

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan digital yang semakin maju membuat semakin banyak teknologi digital yang bermunculan dalam aspek kehidupan, salah satunya dibidang pembayaran, seperti maraknya produk *fintech* yang bermunculan di Indonesia. Salah satunya *e-wallet* seperti Ovo, GoPay, LinkAja, Dana, dan ShopeePay. Apalagi di era *internet of things* membuat perubahan kehidupan masyarakat, salah satunya di sektor ekonomi. Akibatnya terjadi fenomena *cashless society*, yaitu keadaan ekonomi dimana transaksi keuangan masyarakat tidak lagi bergantung pada uang kertas dan mata uang fisik. Uang tidak lagi dinilai hanya dalam bentuk fisik, tetapi dapat ditransfer melalui transmisi informasi digital (Assariy, 2019).

Fenomena *cashless society* sudah mulai diwacanakan beberapa tahun sebelumnya. Dengan pemerintah mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tahun 2014. Kemudian pada 2017 diberlakukan sistem pembayaran non tunai secara menyeluruh pada tol oleh pemerintah. Sebagai bentuk perhatian pemerintah untuk mendukung *cashless society*, pemerintah merencanakan kegiatan tersebut untuk visi yang bertajuk *go digital vision 2020*. (Assariy, 2019)

Menurut (iprice, 2020), pemain lokal mendominasi peringkat *e-wallet* di Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari keberhasilan promosi serta aktivitas yang dilakukan oleh penyedia layanan *e-wallet* Indonesia, serta dukungan pemerintah yang menjadikan Indonesia sebagai masyarakat yang lebih *cashless*. Gopay, Ovo,

Dana dan LinkAja menjadi 4 *e-wallet* dengan jumlah pengguna aktif bulanan tertinggi selama kurun waktu Q2 2019 - Q2 2020. Untuk aplikasi yang paling banyak diunduh yaitu Gopay, Ovo, Dana dan LinkAja. Berikut ini adalah daftar aplikasi *e-wallet* terbesar di Indonesia :



Gambar 1.1 Daftar aplikasi *e-wallet* terbesar di Indonesia

Sumber : (iprice, 2020)



Gambar 1.2 Total Sesi Penggunaan Aplikasi Keuangan (*E-Wallet*)

Sumber : (iprice, 2020)

Dari bulan ke bulan penggunaan *e-wallet* di Indonesia mengalami kenaikan total sesinya. Analisis sesi pada *e-wallet* di Indonesia menyatakan adanya kenaikan sampai 70% sejak Juni 2019 sampai Juni 2020. Total sesi pada 2019 untuk penggunaan *e-wallet* sebanyak 1.67 Miliar meningkat hingga 2,83 Miliar per Juni 2020. Menurut data yang dipublikasikan Bank Indonesia, transaksi uang elektronik pada 2019. Dari sisi volume jumlah transaksi uang elektronik pada September ini berjumlah 490.218.726 kali transaksi dengan nominal uang yang beredar sejumlah 13.820.413 juta rupiah. Jumlah tersebut meningkat pesat sejak awal 2019. Pada Januari 2019 Transaksi uang elektronik berjumlah 274.687.548 kali dengan nominal Rp 5.886.152 juta rupiah (Assariy, 2019).

Di Indonesia pengguna *e-wallet* biasanya memakai lebih dari satu jenis *e-wallet*, Menurut studi Ipsos ke 1.000 responden, mayoritas pengguna *e-wallet* di Indonesia 47% mempunyai tiga atau lebih *e-wallet* di *smartphone* mereka, 21 % responden hanya mempunyai satu jenis *e-wallet* di *smartphone* mereka dan 28% responden menggunakan dua *e-wallet* untuk berbelanja (Devita, 2020) . Hal ini mungkin saja tidak terlepas dari kelebihan yang ditawarkan berbagai *e-wallet* sehingga para penggunanya menggunakan lebih dari satu jenis *e-wallet* untuk menikmati berbagai penawarannya.

Kelebihan yang ditawarkan sistem pembayaran non-tunai menarik perhatian penggunanya. Berikut kelebihan-kelebihan yang ditawarkannya : Pertama keamanan, sistem pembayaran *cashless* dinilai lebih aman daripada menggunakan mata uang fisik. Ketika pengguna kehilangan *smartphone* yang digunakan untuk pembayaran non-tunai, uang yang ada dalam *smartphone* tersebut tidak hilang berbeda jika kita kehilangan dompet, uang fisik yang ada dalam dompet ikutan hilang. Kedua, transaksi non-tunai bersifat praktis dan efisien. Ketiga promosi, *discount*, *cashback* yang ditawarkan apabila bertransaksi non-tunai tentu promosi, *discount*, *cashback* tersebut belum tentu kita dapatkan jika bertransaksi tunai.

Dikutip dari (CNN Indonesia, 2019) Perencana Keuangan Safir Senduk menyatakan “Prinsip transaksi pada layanan keuangan digital serupa dengan rekening bank. Hanya saja, pengguna bisa bertransaksi lewat aplikasi, sehingga lebih efisien”. Kehadiran *e-wallet* membantu orang mengakses barang dan jasa keuangan lebih cepat. Kebaruan teknologi informasi memungkinkan orang untuk

terlibat dalam aktivitas keuangan di mana saja, kapan saja dengan mudah, cepat, dan terpercaya (Hidayat, Aini, & Fetrina, 2020). Tak bisa dipungkiri saat ini *promotion, discount, cashback* yang ditawarkan sangat menggiurkan para penggunanya. Berbagai *e-wallet* berlomba-lomba memberikan penawaran menarik. Iming-iming *cashback* tersebut justru membuat penggunanya tertarik untuk menggunakan *e-wallet*.

Perilaku kaum milenial yang mendominasi populasi penduduk Indonesia mendukung popularitas uang elektronik. Teknologi informasi yang cenderung akrab dengan para milenial, dan kaum milenial yang identik dengan “mager” (males gerak) membuat kebutuhan akan suatu sistem yang efisien, sehingga tidak butuh menghabiskan terlalu banyak energi untuk melakukan kegiatan ekonomi. Solusi atas masalah ini ialah hadirnya *electronic money* dan sistem pembayaran non-tunai yaitu *e-wallet*. Menurut (Badan Pusat Statistik, 2018) milenial merupakan generasi dengan kelahiran antara tahun 1980 - 2000. Penelitian ini menyurvei generasi milenial di Kota Padang. Berdasarkan (Badan Pusat Statistik Kota Padang, n.d.) masyarakat Kota Padang dengan rentang umur 20- 39 tahun pada tahun 2017 adalah sebanyak 327.461 orang. Berdasarkan fakta inilah penulis melakukan penelitian kepada generasi milenial di Kota Padang.

Dalam penelitian yang berjudul “*Why do people use and recommend m-wallets*” menunjukkan bahwa *Relative advantage, compatibility, complexity, observability* secara signifikan mempengaruhi *Intention to Use*. Sementara variabel *trialability* tidak berpengaruh terhadap *intention to use* pengguna (Kaur, Dhir, Bodhi, Singh, & Almotairi, 2020). Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan

(Arafah, 2019) mampu membuktikan bahwa konstruk *relative advantage*, *triability*, *observability*, dan *compatibility* mempunyai pengaruh secara positif signifikan terhadap minat menggunakan M-Tix. Namun kompleksitas memiliki pengaruh secara negatif dan signifikan terhadap *intention to use* M-Tix. Hasil penelitian (Johnson, Kiser, Washington, & Torres, 2017) juga menunjukkan adanya dampak positif langsung dari kemudahan penggunaan yang dirasakan, keuntungan relatif, visibilitas (*observabilitas*), dan keamanan yang dirasakan pada niat untuk mengadopsi layanan *m-payment*. Serta penelitian yang dilakukan (Yuena, Wang, Ng, & Wong, 2018) menggunakan Teori Difusi Inovasi menganalisis minat konsumen menggunakan layanan *collection* sendiri di *last mile delivery*. Hasil penelitian menyatakan bahwa di antara lima karakteristik utama inovasi, *relative advantage*, *compatibility* and *trialability* secara positif mempengaruhi *intention to use* layanan *self collection*.

Berdasarkan penjelasan dan hasil penelitian terdahulu tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh *Relative Advantage*, *Compatibility*, *Complexity*, *Triability*, dan *Observability* Terhadap *Intention To Use E-Wallet* di Kota Padang”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis dapat menyatakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Relative Advantage* terhadap *intention to use e-wallet* masyarakat milenial di Kota Padang

2. Bagaimana pengaruh *Compatibility* terhadap *intention to use e-wallet* masyarakat milenial di Kota Padang
3. Bagaimana pengaruh *Complexity* terhadap *intention to use e-wallet* masyarakat milenial di kota padang
4. Bagaimana pengaruh *Triability* terhadap *intention to use e-wallet* masyarakat milenial di Kota Padang
5. Bagaimana pengaruh *Observability* terhadap *intention to use e-wallet* masyarakat milenial di kota padang

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran jelas dan rinci dari beberapa masalah yang telah dijelaskan pada rumusan masalah sebelumnya, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Relative Advantage* terhadap *intention to use e-wallet* masyarakat milenial di Kota Padang
2. Untuk mengetahui pengaruh *Compatibility* terhadap *intention to use e-wallet* masyarakat milenial di Kota Padang
3. Untuk mengetahui pengaruh *Complexity* terhadap *intention to use e-wallet* masyarakat milenial di Kota Padang
4. Untuk mengetahui pengaruh *Triability* terhadap *intention to use e-wallet* masyarakat milenial di Kota Padang
5. Untuk mengetahui pengaruh *Observability* terhadap *intention to use e-wallet* masyarakat milenial di Kota Padang

1.4. Manfaat

1.4.1. Manfaat Akademis

Bagi pihak akademisi, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai pembelajaran, kajian, serta referensi di masa yang akan datang terkait *intention to use e-wallet* di Kota Padang.

1.4.2. Manfaat Praktis

- Bagi para pengguna maupun orang yang akan menggunakan *e-wallet*, diharapkan dengan adanya penelitian ini mereka dapat menambah wawasan dan pengetahuan.
- Bagi para perusahaan *fintech*, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan mengatur strategi pemasaran produk mereka.

1.5. Ruang lingkup penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi diatas maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan sebagai berikut :

- Aspek yang diteliti adalah Pengaruh *Relative Advantage, Compatibility, Complexity, Triability, dan Observability* terhadap *intention to use e-wallet*
- Pengambilan data dilakukan terhadap generasi milenial Kota Padang.

1.6. Sistematika Penelitian

Penelitian ini terdiri dari bab – bab yang terpadu dalam sebuah sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini dibahas teori – teori yang berkaitan dengan penelitian yang akan di lakukan. Serta membahas beberapa penelitian yang sudah ada, Mengembangkan hipotesis dan model penelitian yang memandu tahap pengolahan data..

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan terkait desain penelitian, poulasi dan sampel yang akan diambil, metode dalam mengumpulkan data, instrumen yang ada didalam penelitian, pengujian variable dan operasional variable, metode analisis yang digunakan, dan uji hipotesis.

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan hasil dari proses sebaran kuesioner penelitian, deksriprif umum tentang responden yang diteliti dan analisis data yang dipergunakan untuk meguji hipotesis

BAB V PENUTUP

Isi dari bab ini adalah kesimpulan yang dapat di ambil dari penelitian, implikaasi dari hasil penelitian serta keterbatasan dari penlitian ini dan juga saran.