

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Saat ini teknologi telah memudahkan masyarakat dalam pemanfaatan sumber daya yang ada. Dengan berkembangnya teknologi, masyarakat akan lebih bijak dalam menggunakan sumber daya tersebut dengan efektif dan efisien. Salah satu teknologi yang digunakan masyarakat adalah penggunaan internet. Dari tahun ke tahun penggunaan internet semakin meningkat.

Berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019-2020, total penduduk Indonesia yang menggunakan internet mencapai 73,7 % (196,7 juta orang) yang mana naik dari 68,4% dari tahun 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia rata-rata naik sebesar 8,9% atau setara dengan 25,5 juta dibandingkan pada tahun 2018 lalu dengan total populasi penduduk Indonesia sebanyak 266,92 juta orang. Mayoritas penggunaan internet yang terbesar adalah di pulau Jawa dengan persentase mencapai 56,4% yang mana sebelumnya hanya 55,7%, yang kedua berada di Pulau Sumatera dengan 22,1%, disusul oleh Pulau Sulawesi sebesar 7%, Kalimantan sebesar 6,3%, Bali-Nusa Tenggara 5,2%, dan Maluku-Papua 3%. Komposisi pengguna internet berdasarkan usia didominasi oleh usia 15-19 tahun sebesar 91%. Jika berdasarkan pekerjaan, pengguna internet didominasi oleh wirausaha besar, guru dan onlineshop yang rata-rata mencapai 100%. Sedangkan konten yang sering dilihat oleh masyarakat didalam penggunaan internet yaitu mengakses Youtube untuk menonton film/video mencapai 61%. Dalam penelitian Basari (2019),

pengguna internet di Indonesia sebesar 56% yang mana populasi negara sebanyak 268,20 juta jiwa. Digital We Are Social&Hootsuite (2020) menunjukkan bahwa dilihat dari data Januari 2020, penggunaan internet aktif sebesar 175,4 juta orang (64% dari populasi) yang mengalami peningkatan 17% semenjak tahun 2019, yang mana pengguna user 66% dari 16 sampai 64 tahun (usia produktif).

Dengan perkembangnya teknologi yang semakin pesat dikalangan masyarakat, teknologi terus melahirkan inovasi-inovasi baru salah satunya dalam sektor ekonomi. Ini sangat mendukung pertumbuhan ekonomi dengan sangat cepat, inovatif, dan dinamis. Dengan adanya inovasi disektor ekonomi adalah untuk mempermudah melakukan proses transaksi dan mengakses layanan keuangan. Salah satu inovasi di sektor keuangan adalah munculnya *Financial Technology*.

Didalam peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 *finansial technology* merupakan sistem keuangan yang penggunaannya untuk menghasilkan layanan, produk, teknologi dan model bisnis baru yang akan berdampak kepada stabilitas moneter, efesiensi, stabilitas sistem keuangan, keamanan, kelancaran serta terandalkannya sistem pembayaran. Definisi fintech menurut Stewart dan Jurjens (2018) adalah perangkat seluler dalam menggunakan platform teknologi sebagai akses pemberitahuan transaksi, peringatan debit melalui pelayanan pesan singkat, rekening bank, atau aplikasi lainnya untuk memperoleh informasi. Menurut (Arner dkk., 2016) fintech lebih mengacu kepada proses sebagai solusi masalah keuangan yang didukung oleh digital atau teknologi karena ini merupakan perpaduan dari sektor jasa keuangan dengan digital. Fintech dapat dijadikan sektor yang sangat penting dibidang keuangan karena fintech dapat memberikan dampak bagi

pertumbuhan inklusi karena dapat mengatasi kemiskinan (Beck dkk., 2007; Beck dkk., 2008; Bruhn and Love, 2014).

Komunikasi dan informasi sangat penting di pasar keuangan bahkan di dunia ( Pusat Pengembangan Ekonomi Islam Dubai, 2018 ) karena komunikasi dan informasi ini dapat berdampak dalam menciptakan lingkungan sosial dan ekonomi (Marszk dan Lechman (2018)). Fintech merupakan salah satu perantara keuangan didalam aplikasi teknologi digital (Aaron dkk. (2017)). Fintech memegang peranan penting dalam melakukan transaksi digital bagi masyarakat di seluruh dunia (Milian dkk., 2019).

Fintech juga mengubah sudut pandang konsumen terhadap cara bertransaksi (Huei dkk., 2018). Menurut (Asmy dkk., 2018) fintech dapat meningkatkan penggunaan teknologi terhadap layanan keuangan salah satunya tingginya dorongan terhadap kepuasan pelanggan karena layanan keuangan berbasis teknologi ini dapat digunakan kapanpun dan dimanapun asalkan terhubung dengan jaringan internet. Pada tahun 2025, Sistem Global Asosiasi Komunikasi Seluler (GSMA) mengasumsikan bahwa penggunaan internet akan berkembang dengan luas melebihi lima miliar orang (Beyene Fanta dan Makina, 2019).

Perkembangan fintech di Indonesia menjadi daya tarik bagi investor asing (Hendratmi dkk., 2019) dan Indonesia juga memiliki perusahaan startup terbanyak di dunia, ini menurut Pusat Pengembangan Ekonomi Islam Dubai (2018). Dalam penelitian (Billion, 2016) dan (Boonsiritomachai & Pitchayadejanant, 2018) menyatakan bahwa fintech dapat memberikan peningkatan volume terhadap penjualan bisnis, peningkatan terhadap kinerja perusahaan, peningkatan loyalitas pelanggan serta peningkatan terhadap jumlah pelanggan. Dengan berkembangnya

teknologi yang meliputi *mobile technology* dan *e-financial* akan mengalami pergantian industri keuangan yang kini lebih mengarah kepada peluang, teknologi serta tantangan (Miskam dkk., 2019).

Dengan adanya fintech dapat membuka akses untuk peningkatan transparansi, informasi keuangan, pemotongan biaya serta dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan pengalaman (Lee dan Shin, 2018;Zavolokina dkk., 2016). Fintech memiliki nilai bisnis yang tinggi yang dapat menjadi daya tarik didalam industri keuangan. Pada tahun 2019 investasi fintech mencapai \$8,3 miliar yang mana mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya (CB Insight, 2019).

Tidak hanya adanya fintech berbasis konvensional, munculnya layanan pembayaran seluler berbasis syariah diharapkan dapat menjadi solusi dalam melakukan transaksi dengan berdasarkan hukum islam. Perbedaan yang terletak antara fintech syariah dengan fintech konvensional hanya terletak pada akad pembiayaan saja yang mana fintech syariah mengikuti aturan dari syariat islam. Berdasarkan MUI No.67/DSN-MUI/III/2008 prinsip syariah yang harus dimiliki fintech yaitu tidak boleh *gharar* (ketidakpastian), *maisir* (bertaruh), dan *riba* (jumlah bunga yang melewati ketentuan). Dengan adanya konsep fintech islam pada saat ini, sangat memberikan kontribusi terhadap perkembangan keuangan islam sehingga populasi masyarakat untuk menggunakan teknologi keuangan semakin meningkat serta untuk merevolusi kegiatan konvensional yang dapat menjadi sebuah inovasi layanan dan produk digital yang memudahkan pengguna mengaksesnya. Terdapat 161 fintech yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan dan berlisensi per 30 April 2020 (OJK, 2020).

Berdasarkan studi Telkom, Indonesia merupakan negara yang berpotensi terhadap fintech syariah dengan pangsa pasar sebesar 88,8% populasi muslim serta 64% merupakan kategori unbanked (Setyaningsih, 2018). (Miskam dkk., 2019) menyatakan bahwa fintech akan menciptakan kembali ruang lingkup keuangan islam dengan cara peningkatan efisiensi proses, peningkatan distribusi, efektifitas biaya, inklusi keuangan serta kepatuhan terhadap syariah.

Tantangan dengan menggunakan fintech ini juga banyak dibandingkan dengan layanan keuangan tradisional (Ryu, 2017). Fintech merupakan inovasi baru di dunia teknologi digital yang mana masih memiliki pengalaman yang sangat baru dalam keamanan dan regulasi. Kurangnya pengalaman yang dihadapi pelanggan terhadap pemakaian *Financial Technology* sehingga sulit untuk menganalisis layanan fintech sebelumnya. Selain itu, fintech juga memperketat persaingan bisnis dengan memberikan layanan yang baik kepada pelanggan dengan beraneka ragam pilihan dengan biaya yang terjangkau.

Salah satu produk financial technology adalah *mobile payment*. *Mobile payment* sendiri merupakan suatu bentuk pendukung terhadap transaksi keuangan secara virtual melalui perangkat seluler (Vilmos & Karnouskos, 2004). (Bezhovski, 2016) berpendapat bahwa perkembangan terhadap mobile payment dari tahun 1990-an dengan menggunakan perdagangan elektronik yang berbasis online yang mana membawa perubahan yang signifikan terhadap proses jual beli barang dan jasa. Dengan adanya perangkat seluler ini pelanggan lebih mudah untuk melakukan transaksi dengan nyaman dan mereka merasa aman. Dan sejalan dengan penelitian (Karnounskos, 2004; Ramezani, 2008) bahwa adanya layanan *mobile payment* merupakan suatu potensi besar bagi para industri karena semua proses pembayaran

cepat, nyaman dan aman. Dan layanan *mobile payment* lebih cepat diakses daripada menggunakan uang tunai dengan menggunakan teknologi berbasis nirkabel (Balan et al., 2009; Massoth & Bingel, 2009).

Manfaat dari *mobile payment* ini menjadi pendorong bagi perdagangan elektronik yang mana hanya menggunakan fasilitas *smartphone* yang kuat sehingga terjadinya pergantian dari perilaku berbelanja tradisional menjadi online yang mana hanya mengandalkan tingginya kecepatan jaringan seluler (McKinsey & Company, 2018). Dengan munculnya *mobile payment* ini masyarakat lebih mudah dalam penggunaan perangkat komunikasi melalui *smartphone* seperti pembayaran jasa transportasi, pembelian barang dan jasa, dan lain sebagainya (Market Watch, 2018).

Menurut Riset Pasar Terapan (2018) pada tingkat global, pangsa pasar *mobile payment* di dunia pada tahun 2016 mencapai US \$601 miliar dan akan menjelit sampai tahun 2023 menjadi US \$4.574 miliar. Dengan adanya Teknologi keuangan ini, faktor-faktor yang mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan *fintech* dapat dilihat dari berbagai aspek. Model yang digunakan didalam *fintech* ini bervariasi salah satunya model TAM dan model UTAUT.

Didalam *Technology Accepting Model* (TAM), para peneliti terdahulu mencatat bahwa konsep model tersebut mampu digunakan dalam pengukuran yang akurat untuk melihat para pengguna perilaku yang menggunakan teknologi. Dalam penelitian Davis (1985) menyatakan bahwa pemanfaatan yang dirasakan dalam menggunakan sistem tertentu adalah meningkatnya kinerja kerja. Ada tiga tahapan pengembangan TAM yaitu adopsi, validasi dan ekstensi. Dan model kedua yang dipakai adalah model UTAUT. Dengan adanya model UTAUT juga dapat dilihat

faktor terhadap penggunaan fintech. Model ini juga digunakan di suatu organisasi untuk melakukan pertimbangan pentingnya dalam menggunakan teknologi. Model ini terdiri dari tujuh konsturksi yaitu harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan. Serta terdapat variabel pembeda didalam model UTAUT ini diantaranya umur, jenis kelamin, dan pengalaman.

Penelitian ini digunakan untuk melihat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi behavioral intention penggunaan financial teknologi. Behavioral intention dapat dilihat dari seberapa besar konsumen tersebut berkeinginan untuk menggunakan suatu produk (Dharmmesta, 2008). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi behavioral intention seseorang seperti persepsi kegunaan, keuntungan relatif, harapan kinerja, motivasi hedonis dan norma sosial. Persepsi kegunaan melihat kepada apa saja manfaat yang didapatkan seseorang dalam memakai produk. Asmy dkk (2019) menyebutkan bahwa persepsi kegunaan dan risiko berpengaruh signifikan tidak berdampak terhadap pembentukan dalam mengambil keputusan untuk mengadopsi layanan *m-banking islami* di Malaysia. Tetapi penelitian oleh (Akhtar dkk., 2019) menyebutkan bahwa di Pakistas adopsi *m-banking* telah dipengaruhi oleh sosial, kegunaan yang dirasakan serta persepsi kemudahan penggunaan. Ini juga mendukung penelitian (Crabbe dkk., 2009; Masinge, 2010) bahwa kegunaan yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap konsumen terhadap pengadopsian mobile banking. Dan kegunaan juga berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dalam layanan pembayaran *e-wallet* (Chang dkk., 2018).

Keuntungan relatif juga dapat menarik seseorang untuk menggunakan financial teknologi. Keuntungan relatif ini merupakan suatu inovasi yang yang dianggap lebih baik dari ide aslinya (Rogers (1983) dan Karayanni (2003). Peneliti (Pikkarainen dkk., 2004) menyebut bahwa adanya pengaruh yang signifikan dan hubungan positif antara keuntungan relatif dengan niat dalam mengadopsi *m-banking*. Tetapi berbanding terbalik dalam penelitian (Asmi dkk., 2019) bahwa keuntungan relatif tidak signifikan tidak bisa masuk mempengaruhi pelanggan adopsi terhadap layanan mobile banking islam.

Harapan kinerja (*performance expectancy*) mengarah kepada kepercayaan individu dalam penggunaan sistem yang akan membantu mereka untuk memperoleh keuntungan didalam kegiatan tertentu. Menurut penelitian (Ngampornchai & Adams, 2016; Agustin & Mulyani, 2016; Handayani & Sudiana, 2017; Taiwo and Downe, 2013) menyatakan bahwa harapan kinerja (*performance Expectancy*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavioral intention*.

Motivasi hedonis juga salah satu faktor yang dapat dilihat dari keinginan seseorang menggunakan fintech. Motivasi hedonis ini merupakan suatu pengalaman dasar serta perilaku manusia. Menurut (Widyanto dkk., 2020) motivasi hedonis berpengaruh signifikan terhadap prediksi behavioral intention dalam penggunaan LinkAja karena terdapat nilai hiburan yang dirasakan oleh pengguna terhadap aplikasi tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Salomo dkk. (2013) bahwa norma sosial berpengaruh terhadap persepsi individu didalam mengadopsi inovasi. Tetapi didalam penelitian (Haider dkk., 2016) bahwa norma sosial tidak berdampak terhadap pembentukan niat pelanggan dalam mengadopsi mobile banking islam.

Berdasarkan uraian diatas, karena adanya perbedaaan terhadap hasil yang diteliti terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi niat didalam penggunaan financial teknologi, peneliti mengambil judul **“Pengaruh *Behavioral Intention* Penggunaan *Islamic Mobile Payment Financial Technology* (Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Aktif S1 Universitas Andalas Angkatan 2017-2020).”**

Penelitian ini mengambil sampel Mahasiswa Universitas Andalas Angkatan 2017-2020 dikarenakan rata-rata mahasiswa telah banyak menggunakan produk m-payment syariah seperti m-banking syariah. Karena dengan adanya m-payment syariah lebih memudahkan pengguna dalam melakukan berbagai transaksi dan dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah behavioral intention dalam penggunaan Islamic Mobile Payment fintech islam. Sedangkan variabel independen adalah, persepsi kegunaan, keuntungan relatif, harapan kinerja, motivasi Hedonis, dan norma sosial.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti mengharapkan bahwa penelitian ini bermanfaat, baik secara teoritis maupun secara realistik.

## **1.2.Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh persepsi kegunaan terhadap behavioral intention penggunaan *Islamic Mobile Payment Financial Technology*?
2. Bagaimana pengaruh keuntungan relatif terhadap behavioral intention penggunaan *Islamic Mobile Payment Financial Technology*?
3. Bagaimana pengaruh harapan kinerja terhadap behavioral intention penggunaan *Islamic Mobile Payment Financial Technology*?

4. Bagaimana pengaruh motivasi hedonis terhadap behavioral intention penggunaan *Islamic Mobile Payment Financial Technology*?
5. Bagaimana pengaruh norma sosial terhadap behavioral intention penggunaan *Islamic Mobile Payment Financial Technology*?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap behavioral intention penggunaan *Islamic Mobile Payment Financial Technology*
2. Untuk mengetahui pengaruh keuntungan relatif terhadap behavioral intention penggunaan *Islamic Mobile Payment Financial Technology*
3. Untuk mengetahui pengaruh harapan kinerja terhadap behavioral intention penggunaan *Islamic Mobile Payment Financial Technology*
4. Untuk mengetahui pengaruh motivasi hedonis terhadap behavioral intention penggunaan *Islamic Mobile Payment Financial Technology*
5. Untuk mengetahui pengaruh norma sosial terhadap behavioral intention penggunaan *Islamic Mobile Payment Financial Technology*

### 1.4. Manfaat Penelitian

#### 1.4.1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan bagi mahasiswa maupun masyarakat yang ingin mengetahui dan mempelajari tentang bagaimana pengaruh behavioral intention dalam penggunaan *Islamic mobile payment financial teknologi* dengan menggunakan perpaduan antara *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan Model UTAUT dan memberikan informasi tambahan serta bisa menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya.

### **1.4.2. Manfaat Praktis**

#### a. Bagi perusahaan

Diharapkan penelitian ini sebagai bahan referensi dan informasi tambahan dalam menganalisis pengaruh behavioral intention dalam penggunaan islamic mobile payment fintech.

#### b. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini untuk menambah pengetahuan dan keterampilan peneliti dalam menganalisis pengaruh behavioral intention dalam penggunaan islamic mobile payment fintech.

#### c. Bagi peneliti lain

Diharapkan penelitian ini menjadi bahan informasi dan referensi bagi para peneliti selanjutnya terutama mengenai pengaruh behavioral intention dalam penggunaan islamic mobile payment fintech.

## **1.5. Ruang Lingkup**

### **1.5.1. Lingkup Teoritis**

Untuk menjaga konsistensi pembahasan dan kerancuan serta untuk menghindari perluasan pembahasan maka penelitian ini dibatasi oleh teori tentang analisis persepsi kegunaan, keuntungan relatif, harapan kinerja, motivasi Hedonis dan norma sosial terhadap behavioral intention dalam penggunaan *islamic mobile payment* finansial teknologi dengan menggunakan model campuran antara TAM dan UTAUT.

### **1.5.2. Lingkup Konseptual**

Penelitian ini dilakukan untuk membahas tentang behavioral intention dalam penggunaan *islamic mobile payment* serta hubungannya dengan masing-masing variabel dependen maupun independen.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun oleh penulis dengan membagi uraian kedalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika penulisan penelitian tersebut diantaranya:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN LITERATUR**

Bab ini meliputi penjelasan landasan teori yang digunakan untuk membahas secara singkat dari penelitian terdahulu. Bab ini juga meliputi kerangka pikiran yang melandasi hipotesis penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan variabel penelitian dan definisi operasional yang mendeskripsikan variabel yang dipakai dalam penelitian sekaligus melakukan pendefinisian secara operasional. Penentuan sampel terkait dengan masalah jumlah populasi, kuantitas sampel yang diambil, dan teknik pengambilan sampel. Jenis dan sumber data yang mendeskripsikan gambaran mengenai jenis data yang akan dipakai dalam penelitian. Metode analisis yang memperlihatkan bagaimana deskripsi bentuk analisis yang dipakai dalam penelitian.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini meliputi pembahasan mengenai analisis tentang pengolahan data, pendeskripsian variabel dependen dan independen, analisis data, pembahasan, serta interpretasi penelitian dari metode analisis yang digunakan.

## **BAB V : PENUTUPAN**

Ini merupakan bab terakhir dari penelitian yang berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, implikasi penelitian dan saran dari hasil penelitian



