# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Sistem pembayaran dewasa ini memegang peranan yang sangat penting dalam berkembangnya perekonomian suatu Negara didalam suatu pemasaran yang luas. Apabila sistem pembayaran tidak berjalan dengan baik dan bermasalah maka akan merusak kestabilan perekonomian suatu negara. Sistem pembayaran yang efisien dapat diukur dari kemampuan dalam menciptakan suatu kegiatan transaksi, karena kegiatan transaksi penting dalam siklus perekonomian dimana kegiatan tersebut melibatkan alat pembayaran. Alat pembayaran merupakan instrument dalam sistem pembayaran yang merupakan media bertransaksi bagi produsen dan konsumen. Perubahan alat pembayaran berkembang sangat pesat mengikuti perkembangan ilmu dan teknologi serta kebutuhan manusia. Saat ini masyarakat telah menyadari akan pentingnya alat transaksi yang tidak bersifat fisik baik kertas maupun logam yaitu dengan menggunakan uang elektronik, (Adiyanti 2015).

Era globalisasi saat ini mendorong persaingan yang ketat pada dunia bisnis. Manajemen perusahaan dituntut untuk bisa menentukan strategi dan berinovasi agar bisa bertahan dalam persaingan bisnis sehingga tetap bisa mempertahankan kepuasan pelanggan. Maka dari itu perusahaan harus memiliki inovasi dan ide kreatif bisnis yang mempermudah jalannya memenuhi kebutuhan hidup masyarakat.

Demi hal tersebut terwujud layanan pembayaran dengan dompet digital di Indonesia kini tengah digandrungi masyarakat seiring meningkatnya pemakaian smartphone, penerbit atau penyedia dari uang elektronik pun beragam seperti e-money yang merupakan produk dari Bank Mandiri, Brizzi yang merupakan produk dari BRI, Tapcash yang merupakan produk dari BNI, Flazz yang merupakan produk dari BCA, Go-pay yang merupakan produk dari Go-Jek, Dana, OVO, dll. Munculnya uang elektronik dilatar belakangi oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan less cash society di Republik Indonesia.

Uang elektronik sendiri bertujuan untuk memudahkan manusia dalam melakukan segala macam transaksi ekonomi di kehidupannya terutama untuk transaksi berskala mikro, selain tujuan tersebut Bank Indonesia juga dapat menghemat biaya operasional untuk memproduksi uang baik uang kertas maupun uang logam. Bank Indonesia setidaknya menganggarkan Rp 3,5 triliun untuk pencetakan uang setiap tahun, (Widanaputra 2016).

Dengan akses pembayaran nontunai transaksi semakin mudah dan sederhana sehingga diharapkan masyarakat tidak kesulitan untuk melakukan proses jual beli maupun membawa uang tunai dalam jumlah yang banyak. Sebelum teknologi berbasis internet masyarakat sudah mengenal berbagai macam alat pembayaran nontunai seperti kartu (ATM, kredit, dan debit), bahkan cek, bilyet giro. Namun lazimnya masyarakat lebih gemar menggunakan uang kuartal seperti uang kertas dan uang logam.

Uang elektronik adalah versi uang fisik yang dapat dimanfaatkan oleh banyak orang, uang elektronik tidak dicetak tetapi di transfer secara elektronik. Menurut Chiu dan Wong (2014) uang elektronik adalah kartu prabayar penuh manfaat multi-tujuan nilai kartu tersimpan untuk transportasi umum yang juga diterima pada tempat penjualan. Uang elektronik diatur dalam PBI Nomor 16/8/PBI/2014 tentang perubahan atas PBI Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik.

Selain itu faktor tingkat kepercayaan terhadap produk juga akan berpengaruh dalam minat menggunakan uang elektronik. Menurut Jogiyanto (2007) kepercayaan adalah penilaian seorang individu setelah memperoleh, memproses, dan mensintesis informasi dan menghasilkan berbagai penilaian dan anggapan. Konsep tingkat kepercayaan disini adalah kehandalan pihak produsen atau penyedia layanan uang elektronik dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan instrumen yang digunakan konsumen untuk membuat penggunanya percaya. Dirk (2017) mengemukakan bahwa uang elektronik menjadi bagian terbesar dari semua uang yang dikeluarkan saat ini.

Adanya uang elektronik bagi bank Indonesia dapat mengontrol perputaran uang dimasyarakat sehingga inflasi dapat dikontrol dengan baik. Selain itu bank Indonesia dapat menghemat biaya operasional untuk memproduksi uang baik uang kertas maupun uang logam yang mudah rusak. Penggunaan alat pembayaran non-tunai juga dapat mencegah uang rusak atau basah (Adhinagari, 2018), dan nilai uang elektronik yang sudah disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan, (Zulqarnain 2017).

Perkembangan uang elektronik di Indonesia begitu pesat dikutip dari situs resmi

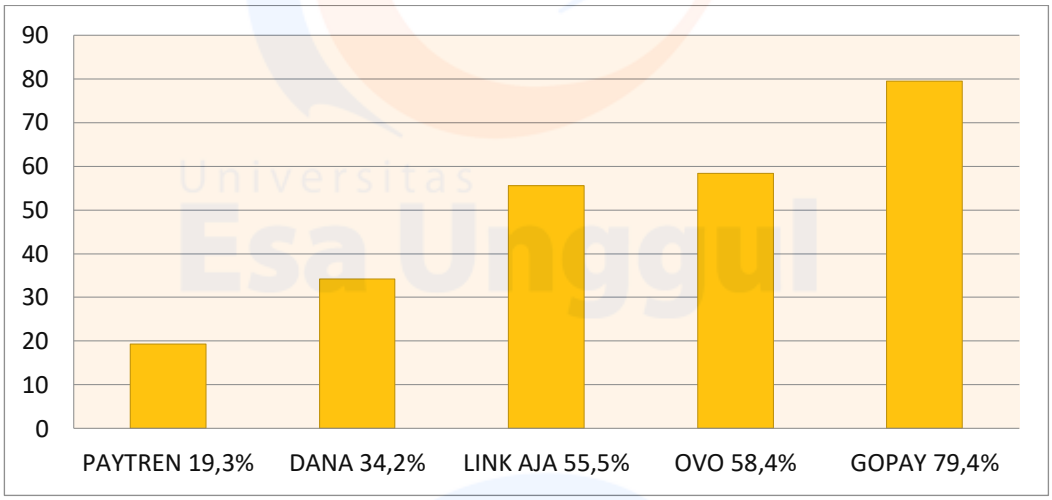
**Tabel 1.1 Jumlah Uang Elektronik Beredar Periode Tahun 2013 – 2020 (Januari)**

| Periode | Tahun 2013 | Tahun 2014 | Tahun 2015 | Tahun 2016 | Tahun 2017 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Jumlah Instrumen** | 36,225,373 | 35,738,233 | 34,314,795 | 51,204,585 | 90,003,848 |

| Periode | Tahun 2018 | Tahun 2019 | Tahun 2020 JANUARI |
|---|---|---|---|
| **Jumlah Instrumen** | 167,205,578 | 292,299,320 | 313,785,298 |

*Sumber: Bank Indonesia (2020)*

Dari Data Tabel dijelaskan oleh Bank sentral Indonesia bahwa dari tahun 2013 sampai dengan saat ini tahun 2020 didalam periode januari terus berskala naik. Berdasarkan observasi penulis uang elektronik sudah banyak digunakan untuk melakukan pembayaran dari transportasi umum, pusat perbelanjaan, maupun tempat makan. Hingga saat ini uang elektronik yang berbasis pada telepon selular yang berkembang dikalangan masyarakat yaitu T-cash milik telkomsel, Gopay milik Gojek, Ovo Milik Lippo Group, Dana Milik PT Elang Sejahtera merupakan usaha dari PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK). EMTEK memiliki kerjasama dengan Ant Financial, pemilik Alipay. Dari salah satu produk uang elektronik berbasis server Dana merupakan platform pembayaran digital yang mengusung *open platform* dan dapat digunakan oleh berbagai aplikasi, gerai-gerai *online* maupun konvensional manapun.




*Sumber: Google, (2018)*

**Grafik 1.1 Electronic Money yang ada di Indonesia Tahun 2018**

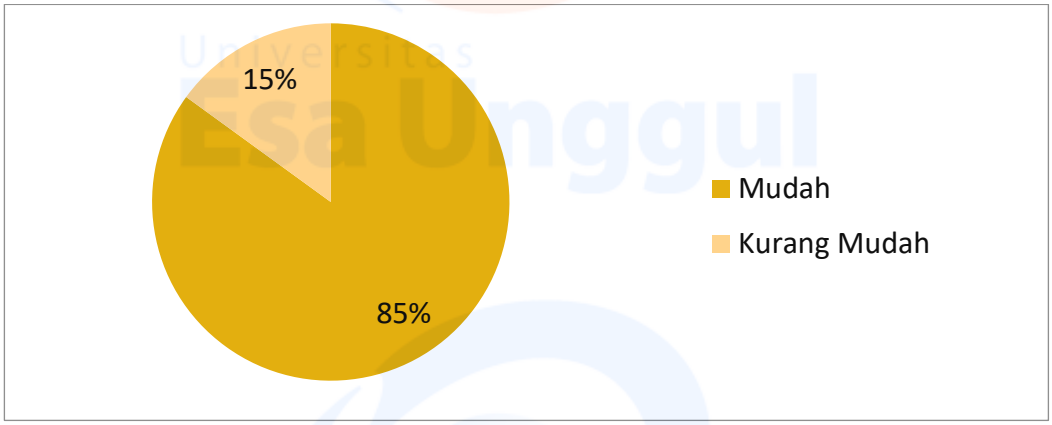
Dapat dilihat Persaingan Lima Besar Dompet Digital di Indonesia Laporan iPrice pun menunjukkan, transaksi melalui layanan ini mencapai US$ 1,5 miliar di Indonesia pada 2018. Sebanyak 79,4% dari total transaksi uang elektronik di Indonesia berasal dari GoPay, menurut data Medium. Selain gencar memberikan diskon, GoPay memaksimalkan ekosistem Gojek untuk meningkatkan transaksi. Hal ini membuat transaksinya menjadi lebih besar. Sekitar 50% transaksi di aplikasi Gojek menggunakan layanan pembayarannya. Selain itu GoPay meningkatkan transaksi di luar ekosistem Gojek dengan menggaet Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). GoPay mencatat jumlah pengguna aktif rata-rata naik 90% dan mitra mikro tumbuh 69 kali sedangkan transaksi di luar ekosistem Gojek tumbuh 25 kali sejak diperkenalkan. Selain memperluas pasar dan penggunaan (*usecase*), GoPay berkolaborasi dengan perbankan untuk mendapat untung. Dompet digital itu bisa memasarkan produk perbankan dan membantu bank mengakuisisi konsumen. Pesaing kuat GoPay adalah OVO. Dompet digital ini juga memaksimalkan ekosistem Grab untuk meningkatkan transaksi dan hadir di pusat perbelanjaan milik Lippo *Group*. OVO pun menggaet sekitar 500 ribu mitra offline, 9 juta mitra Grab, 3 juta pedagang online di Tokopedia. Selain itu, Grab dikabarkan dengan Emtek untuk mengakuisisi DANA. Jika itu jadi dilakukan maka daya saing OVO dan DANA akan semakin kuat.

Kini perkembangan teknologi merangsang transformasi wujud uang guna menghantarkan minat pengguna uang elektronik demi menciptakan kemudahan, meningkatkan kepercayaan dan juga manfaat dalam menciptakan transaksi yang

efisien. Masyarakat bahkan perusahaan yang bergerak dibidang teknologi informasi dan keuangan berlomba-lomba menawarkan kemudahan bertransaksi melalui saluran nontunai khususnya pada uang elektronik berbasis Aplikasi Dana, layanan sederhana uang eloktronik sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik. Layanan Aplikasi Dana diciptakan untuk membantu konsumen agar dapat bertransaksi lebih mudah, transaksi pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien, pencatatan data personal secara otomatis lebih aman dan memudahkan akses e-commerce. DANA telah mendapatkan izin dari Bank Indonesia dan telah memenuhi ketentuan-ketentuan yang disyaratkan oleh BI sebagai lembaga teknologi finansial di Indonesia. Dilihat dari grafik persaingan Dompet Digital diatas DANA masih saja tetap berada dibawah Gopay dan Ovo.

Untuk memperkuat data tersebut peneliti melakukan pra survei berdasarkan variabel dari pengalaman konsumen yang sudah menggunakan aplikasi layanan Dana. Hasil prasurvey tentang kemudahan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi DANA di Pusat Perbelanjaan Central Park Mall Jakarta Barat dapat dilihat pada gambar berikut,

Hasil pra survey tentang Persepsi Kemudahan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi DANA di Pusat Perbelanjaan Central Park Jakarta Barat ditunjukkan pada gambar berikut:

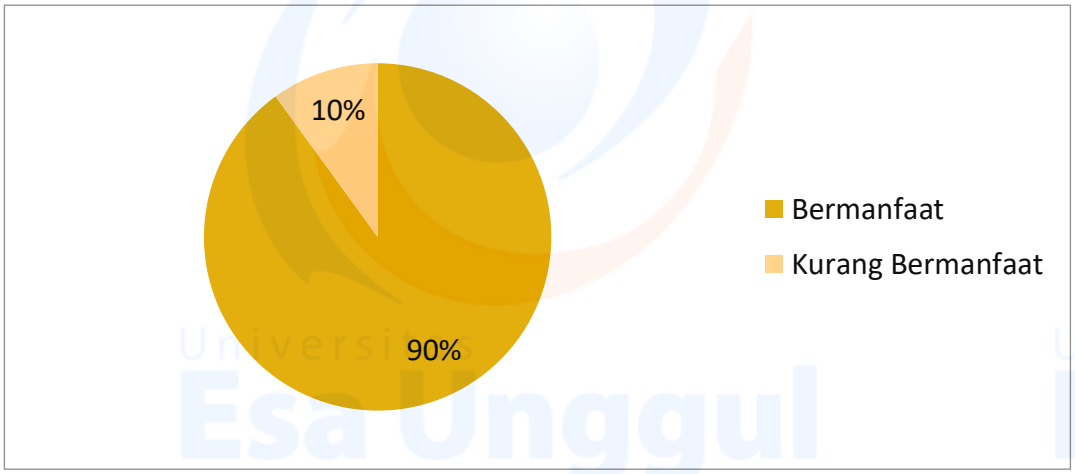



*Sumber: Data diolah peneliti, 2020*

**Grafik 1.2 Pra Survey Tentang Kemudahan dalam Bertransaksi Menggunakan Aplikasi DANA di Pusat Perbelanjaan Central Park Mall Jakarta Barat**

Dapat di lihat dan diketahui bahwa responden yang sudah menggunakan aplikasi DANA yang berada di central park mall jakarta barat menjadi responden prasurvei yaitu sebanyak 20 responden dengan pertanyaan. "Apakah dalam bertransaksi offline store pada Aplikasi DANA mudah untuk digunakan?" Dimana sebanyak 17 responden (85%) mengatakan bahwa pembayaran offline store pada aplikasi layanan DANA mudah digunakan karena tidak perlu membawa uang tunai dan lebih praktis dalam melakukan pembayaran serta *filtur* didalamnyapun mudah dimengerti. 3 responden (15%) mengatakan bahwa pembayaran *offline store* pada aplikasi DANA kurang mudah digunakan karena pada sistem aplikasinya sering terjadinya *error* dari *topup*, *sig in* aplikasinya, dan *scannya* pada saat melakukan pembayaran.

Hasil pra survey tentang Persepsi Manfaat dalam bertransaksi menggunakan aplikasi DANA di Pusat Perbelanjaan Central Park Jakarta Barat ditunjukkan pada gambar berikut:



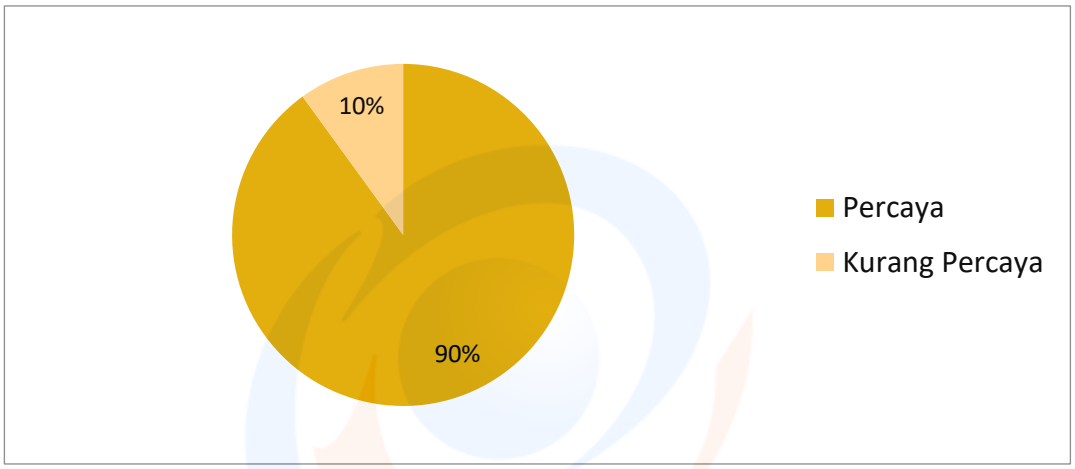

*Sumber: Data diolah peneliti, 2020*

**Grafik 1.3 Pra Survey Tentang Manfaat dalam Bertransaksi Menggunakan Aplikasi DANA di Pusat Perbelanjaan Central Park Jakarta Barat**

Dapat di lihat dan diketahui bahwa responden yang sudah menggunakan Aplikasi DANA yang berada di central park mall jakarta barat menjadi responden prasurvei yaitu sebanyak 20 responden dengan pertanyaan. "Apakah dalam menggunakan Aplikasi DANA sudah memberikan manfaat dalam bertransaksi?" Dimana sebanyak 18 responden (90%) mengatakan menggunakan aplikasi DANA sudah memberikan manfaat dalam bertransaksi karena pada saat transfer dan menerima uang menjadi

lebih mudah dengan hanya menggunakan nomer ponsel. 2 responden (10%) mengatakan menggunakan Aplikasi DANA kurang memberikan manfaat dalam bertransaksi karena belum bisa bertransaksi di semua tempat masih terbatas.

Hasil pra survey tentang Persepsi Kepercayaan dalam bertransaksi menggunakan aplikasi DANA di Pusat Perbelanjaan Central Park Jakarta Barat ditunjukkan pada gambar berikut:




*Sumber: Data diolah peneliti, 2020*

**Grafik 1.4 Pra Survey Tentang Kepercayaan dalam Menggunakan Aplikasi DANA di Pusat Perbelanjaan Central Park Jakarta Barat**

Dapat di lihat dan di ketahui bahwa responden yang menggunakan Aplikasi DANA yang berada di Central Park Mall Jakarta Barat yang menjadi responden yaitu sebanyak 20 responden dengan pertanyaan. ”Apakah semua informasi yang di berikan oleh Aplikasi DANA dapat di akui kredibilitasnya?”. Dimana sebanyak 18 responden (90%) mengatakan bahwa semua informasi yang di berikan oleh Aplikasi DANA dapat di akui kredibilitasnya. 2 responden (10%) mengatakan bahwa semua informasi yang di berikan oleh Aplikasi DANA kurang di akui kredibilitasnya karena potongan harga atau cashback yang di berikan tidak sesuai yang di janjikan.

Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dana Di Wilayah Jakarta Barat”.**

## 1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka peneliti memiliki beberapa permasalahan yang perlu diidentifikasikan adalah sebagai berikut:

1. Sering terjadinya kesalahan sistem pada *ofline store* saat bertransaksi, menyebabkan pengguna beranggapan bahwa Aplikasi Dana sulit digunakan dalam bertransaksi.
2. Belum bisa bertransaksi disemua tempat dan pengguna masih belum merasakan manfaatnya, menyebabkan pengguna beranggapan bahwa Aplikasi Dana masih kurang bermanfaat.
3. Promo yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan, menyebabkan pengguna kurang percaya pada Aplikasi Dana.

## 1.3 Pembatasan Masalah

Peneliti melakukan pembatasan masalah pada beberapa hal yaitu sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah para pengguna Aplikasi Dana di wilayah Jakarta Barat.
2. Fokus penelitian ini adalah Pengaruh Persepsi Kemudahan ($X_1$), Persepsi Manfaat ($X_2$) dan Persepsi Kepercayaan ($X_3$) Yang mempengaruhi Minat Menggunakan (Y).

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dana Di Wilayah Jakarta Barat ?
2. Apakah Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dana Di Wilayah Jakarta Barat?
3. Apakah Persepsi Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dana Di Wilayah Jakarta Barat ?
4. Apakah Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dana Di Wilayah Jakarta Barat ?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka terbentuk tujuan dari penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dana
2. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dana
3. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dana

## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

   Penelitian ini diharapkan guna memberikan tambahan informasi serta menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan, untuk dapat meningkatkan lebih baik lagi.
2. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapakan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan tentang teori dalam manajemen pemasaran yang telah diperoleh selama masa perkuliahan untuk di dunia kerja nantinya.
3. Bagi Pembaca

   Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi untuk pendalaman maupun penerapan teori dalam manajemen pemasaran serta sebagai refrensi dalam melakukan penelitian.