

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah melahirkan perusahaan raksasa baru dalam berbagai industri, seperti ritel dan perbankan. Perkembangan itu mengakibatkan perusahaan-perusahaan lawas harus mampu beradaptasi dengan teknologi dan memulai dari awal yang sama seperti perusahaan-perusahaan *startup*. Perusahaan lawas dan *startup* berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi pada produknya (Soeprajitno, n.d.). Salah satu bentuk inovasi dari perusahaan lawas dan *startup* adalah *Financial Technology (fintech)*. *Financial Technology* adalah sebuah inovasi teknologi yang mempermudah transaksi masyarakat (Faisal & Kraugusteeliana, 2019). *Fintech* merupakan pengaplikasian teknologi dalam bidang keuangan yang menghasilkan model bisnis baru, dimana model bisnis ini dapat memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi jarak jauh, di manapun dan kapanpun (Bank Indonesia, 2018). Salah satu contoh penerapan *fintech* terlihat pada sistem pembayaran di *e-commerce*.

E-commerce merupakan transaksi jual-beli yang dilakukan secara digital dengan menggunakan komputer yang tersambung dengan internet (Sarwono & Prihartono, 2012). *E-commerce* telah menawarkan berbagai keuntungan kepada para penggunanya, seperti mudah untuk diakses, menurunkan biaya transaksi, memiliki jasa pengiriman (Mardatila, 2020), dan menggunakan metode pembayaran non-tunai (Anonymous, 2020). Keuntungan *e-commerce* berupa metode pembayaran non-tunai sangat cocok dengan kondisi dunia saat ini.

Saat ini Indonesia sedang mengalami wabah Covid-19. Penyakit Covid-19 adalah penyakit menular disebabkan oleh virus SARS-CoV-2. Orang yang terkena penyakit itu akan mengalami gangguan pernapasan. Jika gangguan pernapasan yang dialami kronis, maka akan menyebabkan kematian (World Health Organization, n.d.). Oleh sebab itu, pemerintah mengambil kebijakan terkait pengurangan mobilitas, sehingga semua aktivitas dilakukan dari rumah. Sejak pandemi Covid-19 metode

pembayaran non-tunai (*cashless payment*) menjadi metode pembayaran yang paling banyak diminati oleh konsumen. Hal itu disebabkan oleh terbatasnya aktivitas masyarakat di luar rumah. Akibatnya terjadi perubahan gaya hidup masyarakat yang mulai beralih ke metode belanja *online* dengan menggunakan pembayaran non-tunai (Ahmed & Sur, 2021). Bahkan pada laporan tingkat peredaran uang elektronik di Indonesia selama pandemi Covid-19, terlihat terdapat kenaikan pembayaran non-tunai dengan menggunakan uang elektronik dari 359,670,019 (Juli 2020) naik menjadi 495,280,424 (Juli 2021) (Statistik Bank Indonesia, 2021). Sistem pembayaran non-tunai yang semakin meningkat itu menandakan bahwa masyarakat Indonesia sedang bergerak ke arah *cashless society*.

Cashless society merupakan sebuah sistem transaksi yang dibuat dengan menggunakan teknologi elektronik dengan tujuan untuk memudahkan pembayaran non-tunai dan diperuntukkan bagi sebuah komunitas (Hastomo & Aras, 2018). Dalam rangka mendukung *cashless society* pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai strategi yang mengarahkan masyarakat untuk beralih ke transaksi non-tunai (*cashless transaction*), salah satu contohnya adalah metode pembayaran pada transportasi umum MRT dengan menggunakan *scan QR code* melalui *e-wallet* (Prastiwi, 2019). Penggunaan *e-wallet* menjadi banyak diminati dan dikembangkan untuk melakukan pembayaran non-tunai dan transaksi non-tunai. Bahkan selama pandemi Covid-19 penggunaan *e-wallet* meningkat sekitar 44% (Anonymous, 2021).

Menurut data sensus penduduk tahun 2020, populasi demografi terbagi atas beberapa kelompok usia. Pada tabel 1 dapat dilihat 7 kelompok usia dengan jumlah tertinggi.

Tabel 1. Jumlah Populasi Demografi Usia Penduduk Indonesia

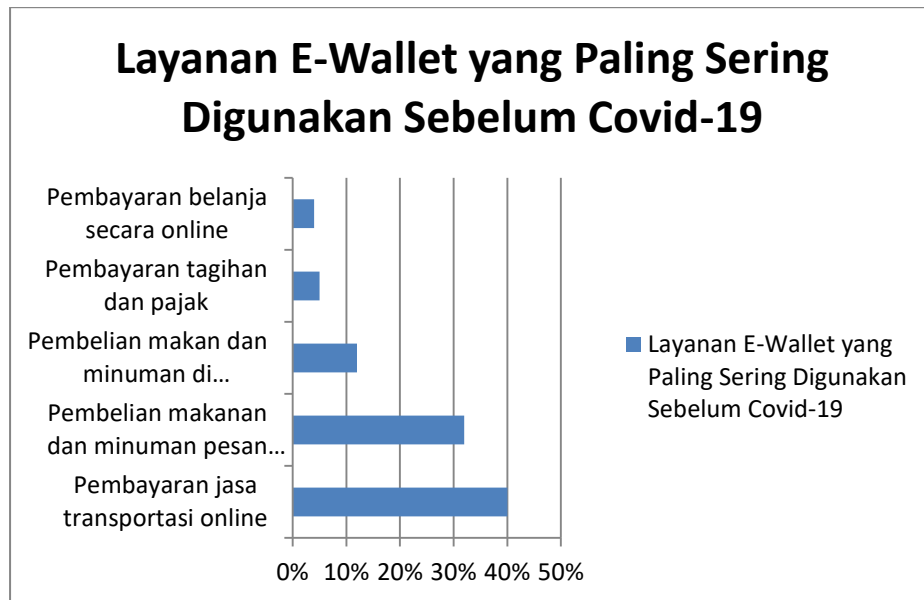
Kelompok Usia	Jumlah Penduduk
10-14	23.749.949
5-9	23.347.669
15-19	23.122.993
20-24	22.951.517
35-39	22.158.305
25-29	21.577.605
30-34	21.123.845

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2021) (Data diolah)

Pada tabel 1 terlihat bahwa jumlah populasi demografi berdasarkan usia penduduk Indonesia didominasi oleh kelompok dengan usia 10-14 tahun, sedangkan secara berurutan posisi kedua hingga ketujuh ditempati oleh kelompok usia 5-9, 15-19, 20-24, 35-39, 25-29, dan 30-34 (Anonymous, 2021). Selanjutnya data dari laporan survei (Ipsos, 2020) menyatakan bahwa jumlah pengguna *e-wallet* di Indonesia dimonopoli oleh generasi milenial dan generasi Z. Menurut Pew Research Center, generasi milenial merupakan orang-orang yang berusia 25-40 tahun, sedangkan generasi Z merupakan sekelompok orang yang berusia 1-24 tahun (Aikat, 2019). Berdasarkan penjelasan itu, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah pengguna *e-wallet* didominasi oleh orang-orang yang termasuk dalam kelompok usia 5-24 tahun.

Adapun perkembangan *e-wallet* di Indonesia sebelum dan selama pandemi Covid-19 dapat dilihat pada dua survei, yaitu Ipsos (2020) dan Jakpat (2020). Hasil dari survei yang dilakukan oleh Ipsos (2020) sebelum pandemi Covid-19 (pada periode Desember 2019 - Januari 2020) menyatakan bahwa sebelum pandemi Covid-19, sebesar 40% pengguna lebih sering menggunakan layanan *e-wallet* untuk pembayaran transportasi *online* dan sebesar 32% pengguna melakukan pembelian makanan dan minuman pesan-antar *online* (Ipsos, 2020). Berikut adalah grafik detail

presentase layanan *e-wallet* yang digunakan oleh konsumen sebelum pandemi Covid-19.



Sumber: Ipsos.com

Gambar 1. Layanan E-Wallet yang Sering Digunakan Sebelum Pandemi Covid-19

Adapun alasan yang mendorong pengguna untuk menggunakan *e-wallet* sebelum pandemi Covid-19 ada 3, yaitu kenyamanan sebesar 68%, promo sebesar 23%, dan keamanan sebesar 9%. Beberapa komponen kenyamanan yang dapat dirasakan oleh konsumen saat menggunakan *e-wallet* sebelum pandemi Covid-19, yaitu tidak perlu membawa uang tunai, tidak perlu sedia uang tunai, tidak perlu membawa kartu debit, dan tidak perlu khawatir dengan uang kembalian (Ipsos, 2020). Beberapa komponen nyaman itu termasuk ke dalam kebergunaan (*usefulness*). Adapun, kebergunaan merupakan salah satu komponen utama yang menyusun *Technology Acceptance Model* (TAM).

TAM merupakan model penelitian yang dicetuskan oleh Davis (1989). Model TAM sering digunakan untuk menjelaskan minat dalam menggunakan teknologi (Suprpto, 2014) salah satunya adalah *e-wallet* (Chawla & Joshi, 2019), (Leong et al., 2020), (Aji, Berakon, & Riza, 2020). TAM terdiri dari dua komponen utama yaitu

persepsi kebergunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use*).

Terkait dengan penjelasan tersebut, terjadi perubahan pada alasan penggunaan *e-wallet* sejak pandemi Covid-19 melanda Indonesia. Sebelum Covid-19 terlihat bahwa alasan pengguna menggunakan *e-wallet* karena adanya kebergunaan (*usefulness*), tetapi selama Covid-19 alasan pengguna menggunakan *e-wallet* berubah menjadi adanya mudah digunakan (*ease to use*) (Jakpat, 2020a). Lebih jelasnya, alasan pengguna tertarik untuk menggunakan *e-wallet* selama pandemi Covid-19 dapat dilihat pada tabel 2.

Table 2. Alasan Penggunaan *e-wallet* Selama Covid-19

Alasan	Detail	
	Semester pertama Periode I: 14-20 April 2020 dan Periode II: 16-20 Juni 2020	Semester kedua Periode III: 25 September-3 Oktober 2020 dan periode IV: 10-16 Desember 2020
Mudah digunakan	78%	78,8%
Menawarkan banyak promo	59%	62,1%
Tidak perlu uang tunai	58%	59,7%
Menghindari penyebaran virus corona	55%	56,2%
Terjamin keamanan	50%	53%
Mudah untuk melacak riwayat penggunaan/transaksi	46%	48,2%
Menghindari masalah “tidak ada kembalian”	40%	40,7%

Sumber: (Jakpat, 2020a)

Pada tabel di atas, terlihat sejak Covid-19 melanda Indonesia di awal tahun 2020 hingga akhir tahun 2020 sebanyak 78% pengguna menggunakan *e-wallet* dikarenakan aspek mudah digunakan. Dengan demikian, adanya perubahan alasan penggunaan *e-wallet* selama Covid-19 yang terbukti dari tabel 1, dimana dari periode I hingga periode IV pengguna memilih untuk menggunakan *e-wallet* dikarenakan adanya kemudahan penggunaan. Hal itu berbeda dengan alasan penggunaan *e-wallet*

sebelum Covid-19, dimana hasil survei Ipsos (2020) menunjukkan alasan pengguna tertarik untuk menggunakan *e-wallet* dikarenakan kebergunaan.

Selain itu, *e-wallet* juga mengalami perubahan pada layanan yang paling sering digunakan. Hasil survei Jakpat (2020) menyatakan bahwa selama pandemi Covid-19 sebesar 76% pengguna lebih banyak menggunakan *e-wallet* untuk pengisian pulsa dan paket internet (*top up & data package*) seperti yang terlihat pada gambar 2.



Sumber: Jakpat.com

Gambar 2. Layanan yang Paling Sering Digunakan di *e-wallet* Selama Pandemi Covid-19

Pada gambar 1 dan 2 terdapat perbedaan pada layanan *e-wallet* yang sering digunakan sebelum dan selama pandemi Covid-19. Penjelasan pada kedua gambar tersebut menunjukkan bahwa penggunaan layanan di *e-wallet* disesuaikan dengan kondisi atau gaya hidup konsumen sebelum dan setelah Covid-19. Hal itu mengindikasikan adanya pengaruh kesesuaian (*compatibility*) pada penggunaan *e-wallet*.

Sejalan dengan penjabaran tersebut, beberapa penelitian terdahulu menganalisis pengaruh tiga faktor, yaitu persepsi kebergunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kesesuaian terhadap minat penggunaan (*intention to use*) *e-wallet*. Salah satu penelitian terdahulu menyatakan bahwa kebergunaan (*usefulness*) dapat dikaitkan dengan keinginan untuk menggunakan (*intention to use*) *e-wallet* (Hidayat

et al., 2021). Bahkan penelitian lain mengatakan bahwa persepsi kebergunaan (*perceived usefulness*) menjadi prediktor utama yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* (Chawla & Joshi, 2019). Kedua pendapat tersebut juga didukung oleh beberapa penelitian lain yang juga menyatakan bahwa persepsi kebergunaan mempengaruhi minat penggunaan (Aji, Berakon, & Md Husin, 2020; Aji, Berakon, & Riza, 2020; Chen & Aklikokou, 2019; Leong et al., 2020; Tun, 2020; Yang et al., 2021). Selain persepsi kebergunaan, faktor lain yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).

Ketika pengguna merasa mudah dalam menggunakan (*ease of use*) *m-payment*, maka peluang mereka menggunakan *m-payment* akan lebih besar (Leong et al., 2020). Pernyataan itu didukung oleh penelitian lain yang menyatakan bahwa perusahaan penyedia *e-wallet* seperti bank dan toko *online* yang fokus pada pengembangan dan penyediaan sistem pembayaran yang mudah, sehingga mampu untuk menarik minat konsumen lebih besar (Yang et al., 2021). Hasil penelitian lain yang juga mendukung kedua pernyataan itu yaitu (Chen & Aklikokou, 2019; Tahar et al., 2020). Namun, beberapa penelitian terdahulu (Aji, Berakon, & Riza, 2020; Hidayat et al., 2021) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan.

Kesesuaian (*compatibility*) yang baik akan memberikan pengalaman dan nilai yang berarti bagi konsumen, sehingga dapat menimbulkan minat yang positif terhadap *mobile wallet* (Chawla & Joshi, 2019). Pernyataan tersebut juga didukung oleh penelitian lain yang mengatakan bahwa kesesuaian berpengaruh secara langsung dan signifikan (Jayasingh & Eze, 2010; Yang et al., 2021). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa kesesuaian adalah prediktor terkuat terhadap perilaku minat (Nordhoff et al., 2021). Namun berlawanan dengan pernyataan itu, penelitian lain menyatakan bahwa kesesuaian tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat penggunaan (Leong et al., 2020).

“Research is not necessarily the production of something completely original. Often students are daunted by the suggestion that they are required to produce some

original findings, and often overestimate what is meant by ‘original’. Research can, for example, involve the testing of existing theories on new situations, which would still produce original findings” (Gratton & Jones, 2010). Berdasarkan pernyataan itu, maka adanya peningkatan penggunaan *e-wallet* selama pandemi Covid-19, perbedaan pada hasil di lapangan dan perbedaan pendapat oleh para ahli, membuat peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam faktor-faktor persepsi kebergunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), dan kesesuaian (*compatibility*) yang mempengaruhi minat penggunaan (*intention to use*) *e-wallet* di Indonesia pada semua *platform* selama masa pandemi Covid-19. Dengan demikian, peneliti hanya akan berfokus pada **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah di dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Apakah persepsi kebergunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*?
3. Apakah kesesuaian (*compatibility*) berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Menganalisis pengaruh persepsi kebergunaan (*perceived usefulness*) terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
2. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
3. Menganalisis pengaruh kesesuaian (*compatibility*) terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut ini adalah dua manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini.

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan baru dalam penelitian terkait *financial technology*, khususnya untuk bisnis *e-wallet*, sehingga ke depannya dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya yang juga meneliti *e-wallet*.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi *insight* terkait perilaku konsumen dalam menggunakan *e-wallet*, sehingga perusahaan yang berkecimpung di bidang itu dapat lebih mantap mengembangkan produk dan menyusun strategi pemasarannya. Selain itu, juga dapat menjadi rujukan masyarakat terkait hal-hal yang perlu diperhatikan dalam menggunakan *e-wallet*.