

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dua dekade terakhir, sektor teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang pesat dan menjadi tonggak perkembangan ekonomi negara (Toader et al., 2018). Ekspansi sektor teknologi informasi dan komunikasi telah disertai dengan meluasnya penggunaan ponsel dan pertumbuhan signifikan di pasar elektronik, perubahan harapan pelanggan, dan ketersediaan pendanaan dan dukungan dari regulator dan pemerintah (Horner dan Cunnane, 2017). Oleh karena itu, sektor teknologi informasi dan komunikasi membuka jalan bagi perubahan paradigma di sektor keuangan (Gai et al., 2018). Industri *FinTech* yang telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, memungkinkan layanan perbankan online yang sederhana, aman, dan berkualitas tinggi (Kang, 2018).

FinTech adalah inovasi teknologi keuangan yang menawarkan produk, aplikasi, dan model bisnis baru yang dapat mempengaruhi penyediaan layanan keuangan dan perkembangan industri keuangan, serta menciptakan budaya persaingan dan reputasi pasar di antara penyedia layanan (Thakor, 2020; Chandler dan Krajcsák, 2021). Layanan pembayaran elektronik (*e-payment*), juga dikenal sebagai *e-wallet* atau *e-money*, adalah layanan pembayaran yang terhubung langsung dengan lembaga keuangan dan layanan pembayaran *FinTech* (Kang, 2018). Pembayaran elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran yang menggunakan perangkat seluler untuk mentransfer dana antara pembayar dan penerima pembayaran (Karthikeyan, 2013).

Pembayaran elektronik telah mengubah cara orang melihat penggunaan seluler yang tidak lagi sebatas komunikasi, hiburan dan browsing internet. Pembayaran elektronik telah mengubah cara pelanggan dan pedagang dalam bertransaksi, yang membuat transaksi menjadi sederhana, mudah dan cepat. Apalagi kini masyarakat bisa bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Tren peningkatan pembayaran tanpa uang tunai juga telah memberi perbankan data terperinci tentang perilaku pelanggan mereka (Königstorfer dan Thalmann, 2020).

SARS-CoV-2 menimbulkan ancaman besar bagi kesehatan manusia di seluruh dunia dan menyebabkan guncangan ekonomi global (Popkova et al., 2021). Menanggapi ancaman tersebut, berbagai tindakan dan peraturan telah diberlakukan untuk memastikan jarak sosial dan mengekang penyebab infeksi, seperti wajib mengenakan masker di tempat umum, pendidikan jarak jauh, dan larangan pertemuan. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengimbau konsumen untuk menggunakan metode pembayaran digital dalam aktivitas keuangannya (Ather et al., 2020; Auer et al., 2020). Himbuan tersebut menanggapi laporan kesehatan yang telah membuktikan bahwa virus corona dapat hidup di permukaan seperti uang tunai dan uang kertas selama 2 hingga 4 hari (Pal dan Bhadada, 2020). Persepsi risiko tertular virus telah memengaruhi perilaku dan pandangan konsumen terhadap sistem pembayaran, perbankan, dan tugas sehari-hari yang memerlukan transaksi manual (Deloitte, 2020). Dengan latar belakang ini, industri FinTech pada umumnya dan sektor pembayaran digital pada khususnya telah mengalami pertumbuhan yang luar biasa selama pandemi (Rowan et al, 2021; Belgavi, 2020).

Leong *et al* (2017) meneliti tentang tipe pengguna *fintech* yang berupa layanan pinjaman di Cina. Mereka melakukan penelitian tentang fenomena perilaku dan sifat peminjam secara kualitatif yang hasilnya dapat digunakan oleh perusahaan rintisan untuk mengambil kesimpulan agar layanannya dapat berhasil secara bisnis. Hasil yang didapatkan adalah suatu perusahaan *fintech* di Cina dapat melejit bisnisnya karena mereka menawarkan pinjaman terhadap peminjam yang berasal dari kalangan mahasiswa. Mahasiswa mau meminjam karena kebanyakan dari mereka tidak dapat melakukan pinjaman kepada bank karena tidak *bankable*. Pada awalnya, mahasiswa banyak melakukan pinjaman untuk kebutuhan tersier mereka seperti membeli *smartphone* dan laptop. Hal ini dirasakan beresiko tinggi terhadap pemberi pinjaman karena barang tersebut turun harganya serta bukan merupakan kebutuhan bisnis yang terlalu penting. Untuk mengurangi resiko tersebut, perusahaan *fintech* di atas mengeluarkan produk *fintech* lain yang berupa investasi serta perdagangan agar peminjam yang kebanyakan berasal dari mahasiswa tetap dapat menstabilkan kondisi keuangannya (Leong *et al*, 2017).

Beberapa penelitian telah membahas faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen mengenai adopsi pembayaran elektronik (Abrahão *et al.*, 2016; de Luna *et al.*, 2019; Kim *et al.*, 2010; Liébana-Cabanillas *et al.*, 2020; Cao *et al.*, 2016; Shankar dan Datta, 2018; Singh *et al.*, 2020). Para peneliti juga telah mengembangkan beberapa model teoretis untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku konsumen saat menggunakan teknologi. Model-model ini termasuk Theory of Reasoned Action (TRA) oleh Hill *et al.* (1977), Technology Acceptance Model (TAM) oleh Davis (1989), Theory of Planned Behavior (TPB)

oleh Ajzen (1991), Innovation Diffusion Theory (IDT) oleh Rogers (1995), dan lain-lain.

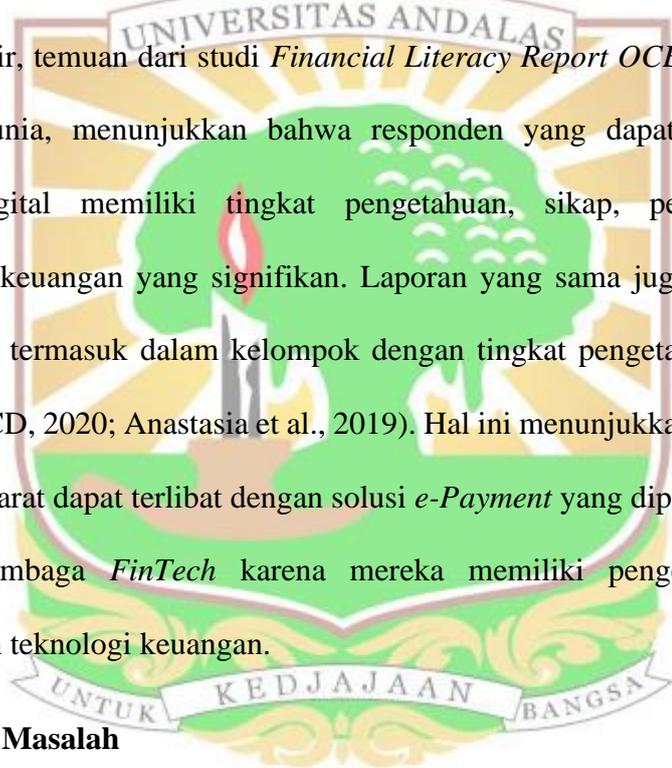
Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Daragmeh et al (2021) yang meneliti tentang faktor yang mempengaruhi niat Generasi X di Hungaria dalam menggunakan pembayaran seluler. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu letak objek penelitiannya dan subjek penelitiannya, Daragmeh et al (2021) meneliti Generasi X di Hungaria sedangkan penelitian yang ini menggunakan subjek Generasi Y dengan objek penelitian se-Sumatera Barat. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan TAM untuk menilai niat Gen Y di Sumatera Barat terkait penggunaan *e-Payment*. TAM adalah salah satu model yang paling umum digunakan dalam penelitian terkait adopsi teknologi. TAM juga dianggap sebagai model yang tepat untuk mengevaluasi perilaku konsumen dalam pembayaran *e-commerce* dan sektor *FinTech* secara umum (Stewart dan Jürjens, 2018). Selain itu, TAM banyak digunakan untuk mempelajari individu dalam mengadopsi teknologi (Ajibade, 2019; Zhang et al., 2018).

Sementara TAM asli mengabaikan norma subjektif sebagai model dalam menilai niat penerimaan teknologi, TAM bergantung pada persepsi kemudahan dan persepsi manfaat sebagai model utama penerimaan teknologi. Namun, pengembangan model TAM menjadi TAM 2 yang diusulkan oleh Venkatesh dan Davis (2000) memasukkan norma subjektif sebagai faktor yang memiliki pengaruh langsung pada niat dan pengaruh tidak langsung pada persepsi manfaat (Rondan-Cataluña et al., 2015; Varannai et al., 2017).

Komponen TAM telah dibahas dalam berbagai jenis penelitian terkait efek COVID-19 terhadap penerimaan sistem teknologi. Sebuah studi oleh Koch et al. (2020) meneliti hubungan antara motif hedonis, utilitarian, dan normatif dengan niat orang Jerman untuk mengadopsi belanja online selama jam malam. Pada saat yang sama, Sreelakshmi dan Prathap (2020) menemukan bahwa manfaat yang dirasakan memediasi efek ancaman kesehatan yang dirasakan pada niat konsumen untuk terus menggunakan pembayaran berbasis seluler. Selain itu, penelitian oleh Aji et al. (2020) menunjukkan hasil yang sama ketika memeriksa niat konsumen terhadap *e-wallet*. Oleh karena itu, peneliti berharap penelitian ini memberikan kontribusi teoretis pada model TAM yang diperluas dengan menambahkan persepsi resiko COVID-19 ke variabel TAM2 (SN, PEOU, dan PU) untuk menyelidiki apakah variabel ini memengaruhi niat Generasi Y untuk menggunakan pembayaran seluler selama pandemi.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pembayaran elektronik sebagai cara untuk mengurangi risiko COVID-19 di antara Gen Y di Sumatera Barat. Gen Y, individu yang lahir antara tahun 1980 dan 1995, dipilih dalam penelitian ini berdasarkan beberapa pertimbangan. Pertama, menurut (BPS, 2020), generasi Y atau milenial merupakan jumlah penduduk dengan presentase sebesar 25,12% dari total penduduk Sumatera Barat pada tahun 2020, menunjukkan bahwa Gen Y dapat mewakili usia masyarakat Sumatera Barat. Kedua, penelitian medis telah menunjukkan bahwa orang berusia 20-an sampai 40-an rentan terhadap penyebaran virus ketika terinfeksi virus SARS-2. Oleh karena itu, segmen generasi ini lebih cenderung mengambil tindakan pencegahan untuk menghindari infeksi (WHO,

2020). Ketiga, di dalam masyarakat, Gen Y adalah penggerak utama industri FinTech dan mereka memiliki kemauan tertinggi untuk menggunakan teknologi dalam kegiatan mereka (Calvo-Porrall dan Pesqueira-Sanchez, 2019; Walker, 2019). Segmen generasi ini menggunakan teknologi dalam kehidupan pribadi dan profesional mereka. Menurut penelitian, Gen Y adalah salah satu pengguna media sosial paling populer dan juga yang pengguna smartphone terbesar: Mereka menghabiskan 21 jam per minggu menggunakan perangkat mereka (Brannan, 2019). Terakhir, temuan dari studi *Financial Literacy Report OCED* di 26 negara di seluruh dunia, menunjukkan bahwa responden yang dapat menggunakan perangkat digital memiliki tingkat pengetahuan, sikap, pendidikan, dan kesejahteraan keuangan yang signifikan. Laporan yang sama juga menunjukkan bahwa Gen Y termasuk dalam kelompok dengan tingkat pengetahuan keuangan tertinggi (OECD, 2020; Anastasia et al., 2019). Hal ini menunjukkan bahwa Gen Y di Sumatera Barat dapat terlibat dengan solusi *e-Payment* yang diperkenalkan oleh bank atau lembaga *FinTech* karena mereka memiliki pengetahuan terkait perkembangan teknologi keuangan.



1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah persepsi manfaat akan mempengaruhi niat Gen Y dalam menggunakan *e-Payment*?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan akan mempengaruhi niat Gen Y dalam menggunakan *e-Payment*?

3. Apakah persepsi resiko COVID-19 akan mempengaruhi niat Gen Y dalam menggunakan *e-Payment*?
4. Apakah norma subjektif akan mempengaruhi niat Gen Y dalam menggunakan *e-Payment*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah persepsi manfaat akan mempengaruhi niat Gen Y dalam menggunakan *e-Payment*.
2. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan penggunaan akan mempengaruhi niat Gen Y dalam menggunakan *e-Payment*.
3. Untuk mengetahui apakah persepsi resiko COVID-19 akan mempengaruhi niat Gen Y dalam menggunakan *e-Payment*.
4. Untuk mengetahui apakah norma subjektif akan mempengaruhi niat Gen Y dalam menggunakan *e-Payment*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih untuk dunia pendidikan baik yang langsung atau tidak dan dapat dijadikan untuk referensi penelitian selanjutnya dalam rangka membangun ilmu pengetahuan agar pendidikan semakin berkembang dan maju terutama dalam ilmu akuntansi yang berfokus kepada penggunaan teknologi keuangan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk para pembuat kebijakan dan regulasi di Indonesia seperti Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, dan lembaga terkait untuk membuat kebijakan yang lebih baik mengenai *e-Payment*.

1.5 Sistematika Penulisan

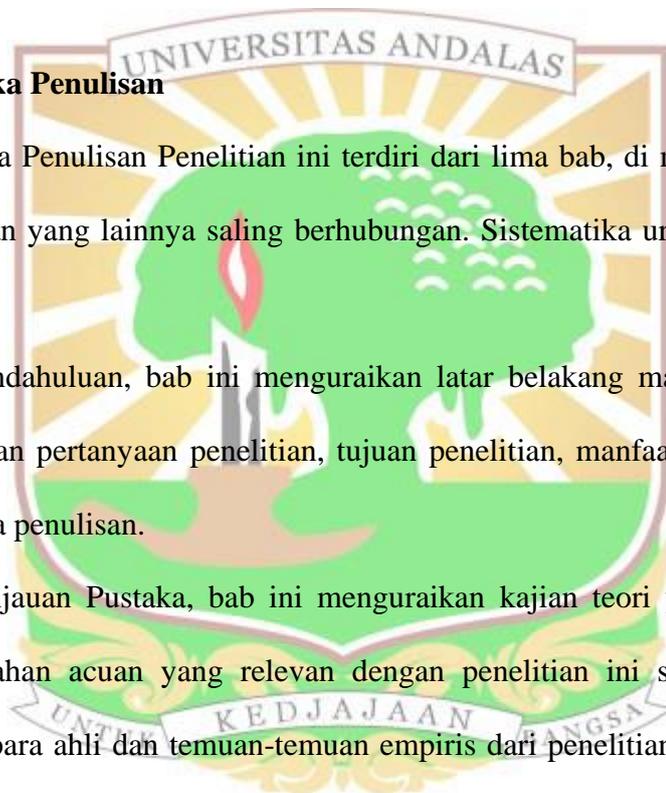
Sistematika Penulisan Penelitian ini terdiri dari lima bab, di mana antara bab satu dengan yang lainnya saling berhubungan. Sistematika uraiannya sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan, bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka, bab ini menguraikan kajian teori yang digunakan sebagai bahan acuan yang relevan dengan penelitian ini serta penjabaran pendapat para ahli dan temuan-temuan empiris dari penelitian terdahulu. Bab ini juga menguraikan pengembangan hipotesis yang akan diuji.

Bab 3 Metode Penelitian, bab ini menguraikan jenis penelitian, populasi dan pemilihan sampel, jenis dan sumber data, variabel penelitian dan metode yang digunakan dalam menganalisis.

Bab 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan, bab ini merupakan bab terpenting dalam sebuah penelitian yang berisi tentang semua hasil analisis yang



dihasilkan dai penelitian serta diuraikan berdasarkan data penelitian yang telah di uji dan dijelaskan.

Bab 5 Penutup, bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Selain itu pada bab ini peneliti juga menjelaskan tentang keterbatasan dari penelitiannya. Keterbatasan ini diharapkan bisa menjadi dasar bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sejenis.

