

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Uang digital atau yang sering disebut dengan *e-wallet* saat ini sangat digemari oleh masyarakat sebagai alat transaksi baik untuk belanja online, pembayaran tagihan, maupun transfer. Pemberlakuan dan penerapan uang elektronik di Indonesia sudah mendapatkan lisensi legal dari Bank Indonesia dan diatur oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik. Hal itu menjadi salah satu pemicu tingginya minat masyarakat terhadap penggunaan uang elektronik di Indonesia karena sudah mendapatkan ijin resmi pemerintah sehingga keamanannya terjamin (Kompas.com, 2019).

Tabel 1.1
Daftar *e-wallet* yang berlisensi di Indonesia 2019

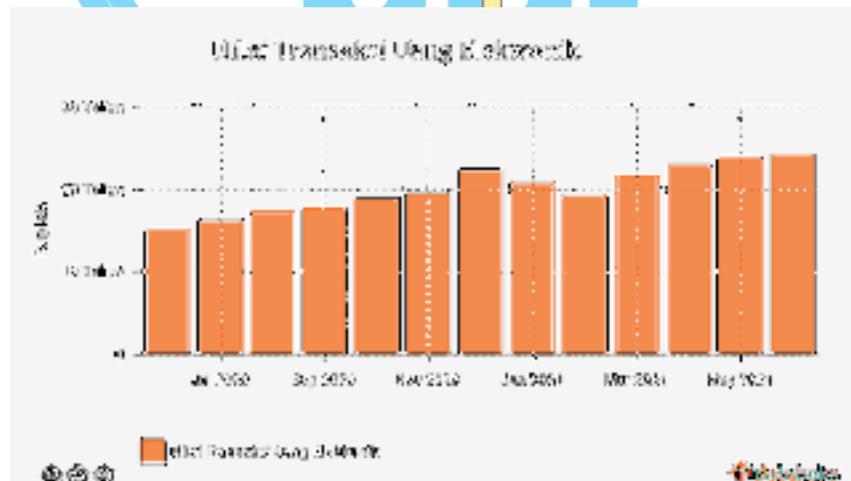
No	<i>E-Wallet</i>	No	<i>E-Wallet</i>
1	MYNT E-Money	19	Gopay
2	Sakuku dan Flazz	20	True Money
3	Rekening Ponsel	21	Dana
4	Jakone dan Jakcard	22	Doet
5	Mandiri E-Cash dan E-Money	23	BSM Cash
6	Mega Virtual dan Cash	24	Gudang Voucher
7	Unikqu dan Tapcash	25	Speed Cash
8	Nobu E-Money	26	OVO Cash
9	BBM Money	27	Isaku
10	T Bank dan Brizzi	28	Paytren
11	Finnchannel	29	Kaspro
12	Paypro/Dometku	30	Bluepay
13	Dokupay	31	Ezeelink
14	Skyecard	32	M-Bayar
15	Flexy Cash dan Ivas Card	33	Duwit
16	T-Cash	34	Sopeepay
17	Xl Tunai	35	Simas E-Money

18	Uangku	36	Ottocash
		37	Linkaja

Sumber : Kompas.com, 2019

Berdasarkan data dari Bank Indonesia bahwa pada tahun 2019 terdapat 37 e-wallet yang beroperasi di Indonesia dan sudah memiliki ijin atau lisensi resmi dari pemerintah. Hal tersebut mengindikasikan bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap kehadiran dompet digital sangat tinggi dan terbukti dengan beragamnya perusahaan penyedia jasa e-wallet yang beroperasi di Indonesia baik dompet digital dari perusahaan lokal maupun asing sukses mendapatkan pasarnya masing-masing (Kompas.com, 2019).

Bank Indonesia mencatat nilai uang elektronik yang diterima mencapai Rp 7,69 Triliun hingga bulan April 2021. Adapun jumlah uang elektronik tersebut terdiri atas Rp 3,32 Triliun yang diterbitkan oleh Bank dan sisanya sebesar Rp 4,67 Triliun diterbitkan oleh non Bank atau institusi terkait (Databoks, 2021b).



Gambar 1.1
Nilai Transaksi Uang Elektronik Di Indonesia

Sumber : Databoks, 2021

Bank Indonesia mencatat nilai transaksi uang elektronik di Indonesia hingga bulan Juni 2021 mencapai Rp 24,2 triliun, jumlah tersebut meningkat sebanyak 2,1% dari bulan Mei. Angka tersebut menjadi menjadi rekor tertinggi sepanjang tahun

2021 dan jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2020 maka terjadi peningkatan sebesar 61,6% (Databoks, 2021a). Hal tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat semakin gemar menggunakan layanan dompet digital untuk pembayaran sehari-hari.



Gambar 1.2
E-Wallet Alternatif Pembayaran

Sumber : Iprice, 2020

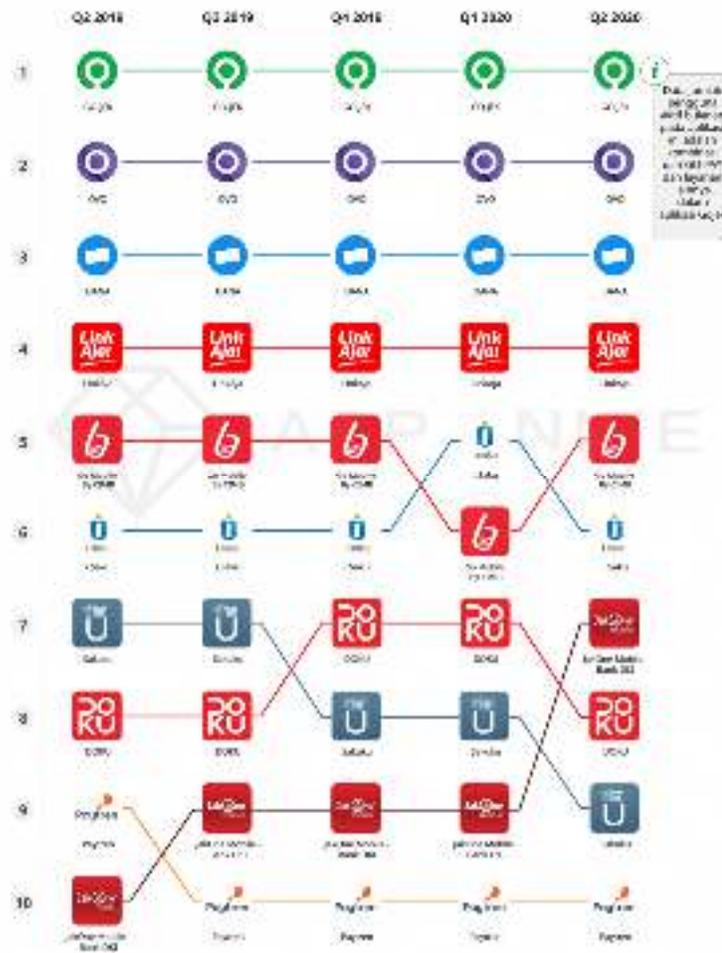
E-wallet menjadi alternatif pembayaran online yang terbukti dapat meningkatnya transaksi *cashless*. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh iPrice kepada 1000 responden diperoleh bahwa sebanyak 26% responden memilih untuk menggunakan *e-wallet/e-money* sebagai metode pembayaran saat melakukan online shopping, 30% menggunakan metode transfer Bank, 25% sistem COD dan yang paling sedikit menggunakan kartu kredit sebesar 2% saja. Hal itu dikarenakan *e-wallet* merupakan metode pembayaran yang multifungsi, bisa untuk pembayaran *e-commerce*, pengiriman makanan online, *platform* Investasi, dan insentif pemerintah (Iprice, 2020).

Berdasarkan data dari Iprice pada tahun 2020 terdapat 10 *e-wallet* atau dompet digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Di posisi

pertama adalah Gojek dengan dompet digitalnya Gopay, posisi kedua OVO, selanjutnya posisi ketiga ada DANA, urutan empat adalah *e-wallet* Linkaja dan di posisi kelima Gomobile by CIMB Niaga. Selanjutnya di posisi enam hingga sepuluh adalah Isaku, Jakone mobile, Doku, Sakuku dan Paytren (Iprice, 2020).

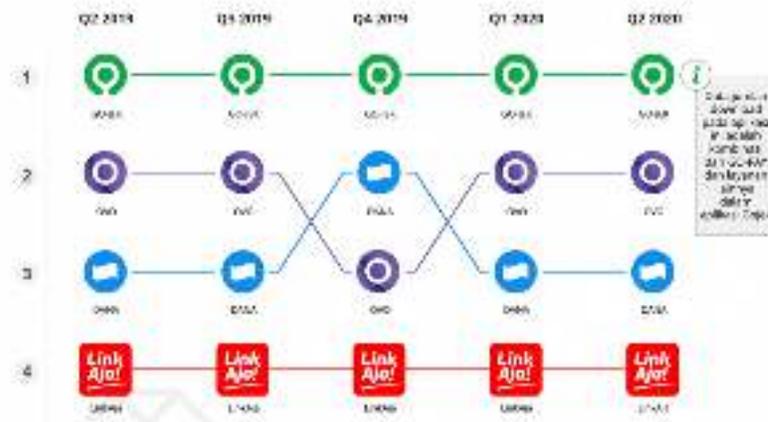
Salah satu *e-wallet* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah DANA. *E-wallet* DANA pertama kali dirilis pada tahun 2018 oleh PT Espay Debit Indonesia. Walaupun DANA masih terbilang baru sebagai dompet digital di Indonesia namun DANA masuk dalam 5 besar *e-wallet* paling populer dan menduduki peringkat nomor empat (Iprice, 2020). *E-wallet* DANA menawarkan berbagai kemudahan transaksi digital dan sudah bekerjasama dengan banyak perusahaan di berbagai sektor, seperti sektor perbankan pada BCA, BNI, Mandiri dan BTPN, kemudian sektor minimarket/supermarket ada Alfamidi dan Ramayana, lalu di sektor lain DANA sudah menjalin kerjasama dengan KFC, Hokben, Kopi kenangan dan masih banyak lainnya (Dana.id, 2020).





Gambar 1.3
Daftar E-Wallet Terbesar Berdasarkan Jumlah Pengguna Aktif Bulanan
 Sumber : Iprice, 2020

Berdasarkan gambar 1.3 DANA konsisten berada di posisi 3 besar sebagai *e-wallet* dengan pengguna aktif bulanan tertinggi kuartal 2 tahun 2019 hingga kuartal 2 tahun 2020. DANA merupakan *e-wallet non-government* yang memiliki tipe *servis finansial* fokus untuk melakukan transaksi dan pengiriman uang yang tergabung dalam satu *super App* terdiri dari beragam *servis*. DANA sukses menjadi *E-Wallet Non-Bank* dengan Pengguna Aktif Bulanan Tertinggi kedua setelah OVO (Iprice, 2020).



Gambar 1.4
E-Wallet Dengan Jumlah Download Terbanyak Di App Store dan Play Store
 Sumber : Iprice, 2020

Berdasarkan data dari Iprice pada tahun 2020 DANA konsisten masuk empat besar sebagai *e-wallet* dengan jumlah download terbanyak. Pada kuartal 2 hingga 3 tahun 2019 DANA selalu berada di posisi ketiga sebagai *e-wallet* dengan *download* tertinggi. Pada kuartal empat tahun 2019 DANA berhasil naik ke posisi nomor dua, namun pada kuartal selanjutnya DANA kembali ke posisi ketiga dan berhasil digeser oleh OVO (Iprice, 2020).

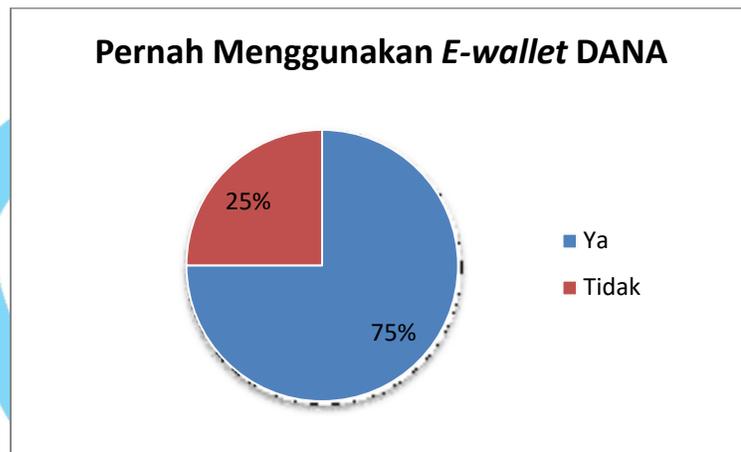
Tabel 1.2
5 Dompot Digital Terbaik Di Indonesia 2021 Berdasarkan Rating Playstore

No	E-Wallet	Rating App Store
1	DANA	4,6
2	Linkaja	4,5
3	Gopay	4,2
4	Sakuku	4,1
5	OVO	4

Sumber : GoodNews.id, 2021

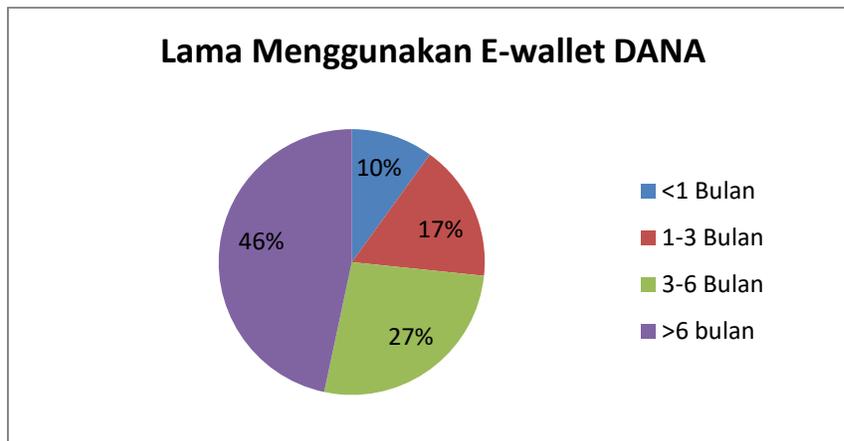
Berdasarkan GoodNews.id pada tahun 2021 DANA menjadi *e-wallet* dengan rating tertinggi di *App Store* dengan perolehan *rating* 4,6 dari skala 5 dan tidak hanya itu DANA juga mampu memperoleh ulasan positif dari penggunaanya di *Google Playstore* (GoodNews, 2021).

Melihat tingginya minat masyarakat terhadap *e-wallet* DANA maka penulis melakukan pra-survei dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran secara nyata dilapangan terkait pengguna DANA. Adapun pra-survei ini dilakukan kepada mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang dengan total responden yang berpartisipasi sebanyak 40 mahasiswa. Adapun hasil pra-survei adalah sebagai berikut.



Gambar 1.5
Pra-Survei Pengguna E-Wallet DANA Mahasiswa Program Studi Manajemen
UBP Karawang
Sumber : Pra-Survei, 2021

Berdasarkan hasil pra-survei diketahui bahwa sebanyak 75% atau sebanyak 30 responden dari 40 partisipan pernah menggunakan *e-wallet* DANA dan sisanya sebanyak 25% atau 10 responden belum pernah menggunakan DANA. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa minat mahasiswa terhadap DANA sangat tinggi karena lebih dari 50% memakai DANA.



Gambar 1.6
Pra-Survei Lama Pengguna E-Wallet DANA Mahasiswa Program Studi
Manajemen UBP Karawang
 Sumber : Pra-Survei, 2021

Berdasarkan hasil pra-survei diketahui seberapa lama responden menggunakan *e-wallet* DANA dan diperoleh hasil bahwa dari total 30 responden yang pernah menggunakan DANA bahwa mereka sudah memakai DANA sebanyak 46% lebih dari 6 bulan, 27% 3-6 bulan, 17% 1-3 bulan dan sebanyak 10% kurang dari 1 bulan. Dari hasil tersebut diperoleh gambaran bahwa kebanyakan responden sudah memakai DANA sejak lama dan masih menggunakan hingga sekarang.

Melihat fenomena yang terjadi pada *e-wallet* DANA yang didukung oleh data empirik yang sebelumnya telah dipaparkan dan diperkuat dengan hasil pra-survei maka diperoleh bahwa minat masyarakat terhadap *e-wallet* DANA sangat tinggi. Minat beli atau niat menggunakan merupakan niat seorang konsumen untuk membeli produk atau menggunakan sebuah layanan jasa tertentu yang yang diinginkan untuk dikonsumsi atau digunakan (Damayanti, 2019). *Intention to use* atau minat menggunakan yaitu sebuah tingkah laku yang berkecenderungan selalu ingin menggunakan teknologi (N. K. Gunawan, 2020). Hal tersebut mengindikasikan bahwa minat seseorang terhadap sebuah layanan yang mengadopsi kemajuan teknologi sangat digemari karena dinilai lebih mudah penggunaannya dan tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga. Minat juga dapat mengindikasikan adanya tindakan

atau perilaku yang akan dilakukan dimasa yang akan datang dan akan mengulangnya di kemudian hari (Setyawati, 2020). Minat seseorang dalam memilih produk atau layanan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, menurut (Tanujaya, 2020) faktor tersebut adalah kemudahan penggunaan atau *ease of use* dan kepercayaan atau *trust* (Rahmiati, 2019).

Menurut Davis dalam (Syfa Vidya Renata, 2020) menjelaskan bahwa *perceived ease to use* atau kemudahan penggunaan sebagai tingkat harapan pengguna terhadap upaya untuk menggunakan sebuah teknologi. Kemudahan penggunaan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang untuk memudahkan pengguna dan tidak menyulitkan (Arta, 2020). Kemudahan ini memiliki makna bahwa suatu layanan akan mudah dipahami dan dapat dengan mudah dioperasikan, sehingga konsumen akan mudah mempelajari tata cara penggunaan layanan. Menurut Turban dalam (Fatuh, 2017) kemudahan penggunaan yang sukses sebaiknya dapat digunakan semudah mungkin tanpa melalui proses yang dapat mempersulit para pemakainya.

Trust atau kepercayaan merupakan keyakinan integritas, kebajikan, kompetensi dan kemampuan yang dimiliki seseorang atau perusahaan terhadap orang lain atau pelanggan (Zhang, T., Lu, C., & Kizildag, 2018). Lebih jauh (Tjokrosaputro, 2020) bahwa *trust* dapat dijelaskan sebagai keyakinan subjektif pengguna dalam suatu hubungan yang terumana ketika adanya resiko dan ketidakpastian. Menurut Zhu dalam (Hifdzur Rahman, 2020) menyatakan "*trust has a very important role in reducing perceived risks*". Yang berarti bahwa ketika tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan tinggi maka risiko yang dirasakan oleh konsumen semakin rendah. Morgan & Hunt dalam (Hifdzur Rahman, 2020) memaparkan bahwa hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan pelanggan banyak ditentukan oleh kepercayaan dan komitmen. Kepercayaan bukan hanya sebagai faktor yang dapat mempengaruhi minat seorang konsumen terhadap produk atau jasa, namun memiliki peranan yang lebih besar. Dimana kepercayaan dapat bertindak multifungsi yaitu sebagai mediasi yang dapat mempengaruhi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan

oleh (Riani Mujiasih, 2020) yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat beli melalui kepercayaan. Hasil penelitian tersebut juga diperkuat oleh (Yudiarti, 2017) yang mengatakan bahwa kepercayaan dapat memperkuat pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat beli seseorang. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting bagi seorang pelanggan dalam menentukan minatnya terhadap suatu produk atau layanan.

Beberapa penelitian terdahulu pernah dilakukan tentang pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan. Salah satunya oleh (Damayanti, 2019) dengan hasil kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Namun penelitian dengan hasil temuan berbeda dilakukan oleh (N. K. Gunawan, 2020) yang mengatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh pada minat menggunakan. Penelitian pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan pernah dilakukan oleh (Riani Mujiasih, 2020) dengan hasil bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.

Penelitian tentang pengaruh kepercayaan terhadap minat beli pernah dilakukan oleh (Chawla & Joshi, 2019) dengan hasil mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli, namun penelitian dengan hasil temuan berbeda terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh (K. A. dan H. Gunawan, 2018) bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat beli. Penelitian tentang kepercayaan sebagai variabel mediasi kemudahan penggunaan terhadap minat beli pernah dilakukan oleh (Riani Mujiasih, 2020) dengan hasil temuan bahwa kepercayaan adalah variabel yang dapat memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat beli.

Berdasarkan dari data empirik yang telah diuraikan diatas dan dari kajian beberapa hasil penelitian terdahulu ditemukan adanya *research gap* atau perbedaan hasil penelitian yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti perbedaan indikator yang digunakan, populasi dan jumlah sampel, lokasi penelitian, objek yang diteliti ataupun teknik analisisnya. Maka dari itu penelitian ini sangat menarik untuk diteliti

kembali dengan judul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Pada E-Wallet DANA (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas maka masalah-masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

1. *Bank Indonesia menerima hasil transaksi uang elektronik pada April 2021 sebesar Rp 7,6 Triliun, namun Rp 4,67 Triliun diterbitkan atau berasal dari non bank.*
2. *Nilai transaksi uang elektronik di Indonesia tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar sebesar 61,6% dari tahun 2020 dan menjadi rekor tertinggi sepanjang adanya uang elektronik. Namun pada bulan Januari ke Februari 2021 mengalami penurunan.*
3. *Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh iPrice bahwa sebanyak 26% orang menggunakan e-wallet/e-money sebagai pilihan metode pembayaran saat melakukan belanja online, namun masih kalah dengan metode transfer bank yaitu sebesar 30%.*
4. *E-wallet DANA selalu konsisten menjadi 3 besar sebagai e-wallet dengan jumlah kunjungan aktif bulanan dan jumlah download terbanyak di Indonesia 2018-2021. Namun pada kuartal 4 2019 ke kuartal 1 2020 DANA sempat mengalami penurunan dalam hal jumlah download.*
5. *E-wallet DANA menjadi e-wallet dengan rating tertinggi di Google PlayStore pada tahun 2021, namun masih terdapat banyak ulasan negatif dari pengguna.*
6. *Berdasarkan hasil pra-survei kepada mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang ditemukan bahwa mayoritas responden memakai DANA sebanyak 75% dan sisanya 25% tidak menggunakan DANA.*

7. Berdasarkan hasil pra-survei kepada mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang ditemukan bahwa 46% responden sudah menggunakan DANA lebih dari 6 bulan.
8. Terdapat *research gap* hasil penelitian yang membahas tentang pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat beli.
9. Terdapat *research gap* hasil penelitian yang membahas tentang pengaruh kepercayaan terhadap minat beli.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah bertujuan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah dan terarah. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bidang kajian penelitian ini adalah bidang ilmu Manajemen khususnya Manajemen Pemasaran
2. Variabel yang diteliti yaitu kemudahan penggunaan, kepercayaan dan minat menggunakan.
3. Objek penelitian pada pengguna *e-wallet* DANA
4. Responden yang diteliti pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang
5. Pendekatan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif
6. Metode analisis menggunakan SEM-PLS dengan alat bantu analisis SmartPLS

1.4 Perumusan Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kemudahan penggunaan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang?

2. Bagaimana kepercayaan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang?
3. Bagaimana minat menggunakan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang?
4. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang?
5. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang?
6. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang?
7. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan melalui kepercayaan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang?

1.5 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah yang dirumuskan diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis, memahami dan menjelaskan bagaimana:

1. Kemudahan penggunaan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang
2. Kepercayaan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang
3. Minat menggunakan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang
4. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang

5. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang
6. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang
7. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan melalui kepercayaan pada *e-wallet* DANA dikalangan mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang

1.6 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan dan sumber informasi, secara umum terdapat dua hal utama manfaat penelitian secara Teoritis dan Praktis.

1.6.1 Manfaat teoritis

1. Dari hasil temuan kemudahan penggunaan yang terdapat pada *e-wallet* DANA maka secara teoritis dapat dijadikan sumber kajian dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya di bidang minat beli.
2. Dari hasil temuan kepercayaan yang terdapat pada *e-wallet* DANA maka secara teoritis dapat dijadikan sumber kajian dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya dibidang loyalitas pelanggan.
3. Dari hasil temuan minat menggunakan yang terdapat pada *e-wallet* DANA maka secara teoritis dapat dijadikan sumber kajian dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya dibidang perilaku konsumen.

1.6.2 Manfaat praktis

1. Dengan diketahuinya kemudahan penggunaan yang terdapat pada *e-wallet* DANA maka dapat dijadikan acuan bagi perusahaan untuk meningkatkan minat beli konsumen.

2. Dengan diketahuinya kepercayaan yang terdapat pada *e-wallet* DANA maka dapat dijadikan acuan bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan minat konsumen.
3. Dengan diketahuinya minat menggunakan yang terdapat pada *e-wallet* DANA maka dapat dijadikan acuan bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan loyalitas pelanggan.

