

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Eksistensi pandemi covid-19 sangat berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia. Hal ini mengakibatkan perekonomian Indonesia mengalami penurunan secara drastis. Saat ini perekonomian Indonesia sangat bergantung terhadap pengendalian kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah, seperti PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Kebijakan tersebut menekan pertumbuhan ekonomi karena aktivitas masyarakat di luar rumah dibatasi. Meskipun demikian, hal ini justru menjadi peluang strategis bagi sektor *financial technology* seperti salah satu jenisnya adalah dompet digital atau biasa disebut dengan *e-wallet (electronic wallet)*.

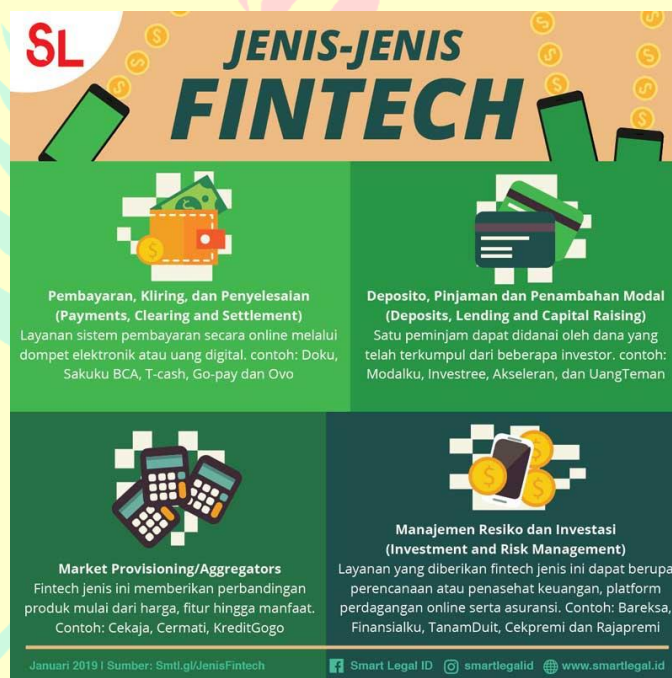
Penggunaan dompet digital sangat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi terlebih pada masa pandemi. Kebijakan yang dikeluarkan pemerintah dengan memberlakukan PPKM menuntut pembatasan interaksi sosial, sehingga hal tersebut memicu masyarakat masyarakat beralih ke sistem pembayaran digital (Rangkuty, 2021). Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kontak fisik dengan orang lain, terlebih untuk membatasi penggunaan uang tunai maupun kertas. Dengan demikian, tidak heran jika sektor *financial technology* dapat meningkat pesat di masa pandemi.

Financial technology atau yang biasa disebut dengan *fintech* merupakan suatu sektor di bidang keuangan. *Fintech* sendiri telah diatur dalam Peraturan Bank Indonesia (BI) Nomor 19/12/PBI/2017 berisi tentang penyelenggaraan teknologi finansial. Bank Indonesia (2017) mengatur penyelenggaraan *fintech* untuk mendorong pembaruan di bidang keuangan dengan menjalankan prinsip perlindungan konsumen dan juga manajemen risiko serta kehati-hatian agar tetap dapat menjaga kestabilan sistem keuangan, stabilitas moneter, dan sistem pembayaran yang aman,

andal, berdaya guna, dan lancar. Kemunculan Fintech merupakan sebuah solusi finansial pada penggunaan teknologi yang kemudian disosialisasikan oleh Bank Indonesia melalui Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) sejak dari 14 Agustus 2014.

Menurut Bank Indonesia, *fintech* terbagi menjadi 4 kategori yang salah satunya digunakan untuk melakukan pembayaran, kliring, dan penyelesaian. Jenis pelayanan yang satu ini menggunakan sistem pembayaran secara *online* melalui uang elektronik atau yang biasa dikenal dengan dompet digital. Berikut adalah jenis-jenis *fintech*:

Gambar 1. 1 Jenis-jenis Fintech



Sumber: (SLN, 2019)

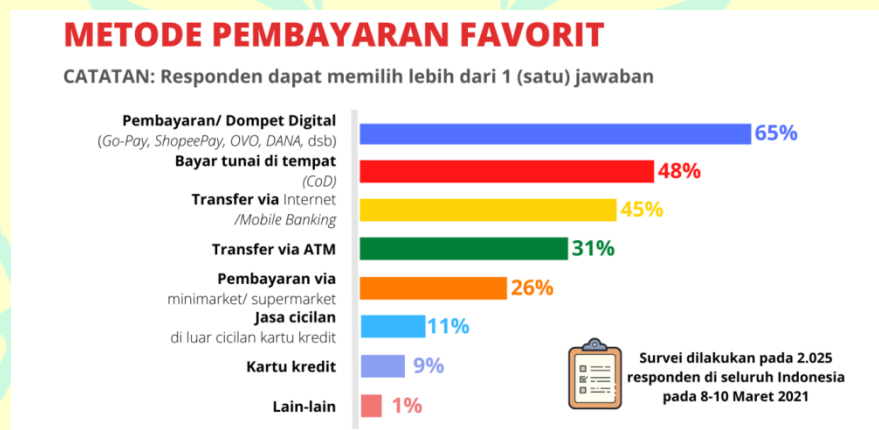
Pada penelitian ini, peneliti menjadikan dompet digital sebagai objek penelitian. Hal tersebut didasarkan dengan alasan transaksi digital di masa pandemi mengalami peningkatan yang sangat pesat. Perkembangan masyarakat di dunia maya sangat masif dalam mewujudkan hal tersebut. Destry Damayanti, Deputy Gubernur Senior BI menyatakan bahwa salah satu konsumsi masyarakat yang tumbuh sangat pesat pada saat pandemi dipengaruhi transaksi *e-commerce* dan *digital payment* (Uly, 2021).

Adapun nilai transaksi yang tumbuh sebesar 63,36 atau mencapai hingga Rp 186,75 triliun sepanjang semester I-2021, dibanding dengan periode yang sama pada tahun 2020.

Dompot digital memang sangat berguna di masa sekarang, terlebih dengan fasilitas yang disediakan memberikan kemudahan bagi masyarakat. Transaksi dapat dilakukan dengan lebih cepat bahkan dalam hitungan karena tidak perlu melakukan kontak langsung dan dilakukan secara online dengan hanya menekan tombol pada aplikasi di *smartphone*.

Dengan demikian, berdasarkan data riset yang dilakukan oleh *startup portal* Shopback, mendapatkan hasil bahwa dompot digital merupakan metode pembayaran yang paling banyak dan sering digunakan di masa pandemi dengan persentase sebesar 65%. Adapun datanya, sebagai berikut:

Gambar 1. 2 Metode Pembayaran Favorit



Sumber: (Shopback Indonesia, 2021)

Berdasarkan perolehan data di atas, terbukti bahwa pembayaran atau dompot digital mendominasi metode pembayaran favorit berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh Kata Shopback. Dompot digital mampu mengalahkan metode pembayaran tunai di tempat bahkan transfer melalui *mobile banking* dan metode pembayaran lainnya. Di Indonesia sendiri, dompot digital yang telah berlisensi resmi sudah lebih dari 30

menurut data yang dirilis oleh Bank Indonesia selama kurang lebih 10 tahun. Adapun perusahaan beserta nama dompet digital sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Perusahaan Dompet Digital di Indonesia

No	Nama Perusahaan	Dompet Digital
1	PT Bank Permata	BBM Money
2	PT Bluepay Digital Internasional	Bluepay
3	PT BPD Sumsel Babel	BSB Cash
4	PT Espay Debit Indonesia Koe	Dana
5	PT Nusa Satu Inti Artha	DokuPay
6	PT Bank QNB Indonesia Tbk	Dooet
7	PT Cakra Ultima Sejahtera	DUWIT
8	PT Ezeelink Indonesia	Ezeelink
9	PT Finnet Indonesia	FinnChannel
10	PT Telkom Indonesia Tbk	Flexy Cash
11	PT Dompet Anak Bangsa	Go-Pay
12	PT Buana Media Teknologi	Gudang Voucher
13	PT Inti Dunia Sukses	iSaku
14	PT Bank DKI	JakOne dan JakCard
15	PT Solusi Pasti Indonesia	KasPro
16	PT Fintek Karya Nusantara	LinkAja
17	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Mandiri e-Money
18	PT E2Pay Global Utama	M-Bayar
19	PT Bank Mega Tbk	Mega Virtual
20	PT Artajasa Pembayaran Elektronik	MYNT E-Money
21	PT Bank Nationalnobu	Nobu e-Money
22	PT Transaksi Artha Gemilang	OttoCash
23	PT Visionet Internasional	OVO Cash
24	PT Indosat Tbk	PayPro/ Dompetku
25	PT Veritra Sentosa Internasional	Paytren
26	PT Bank CIMB Niaga	Rekening Ponsel
27	PT Bank Central Asia Tbk	Sakuku dan Flazz
28	PT Airpay Internasional Indonesia	Shopeepay
29	PT Bank Sinarmas	Simas E-Money
30	PT Skye Sab Indonesia	Skye Mobile Money
31	PT Bimasakti Multi Sinergi	Speed Cash
32	PT BRI	T bank dan Brizzi

33	PT Telekomunikasi Seluler	T Izt dan T-Cash
34	PT Witami Tunai Mandiri	TrueMoney
35	PT Smartfren Telecom Tbk	Uangku
36	PT BNI (Persero) Tbk	UnikQu dan TapCash
37	PT XL Axiata Tbk	XL Tunai

Sumber: (Rangga, 2019)

Dari 37 perusahaan dompet digital yang berdiri di Indonesia, terdapat lima dompet digital yang menempati urutan tertinggi berdasarkan penggunaan yang paling banyak dipakai oleh masyarakat Indonesia selama masa pandemi. Lima diantaranya adalah OVO, Gopay, DANA, ShopeePay, DANA, dan LinkAja. Adapun datanya yaitu:

Gambar 1. 3 Dompet Digital dengan Pengguna Tertinggi



Sumber: (DailySocial, 2021)

Berdasarkan persentase di atas, OVO dan Gopay mendominasi urutan tertinggi pengguna dompet digital. Dari kelima posisi teratas, peneliti memilih Gopay sebagai studi kasus dari objek penelitian dompet digital. Gopay merupakan dompet digital di bawah naungan PT Dompet Anak Bangsa yang merupakan aplikasi dari Gojek dari PT Karya Anak Bangsa. Perusahaan Gojek memperkenalkan layanan *digital payment* untuk pertama kalinya pada tahun 2014 kepada masyarakat yang mana sebelumnya diberi nama Gojek Credit.

Dalam menggunakan dompet digital, masyarakat cenderung mempertimbangkan efektivitas serta efisiensi dari dompet digital dalam kemudahan elektronik pada sistem layanan tersebut. Gopay sendiri sangat membantu masyarakat dari tingkat kemudahan ketika mereka melakukan berbagai transaksi pembayaran. Kemudahan dari berbagai fitur yang dapat dirasakan oleh pengguna Gopay mulai dari jasa ojek yang dapat dipesan melalui *online* (Go-Ride), pemesanan makanan melalui *online* (Go-Food), dan juga belanja melalui Go-Mart tanpa pengguna harus datang ke tempat ataupun meminta tagihan, pengguna hanya cukup melakukan konfirmasi jika terdapat kekurangan jumlah saldo dalam melakukan pembayaran. Kemudahan-kemudahan tersebut dapat meningkatkan keputusan penggunaan dompet digital oleh masyarakat di masa mendatang. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Ericha, Utomo, dan Murwani (2018), menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap pengguna aplikasi Gojek pada fitur Gopay.

Selain pada alasan kemudahan, harga dipercaya secara langsung dapat mempengaruhi niat beli konsumen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Chen dan Li (2020), harga suatu barang jika disisipkan dengan promosi dapat menjadi stimulus untuk mengurangi pengendalian diri konsumen, yang kemudian dapat menimbulkan perilaku pembelian yang *impulsive*. Dengan demikian, jika masyarakat menggunakan dompet digital karena faktor utamanya adalah promosi, maka promosi dapat mempengaruhi keputusan penggunaan konsumen dalam membeli suatu barang melalui pembayaran dompet digital. Dengan kata lain promosi dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Gopay sendiri dalam meningkatkan loyalitas konsumen juga menerapkan hal tersebut. Seperti memberikan *cashback* dan *discount* untuk setiap transaksi.

Penggunaan dompet digital yang bijak juga dapat ditentukan oleh kondisi kemampuan finansial seseorang. Dalam artian, semakin tinggi tingkat kemampuan finansial seseorang maka semakin besar harta atau aset yang dikelola. Penggunaan dompet digital dapat mencerminkan

seberapa konsumtif dan impulsif terhadap suatu produk dalam melakukan transaksi. Seseorang yang bijak dalam mengelola keuangan maka pengeluaran tidak akan lebih besar daripada pendapatan atau penghasilan yang diterima.

Jakarta sebagai Ibukota sekaligus menjadi pusat ekonomi merupakan sasaran yang strategis bagi perusahaan dompet digital. Keikutsertaan *mall* hingga usaha *convient* juga sudah bekerja sama dengan berbagai *e-wallet*. Jakarta sendiri sudah memiliki sekitar 132 *mall* yang telah berdiri. Jumlah tersebut adalah jumlah pusat perbelanjaan terbanyak di antara kota besar lainnya di Indonesia. Berbagai *merchant* di tempat makan hingga tempat hiburan sudah banyak yang menerapkan berbagai pilihan transaksi menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayarannya seperti Gopay. Dengan kemudahan yang ditawarkan karena transaksi bisa dilakukan secara non-tunai (*cashless*), efisiensi waktu, serta promosi menarik seperti *cashback*, diskon, hingga promosi lainnya mampu menarik berbagai kalangan masyarakat sesuai dengan kemampuan finansialnya untuk menjadi pengguna setia Gopay.

Berdasarkan uraian di atas, maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Promosi, Kemampuan Finansial, dan Kemudahan Teknologi Terhadap Keputusan Menggunakan Dompet Digital Gopay di DKI Jakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada penelitian ini, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian menjadi sebagai berikut:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan dompet digital Gopay di DKI Jakarta?
2. Apakah kemampuan finansial berpengaruh terhadap keputusan menggunakan dompet digital Gopay di DKI Jakarta?
3. Apakah kemudahan teknologi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital Gopay di DKI Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rancangan pertanyaan penelitian di atas, adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan dompet digital Gopay di DKI Jakarta.
2. Menganalisis pengaruh kemampuan finansial terhadap keputusan menggunakan dompet digital Gopay di DKI Jakarta.
3. Menganalisis pengaruh kemudahan teknologi terhadap keputusan menggunakan dompet digital Gopay di DKI Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Bagi Peneliti
Dapat memenuhi tugas skripsi sebagai syarat kelulusan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Selain itu penelitian ini juga memberikan ilmu baru yang sangat menginspirasi peneliti, khususnya mengenai strategi Gopay dalam meningkatkan jumlah pengguna di tengah banyaknya persaingan yang ketat pada perusahaan *fintech* di sektor keuangan.
2. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai evaluasi bagi PT Dompet Anak Bangsa yang memegang Gopay agar dapat meningkatkan dan mempertahankan posisinya dalam daftar pengguna terbanyak dengan loyalitas tinggi. Tentunya dengan selalu berinovasi serta meningkatkan fitur pelayanannya.
3. Bagi Akademisi
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi penelitian bagi mahasiswa pada karya ilmiah yang dibuat, khususnya yang meneliti tentang topik ekonomi mengenai finansial teknologi.