

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

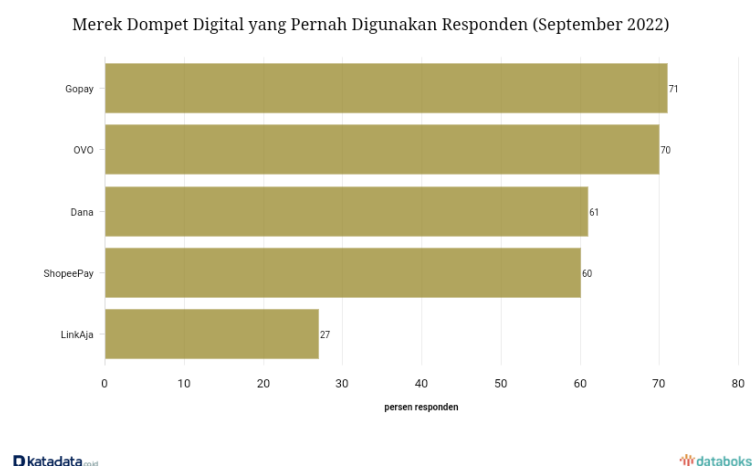
Perkembangan sebuah teknologi yang pesat membawa dampak besar bagi kemajuan peradaban manusia. Hal ini ditandai dengan adanya perubahan pada beberapa aktivitas yang mengutamakan kemampuan fisik telah tergantikan oleh mesin atau perangkat otomatis (S. A. Kinanti & Mukhlis, 2022). Secara nyata, teknologi telah memberi banyak manfaat yang besar bagi kehidupan masa kini hingga suatu pekerjaan menjadi lebih cepat untuk dilakukan. Teknologi menjadikan individu merasa lebih mudah dalam mencapai suatu tujuan dan mampu meminimalisir penggunaan waktu serta tenaga yang berlebih (Ismail & Purwani, 2021).

Penggunaan teknologi digital yang semakin tinggi melatarbelakangi adanya berbagai inovasi salah satunya dalam bidang *financial technology* (*fintech*). Fintech secara umum dikenal sebagai sebuah penyedia layanan keuangan yang dipadukan dengan sistem teknologi. Berbagai jenis layanan disediakan oleh *fintech* salah satunya yang populer yaitu dompet digital. Dompet elektronik (*e-wallet*) sendiri merupakan sebuah layanan *fintech* yang memfasilitasi transaksi secara digital meliputi penyimpanan, pinjaman, transfer dan pembayaran dana secara online. Transaksi secara digital memiliki banyak keunggulan diantaranya memberikan kemudahan, kecepatan dan efisiensi dibanding dengan transaksi secara tunai (Setyo et al., 2022).

Salah satu layanan dompet digital yang kini semakin mengalami peningkatan penggunaan adalah pembayaran digital (*digital payment*). *Digital Payment* adalah layanan yang mengubah sistem pembayaran dari uang tunai

menjadi pembayaran uang elektronik (*e-money*) yang dinilai dapat dilakukan secara lebih praktis (Sholihah & Ariyani, 2023). Aplikasi *marketplace* terbesar di Indonesia Shopee yang meluncurkan layanan dompet digital *Shopee Payment* (ShopeePay) secara resmi pada akhir tahun 2018. ShopeePay menyediakan berbagai fitur transaksi digital yang dapat diakses secara mudah dan cepat (Mawardani & Dwijayanti, 2021).

Kecenderungan masyarakat dalam memilih ShopeePay dalam bertransaksi menjadikan ShopeePay masuk dalam salah satu diantara *e-wallet* populer di Indonesia. Hal ini ditinjau dari survei yang dilakukan oleh *E-Wallet Industry Outlook 2023 Insight Asia* pada bulan September 2022 yang menunjukkan bahwa ShopeePay menyaingi GoPay, OVO dan Dana dalam posisi berurutan pertama, kedua dan ketiga dari lima kategori merek dompet digital yang populer dan sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. ShopeePay memiliki jumlah penggunaan yang tinggi ditunjukkan dengan jumlah persentase sebesar 60%. Hal tersebut ditunjukkan oleh grafik pada gambar dibawah ini:



Gambar 1.1 Merek Dompet Digital Yang Pernah Digunakan Responden (September 2022)

(Sumber: Databoks.katadata.co.id)

Penggunaan layanan ShopeePay turut digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat di era digital saat ini. Beragam kemudahan dan kegunaan yang diberikan ShopeePay dinilai mampu membuat masyarakat memiliki minat untuk menggunakannya. Selain itu, ShopeePay juga aktif dalam menawarkan promosi maupun diskon dalam setiap layanannya sehingga dapat menciptakan ketertarikan bagi konsumen (Shafira, 2017). Keunggulan dan kemudahan yang diberikan ShopeePay menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk memilih menggunakan atau tidak menggunakannya.

Menurut Cahyo et al (2022) persepsi kemudahan layanan mengarah pada tingkat kepercayaan seseorang terhadap layanan yang akan digunakan. Jika seseorang percaya layanan ShopeePay mudah digunakan, maka orang tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang percaya layanan tersebut tidak mudah digunakan, maka orang tersebut tidak akan menggunakannya. Adanya kemudahan pada layanan ShopeePay diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi para penggunanya, karena semakin tinggi tingkat persepsi seseorang terhadap kemudahan layanan, maka tingkat pemanfaatan teknologi juga akan mengalami peningkatan (Prasetya & Putra, 2020).

Setelah faktor kemudahan, faktor kegunaan sebuah layanan pembayaran digital juga menjadi salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan oleh seseorang sebelum menggunakannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Umah & Siswahyudianto (2022) menunjukkan bahwa konsumen mampu merasakan adanya kegunaan atau manfaat dari penggunaan dompet digital *ShopeePay*. Beberapa kegunaannya jika dibanding dengan transaksi menggunakan uang tunai diantaranya adalah lebih memudahkan saat melakukan pembayaran dalam jumlah yang pas dan menciptakan rasa nyaman dalam transaksi karena dapat

meminimalisir risiko kehilangan uang tunai. Penggunaan *ShopeePay* dipercaya mampu memberikan nilai kebermanfaatan sebagai salah satu penyedia layanan pembayaran digital, dimana individu percaya jika penggunaan teknologi tersebut mampu memberikan manfaat terhadap aktivitas yang dilakukannya (Sholihah & Ariyani, 2023).

Selain faktor kemudahan dan kegunaan, promosi juga menjadi salah satu hal yang sering dipertimbangkan seseorang sebelum membeli maupun menggunakan layanan. Adanya promosi mampu menarik perhatian seseorang untuk menggali informasi lebih lanjut mengenai produk maupun jasa layanan. Hal ini berkaitan dengan pengertian promosi menurut Saragih (2018) yaitu promosi merupakan sebuah aktivitas yang bertujuan untuk memberikan informasi terkait keunggulan suatu layanan sehingga membuat pelanggan tertarik untuk menggunakan layanan tersebut. Tujuan dari adanya promosi adalah meningkatkan intensitas penggunaan sebuah layanan sehingga layanan tersebut semakin sering digunakan. Selain itu, promosi juga memberikan keuntungan bagi seseorang yang menggunakan layanan tersebut seperti mendapatkan diskon dalam pembayaran. Hal tersebut menjadi salah satu strategi bagi aplikasi Shopee dalam meningkatkan penggunaan. Diantara strategi promosi yang dilakukan adalah dengan memberikan promo *cashback*, gratis ongkir, voucher diskon dan potongan harga (Syukriyyah & Karyaningsih, 2022).

Berbagai faktor pertimbangan yang telah dijelaskan menjadi dasar sebelum seseorang berminat untuk menggunakan sebuah layanan. Minat penggunaan didefinisikan sebagai niat atau kemauan seseorang terhadap sesuatu. Munculnya kemauan berawal dari pikiran dan selanjutnya dapat mendorong diri untuk melakukan tindakan. Menurut Cahyo et al (2022)

didefinisikan bahwa minat penggunaan merupakan rasa ketertarikan terhadap suatu hal tertentu yang dinilai dapat memberikan kegunaan atau keuntungan bagi dirinya. Selain itu, minat penggunaan mampu lahir tanpa adanya paksaan dari pihak luar karena ketertarikan tersebut muncul dari dalam dirinya sendiri. Sebelum seseorang tertarik menggunakan *digital payment* ShopeePay maka penting untuk mempertimbangkan beberapa faktor seperti faktor persepsi kemudahan, kegunaan dan promosi yang dapat diperolehnya (Umah & Siswahyudianto, 2022).

Penelitian ini ditunjang dengan adanya *gap riset* yang dilakukan oleh Umah & Siswahyudianto (2022) untuk menganalisis pengaruh antara variabel promosi, kegunaan dan kemudahan terhadap minat keputusan penggunaan yang memperoleh hasil bahwa variabel promosi dan persepsi kegunaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan sedangkan persepsi kemudahan positif tidak berpengaruh signifikan. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Syukriyyah & Karyaningsih (2022) menyatakan bahwa promosi penjualan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian oleh Agustino et al (2021) dan Desita & Dewi (2022) yang mendapat hasil bahwa minat menggunakan dipengaruhi oleh faktor persepsi kemudahan, kegunaan dan promosi secara signifikan.

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan, peneliti menyadari bahwa persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan promosi merupakan faktor penting yang perlu dipertimbangkan sebelum menggunakan layanan dompet digital. Selain itu, penelitian dilakukan untuk mengetahui hasil terbaru atas penelitian sebelumnya. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini

dengan judul “*Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kegunaan dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment ShopeePay Masyarakat Sumenep*”.

1.2 Rumusan Masalah

- 1 Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *digital payment* ShopeePay masyarakat Sumenep?
- 2 Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *digital payment* ShopeePay masyarakat Sumenep?
- 3 Apakah promosi berpengaruh terhadap minat penggunaan *digital payment* ShopeePay masyarakat Sumenep?
- 4 Apakah persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan promosi berpengaruh terhadap minat penggunaan *digital payment* ShopeePay masyarakat Sumenep?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah ini dilakukan agar penelitian dapat terlaksana sesuai tujuan yang telah penulis rencanakan. Maka, ditetapkan fokus pada penelitian ini meliputi pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan promosi terhadap minat penggunaan *digital payment* ShopeePay bagi masyarakat Sumenep.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi kemudahan ShopeePay terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada masyarakat Sumenep.

2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi kegunaan ShopeePay terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada masyarakat Sumenep.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh promosi ShopeePay terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada masyarakat Sumenep.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan promosi ShopeePay terhadap minat menggunakan pembayaran digital pada masyarakat Sumenep.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Masyarakat

Manfaat adanya penelitian ini sebagai pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan ShopeePay sebagai alat pembayaran. Melalui hasil penelitian ini, masyarakat mampu menilai dampak yang diperoleh dalam penggunaan dompet digital terutama ShopeePay dalam kegiatan bertransaksi.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini memiliki harapan untuk dapat menjadi suatu evaluasi bagi ShopeePay agar bisa mempertahankan posisinya serta berkembang sesuai harapan para penggunanya, dengan meningkatkan fitur layanannya serta inovasi dalam promosinya. Selain itu, penelitian ini juga bisa menjadi *benchmark* bagi perusahaan *financial technology* lainnya yang masih berada jauh di bawah ShopeePay agar dapat berkembang.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pembelajaran terbaru bagi penulis, serta informasi, khususnya terkait strategi ShopeePay dalam meningkatkan jumlah penggunaannya di tengah banyaknya persaingan perusahaan *financial technology*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pembelajaran yang lebih mendalam terkait persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, promosi penjualan dan minat penggunaan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian sejenis, sebagai pembandingan hasil riset penelitian yang berkaitan dengan persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan promosi yang diterapkan pada penggunaan dompet digital ShopeePay serta pengaruhnya terhadap minat masyarakat dalam menggunakannya dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut.