

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Setiap orang harus mampu beradaptasi dengan teknologi yang sedang berkembang. Saat ini masyarakat sudah terbiasa bertransaksi nontunai dengan menggunakan teknologi pembayaran digital yang dikenal dengan tren *cashless society*. *Cashless society* ini mengacu pada masyarakat yang sudah tidak menggunakan uang fisik dalam transaksinya, namun melalui transaksi secara digital yang disebut juga dengan uang digital (Bintarto, 2018).

Saat ini pembayaran menggunakan uang tunai semakin terbatas, sehingga memberi dampak kepada masyarakat yang akhirnya lebih memilih memanfaatkan *e-wallet* untuk meminimalisir kontak fisik antara penjual dan pembeli (Brown, 2020). *e-wallet* merupakan sebuah aplikasi *software* yang pembayarannya berbasis online dan menggunakan ponsel sebagai medianya (Doan, 2014). Saat ini masyarakat semakin dimudahkan dengan pembayaran melalui *e-wallet*. WHO memberikan pernyataan bahwa uang tunai akan meningkatkan resiko penyebaran virus COVID-19. Meskipun kebenarannya belum dapat dibuktikan, masyarakat berasumsi bahwa penyebaran virus Covid-19 dapat dipicu dari uang tunai yang kotor, sehingga saat ini transaksi secara digital lebih dipilih oleh masyarakat (Fatoni et al., 2020).

Penggunaan *mobile payment* di berbagai belahan dunia terus meningkat dari tahun ke tahun (Flood et al., 2013). Selain itu, penggunaan layanan pembayaran seluler juga sedang menjadi tren di Indonesia dalam lima tahun terakhir, diiringi dengan penggunaan ponsel pintar yang meningkat sebanyak 70%. Terlebih lagi dengan semakin beragamnya pilihan aplikasi *e-wallet* yang tidak memerlukan kartu untuk setiap transaksinya (Fatoni et al., 2020). *E-wallet* merupakan salah satu fintech yang cukup signifikan perkembangannya. Hal ini disebabkan oleh kebijakan yang diberlakukan bank sentral Indonesia yang menyarankan untuk lebih sering melakukan transaksi secara digital (IDN Financials, 2020; Widjanarko, 2020). 38 *e-wallet* telah memiliki lisensi resmi dari Bank Indonesia. Pada tahun 2018, pasar dompet digital di Indonesia mencapai Rp 21 triliun atau US\$ 1,5 miliar

Di masa pandemi COVID-19, pada bulan Agustus 2020, transaksi uang digital jika ditotalkan mencapai Rp 127 triliun. Nilai volume transaksi tersebut akan terus mengalami peningkatan hingga penghujung tahun 2020 menjadi Rp 196,9 triliun. Pada 2 September 2020, MarkPlus Inc melakukan survei yang fokus pada tren penggunaan dompet digital pada Juni hingga Agustus 2020, yang mengatakan bahwa saat ini ShopeePay, GoPay, OVO, DANA, dan LinkAja memiliki pangsa pasar dompet digital terbesar di Indonesia (Judith et al., 2020). Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa Linkaja adalah salah satu *e-wallet* yang cukup banyak diminati oleh masyarakat.

LinkAja melakukan perilisan Layanan LinkAja Syariah sebagai *e-wallet* syariah pertama di Indonesia yang didalamnya terdapat berbagai fitur pembayaran yang sudah mematuhi prinsip-prinsip Syariah. Hal ini dapat terealisasi dalam rangka mendukung penerapan Masterplan Ekonomi Syariah yang diusulkan oleh KNEKS dan diharapkan dapat mendukung agenda pemerintah untuk menjadikan Indonesia pusat ekonomi syariah di dunia pada tahun 2024 (Linkaja, 2020). Indonesia mempunyai potensi yang cukup besar dalam hal pengembangan industri halal, salah satunya adalah dalam hal perkembangan teknologi. Potensi yang lainnya adalah banyaknya jumlah masyarakat muslim yang diprediksikan akan mencapai 256 juta orang di tahun 2050 (Fathoni & Syahputri, 2020). Berbagai fitur pembayaran yang ada didalam layanan Linkaja Syariah, seperti donasi/infaq digital, wakaf digital, zakat digital, qurban digital, pesantren digital, dan lain sebagainya, merupakan salah satu pertumbuhan perkembangan teknologi pada sektor industri halal tersebut (Linkaja, 2020). Pada April 2020, layanan Linkaja Syariah akhirnya diresmikan (Yuni, 2020).



Gambar 1. *E-wallet* dengan pangsa pasar terbesar di Indonesia

Sumber: Markplus Analysis, 2020

Berdasarkan survei dari MarkPlus Inc, total volume transaksi LinkAja di Indonesia masih menjadi yang terkecil (8%), dibandingkan dengan dompet digital lainnya seperti ShopeePay (26%), OVO (24%), GoPay (23%), dan DANA (19%) (Judith et al., 2020). Hal tersebut membuktikan bahwa saat ini Linkaja mempunyai pangsa pasar yang terendah dibandingkan *e-wallet* lainnya. Apabila pangsa pasar dari Linkaja masih menjadi yang terkecil, maka potensi masyarakat untuk menggunakan layanan Linkaja Syariah juga akan berkurang. Selain itu, tingkat literasi ekonomi dan keuangan Syariah di Indonesia saat ini terbilang masih rendah. Berdasarkan data dari BI terkait dengan indeks literasi ekonomi dan keuangan Islam Indonesia pada tahun 2019, tercantum bahwa indeks literasi hanya sekitar 8,93%. Sementara untuk indeks inklusi keuangan syariah nasional hanya sekitar 9,1% (KNEKS, 2020). Oleh karena itu, Kehadiran teknologi pembayaran digital seperti Linkaja Syariah diharapkan menjadi strategi dalam meningkatkan pengembangan ekonomi dan keuangan syariah khususnya terkait literasi ekonomi syariah (Kominfo, 2020). Akan tetapi, Langkah strategis yang dilakukan KNEKS dan Linkaja tersebut akan kurang efektif, jika minat untuk menggunakan teknologi

tersebut rendah. Oleh karena itu, perlu diteliti faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *e-wallet* tersebut.

Pada tahun 1986, Davis mengembangkan model penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan tentang penerimaan seseorang terhadap sistem teknologi informasi. Terdapat dua faktor utama dalam model ini yaitu kemudahan penggunaan dan kemanfaatan, dimana kedua faktor tersebut dapat menentukan sikap individu dalam hal penggunaan teknologi (Jogiyanto, 2007). Selain dua faktor tersebut, peneliti juga menambahkan variabel risiko dan inovasi teknologi pada model TAM sebagai variabel eksternal.

Faktor pertama terdapat pada kemudahan penggunaan yaitu kemudahan seseorang dalam memahami dan menggunakan suatu teknologi. Dengan kemudahan penggunaan yang ada dalam transaksi *e-wallet*, masyarakat akan semakin mudah mengoperasikannya (Abrilia & Sudarwanto, 2020). Selain itu, terdapat juga faktor manfaat yang menjelaskan tentang tingkat kepercayaan penggunaan teknologi atau sistem akan menaikkan performa kerja mereka. Mereka akan menggunakan suatu teknologi informasi, jika teknologi informasi tersebut berdampak positif untuk mereka (Suhir, 2014).

Atriani et al., (2020) menjelaskan bahwa variabel Manfaat dan Kemudahan Penggunaan mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Minat Menggunakan OVO di Mataram. Variabel yang menjadi faktor yang memunculkan minat, yaitu Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terbukti mempunyai hubungan yang positif, (Atriani et al., 2020). Namun terdapat perbedaan dengan penelitian dari Ernawati & Noersanti (2020) yang menjelaskan bahwa variabel manfaat dan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan aplikasi OVO di Jakarta Utara. Hal itu dikarenakan minimnya pemahaman dan pengetahuan dari responden terkait manfaat dari adanya uang elektronik, dan juga ketika bertransaksi menggunakan OVO, manfaat dari promosi kurang didapatkan (Ernawati & Noersanti, 2020).

Faktor selanjutnya terdapat pada faktor risiko yang merupakan persepsi-persepsi konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi-konsekuensi buruk saat melakukan suatu aktivitas (Jogiyanto, 2012). Ketika kita bertransaksi menggunakan layanan *e-wallet*, bukan berarti transaksi tersebut bebas dari risiko.

Karena pada dasarnya transaksi menggunakan *e-wallet* akan semakin meninggalkan transaksi dengan wujud fisik, sehingga mendorong timbulnya asumsi yang dapat menimbulkan kekhawatiran (Andriyano, 2014).

Dalam penelitian yang dilakukan Achadi & Winarto (2020), dapat dilihat bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan Go Pay (Achadi & Winarto, 2020). Perbedaan terdapat pada penelitian dari Rodiah & Melati (2020), yang menjelaskan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Risiko menjadi perhatian bagi pengguna *e-wallet*. Jika tingkat persepsi risiko pada penggunaan *e-wallet* meningkat, maka akan terjadi penurunan minat dalam menggunakan *e-wallet*. Sebaliknya, jika tingkat persepsi risiko penggunaan *e-wallet* menurun, maka akan terjadi peningkatan minat dalam menggunakan *e-wallet* (Rodiah & Melati, 2020).

Faktor selanjutnya terdapat pada faktor inovasi teknologi dimana dalam faktor ini proses penggunaan konsumen terpusat pada proses mental dan melalui proses ini akan ada peralihan dari seseorang yang awalnya masih awam tentang inovasi, hingga akhirnya menggunakan inovasi tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan Rahayu (2018), menunjukkan bahwa inovasi teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan Gopay (Rahayu, 2018). Berbeda dengan penelitian Afriza (2020), yang menunjukkan bahwa inovasi teknologi berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan Gopay (Afriza, 2020).

Dari berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa pihak, masih terdapat kesenjangan teori terkait dengan variabel kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, maupun inovasi teknologi, sehingga posisi dari penelitian ini adalah mendukung penelitian terdahulu dan menguji kembali teori-teori yang telah digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor determinasi yang mempengaruhi minat penggunaan layanan Linkaja Syariah yaitu kemudahan penggunaan, manfaat, risiko, dan inovasi teknologi. Sehingga nantinya akan diketahui faktor mana yang paling mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan Linkaja Syariah.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka penulis ingin mengangkat sebuah penelitian yang berjudul: **Faktor Determinasi Minat Penggunaan Layanan Linkaja Syariah Pada Masyarakat Jabodetabek.**

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu:

- a. Bagaimana pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah di Jabodetabek?
- b. Bagaimana pengaruh Manfaat terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah di Jabodetabek?
- c. Bagaimana pengaruh Risiko terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah di Jabodetabek?
- d. Bagaimana pengaruh Inovasi Teknologi terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah di Jabodetabek?
- e. Bagaimana pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko dan Inovasi Teknologi secara simultan terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah di Jabodetabek?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah paparkan, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk menjelaskan pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah di Jabodetabek.
- b. Untuk menjelaskan pengaruh Manfaat terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah di Jabodetabek.
- c. Untuk menjelaskan pengaruh Risiko terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah di Jabodetabek.
- d. Untuk menjelaskan pengaruh Inovasi Teknologi terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah di Jabodetabek.
- e. Untuk menjelaskan pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, dan Inovasi Teknologi secara simultan terhadap minat penggunaan Linkaja Syariah di Jabodetabek.

I.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki beberapa manfaat yang dapat diperoleh yaitu:

I.4.1 Aspek Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk:

- a. Bagi Universitas
Sebagai kajian ilmiah Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan layanan Linkaja Syariah.
- b. Bagi Mahasiswa
Sebagai referensi untuk penelitian yang berkaitan dengan layanan Linkaja Syariah.
- c. Bagi Peneliti lain
Sebagai wawasan baru yang dapat dikembangkan kembali, serta menjadi bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

I.4.2 Aspek Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

- a. Bagi Pemerintah
Sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan untuk pengembangan layanan syariah berbasis teknologi.
- b. Bagi Pihak Linkaja
Sebagai informasi bagi Linkaja Syariah, agar mendapat bahan masukan dalam membentuk persepsi calon pengguna ataupun pengguna terhadap Linkaja Syariah, Sehingga nantinya dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi pengguna Linkaja Syariah.