

# BAB I

## PEDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

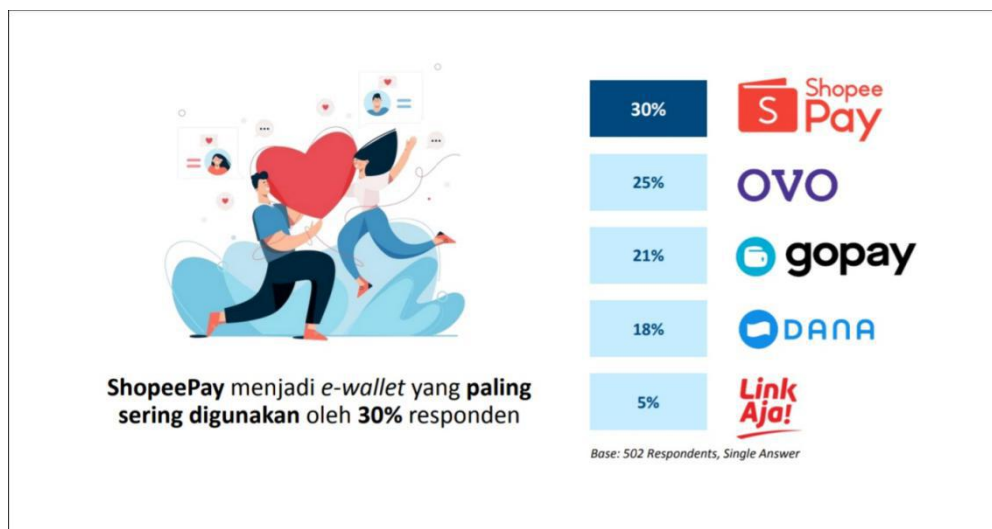
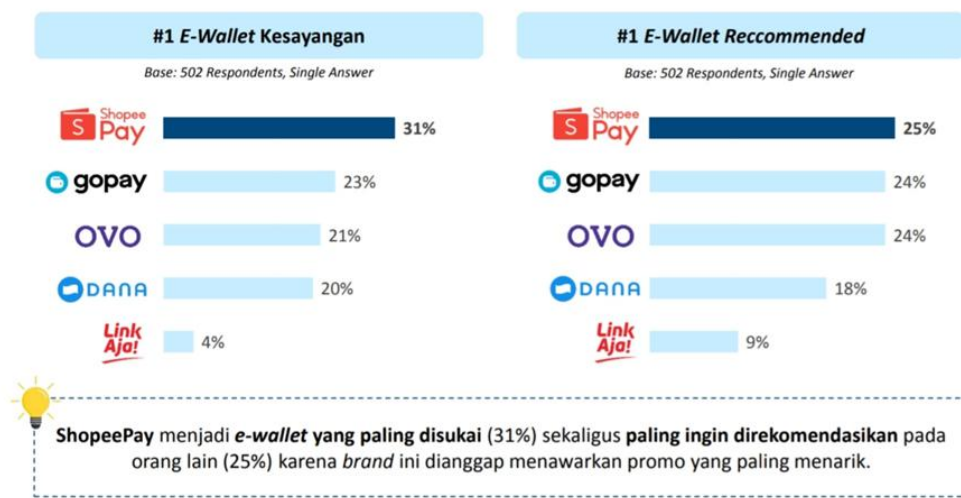
Tahun 2020 menjadi tahun di mana di seluruh dunia khususnya di Indonesia menerapkan adanya kondisi *physical distancing*. Kondisi ini diterapkan di Indonesia mulai berkisar di bulan Februari 2020. *Physical distancing* ini diberlakukan setelah merebaknya COVID-19 di dunia. Pemerintah memberlakukan adanya pembatasan social atau kondisi menjaga jarak untuk mencegah penularan virus COVID-19. Masyarakat dihimbau untuk menghindari adanya kerumunan, keluar rumah maupun beraktivitas yang melibatkan banyak pihak/orang. Semua aktivitas dan kegiatan disarankan dilakukan melalui rumah saja sehingga muncullah istilah WFH (*Work From Home*). Penerapan kondisi *physical distancing* mengakibatkan penggunaan internet semakin pesat. Mereka menggunakannya untuk aktivitas pekerjaan, belajar atau untuk mengusir kebosanan. Dengan melakukan aktivitas di rumah diharapkan dapat memutuskan penyebaran COVID - 19 sehingga, masyarakat dihimbau untuk di rumah saja. Guna memenuhi kebutuhan hidupnya masyarakat menggunakan internet. Salah satunya adalah dengan memilih berbelanja *online* baik untuk memenuhi kebutuhan makanan, perlengkapan rumah maupun kebutuhan lainnya.

Menurut Khafiyah (2019), perkembangan teknologi saat ini menjadikan semuanya menjadi lebih mudah. Masyarakat dapat melakukan apa pun dari rumah saja. Berbelanja pun dapat dilakukan dari rumah tanpa mereka harus keluar rumah

untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam segi pembayarannya pun tidak perlu harus memberikan uang tunai, tidak harus bertemu, tidak harus datang. Penggunaan uang elektronik sudah sangat berkembang. Perkembangan teknologi menumbuhkan transformasi alat pembayaran untuk memudahkan transaksi agar dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang informasi teknologi dan jasa keuangan menawarkan berbagai kemudahan bertransaksi secara non tunai/ elektronik. Tumbuh pesatnya penggunaan alat komunikasi berupa ponsel pintar (*smartphone*) juga memberikan andil untuk kemudahan transaksi elektronik ini. *E-wallet* berbasis pada server yang dibuat dalam aplikasi ponsel/alat komunikasi. Penggunaan *smartphone* dimasyarakat Indonesia semakin hari semakin bertambah menjadikan lahan untuk perusahaan jasa layanan keuangan menawarkan transaksi yang dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Salah satu bentuk *E-wallet* yang berbasis server adalah ShopeePay. ShopeePay merupakan fitur layanan dompet dan uang elektronik yang berfungsi sebagai metode pembayaran dan untuk menyimpan pengembalian dana yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi.

Salah satu 'berkah' pandemi Covid-19 yang layak 'disyukuri' oleh sebagian perusahaan yang berkecimpung di dunia *e-wallet* adalah kenaikan pengguna dan volume transaksi yang semakin bertumbuh. Hal ini didorong atas kecenderungan masyarakat Indonesia menggunakan sistem pembayaran non-tunai saat berbelanja secara *online* selama pandemi, terutama di masa penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).

Markplus, Inc. salah satu perusahaan riset pemasaran memperkuat pernyataan tersebut dengan melaporkan hasil riset pertumbuhan dompet digital di masa pandemi dalam tiga bulan terakhir (Juni, Juli, hingga Agustus). Perusahaan mengambil 502 responden yang mewakili kota-kota besar dengan penetrasi penggunaan *smartphone* tertinggi di Indonesia.



Sumber : <https://mobitekno.com/read/2020/02/09/riset-e-wallet-markplus-inc-semakin-banyak-orang-yang-hijrah-ke-pembayaran-digital-di-masa-pandemi/>

Selain itu, ShopeePay (38%) juga terpilih sebagai merek dompet digital yang dianggap memberikan **promosi paling banyak** jika dibandingkan dengan OVO (28%), GoPay (20%), DANA (11%), dan LinkAja (3%). ( [mobitekno.com](http://mobitekno.com) )

Dilihat dari kondisi saat ini sudah banyak orang yang mau bertransaksi menggunakan *e-wallet* dengan segala kemudahan, dan promosi yang memberikan keuntungan, ini menandakan bahwa uang elektronik diterima dengan sangat baik, terutama di masyarakat perkotaan. Di Kota Padang sendiri sudah banyak yang mendukung pembayaran dengan *e-wallet*. Saat ini transaksi non tunai dengan *e-wallet* tidak hanya dapat dilakukan di mall, supermarket, dan *outlet franchise* besar saja melainkan sudah merambah ke toko kecil, swalayan, SRC, hingga UMKM lainnya. Dengan demikian masyarakat Kota Padang akan semakin baik dalam mengambil keputusan dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* ShopeePay karena mereka dapat melakukan pembayaran non tunai di banyak tempat, sehingga yang awalnya hanya dilakukan dengan uang tunai pun mulai bergerak ke non tunai dengan *e-wallet*.

Salah satu faktor yang menjadikan masyarakat mempercayakan pemenuhan kebutuhan hidupnya secara online karena adanya kemudahan penggunaan dalam menggunakan ShopeePay seperti pengisian saldo yang nyaman dan mudah, saldo ShopeePay dapat secara mudah diisi ulang melalui berbagai pilihan metode pembayaran diantaranya adalah melalui kartu kredit, debit, transfer bank/online banking. Melalui ShopeePay, pengguna dapat melakukan pembayaran secara non-tunai, melakukan pengisian saldo hingga mentransfer dan menarik dana. Pengalaman berbelanja yang efektif dan efisien, pengguna ShopeePay juga dapat

melakukan pembayaran secara offline di merchant yang ada di kota Padang serta pengalaman berbelanja yang instan dan aman kepada pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan secara signifikan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan. Imam Suyadidan Riyadi (2014).

Promo menarik ShopeePay untuk berbelanja lebih hemat, pengguna ShopeePay berkesempatan untuk dapat menikmati berbagai promo menarik seperti voucher cashback 60% secara online di aplikasi Shopee, cashback 30% di merchants offline ShopeePay, cashback 60% pembelian voucher prabayar offline di aplikasi Shopee. Promosi adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang (Kotler dan Keller, 2007:266). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. (Rondonuwu, 2013) Jika kedua hal tersebut terpenuhi maka dengan sendirinya masyarakat akan mengambil keputusan untuk menggunakan aplikasi *E-wallet* ShopeePay sebagai alat pembayaran non tunai saat berbelanja .

Dari survei awal yang peneliti lakukan dengan mengambil 30 responden pada pengguna *E-wallet* ShopeePay di Kota Padang, dapat dilihat dari tabel berikut :

**Tabel 1.1**  
**Survei Awal Terhadap 30 orang Responden *E-wallet* ShopeePay**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Menggunakan ShopeePay dalam memenuhi kebutuhan bertransaksi secara non tunai	8	2	12	5	3
2	Sebelum menggunakan ShopeePay pengguna mencari tahu tentang ShopeePay beserta fiturnya dari media cetak atau elektronik	0	8	6	13	3
3	Pertimbangan memilih menggunakan <i>e-wallet</i> ShopeePay dalam bertransaksi non tunai	3	5	5	10	7
4	Merasa tepat memilik <i>e-wallet</i> ShopeePay	4	4	6	16	0
5	Merasa puas kerana menggunakan ShopeePay dalam bertransaksi non tunai lebih efektif dan efisien	2	5	7	13	3
	Jumlah	17	24	36	57	16
	Skor	17	48	108	228	80
	Total Skor	481				

*Sumber : Survei Awal (2021)*

Berdasarkan table 1.1 dapat dijelaskan bahwa untuk item pertanyaan pertama memiliki indeks sebesar 55,33%, maka dapat disimpulkan bahwa responden netral akan menggunakan ShopeePay dalam memenuhi kebutuhan bertransaksi secara non tunai. Untuk Item pertanyaan kedua memiliki indeks sebesar 67,33%, maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju sebelum menggunakan ShopeePay pengguna mencari tahu tentang ShopeePay beserta fiturnya dari media cetak atau

elektronik. Untuk item pertanyaan ketiga memiliki indeks sebesar 68,67%, maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju untuk pertimbangan memilih menggunakan *e-wallet* ShopeePay dalam bertransaksi non tunai. Untuk item pertanyaan keempat memiliki indeks sebesar 62,67%, maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju merasa tepat memilik *e-wallet* ShopeePay. Untuk item pertanyaan kelima memiliki indeks sebesar 66,67%, maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju merasa puas kerana menggunakan ShopeePay dalam bertransaksi non tunai lebih efektif dan efisien. Dengan demikian keputusan penggunaan aplikasi *E-wallet* ShopeePay di Kota Padang untuk pembayaran non tunai dikatakan cukup baik. Dengan adanya kemudahan penggunaan dan promosi yang di berikan ShopeePay berbasis aplikasi *E-wallet* memudahkan pengguna untuk bertransaksi dari menggunakan uang tunai menjadi non tunai/uang digital meningkat.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2010) keputusan adalah suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif.

Keputusan adalah suatu pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus di perbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif (Ghozali, 2010)

Perceived ease of use didefinisikan Chin dan Todd (1995) merupakan seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Menurut Davis (1989) perceived ease of use didefinisikan sebagai

tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan TI merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.

Promosi didefinisikan sebagai arus informasi atau persuasi satu-arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha, 2007). Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara efektif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk atau jasa yang ditawarkan (Sukirno dan Poerwanto, 2014).

Berdasarkan fenomena yang terjadi dapat dilihat dari survei awal keputusan masyarakat pada penelitian ini, maka penulis ingin mengetahui dan menganalisis pengaruh keputusan penggunaan aplikasi e-wallet ShopeePay ditinjau dari kemudahan penggunaan dan promosi yang di tulis dalam judul : **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *E-Wallet* ShopeePay di Kota Padang”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *E-wallet* ShopeePay
2. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi *E-wallet* ShopeePay



### **1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang ini dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan terhadap keputusan penggunaan aplikasi e-wallet ShopeePay.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan aplikasi e-wallet ShopeePay.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat sebagai masukan dalam membuat kebijakan untuk menganalisa kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan aplikasi E-wallet ShopeePay di Kota Padang

2. Bagi Akademis

Hasil yang diperoleh dapat dijadikan sebagai acuan alat replikasi bagi peneliti dimasa mendatang yang juga tertarik untuk membahas permasalahan yang sama dengan peneliti saat ini.