

BAB 1

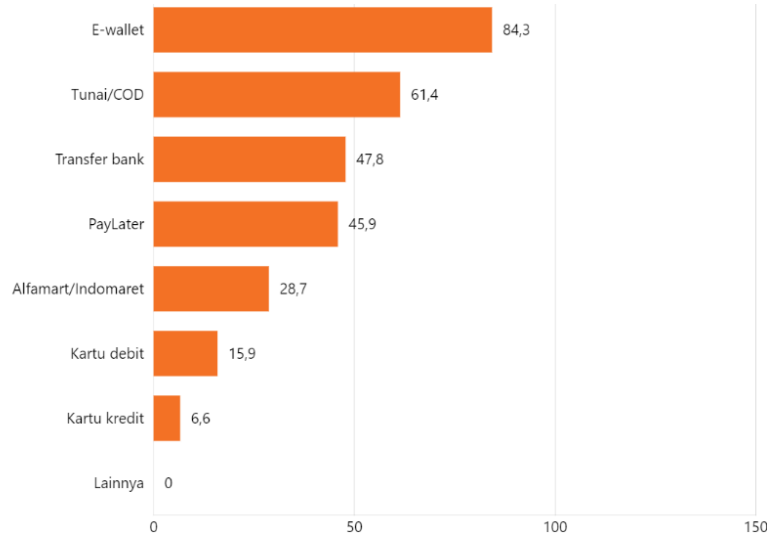
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan di era teknologi yang modern saat ini menyebabkan penggunaan teknologi berkembang sangat pesat untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan berbagai aspek kehidupan. Revolusi kearah digitalisasi mengubah sebagian besar kehidupan masyarakat. Dengan pemanfaatan pada teknologi masyarakat sangat terbantu untuk mendapatkan layanan. Salah satu pemanfaatan digitalisasi yaitu sistem transaksi pembayaran berasal dari pembayaran tunai menjadi pembayaran elektronik sebagai alat pembayaran dengan menggunakan sistem digital. Inovasi perkembangan teknologi di bidang keuangan adalah *Financial Technology* atau *fintech*. *Fintech* merupakan bukan layanan yang diberikan oleh perbankan melainkan model bisnis baru yang saat ini membantu kebutuhan masyarakat (Rahmatiyani & Bertuah, 2023).

Metode pembayaran online menggunakan *digital wallet* adalah suatu inovasi teknologi di bidang keuangan yang sedang ramai di kalangan masyarakat saat ini. *E-Wallet* merupakan suatu aplikasi yang terkoneksi dengan internet yang menyimpan nominal uang elektronik. Kemajuan produk *e-wallet* didorong oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) guna meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia. Hal ini didukung oleh masyarakat yang lebih menyukai pembayaran non-tunai, terutama pada milenial atau gen Z yang tidak mudah lepas dari gadget. Terdapat perilaku milenial dan gen Z yang cukup menarik perhatian adalah pola hidup *cashless*. Pola hidup *cashless* merupakan kegiatan yang transaksi finansial tidak dilakukan dengan uang dalam bentuk uang fisik, namun melalui transfer informasi digital antar pihak yang bertransaksi.

Berikut adalah data metode pembayaran yang menjadi pilihan generasi milenial pada tahun 2023 :



Gambar 1.1 Proporsi Pilihan Metode Pembayaran Digital

(Sumber : databoks.katadata.co.id)

Dalam satu tahun terakhir *e-wallet* merupakan metode pembayaran digital yang paling banyak digunakan masyarakat saat pemilihan metode pembayaran. Segmen ini merupakan sebuah terobosan baru yakni dalam pemaksimalan teknologi dalam mengasah, menyunting dan mempersingkat akses pelayanan perbankan sehingga dimulai dari transfer dana, pembayaran, pengumpulan dana, pinjaman, hingga pengelolaan aset dapat dijalankan secara aman (Khoir & Ugy, 2022). Pertumbuhan pada nilai transaksi *e-money* yang semakin pesat akan memberi dampak yang sangat positif pada perusahaan *e-wallet* maupun masyarakat Indonesia semakin banyak yang dapat merasakan manfaat yang ditawarkan oleh berbagai *e-wallet* seperti transaksi yang lebih efektif (Nizar & Yusuf, 2022)

Dari sekian banyak dompet digital di Indonesia, yaitu salah satunya LinkAja. LinkAja merupakan salah satu aplikasi *mobile* yang menawarkan *financial technology (fintech)* berupa mobile payment atau dompet elektronik yang di khususkan untuk *smartphone*. LinkAja adalah aplikasi dompet digital Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang awalnya merupakan produk PT.

Telekomunikasi Indonesia Tbk. Atau T.Cash yang diluncurkan pada tahun 2007, lalu dengan adanya merger pada tahun 2019 dengan dompet digital produk antara BUMN dan LinkAja, masing-masing memiliki saham bersama oleh beberapa perusahaan milik negara (cnbcindonesia.com).

Aplikasi LinkAja mengeluarkan strategi yang cukup menarik yakni dengan meluncurkan layanan syariah LinkAja, hal ini menjadi terobosan baru bagi *e-wallet* LinkAja yang merupakan uang elektronik pertama dan satu-satunya yang mengeluarkan layanan syariah di Indonesia. Layanan Syariah LinkAja mengedepankan tiga kategori yaitu ekosistem ZIWAF (Zakat, Infak, Sedekah dan Wakaf), pemberdayaan ekonomi berbasis masjid serta digitalisasi pesantren dan UMKM. Layanan LinkAja dengan mengeluarkan layanan syariah semakin berkembang, LinkAja membukukan kinerja yang baik sepanjang tahun 2023 serta mengalami pertumbuhan hingga 65% jika di bandingkan periode tahun sebelumnya (id.tradingview.com). Namun hal ini belum dikatakan optimal karna banyak pilihan dan pesaing dari dompet digital lainnya yang menawarkan fitur jasa serupa serta tak kalah menarik membuat pengguna mempunyai banyak pilihan tempat untuk bertransaksi. Berikut adalah survei penggunaan dompet digital 2023 :

Tabel 1.1

Survei penggunaan dompet digital 2023

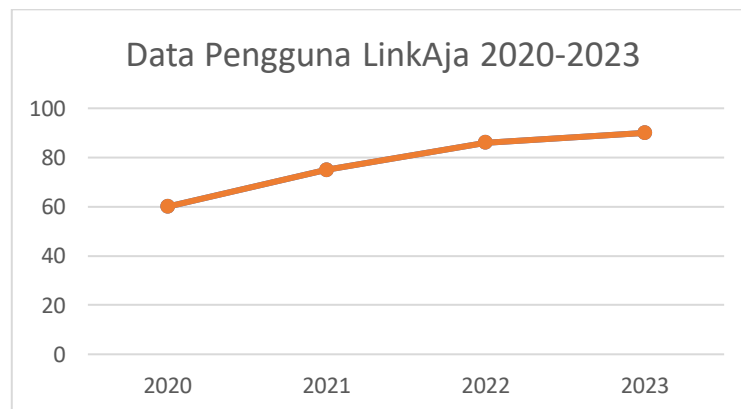
No.	E- Wallet	Nilai/Persen
1	Gopay	71%
2	OVO	70%
3	Dana	61%
4	ShopeePay	60%
5	LinkAja	27%

Sumber : databoks.katadata.co.id 2023

Pada tabel 1.1 Gopay menjadi dompet digital paling populer sebesar 71% penggunaan, lalu ada OVO di peringkat kedua dengan persentase tak jauh beda

dengan Gopay yaitu 70%. Kemudian diikuti oleh Dana sebanyak 61% dan ShopeePay sebanyak 60%. LinkAja memperoleh tingkat populer yang paling rendah diantara dompet digital lainnya yaitu 27% pengguna. Hal tersebut dapat di simpulkan bahwa *e-wallet* LinkAja masih kalah saing dengan dompet digital lainnya. Padahal dibandingkan dengan empat aplikasi *e-wallet* lainnya, LinkAja sudah berdiri terlebih dahulu, namun posisinya justru dibawah dibandingkan keempat aplikasi lainnya. Hal ini diperkuat oleh adanya survei yang dilakukan (tekno.progres.id/2023) yang menunjukkan bahwa LinkAja memiliki proporsi pengguna yang lebih sedikit dan menjadi peringkat terakhir. Oleh karena itu, hal ini menjadi menarik untuk diteliti dikarenakan LinkAja yang tidak begitu di favoritkan atau kurangnya diminati oleh pengguna aplikasi *e-wallet*, padahal eksistensinya di tanah air sudah cukup lama.

Grafik 1.2



Sumber : LinkAja (akses Februari 2024)

Pada grafik diatas menyatakan tahun 2020 LinkAja mencatat 60 juta pengguna, kemudian di tahun 2023 mengalami peningkatan yang cukup signifikan yaitu mencapai 90 juta pengguna. Kemudian pada tahun 2021 LinkAja mencapai 75 juta pengguna dan pada tahun 2022 LinkAja mencapai 86 juta pengguna. Penggunaan pada *e-wallet* LinkAja terus meningkat di tiap tahunnya akibat bentuk kerjasama antara LinkAja Syariah dengan berbagai mitra strategis seperti Bank Syariah Indonesia (BSI), Koperasi Syariah BMT

UGT Nusantara dan salah satu organisasi kemasyarakatan Nahdlatul Ulama (NU).

Sepinya peminat dari *e-wallet* bisa jadi disebabkan oleh kenyamanan dan keamanan saat bertransaksi tunai (kilat.com). Aplikasi *e-wallet* LinkAja memiliki kekurangan pada *basic service*, yang dimana terletak pada fiturnya. Bagi *basic service*, user hanya dapat melakukan kegiatan transaksi seperti pembayaran online, tagihan, beli paket data, maupun belanja di merchant tertentu saja (fame.grid.id).

Untuk menarik pengguna yang lebih banyak *e-wallet* LinkAja harus mampu untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *e-wallet* LinkAja. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi minat pengguna untuk menggunakan *e-wallet* LinkAja, salah satu faktor tersebut adalah persepsi kemudahan. Dalam penelitian (Nadhilah & Hasanah, 2022) persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital. Aplikasi LinkAja sangat mudah digunakan, yaitu hanya dengan mengunduh di Playstore atau Appstore lalu mengaktifkannya (Ipsos, 2020)

Selain faktor persepsi kemudahan, minat seseorang menggunakan suatu teknologi tidak lepas dari manfaat. Banyak manfaat yang akan didapat pengguna dompet digital dalam bertransaksi seperti pembayaran tagihan bulanan PDAM, BPJS, listrik dan masih banyak lagi. Sehingga lebih efisiensi waktu, biaya dan tenaga. Dalam penelitian (Iffat & Laksmi, 2023) persepsi manfaat memberikan penilaian subjektif tentang salah satu yang di tawarkan pada sistem guna mempermudah dalam memperoleh jasa yang diinginkan oleh pengguna. Persepsi manfaat yang dirasakan dalam menggunakan dompet digital diklasifikasikan kedalam tiga aspek yaitu kenyamanan, manfaat ekonomi dan proses transaksi (Effendy, 2020).

Faktor yang utama dalam menentukan minat penggunaan *e-wallet* adalah kepercayaan. Semakin besar kepercayaan pengguna terhadap dompet digital,

semakin besar juga minat penggunanya. Kepercayaan dapat dipandang sebagai salah satu variabel penting yang harus diteliti dalam konteks dompet digital, karena kepercayaan yang tinggi akan memicu pengaplikasian pada pengguna yang lebih besar terhadap teknologi. Dalam penelitian (Sembiring, 2024) kepercayaan merupakan suatu faktor internal yang mendorong seseorang meyakini hal yang dianggap benar untuk dilakukan. Pengguna e-wallet percaya bahwa mereka bisa menjadi metode pembayaran yang aman (Afolo & Dewii, 2022). Penelitian tersebut sejalan dengan peneliti (Haidari & Tileng, 2018) yang menunjukkan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengguna Go-Pay.

Penelitian ini menguji pengaruh faktor-faktor yang terdapat dalam teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1989), yaitu : persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Peneliti (Davis, 1989) menggunakan TAM untuk menjelaskan perilaku penggunaan (*usage behavior*) pada sebuah teknologi. Tujuan dari TAM adalah untuk menjelaskan faktor-faktor penentu diterimanya sebuah teknologi yang kemudian akan menjelaskan perilaku pengguna pada berbagai teknologi. (Wibasuri *et al*, 2022) Masyarakat tidak perlu dipaksa agar menggunakan *e-wallet* jika pengguna uang elektronik merasakan kemudahan penggunaan dan merasakan kemanfaatan dompet digital dengan positif maka akan timbul minat penggunaan *e-wallet*.

Dengan melihat fenomena yang telah diuraikan penulis serta pesatnya pertumbuhan dompet digital, tidak dapat di pungkiri akan banyak hambatan dalam menggunakan produk yang akan mempengaruhi minat penggunaan. Selain itu, beberapa perusahaan yang serupa telah berevolusi dan bersaing dengan aplikasi yang serupa serta fungsi yang sama. Dari fenomena di atas dan riset gap yang telah di jabarkan, maka judul yang di ambil yakni ” **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-WALLET LINKAJA DI**

KOTA BANDAR LAMPUNG DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepercayaan menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung ?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap kepercayaan menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung ?
3. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung ?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung ?
5. Apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-wallet* Linkaja di Kota Bandar Lampung ?
6. Apakah Kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung ?
7. Apakah Kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* LinkAja dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.

1. Untuk mengetahui persepsi kemudahan terhadap kepercayaan menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui persepsi manfaat terhadap kepercayaan menggunakan *e-wallet* LinkAja di Kota Bandar Lampung.

3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan e-wallet LinkAja di Kota Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan e-wallet LinkAja di Kota Bandar Lampung.
5. Untuk mengetahui persepsi manfaat terhadap minat menggunakan e-wallet LinkAja di Kota Bandar Lampung.
6. Untuk mengetahui apakah kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan e-wallet LinkAja di Kota Bandar Lampung.
7. Untuk mengetahui apakah kepercayaan memediasi hubungan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan e-wallet LinkAja di Kota Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
 - a. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, khususnya dalam Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Linkaja Di Kota Bandar Lampung Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.
 - b. Untuk menambah pemahaman serta lebih mendukung teori-teori yang telah ada berkaitan dengan masalah yang telah diteliti serta untuk mengimplementasikan dalam memperkaya ilmu pengetahuan yang lebih didapat di bangku perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang *e-wallet* diharapkan dapat menjadi bahan pemikiran dan informasi tentang *E-wallet* LinkAja di Bandar Lampung

3. Bagi Institusi

Menambah referensi perpustakaan Magister Manajemen IIB Darmajaya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Bandar Lampung yang belum menggunakan *e-wallet* LinkAja.

1.5.2 Ruang Lingkup Objek

Objek dalam penelitian ini adalah Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kepercayaan dan Minat Menggunakan.

1.5.3 Ruang Lingkup Tempat

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandar Lampung.

1.5.4 Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Januari 2024 sampai dengan selesai.

1.5.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah manajemen pemasaran yang meliputi teori persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan, minat menggunakan dan *Technology Acceptance Model* (TAM)

1.6 Sistematika Penulisan

Uraian singkat mengenai sistematika penulisan tugas akhir ini adalah :

BAB 1 Pendahuluan

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 Landasan Teori

Pada bab ini memuat pemaparan penelitian terdahulu dan teori teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengenai citra merek, persepsi nilai, dan kepercayaan pasien.

BAB 3 Metodologi Penelitian

Pada bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan oleh penulis pada penelitian ini.

BAB IV Hasil Dan Pembahasan

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai pengaruh variabel-variabel dalam penelitian.

BAB V Simpulan Dan Saran

Berisi kesimpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

Daftar Pustaka

Lampiran