

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang sangat canggih telah membantu memajukan perusahaan dalam bisnis online. Hal ini bisa membantu perusahaan dalam melakukan inovasi sehingga dapat mempermudah aktivitas penjualan kepada konsumen, terkhususnya dalam sistem transaksi atau pembayaran. Seiring dengan perkembangan teknologi, kegiatan transaksi yang biasanya dilakukan secara tunai, sekarang bisa dilakukan secara non-tunai. Bertransaksi secara non-tunai dapat menggunakan aplikasi e-money.

Hingga saat ini transaksi *e-payment* dilakukan dengan menggunakan dua cara. Pertama dengan menggunakan kartu fisik yang memiliki chip elektronik atau *chip-based*. Dan yang saat ini mulai dikembangkan yaitu *e-payment* berbasis server (*server based*) atau dikenal dengan istilah dompet elektronik atau *e-wallet*. Menurut Megadewandanu dkk, (2016) *e-wallet* didefinisikan sebagai kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik (nontunai) dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain.

Bank Indonesia selaku bank sentral telah mengeluarkan kebijakan terkait metode pembayaran menggunakan e-money yang diatur dalam peraturan Bank Indonesia No. 16/08/PBI/2014. Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik atau electronic money terdapat pada Pasal 1 Ayat 3, “Uang elektronik (*elektronik money*) adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit”.

Nilai uang secara elektronik melalui media server yang digunakan sebagai alat pembayaran kepada penjual.

Uang elektronik dikelola oleh penerbit, bukan simpanan yang sudah ditentukan dalam peraturan undang-undang yang mengatur mengenai perbankan menurut Nurjanah (2020). Menurut Purba dkk, (2020) mengatakan bahwa syarat *e-wallet* dapat menggantikan penggunaan uang cash antara lain dapat memfasilitasi transaksi tanpa membawa uang tunai yang berat dan tebal, mengurangi resiko kehilangan, mempersingkat waktu pembayaran dan meningkatkan keamanan. Untuk beralih dari pembayaran tunai ke pembayaran non tunai seperti *e-wallet* harus diawali oleh niat dari pengguna.

Kini, di Indonesia sudah banyak masyarakat mulai beralih dari metode pembayaran tunai ke metode pembayaran elektronik, penggunaan uang elektronik sudah populer di kalangan masyarakat dan mengalami peningkatan. Salah satu aplikasi *e-wallet* resmi yang ada di Indonesia adalah GoPay.

GoPay adalah layanan *e-wallet* yang terdapat dalam aplikasi GojekIndonesia. GoPay dapat digunakan untuk pembayaran semua layanan Gojek (GoRide, GoCar, GoSend, dll.) hingga transaksi non tunai di rekan usaha offline dan online. Untuk mengisi saldo GoPay cukup mudah dengan transfer melalui mitra Gojek, One Klik, ATM, Internet Banking, Alfamart, dan lainnya. GoPay memiliki teknologi keamanan terkini yang menjamin semua data dan transaksi pengguna selalu aman. Berikut adalah pengguna *e-wallet* pada tahun 2021:

Tabel 1.1
Penggunaan *E-wallet* tahun 2021

E-wallet	Jumlah Pengguna
OVO	31%
GoPay	25%
ShopeePay	20%
DANA	19%
LinkAJA	4%

Sumber: goodnewsfromindonesia.id, diakses pada 31 Mei 2021

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh lembaga riset pasar Kadence International bertajuk “*Digital Payment and Financial Services Usage and Behavior in Indonesia*” yang rilis pada Agustus 2021. Survei dilakukan secara daring oleh 1.000 responden yang sebagian besar berasal dari Jabodetabek (40 persen), lalu Surabaya (20 persen), Makassar, Palembang, Bandung, dan Medan (10 persen). .Dalam laporannya, ada lima *e-wallet* Indonesia yang berkompetisi ketat di pasar *mobile wallet*. Apabila diurutkan berdasarkan pertumbuhan transaksi tertinggi di 2021, kelima *mobile wallet* ini antara lain OVO mengungguli penggunaan *mobile wallet* di Indonesia dengan (31%) pangsa pasar, diikuti oleh GoPay (25%), ShopeePay (20%), DANA (19%), LinkAja (4%). GoPay didirikan oleh seorang pengusaha muda bernama Aldi Haryoprato. Sebelumnya mendirikan Gopay, Aldi membangun dan mengembangkan PT RUMA (Rekan Usaha Mikro Anda) atau biasa disebut Mapan. PT RUMA merupakan perusahaan yang menjual produk furniture yang di tahun 2017 diakuisisi oleh Go-Jek. GoPay didesain untuk menjadikan transaksi nontunai dan non kartu secara digital, cepat, dan praktis.

Meskipun penggunaan uang elektronik sudah populer di kalangan masyarakat dan mengalami peningkatan, akan tetapi berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan oleh Bank Indonesia menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang tidak mengenal uang elektronik meskipun uang elektronik (*e- money*) sudah mulai berkembang. Masyarakat beranggapan bahwa uang elektronik sama dengan kartu jenis lain seperti kartu debit atau kredit, padahal hal tersebut jelas berbeda. Menurut (Rosdiana et al., 2019), minat beli merupakan rasa ketertarikan konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa) yang dipengaruhi oleh sikap diluar konsumen dan di dalam konsumen itu. Untuk mengungkap fenomena terkait minat beli menggunakan masyarakat Kota Padang terhadap GoPay dilakukan survei awal kepada 30 responden dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2
Fenomena Minat Menggunakan Dompot Digital Gopay di Kota Padang

No	Pernyataan	Jumlah orang		Persentase (%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Saya berminat menggunakan <i>GoPay</i>	7	23	23,3	76,7
2.	Jika ada kesempatan, saya akan menggunakan <i>GoPay</i>	11	19	36,7	63,3
3.	Saya berminat menggunakan <i>GoPay</i> ketika berbelanja secara online	9	21	30	70
4.	Saya berminat menggunakan <i>GoPay</i> karena saya merasa nyaman	7	23	23,3	76,7
5.	Akan menggunakan <i>GoPay</i> untuk bertransaksi di kemudian hari	6	24	20	80
6.	Akan melakukan pembelian dengan menggunakan <i>GoPay</i> secara rutin	6	24	20	80
7.	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan layanan <i>GoPay</i> di masa yang akan datang	3	27	10	90
Rata-rata				23,3	76,7

Sumber: (Ersaningtyas & Susanti, 2019) ; (Mulfadina & Kurnia Sari, 2019)

Berdasarkan hasil dari survei awal yang dilakukan terhadap 30 responden ditemukan sebanyak 76,7% responden memberikan jawaban dengan kategori “tidak”. Dan sebanyak 23,3% responden menyatakan bahwa mereka berminat menggunakan GoPay. Contoh lainnya sebanyak 70% responden menyatakan bahwa mereka tidak berminat menggunakan Gopay ketika berbelanja secara online. Selanjutnya terdapat sebanyak 63,3% responden menyatakan bahwa mereka tidak berminat menggunakan GoPay ketika ada kesempatan. Hal ini membuktikan bahwa kurangnya minat menggunakan dompet digital Gopay pada masyarakat di Kota Padang, kurangnya minat masyarakat diakibatkan kurangnya pemahaman masyarakat mengenai manfaat dan kemudahan bertransaksi menggunakan Gopay.

Kota Padang merupakan salah satu kota pengguna transaksi nontunai tergolong yang masih dalam tahap permulaan (*inception*) namun telah cukup nyata menunjukkan peningkatan. Perkembangan zaman dan teknologi semakin banyak merubah tata cara kehidupan masyarakat Kota Padang. Berbagai inovasi telah diciptakan, kian memudahkan kehidupan masyarakat Kota Padang. Seluruh aspek kehidupan, terutama aspek perekonomian dan keuangan, telah secara nyata terdampak keadaan ini. Munculnya sistem alat pembayaran nontunai berbasis kartu dan elektronik (*e-payment*) adalah buktinya, yang kemudian menjadi penopang sebagian besar transaksi di negara-negara maju saat ini sehingga turut memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi mereka.

Kurangnya pemahaman masyarakat Kota Padang mengenai kemudahan dalam menggunakan uang elektronik seperti Gopay menjadi faktor dalam

pengambilan keputusan bertransaksi menggunakan Gopay. Penelitian yang dilakukan oleh Priambodo dan Prabawani (2016) mengenai persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik, menyatakan bahwa hasil dari persepsi kemudahan, persepsi risiko secara signifikan mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik. Penelitian juga dilakukan Nurvitsari dan Dwijayanti (2021) mengenai persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi grab, menyatakan bahwa hasil persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan secara signifikan mempengaruhi minat menggunakan aplikasi grab.

Faktor yang dapat mempengaruhi minat beli salah satunya yaitu persepsi kemudahan (Kotler dan Keller, 2016). Persepsi kemudahan ini merupakan salah satu konstruk utama yang terdapat dalam teori yang dikembangkan oleh Davis (1989) yaitu teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut teori TAM ini, persepsi kemudahan dapat mempengaruhi minat seseorang ketika melakukan transaksi secara *online*. Menurut Jogiyanto (2007) kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan sehingga seseorang akan lebih percaya untuk menggunakan teknologi tersebut. Seseorang akan lebih cenderung berminat untuk menggunakan suatu produk, jika produk tersebut sangat mudah untuk dipahami dan bebas dari masalah saat penggunaan. Secara empiris, hasil penelitian (Sigar, 2016) menemukan bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik di Manado.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli yaitu fitur layanan. Pada tahun 2016 Gojek memperkenalkan layanan terbarunya yaitu Gopay fitur layanan uang elektronik dalam aplikasi. Penggunaan fitur layanan uang elektronik memberikan kemudahan bagi masyarakat, layanan Gopay ditujukan untuk memberikan alternatif terutama dalam transaksi pembayaran dan keuangan melalui aplikasi gojek.

Menurut (Ritmaya, 2016) Fitur layanan adalah salah satu faktor dari pesaing yang akan membuktikan suatu kepercayaan untuk konsumen dalam melakukan transaksi baik secara online atau offline ,Semakin baik dan beragam fitur dari suatu produk dapat lebih menarik minat seseorang dalam menggunakan produk tersebut. Kelengkapan Fitur layanan pada GoPay merupakan aplikasi yang dengan kemampuan teknologi dengan pertimbangan untuk melakukan transaksi dalam memfasilitasinya. Layanan ini tidak harus bertemu dengan customer service atau teller dan dalam penggunaannya harus dipertimbangkan dalam pengguna GoPay melalui transaksi secara online maupun offline. Fitur layanan dari aplikasi GoPay dibutuhkan fitur yang lengkap agar kebutuhan dari pengguna dapat melakukan transaksi agar bisa terpenuhi dan memiliki keamanannya tinggi saat menggunakan *e-wallet*. Secara empiris, hasil penelitian (Fatonah & Hendratmoko, 2020) menemukan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

Selain itu, faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen secara online adalah persepsi risiko. Menurut Fahmi (2018), persepsi risiko dapat ditafsirkan sebagai bentuk keadaan ketidakpastian tentang suatu keadaan yang akan

terjadi nantinya (*future*) dengan keputusan yang diambil berdasarkan berbagai pertimbangan pada saat ini. Risiko yang wujudnya konsekuensi negatif yang harus dihadapi pengguna dari suatu produk, contohnya kerugian finansial yang harus ditanggungnya, atau tidak sesuainya kinerja produk terhadap apa yang konsumen ekspektasikan, serta dalam mengoperasikan produk membutuhkan waktu yang lama. Persepsi risiko dari seseorang terhadap suatu produk dapat mempengaruhi minat orang tersebut dalam menggunakannya. Risiko yang tinggi akan membuat seseorang ragu untuk menggunakan suatu produk. Penelitian yang dilakukan oleh (Rodiah & Melati, 2020) mendapatkan hasil persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan *e-wallet*.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh (Abrilia & Sudarwanto, 2020) di Kota Surabaya. Dalam penelitian tersebut yang berperan sebagai variabel bebas adalah persepsi kemudahan dan fitur layanan kemudian minat menggunakan sebagai variabel terikat. Sementara penelitian ini, variabel persepsi risiko ditambahkan sebagai variabel bebas. Penambahan variabel persepsi risiko sebagai variabel bebas tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Rodiah & Melati, 2020) yang menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan.

Berdasarkan uraian dan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli dengan Menggunakan GoPay Di Kota Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dikemukakan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan GoPay di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh fitur layanan minat menggunakan GoPay di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh persepsi resiko terhadap minat menggunakan GoPay di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat dikemukakan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan GoPay.
2. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan GoPay.
3. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh persepsi resiko terhadap minat menggunakan GoPay.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diberikan melalui hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis, diharapkan hasil dari penelitian ini adalah pemahaman implementasi teori Technology Acceptance Model (TAM) secara empiris dan selanjutnya diharapkan berguna sebagai salah satu referensi dalam ilmu

manajemen pemasaran terkhusus keterkaitan antara minat menggunakan dengan persepsi risiko, persepsi kemudahan dan fitur layanan.

2. Manfaat praktis, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan untuk lebih memahami perilaku konsumen khususnya minat beli dengan menggunakan GoPay di masa yang akan datang.