

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

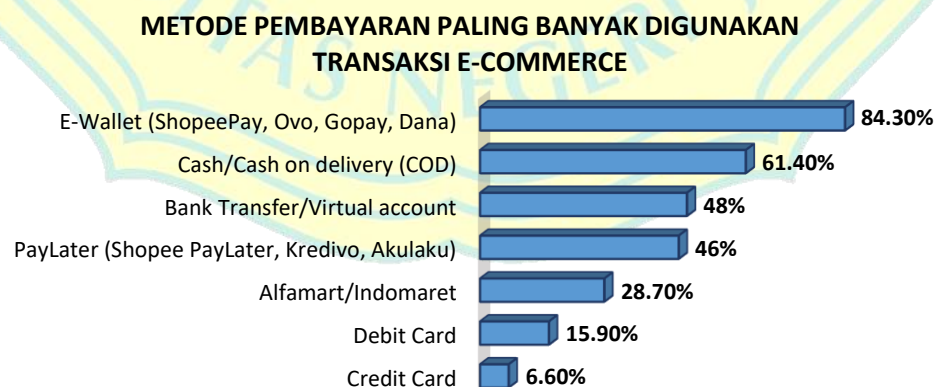
Dalam era digital yang semakin maju, perkembangan teknologi memainkan peran penting dalam memungkinkan manusia untuk berkompetisi dan menyesuaikan diri dengan kecepatan perkembangan zaman (Ardiansyah, 2023). Teknologi tidak hanya memudahkan aspek kehidupan manusia, tetapi juga menciptakan peluang bisnis baru yang didasarkan pada inovasi teknologi. Salah satu contoh nyata dari dampak positif teknologi adalah meningkatnya penggunaan *smartphone*. Penggunaan *smartphone* tidak hanya memfasilitasi komunikasi, tetapi juga menjadi fondasi bagi kemudahan transaksi elektronik. Mengutip artikel terbitan Bank Indonesia (2020), perkembangan sistem pembayaran didorong oleh inovasi teknologi dan model bisnis, tradisi sosial, dan kebijakan yang otoritatif.

Berdasarkan data Statista (2020), Indonesia merupakan negara keempat dengan jumlah pengguna internet tertinggi. Selain itu, hingga 190 juta masyarakat Indonesia diperkirakan akan belanja online pada tahun 2024. Seiring dengan kemajuan teknologi, metode pembayaran juga mengalami perubahan yang signifikan. Meskipun uang tunai dulunya merupakan metode pembayaran utama, kini telah digantikan oleh pembayaran non-tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Pelayanan melalui media online memiliki sejumlah ketidakpastian yang dapat membuatnya lebih berisiko daripada produk fisik. Hal ini disebabkan oleh adanya perasaan tidak aman yang

mungkin dirasakan konsumen saat melakukan transaksi secara online (Wasana et al. 2023). Persepsi keamanan dianggap sebagai bentuk perlindungan yang diberikan kepada konsumen saat melakukan transaksi online.

Dalam konteks *e-wallet*, keputusan konsumen dalam menggunakan metode pembayaran elektronik juga dipengaruhi oleh kepercayaan. Kepercayaan terhadap suatu sistem atau layanan akan memengaruhi sikap positif konsumen, yang pada gilirannya mempengaruhi niat untuk menggunakan. Ini menunjukkan pentingnya membangun kepercayaan konsumen dalam penggunaan *E-Wallet* (Syarif, 2023).

Dalam lingkup bisnis, pemahaman tentang niat untuk menggunakan membantu perusahaan dalam merencanakan strategi pemasaran membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Faktor-faktor seperti keamanan, kepercayaan, dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen sering kali memengaruhi niat untuk menggunakan. Misalnya, jika seorang konsumen merasa percaya terhadap kualitas dan keamanan suatu produk, ada kecenderungan kuat untuk berniat terus menggunakan produk tersebut.



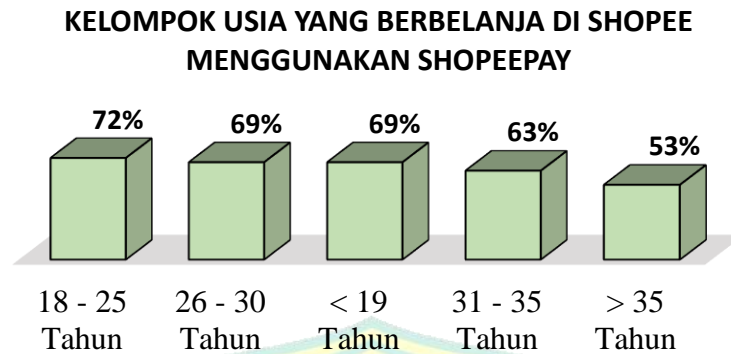
Gambar 1.1 Metode pembayaran paling banyak digunakan transaksi *e-commerce*

Sumber: Statista (2023) dan Data olahan Peneliti (2024)

Mengacu pada grafik di atas, untuk transaksi *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2023 menemukan bahwa sekitar 84,3% responden akan menggunakan *e-wallet* seperti OVO, Go-Pay, Dana, ShopeePay, atau dompet digital lainnya untuk melakukan pembayaran saat melakukan transaksi *e-commerce*. Dan hanya 6,6% responden yang menggunakan kartu kredit untuk pembayaran di *e-commerce*. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini banyak masyarakat yang tertarik menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran transaksi *e-commerce*.

Namun pada kenyatannya, orang-orang yang memiliki pendapatan cukup besar lebih memilih untuk menggunakan *credit card* dibandingkan dengan *e-wallet*. Hal tersebut disebabkan karena pelacakan transaksinya akan lebih mudah, sering mendapatkan poin *reward*, keamanannya lebih terjaga, serta dapat mengatur limit belanja. Hal tersebut dikutip dari laman idn.times.com. Artinya, alasan ini bertentangan dengan temuan diatas bahwa *e-wallet* merupakan metode pembayaran yang paling banyak digunakan, sedangkan jumlah terendah diperoleh oleh melalui *credit card*.

Dilihat dari segi usia, banyak pengguna ShopeePay yang berasal dari kalangan mahasiswa yang merupakan segmen yang signifikan dalam populasi pengguna platform ini. Hal tersebut dapat dipahami karena mahasiswa cenderung aktif dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk saat berbelanja secara online dengan menggunakan layanan seperti ShopeePay.



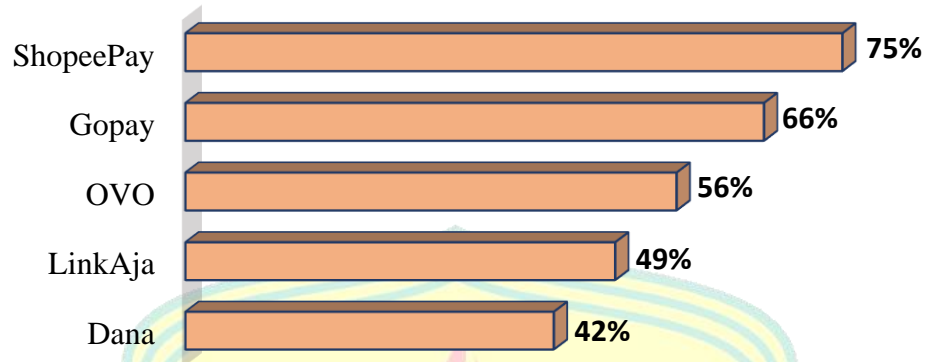
Gambar 1.2 Kelompok usia yang menggunakan *e-wallet* shopeepay

Sumber: Dunia *Fintech* (2020) dan Data Olahan Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil survei menyatakan bahwa yang mendominasi penggunaan ShopeePay ada pada rentang usianya adalah 18 hingga 25 tahun yang merupakan usia aktif bagi pelajar ataupun mahasiswa. Hasil survei tersebut didukung oleh penelitian (Islami, 2023; Syifa, 2022; Taqqiyudin, 2022). Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menggunakan mahasiswa sebagai subjek dalam penelitian ini.

Besarnya minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *e-wallet* tergantung pada perilaku individu itu sendiri, karakteristik budaya konsumen ini yang dapat mempengaruhi persepsi keamanan dan niat perilaku konsumen terhadap inovasi, khususnya yang berkaitan dengan teknologi informasi dan komunikasi (Pratama et al., 2022). Dalam hal ini, ShopeePay memiliki inovasi terbaru yaitu dengan mengeluarkan fitur *split bill* yang mana hal tersebut dapat meningkatkan nilai fungsionalitas shopeepay.

E-WALLET YANG DISUKAI KONSUMEN UNTUK PROGRAM PROMOSI

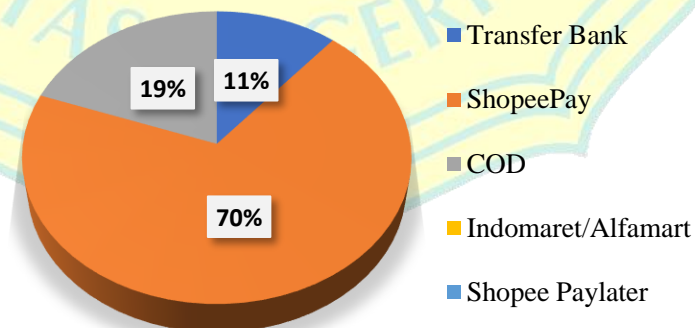


Gambar 1.3 E-Wallet yang disukai konsumen untuk program promosi

Sumber: Databoks (2021) dan Data Olahan Peneliti (2024)

Dari hasil survei yang telah dilakukan terhadap 2.292 responden, dapat disimpulkan bahwa *e-wallet* yang paling banyak diminati konsumen Indonesia adalah lima aplikasi dompet digital saat mencari berbagai program promosi. ShopeePay berhasil berkinerja baik, memperoleh 75% pangsa pasar dan menempati posisi teratas sebagai dompet digital paling populer yang digunakan.

Media pembayaran apa yang digunakan saat belanja di Shopee?



Gambar 1.4 Prasurevi media pembayaran yang digunakan di aplikasi shopee

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2024)

Hal tersebut berkaitan dengan hasil prasurvei yang telah dilakukan oleh peneliti, yang mana mahasiswa mayoritas menggunakan Shopeepay sebagai media pembayaran saat bertransaksi di aplikasi Shopee. Hasil ini menunjukkan bahwa ShopeePay cukup dominan sebagai pilihan pembayaran di platform Shopee. Selain itu, keberadaan ShopeePay juga membantu mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia dengan memperluas aksesibilitas terhadap layanan keuangan digital. Dengan demikian, ShopeePay ini tidak hanya memenuhi kebutuhan transaksional pengguna, tetapi berperan dalam mempercepat transformasi digital di Indonesia (Nadia et al., 2022).

Sebagai bank sentral, Bank Indonesia telah mengambil langkah dengan menerapkan kebijakan sistem transaksi menggunakan uang elektronik atau *e-wallet*. Pendekatan ini tidak hanya memfasilitasi transaksi dengan lebih efisien, tetapi juga meningkatkan keamanan dalam bertransaksi. Penelitian oleh Badri (2020) juga menyatakan bahwa penggunaan aplikasi transaksi digital juga memberikan dampak positif, seperti kemudahan dalam bertransaksi, jaminan keamanan, serta adanya insentif seperti *cashback* dan diskon.

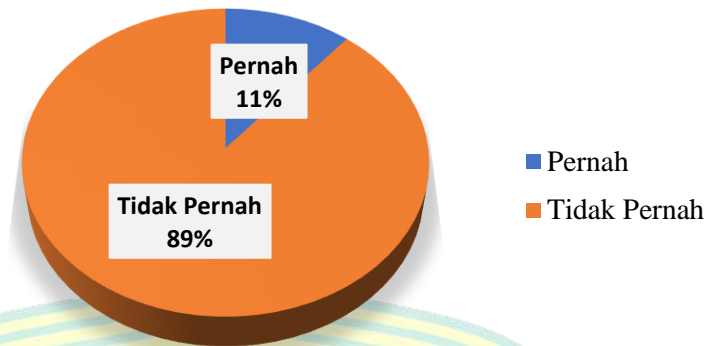
Kemudahan aksesibilitas dan kecepatan transaksi menjadi salah satu faktor utama yang mendorong popularitas *e-wallet* dalam menggambarkan pentingnya peranan dalam transaksi yang nyaman dan aman bagi pengguna (Mukarramah, 2023). Selain kemudahan akses, keamanan juga menjadi pertimbangan penting dalam adopsi *e-wallet*. Meskipun kemungkinan risiko keamanan selalu ada dalam transaksi digital, namun perkembangan teknologi

juga telah membawa inovasi untuk meningkatkan keamanan dalam penggunaan *e-wallet*.

Selain itu, integrasi dengan berbagai layanan *e-commerce*, transportasi online, dan pembayaran di berbagai *merchant* juga menjadi faktor penting yang memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi. Selain manfaat praktisnya, penggunaan aplikasi dompet digital juga dianggap lebih aman dan nyaman daripada menggunakan uang tunai. Adanya fitur keamanan seperti verifikasi dua faktor atau pemindahan sidik jari (recognisi wajah), enkripsi data, dan fitur pengamanan lainnya, pengguna merasa lebih percaya diri dalam melakukan transaksi secara online. Hal ini juga sejalan dengan tren global di mana semakin banyak orang yang menggunakan pembayaran digital untuk menghindari risiko pencurian atau kehilangan uang tunai (Rachmi et al., 2023).

Disisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Manalu et al., (2022) menunjukkan bahwa faktor persepsi keamanan dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan. Demikian pula, sebuah studi oleh Kumala et al. (2020) menegaskan bahwa persepsi keamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan *e-wallet*. (Setyaningsih, 2023; Teo et al. 2020) menjelaskan bahwa persepsi keamanan secara positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap niat untuk menggunakan. Ini menunjukkan bahwa keamanan menjadi salah satu pertimbangan utama bagi konsumen ketika mereka memilih untuk berbelanja atau bertransaksi secara online.

Apakah anda pernah mengalami hilangnya saldo ShopeePay secara tiba-tiba?



Gambar 1.5 Prasurvei keamanan pada ShopeePay

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2024)

Hal ini sesuai dengan hasil survei awal yang dilakukan oleh peneliti pada kalangan pelajar, dimana 88,9% pelajar tidak pernah mengalami kehilangan saldo ShopeePay secara tiba-tiba. Hanya 11,1% yang pernah merasakan hilangnya saldo shopeepay. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keamanan shopeepay sudah cukup baik.

Namun, hasil prasurvei bertolak belakang dengan kasus yang dikutip dari Angga Saputra Arianto (2023) dalam mediakonsumen.com mengatakan bahwa Angga kehilangan saldo sebesar Rp1.320.500. Akun tersebut diretas oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Tetapi tindakan dari pihak shopee hanya membekukan akun tersebut dan tidak ada kejelasan atas masalah yang dialami oleh Angga. Pihak shopee tidak bisa mengganti ataupun menarik saldo yang ditransfer ke rekening tersebut. Masalah ini secara tidak langsung berdampak pada pengguna dari segi persepsi keamanan dan kepercayaan. Kasus ini didukung oleh penelitian Visakha et al. (2022) yang menemukan bahwa persepsi keamanan mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap niat untuk terus menggunakan *e-wallet*. Ariningsih et al. (2022) menyatakan

bahwa keamanan yang dirasakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan. Temuan mereka menunjukkan bahwa meskipun persepsi keamanan penting, namun hal tersebut mungkin bukan satu-satunya penentu niat pengguna untuk terus menggunakan dompet elektronik.

Keamanan yang dirasakan memainkan peran penting dalam mempengaruhi niat penggunaan *e-wallet*, terutama ketika mereka tidak mendapat jaminan atas keamanan informasi pribadi yang mereka gunakan dalam transaksi online (Pratama et al. 2022). Mereka akan merasa aman apabila informasi dan data yang tertera dapat terlindungi secara rahasia. Keamanan menjadi aspek yang sangat penting dalam membentuk kepercayaan konsumen.

Seperti yang ditunjukkan dalam berbagai penelitian di bidang ini, Prena et al. (2023) menemukan dalam penelitiannya bahwa persepsi keamanan dan kepercayaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap niat penggunaan. Sebuah studi oleh Agustin et al. (2024) juga menunjukkan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Shopeepay untuk pembelian online. Kamalia et al. (2023) juga menemukan bahwa kepercayaan konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan.

Namun, penelitian Mukarramah (2023) mengungkapkan hasil yang kontradiktif, yaitu persepsi keamanan berpengaruh tidak langsung terhadap niat untuk terus menggunakan *e-wallet*. Penelitian yang dilakukan Fahmi et al. (2019) menemukan bahwa persepsi keamanan tidak mempunyai pengaruh

positif dan signifikan terhadap niat menggunakan pembayaran elektronik. Temuan ini bisa menjadi kesenjangan penelitian (*research gap*) yang dapat dieksplorasi lebih lanjut dalam penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan maka fokus penelitian ini adalah bagaimana persepsi keamanan dan kepercayaan mempengaruhi niat penggunaan *e-wallet* ShopeePay dan menganalisis faktor apa saja yang memengaruhi kepercayaan dalam menggunakan layanan tersebut. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "***Pengaruh Persepsi Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Niat Untuk Menggunakan E-Wallet ShopeePay Pada Mahasiswa di Jabodetabek***".

1.2 Pertanyaan Penelitian

Penelitian yang diselenggarakan akan menjawab tiga pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *e-wallet* shopeepay?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *e-wallet* shopeepay?
3. Apakah persepsi keamanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *e-wallet* shopeepay?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian yang diselenggarakan bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui persepsi keamanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *e-wallet* shopeepay

2. Untuk mengetahui kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *e-wallet* shopeepay
3. Untuk mengetahui persepsi keamanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *e-wallet* shopeepay.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori mengenai persepsi keamanan, kepercayaan dan niat penggunaan terkait penggunaan layanan pembayaran digital.

Penelitian ini memperdalam pemahaman kita mengenai faktor psikologis yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi pembayaran digital dengan menganalisis pengaruh persepsi keamanan dan kepercayaan terhadap penggunaan *e-wallet* ShopeePay.

2) Manfaat Praktis

Dalam praktiknya, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengembangan pembayaran digital ShopeePay, khususnya Upaya untuk memastikan perlindungan dan keandalan data pribadi.