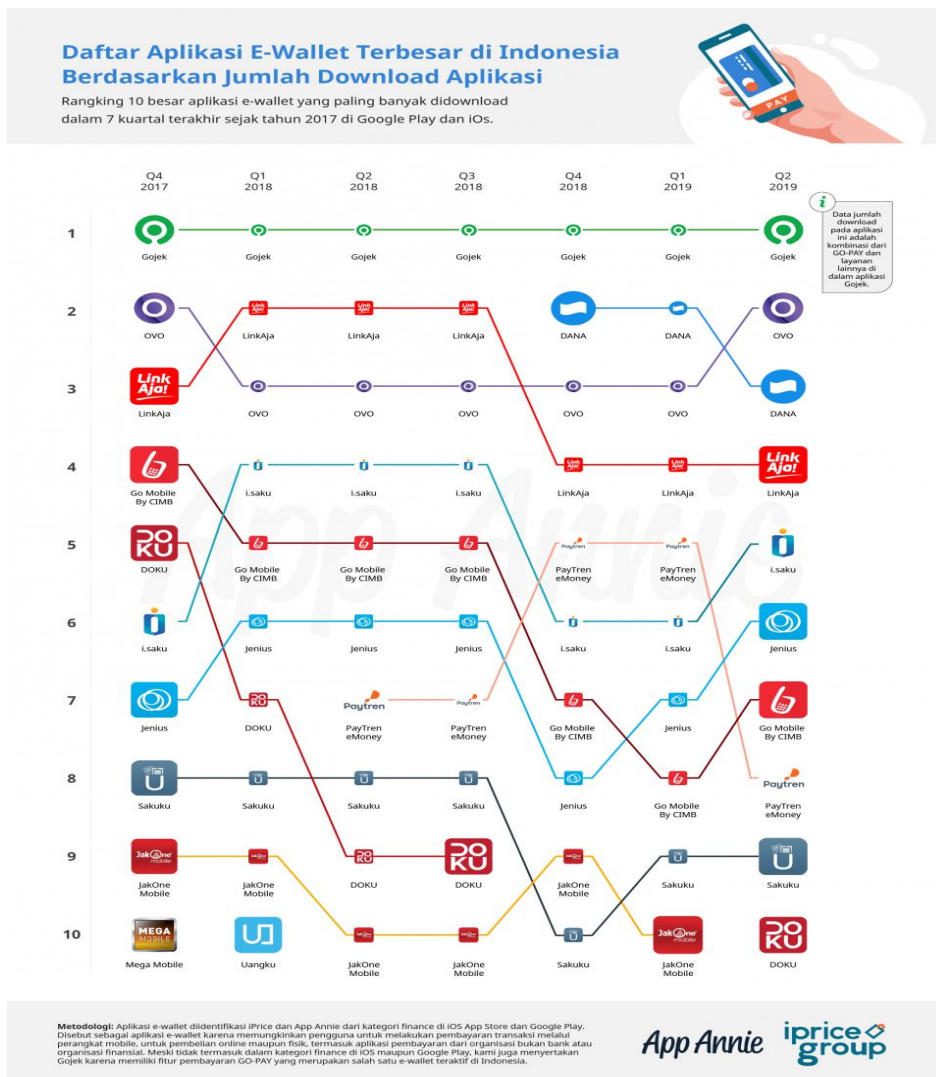
Gambar 1.1 Daftar Aplikasi *E-Wallet* Terbesar di Indonesia Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan

Sumber : iPrice (2019)

Perkembangan aplikasi *e-wallet* milik perusahaan berbasis internet sendiri mulai meningkat semenjak kuartal keempat tahun 2017 (iPrice, 2019). Dari

Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa saat ini Go-Pay merupakan aplikasi *e-wallet* terbesar nomor satu di Indonesia, dengan jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak. Posisi aplikasi *e-wallet* kedua terbesar berdasarkan jumlah pengguna aktif bulannya adalah OVO, disusul dengan DANA di posisi ketiga. Sedangkan posisi selanjutnya ditempati oleh LinkAja, Jenius, GoMobile, i.saku, Sakuku, DOKU, dan PayTren. Lebih lanjut, aplikasi *e-wallet* tanah air masih mendominasi pengguna *e-wallet* aktif di Indonesia. Peringkat *e-wallet* terbesar di Indonesia berdasarkan jumlah pengguna aktif bulanan ini tidak berbeda jauh apabila dilihat dari jumlah unduhan aplikasi pada Google Play dan iOS. Gambar 1.2 menunjukkan peringkat 10 besar aplikasi *e-wallet* yang paling banyak diunduh dalam 7 kuartal terakhir sejak tahun 2017.





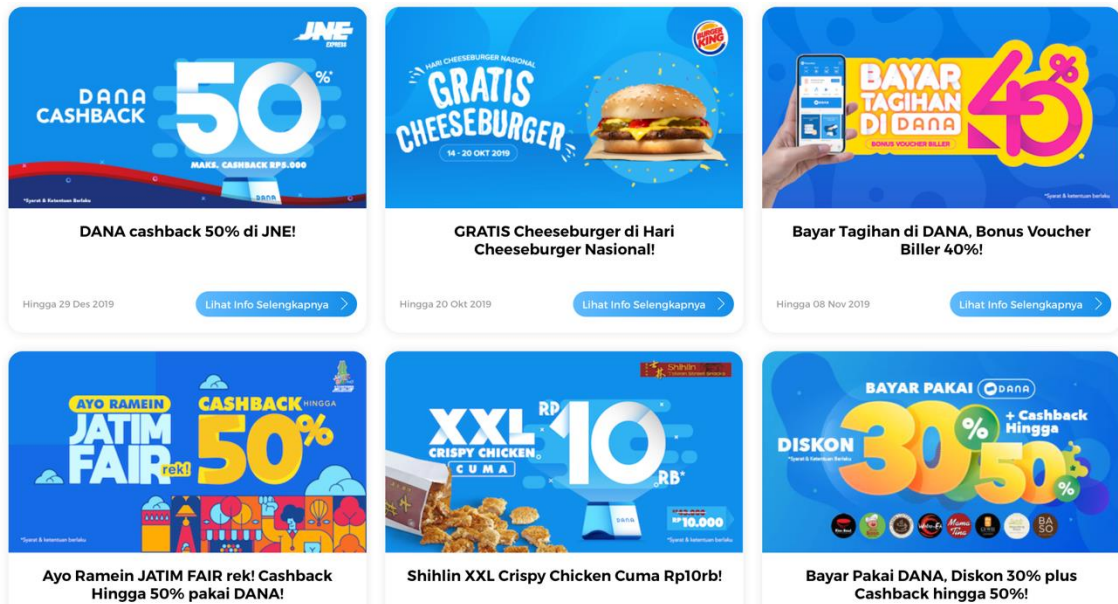
Gambar 1.2 Daftar Aplikasi *E-Wallet* Terbesar di Indonesia Jumlah Unduhan
 Sumber : iPrice (2019)

Dari Gambar 1.2 dapat dilihat bahwa saat ini Go-Pay merupakan aplikasi *e-wallet* terbesar nomor satu di Indonesia berdasarkan jumlah unduhan aplikasi pada Google Play dan iOS. Posisi aplikasi *e-wallet* kedua terbesar berdasarkan jumlah unduhannya adalah OVO, disusul dengan DANA di posisi ketiga.

Sedangkan posisi selanjutnya ditempati oleh LinkAja, i.saku, Jenius, Go Mobile, PayTren, dan Sakuku.

Dari kedua informasi yang digambarkan pada Gambar 1.1 dan Gambar 1.2 diketahui bahwa aplikasi *e-wallet* yang paling konsisten adalah Go-Pay. Go-Pay merupakan aplikasi *e-wallet* terbesar baik berdasarkan jumlah aktif bulanannya maupun berdasarkan jumlah unduhan aplikasi. Sedangkan sepanjang tahun 2017 dan 2018 OVO dan LinkAja saling bersaing merebut posisi kedua aplikasi *e-wallet* terbesar. DANA sendiri diluncurkan pada bulan Desember 2018 (Kompas, 2018). Sebagai aplikasi *e-wallet* yang relatif baru dibandingkan aplikasi *e-wallet* lainnya, DANA berhasil merebut posisi kedua *e-wallet* terbesar pada kuartal keempat tahun 2018 berdasarkan jumlah unduhan dan pada kuartal kedua tahun 2019 menjadi aplikasi *e-wallet* terbesar kedua berdasarkan jumlah pengguna aktif bulanan di Indonesia. Dengan ini, dapat dikatakan bahwa DANA memiliki perkembangan yang tercepat dan sukses dibandingkan aplikasi dompet digital lainnya. Oleh karena itu, DANA dipilih sebagai obyek yang diteliti pada penelitian ini.

DANA merupakan layanan aplikasi *e-wallet* hasil kerja sama dengan Emtek group dan Ant Financial. DANA juga merupakan aplikasi *e-wallet* resmi yang bisa (DANA, 2019). Aplikasi *e-wallet* DANA sendiri menawarkan promosi *cashback* dan penambahan poin untuk menarik masyarakat untuk menggunakan DANA (DANA, 2019). Gambar 1.3 menunjukkan beberapa promosi yang dilakukan oleh aplikasi *e-wallet* DANA untuk mendorong penggunaan aplikasi oleh masyarakat Indonesia.



Gambar 1.3 Contoh Promosi *Cashback* DANA

Sumber : DANA (2019)

Gambar 1.3 menunjukkan beberapa contoh promosi *cashback* yang ditawarkan oleh DANA untuk mendorong pemakaian aplikasi oleh masyarakat Indonesia. *Cashback* yang diberikan oleh DANA meliputi berbagai hal mulai dari makanan, *cashback* dalam *event* tertentu, hiburan, dan lain-lain. Di samping itu, *cashback* yang diberikan pun tidak tanggung-tanggung, yaitu mencapai mencapai 50 persen dari transaksi yang dilakukan pengguna, meskipun dibatasi oleh nilai maksimum *cashback* yang dapat diberikan.

Promosi *cashback* ini diklaim membantu meningkatkan penjualan *merchant* yang bekerja sama dengan aplikasi DANA. Adapun *cashback* pada aplikasi DANA tidak dapat diuangkan dan hanya bisa digunakan kembali dengan

aplikasi DANA sehingga dapat mempengaruhi niat pengguna (*intention to use*) untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Dilansir dari iPrice (2019), ketertarikan konsumen untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* sangat dipengaruhi oleh promosi penawaran *cashback* dan penambahan poin. Di samping itu, aplikasi *e-wallet* dapat meningkatkan efisiensi transaksi penggunaannya melalui teknologi *QRC (Quick Response Code)*. Hal ini menunjukkan adanya kegunaan yang dapat dirasakan (*perceived usefulness*) secara nyata oleh pengguna aplikasi dompet digital. Adapun *perceived usefulness* merupakan tingkat sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja tugasnya dalam beraktivitas (Davis, 1989).

Adopsi teknologi baru seperti aplikasi *e-wallet* (dompet digital) ini juga tidak terlepas dari kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*). *Perceived ease of use* mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari suatu usaha (Davis, 1989). Namun demikian transaksi non-tunai tentunya juga memiliki kelemahan. Dikarenakan bergantung pada teknologi, maka aplikasi *e-wallet* memiliki potensi gangguan. Jika terjadi gangguan, maka di khawatirkan akan mengganggu keuangan pengguna. Dengan kata lain, terdapat resiko tertentu yang dirasakan (*perceived risk*) oleh pengguna aplikasi *e-wallet*. *Perceived risk* muncul karena adanya resiko yang dirasakan ketika menghadapi ketidakpastian dan konsekuensi yang berpotensi gagal pada transaksi (Lim, 2003).

Pada esensinya, transaksi melalui aplikasi *e-wallet* sama dengan transaksi tunai. Namun, transaksi non tunai melalui aplikasi *e-wallet* secara tidak langsung

dapat menyebabkan penggunaanya lebih konsumtif dalam pengelolaan keuangannya, dikarenakan banyaknya promosi yang diberikan. Oleh karena itu faktor pribadi masing-masing individu, yaitu efikasi diri (*self-efficacy*) juga menjadi salah satu hal yang mempengaruhi niat penggunaan aplikasi *e-wallet*. *Self efficacy* mempengaruhi perilaku apa yang orang pilih dalam bertindak, jumlah usaha yang mereka siapkan, dan jumlah waktu yang mereka miliki untuk melewati kendala (Bandura, 1986).

Latar belakang di atas mendasari dilakukannya penelitian untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai “PENGARUH EFIKASI DIRI DAN RESIKO YANG DIRASAKAN TERHADAP INTENSI PENGGUNAAN DANA YANG DIMEDIASI DENGAN KEGUNAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN YANG DIRASAKAN.”

1.2. Rumusan Masalah

Latar belakang yang telah diuraikan di atas mendasari beberapa perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah efikasi diri memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kemudahan penggunaan yang dirasakan?
2. Apakah efikasi diri memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kegunaan yang dirasakan?
3. Apakah resiko yang dirasakan memiliki hubungan negatif dan signifikan dengan kegunaan yang dirasakan?

4. Apakah resiko yang dirasakan memiliki hubungan negatif dan signifikan dengan intensi penggunaan?
5. Apakah kegunaan yang dirasakan memiliki hubungan negatif dan signifikan terhadap intensi penggunaan?
6. Apakah kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan intensi penggunaan?
7. Apakah kemudahan penggunaan yang diraskaan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kegunaan yang dirasakan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan terdapat beberapa tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui hubungan antara efikasi diri dan kemudahan penggunaan yang dirasakan.
2. Untuk mengetahui hubungan antara efikasi diri dan kegunaan yang dirasakan.
3. Untuk mengetahui hubungan antara resiko yang dirasakan dan kegunaan yang dirasakan.
4. Untuk mengetahui hubungan antara resiko yang dirasakan dan intensi penggunaan.
5. Untuk mengetahui hubungan antara kegunaan yang dirasakan dan intensi penggunaan.

6. Untuk mengetahui hubungan antara kemudahan penggunaan yang dirasakan dan intensi penggunaan.
7. Untuk mengetahui hubungan antara kemudahan penggunaan yang diraskaan dan kegunaan yang dirasakan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membawa berbagai manfaat bagi pembacanya, antara lain:

1. **Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan ataupun referensi bagi DANA maupun perusahaan serupa dalam menentukan strategi perusahaan.

2. **Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai sumber informasi bagi para pembaca mengenai efikasi diri, resiko yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan intensi penggunaan teknologi.

1.5. Pembatasan Masalah

Pada penelitian ini dilakukan pembatasan masalah mengingat besarnya ruang lingkup yang ada dan adanya keterbatasan akan waktu, biaya, dan lain-lain. Pembatasan masalah dilakukan dengan tujuan lebih memfokuskan penelitian dan membuatnya menjadi lebih komprehensif. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan responden pengguna aplikasi

dompet digital DANA yang secara aktif dengan frekuensi pemakaian minimal satu minggu sekali. Selain itu, penelitian ini dibatasi pada bahasan mengenai efikasi diri, resiko yang dirasakan, kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan intensi penggunaan teknologi.

1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab dengan rincian penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memberikan garis besar latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini diuraikan dasar-dasar teoritis variabel-variabel yang hubungannya diuji dalam penelitian ini. Bab ini juga menjelaskan hipotesis dan model yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik penarikan sampel, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil analisis data berdasarkan metode yang telah dibahas pada bab metodologi serta pembahasan hasil analisis tersebut.

BAB V : KESIMPULAN

Dalam bab ini dilakukan penarikan kesimpulan penelitian berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Bab ini menjelaskan hal-hal yang menjadi keterbatasan penelitian beserta saran bagi penelitian selanjutnya berdasarkan keterbatasan tersebut.

