

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi dan Ilmu pengetahuan sudah berkembang secara pesat di era sekarang ini, salah satunya dalam hal bertransaksi. Di Indonesia teknologi informasi sangatlah membantu dalam kehidupan sehari-hari seperti pekerjaan, hiburan, perdagangan, transportasi, dan sebagainya. Peningkatan dalam perkembangan teknologi dan tingginya penggunaan mobile device yang sangat canggih di dunia termasuk salah satunya di Indonesia, membuat banyak pihak melihat bahwa penggunaan smartphone sekarang ini dapat berpotensi sangat baik untuk bertransaksi terutama dalam hal membayar.

Akhir-akhir ini telah banyak bermunculan aplikasi di smartphone yang dapat membantu dalam kehidupan sehari-hari. Sampai pada akhir tahun 2018 APJII mencatat jumlah user/pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta. Pada bulan juli akhir tahun 2019 jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia adalah sebesar 232,35 juta rupiah, jika dibandingkan dengan bulan juli tahun 2017 yang hanya sekitar 63,7 juta rupiah ini sangatlah terlihat bahwa hanya dalam 2 tahun saja uang yang beredar dalam uang elektronik di Indonesia meningkat sebanyak 364% hanya dalam kurun 2 tahun terakhir (bi.go.id). Hal ini terbukti dari perubahan pembayaran tunai menjadi pembayaran non-tunai.

Di Indonesia sendiri terdapat banyak sekali aplikasi *e-money*. Pada awal kemunculannya, *e-money* diperkenalkan dengan basis chip yang tertanam pada sebuah kartu atau media lainnya. Beberapa contoh *e-money* di Indonesia adalah Flazz BCA, *E-money* mandiri, Brizzi dan sebagainya. Dan pada teknologi yang baru, *e-money* sudah menggunakan basis server dan disebut dengan *e-wallet*. Di Indonesia *e-wallet* banyak ditemui dalam bentuk *mobile payment* dan sudah menjadi *trend* dalam pembayaran karena banyaknya keuntungan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan aplikasi *e-wallet* terhadap para pengguna aplikasi atau dapat dibidang customer *e-wallet* tersebut. Salah satu aplikasi *e-wallet* dalam bentuk *mobile payment* yang menjadi *trend* dikalangan masyarakat Indonesia sekarang ini adalah Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja dan beberapa *e-wallet* lainnya . Bersumber dari Iprice.co.id, Hingga Kuartal dua tahun 2020 Go-pay menjadi aplikasi *e-wallet* dengan pengguna terbanyak di Indonesia lalu disusul oleh OVO, DANA, dan diposisi ke empat baru diisi oleh LinkAja.

Pada pertengahan tahun 2020, terdapat salah satu *e-wallet* yang baru saja dirilis ke publik yaitu ShopeePay. Survey yang dilakukan oleh Markplus Inc selama 3 bulan dari bulan Juni hingga Agustus, menunjukkan bahwa ShopeePay merajai dunia *e-wallet* di Indonesia dengan jumlah pengguna terbesar yaitu 26 persen, lalu pada posisi kedua diisi oleh OVO dengan jumlah pengguna 24 persen dan *e-wallet* kebanggaan dalam negeri yaitu Go-Pay hanya mencakup 23 persen pengguna. Pada awalnya shopeepay hanya dapat digunakan di Aplikasi Marketplace milik shopee

sendiri, tetapi pada bulan Agustus tahun 2020 shopeepay telah hadir di lebih dari 500 kota/kabupaten di Indonesia.

Penggunaan E-Wallet tidak hanya digunakan untuk alat pembayaran transportasi online dan toko konvensional saja, *e-wallet* juga populer untuk digunakan sebagai alat pembayaran di marketplace. Marketplace adalah pihak perantara yang mengakomodasi penjual dan pembeli di dunia maya. Di Indonesia sendiri sudah tidak asing dengan belanja online menggunakan marketplace, sudah banyak marketplace yang populer di Indonesia seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, dan BliBli. Masing-masing marketplace biasanya memiliki metode pembayaran menggunakan e-wallet, baik bekerjasama dengan e-wallet dari perusahaan lain maupun e-wallet milik marketplace tersebut. Bank Indonesia bahkan mencatat jumlah transaksi jual beli di perdagangan elektronik (*e-commerce*) meningkat dari yang hanya 80 juta transaksi pada tahun 2019, menjadi 140 juta transaksi pada agustus 2020 (CNN Indonesia 2020, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201021193353-92-561232/transaksi-e-commerce-naik-nyaris-dua-kali-lipat-saat-pandemi>, 21 Oktober 2020).

Pengadopsian teknologi dalam bentuk produk dan jasa sering dijelaskan dengan menggunakan model penerimaan teknologi (Nysveen & Thorbjornsen, 1995). Dalam beberapa tahun terakhir, model penerimaan teknologi telah dikembangkan oleh Jogiyanto (2007) menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa digunakan

dalam bidang sistem informasi untuk memprediksi penerimaan dan manfaat penggunaan bagi para pemakai. Bentuk TAM didasarkan pada konstruk-
konstruk yang terdiri dari persepsi kegunaan (*perceived usefulness/ PU*),
persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease to use/ PEOU*), sikap
terhadap penggunaan (*attitude toward using/ATU*), niat berperilaku
(*behavioural intention to use/ BIU*), dan penggunaan secara nyata (*actual
use/ AU*) (Davis, 1989). Persepsi kemudahan (PEOU) merupakan tingkat
seberapa besar teknologi komputer dapat mudah dipahami, persepsi
kegunaan (PU) merupakan tingkatan dimana pengguna teknologi dipercaya
akan mendatangkan manfaat bagi penggunaannya, sedangkan sikap terhadap
penggunaan (ATU) merupakan sikap terhadap penggunaan sistem yang
berbentuk penerimaan atau penolakan, kemudian niat berperilaku (BIU)
merupakan kecenderungan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi,
dan Penggunaan secara nyata (AU) merupakan kondisi nyata penggunaan
dalam sistem (Wibowo, 2008). Model TAM dapat menjelaskan tentang
persepsi pengguna dapat digunakan untuk menentukan sikap pengguna
dalam menggunakan suatu Teknologi Informasi. Model TAM dapat
menggambarkan penerimaan pada penggunaan suatu teknologi informasi
yang dipengaruhi oleh manfaat dan kemudahan sistem informasi. Penelitian
yang dilakukan dengan menggunakan *Technology Acceptance Model*
(TAM) pada bisnis jasa *e-wallet* untuk bertransaksi di Marketplace belum
pernah dilakukan, namun sudah banyak penelitian yang menggunakan

Technology Acceptance Model (TAM) pada penggunaan jasa teknologi informasi maupun pada penggunaan *e-wallet*.

Sugiarto (2016) meneliti mengenai bisnis jasa penjualan tiket secara online (*online ticketing*) menggunakan Model TAM yang dikembangkan oleh Shroff, Deneen, Ng, (2011) menemukan bahwa komponen penerimaan teknologi berpengaruh terhadap niat berperilaku menggunakan *online ticketing*.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang telah dilakukan oleh Prety (2018) dengan menggunakan Model TAM yaitu Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengadopsi teknologi online ticketing dengan menggunakan pendekatan *technology acceptance model*. Pada penelitian tersebut menemukan bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* dalam menggunakan *online ticketing* mempengaruhi sikap penggunaan (*attitude toward using*), dan sikap penggunaan mempengaruhi niat pengguna (*Behavioural Intention to Use*) untuk tetap menggunakan *online ticketing*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Prety (2018) adalah penelitian ini subjek yang diteliti yaitu pengguna *e-wallet* sebagai alat pembayaran di marketplace. Perbedaan kedua pada penelitian Prety (2018) dengan penelitian ini adalah alat pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan SEM AMOS 18. Kota Semarang dipilih oleh peneliti sebagai lokasi penelitian karena dari penelitian diatas belum ada yang melakukan penelitian dengan topik yang sama di kota Semarang.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka judul penelitian yang akan dilakukan adalah **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan *e-wallet* Terhadap Konsumen Marketplace di Semarang Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Penggunaan alat pembayaran berbasis internet dirasa cukup mudah untuk menghemat biaya dan waktu jika dibandingkan dengan menggunakan uang fisik yang perlu diambil dari mesin ATM maupun bank bagi para calon konsumen sehingga menimbulkan niat perilaku untuk menggunakan teknologi *e-wallet* untuk pembayaran marketplace, namun hal ini masih belum menjadi jaminan apabila tidak diikuti dengan sikap penerimaan teknologi oleh konsumen. Berdasarkan pada latar belakang yang ada diatas, peneliti merumuskan beberapa masalah berupa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1.) Apakah persepsi kemudahan (*perceived ease of use /PEOU*) berpengaruh terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness/PU*) *e-wallet* untuk bertransaksi di Marketplace?
- 2.) Apakah persepsi kegunaan (*perceived usefulness/PU*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan (*attitude toward using/ATU*) *e-wallet* untuk bertransaksi di marketplace
- 3.) Apakah persepsi kemudahan (*perceived ease of use/PEOU*) berpengaruh terhadap sikap penggunaan (*attitude toward using/ATU*) *e-wallet* untuk bertransaksi di marketplace?

4.) Apakah sikap penggunaan (*attitude toward using/ATU*) berpengaruh terhadap minat berperilaku (*Behavioural Intention to Use/BIU*) e-wallet untuk bertransaksi di marketplace?

5.) Apakah minat berperilaku (*Behavioural Intention to Use/BIU*) berpengaruh terhadap penggunaan sistem secara nyata (*Actual Use/AU*) e-wallet untuk bertransaksi di Marketplace?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh persepsi kemudahan (PEOU) terhadap persepsi kegunaan (PU) dalam penggunaan *e-wallet* di Marketplace.
2. pengaruh persepsi kegunaan (PU) terhadap sikap (ATU) dalam menggunakan e-wallet di marketplace.
3. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap dalam menggunakan e-wallet di marketplace.
4. Pengaruh sikap terhadap minat berperilaku dalam menggunakan e-wallet di marketplace.
5. Pengaruh minat berperilaku terhadap penggunaan sistem secara nyata *e-wallet* di Marketplace.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

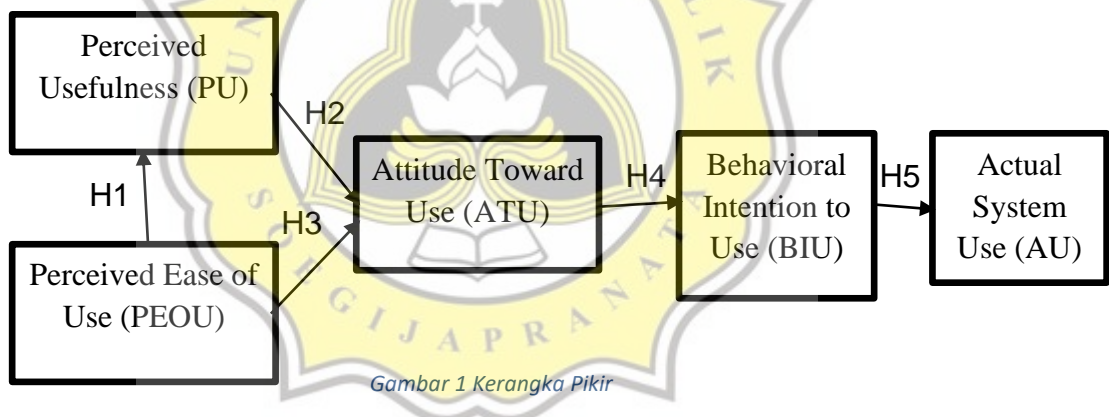
- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pengelola usaha *e-wallet* di Marketplace dalam memutuskan komponen apa saja yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan jasa *e-wallet* pada belanja online di Marketplace.

b. Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan bukti empiris dan penjelasan tentang komponen yang mampu mempengaruhi niat berperilaku pengguna.

1.5 Kerangka Pikir



1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan dalam penelitian ini dibagi dalam 5 bab sebagai berikut :

BAB 1 – PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan pendahuluan yang berisi mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat, kerangka pikir, serta sistematika penulisan

BAB II – LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bab yang berisi bahasan mengenai landasan teori dan pengembangan hipotesis penelitian yang didukung oleh penelitian-penelitian terdahulu menurut para ahli.

BAB III- METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, hal yang dibahas pada bab ini adalah sumber dan jenis data yang digunakan, definisi dan pengukuran variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, serta alat analisis data penelitian.

BAB IV- HASIL DAN ANALISIS DATA

Bab ini merupakan bab yang membahas tentang hasil dan analisis data. Dalam bab ini, hasil dari penelitian akan dianalisis dan diuraikan guna menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini.

BAB V- KESIMPULAN

Bab kelima membahas kesimpulan, saran, keterbatasan pada penelitian, dan yang analisis yang telah dilakukan pada bagian seluruhnya, serta saran bagi peneliti selanjutnya.