

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital saat ini yang begitu pesat pertumbuhan teknologinya, telah banyak membantu peningkatan pemenuhan kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa. Munculnya perusahaan baru atau *start up* yang memanfaatkan perkembangan teknologi juga semakin banyak pada umumnya bergerak di bidang teknologi informasi di dunia maya atau internet. Jenis *start up* dibedakan menjadi dua, yaitu *e-commerce* dan *Financial Technology (FinTech)*. *E-commerce* merupakan perusahaan yang menyediakan platform jual beli *online*, sementara istilah *FinTech* lebih berpusat pada perusahaan yang melakukan inovasi di bidang jasa keuangan dengan sentuhan teknologi modern. *E-commerce* dan *FinTech* saat ini saling bersinergi satu sama lain, di mana *e-commerce* sebagai platform jual belinya, sementara kehadiran *FinTech* untuk membantu proses jual beli dengan sistem pembayaran yang lebih mudah.

Kondisi pandemi sedikit banyak mempengaruhi perilaku manusia dalam beberapa hal salah satunya sistem pembayaran konvensional menjadi digital. Pembayaran secara non-tunai sudah banyak digunakan masyarakat sebagai alternatif pembayaran karena lebih efektif dan efisien bagi masyarakat.



Gamabar 1.1. Nilai Transaksi Uang Elektronik (2020 – 2021)

Sumber : DataIndonesia.id

Menurut Bank Indonesia, total transaksi *e-wallet* sebesar Rp 131,21 triliun pada Oktober 2022. Jumlah itu melonjak 33,14% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar Rp 98,55 triliun. Nilai transaksi *e-wallet* juga melesat 89,94% dibandingkan periode yang sama setahun sebelumnya. Pada Oktober 2021, total transaksi *e-wallet* sebesar Rp 69,08 triliun (Mustajab, 2022:10).

Berbagai macam aplikasi *e-wallet* yang tersedia di Indonesia saat ini seperti ShopeePay, GoPay, Dana, Ovo yang bekerja sama dengan ratusan ribu *merchant online* (*official store*) maupun *offline*. Pada akhir tahun 2018 Shopee mengantongi lisensi dompet digital dari Bank Indonesia dan diberi nama ShopeePay. Sehingga dalam penggunaan dompet digital ShopeePay yaitu dengan *mendownload* aplikasi *e-commerce* Shopee. Dalam aplikasi Shopee, ShopeePay dapat digunakan untuk segala jenis transaksi dan pengisian saldo ShopeePay dapat dilakukan melalui mesin ATM, mobile banking, minimarket, dan sebagainya (Mawardani et al., 2021:56).

Pada tahun 2010 Nadiem Makarim mendirikan PT GOJEK Indonesia dan di tahun 2015 PT GOJEK Indonesia meluncurkan aplikasi *mobile* yang mempunyai *location based search* untuk telepon genggam berbasis android dan IOS dimana layanan yang diberikan dapat dibayar dengan cara tunai atau non-tunai, pembayaran non-tunai tersebut bisa digunakan dengan fitur GoPay. Gopay adalah salah satu sarana penyimpanan uang elektronik sebagai media pembayaran bagi pengguna aplikasi Gojek (Balyas et al., 2018:52).

Pada tahun 2021 dua perusahaan melakukan *merger* yaitu Gojek dan Tokopedia menjadi GOTO, kedua perusahaan tersebut mempunyai dua fokus yang berbeda dimana Gojek sebagai penyedia layanan ojek *online* sedangkan Tokopedia merupakan tempat dagang *online*. Seiring berjalannya waktu bidang usaha utama GOTO yaitu perusahaan induk dan penyedia platform digital yang mengintegrasikan *on demand service*, *e-commerce* dan produk digital, serta *financial technology services*.



Gambar 1.2. Penetrasi Pengguna *E-Wallet* di Kab. Bekasi (Mei 2023)

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Persentase pengguna *e-wallet* gopay sebesar 3% lalu ada shopeepay dengan persentase 11% dan pengguna lebih banyak menggunakan atau menginstal dua aplikasi *e-wallet* gopay dan shopeepay dengan persentase 85% karena *e-wallet* ini memiliki kegunaan dan kelebihan masing-masing yang saling melengkapi satu sama lain.

Iklan biasanya digunakan untuk membujuk masyarakat agak tertarik menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan, pada akhir-akhir ini iklan layanan *online* seperti dompet digital dan aplikasi serupa sering sekali muncul baik di televisi, youtube, dan sosial media. Fungsi iklan ini selain membujuk masyarakat menggunakan produk yang ditawarkan iklan juga sebagai sarana agar masyarakat tahu layanan apa saja yang diberikan dan promo apa saja yang sedang berjalan.

Kemudahan adalah faktor penentu dalam menggunakan suatu teknologi, dengan adanya kemudahan dalam melakukan pembayaran dapat mengefisiensikan waktu dan tenaga (Ramadya et al., 2022:60). Kemudahan menurut KBBI berarti sesuatu yang bisa memudahkan serta melancarkan usaha. Macam-macam kemudahan yang di dapatkan saat menggunakan *e-wallet* yaitu untuk mempermudah pembayaran belanja *online*,

mempermudah pembayaran di tempat makan, membeli token listrik, *top up* pulsa, *top up voucher game*, dan melakukan transfer ke bank.

Dalam Pasal 9 ayat 1 peraturan Bank-Indonesia No.18/40/PBI/2016 mengenai pihak yang akan menjadi penyelenggara *switching* dan/atau penyelenggara *payment gateway* sebagaimana dimaksud dalam pasal 6 dan/atau penyelenggara dompet elektronik sebagaimana dimaksud dalam pasal 7, harus memenuhi persyaratan aspek kelayakan sebagai penyelenggara jasa sistem pembayaran yang meliputi :

- a. legalitas dan profil perusahaan,
- b. hukum,
- c. kesiapan operasional,
- d. keamanan dan keandalan sistem,
- e. kelayakan bisnis,
- f. kecukupan manajemen risiko, dan
- g. perlindungan konsumen.

Sehingga dapat di simpulkan dari peraturan diatas bahwa *e-wallet* sudah pasti dapat dipercaya. Seperti yang dijelaskan Setiawan dalam Ramadya et al., (2022:60) Kepercayaan merupakan keyakinan seseorang yang kemungkinan menjadi pelanggan dengan sukarela dengan pertimbangan terlebih dahulu.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Iklan, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Penggunaan E – Wallet di Kab. Bekasi”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut :

1. *E-Wallet* sebagai produk yang tergolong masih baru memiliki peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun, baik dari jumlah uang elektronik itu sendiri, maupun volume dan nilai transaksinya.
2. Faktor iklan yang belum maksimal untuk masyarakat pengguna *e-wallet*.
3. Faktor kemudahan yang belum menjawab secara maksimal terhadap kebutuhan pengguna.

4. Persepsi minat yang dimiliki masyarakat Kab. Bekasi tentu berbeda dalam menentukan aplikasi *e-wallet* yang digunakan sehingga tanggapan mengenai informasi tentang aplikasi yang diterima masyarakat Kab. Bekasi mempengaruhi minat dan keputusan.
5. Dengan adanya kemajuan teknologi, masyarakat telah dimudahkan dengan *e-wallet* untuk pembayaran yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

1.3 Batasan Masalah

Setiap permasalahan yang ada hakikatnya sangat kompleks, sehingga penulis tidak dapat menyelidikinya secara keseluruhan karena keterbatasan yang ada dalam diri penulis dan hanya permasalahan yang ada dalam fokus penelitian ini. Untuk hal tersebut maka penulis menganggap perlu untuk membatasi permasalahan tentang “Pengaruh Iklan, Kemudahan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Penggunaan *E-Wallet* di Kab. Bekasi”. Variabel independen mengenai Iklan, Kemudahan, dan Kepercayaan difokuskan pada objek penelitian yaitu *E-Wallet* yang meliputi pengguna GoPay atau ShopeePay, terhadap keputusan penggunaannya di masyarakat. Sedangkan untuk responden yang akan diuji dibatasi di wilayah Kab. Bekasi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara parsial iklan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* di Kab. Bekasi ?
2. Apakah secara parsial kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* di Kab. Bekasi ?
3. Apakah secara parsial kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* di Kab. Bekasi ?
4. Apakah secara simultan iklan, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* di Kab. Bekasi ?

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh langsung iklan terhadap penggunaan *e-wallet* di Kab. Bekasi.
2. Menganalisis pengaruh langsung kemudahan terhadap penggunaan *e-wallet* di Kab. Bekasi.
3. Menganalisis pengaruh langsung kepercayaan terhadap penggunaan *e-wallet* di Kab. Bekasi.
4. Menganalisis pengaruh langsung iklan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap penggunaan *e-wallet* di Kab. Bekasi.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengimplementasikan segala ilmu yang telah diterima selama perkuliahan.

2. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai salah satu bentuk evaluasi terhadap kebijakan yang diluncurkan serta bagaimana respon yang diberikan masyarakat selepas hadirnya kebijakan tersebut.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai uang elektronik atau *e-wallet* dan secara luas penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan lebih lengkap mengupas berbagai fenomena dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir penelitian ini dan juga saran.

DAFTAR PUSTAKA