

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Berbagai usaha kini sudah diupayakan oleh berbagai pihak dalam mengembangkan suatu teknologi untuk terciptanya suatu kemudahan yang kelak akan dirasakan manusia dalam berbagai urusan yang akan dihadapi. Perkembangan pada bidang *Fintech* (*financial technology*) diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial (PBI Tekfin) adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan berupa produk pelayanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. Adapun kemajuan dari teknologi finansial yang ditandai masyarakat yang semakin dimudahkan untuk saling berinteraksi hingga bertransaksi melalui digitalisasi. Salah satu teknologi keuangan yang berkembang dan dianggap sebagai alat pembayaran modern saat ini adalah uang elektronik yang bersifat sebagai uang virtual.

Kemunculan *Fintech* sangat berpengaruh besar dalam memudahkan masyarakat bertransaksi serta menggambarkan bagaimana sebuah sistem kehidupan sosial di masyarakat diajak untuk ikut serta ke dalamnya. Utamanya pada saat pandemi Covid-19 di Indonesia, *Fintech* semakin meningkat

beriringan dengan perubahan gaya penggunaan sistem pembayaran pada masyarakat. Sebelumnya, diketahui telah terjadi perubahan cara beraktivitas masyarakat di negara Indonesia yang diawali pada bulan Maret 2019, sehingga pemerintah berupaya menekan kasus Covid-19 dengan melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang diatur dalam PP No. 21 Tahun 2020 hingga berbagai pembatasan aktivitas lainnya seiring waktu. Bahkan pemerintah kembali melanjutkan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang berlaku mulai dari tanggal 10 hingga 23 Mei 2022 dengan aturan dituangkan dalam Instruksi Menteri Dalam Negeri (Inmendagri) No. 24 Tahun 2022 yang ditandatangani Menteri Dalam Negeri (Mendagri) Tito Karnavian pada 9 Mei 2022. Hal tersebut menyebabkan berbagai perubahan gaya hidup pada masyarakat secara menyeluruh, mulai dari cara masyarakat dalam menempuh pendidikan, bekerja, hingga untuk memenuhi kebutuhan hidup sebagian besar dilakukan secara online. Tentu hal ini menciptakan suatu kebiasaan baru dikarenakan aktivitas dapat dilakukan secara praktis seperti membuat gaya konsumsi pada masyarakat yang tidak lain berupa gaya berbelanja *online* (Rahayu, 2021), hingga dibukanya berbagai peluang baru bagi beberapa pihak melalui berbagai promosi online, namun semuanya tak lepas dari berbagai risiko pada pemberdayaan *Fintech* tersebut.

Melalui data *e-commerce* Indonesia 2022 ini pada sumber Statista Digital Market Outlook Catatan: Nilai transaksi *e-commerce* di 2022 ini merepresentasikan estimasi nilai setahun penuh di tahun 2021. Diketahui sebesar 60.6% melakukan pembelian secara online, dengan faktor pendorong pembelian sebesar 50.5% didominasi oleh Gratis Ongkir, 48.3% oleh voucher

dan diskon, serta respon terhadap brand dalam bentuk like dan komentar di media sosial juga memiliki pengaruh 37.1%. Sehingga dari hal tersebut, maka jumlah transaksi dalam e-commerce Indonesia 2022 ini naik sebanyak 14.9% dengan nilai yang naik sangat signifikan mencapai 59.4%. Hal ini tentunya didorong oleh situasi pandemi yang mampu menciptakan peningkatan transaksi secara online.

Melalui peningkatan tersebut, tentunya terjadi peningkatan jumlah pengguna aktif dari *e-commerce*. Berbagai pilihan *e-commerce* yang dapat digunakan masyarakat, salah satunya adalah *market place*, seperti *Tokopedia*, *Shopee*, *Bukalapak*, *Lazada*, *Blibli*, *Zalora*, *JD ID*, dan *lainnya*. Peningkatan dari *market place* tersebut tentu diimbangi dengan berbagai metode pembayaran yang semakin beragam yang diantaranya seperti, transfer melalui bank, *e-wallet* atau *e-money*, serta *Cash On Delivery* (COD) atau dikenal dengan pembayaran ketika barang telah sampai di tangan pembeli. Maka berikut persentase penggunaan dompet digital di Indonesia melalui survei dari DailySocial.id sebagai berikut.



Gambar 1.1 Penggunaan Dompet Digital Paling Banyak Digunakan Masyarakat Tahun 2021 di Indonesia

(Sumber: DailySocial.id, 23 Desember 2021)

Diketahui, sebanyak 58,9% responden pengguna dompet digital mengaku menggunakan OVO. Di urutan kedua ada GoPay yang dipakai oleh 58,4% responden. Selanjutnya, ShopeePay berada di peringkat ketiga dengan persentase pemakaian oleh 56,4% responden. Artinya pada tahun 2021, GoPay tergolong dalam dompet elektronik yang populer karena termasuk dalam peringkat 3 besar untuk penggunaan dompet digital paling banyak digunakan masyarakat di Indonesia.

GoPay merupakan uang elektronik yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dan keuangan melalui aplikasi Gojek yang berdiri pada tahun 2016. Diketahui OVO merupakan uang elektronik menjadi salah satu dari beberapa pilihan sistem pembayaran yang terdapat pada marketplace Tokopedia, namun kini telah berganti menjadi GoPay. Hal ini dapat terjadi dikarenakan bersatunya perusahaan Gojek dan Tokopedia telah menghadirkan entitas barunya bernama GoTo, berupa singkatan dari kedua nama perusahaan Gojek dan Tokopedia yang dibentuk pada 17 Mei 2021. Melansir laman finance.detik.com, bahwa GoTo juga merupakan kombinasi layanan *e-commerce*, *on-demand*, layanan keuangan dan pembayaran. Selain itu, untuk lebih jelasnya ekosistem GoTo terdiri dari sistem layanan transportasi *on-demand*, *e-commerce*, pengiriman makanan dan bahan makanan, logistik dan pemenuhan, serta layanan keuangan dan pembayaran melalui platform Gojek, Tokopedia, dan GoTo Financial.

Pada sistem pembayaran GoPay pada aplikasi Tokopedia memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran secara cepat dan aman untuk masyarakat. Dengan berikut merupakan keunggulan dari penggunaan metode

pembayaran GoPay melalui aplikasi Tokopedia, diantaranya terdapat fitur riwayat transaksi sehingga tentu saja hal ini dapat memudahkan pengguna dalam mengelola pengeluaran. Kedua, yaitu adanya promo akibat keterkaitannya dengan aplikasi Gojek seperti halnya adanya peningkatan point keanggotaan di setiap transaksi yang kedepannya jika dikumpulkan maka akan memperoleh voucher, dan yang ketiga, tentu kini terjaminnya keamanan mulai dari keamanan transaksi hingga keamanan pengguna. Namun dibalik berbagai keunggulan yang ditawarkan tersebut, tentunya terdapat kekurangannya juga yaitu pengguna harus ikut mendownload aplikasi Gojek untuk dapat menggunakan metode pembayaran GoPay, sehingga hal tersebut cukup merepotkan dan tambahan aplikasi Gojek memerlukan ruang memori yang cukup besar. Kedua, pada fitur PayLater limitnya terbilang masih cukup rendah yaitu 500 ribu jika dibandingkan dengan aplikasi lainnya dan juga disertai biaya fault pada fitur tersebut terbilang cukup tinggi yaitu 25 ribu rupiah di tiap bulannya, dan yang ketiga adalah promosi yang ditawarkan GoPay kini tidak seperti dulu, ditandai dari promosi yang kini hanya dapat diperoleh 2 kali sebulan dan itupun masih menggunakan limit, sehingga pengguna harus berebut untuk memperoleh voucher belanja pada aplikasi Tokopedia.

Adapun penelitian (IpsosMarketing, 2020), sebagai perusahaan riset pasar independen asal Perancis berjudul “Evolusi Industri Dompet Digital: Strategi Menang Tanpa Bakar Uang” yang melibatkan 500 responden yang didominasi oleh kalangan dari Generasi Z dengan kelas ekonomi menengah ke bawah dengan menemukan hasil berupa GoPay menjadi dompet digital yang paling banyak dikenal oleh Generasi Z sebesar 58%, disusul dengan OVO (29%),

Dana (9%) dan LinkAja (4%), dengan beberapa aspek yang diinginkan oleh konsumen dari dompet digital adalah kenyamanan 68%, promosi 23% dan keamanan 9%. Sehingga berdasarkan hal tersebut, maka diketahui rata-rata pengguna GoPay adalah dari kalangan Generasi Z yang artinya lahir antara tahun 1995-2010. Tidak dapat dipungkiri bahwa faktor biaya tidak dapat dihilangkan dari perhitungan belanja pada Generasi Z saat ini. Karena biaya menjadi faktor utama yang selalu menjadi pertimbangan Generasi Z yang kini sudah bekerja, sehingga mereka harus menghemat penghasilan akibat belum meredanya Covid-19. Generasi Z yang saat ini termasuk dalam populasi penduduk dalam rentang umur remaja, sangat rentan dengan isu kontrol diri dan konsumtif (Dewi et al., 2021). Oleh karena itu, mereka sebagai pengguna dari aplikasi Tokopedia jelas akan mempertimbangkan penggunaan metode pembayaran GoPay dalam proses transaksi pada berbagai kebutuhan yang diperlukan.

Berdasarkan data dari Bank Indonesia melalui website resmi (Tempo.co, 2021) menunjukkan bahwa pada bulan Oktober 2021, nilai transaksi uang elektronik tumbuh 55,54% mencapai Rp.29,23 triliun dan nilai transaksi digital banking 63,31% mencapai Rp.3.910.25 triliun. Akibat lonjakan peningkatan penggunaan e-wallet selama pandemi menjadikan sebagian masyarakat secara umum beralih dari transaksi tunai menjadi transaksi digital. Namun belum diketahui faktor-faktor yang menyebabkan peningkatan penggunaan e-wallet pada Generasi Z selama pandemi, sehingga perlu dilakukan penelitian berkaitan dengan niat Generasi Z dalam penggunaan e-wallet sebagai sarana pembayaran digital di

masa pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z.

Berdasarkan survei awal, diketahui berdasarkan data (Badan Pusat Statistik, 2020) jumlah penduduk yang menyandang Generasi Z di Kabupaten Buleleng sebesar 26,1% (179.360 jiwa) dari jumlah total penduduk di Kabupaten Buleleng sebesar 687.200 jiwa. Selanjutnya survei difokuskan kepada 50 Generasi Z yang berada di Kabupaten Buleleng yang telah menggunakan metode GoPay pada aplikasi Tokopedia didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.1
Hasil Survei Awal Metode Pembayaran yang Sering Digunakan pada Aplikasi Tokopedia

Metode Pembayaran yang Sering Digunakan	
Tunai di gerai retail Alfamart/Indomaret	11
Transfer Via ATM/Kartu Kredit/M-Banking	6
COD	5
Cicilan (Kredivo/Indo)	7
GoPay	22
Total	50

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel 1.2
Hasil Survei Awal Pengguna GoPay pada Aplikasi Tokopedia

Pernah Menggunakan GoPay Pada Aplikasi Tokopedia		Ingin Menggunakan GoPay Pada Aplikasi Tokopedia	
Pernah	22	Ya	21
Tidak	28	Tidak	7
Total	50	Total	28

Sumber : Data Diolah, 2022

Dari Tabel 1.1, dan 1.2 Hasil Survei Awal Pengguna metode pembayaran GoPay pada aplikasi Tokopedia diatas, diketahui bahwa jumlah Generasi Z yang belum pernah mencoba metode pembayaran GoPay pada aplikasi Tokopedia memiliki jumlah lebih banyak yaitu 28 responden, dibandingkan dengan yang sudah pernah menggunakannya dengan sebanyak 22 responden. Meski demikian, dari 28 responden tersebut terdapat 21 responden diantaranya yang memiliki niatan untuk mencoba sistem pembayaran GoPay pada aplikasi Tokopedia. Hasil tersebut dapat menggambarkan bahwa Generasi Z di Kabupaten Buleleng memiliki minat yang besar terhadap penggunaan metode sitem pembayaran GoPay pada aplikasi Tokopedia. Berdasarkan dari hasil survei awal, salah satu responden bernama Surya Atmaja mengatakan bahwa ia berkeinginan untuk mencoba menggunakan metode pembayaran GoPay karena dapat terhindar dari risiko finansial dan fisik, metode yang masih praktis, bahkan tetap adanya keuntungan melalui berbagai promosi yang ditawarkan dan karena sebelumnya sudah terbiasa melakukan transaksi melalui *e-wallet* dalam melakukan metode pembayaran di Tokopedia melaui OVO. Hal ini menunjukkan bahwa minat penggunaan suatu aplikasi dapat ditinjau dari risiko, kemudahan, manfaat, dan kebiasaan.

Dalam penggunaan *e-wallet* yang semakin meningkat ini khususnya pada masa pandemi Covid-19 memotivasi peneliti untuk meneliti kembali faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan teknologi *e-wallet*. Salah satu generasi yang cepat beradaptasi dan berani mengambil risiko adalah Generasi Z. Persepsi risiko difokuskan pada bagian sifat dan jumlah risiko yang dirasakan

oleh konsumen dalam menentukan keputusan pembelian dan merupakan penentu utama perilaku seseorang untuk mengadopsi teknologi. Penelitian tentang pengaruh persepsi risiko yang telah dilakukan oleh (Wahyuni & Dahmiri, 2021) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money. Sementara (Yogananda & Dirgantara, 2017) mengungkapkan hasil yang berbeda, bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *Fintech*. Beberapa penelitian tentang persepsi seperti penelitian (Isman, 2020) mengatakan bahwa persepsi risiko yang mungkin dalam penerapan teknologi adalah kejahatan dalam teknologi itu sendiri.

Pada penggunaan sistem pembayaran GoPay pada aplikasi Tokopedia dinilai dari diterima atau tidaknya aplikasi tersebut oleh para penggunanya. Penelitian ini menggunakan Teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang menjelaskan terdapat dua konstruk utama yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu aplikasi. Kedua konstruk tersebut adalah persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan (Utami & Kusumawati, 2017). Persepsi kemudahan diartikan sebagai suatu kepercayaan seseorang terhadap penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap mudah untuk dipelajari serta tidak memerlukan usaha yang begitu keras untuk mengaplikasikannya (Jogiyanto, 2007). Salah satunya adalah penelitian dari (Fifaldyovan & Supriyanta, 2021) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan, manfaat, fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Fintech*. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Qulub, 2019) bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan e-money.

Persepsi Kebermanfaatan adalah suatu pemahaman tentang kepercayaan seseorang mengenai penggunaan produk teknologi yang mampu menaikkan produktivitas dan kinerjanya (Jogiyanto, 2007). Jadi persepsi ini dapat digunakan untuk menjelaskan manfaat dari penggunaan transaksi pembayaran menggunakan GoPay. Sehingga tak dapat dipungkiri bahwa sistem pembayaran elektronik banyak diminati oleh Generasi Z karena memiliki banyak manfaat seperti pembayaran yang mudah karena hanya menggunakan telepon genggam dapat melakukan berbagai macam transaksi. Selain itu, pembayaran dapat dilakukan lebih cepat dan praktis. Beberapa penelitian tentang persepsi ini seperti penelitian oleh (Wibowo et al., 2015) persepsi kemanfaatan berpengaruh positif pada minat menggunakan *e-money*. Pada penelitian tersebut ditemukan alasan masyarakat menggunakan *e-money* karena mereka masih mengutamakan kemanfaatan untuk membuat pekerjaan mereka menjadi mudah. Begitu pula dengan hasil penelitian dari (Saraswati & Purnamawati, 2020) yang menyatakan persepsi ini memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* OVO. Sedangkan hasil berbeda ditemukan pada penelitian (Anendro, 2016) dan (Utami & Kusumawati, 2017) yang menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan atau kegunaan ini tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan *e-money*.

Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2 (UTAUT2) yakni salah satu model penerimaan teknologi yang ingin melibatkan aspek yang lebih luas lagi tentang konsumen di era yang berbeda ini. Maka dilakukan modifikasi dengan menambahkan beberapa konstruk baru pada model penelitiannya. Kebiasaan merupakan salah satu konstruk yang digunakan pada teori UTAUT 2. (Witherington, 1982) menyatakan bahwa kebiasaan merupakan cara suatu

aktivitas yang dilakukan secara berulang-ulang, yang pada akhirnya menjadi menetap dan bersifat otomatis. Kebiasaan digambarkan sebagai anggapan bahwa ketika individu menggunakan *e-wallet*, merasa tidak kesulitan atau tidak memiliki kendala dalam menggunakannya. Ketika individu merasa bahwa dengan menggunakan *e-wallet* tidak ada hambatan, maka secara tidak sadar individu akan terus menerus menggunakan *e-wallet* dalam bertransaksi. Penggunaan *e-wallet* sendiri tidak lepas dari gaya hidup yang terbentuk karena keterbatasan uang dan waktu. Semakin terbiasa seseorang untuk menggunakan *e-wallet* maka minat untuk terus menggunakan teknologi tersebut juga dapat meningkat (Prasetya & Purnamawati, 2020). Pada aspek lainnya, berkaitan dengan perilaku belanja konsumen yang beragam, konsumen akan mencari sesuatu yang membuat mereka nyaman dari semua aspek operasional (Kotler et al., 2016). Beberapa penelitian mengatakan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh sangat besar terhadap penggunaan *e-wallet*, hal ini diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Ramdhani et al., 2017) bahwa kebiasaan terhadap minat penggunaan pada adopsi layanan uang elektronik T- Cash di Indonesia. Sejalan dengan penelitian (Pertiwi & Ariyanto, 2017), (Auliya, 2018) serta penelitian (Putra, 2018) yang juga menyimpulkan bahwa faktor kebiasaan dapat mempengaruhi minat untuk menggunakan uang elektronik. Jadi dengan adanya fenomena berupa transisi metode pembayaran, maka adapun akibat yang ditimbulkan pada kenyataan di lapangan berupa pengguna dari aplikasi Tokopedia yang harus membiasakan kembali metode pembayaran baru yang telah diterapkan oleh Tokopedia.

Setelah mengetahui penjelasan singkat mengenai permasalahan di atas, sehingga fenomena ini menarik dan penting untuk diteliti, berdasarkan kajian

pustaka yang dilakukan oleh peneliti, di Indonesia sendiri belum ada satupun penelitian yang mengangkat tentang transisi metode pembayaran pada aplikasi Tokopedia menjadi GoPay akibat dari fenomena merge GoJek dan Tokopedia, dan berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka akan dilaksanakannya penelitian dengan judul **“Determinan Keberterimaan Sistem Pembayaran GoPay pada Aplikasi Tokopedia”**.

1.2. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, adapun berbagai permasalahan, diantaranya:

1. Masyarakat perlu melakukan adaptasi dalam penggunaan aplikasi pembayaran berbasis online untuk meminimalisir kerumunan akibat adanya kasus Covid-19 yang masih belum mereda. Hal ini dapat dilihat dari maraknya penggunaan metode pembayaran online yang semakin meningkat.
2. Pengguna dari aplikasi Tokopedia harus melakukan penyesuaian ulang terhadap metode pembayaran dari OVO ke GoPay akibat adanya fenomena merge antara Tokopedia dan Gojek menjadi GoTo.
3. Pengguna dari metode pembayaran GoPay sebagian besar merupakan Generasi Z yang kini sudah bekerja, namun mereka harus menghemat penghasilan akibat belum meredanya kasus Covid-19, sehingga mereka harus menghindari sikap konsumtif.

1.3. Pembatasan Masalah Penelitian

Dari pemaparan pada identifikasi masalah dan untuk memusatkan penelitian maka penulis melakukan pembatasan masalah tentang faktor-faktor yang akan digunakan sebagai variabel penelitian yaitu Persepsi Risiko, Persepsi

Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, dan Kebiasaan (*habit*) terhadap penggunaan GoPay sebagai metode pembayaran pada aplikasi Tokopedia.

1.4. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka diperoleh rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan GoPay sebagai metode pembayaran pada aplikasi Tokopedia?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan GoPay sebagai metode pembayaran pada aplikasi Tokopedia?
3. Apakah persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap penggunaan GoPay sebagai metode pembayaran pada aplikasi Tokopedia?
4. Apakah kebiasaan (*habit*) berpengaruh positif terhadap penggunaan GoPay sebagai metode pembayaran pada aplikasi Tokopedia?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini diantaranya :

1. Untuk menguji pengaruh persepsi risiko terhadap penggunaan GoPay sebagai metode pembayaran pada aplikasi Tokopedia.
2. Untuk menguji pengaruh kemudahan terhadap penggunaan GoPay sebagai metode pembayaran pada aplikasi Tokopedia.
3. Untuk menguji pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap penggunaan GoPay sebagai metode pembayaran pada aplikasi Tokopedia.
4. Untuk menguji pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap penggunaan GoPay sebagai metode pembayaran pada aplikasi Tokopedia.

1.6. Manfaat Hasil Penelitian

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

1. Manfaat Praktis

- a) Bagi Peneliti, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan untuk mempraktikkan ilmu pengetahuan tentang *e-money* atau *e-wallet*.
- b) Bagi instansi yang terkait, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi terkait penggunaan GoPay pada aplikasi Tokopedia sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk kedepannya agar dapat meningkatkan performa dan pelayanannya kepada pengguna kedepannya.
- c) Bagi Universitas Pendidikan Ganesha, diharapkan dapat menambah sumber bacaan serta dapat dimanfaatkan sebagai referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian terkait secara lebih lanjut.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan tentang *e-money* atau *e-wallet*, khususnya tentang penggunaan GoPay pada aplikasi Tokopedia dengan melihat dari berbagai persepsi seperti persepsi risiko, persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, serta dari kebiasaan (*habit*).