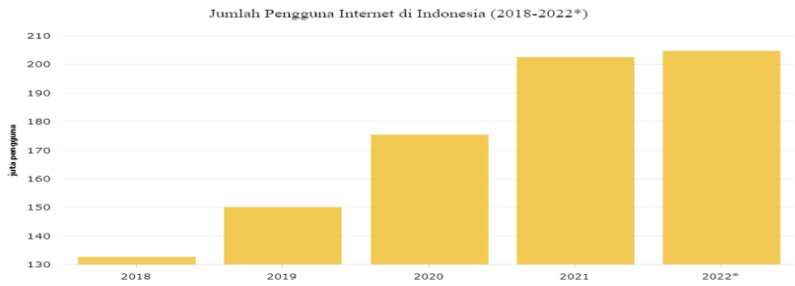
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital yang tidak terlepas dari segala aspek kehidupan saat ini, menjadikan semua pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih mudah dan cepat. Hal ini tentunya tidak terlepas dari kebiasaan manusia saat ini yang sangat bergantung pada teknologi seperti *smartphone*. Berbagai kemudahan dan manfaat yang dirasakan, membuat orang-orang tidak hanya mengandalkan *smartphone* mereka sebagai media berkomunikasi saja. Penggunaan smartphone kini beralih menjadi perangkat multifungsi atau serba bisa yang membantu manusia dalam pekerjaannya. Saat sekarang ini hampir semua orang di dunia bergantung pada *smartphone* dalam kehidupan mereka sehari-hari. Mulai dari bangun tidur hal pertama yang mereka lakukan adalah melihat notifikasi dan jadwal harian yang telah dibuat pada *smartphone* masing-masing, sehingga mereka tahu hal-hal apa saja yang harus dilakukan hari ini. Kebiasaan ini membantu mereka yang dengan mobilitas tinggi untuk tetap update dengan pekerjaan dan hubungan sosial mereka yang terhubung ke internet yang sebagian besarnya diakses melalui *smartphone.*

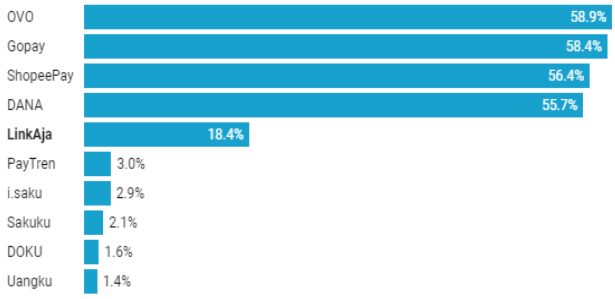
Tingginya jumlah penggunaan internet yang digunakan di *smartphone* dengan menggunakan sistem android dan iOS mereka. Dari teknologi informasi yang menyebabkan adanya aplikasi yang berbasis internet. Asosiasi penyelenggara jasa ada 204,7 juta pengguna internet di Indonesia awal 2022. Berikut ini adalah jumlah internet di Indonesia :



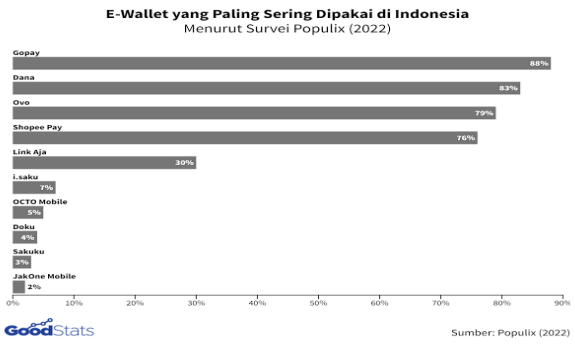
Gambar 1.1.
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)
Sumber : data sekunder *We Are Social*, 2022.

Menurut laporan *We Are Social*, terdapat 204.7 juta pengguna internet di tanah air per Januari 2022, jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%. Pada 2018 tingkat penetrasi internet di tanah air baru mencapai 50% dari total penduduk. Artinya, tingkat penetrasi internet nasional sudah meningkat cukup pesat dalam beberapa tahun belakangan. Pemerintah diharapkan bisa terus mendukung perluasan jangkauan internet ke seluruh pelosok negeri. Internet bisa sangat membantu masyarakat dalam mengakses informasi, baik untuk kepentingan edukasi, bisnis, maupun hiburan.

Dalam era sekarang sangat penting bagi perekonomian untuk memberikan inovasi teknologi kedalamnya agar masyarakat pengguna ekonomi digital dapat dengan mudah melakukan transaksi secara efektif dan efisien. Saat ini telah hadir inovasi finansial dibidang jasa dengan sentuhan teknologi modern yang disebut *Financial Technology* (*fintech*) Menurut peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 *fintech* merupakan penggunaan teknologi sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran, keamanan dan keandalan sistem pembayaran. Tercatat, ada beberapa jenis layanan yang termaksud dalam *fintech* seperti *Payments*, *Clearing & Settlements*, *Risk Deposits*, *Lending* & *Capital Raising*, *Market Provisioning*, dan *Investment Management*. Di Indonesia, pengguna *fintech* terus bertambah setiap tahunnya. Berdasarkan hasil survey DailySocial[id], CNBC.COM Dan Populix pada tahun 2021-2022 diperoleh gambaran data sebagai berikut :



Gambar 1.2.
Data Pengguna E-Wallet Di Indonesia Tahun 2021
Sumber data sekunder DailySocial[id], CNBC.COM 2021



Gambar 1.3.
Data Pengguna E-Wallet Di Indonesia Tahun 2022
Sumber data sekunder Populix (2022)

Keberadaan *fintech*, mengubah perilaku masyarakat bertransaksi. Untuk bertransaksi keuangan misalnya, alih-alih menggunakan cara konservatif dengan memanfaatkan layanan transfer perbankan seperti yang dilakukan generasi "lama", masyarakat masa kini populer menggunakan layanan *Payments*, yang terbentuk Dari survei yang dilakukan oleh DailySocial[id] (2021) melibatkan 825 responden, secara peringkat pengguna OVO berada di urutan pertama sebesar 58,9%, disusul oleh Go-Pay 58.4%, ShopeePay 56,4%, Dana 55,7%, data tersebut menjelaskan jika minat transaksi terhadap e-wallet di indonesia masuk kedalam kategori tinggi. Minat menggunakan Go-Pay berdasarkan data Populix (2022) meningkat menjadi 88% dibanding tahun 2021. Hal ini membuktikan jika minat menggunakan Go-Pay tahun 2021 -2022 meningkat.

Minat transaksi e-wallet di Indonesia dipengaruhi oleh kemudahan

KARAWANG

penggunaan dari e-wallet. Menurut (Leoni Joan, 2018:30), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Adapun indikator-indikator dari persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kemudahan penggunaan dapat diukur dengan mudah dipelajari (*easy to learn*), dapat dikontrol (*controllable*), jelas dan dapat dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skillful*) dan mudah digunakan (*easy to use*). Ketika seseorang semakin meyakini bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim, maka minat orang tersebut untuk menggunakan teknologi juga akan semakin meningkat. Selain minat penggunaan. Dilakukan pra survei penelitian pada 50 sampel dengan tujuan mendeskripsikan persepsi kemudahan penggunaan go-pay sebagai berikut :

Tabel 1.1.

Pra Survei Persepsi Kemudahan Penggunaan Go-Pay Pada 50 Sampel Karyawan PT Indomarco Prismatama

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak	Total	Persentase (Ya)	Persentase (Tidak)
1.	Apakah Go-Pay mudah digunakan ?	39	11	50	78%	22%
2.	Apakah pembayaran Go-Pay mudah dipelajari ?	37	13	50	74%	26%
3.	Apakah pembayaran Go-Pay dapat dikontrol otomatis ?	29	21	50	58%	42%
4.	Apakah sistem pembayaran Go-Pay jelas dan mudah dipahami ?	36	14	50	72%	28%
5.	Apakah Go-Pay fleksibel digunakan dalam pembayaran ?	35	15	50	70%	30%
6.	Apakah pengguna baru Go-Pay akan mudah mengerti cara penggunaan Go-Pay ?	34	16	50	68%	32%
Rata-Rata					70%	30%

Sumber data primer diolah tahun 2022

Tabel 1.1. menjelaskan pra penelitian persepsi kemudahan menggunakan Go-Pay terhadap 50 sampel karyawan PT Indomarco Prismatama. Tabel 1.1. menjelaskan jika dari 50 orang karyawan menggunakan Go-Pay sebanyak 70% menjawab mudah digunakan dan 30% menjawab tidak mudah digunakan. Berdasarkan indikator persepsi kemudahan faktor Go-Pay yang tidak dapat dikontrol otomatis adalah faktor paling besar karyawan PT Indomarco Prismatama tidak menggunakan Go-Pay sebagai aplikasi metode pembayaran. Tidak seperti perbankan yang dapat dikontrol otomatis pembayaran autodebet atas persetujuan nasabah, aplikasi Go-Pay tidak dapat melakukan fitur autodebet dalam pembayaran. Hal ini menunjukan jika kemudahan tidak selalu menjadi faktor untuk menggunakan financial technologi Go-Pay. Hasil pra survey didukung dengan data hasil riset yang dilakukan oleh lembaga riset independen *FT Confidential Reserch Mobile* menjelaskan jika Go-Pay adalah aplikasi uang digital yang paling diminati di Indonesia, dengan tercatat pemakainya adalah sebanyak hampir tiga perempat dari seluruh pemakai uang elektronik (Idris, 2019). Go-Pay memberikan dan terus mengembangkan lebih banyak kemudahan pembayaran di berbagai wilayah Indonesia yang mana 40%nya merupakan UMKM. Jasa atau pelayanan yang diberikan Go-Jek adalah go-med, go-massage, go-food, go-tix, dan lainnya yang memiliki dukungan kemudahan teknologi pembayaran digital yang juga bekerja sama seperti Bank Mandiri dan Bank BNI (Priyono, 2017). Selain itu persepsi kemudahan yang ditawarkan Go-Pay didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nurdin, 2022), menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan /transaksi Go-Pay.

Selain faktor persepsi kemudahan penggunaan yang mempengaruhi minat untuk menggunakan suatu teknologi adalah persepsi risiko. Penelitian Muhammad Fatih I'tishom (2020:516) menunjukkan bahwa risiko sebagai sikap dan efek negatif. Hal ini berarti bahwa jika risiko yang dirasakan meningkat maka sikap konsumen akan menurun. Meskipun, teknologi memberikan banyak manfaat dan kemudahan penggunaan bagi para penggunanya, namun ternyata masih ada sejumlah pengguna yang menolak untuk menggunakan teknologi karena terdapat masalah ketidakpastian dan keamanan. Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi persepsi konsumen yaitu risiko, menurut risiko merupakan suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan

seseorang untuk memutuskan “iya” atau “tidak” melakukan transaksi (Priambodo dan Prabawani, 2016). Dilakukan pra survei penelitian pada 50 sampel dengan tujuan mendeskripsikan persepsi risiko penggunaan Go-Pay sebagai berikut :

Tabel 1.2.

Pra Survei Persepsi Risiko Go-Pay Pada 50 Sampel Karyawan PT Indomarco Prismatama

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak	Total	Persentase (Ya)	Persentase (Tidak)
1	Apakah penggunaan Go-Pay memiliki risiko yang berhubungan dengan keuangan ?	30	20	50	60%	40%
2	Apakah penggunaan Go-Pay memiliki risiko yang berhubungan dengan kekhawatiran pendapat orang ?	19	31	50	38%	62%
3	Apakah penggunaan Go-Pay memiliki risiko yang berhubungan dengan kekhawatiran dengan fungsi yang bermasalah ?	24	26	50	48%	52%
4	Apakah penggunaan Go-Pay memiliki risiko kerugian untuk pengguna ?	19	31	50	38%	62%
5	Apakah produk yang ditawarkan Go-Pay memiliki risiko terhadap fisik pengguna ?	13	37	50	26%	74%
6	Apakah penggunaan Go-Pay memiliki risiko ketidaksesuaian fungsi ?	19	31	50	38%	62%
Rata-Rata					41%	59%

Sumber data primer diolah tahun 2022

Tabel 1.2. menjelaskan pra penelitian persepsi risiko menggunakan Go-Pay terhadap 50 sampel karyawan PT Indomarco Prismatama. Tabel 1.2. menjelaskan jika dari 50 orang karyawan menggunakan Go-Pay sebanyak 41% menyatakan Go-Pay memiliki risiko dan 59% menyatakan Go-Pay tidak memiliki risiko. Faktor tertinggi risiko yang dialami pengguna Go-Pay adalah risiko keuangan karena

rentan terhadap penipuan karena berdasarkan pihak perusahaan Go-Pay (Gopay.co.id:2022) risiko top up, risiko pembelian aplikasi streaming, penipuan, kode PIN dan OTP memiliki risiko diretas oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Jika pengguna Go-Pay tidak berhati-hati melakukan transaksi keuangan tentu risiko penipuan akan terjadi. Tetapi 59% responden menyatakan jika aplikasi Go-Pay tidak memiliki risiko, jika pengguna bijak dan berhati-hati dalam melakukan transaksi. Hasil penelitian yang dikemukakan oleh (Nurdin, 2022), menunjukkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan Go-Pay.

Penelitian ini berfokus kepada minat penggunaan/transaksi Go-Pay, sehingga dilakukan pra survei yang dilakukan kepada 50 karyawan PT Indomarco Prismatama mengenai minat penggunaan Go-Pay dengan hasil deskripsi sebagai berikut :

Tabel 1.3.

Pra Survei Minat Transaksi Go-Pay Pada 50 Sampel Karyawan PT Indomarco Prismatama

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak	Total	Persentase (Ya)	Persentase (Tidak)
1.	Apakah kemudahaan penggunaan salah satu faktor minat dalam menggunakan Go-Pay ?	35	15	50	70%	30%
2.	Apakah minat menggunakan sistem keuangan baru seperti Go-Pay ?	32	18	50	64%	36%
3.	Apakah minat penggunaan Go-Pay dikarenakan dukungan brand dan teknis yang baik ?	32	18	50	64%	36%
Rata-Rata					66%	34%

Sumber data primer diolah tahun 2022

Tabel 1.3. menjelaskan pra penelitian minat menggunakan Go-Pay terhadap 50

sampel karyawan PT Indomarco Prismatama. Tabel 1.2. menjelaskan jika dari 50 orang karyawan menggunakan Go-Pay sebanyak 66% menyatakan Go-Pay memiliki minat menggunakan Go-Pay dan 34% menyatakan tidak memiliki minat menggunakan Go-Pay. Faktor minat menggunakan Go-Pay dipengaruhi karena kemudahan transaksi sebanyak 70% dari 50 sampel responden, sementara 30% menyatakan jika kemudahan transaksi bukanlah faktor yang menyebabkan minat menggunakan Go-Pay. Minat menggunakan Go-Pay 2021 – 2022 adalah tinggi dengan total pengguna Go-Pay di tahun 2021 sebanyak 58,4% meningkat di tahun 2022 menjadi 88%, hal ini membuktikan jika minat menggunakan Go-Pay di indonesia meningkat tahun 2021-2022. Perlu adanya penelitian lebih lanjut yang menyebabkan minat penggunaan Go-Pay. Hasil penelitian (Nurdin, 2022) mengemukakan jika persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan, tetapi persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat transaksi.

Berdasarkan studi empirik, teori dan data yang telah dikumpulkan maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat transaksi Go-Pay. Maka ditetapkan judul penelitian ini adalah "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Go-Pay (Studi Kasus Pada Karyawan Pt Indomarco Prismatama)".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan studi teori, empiric dan data yang telah dikumpulkan dijelaskan identifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengguna internet Indonesia semakin tinggi.
2. Pengguna *Financial Technology* berbasis e-wallet seperti Go-Pay tinggi di indonesia mencapai 58,4% meningkat tahun 2022 menjadi 88%, hal ini menunjukan minat menggunakan Go-Pay tahun 2021-2022 meningkat.
3. Persepsi kemudahan tidak selalu menimbulkan minat melakukan transaksi di Go-Pay.

4. Data pra penelitian menjelaskan jika 30% dari 50 orang tidak menggunakan Go-Pay dan persepsi kemudahan tidak menjadi faktor untuk minat transaksi Go-Pay.
5. Go-Pay memiliki risiko diantaranya risiko kuangan seperti resiko kehilangan uang ketika Top-Up, risiko pembelian aplikasi streaming, penipuan dan penipuan PIN atau OTP pengguna yang rentang.
6. 60% dari hasil pra penelitian 50 responden menyatakan jika Go-Pay memiliki risiko keuangan.
7. 34% dari 50 responden pra penelitian tidak memiliki minat melakukan transaksi di GoPay.

1.3 Batasan Masalah

1. Variabel dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan, persepsi risiko dan minat transaksi.
2. Objek penelitian ini berfokus pada persepsi kemudahan, persepsi risiko dan minat transaksi Go-Pay.
3. Metode penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dengan analisis verifikatif.
4. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t parsial , uji f, dan koefisien determinasi.
5. Alat pengujian menggunakan SPSS V.25.0

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah dipaparkan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi kemudahan Go-Pay?
2. Bagaimana persepsi risiko Go-Pay?
3. Bagaimana minat transaksi Go-Pay ?
4. Apakah secara parsial persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat transaksi Go-Pay ?
5. Apakah secara parsial persepsi risiko berpengaruh terhadap transaksi Go-Pay ?

6. Apakah secara simultan persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat transaksi Go-Pay ?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat hubungan dan pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko terhadap minat transaksi. Penelitian ini juga dilakukan karena dalam beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antar variabel. Adapun tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis dan menjelaskan :

1. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan bagaimana persepsi kemudahan Go-Pay pada karyawan PT Indomarco Prismatama Karawang.
2. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan bagaimana persepsi risiko Go-Pay pada karyawan PT Indomarco Prismatama Karawang.
3. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan bagaimana minat transaksi Go-Pay pada karyawan PT Indomarco Prismatama Karawang.
4. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan apakah secara parsial persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat transaksi Go-Pay pada karyawan PT Indomarco Prismatama Karawang.
5. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan apakah secara parsial persepsi risiko berpengaruh terhadap minat transaksi Go-Pay pada karyawan PT Indomarco Prismatama Karawang.
6. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan apakah secara simultan persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat transaksi Go-Pay pada karyawan PT Indomarco Prismatama Karawang.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang financial technology terutama kaitannya dengan persepsi kemudahan dan persepsi risiko sebagai pembentuk minat menggunakan produk atau pelayanan e-wallet Go-Pay.

2. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai acuan atau tinjauan bagi penelitian selanjutnya, terutama dalam kaitannya dengan upaya pembentukan minat penggunaan produk atau pelayanan financial technology terutama Go-Pay.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi serta menambah wawasan bagi pihak Go-Pay dan pengguna Go-Pay, sehingga dapat memahami faktor pembentuk minat penggunaan e-wallet maupun layanan berbasis *financial technology*.

Diharapkan penelitian ini dapat mempermudah dalam memperoleh informasi mengenai minat, kemudahaan dan risiko yang ada pada financial technology Go-Pay, bagi pengguna atau konsumen, perusahaan maupun pihak lain yang menggunakan penelitian ini sebagai referensi.