BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gerak gerik individu biasanya dipergunakan untuk menilai apa yang akan dilakukan oleh konsumen tersebut. Perilaku konsumen adalah sesuatu hal individu dalam memecahkan suatu keputusan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya, misalnya waktu, uang, *energy*, dan sebagainya. Setiap pembeli mempunyai karakteristik yang menarik untuk diulas lebih lanjut baik itu berdasarkan usia, pendidikan, serta tingkat perekonomian yang mereka miliki (Saraswati & Wenagama, 2019).

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh sikap seseorang, oleh sebab itu, pembeli nantinya diminta untuk menggali informasi dalam mengambil keputusan konsumen untuk membeli dalam hal mengenal kebutuhan serta keinginan yang dimiliki oleh konsumen tersebut. Oleh sebab itu, jika sikap konsumen dapat dinilai dengan baik, serta mengetahui minat dari konsumen tersebut, maka tentunya tentunya akan dapat memprediksi maksud dan tujuan dari konsumen itu. Perilaku konsumen dapat melibatkan pikiran dan perasaan yang masing masing dari mereka lakukan. Setiap konsumen diperlukan untuk mempelajari lebih lanjut mengenai produk yang nantinya akan dibeli guna untuk mengetahui manfaat dari produk tersebut (Saputri, 2016).

Dalam memenuhi kebutuhannya masyarakat memerlukan sesuatu yang dapat memudahkan dalam melakukan kegiatan setiap harinya, dengan mengadopsi dari kemajuan teknologi yang telah ada saat ini, sehingga masyarakat sekarang ini diharuskan untuk lebih cerdas dalam memanfaatkan kemudahan dan keefektifan dalam bertransaksi. Macam – macam perubahan *digital* dalam berbagai aspek telah dapat memperlihatkan bahwa, tokoh masyarakat tentunya juga mengambil peran yang penting dalam perkembangan zaman yang mengarah pada perkembangan teknologi yang semakin canggih. Menjamurnya uang elektronik yang dikenal masyarakat banyak perusahaan *start up* yang kini mulai merambah untuk membuat inovasi-inovasi dalam produk finansial digitalnya (Tazkiyyaturrohmah, 2018: 22).

Pada tanggal 14 Agustus 2014, Bank Indonesia melakukan program tahunan yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Bank Indonesia mengharap dengan adanya program tersebut masyarakat Indonesia mau beralih menggunakan alat pembayaran non tunai khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya agar dapat meningkatkan penggunaan non tunai di Indonesia dan mengurangi kebutuhan uang tunai di masyarakat (Bank Indonesia:2014). Sehubungan dengan itu dalam kegiatan yang dilakukan dalam melakukan transaksi konsumen mempunyai sikap yang berbeda-beda terhadap suatu objek yang sama, maka dari itu *merchant* berusaha untuk memuaskan selera konsumen untuk memenuhi kebutuhan sesuai yang diharapkan (Sujani, 2017: 191).

Kebutuhan yang diharapkan konsumen salah satunya adalah dalam sistem pembayaran (Hapsari, 2017: 01). Untuk mengetahui karakter dan seberapa besar potensi yang dapat berkembang mengenai sistem pembayaran non tunai (Ariyani,

2017). Kebutuhan yang diharapkan tersebut berupa metode pembayaran yang dilakukan masyarakat setiap harinya dalam bertransaksi dengan menggunakan pembayaran secara non tunai. Perkembangan teknologi mengalami kemajuan yang sangat pesat, perubahan teknologi dalam hal sistem pembayaran dengan menggantikan uang tunai menjadi non tunai dapat dinilai lebih efektif serta efisien untuk dilakukan. Kemunculan transaksi pembayaran non tunai diharapkan dapat menumbuhkan daya beli masyarakat dan tentunya untuk memperkuat perekenomian yang ada di Indonesia.

Transaksi pembayaran dengan menggunakan non tunai, dapat memberikan nilai tambah pada hal keamanan dimana masyarakat tersebut tidak perlu lagi untuk membawa uang kertas dalam jumlah banyak yang nanti dapat membawa rasa aman bagi konsumen yang akan bertransaksi dan tentunya hal tersebut akan lebih memberikan rasa nyaman bagi konsumen (Abidin & Anwar, 2015). Dalam penggunaan transaksi pembayaran non tunai ada keuntungan yang diberikan baik bagi masyarakat, *merchant* maupun bagi Bank Indonesia sebagai regulasi atau yang membuat aturan tentang transaksi pembayaran secara non tunai. Beberapa keuntungan yang diberikan adalah yang pertama, memberikan kemudahan dalam transaksi pembayaran non tunai secara cepat dan aman bagi masyarakat. Yang kedua, adapun masalah *cash handling* dapat dipecahkan yang selama ini sering dialami ketika menggunakan uang tunai sebagai transaksi pembayaran. Yang ketiga, meningkatkan efisiensi percetakan uang dan penggandaan uang bagi Bank Indonesia.

Metode pembayaran pada era sekarang ini dipermudah dengan pembayaran secara *virtual*. Dengan cara pembayaran secara *virtual* seperti

menggunakan *digital payment. Digital payment* adalah sebuah teknologi modern dalam hal metode pembayaran secara non tunai yang dipandang lebih mudah dan aman dalam sebuah transaksi (Puspita, 2019: 121). *Digital payment* yang merupakan metode pembayaran menggunakan media berteknologi yaitu bisa dengan menggunakan *SMS banking, mobile banking, internet bangking, electronic money, electronic wallet,* dan sebagainya. Dimana dapat dilakukan dengan menggunakan perangkat elektronik. Adanya *digital payment* konsumen diberikan kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran secara cepat dan aman. Maka dari itu tidak heran jika masyarakat menggunakan transaksi yang sering digunakan bahkan diharuskan seperti pembayaran jalan tol.

Meskipun berbagai macam layanan yang ada di *digital payment* namun masyarakat dalam penggunaannya masih rendah. Masyarakat lebih suka menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran dibandingkan dengan *digital payment*. Rendahnya penggunaaan *digital payment* ini juga disebabkan karena tidak banyak tersedianya *merchant* yang didukung dengan fasilitas *digital payment* tersebut. Hal ini disebabkan kurangnya informasi dan tidak adanya sifat terbuka dari masyarakat mengenai layanan tersebut. Selain itu masyarakat lebih suka menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran dibandingkan dengan *digital payment*. Rendahnya penggunaaan *digital payment* ini juga disebabkan karena tidak banyak tersedianya *merchant* yang didukung dengan fasilitas *digital payment* tersebut (Utami & Kusumawati, 2017).

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan penulis mewawancarai 15 orang, yang sudah pernah melakukan pembayaran di toko alfamart, indomart, maupun minimarket lainnya, 6 orang diantaranya yang sudah penah menggunakan

pembayaran secara non tunai menyatakan yang menyebabkan seseorang melakukan transaksi pembayaran secara non tunai adalah karena lebih mudah dan praktis, sedangakan dari prespektif masyarakat yang lain berkisar 9 orang tersebut menyatakan salah satunya adalah masyarakat tidak tertarik/minat ataupun sudah terbiasa dalam menggunakan pembayaran secara tunai sehingga masih mempertahankan pembayaran tersebut, sehingga masyarakat kebanyakan lebih sering menggunakan pembayaran secara tunai dibandingkan menggunakan pembayaran secara non tunai, meskipun dari segi manfaat non tunai lebih menghemat waktu, Dengan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat dalam penggunaan non tunai sebagai metode pembayaran di Singaraja masih rendah. Dari permasalahan di atas maka penting untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan *digital payment* yang merupakan dasar pijakan dari peneliti yang berjudul **"Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Penggunaan *Digital Payment* di Singaraja Buleleng Bali".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pemikiran ini dan uraian latar belakang di atas maka permasalahan yang diambil adalah sebagai berikut.

1.2.1 Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap penggunaan *digital payment* di Singaraja?

1.2.2 Faktor-faktor apa saja yang paling dominan terhadap perilaku konsumen dalam penggunaan *digital payment* di Singaraja?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui.

1.3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap penggunaan *digital payment* di Singaraja.

1.3.2 Faktor-faktor yang paling dominan terhadap perilaku konsumen dalam penggunaan *digital payment* di Singaraja.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah manfaat teoritis dan praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi atau masukkan atau pengetahuan dasar mengenai faktor perilaku konsumen menggunakan *digital payment*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi masukan sebagai berikut.

1) Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah pengetahuan tentang perilaku konsumen dalam penggunaan *digital payment*.

2) Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi mahasiswa yang akan meneliti lebih lanjut.

3) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi masyarakat yang ingin menggunakan *digital payment*.