

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era *digital* yang tidak terlepas dari segala aspek kehidupan saat ini, menjadikan semua pekerjaan dapat terselesaikan dengan lebih mudah dan cepat. Hal ini tentunya tidak terlepas dari kebiasaan manusia saat ini yang sangat bergantung pada teknologi seperti *smartphone*. Dengan berbagai kemudahan dan manfaat yang dirasakan, membuat orang-orang tidak hanya mengandalkan *smartphone* mereka sebagai media berkomunikasi saja. Penggunaan *smartphone* kini beralih menjadi perangkat multifungsi atau serba bisa yang membantu manusia dalam pekerjaannya.

Saat sekarang ini hampir semua orang di dunia bergantung pada *smartphone* dalam kehidupan mereka sehari-hari. Mulai dari bangun tidur hal pertama yang mereka lakukan adalah melihat notifikasi dan jadwal harian yang telah dibuat pada *smartphone* masing-masing, sehingga mereka tahu hal-hal apa saja yang harus dilakukan hari ini. Kebiasaan ini membantu mereka yang dengan mobilitas tinggi untuk tetap *update* dengan pekerjaan dan hubungan sosial mereka yang terhubung ke *internet* yang sebagian besarnya diakses melalui *smartphone*.

Dilihat dari hasil riset APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) yang dilakukan dari akhir tahun 2018 hingga awal tahun 2019, ditemukan adanya pertumbuhan jumlah *internet user* dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 143,26 juta

jiwa menjadi 171,17 juta jiwa. Bisa disimpulkan dari total populasi penduduk RI yang berjumlah 261,16 juta jiwa, 64,8% diantaranya terhubung ke jaringan *internet*.

Tabel 1. 1
Data Pertumbuhan pengguna *internet* di Indonesia

Sebelum (2017-2018 awal)	Setelah (2018-2019 awal)	Total populasi	Persentase Pengguna
143,26 juta	▲ 171,17 juta jiwa	261,16 juta jiwa	64,8%

Sumber : APJII, 2019

Untuk terhubung ke *internet*, dibutuhkan perangkat yang dapat menunjang pengguna mengakses *internet* sesuai dengan kebutuhan mereka. Pada hasil survei APJII menyatakan 93,9% pengguna *internet* lebih sering menggunakan *smartphone* sebagai media atau perangkat untuk mengakses *internet* setiap harinya. Dikarenakan *smartphone* lebih praktis dan bisa digunakan kapan saja dan dimana saja selama ada jaringan koneksi untuk mengakses *internet*.

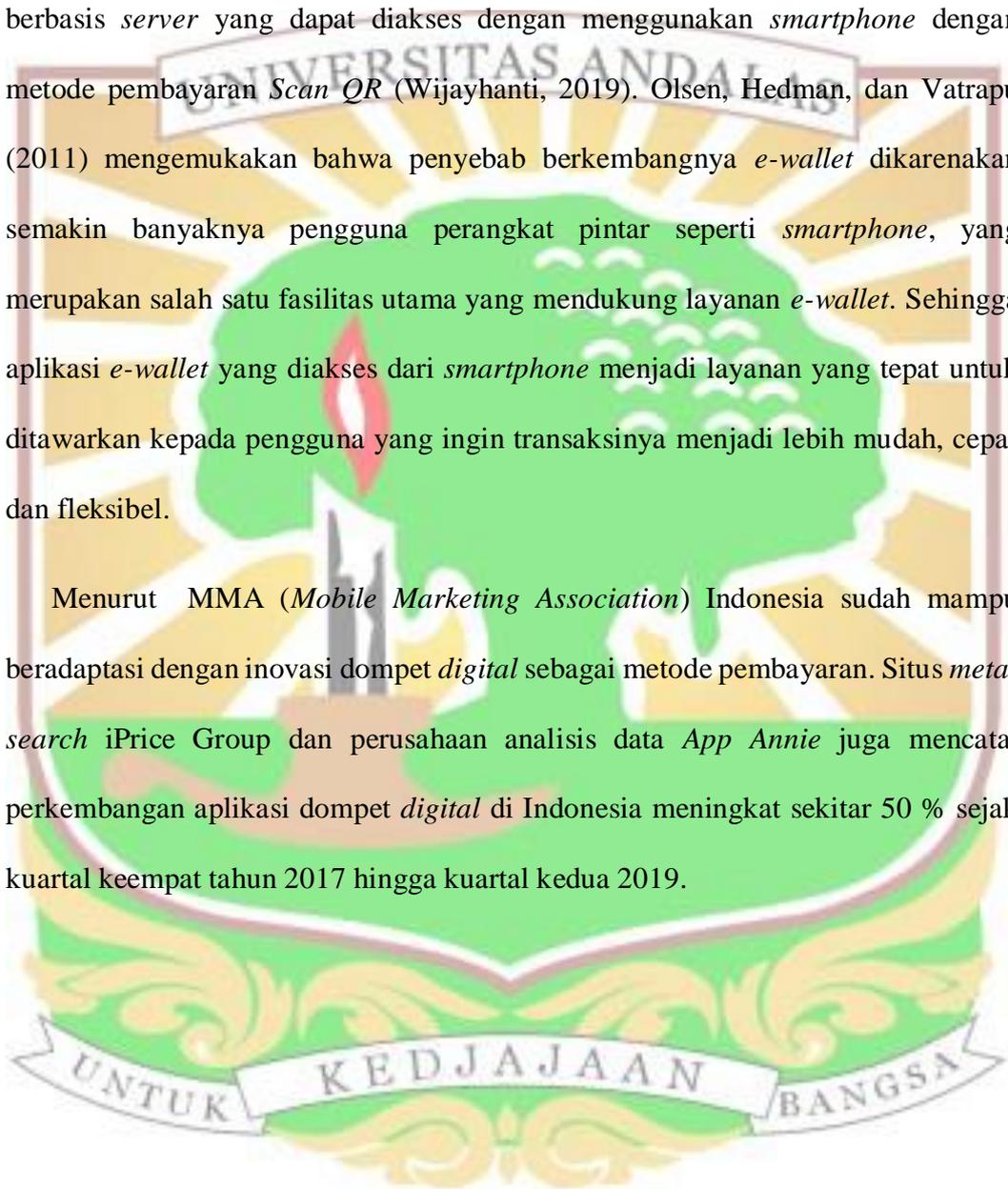
Tabel 1. 2
Device yang digunakan untuk akses *internet*

Alat atau Device yang digunakan	Persentase penggunaan setiap hari
<i>Smartphone</i>	93,9 %
<i>Laptop</i>	17,2 %
Kompter <i>Desktop</i>	9,6 %
<i>Tablet</i>	5,2 %

Sumber : APJII , 2019

Salah satu tren pengguna *smartphone* di Indonesia di tahun 2019 ini menurut *Mobile Marketing Association* (MMA) yaitu pembayaran elektronik melalui aplikasi *e-wallet* atau dompet *digital*. *E-wallet* adalah layanan uang elektronik berbasis *server* yang dapat diakses dengan menggunakan *smartphone* dengan metode pembayaran *Scan QR* (Wijayhanti, 2019). Olsen, Hedman, dan Vatraru (2011) mengemukakan bahwa penyebab berkembangnya *e-wallet* dikarenakan semakin banyaknya pengguna perangkat pintar seperti *smartphone*, yang merupakan salah satu fasilitas utama yang mendukung layanan *e-wallet*. Sehingga aplikasi *e-wallet* yang diakses dari *smartphone* menjadi layanan yang tepat untuk ditawarkan kepada pengguna yang ingin transaksinya menjadi lebih mudah, cepat dan fleksibel.

Menurut MMA (*Mobile Marketing Association*) Indonesia sudah mampu beradaptasi dengan inovasi dompet *digital* sebagai metode pembayaran. Situs *meta-search* iPrice Group dan perusahaan analisis data *App Annie* juga mencatat perkembangan aplikasi dompet *digital* di Indonesia meningkat sekitar 50 % sejak kuartal keempat tahun 2017 hingga kuartal kedua 2019.



Tabel 1. 3
Peringkat Aplikasi *E-wallet* pada Kuartal Kedua 2019 di Indonesia versi *App Annie*

Rank	Nama Aplikasi <i>E-wallet</i>	Perusahaan Penerbit
1.	GoPay	PT. Dompot Anak Bangsa (d/h PT MV Commerce Indonesia)
2.	OVO	PT. Visionet Internasional
3.	DANA	PT. Espay Debit Indonesia Koe
4.	LinkAja	PT. Fintek Karya Nusantara
5.	Jenius	PT. Bank BTPN Tbk
6.	Go Mobile	PT. Bank CIMB Niaga Tbk
7.	Isaku	PT. Inti Dunia Sukses
8.	Sakuku	PT. Bank Central Asia Tbk
9.	Doku	PT. Nusa Satu Inti Artha
10	Paytren	PT. Veritra Sentosa Internasional

Sumber : iprice.co.id 2019

Menurut iPrice, layanan *fintech* (*financial technology*) berupa aplikasi *e-wallet* ini dapat memberikan kemudahan untuk bertransaksi baik *online* maupun *offline* yang diakses melalui satu layanan yaitu dengan aplikasi *e-wallet*. Berdasarkan data survei yang didapatkan dari *App Annie*, aplikasi *e-wallet* dengan pengguna aktif bulanan terbanyak di Indonesia tiga besarnya diduduki oleh Go-Pay, OVO, dan DANA. Perusahaan-perusahaan penyedia layanan aplikasi *e-wallet* tersebut memang tidak asing lagi bagi masyarakat, karena ketiganya selalu memberikan tawaran menarik yang menguntungkan penggunanya dengan tujuan menarik minat konsumen untuk terus bertransaksi dengan layanan *e-wallet* mereka.

Faktor lain yang mendorong penggunaan produk aplikasi dompet elektronik ini yaitu adanya upaya dari pemerintah untuk meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan Peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PADG/2019 tentang Penerapan Standar Nasional *Quick Response Code* untuk Pembayaran, pemerintah mengeluarkan QRIS (*Quick Response Indonesia Standard*) sebagai salah satu upaya peningkatan transaksi *cashless* di Indonesia. Sebab metode pembayaran menggunakan QR Pay (*Quick Response Payment*) paling banyak diaplikasikan pada dompet *digital* yang beredar saat ini. Sehingga metode pembayaran ini juga dijadikan sebagai solusi untuk metode pembayaran bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi *merchant* atau rekan usaha dari perusahaan penyedia layanan dompet *digital* ini.

Meningkatnya perkembangan *e-wallet*, menyebabkan naiknya minat pengguna aplikasi *e-wallet* di Indonesia yang mana alasannya tidak terlepas dari manfaat kegunaan yang ditawarkan oleh layanan dompet *digital*. Menurut Venkatesh, Morris, dan Davis (2003) seseorang akan merasakan manfaat atau *usefulness* dari penggunaan sistem, jika sistem tersebut memberikan manfaat yang membantu kinerja mereka menjadi lebih baik dan memberikan keuntungan yang lebih dari sebelumnya. Aplikasi *e-wallet* yang beredar di Indonesia saat ini menawarkan fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi penggunanya. Seperti pembayaran belanja baik *online* maupun di toko ritel, membayar tagihan, tiket transportasi, tiket *entertainment* (hiburan), transfer dana, dan masih banyak lagi. Sehingga konsumen menjadi cenderung berminat untuk menggunakan dan meningkatkan penggunaan *e-wallet* dalam bertransaksi (Guhr, Loi, dan Breitner,

2013), karena banyaknya manfaat yang dirasakan untuk mengakses berbagai jenis pembayaran yang dapat dilakukan dengan efektif dan efisien.

Manfaat yang banyak akan terasa lebih menguntungkan jika penggunaan dari sistem yang menunjang kinerja juga mudah untuk dioperasikan (Ozturk, 2016). Aplikasi *e-wallet* dapat diakses dari *smartphone* penggunanya, yang mana menjadikannya fleksibel untuk digunakan dalam bertransaksi. Karena orang-orang tidak dapat terlepas dari *smartphone* kemanapun mereka pergi. Untuk penggunaannya pun mudah untuk dipelajari, dengan proses beberapa klik dan men *scan barcode* tagihan transaksi, pengguna sudah dapat menyelesaikan transaksinya.

Namun, dibalik kemudahan dan manfaat yang diberikan tentunya ada resiko yang dapat muncul dari penggunaan *e-wallet* ini, karena terkait dengan pembayaran. Meskipun terdapat resiko seperti bocornya informasi data pengguna dan bentuk resiko lainnya, sebagian besar pengguna masih mempercayai layanan *e-wallet* ini, dan tetap menggunakannya (Priyono, 2017). Sehingga perusahaan penyedia layanan dompet digital harus meningkatkan keamanan transaksi dan data penggunanya untuk meyakinkan penggunanya dan menarik minat mereka untuk terus bertransaksi dengan *e-wallet*.

Karena banyaknya dompet *digital* yang beredar di Indonesia dengan fitur yang hampir sama, masing-masing perusahaan bersaing untuk memberikan nilai tambah atau *additional value* kepada penggunanya. Menurut Pham dan Ho (2015) konsumen tidak akan menggunakan metode pembayaran yang baru jika penyedia layanan tersebut tidak menawarkan keunikan dan kinerja yang lebih baik dari

layanan lainnya yang sejenis. Oleh sebab itu perusahaan berusaha memberikan nilai lebih dengan menawarkan promosi potongan biaya transaksi berupa *cashback* dan pemberian kupon atau *voucher* (Pham dan Ho, 2015) kepada konsumen yang bertransaksi di *merchant* atau rekan usaha dari penyedia layanan *e-wallet* tersebut. Sehingga konsumen akan tertarik untuk bertransaksi dengan *e-wallet* yang memberikan nilai tambah yang berarti bagi mereka.

Dengan munculnya minat menggunakan (*intention to use*) akan menghantarkan persepsi pengguna ataupun calon pengguna aplikasi *e-wallet* kepada persepsi kepuasan (*perceived satisfaction*) (Cabanillas, Singh, dan Sinha, 2019).. Jika minat mereka untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* semakin besar maka mereka tidak ragu lagi untuk menggunakan *e-wallet* untuk bertransaksi, sehingga mereka bisa merasakan sendiri kepuasan yang telah di perkirakan saat sebelum menggunakan *e-wallet*.

Dilihat dari kondisi saat ini yang mana sudah banyak orang yang mau bertransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet* dengan segala kemudahan, manfaat, dan keuntungannya, menandakan bahwa uang elektronik diterima dengan sangat baik, terutama oleh 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 begitu masyarakat kota Padang akan semakin berminat menggunakan *e-wallet* karena mereka dapat melakukan pembayaran non tunai di

banyak tempat. Sehingga transaksi yang awalnya hanya dilakukan dengan uang tunai pun mulai bergeser ke non tunai dengan *e-wallet*.

Dalam penelitian Pham dan Ho (2015), membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan *e-wallet*. Diantaranya karena faktor terkait produk (*product-related factors*), dan faktor personal (*personal-related factors*). Pada penelitian ini, akan membahas faktor-faktor terkait aplikasi *e-wallet* (*product-related factors*) serta dampaknya terhadap minat menggunakan (*intention to use*), dan persepsi kepuasan (*perceived satisfaction*). Faktor-faktor tersebut terdiri atas persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi resiko (*perceived risk*), dan nilai tambah (*additional value*).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti bermaksud untuk meneliti bagaimana pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi resiko (*perceived risk*), dan nilai tambah (*additional value*) terhadap minat menggunakan (*intention to use*), serta dampak minat menggunakan (*intention to use*) itu sendiri terhadap persepsi kepuasan (*perceived satisfaction*) pada aplikasi *e-wallet* di kota Padang. Oleh sebab itu penelitian ini diberi judul “**Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, dan Additional Value terhadap Intention to Use dan Perceived Satisfaction pada Aplikasi E-wallet di kota Padang**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi *e-wallet* di kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi *e-wallet* di kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi *e-wallet* di kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *Additional Value* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi *e-wallet* di kota Padang?
5. Bagaimana pengaruh *Intention to Use* terhadap *Perceived Satisfaction* pada aplikasi *e-wallet* di kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi *e-wallet* di kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi *e-wallet* di kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Risk* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi *e-wallet* di kota Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Additional Value* terhadap *Intention to Use* pada aplikasi *e-wallet* di kota Padang.

5. Untuk mengetahui pengaruh *Intention to Use* terhadap *Perceived Satisfaction* pada aplikasi *e-wallet* di kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktisi

Dapat dijadikan masukan bagi perusahaan penyedia layanan *e-wallet* untuk mempertahankan dan mengembangkan layanan dompet *digital* secara kreatif serta efektif dan efisien, sehingga dapat mendorong minat konsumen untuk betransaksi *cashless* menggunakan *e-wallet*.

2. Manfaat Akademis

Kegunaan untuk penelitian selanjutnya diharapkan dengan adanya penelitian ini yang membahas *product-related factors* yang terdiri atas persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi resiko (*perceived risk*), dan nilai tambah (*additional value*), serta pengaruhnya terhadap minat menggunakan (*intention to use*), dan persepsi kepuasan (*perceived satisfaction*), sehingga dapat ditemukan hasil lainnya yang menemukan hubungan antara variabel terkait, serta dapat digunakan sebagai bahan informasi dan bahan pengembangan penelitian selanjutnya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini ruang lingkup penelitian dibatasi dengan hanya membahas tentang pengaruh persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi resiko (*perceived risk*), dan nilai tambah (*additional value*) terhadap minat

menggunakan (*intention to use*), dan persepsi kepuasan (*perceived satisfaction*) pada aplikasi *e-wallet* di kota Padang. yang bertujuan untuk pembatasan sampel dan mencegah terjadinya perluasan ataupun kekacauan dalam pembahasan penelitian ini.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibagi menjadi 5 bab, yang disusun secara sistematis sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian yang terdiri dari: TAM (*Technology Acceptance Model*), *E-Wallet*, *Perceived Satisfaction*, *Intention to Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, *Perceived Risk*, *Additional Value* serta penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode yang digunakan, operasionalisasi variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB 4: ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang identitas dan karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, pengujian model dan pembahasan.

BAB 5: PENUTUP

Sebagai langkah akhir dalam penulisan penelitian, bab ini berisi tentang kesimpulan yang merupakan simpulan dari hasil pengujian hipotesis dan pengajuan saran yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan penyedia layanan *e-wallet* di Indonesia maupun penelitian yang akan datang.

