

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Laju perkembangan teknologi yang semakin maju mendorong masyarakat untuk meningkatkan kebutuhannya. Seiring berjalannya waktu perkembangan teknologi memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi yang awalnya tunai menjadi nontunai. Dengan adanya kemajuan teknologi menjadikan beberapa hambatan dapat teratasi. Kaum milenial merupakan generasi yang sangat pandai dan memahami kecanggihan teknologi yang berkembang pesat hingga saat ini. Terlebih pada penggunaan social media, pembelian suatu barang atau jasa dengan metode online, investasi online dan lainnya. Proses penjualan ataupun pemasaran sedikit banyak telah berkembang menjadikan hal seperti itu merambah ke berbasis online. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya bermunculan aplikasi-aplikasi *market place* seperti Shopee, Bukalapak, Lazada, Tokopedia, dan lain sebagainya.

Penerimaan teknologi dapat diuji dengan TAM. *Technology Acceptance Model* atau TAM dikembangkan oleh Davis (1989) yang merupakan adaptasi dari *Theory Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Model TAM memiliki tujuan untuk menjelaskan faktor-faktor utama perilaku pengguna teknologi informasi. TAM merupakan model teori yang dikembangkan guna mengetahui tingkat penerimaan sebuah sistem teknologi baru di kalangan pelaku pengguna teknologi informasi. TAM adalah model teori yang dikembangkan guna mengetahui tingkat penerimaan sebuah sistem teknologi baru di kalangan pelaku pengguna teknologi informasi.

TAM merupakan sebuah model dari pengembangan teori psikologis yang memuat tentang perilaku pengguna teknologi yang didasarkan pada kepercayaan, sikap perilaku, keinginan, dan hubungan perilaku pengguna dengan 5 jenis variable penting dalam model ini yaitu persepsi kemudahan pengguna, persepsi manfaat, sikap penggunaan, perilaku untuk tetap menggunakan, dan kondisi nyata penggunaan sistem. Berbagai persepsi yang ada pada suatu teknologi baru akan memberikan dampak terhadap minat seseorang. Sampai saat ini, model TAM merupakan model paling banyak digunakan dalam memprediksi perilaku penerimaan konsumen terhadap suatu sistem teknologi informasi dan telah terbukti sebagai model teori yang bermanfaat dalam memahami serta menjelaskan bagaimana perilaku konsumen atau pengguna dalam mengimplementasikan suatu sistem informasi.

Saat ini seluruh dunia termasuk Indonesia sedang melawan pandemi virus covid-19. Covid-19 sendiri merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit baik itu pada manusia ataupun hewan sekalipun. Pada manusia biasanya virus ini menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome* atau MERS dan Sindrom Pernapasan Akut Berat atau *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Virus ini pertama kali muncul di Wuhan, China pada Desember 2019, kemudian diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2* (SARS-COV2), dan menyebabkan penyakit *Corona Virus Disease-2019* atau Covid-19.

Hampir seluruh gaya hidup masyarakat mengalami perubahan sejak munculnya pandemi Covid-19 ini. Dalam hal ini penggunaan dompet digital dapat

dikatakan sangat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi. Saat ini dompet digital tidak dapat dipisahkan dari gaya hidup masyarakat, dengan hanya menggunakan aplikasi dan terhubung ke jaringan internet, proses transaksi bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Perkembangan teknologi dan juga terjadinya pandemi Covid-19 mengubah gaya hidup, pola hidup, dan juga pola konsumsi masyarakat. Berkembangnya teknologi membuat proses transaksi semakin mudah dan cepat dilakukan. Uang yang tersimpan dalam dompet digital ini memungkinkan seseorang untuk tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah yang banyak. Hal ini juga membantu dalam meminimalisir penyebaran Covid-19 yang dikatakan dapat menyebar salah satunya melalui transaksi dengan uang tunai.

Disisi lain dengan segala kemudahan yang diberikan dompet digital kepada masyarakat, dompet digital secara tidak langsung juga meningkatkan perilaku konsumtif yang terjadi di masyarakat. Hal ini didukung dengan melihat keadaan yang terjadi sekarang ini, dimana segala sesuatu dan segala kebutuhan sudah dapat terpenuhi hanya dengan melalui internet atau dengan kata lain dalam dunia digital ini. Hal-hal yang dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti membeli makanan, minuman, obat hingga menyewa alat transportasi pun sekarang bisa dilakukan hanya dengan menggunakan *smartphone* atau laptop yang sudah terkoneksi dengan internet. Hal ini juga semata-mata dilakukan guna menjaga diri dari aktivitas luar rumah dalam suasana pandemi seperti ini.

Dalam tujuan agar produknya dapat dikenal oleh masyarakat luas maka kegiatan promosi akan dilakukan oleh perusahaan untuk dapat mempengaruhi

masyarakat untuk menggunakan atau membeli produk yang diciptakan perusahaan tersebut. Berbagai jenis dan bermacam informasi turut disertakan melalui promosi yang ditampilkan dengan menarik berikut juga dengan berbagai macam penawarannya yang bertujuan untuk mendapatkan perhatian dari calon pengguna atau pembeli. Berbagai macam bentuk penawaran diberikan oleh perusahaan pendiri dompet digital kepada calon konsumen seperti pemberian reward, potongan harga, hingga cashback yang diberikan perusahaan kepada konsumen saat melakukan transaksi melalui dompet digital yang diciptakan oleh perusahaan tersebut.

Promosi merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Factor yang mempengaruhi promosi dalam memasarkan suatu produknya dengan menggunakan empat kombinasi bauran promosi seperti periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, dan hubungan masyarakat. Promosi dikatakan sangat penting untuk dilakukan karena dapat menciptakan Brand Awareness atau produknya dapat dikenal oleh masyarakat, dapat mendirikan brand image atau citra perusahaan, meningkatkan loyalitas konsumen, memperluas jangkauan konsumen, dan dapat menyampaikan pesan kepada konsumen.

Namun, dibalik kemudahan dengan adanya dompet digital ini, terdapat beberapa resiko keamanan yang tetap mengintai penggunanya. Beberapa resiko tersebut adalah dalam hal memvalidasi data atau konten dalam e-mail, SMS, kunjungan tautan, menggunakan Wi-fi public saat melakukan transaksi, bahkan data pribadi pengguna yang bisa tersebar dengan tidak bijak. Keamanan merupakan suatu hal yang mutlak disediakan oleh pelaku bisnis baik itu produk,

layanan, maupun keduanya. Masalah keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah system informasi. Keamanan transaksi online merupakan bagaimana cara untuk dapat mencegah penipuan atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah system yang berbasis informasi. Resiko keamanan adalah suatu ketidakpastian yang dirasakan oleh pengguna yang menimbulkan kerugian kepada pengguna.

Keamanan memberikan kenyamanan kepada pengguna dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Keamanan bertujuan untuk menciptakan suatu proses transaksi jual beli yang aman dan nyaman, sehingga mampu memberikan keuntungan baik kepada penjual maupun pembeli. Keamanan merupakan hal utama yang harus diperhatikan dalam melakukan transaksi meliputi apa saja yang dibutuhkan dalam rangka menciptakan jaminan keamanan dalam bertransaksi dan metode yang digunakan untuk menciptakan keamanan tersebut. Keamanan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam sebuah transaksi digital. Apabila keamanan dalam proses transaksi masih lemah, maka akan timbul potensi kejahatan.

Di tengah pandemi, berbelanja online merupakan sebuah solusi dalam rangka meminimalisir menyebarnya pandemi covid-19 serta merupakan langkah yang tepat sebagai bentuk patuh terhadap proses dan aturan serta kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Fintech yang didukung dengan penggunaan internet memicu penggunaan dari seluruh masyarakat untuk ikut memakainya. Selain itu berbagai manfaat dan kemudahan dalam layanan yang diberikan saat menggunakan fintech. Konsumen berpendapat bahwa teknologi dan

penggunaannya mampu memberikan tawaran untuk kemudahan maupun efisiensi guna melakukan berbagai jenis transaksi.

Studi riset dari Neurosensum dalam Republika.co.id mengungkapkan pengguna dompet digital mengalami lonjakan drastis dalam setahun pasca pandemic Covid-19. Kenaikan sekitar 44% seiring meningkatnya kecendrungan berbelanja online di e-commerce. Hal ini berarti salah satu factor pemicu peningkatan penggunaan dompet digital adalah dengan berbelanja secara online di berbagai e-commerce akibat dari adanya pandemic Covid-19. Namun, Masyarakat generasi Z di wilayah Kabupaten Tabanan dalam melakukan transaksi baik itu pembelian ataupun pembayaran barang dan jasa masih lebih dominan dengan menggunakan uang cash melalui bank transfer dan juga melalui gerai-gerai yang mendukung untuk melakukan pembayaran dibandingkan dengan menggunakan dompet digital. Hal itu dibuktikan dengan hasil wawancara dengan beberapa masyarakat generasi Z, yang mengatakan bahwa mereka lebih sering menggunakan uang cash jika melakukan pembayaran secara langsung dan melakukan pembayaran melalui bank transfer ataupun melalui gerai-gerai yang bisa mendukung dalam transaksi seperti itu. Dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat generasi Z di wilayah Kabupaten Tabanan dalam menggunakan dompet digital masih rendah.

Persepsi kemudahan dimana tingkat teknologi dapat dipahami oleh seseorang. Dalam hal pengoperasian dompet digital kemudahan menunjukkan hal yang harus diperhatikan di dalam suatu perusahaan, karena memberikan minat pengguna dalam pemenuhan kebutuhannya. Persepi manfaat merupakan satu hal yang penting dalam hal konsumen yang menggunakan dompet digital, hal ini

dikarenakan konsumen merasakan manfaat dari aplikasi dompet digital sehingga akan lebih sering menggunakannya dalam setiap transaksi.

Persepsi keamanan juga tak kalah penting dalam hal ini. Persepsi keamanan merupakan suatu perlindungan dimana seseorang merasa terjaga dari timbulnya ancaman-ancaman dari suatu asset informasi. Dengan adanya tindak kejahatan akan memberikan dampak ketidakpercayaan bagi pengguna terhadap layanan dompet digital, sehingga suatu bank atau suatu aplikasi harus memberikan keamanan yang praktis dan tidak membahayakan pengguna dalam segala bentuk transaksi. Dompet digital merupakan sistem yang berhubungan dengan rekening pengguna guna dibayarkan kepada penjual yang berwujud pengurangan langsung pada jumlah saldo yang terdapat pada rekening pemakai.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti dapat menemukan beberapa masalah yang muncul sebagai berikut :

1. Perkembangan teknologi yang semakin maju menyebabkan munculnya berbagai macam penemuan-penemuan baru di masyarakat. Termasuk kehadiran dompet digital di tengah masyarakat yang diciptakan untuk mempermudah kegiatan masyarakat dalam bertransaksi.
2. Munculnya pandemi Covid-19 yang menyebabkan terbatasnya mobilitas masyarakat yang juga menyebabkan perubahan gaya hidup masyarakat sehari-hari.
3. Kurangnya minat masyarakat Generasi Z pada rentangan usia 20-24 tahun di wilayah Kabupaten Tabanan untuk menggunakan aplikasi dompet digital.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan penelitian pada pokok permasalahan dan mencegah luasnya pembahasan yang mengakibatkan terjadinya kesalahan interpretasi terhadap simpulan yang akan dihasilkan, maka dalam hal ini dilakukan pembatasan bahwa factor-faktor yang digunakan sebagai variabel penelitian adalah Gaya hidup, Promosi, dan Keamanan Transaksi terhadap minat penggunaan dompet digital. Pengguna yang dimaksud disini adalah masyarakat generasi Z dengan rentang umur 20-24 tahun di wilayah Kabupaten Tabanan yang menggunakan atau yang pernah menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital ?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital?
3. Apakah Jaminan Keamanan Transaksi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital ?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang terjadi dalam penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan dompet digital.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan dompet digital.
3. Untuk mengetahui pengaruh jaminan keamanan transaksi terhadap keputusan penggunaan dompet digital.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu membantu perkembangan ilmu pengetahuan yang khususnya dalam bidang Financial Technology serta kajian ilmu yang memiliki keterkaitan dengan dompet digital secara khusus.

2. Manfaat Praktis

- a) Subjek penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan oleh Perusahaan pengembang dompet digital, sehingga dapat menciptakan peningkatan pengguna dompet digital di masyarakat.
- b) Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan atau dapat dikembangkan lebih lanjut serta dapat menjadi referensi terhadap penelitian yang sejenis.