

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini, perkembangan teknologi sangatlah pesat yang mana mempengaruhi kehidupan masyarakat dari berbagai aspek, baik dari segi pendidikan, sosial, budaya maupun ekonomi. Pesatnya perkembangan teknologi dikarenakan adanya inovasi-inovasi yang bertujuan untuk mempermudah kehidupan masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Teknologi yang ada merupakan media atau bentuk baru yang memudahkan masyarakat terutama para penggunanya untuk mengakses serta memanfaatkan informasi yang telah diperoleh sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Dengan adanya teknologi, masyarakat dapat dengan mudah untuk berkomunikasi, belajar, mencari informasi, maupun melakukan kegiatan berbelanja secara *online* yang saat ini dikenal dengan sebutan *e-commerce*. Perkembangan teknologi ini lambat-laun mulai merubah pola kehidupan masyarakat, baik dari segi tradisi maupun kebiasaan yang perlahan-lahan mulai ditinggalkan.

Berdasarkan Kominfo (www.kominfo.go.id) merilis bahwa jumlah pengguna internet tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 persen dari total jumlah penduduk Indonesia. Jumlah tersebut menunjukkan kenaikan sebesar 10,56 juta jiwa dari hasil survei pada tahun 2016. Pada laporan tersebut, kategori usia pengguna menurut Menkominfo adalah: Usia 13-18 tahun (16,68%), Usia 19-34 tahun (49,52%), Usia 35-54 (29,55%) dan Usia lebih dari 54 tahun (4,24%).

Terdapat dua inovasi terbaru dari ekonomi digital yaitu sektor teknologi dan sektor perekonomian. Peran penting dari teknologi adalah untuk memudahkan masyarakat mengelola serta memanfaatkan sumber daya yang dibutuhkan. Keuangan merupakan salah satu bagian dari sektor perekonomian yang tidak luput dalam kehidupan masyarakat. Pentingnya peran teknologi serta keuangan dalam kehidupan masyarakat mendorong lahirnya inovasi yakni *Financial Technology (FinTech)*. *Fintech* merupakan salah satu sektor industri khususnya di bidang layanan jasa keuangan, tepatnya pembayaran berbasis teknologi yang paling berkembang di Indonesia.

Menurut situs *Think With Google* (Nugroho, 2018), sebanyak 66% dari 260 juta populasi di Indonesia tidak memiliki akun bank atau disebut dengan istilah *unbanked*, yang mengartikan bahwa hanya sekitar 88 juta populasi di Indonesia yang telah tersentuh oleh layanan keuangan seperti bank. Hal tersebut mengakibatkan perkembangan ekonomi di Indonesia tidak merata. Masyarakat saat ini memerlukan alternatif pendanaan lain selain jasa perbankan, sehingga hal ini menjadi kesempatan bagi perusahaan yang bergerak di bidang keuangan untuk memanfaatkan teknologi dan memenuhi kebutuhan tersebut. Dengan adanya fintech, masyarakat 3T tersebut dapat menggunakan layanan keuangan yang berbasis teknologi tanpa harus menempuh jarak jauh untuk mendapatkan layanan keuangan seperti bank.

Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 menyatakan bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan *Financial Technology (Fintech)* dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran,

baik dari sisi *instrument*, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran (Bank Indonesia, 2016)

Financial Technology menurut *National Digital Research Centre* (NDRC) merujuk pada inovasi dalam bidang jasa finansial atau inovasi finansial yang diberi sentuhan teknologi modern atau dikenal dengan “*innovation in financial services*” atau “inovasi dalam layanan keuangan”. Bank Indonesia dalam (Dedi Rianto Rahadi, 2020) mengatakan bahwa *Financial Technology* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi, yang pada akhirnya dapat mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat. Menurut Berry A. Harahap, Pakasa Bary Idham & Kusuma (2017), *financial technology* merupakan industri yang berkembang dengan cepat dan dinamis, pada industri tersebut ada beberapa model bisnis yang berbeda. Sedangkan Hsueh dalam (Rachmaniyah, 2019) berpendapat, *financial technology* adalah salah satu model layanan pada bidang keuangan dan dikembangkan melalui inovasi teknologi informasi. Menurut Romanova dan Kudinska (dalam Muhamad Nafik Hadi Ryandono, 2018) mendefinisikan *Fintech* sebagai salah satu bisnis aplikasi berbasis *software* yang menyediakan jasa keuangan. Dari pengertian tersebut dapat didefinisikan bahwa *FinTech* merupakan layanan jasa di bidang keuangan yang dikolaborasikan dengan teknologi sehingga mempermudah serta mempercepat transaksi.

Inovasi *Fintech* sejalan dengan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dari Bank Indonesia yang diluncurkan pada 2014 yang dimaksudkan untuk menyadarkan masyarakat pada penggunaan instrumen non tunai. Kemajuan teknologi di bidang finansial yang disebut dengan *Financial Technology* (*FinTech*) mempermudah aktivitas masyarakat di bidang pembayaran. *Fintech*

merupakan salah satu metode layanan jasa di bidang keuangan yang sedang marak saat ini, yang mana merupakan salah satu layanan jasa keuangan yang sedang naik daun di era digital ini.

Financial Technology (FinTech) memberikan peluang yang bagus untuk industri yang bergerak di bidang keuangan, utamanya layanan jasa keuangan. Lee & Shin (2018) berpendapat bahwa ada lima ekosistem *financial technology* yaitu: perusahaan *financial technology* yang baru mulai atau biasa dikatakan *Fintech startup*, *technology developers*, pemerintah, pelanggan keuangan serta lembaga keuangan konvensional atau tradisional (misalnya, bank konvensional, asuransi, saham, dan modal ventura). Penelitian dari Lee & Shin (2018) lebih banyak membahas tentang ekosistem *Fintech* tetapi belum membahas pengaruhnya terhadap perilaku konsumen.

Kemajuan teknologi keuangan, dibuktikan dengan adanya produk *e-wallet* yang mempermudah proses transaksi. *E-wallet* banyak digunakan oleh masyarakat, terutama pada saat masa pandemi seperti saat ini *e-wallet* dimanfaatkan sebagai salah satu media pembayaran non tunai yang aman dan nyaman karena tidak bersentuhan langsung dengan uang. Dengan digunakannya *e-wallet*, secara tidak langsung masyarakat sudah menerapkan himbauan untuk melakukan *social distancing* atau menjaga jarak untuk meminimalisir sentuhan dengan orang lain. Menurut *The Economic Times* yang dikutip dari wartaekonomi.co.id (Rosmayanti, 2019), dompet digital adalah jenis akun Prabayar yang dilindungi dengan kata sandi, karena hal tersebut pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi daring, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang daring, maupun pembelian tiket penerbangan. Dompet

digital berbasis server, oleh karena itu, jika ingin melakukan transaksi, diperlukan sebuah perangkat terhubung ke *server* penerbit melalui internet, seperti komputer, *tablet*, atau *smartphone*.

Dalam pengembangan keilmuan di bidang teknologi informasi, dompet elektronik menyumbang kemajuan teknologi yang sangat pesat. Hidup masyarakat menjadi lebih praktis dengan adanya penerapan dompet elektronik ini. Masyarakat dapat memesan transportasi, memesan makanan, membayar belanjaan dan lainnya dari *smartphone* yang mereka miliki. Dengan adanya dompet elektronik yang sedang *trend* saat ini yang menawarkan manfaat, kemudahan dan keefektifan dalam transaksi pembayaran mahasiswa akan lebih mudah membelanjakan uangnya (Ramadhani, 2019). Transaksi keuangan merupakan tahap pertama pada siklus akuntansi. Transaksi keuangan yang dilakukan merupakan transaksi akuntansi yang memiliki dampak secara langsung pada perubahan kondisi keuangan suatu perusahaan yang dinilai secara objektif.

E-wallet merupakan salah satu alat pembayaran non tunai atau transaksi *non cash*. *E-wallet* dapat dikatakan sebagai aplikasi yang dapat digunakan melalui *gadget* ataupun komputer, sehingga *e-wallet* dapat diakses dimanapun serta kapanpun konsumen memerlukan layanan *e-wallet*. Pada *e-wallet*, pengguna hanya perlu mengisi data pribadi pada aplikasi atau *software* bank atau layanan jasa keuangan lainnya yang telah dipercaya, yang nantinya konsumen atau pengguna dapat melakukan pembayaran melalui aplikasi tersebut atau sering disebut dengan transaksi secara online.

Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 Pasal 1 Ayat 7 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran memuat bahwa dompet

digital merupakan sebuah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu, uang elektronik untuk melakukan suatu transaksi. (Bank Indonesia, 2016)

Pembayaran digital merupakan pembayaran yang memiliki basis teknologi. Pada pembayaran digital, yang akan dilakukan pemrosesannya, diterima, serta disimpan pada wujud informasi digital serta tahapan pemindahan dilakukan inisialisasinya menggunakan alat pembayaran elektronik. Pembayaran tradisional dilakukan dengan menggunakan uang tunai maupun cek, sementara itu pembayaran digital dilaksanakan memakai *software* tertentu, kartu pembayaran, serta juga melalui uang elektronik *e-wallet*. Uang elektronik (*e-wallet*) tidak membutuhkan tahapan otorisasi serta hubungan langsung (*online*) menggunakan rekening nasabah pada bank sebab *e-wallet* adalah sebuah produk *stored value* yakni penyimpan nilai dana tertentu ataupun *monetary value* yang disimpan pada alat pembayaran yang dipakai salah satunya adalah GoPay.

Di Indonesia, populernya uang elektronik dimulai pada tahun 2017 yang diawali dengan diluncurkannya produk Flazz dari BCA kemudian disusul oleh produk *E-Money* dari Bank Mandiri dan Brizzi yang merupakan produk dari BNI serta produk produk serupa mulai bermunculan dari bank-bank yang lain. Bentuk fisik dari uang elektronik yakni kartu yang ditanami chip yang mana di dalam chip tersebut terdapat nominal uang yang bisa digunakan oleh pemilik kartu untuk bertransaksi secara online atau non tunai. Sejak tahun 1990-an hingga kini terdapat kecenderungan masyarakat untuk menggunakan uang elektronik (*electronic money* atau *e-money*), seperti *internet banking*, *debit cards*, dan *automatic teller machine (ATM) cards*. Evolusi uang tidak berhenti disini. Uang

elektronik juga muncul dalam bentuk *smart cards*, yaitu dengan mengisi *chips* dengan sejumlah uang tertentu yang dikehendaki, dan selanjutnya menggunakannya untuk melakukan transaksi. Inovasi berupa uang elektronik ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan transaksi pembayaran dalam jumlah sedikit atau bersifat mikro. (Usman, 2017)

Terselenggaranya kegiatan bertransaksi dengan menggunakan uang elektronik yang dilakukan oleh bank maupun LSB berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*)(Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 65, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5001; untuk selanjutnya disebut PBI No. 11/12/PBI/2009), yang kemudian diubah dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 69, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5524; untuk selanjutnya disebut PBI No. 16/8.PBI/2014). (Bank Indonesia, 2009). Menurut ketentuan ini, uang elektronik pada hakikatnya sebagai pengganti uang tunai, penerbitannya atas dasar nilai uang yang disetor yang saldonya tersimpan pada suatu media *server* atau *chip*. Uang elektronik tersebut dapat digunakan sebagai alat pembayaran pada *merchant-merchant* retail tertentu yang mengadakan kerjasama dengan penerbit uang elektronik. Penggunaan uang elektronik tersebut pun sangat mudah dan praktis, pemegang uang elektronik cukup menempelkan kartu uang elektronik yang bersangkutan pada *reader* saat melakukan transaksi pembayaran. Dengan kata lain, uang elektronik merupakan instrumen pembayaran tanpa tanpa uang fisik (*cashless money*) bagi transaksi keuangan yang bernilai kecil. (Usman, 2017)

Berdasarkan data dari Bank Indonesia dalam nilai transaksi uang digital pada akhir 2018 melonjak 209,8% menjadi 2,9 miliar transaksi dibandingkan 2017 sebesar 943,3 juta transaksi. Hingga Juli 2019, volume transaksi digital telah mencapai 2,7 miliar transaksi atau mendekati angka pada akhir 2018 (Jayani, 2019). Hal tersebut membuktikan bahwa minat masyarakat dalam melakukan transaksi secara online semakin meningkat. Meningkatnya minat masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan secara online membuat perusahaan yang pengelola keuangan ataupun menyediakan layanan jasa keuangan menyusun strategi marketing untuk menarik minat calon pengguna yang bertujuan untuk memenangkan persaingan ketat di bidang industri *e-wallet*. Dikalangan penyedia layanan *mobile payment*, promosi menjadi daya tarik yang dapat meningkatkan minat menggunakan aplikasi pembayaran melalui *e-wallet*. (Nurjanah, 2020)

Menurut data dari Bank Indonesia dalam www.bi.go.id sampai dengan 27 Mei 2020 terdapat 161 penyelenggara yang berizin, penyelenggara yang begitu banyak tersebut, membuat persaingan yang ketat. Ketatnya persaingan antar penyelenggara dan konsumen banyak yang masih belum sadar dengan gerakan non tunai ini, membuat perusahaan untuk membuat edukasi dan strategi agar bisa menarik konsumen, perusahaan menarik minat konsumen dengan memberikan program promosi potongan harga, promosi *cash back* dan lain sebagainya. Dengan adanya program itulah yang bisa membuat konsumen tertarik sehingga mencoba dan minat menggunakan dompet digital. (Otoritas Jasa Keuangan, 2020)

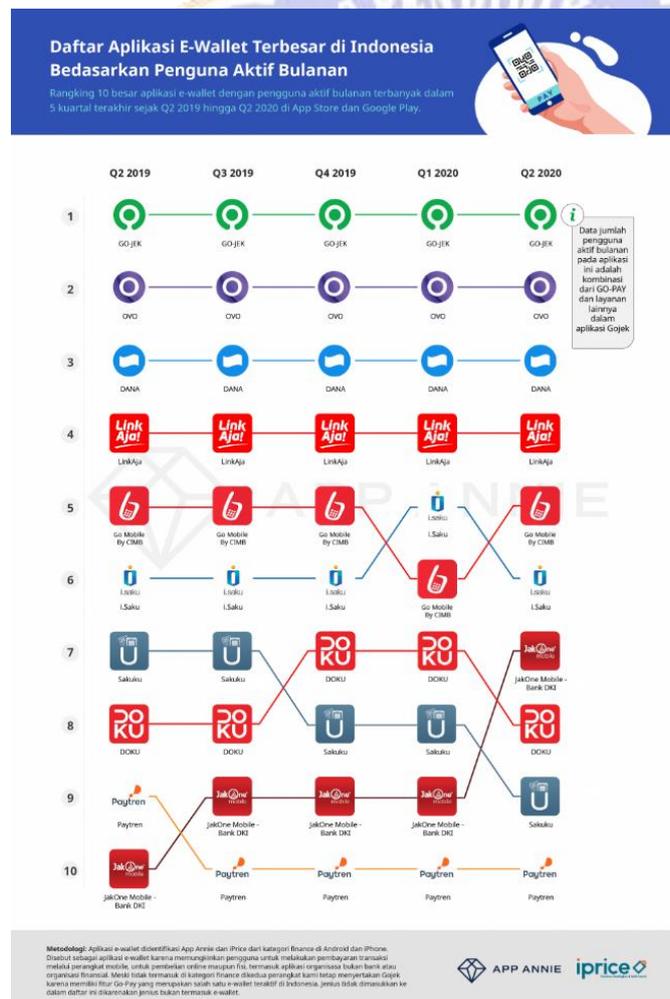
Per Desember 2021, Bank Indonesia mencatat sebanyak Rp 35,10 triliun transaksi uang elektronik yang mana mengalami peningkatan sebesar 58,60% dari periode sebelumnya. Transaksi uang elektronik pada Desember 2020 mencapai

Rp 22,13 triliun. Pada Desember 2021 tercatat sebesar 602,29 juta kali volume transaksi menggunakan uang elektronik di Indonesia. Volume transaksi tersebut meningkat sebesar 13,63% jika dibandingkan dengan November 2021 yang mencapai 530,02 juta transaksi. Jika dibandingkan dengan volume transaksi pada Desember 2020, transaksi penggunaan uang elektronik meningkat sebesar 37,49%. Volume transaksi menggunakan uang elektronik pada Desember 2020 tercatat sebanyak 438,04 juta kali.

Price bersama dengan App Annie melakukan analisis untuk mengetahui seberapa besar peningkatan yang ada dengan membandingkan data Year over Year (YoY). Data yang diperoleh didapat dengan cara menganalisis total sesi yang dihabiskan oleh masyarakat Indonesia di aplikasi finansial berbasis perangkat Android, hal ini dikarenakan pengguna Android memiliki dominasi yang sangat besar di Indonesia. Data dari StatCounter menyebutkan sekitar 92% dari pengguna *smartphone* menggunakan perangkat Android. Analisis sesi pada aplikasi finansial di Indonesia menunjukkan adanya peningkatan hingga 70% sejak Juni 2019 hingga Juni 2020. Total sesi pada 2019 untuk penggunaan aplikasi finansial sebanyak 1.67 Miliar meningkat hingga 2.83 miliar per Juni 2020. Di Indonesia Mayoritas 47% pengguna *e-wallet* memiliki 3 atau lebih *e-wallet* di *smartphone* mereka. Menurut riset dari Ipsos terhadap 1000 responden, 28% menggunakan 2 *e-wallet* untuk berbelanja dan 21% responden memiliki hanya 1 *e-wallet* pada *smartphone* mereka. (Devita, 2020)

Gopay, OVO, Dana dan LinkAja merupakan 4 *e-wallet* dengan jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak selama periode Q2 2019 – Q2 2020. Untuk aplikasi dengan total download terbanyak juga diduduki oleh keempat aplikasi

tersebut yakni Gopay, OVO, Dana, dan LinkAja. Sejalan dengan semakin banyaknya yang menggunakan 4 *e-wallet* tersebut, Ipsos juga melakukan riset mengenai ketenaran dari masing-masing aplikasi *e-wallet* di dalam negeri. Riset yang dilakukan oleh Ipsos yakni 58% responden memilih GoPay sebagai *e-wallet* paling familiar, diikuti OVO dengan persentase sebanyak 29%, Dana 9% dan LinkAja 4% responden. Peringkat berikutnya *e-wallet* dengan pengguna aktif bulanan teraktif dari posisi 6-10 untuk periode Q2 2020 diduduki oleh Go Mobile by CIMB, i.saku, JakOne Mobile-Bank DKI, Doku, Sakuku, dan Paytren. (Devita, 2020)



Gambar 1.1 Pengguna Aktif E-Wallet
 Sumber: iPrice 2020

Riset yang dilakukan oleh iPrice dan App Annie menunjukkan bahwa pengguna aktif terbanyak di Indonesia adalah para pengguna GoPay. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya transaksi melalui GoPay yang mencapai Rp 89,5 triliun per Februari 2019. iPrice mencatat bahwa 70% transaksi yang dilakukan oleh pengguna GoJek melakukan pembayaran dengan menggunakan GoPay yang mana GoPay merupakan sarana pembayaran utama dari GoFood. GoFood merupakan suatu aplikasi yang menyediakan layanan pesan antar makanan terbesar di Asia Tenggara. Terdapat 38 dompet digital yang memiliki lisensi resmi dan tercatat di Bank Indonesia (BI). Transaksi melalui layanan *e-wallet* pada 2018 mencapai US\$ 1,5 miliar yang mana 30% dari total transaksi yang dilakukan merupakan transaksi *e-wallet* di Indonesia berasal dari GoPay. (Setyowati, 2019)

Menurut survei MarkPlus Inc (dalam Marsya Nabila, 2020) yang dilakukan pada 502 responden yang menjadi wakil kota-kota besar dengan penetrasi *smartphone* tertinggi di Indonesia, *e-wallet* ShopeePay sebagai *e-wallet* dengan pangsa pasar atau volume transaksi sebesar 26% diusul OVO 24%, Gopay (23%) DANA sebesar 19% dan LinkAja sebesar 8%. Gopay memiliki banyak pengguna di berbagai kota, utamanya para pengguna aplikasi Gojek.

Dalam menjalankan produk *e-wallet* yang dimilikinya, GoPay menjalin kerjasama dengan bank-bank terkemuka seperti Bank Mandiri, BNI, BCA serta bank lain yang memiliki dukungan di bidang *FinTech*. Go-Pay merupakan layanan aplikasi yang ditawarkan oleh GoJek. GoPay merupakan aplikasi dari PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi di bidang keuangan yang berkaitan dengan layanan di dalam aplikasi Gojek. Gojek memberikan banyak manfaat di Indonesia, salah satunya adalah

mengurangi kemacetan. Kehadiran Gojek menjadi solusi bagi masyarakat, dikarenakan Gojek menyediakan layanan Ojek Online, pembelian dan antar makanan, pengiriman barang dan layanan jasa lainnya yang mendukung aktivitas masyarakat. Dikarenakan layanan jasa yang disediakan oleh Gojek dinilai mampu memberikan solusi yang efektif dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat, sehingga mendapatkan respon yang positif. Hal ini dibuktikan melalui postingan di web resmi Gojek www.gojek.com adanya kenaikan pengunduhan aplikasi Gojek dari tahun 2015-2020 meningkat sebanyak 2.448 kali, jumlah instal aplikasi Gojek mencapai 190 juta, driver yang menjadi mitra gojek sebanyak 2 juta orang.

Menurut Fahmi Ahmad Burhan (2020), pada situs katadata.co.id beberapa layanan GoJek mengalami peningkatan permintaan di tengah pandemi, salah satunya yaitu meningkatnya transaksi GoPay sebanyak 2,7 kali lipat pada 2020 dibandingkan dengan tahun sebelumnya, peningkatan tersebut terjadi karena adanya pembelanjaan *games*, *e-commerce* serta transaksi lainnya. Peningkatan transaksi juga ada di fitur *Pay Later* yaitu sebesar 2,7 kali lipat. Terdapat transaksi yang merupakan bagian dari layanan kebutuhan pokok meningkat sebanyak 500%. Serta transaksi donasi pada GoPay mencapai 102 miliar yang mana mengalami 2 kali peningkatan di masa pandemi.

Di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat, masyarakat semakin bergantung pada teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menyebabkan banyaknya masyarakat yang mengunduh ataupun menginstall aplikasi yang dapat memudahkan kegiatan sehari-harinya. Terutama anak-anak remaja yang memiliki tingkat kemampuan dalam menggunakan teknologi, serta

memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Menurut Mitra Driver (2019), GoPay merupakan uang elektronik yang digunakan untuk melakukan transaksi di aplikasi GoJek. GoPay ini bisa digunakan untuk membayar *delivery* makanan atau yang dikenal dengan GoFood, GoBills yang digunakan untuk membayar PLN, BPJS, Voucher Google Play, PDAM, Games Voucher, TV Kabel dan Internet, Gas PGN, dan lainnya, bisa juga digunakan untuk pembayaran GoRide, GoCar, dan GoBluebird yang merupakan kendaraan yang bisa digunakan untuk mengantar ke semua tempat, GoTix yang digunakan untuk pembelian tiket nonton bioskop, GoLife yang terdiri dari GoMassage, GoClean, GoAuto, dan GoGlam merupakan penyedia jasa layanan profesional dalam membantu pekerjaan. Selain itu, GoPay bisa digunakan untuk Go-Send yang merupakan jasa pengiriman barang, GoDeals yang digunakan untuk membeli voucher-voucher, GoShop, GoPulsa, GoMed, GoFix, GoAuto, GoBox dan yang lainnya. Menggunakan GoPay merupakan pilihan yang tepat untuk masyarakat yang mempunyai kesibukan yang padat serta memiliki keinginan untuk menghandle kebutuhan sehari-hari dengan praktis dan efisien. Pembayaran nontunai lebih praktis dan efisien membuat masyarakat lebih dimudahkan dan dimanjakan.

Reputasi merupakan kunci utama untuk meningkatkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan terhadap jaminan dari fasilitas transaksi yang diberikan perusahaan. (Pavlou & Gefen, 2004). Reputasi dari GoPay merupakan nilai yang diberikan oleh konsumen kepada GoPay yang mana bersumber dari rasa percaya konsumen pada layanan jasa transaksi dari GoPay. Reputasi yang baik, dapat menumbuhkan emosi-emosi positif pada saat konsumen, membeli ataupun menggunakan suatu layanan jasa maupun produk. Reputasi yang baik

akan membentuk kepuasan konsumen yang nantinya dapat mendorong konsumen untuk membeli ataupun menggunakan berulang produk atau layanan suatu merek. Pada tahun 2019, GoPay merupakan *e-wallet* yang paling sering digunakan. Menurut Saraswati (2020), reputasi diduga memiliki sebuah pengaruh terhadap minat konsumen dalam menggunakan teknologi keuangan karena suatu reputasi yang dimiliki oleh perusahaan dapat menjadi pertimbangan dalam menggunakan produk dari perusahaan tersebut dengan melihat dari sisi internal perusahaan baik melalui laporan keuangan, kinerja perusahaan, dan kompetensi perusahaan.

GoPay memiliki reputasi yang baik dikalangan masyarakat. Pernyataan tersebut didukung oleh (Nurhidayah et al., 2021), yang mana sebanyak 83,3% dari 651 responden menggunakan GoPay sebagai dompet digital mereka. Namun, pada tahun 2020, GoPay menempati posisi ketiga sebagai dompet digital yang paling sering digunakan setelah ShopeePay dan OVO menurut salah satu perusahaan riset pemasaran yakni Markplus, Inc. Sedangkan, hasil survei pada partisipan riset Neurosensum pada 2021, tercatat bahwa ShopeePay memperoleh penetrasi pasar tertinggi yakni 68%, OVO 62%, DANA 54%, GoPay 53% serta LinkAja 23% (Fahmi Ahmad Burhan, 2021). Pangsa pasar dari ShopeePay menempati urutan tertinggi dengan nilai transaksi luring sebesar 33%, dan menggeser posisi GoPay yang awalnya menempati posisi pertama, menjadi posisi ketiga. Secara berurutan, lima *e-wallet* yang menempati posisi teratas ialah ShopeePay dengan nilai transaksi luring 33%, OVO 24%, GoPay 19%, Dana 18%, dan LinkAja 6% (Akbar Evandio, 2021). GoPay sudah mengantongi lisensi Bank Indonesia, transaksi GoPay sudah berkontribusi sebanyak 30% dari total transaksi uang elektronik di Indonesia pada Oktober 2017. Meskipun GoPay

merupakan salah satu *e-wallet* yang paling sering digunakan, namun GoPay tidak luput dari beberapa permasalahan yang terjadi, salah satunya yakni sulitnya mengajukan *Pay later*, tidak masuknya *top up* Gopay yang dilakukan oleh konsumen, kurangnya respon terhadap laporan atas permasalahan yang dialami oleh customer dan lain sebagainya. Jika permasalahan yang dialami oleh konsumen tidak ditindaklanjuti oleh pihak GoJek, maka bukan hal yang mustahil jika para pengguna GoPay akan berpindah haluan menggunakan *e-wallet* lain, dan tentunya hal tersebut dapat menimbulkan kerugian pada perusahaan.

Kemudahan dalam menggunakan teknologi merupakan salah satu poin penting yang menjadi faktor seseorang berminat menggunakan layanan *e-wallet*. Persepsi kemudahan juga dijelaskan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) bahwa faktor yang pertama yaitu, persepsi pengguna mengenai manfaat yang diperoleh pada saat menggunakan teknologi. Dikutip dari Aulia (2020), perubahan teknologi menciptakan sebuah kebiasaan baru yaitu *cashless society* yang merupakan transaksi keuangan dengan cara pembayaran elektronik dalam kegiatan perekonomian sebagai kegiatan perekonomian sebagai pengganti pembayaran uang tunai. Kebiasaan ini memiliki tujuan sama dalam bertransaksi keuangan menggunakan debit, kredit, ataupun metode elektronik yang dapat diakses melalui gadget sehingga memudahkan konsumen (Aulia, 2020). Pernyataan tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pratama & Suputra (2019). Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan pada minat untuk menggunakan uang elektronik. Faktor yang kedua yaitu persepsi pengguna mengenai kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi. Saat seorang individu meyakini bahwa menggunakan teknologi tidaklah sulit, maka individu

terkait akan menggunakan *e-wallet* dalam menunjang aktivitasnya pada transaksi keuangan, begitu pula sebaliknya, jika seorang individu beranggapan bahwa menggunakan teknologi adalah hal yang sulit, maka individu tersebut cenderung tidak menggunakan *e-wallet* dalam bertransaksi. *E-wallet* GoPay menyuguhkan kemudahan dalam melakukan transaksi kepada konsumen. GoPay dapat digunakan untuk melakukan pembayaran transaksi yang dilakukan pada GoJek, transaksi di supermarket, di rumah makan, membayar tagihan BPJS, membeli pulsa dan lain sebagainya. Dengan adanya GoPay, masyarakat dimudahkan dalam melakukan pembayaran, serta tidak perlu membawa uang tunai saat berbelanja, cukup dengan membawa ponsel. Namun, dibalik kemudahan yang disuguhkan oleh GoPay, terdapat beberapa permasalahan yakni, sulitnya melakukan *top up* karena GoPay sering mengalami *error*, sulitnya mengajukan *pay later* bagi para pengguna, seringkali konsumen mengalami kegagalan saat melakukan transaksi, seringkali konsumen mengalami kesulitan pada saat membayar GoPay *later* sehingga otomatis jatuh tempo dan lain sebagainya. Jika permasalahan ini tidak segera ditangani oleh pihak perusahaan, dikhawatirkan banyak konsumen GoPay berbalik haluan menggunakan *e-wallet* lainnya.

Salah satu faktor pendorong masyarakat membeli ataupun menggunakan suatu produk atau layanan jasa adalah karena manfaat yang diberikan oleh produk atau layanan jasa tersebut. Persepsi manfaat adalah dimana seseorang percaya bahwa sejauh mana kinerja dapat meningkatkan pekerjaan dengan menggunakan suatu teknologi (Ahmad & Pambudi, 2013). Rahmatsyah (dalam Marchelina & Pratiwi, 2018) mengatakan bahwa persepsi manfaat yaitu sebagai probabilitas subyektif untuk pemakai suatu aplikasi guna memudahkan kinerja bagi

pekerjanya. Seorang individu tidak akan menggunakan *e-wallet* jika individu bersangkutan percaya bahwa melakukan suatu kegiatan tidak akan menghasilkan manfaat apapun, begitupun sebaliknya, ketika seseorang akan menggunakan *e-wallet* ketika percaya bahwa dengan menggunakan *e-wallet* akan memberikan manfaat ketika melakukan suatu kegiatan. Menggunakan GoPay sebagai salah satu media transaksi tentunya memberikan manfaat yang positif pada penggunanya, salah satunya adalah efisiensi. Thompson (dalam Rahadi, 2007) menyebutkan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi jika orang tersebut mengetahui manfaat atau kegunaan (*usefulness*) positif atas penggunaannya. GoPay merupakan suatu penyedia layanan transaksi yang memberikan manfaat berupa kecepatan bertransaksi, serta memberikan manfaat lainnya kepada para penggunanya. Namun, terdapat beberapa permasalahan terkait dengan manfaat yang dijanjikan oleh GoPay yakni, lambatnya proses transaksi karena GoPay sering mengalami *error* dan lain sebagainya.

Dalam bertransaksi, tentunya setiap orang menginginkan adanya keamanan yang melindungi privasi dari penggunaan suatu layanan jasa. Bertransaksi dengan menggunakan layanan jasa keuangan yang berkolaborasi dengan teknologi yang sering disebut dengan *Fintech* juga membutuhkan keamanan data dan informasi, atau pengguna layanan jasa keuangan *e-wallet* membutuhkan pelindung yang mampu menjamin keamanan data serta informasi pribadi dari pengguna. Menurut penelitian Rahmawati & Yuliana (2020), persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Mendapatkan perlindungan atau keamanan merupakan hal utama dikarenakan pengguna merasa aman dan terlindungi. Seseorang akan berulang kali menggunakan suatu layanan

apabila pengguna tersebut merasa aman dan terlindungi. GoPay merupakan salah satu *e-wallet* yang menjamin keamanan transaksi yang dilakukan oleh konsumennya. GoPay secara perlahan meningkatkan keamanan layanannya untuk memberikan rasa aman kepada konsumen pada saat melakukan transaksi. Upaya yang dilakukan oleh pihak GoJek yakni meluncurkan fitur sidik jari serta verifikasi wajah yang ditujukan memvalidasi setiap transaksi yang dilakukan melalui GoPay. GoPay juga sudah mengantongi sertifikasi ISO 27001:2013 ISMS (*Information Security Management System* yang diterbitkan oleh Lembaga International Organization for Standardization. Namun, dari sekian fitur keamanan layanan yang disediakan oleh pihak GoJek, masih terdapat beberapa permasalahan di bidang keamanan pada GoPay, salah satunya adalah adanya stigma keamanan data pengguna GoJek-Tokopedia rawan bocor, GoJek beberapa kali mengalami fraud pada banyak pemakai GoPay. Jika tidak segera ditanggulangi, permasalahan ini dapat mengurangi minat masyarakat untuk menggunakan GoPay sebagai media transaksinya.

Dalam hal ini, *financial technology (FinTech)* tidak hanya digunakan oleh masyarakat perusahaan swasta maupun negeri. Mahasiswa juga dinilai memiliki tingkat intelektual yang tinggi, kecerdasan dalam berfikir, serta memiliki kemampuan perencanaan yang baik sebelum bertindak ataupun mengambil keputusan. Perilaku mahasiswa juga dinilai aktif serta lebih bijak dalam dunia *platform*. Adapun alasan yang memotivasi dilakukannya penelitian terhadap penggunaan GoPay pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dikarenakan mahasiswa Fakultas Ekonomi merupakan generasi milenial yang mana melek terhadap teknologi. Selain melek teknologi, mahasiswa Fakultas Ekonomi telah

memperoleh pengetahuan serta memiliki wawasan yang memadai terkait dengan keuangan serta hal-hal yang berkaitan dengan ekonomi. Dikarenakan memiliki pengetahuan serta wawasan yang lebih memadai pada bidang ekonomi terutama bagian keuangan, mahasiswa Fakultas Ekonomi memiliki alasan serta pendapat yang lebih realistis mengenai faktor yang mempengaruhi tingkat konsumerisme di kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan generasi millennial yang mana merupakan masyarakat yang paling banyak menggunakan internet. Generasi milenial akan menggunakan internet serta perkembangan teknologi sesuai dengan kebutuhan mereka, sama halnya seperti *e-wallet* dikarenakan mahasiswa sedikit banyak sudah mengetahui manfaat atas penggunaan dompet digital. Pemilihan subjek penelitian menggunakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha pun dilatar belakangi dengan pertimbangan kemudahan memperoleh data yang dibutuhkan oleh peneliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Cita (2018) yang berjudul Faktor-Faktor yang mempengaruhi Penggunaan layanan GoPay pada Pelanggan Maupun Pengemudi Gojek, membuktikan bahwa pengetahuan produk, persepsi kemudahan, serta reputasi berpengaruh positif dan signifikan moderat terhadap penggunaan layanan GoPay pada pelanggan dan pengemudi GoJek. Penelitian yang dilakukan oleh Achadi & Winarto (2020) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Risiko dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan Layanan GoPay pada Pelanggan Gojek, membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan persepsi manfaat terhadap minat penggunaan layanan GoPay pada pelanggan GoJek. Penelitian yang dilakukan oleh Kartika (2018) yang berjudul Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan

Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan *E-Money* (Studi pada Pengguna GoPay di Kota Malang), membuktikan bahwa Persepsi kemudahan dan keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *E-Wallet* GoPay. Penelitian yang dilakukan oleh Yogananda & Dirgantara,(2017) yang berjudul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik, membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan.

Penelitian oleh Rahmawati & Yuliana (2020) dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet*, membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Penelitian oleh Rodiah & Melati (2020) yang berjudul Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Generasi Millennial Kota Semarang, membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Penelitian oleh Mia Andika Sari, Rodiana Listiawati & Novitasari (2019) yang berjudul Analisa Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet* (Studi Kasus Produk GoPay dan Link Aja pada Masyarakat Pengguna di Wilayah Jabodetabek) membuktikan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara parsial sedangkan persepsi keamanan berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *e-wallet* produk GoPay dan LinkAja.

Penelitian di sektor teknologi utamanya *financial technology* sudah banyak, akan tetapi penelitian pada *e-wallet* GoPay masih sedikit, oleh karena itu peneliti

menggunakan responden pengguna GoPay pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Penelitian ini menggunakan 4 variabel bebas yakni reputasi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, serta keamanan. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penelitian ini mengambil judul **“PENGARUH REPUTASI, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, SERTA KEAMANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *E-WALLET* GOPAY PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Perkembangan teknologi utamanya pada perekonomian, menciptakan inovasi baru yakni pembayaran secara digital yang dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi.
2. Reputasi yang baik dari suatu produk layanan jasa dapat menambah minat masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* GoPay sebagai salah satu media transaksi masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.
3. Persepsi kemudahan dalam mempelajari atau menggunakan teknologi tidak menutup kemungkinan dapat mendorong minat masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* GoPay.
4. Persepsi manfaat dalam menggunakan teknologi mampu memicu minat masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* GoPay.

5. Keamanan yang ditawarkan teknologi dapat mengurangi keraguan masyarakat serta mendorong masyarakat untuk menggunakan menggunakan *e-wallet* GoPay sebagai salah satu media transaksi.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan diatas, agar penelitian yang dilakukan terfokus maka penelitian ini menitik beratkan pada Pengaruh Reputasi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, serta Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh reputasi terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha?
3. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha?

4. Bagaimana pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh reputasi terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat teoritis dan juga manfaat praktis. Beberapa manfaat yang yang diberikan oleh penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a. Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai TAM (*Technology Acceptance Model*) serta menjadi

bahan informasi yang nantinya dapat dikembangkan dan mampu menambah wawasan terkait dengan reputasi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, serta keamanan terhadap minat menggunakan *e-wallet* GoPay.

- b. Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pemahaman mengenai siklus akuntansi dikarenakan penelitian ini menggunakan minat menggunakan *e-wallet* GoPay sebagai variabel dependen, yang mana *e-wallet* GoPay merupakan layanan aplikasi yang digunakan untuk melakukan transaksi secara non tunai. Sehingga mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha lebih memahami siklus akuntansi dengan mempraktekkannya dalam kehidupan sehari-hari.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta menambah wawasan pembaca terkait dengan faktor faktor yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini yakni reputasi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, serta keamanan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pedoman untuk penelitian yang meneliti hal yang serupa.

b. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman dan sarana pengimplementasian dari ilmu yang telah didapatkan selama menjadi mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan strategi yang digunakan pada pengembangan *e-wallet* GoPay sehingga dapat menambah minat masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* GoPay.

d. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan sumber referensi kepustakaan Universitas Pendidikan Ganesha yang nantinya dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti yang meneliti hal serupa.

