

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I. 1 Latar Belakang**

Kecanggihan teknologi semakin memudahkan aktivitas manusia. Contohnya pada saat pandemi Covid-19 sekarang ini mengharuskan kita untuk lebih sering berkegiatan di dalam rumah. Namun, terkadang kita terpaksa harus pergi keluar rumah demi menjalani kehidupan. Saat diluar rumah, manusia mengalami beberapa perubahan kebiasaan karena mematuhi aturan protokol yang ada. Salah satu perubahan kebiasaan manusia yang dilakukan selama pandemi ini adalah pembayaran secara *contactless*. (Samora 2021). Adanya dorongan dalam masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya menjadikan pengalaman pembayaran secara *digital* menjadi seperti kebiasaan sehari-hari (Kurniawan 2021).

Dalam era globalisasi saat ini membawa banyak perubahan, salah satunya pada perilaku manusia. Informasi dapat diakses melalui banyak tempat tanpa perlu susah payah untuk mendapatkannya. Teknologi kian semakin dekat dengan kehidupan manusia, hanya sebatas genggam tangan semua hal rasanya dapat dilakukan. Semua itu bisa terjadi karena adanya peran internet. Dengan internet manusia dapat terhubung dengan tanpa batas. Mulai dari hiburan, berita, hingga bisnis dapat kita temukan di internet. Tak heran jika banyak manusia yang menggunakan internet.

Di negara Indonesia pengguna internet pada awal tahun 2021 telah sampai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini mengalami peningkatan sebesar 27 juta jiwa atau 15,5% jika dibandingkan dengan tahun 2020 pada bulan Januari. Penetrasi internet di Indonesia mencapai angka 73,7%, karena total jumlah penduduk yang ada negara Indonesia saat ini yaitu 274,9 juta jiwa (Riyanto 2021).

**Tabel 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia**

Tahun	Jumlah Penduduk (Juta)	Jumlah Pengguna Internet (Juta)	Kenaikan (%)
2017	262,0	132,7	150
2018	265,4	132,7	0
2019	268,2	150,0	13
2020	272,1	175,4	16,9
2021	274,9	202,6	15,5

*Sumber:* Data diolah

Dewasa ini pembayaran secara *contactless* banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Pandemi *corona-19* yang sedang terjadi sekarang ini semakin mempercepat layanan digital yang tersedia seperti pembayaran *digital* dan *e-commerce* karena memiliki kecanggihan fitur *contactless* yang sama seperti saran dari Bank Indonesia (Henry 2020). Transaksi pembayaran melalui *digital* dapat menggunakan sistem debit atau uang elektronik.

Uang elektronik yang ada di Indonesia ini diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 (Bank Indonesia 2005). Dengan adanya kebijakan mengenai uang elektronik yang ada di Indonesia menjadikan uang elektronik diakui sebagai salah satu alat untuk membayar yang sah oleh negara. Lesunya daya beli, terbatasnya aktivitas masyarakat dan perekonomian sebagai dampak dari pandemic Covid-19 Indonesia tidak membuat turun aktivitas transaksi keuangan melalui *digital* (Rahardyan 2020).

Data transaksi pembayaran melalui uang elektronik di Indonesia setiap tahun meningkat terlihat pada tabel berikut:

Sulfina, 2021

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT  
UNTUK MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (Shopeepay)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id

**Tabel 2. Jumlah Transaksi Uang Elektronik Beredar**

<b>Tahun</b>	<b>Volume (Satuan)</b>	<b>Nominal (Juta Rp)</b>	<b>Kenaikan (Juta Rp)</b>	<b>Kenaikan (%)</b>
2016	683,133,352	7,063,689	1,780,671	33,7
2017	943,319,933	12,375,469	5,311,780	75,2
2018	2,922,698,905	47,198,616	34,823,147	281,4
2019	5,226,699,919	145,165,468	97,966,852	207,6
2020	4,625,703,561	204,909,170	57,743,702	39,8

*Sumber:* Data diolah

Berdasar dari data Bank Indonesia, pembayaran menggunakan uang elektronik setiap tahunnya mendapati kenaikan. Ini menandakan uang elektronik menjadi alat pembayaran yang populer bagi masyarakat Indonesia. Meningkatnya literasi mengenai keuangan serta jumlah penduduk yang besar mendorong laju pertumbuhan uang elektronik di Indonesia (Ningsih, Sasmita, and Sari 2021). Tak dapat dipungkiri hal ini terjadi karena banyaknya kemudahan yang diberikan. Beberapa keuntungan yang dimiliki uang elektronik yaitu kemudahan dalam proses pembayaran, efisien pada waktu pembayaran, serta dapat diisi kembali lewat berbagai fasilitas yang telah tersedia dari pencetak (Latief and Dirwan 2020).

Uang elektronik pada umumnya didefinisikan sebagai uang tunai non fisik (*cashless money*), yang memiliki fungsi untuk melakukan pembayaran secara tidak tunai kepada penjual yang tidak berasal dari penerbit uang elektronik, nilai uang elektronik berasal dari nilai uang yang diisi terlebih dahulu oleh pemilik uang elektronik, kemudian uang tersebut disimpan secara elektronik dalam sebuah media elektronik baik berbentuk *server (hard drive)*

Sulfina, 2021

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT  
UNTUK MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (Shopeepay)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id

ataupun berbentuk kartu *chip*, (USMAN 2017). Uang elektronik berbasis *chip* contohnya seperti Flazz properti PT Bank Central Asia Tbk. serta TapCash properti PT Bank Negara Indonesia Tbk. Sementara uang elektronik yang berupa *server* contohnya seperti LinkAja, Gopay, OVO, dan ShopeePay.

Dari banyaknya penyedia layanan uang elektronik, ShopeePay menjadi salah satu yang bertumbuh paling pesat selama pandemi. ShopeePay melampaui Ovo dan GoPay selama pandemi Covid-19 berdasarkan data dari dua survey yang dilakukan oleh MarkPlus dan Snapcart (Annur 2020). ShopeePay adalah layanan uang berupa elektronik yang berguna untuk melakukan pembayaran baik dengan online ataupun offline di mitra ShopeePay, juga pengembalian dana di aplikasi Shopee. Adapun beberapa manfaat dari fitur ShopeePay yaitu: pengisian saldo mencapai Rp2.000.000 pada akun ShopeePay yang belum terdaftar verifikasinya dan Rp10.000.000 untuk pengguna akun ShopeePay yang telah melakukan verifikasi, sebagai alat pembayaran *online* di aplikasi Shopee ataupun aplikasi lain yang sudah bekerjasama dengan ShopeePay, sebagai alat pembayaran offline di berbagai mitra ShopeePay, transfer uang elektronik ShopeePay kepada teman, dapat melakukan penarikan saldo ShopeePay setelah akun diverifikasi (Shopee 2018).

ShopeePay hadir di Indonesia agar para penggunanya dapat melakukan transaksi pembayaran dengan mudah. ShopeePay adalah sebuah fitur layanan uang elektronik dan dompet yang kegunaannya sebagai sebuah pilihan untuk melakukan transaksi pada aplikasi Shopee. Setelah mendapat izin dari Bank Indonesia sejak akhir 2018, ShopeePay akhirnya resmi diluncurkan pada masyarakat luas mulai Januari 2019 (Herman 2019). Meskipun awalnya ShopeePay hanya dapat digunakan pada aplikasi Shopee, mulai tahun 2019 ShopeePay memperluas jangkauannya. ShopeePay dapat berfungsi sebagai alat pembayaran pada ribuan macam pedagang, yang terdiri dari ritel, makanan, minuman dan berbagai jenis pedagang lainnya (Adiguna 2020). Selain itu, hasil riset iPrice bersama SimilarWeb menyatakan Shopee adalah *e-commerce* yang memiliki jumlah pemakai paling banyak di Indonesia saat kuartal terakhir 2019.

Sulfina, 2021

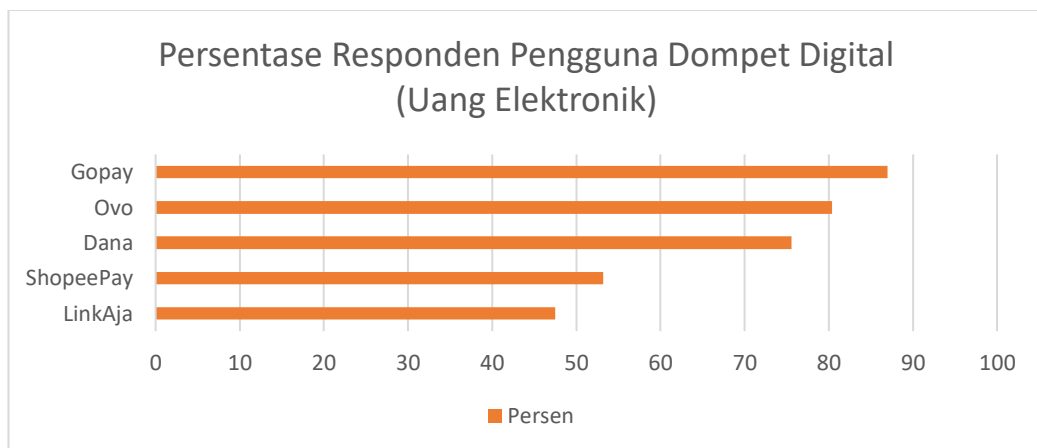
**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (Shopeepay)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id

Hal ini tidak berhenti disitu, pada kuartal awal 2020 Shopee juga meraih *e-commerce* dengan jumlah paling banyak dikunjungi di Indonesia. Beberapa hal tersebut mendukung ShopeePay untuk terus berkembang (Ramdhani 2020). Tidak heran shopeepay merupakan uang elektronik yang mengalami pertumbuhan paling pesat dibanding dari penyedia layanan uang elektronik lain. Dilihat dari data YouGov yang dikeluarkan bulan Juni 2020, ShopeePay berhasil meraih salah satu dari 3 besar uang elektronik dengan jumlah paling banyak di Indonesia (Sofuroh 2020).

**Tabel 3. Persentase Responden Pengguna Uang Elektronik**



*Sumber:* Data diolah

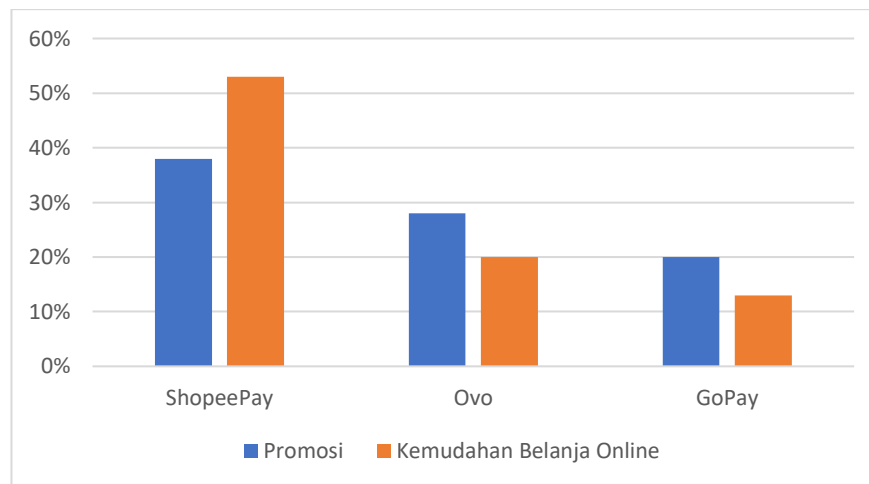
Berdasarkan data dari databoks, ShopeePay berada di posisi keempat pada akhir tahun 2020. Meskipun demikian, melalui riset dari NeuroSensum yang terdiri dari 1000 responden berusia produktif 19-45 tahun, pengguna aktif *e-commerce* di delapan kota besar mendapatkan hasil bahwa ShopeePay merupakan uang elektronik yang paling sering digunakan dengan hasil 35%. Kemudian dibawahnya ada Ovo 27%, GoPay 20%, Dana 14% dan LinkAja 5%. ShopeePay juga berhasil mencapai penetrasi tertinggi yakni sebesar 68% (Burhan 2021).

**Sulfina, 2021**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (Shopeepay)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)

**Tabel 4. Hasil Survei MarkPlus**

*Sumber: Data diolah*

Kemudian, berdasarkan hasil survey MarkPlus menyatakan ShopeePay sebagai yang paling unggul dalam sisi penawaran promosi terbanyak dan kemudahan untuk berbelanja *online*. ShopeePay mendominasi pada angka 38% pada aspek menawarkan promosi paling banyak. Hal ini dapat terjadi karena ShopeePay memberikan berbagai macam promosi bagi penggunanya, seperti *voucher* diskon dan *cashback* (Annur 2020). Pada aspek uang elektronik yang dapat mempermudah untuk berbelanja *online* ShopeePay mencapai angka sebesar 53%. Penggunaan yang mudah menjadikan ShopeePay sebagai uang elektronik yang paling banyak digunakan (Isna 2021).

Dengan kemudahan yang diberikan oleh ShopeePay bagi para pengguna. Sebagai layanan uang elektronik ShopeePay juga memiliki berbagai manfaat, tidak hanya sebatas pembayaran transaksi pada aplikasi Shopee. ShopeePay dapat dipakai untuk melakukan pembayaran secara langsung di berbagai penjual yang memiliki kerjasama dengan ShopeePay (Nidya 2020). ShopeePay telah melakukan kerjasama dengan banyak *brand* terkenal, seperti Alfamart, Kopi Kenangan, Superindo, Mc'Donalds, dan lain-lain. Ini jelas sangat memberi manfaat bagi para pengguna ShopeePay.

**Sulfina, 2021**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (Shopeepay)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)

ShopeePay memanfaatkan teknologi dalam produk yang ditawarkan kepada para penggunanya. *Technology Acceptance Model* (TAM) memprediksi bahwa dua faktor kognitif, yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) mempengaruhi penerimaan penggunaan terhadap teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) diartikan sebagai sebuah tingkatan dimana seseorang percaya bahwa dengan memakai suatu teknologi akan membuat orang tersebut terbebas dari upaya, sementara persepsi manfaat (*perceived usefulness*) diartikan sebagai sebuah ukuran dimana pemakaian sebuah teknologi akan memberikan peningkatan performa bagi seseorang (Davis, 1989).

Dalam menggunakan uang elektronik, salah satu hal yang dapat menarik minat bagi pengguna adalah kemudahannya (Rahmawati and Yuliana 2020). Studi menyatakan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi manfaat (Sumarwan and Tjiptonon 2019). Kemudahan dan manfaat yang diberikan oleh uang elektronik adalah pemakai tidak lagi perlu untuk membawa uang *cash* setiap kali ingin melakukan pembayaran dengan jumlah yang besar, serta pencatatan keuangan pengguna akan tersusun rapi didalam *smartphone*, sehingga memberikan rasa aman dan nyaman saat bertransaksi (Mustofa, Nuringwahyu, and Krisdianto 2021). Meningkatnya pengguna uang elektronik adalah karena adanya persepsi masyarakat yang dipengaruhi dari manfaat yang ditawarkan. Masyarakat luas akan menggunakan sebuah produk yang memiliki manfaat bagi kehidupan sehari-hari (Ningsih et al. 2021).

Didukung oleh penelitian Pratama & Suputra, (2019) yang memiliki judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik” dan penelitian oleh (Dirwan and Latief 2019) dengan judul “Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital Di Kota Makassar” serta penelitian yang sudah dilakukan oleh Joan & Sitinjak, (2019) yang memiliki judul “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat

Sulfina, 2021

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (Shopeepay)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana

[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)

Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Ovo” yang ketiganya menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik. Sementara penelitian yang telah dilaksanakan oleh Fitrianiingsih & Usman, (2020) dengan judul *“The Effect Of Benefit Perception, Perception Of Easy and Service Features On The Internet Of Using Electronic Money (E-Money) In Jabodetabek”* yang menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat mempunyai pengaruh terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik, namun menunjukkan hasil bahwa pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik tidak signifikan.

Dengan mempertimbangkan data serta fenomena yang sudah didukung oleh penelitian yang terdahulu, maka peneliti bertujuan untuk meneliti mengenai uang elektronik. Dengan mempunyai judul *“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (ShopeePay)*.

## **I. 2 Perumusan Masalah**

Dengan berdasar pada latar belakang penelitian, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik?
- b. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik?

## **I. 3 Tujuan Penelitian**

Dengan berdasar pada latar belakang dan perumusan masalah penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik

Sulfina, 2021

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (Shopeepay)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Program Sarjana

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) - [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)



- b. Untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan uang elektronik

#### **I. 4 Manfaat Hasil Penelitian**

Berdasar tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat bagi pihak yang berkepentingan antara lain:

- a. Manfaat teoritis (keilmuan)

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi sebagai bahan pembelajaran, referensi ataupun sumbangan pemikiran, serta dapat memperluas ilmu dan wawasan mengenai pemasaran, terutama pembahasan tentang persepsi kemudahan penggunaan.

- b. Manfaat praktis (guna laksana)

Peneliti berharap penelitian ini dapat berguna bagi para pemangku kepentingan, utamanya dalam bidang uang elektronik, agar para penerbit uang elektronik dapat mempertimbangkan setiap keputusan yang ingin diambil dalam membentuk persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan.