

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi internet dan komunikasi saat ini semakin pesat sehingga mendorong terjadinya perubahan budaya dalam kehidupan manusia. Media elektronik menjadi salah satu media yang sangat diandalkan untuk melakukan komunikasi maupun bisnis. Banyak perusahaan menggunakan dan memanfaatkan kemajuan teknologi internet sebagai sarana untuk memajukan bisnis yang sedang mereka jalankan. Perusahaan memanfaatkan media internet untuk menjalankan bisnisnya, dengan menggunakan media internet, perusahaan dapat melakukan promosi produk perusahaan itu sendiri. Media internet selain digunakan sebagai media promosi, internet juga digunakan sebagai proses pembelian dan penjualan produk, jasa, dan informasi secara online yang disebut *e-commerce*.

E-commerce adalah bagian dari *e-lifestyle* yang memungkinkan transaksi perdagangan dilakukan secara online dari segala sudut (Hidayat, 2008). *E-commerce* merupakan sarana bertemunya antara pengusaha dan konsumen secara online atau daring. Di dalam dunia *e-commerce* terdapat dua pelaku, yaitu *merchant* yang menyediakan barang/jasa (penjual) dan *buyer/customer* yang melakukan transaksi pembelian (pembeli), sebagaimana pelaku transaksi pada umumnya, baik sebagai *merchant* maupun *buyer/customer*, pengetahuan yang mendasar tentang cara belanja dan juga cara pembayaran akan mendukung pengambilan keputusan yang tepat bagi keduanya saat memulai aktifitas *e-commerce* (Marita, 2012).

Berdasarkan data Bank Indonesia (2022) mencatat transaksi yang terjadi di *e-commerce* mengalami peningkatan yang signifikan pada semester I/2022. Sepanjang 2022, transaksi *e-commerce* secara nominal tercatat meningkat sebesar 22,1 persen secara tahunan hingga mencapai Rp227,8 triliun. Sebagai pengguna *e-commerce* transaksi yang terjadi dapat dibayar dengan menggunakan beberapa cara yaitu dengan *E-wallet*, *COD*, dan Transfer Bank. *E-wallet* merupakan suatu alat pembayaran yang memberikan kemudahan bagi para pengguna untuk melakukan pembayaran non tunai yakni hanya dengan menggunakan *smartphone* sehingga dapat mengalihkan penggunaan dompet secara fisik menjadi dompet elektronik. Menurut (SCAND, 2020) *E-Wallet* memiliki kelebihan yaitu diantara lain kegiatan transaksi menjadi lebih mudah digunakan, menghemat waktu dalam bertransaksi, semua data yang dimiliki di aplikasi dienkripsi, dan memberi bonus tambahan atau penawaran khusus. Adapun kekurangan dari penggunaan *e-wallet* ini antara lain yaitu masih mengharuskan pengguna untuk membawa *smartphone*, dan mendorong pengeluaran yang berlebihan (*impulsive buying*). *COD (Cash On Delivery)* merupakan metode pembayaran dimana pembeli dapat membayar pesanan secara tunai pada saat pesanan tiba di tujuan. Pembayaran dilakukan kepada kurir yang mengantarkan barang.

Dilansir dari IDN Times (2022), Kelebihan dari layanan *COD* pembeli dapat melihat barang secara langsung kondisi barang yang dipesan, dapat melakukan pembayaran dengan langsung atau cash, dan memudahkan pembeli membeli barang yang diinginkan. Adapun kekurangan dari layanan *COD* yaitu diantara lain area pengiriman terbatas, penjual mengalami kerugian ketika pembeli membatalkan transaksi, pembeli maupun penjual rentan mengalami pemalsuan, dan kerugian juga

akan dirasakan kurir apabila pembeli tidak ada di rumah. Transfer Bank merupakan salah satu metode pembayaran yang paling umum digunakan. Dilansir dari laman VOI.id (2022), kelebihan dari layanan transfer bank yaitu diantara lain banyak digunakan di platform *e-commerce*, menyediakan beragam opsi transfer, mulai dari mesian ATM atau sms banking dan i-banking. Kekurangan dari layanan transfer bank yaitu proses transfer cukup panjang serta membutuhkan ketelitian, pihak pembeli ataupun penjual harus memberikan konfirmasi, dan membutuhkan biaya administtrasi untuk melakukan transaksinya.

Dilansir dari laman pikiranrakyat.com (2019), Sistem pembayaran yang aman masih menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku *e-commerce*. Saat tahun 2019 konsumen *e-commerce* masih mengandalkan pembayaran melalui transfer ATM saat melakukan transaksi. Seperti yang kita ketahui pada pemaparan diatas setiap sistem pembayaran memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Databoks.co (2021), penggunaan *e-wallet* paling diminati dibandingkan dengan metode pembayaran di *e-comerce* lainnya sebanyak 65% responden yang memilih menggunakan *e-wallet* untuk berbelanja online.

E-wallet adalah sebuah perangkat elektronik, layanan jasa, atau bahkan program perangkat lunak (aplikasi) yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi secara online dengan pengguna lainnya untuk membeli barang dan jasa (Akbar dan Alam, 2020). *E-Wallet* atau dompet digital dapat juga diartikan sebagai aplikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi secara online melalui *smartphone*, yang kegunaannya hampir sama dengan kartu kredit atau debit. Tidak

seperti aplikasi perbankan yang fungsinya untuk menyimpan uang, *e-wallet* fungsinya untuk transaksi (Nasution, Aminy dan Ramadani, 2019).

Di Indonesia *e-wallet* bukanlah hal yang asing lagi, karena telah menjadi bagian dari inovasi layanan keuangan dalam mengikuti persaingan bisnis global. Kehadiran *e-wallet* sangat menguntungkan para pebisnis, terutama mereka yang memiliki bisnis online. Bahkan bisnis offline pun kini banyak yang menyediakan QR code untuk kemudian dipindai dengan menggunakan aplikasi *e-wallet*. Dengan *e-wallet*, pelanggan jadi memiliki metode pembayaran yang lebih variatif. Mereka pun jadi menyesuaikan metode pembayaran yang diinginkan dengan kebutuhan mereka. Di Indonesia, terdapat 7 perusahaan *e-commerce* yang menyediakan layanan *e-wallet* sebagai alat pembayarannya, yaitu Pertama, Tokopedia dengan menggunakan Gopay. Kedua, Shopee dengan menggunakan layanan ShopeePay. Ketiga, Lazada dengan menggunakan aplikasi Dana. Keempat, Bukalapak dengan menggunakan Ovo. Kelima, Traveloka yang bekerja sama dengan aplikasi Pay Later. Keenam, Gojek dengan menggunakan Gopay. Ketujuh, Grab dengan menggunakan Ovo.

Penggunaan *e-wallet* memudahkan kegiatan transaksi keuangan yang terjadi. Semua transaksi menjadi lebih praktis, efektif serta efisien. Melalui *e-wallet*, semua transaksi keuangan dapat dilakukan dengan menggunakan *smartphone* sehingga memudahkan dalam melakukan transaksi. Seperti pembayaran di merchant sekarang sudah dapat dilakukan dengan menggunakan *e-wallet*. Selain itu karena sifatnya yang mobile, pastinya akan lebih hemat waktu dalam melakukan setiap transaksi baik di merchant maupun berbelanja di *e-commerce*.

Berdasarkan No 53/HM/KOMINFO/02/2018 tertanggal 19 Februari 2018, Kominfo merilis bahwa jumlah pengguna internet pada tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta jiwa atau setara 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 KOMINFO adalah usia 13-18 tahun (16,68 persen), Usia 19-34 tahun (49,52 persen), Usia 35-54 tahun (29,55 persen) dan usia lebih dari 54 tahun (4,24 persen). Jumlah pengguna internet yang ada saat ini mampu dimanfaatkan oleh para pelaku usaha khususnya dalam peningkatan ekonomi melalui industri *e-commerce*. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rangkuty, 2021) menyatakan bahwasanya nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan, transaksi di *e-commerce* dengan menggunakan *e-wallet* dan menjadi pilihan masyarakat karena memiliki 3 keuntungan diantaranya (1) praktis dan efisien; (2) banyak promo, diskon, dan *cashback*; (3) aman.

Berdasarkan hasil survei, banyak mahasiswa yang melakukan kegiatan berbelanja dengan *e-commerce*. Salah satu *e-commerce* yang paling digemari mahasiswa untuk melakukan kegiatan berbelanja yaitu dengan menggunakan Shopee. Mahasiswa banyak yang melakukan pembayaran di *e-commerce* dengan menggunakan *e-wallet*. *E-commerce* dengan memanfaatkan penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran terkemas lebih menarik, pelanggan dapat memilih sistem pembayaran yang ingin dilakukan, mudah dalam melakukan transaksi pembayaran, efisien karena lebih cepat. Berdasarkan observasi yang dilakukan di lingkungan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Mahasiswa sangat menikmati berbelanja secara online di *e-commerce*, dengan pembayaran

menggunakan *e-wallet* dikarenakan penggunaannya yang efisien. Mahasiswa hanya perlu mengisi saldo *e-wallet* dan mereka dapat dengan mudah berbelanja di *e-commerce*. Mahasiswa sangat menikmati melakukan pembayaran dengan *e-wallet*, di dukung dengan jumlah responden sebanyak 150 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang menjadi pengguna aktif dalam berbelanja dengan *e-commerce*. Dengan adanya fenomena yang unik ini, timbulah sebuah persepsi di benak pelanggan.

Persepsi adalah proses aktif memilih, mengatur, dan menafsirkan orang, objek, peristiwa, situasi dan aktivitas. Manusia memilah berbagai hal tertentu dalam hidup mereka, lalu menata dan menafsirkannya secara selektif. Persepsi membentuk bagaimana seseorang memahami objek sekaligus berbagai pilihan yang diambil dalam hidup mereka (Wood, 2016). Persepsi dari setiap orang pasti berbeda-beda, tergantung bagaimana mereka menyikapi dan respon mereka terhadap fenomena tersebut, hingga akhirnya membentuk sebuah persepsi.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh (Hardianti, Utari dan Pertiwi, 2021) pernah melakukan penelitian Persepsi Belanja Menggunakan Aplikasi E-Wallet (Studi Pada Penggunaan *E-Wallet* DANA di Indonesia). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Structural Equation Modeling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan persepsi kegunaan dapat mempengaruhi sikap individu terhadap penerimaan suatu teknologi, jika pengguna menilai sesuatu sistem itu mempunyai manfaat dan dapat menguntungkan, maka pengguna akan menunjukkan sikap dalam penerimaan teknologi tersebut. Ketika persepsi kegunaan meningkat, maka akan berdampak pada meningkatnya sikap positif konsumen yang dapat menerima atau menyukai suatu hal ke arah peningkatan

keputusan pembelian. Persepsi kemudahan dapat mempengaruhi sikap individu terhadap penerimaan suatu teknologi, jika pengguna menilai sesuatu sistem itu mudah digunakan, maka pengguna akan menunjukkan sikap dalam penerimaan teknologi tersebut. Ketika persepsi kemudahan meningkat, maka intensitas sikap konsumen semakin tinggi yang mengarah ke peningkatan keputusan pembelian. Dengan latar belakang tersebut, peneliti mengambil objek penelitian tentang Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Pada Penggunaan *E-Wallet* Sebagai Alat Pembayaran *E-Commerce*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, adapun identifikasi masalah penelitian yaitu sebagai berikut.

- 1.2.1 Sistem pembayaran yang aman masih menjadi suatu tantangan tersendiri bagi *e-commerce*.
- 1.2.2 Fenomena dikalangan mahasiswa mengenai kegiatan berbelanja di *e-commerce* dengan menggunakan *e-wallet*.
- 1.2.3 Belum diketahui persepsi mahasiswa fakultas ekonomi di Universitas Pendidikan Ganesha terhadap penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran *e-commerce*.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi masalah yang sudah dipaparkan, maka diperlukan pembatasan masalah agar penelitian dapat lebih berfokus dan mendalami penelitian yang dilakukan. Batasan-batasan pada penelitian ini yaitu.

1.3.1 Penelitian ini berfokus pada 5 dimensi yakni *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using technology*, *behavioral intention to use*, dan *actual system usage*.

1.3.2 Subjek yang diteliti dibatasi hanya pada mahasiswa fakultas ekonomi di Universitas Pendidikan Ganesha.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, adapun rumusan masalah yang didapatkan yaitu.

1.4.1 Bagaimana persepsi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha pada penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran *e-commerce* dilihat dari dimensi *perceived usefulness*?

1.4.2 Bagaimana persepsi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha pada penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran *e-commerce* dilihat dari dimensi *perceived ease of use*?

1.4.3 Bagaimana persepsi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha pada penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran *e-commerce* dilihat dari dimensi *attitude toward using technology*?

1.4.4 Bagaimana persepsi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha pada penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran *e-commerce* dilihat dari dimensi *behavioral intention to use*?

1.4.5 Bagaimana persepsi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha pada penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran *e-commerce* dilihat dari dimensi *actual system usage*?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam tentang persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha pada penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran *e-commerce*.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang dijelaskan, adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai persepsi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha pada penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran *e-commerce*. Selain itu, juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian yang serupa mengenai persepsi penggunaan *e-wallet* selanjutnya

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang didapatkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Bagi penulis, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan manfaat bagi penulis untuk mengetahui persepsi mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha terhadap penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran *e-commerce*.
- b. Bagi pembaca, diharapkan hasil dari penelitian ini mampu memberikan wawasan khususnya mengenai persepsi mahasiswa fakultas ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha pada penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran *e-commerce*.

- c. Bagi mahasiswa, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai persepsi mahasiswa fakultas ekonomi pada penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran *e-commerce*.
- d. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha, penelitian ini dapat menjadi tambahan sumber pustaka khususnya mengenai Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Pada Penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran *e-commerce*.

