

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Manusia saat ini hidup dengan teknologi (Almahdi, 2017). Teknologi membuat kegiatan komunal menjadi lebih efektif dan efisien. Teknologi digunakan di sebagian besar pekerjaan, terutama di bidang keuangan, di mana mekanisme pembayaran digunakan. Dengan berkembangnya teknologi, metode pembayaran yang menggunakan uang fisik telah menjadi metode pembayaran telepon seluler non tunai. Ini dikenal sebagai "uang digitalisasi" atau uang digital.

Asosiasi Fintech Indonesia melaporkan setidaknya 135 perusahaan fintech baru pada tahun 2017, 43% di antaranya berada di industri pembayaran (Triwijanarko, 2017). Bank Indonesia (Helda, 2018) mencantumkan empat bentuk financial technology:

1. Crowdfunding dan Peer-to-peer (P2P) lending adalah platform fintech yang menghubungkan kreditur dan debitur. Crowdfunding adalah cara untuk menghasilkan uang untuk pekerjaan atau korban bencana melalui perantara teknologi. Salah satunya adalah Kitabisa.com. Pinjaman P2P, di sisi lain, meminjamkan uang kepada publik dari organisasi atau pencetus platform. KoinWorks, UangTeman, dan Kredivo adalah contoh P2P lending.
2. *Marketing Aggregator*, memungkinkan konsumen mengevaluasi berbagai layanan keuangan. Kartu kredit, KKB, pinjaman tanpa jaminan, asuransi, dan hipotek sering kontras. Pengguna dapat bergabung untuk sejumlah produk keuangan melalui penyedia platform. DuitPintar.com, misalnya.
3. Investasi dan manajemen risiko adalah perencanaan keuangan digital. Pengguna akan mendapatkan saran memilih investasi. Online-Tax, Bareksa, Investree, dan Online-Pajak yang membantu buat mengatur pajak adalah contohnya.

4. Pembayaran, Izin, dan Penyelesaian adalah platform pembayaran online. Ovo, Go-Pay, Sakuku, dan lainnya adalah contohnya.

Kartu debit dan kredit merupakan alat pembayaran digital pertama (Yuliasuti, 2017). Kartu pembayaran mulai menggantikan pembayaran tunai pada 1980-an. Bank mulai menawarkan diskon dan keuntungan unik kepada pengguna karena pelanggan lebih menyukai mekanisme pembayaran ini. Sejak diluncurkannya mobile dan internet-based banking di Indonesia oleh Bank Central Asia (BCA) pada tahun 2001 melalui website Klik BCA, penggunaan kartu pembayaran juga mengalami perubahan (Yuliasuti, 2017). Bank berbasis seluler dan internet adalah metode pembayaran yang disukai, terutama untuk pembelian online. Kartu pembayaran kini menjadi uang elektronik.

Pembatasan uang elektronik di Indonesia mempengaruhi penggunaannya. Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 terkait dengan laporan kerja TIM PISP (2016) tentang uang elektronik, suatu alat pembayaran dapat dianggap sebagai uang elektronik apabila memenuhi kriteria (1) dihimpun berdasarkan nilai uang yang telah dibayarkan terlebih dahulu dari pemegang kepada penerbit; (2) disimpan di server atau chip; (3) digunakan sebagai metode pembayaran bagi pedagang selain penerbit uang elektronik; dan (4) bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam peraturan perundang-undangan perbankan. Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dicanangkan oleh Gubernur Bank Indonesia Agus D.W. Martowardojo pada 14 Agustus 2014, dan Peraturan Menteri PUPR Nomor 16/PRT/M/2017 tentang Transaksi Tol Non Tunai di Jalan Tol, yang mulai berlaku pada 31 Oktober 2017, mendorong terciptanya uang elektronik.

Mata uang menghalangi kehidupan sehari-hari, menurut buku David Wolman *The End of Money* (Wolman, 2013). Uang tunai mahal untuk bepergian, menyimpan, melindungi, memantau, membuat, mengubah, dan membawa, menurutnya. Selain itu, uang tunai biasanya digunakan untuk suap dan transaksi melanggar hukum lainnya untuk menghindari deteksi. Uang tunai membutuhkan perhitungan manusia, sehingga kurang efisien bagi bank. Untuk

jumlah sederhana, ini sederhana, tetapi untuk jumlah besar, itu tidak praktis dan berisiko.

Berbeda dengan uang digital yang lebih aman, nyaman, dan praktis. Untuk melakukan pembelian dalam jumlah besar, konsumen tidak membutuhkan dompet atau tas besar dengan uang ini. Chip magnetik uang elektronik secara instan menangkap semua informasi keuangan di bank yang sesuai, membuat transaksi lebih cepat dan lebih tepat terlepas dari jumlah yang ditransaksikan. Uang elektronik juga dapat mendorong inklusi keuangan (jumlah masyarakat yang menjadi pelanggan atau pengguna jasa keuangan di Indonesia).

Mata uang elektronik dapat meningkatkan perekonomian. Permintaan uang yang lebih rendah menurunkan suku bunga pasar uang karena konsumen menggunakan metode pembayaran alternatif daripada uang tunai dan deposito bank (Mankiw, 2010). Ini akan mengurangi biaya pinjaman, meningkatkan investasi perusahaan, dan meningkatkan produksi domestik riil. Uang elektronik dapat meningkatkan perkembangan ekonomi dalam situasi ini. Penelitian yang sama menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik akan mengurangi biaya transaksi tunai dan biaya tunggu (Fadlillah, 2018).

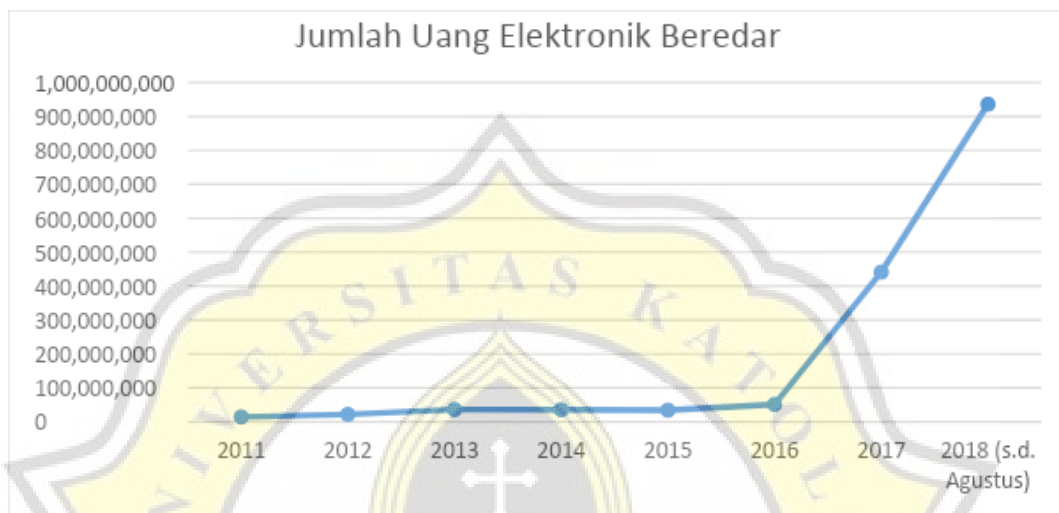
Dompet elektronik dan uang elektronik adalah jenis uang elektronik yang serupa tetapi berbeda (Daeng 2018; Ika 2017). Uang elektronik menyimpan data keuangan pada operator/server bank dan chip kartu. Dalam contoh ini, uang elektronik adalah kartu (data keuangan pengguna disimpan pada kartu chip) dan dompet elektronik adalah bagian dari uang elektronik yang disimpan di server (berbasis server). Pelanggan dompet elektronik tidak memerlukan uang tunai atau kartu karena operator menyimpan semua data. Dompet elektronik bisa menampung 10 juta rupiah, sedangkan uang elektronik hanya bisa menampung satu juta rupiah. Gambar 1.1 membandingkan uang elektronik dengan dompet.



Gambar 1.1 Perbedaan Uang Elektronik dan Dompet Elektronik

Sumber: (Daeng, 2018)

Menurut data statistik Bank Indonesia, uang elektronik dan dompet elektronik meningkat dari 52 juta instrumen pada awal 2017 menjadi 113 juta instrumen pada November 2017, termasuk 26 jenis uang elektronik dari berbagai penerbit.



Gambar 1.2 Jumlah uang elektronik beredar

Sumber: (Daeng, 2018)

Sayangnya, proporsi transaksi uang elektronik tidak bisa mengimbangi kenaikan uang elektronik yang relatif signifikan ini. Menurut statistik sistem pembayaran BI, rata-rata jumlah transaksi uang elektronik naik 38% dari 56,93 juta di tahun 2016 menjadi 78,61 juta di tahun 2017. Data menunjukkan jumlah transaksi uang elektronik masih lebih rendah dari pertumbuhan kuat uang elektronik yang beredar. Ini mungkin menunjukkan bahwa individu mengetahui uang elektronik tetapi tidak menggunakannya.

China telah mengganti uang tunai dengan uang elektronik, sehingga transaksi tunai jarang terjadi (Malik, 2017). Setiap rekening bank pemegang rekening terhubung ke sistem dompet Bank Rakyat China (PBOCElectronic), yang telah dikendalikan sejak 2010. Semua transaksi langsung menurunkan saldo tabungan pemegang rekening.

Pembayaran nontunai ini dapat digunakan untuk membeli barang-barang vending machine, membayar makan, berbelanja, naik taksi, dan menyewa sepeda berbasis aplikasi (bike sharing). Teknologi pembayaran nontunai seperti

Paket Merah di WeChat juga mempengaruhi ritual Tahun Baru Imlek menghadirkan Hongbao (Angpao). Misalnya, aplikasi Paket Merah di WeChat memproses 46 miliar transaksi Angpao “Online” dari 27 Januari hingga 1 Februari 2017, meningkat 43,3% dari tahun sebelumnya (Sutianto, 2017). Di Australia, bahkan *convenience store* seperti 7-Eleven telah memelopori konsep *cashless* dan *cardless convenience store* yang memungkinkan konsumen menyelesaikan transaksi menggunakan *smartphone* mereka (7-Eleven Australia, 2019). Di satu toko kelontong, Anda tidak dapat membayar dengan uang tunai karena mereka telah menggantinya dengan aplikasi. Pengguna dapat menelusuri toko, membeli barang dengan memindai kode batang, dan melakukan pembayaran semua di dalam aplikasi.

Penggunaan dompet elektronik berkembang pesat. Ini karena dompet digital lebih mudah diakses. Pengguna dompet elektronik cukup mengisi formulir singkat. Dompet elektronik dapat diakses oleh masyarakat umum karena mereka tidak melakukan pemeriksaan kredit dan memiliki beberapa prasyarat lainnya. Karena banyak individu masih waspada dalam melakukan transaksi keuangan secara online, kenyamanan dompet elektronik yang memungkinkan pengguna melakukannya tanpa mengungkapkan informasi pribadi apa pun kemungkinan akan meningkatkan adopsi mereka. Selanjutnya, pelanggan tidak lagi enggan untuk mentransfer uang tunai ke dompet elektronik karena berbagai diskon menggiurkan yang ditawarkan oleh dompet elektronik (Daeng, 2018).

Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.3, App Annie dan grup iprice menganalisis aplikasi dompet elektronik kategori keuangan. Berdasarkan data tersebut, Gojek, Ovo, dan Dana merupakan tiga besar aplikasi e-wallet di Indonesia dalam hal pengguna aktif bulanan pada kuartal kedua tahun 2019. Hal ini dikuatkan oleh hasil jajak pendapat pendahuluan terhadap 30 responden yang dilakukan oleh peneliti menggunakan media Google Form, yang mengidentifikasi tiga dompet elektronik paling populer yang sekarang digunakan dan motivasi adopsinya. Menurut data survei pendahuluan, dompet elektronik paling populer adalah Ovo, Go-Pay, dan Dana. Temuan survei pendahuluan ini menguatkan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa

adopsi e-wallet terutama dimotivasi oleh kelebihanya, kemudahan penggunaannya, dan pengaruhnya terhadap kehidupan sosial pengguna. Survei pendahuluan ini akan menginformasikan pemilihan produk untuk solusi e-wallet dan menginformasikan kebutuhan penelitian lebih lanjut.



Gambar 1.3 Hasil Survey App Annie dan iPrice group

Sumber: (Devita, 2019)

Produk dari PT Visionet Internasional, Ovo adalah dompet digital. Ovo melihat peluang untuk menciptakan ekonomi digital yang berkembang dengan menghilangkan hambatan yang menghalangi perusahaan tradisional untuk bergabung. Ide untuk memulai Ovo muncul sebagai akibat dari ekonomi digital Indonesia yang meningkat, tingkat penetrasi smartphone yang meningkat, dan kebutuhan negara yang mendesak untuk metode pembayaran yang lebih nyaman.

Pada awal operasinya, Ovo bekerja sama dengan Lippo Group karena lingkungan ritel yang kuat, seperti yang dikatakan oleh Presiden Direktur OVO Adrian Suherman (Gosta et al., 2018). Aplikasi ini, yang mempromosikan dirinya sebagai dompet utama pengguna, memiliki lebih dari 30.000 pengecer dengan siapa pengguna dapat melakukan bisnis di sekitar 404 lokasi ritel pada pertengahan 2018. Hanya sekitar 60–70 dari 404 mal yang dimiliki oleh Grup Lippo; sisanya dimiliki oleh pengembang lain. Jumlah transaksi bulanan secara konsisten mencapai ratusan miliar, jika tidak mendekati 1 triliun rupiah.

Pada bulan April 2016, Gojek adalah yang pertama memasarkan dengan Go-Pay. Go-Pay tidak memegang lisensi uang digital BI saat Gojek didirikan. Akuisisi PonselPay oleh Gojek pada Oktober 2016 difasilitasi oleh lisensi uang digital BI yang dipegang oleh PonselPay. GoJek juga telah melakukan akuisisi strategis terhadap tiga perusahaan fintech—Kartuku, Midtrans, dan Mapan—yang akan memberikan kontribusi signifikan bagi masa depan layanan masyarakat dan pengembangan ekosistem Go-Pay (Fikrie 2017).

Go-Pay di aplikasi Go-Jek adalah salah satu contoh dompet digital paling populer dan sukses di Indonesia, meskipun faktanya Go-Pay bukanlah aplikasi dompet digital itu sendiri (Ikhsanti, 2018). Fungsi dompet digital disertakan ketika fokus pendekatan pada layanan yang disediakan (Gojek, Go-Food, Go-Life, dll.) telah ditetapkan. Memiliki begitu banyak fitur berguna dalam satu aplikasi adalah nilai tambah utama untuk produk ini. Pengguna dapat menggunakan sejumlah opsi pembayaran yang berbeda, termasuk mobile banking dan menagih uang secara langsung dengan driver GoJek.

Didirikan pada 21 Maret 2018, Dana adalah bisnis muda. Dana menegaskan keunggulannya, terutama dalam hal penyerapan, dengan mengintegrasikan pembayaran dengan basis platform terbuka. CEO Dana Vincent Henry Iswaratioo mengatakan keserbagunaan aplikasi—dapat digunakan untuk penjualan e-commerce di Bukalapak dan Tix.id, pembelian tiket di Ticketmaster, dan transfer saldo digital di DANA menggunakan BBM—adalah salah satu kekuatan terbesarnya (Maulana, 2018).

Manusia tidak bisa menghentikan derap kemajuan teknologi yang tiada henti (Filani, 2019). Perkembangan teknologi memaksa manusia untuk berubah. Setiap perusahaan, tidak peduli seberapa besar atau muda, dapat lumpuh atau diselamatkan oleh penggunaan teknologi pada saat yang tepat. Meski menjadi pemimpin pasar dalam produksi ponsel selama 14 tahun, Nokia gulung tikar karena kalah bersaing dengan platform Android dan Apple (Yusuf, 2013). Munculnya transportasi internet adalah contoh lain dari ancaman terhadap industri transportasi darat yang pernah berkembang pesat (Deny, 2016). Dengan cara yang sama, pemilik perusahaan perlu belajar memanfaatkan terobosan teknis lainnya untuk mengurangi risiko dan memanfaatkan kemungkinan yang dihadirkan oleh inovasi ini, demikian pula mereka harus belajar menavigasi lanskap sistem pembayaran yang terus berkembang.

Individu yang lahir di Indonesia antara usia 16 dan 30 tahun dianggap sebagai bagian dari generasi muda, yang sering disebut sebagai pemuda (Presiden dan DPR RI, 2009). Banyak sektor masyarakat, termasuk bisnis, memiliki alasan untuk mengkhawatirkan generasi ini. Orang-orang di bawah usia 30 ini mungkin tidak mengetahuinya, tetapi mereka memegang kunci keberhasilan perusahaan dalam transformasi digitalnya (trimagnus, 2019).

Setelah Jakarta, Surabaya, Medan, dan Bandung, Semarang adalah kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia dan ibu kota provinsi Jawa Tengah (Sahabatnesia 2017). Dengan luas total 373,70 km² (atau 37.366.836 hektar), kota Semarang tidak hanya mencakup 16 kecamatan tetapi juga 117 kelurahan (Pemkot Semarang, 2019). Kota Semarang, salah satu daerah dengan potensi ekonomi yang kuat, dengan jumlah penduduk sebanyak 1.668.578 jiwa per

Desember 2018. (Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Semarang, 2018). Semarang dipilih bukan hanya karena menyajikan potensi komersial yang fantastis, tetapi juga karena kota ini saat ini menjadi jalurnya untuk menjadi "kota pintar". Pernyataan Walikota Semarang Hendrar Prihadi pada Forum Group Discussion (FGD) Selasa (9 Oktober) tentang membangun executable smart city plan di Situation Room Balai Kota Semarang menguatkan hal tersebut (Arifin, 2018).

Model penerimaan teknologi Davis (TAM) adalah teori yang diterima secara luas untuk menjelaskan bagaimana orang benar-benar mengadopsi dan memanfaatkan teknologi baru (1989). Diterapkan untuk mengantisipasi penerimaan, adopsi, dan penggunaan teknologi baru lintas disiplin, TAM menjadi semakin populer (Rauniar et al., 2014) karena memenuhi fitur teoritis dasar, didukung oleh fakta (dapat diverifikasi), dan dapat diterapkan secara luas (generalisasi). TAM telah muncul sebagai salah satu model yang paling menonjol dalam studi tentang bagaimana orang menerima dan menggunakan sistem informasi, menurut survei literatur ilmiah yang relevan (Venkatesh & Davis, 2000).

Berdasarkan hal di atas, peneliti bermaksud untuk menyelidiki variabel-variabel yang mempengaruhi kemungkinan adopsi dompet elektronik di Semarang, dengan judul "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Perilaku Penggunaan E-Wallet pada Generasi Muda di Semarang".

B. PERUMUSAN DAN PEMBATASAN MASALAH

- a. Seperti apakah penguasaan pasar dompet digital di kalangan generasi muda Semarang?
- b. Apa saja faktor yang mempengaruhi minat menggunakan dompet digital di Semarang?
- c. Bagaimana strategi bisnis pemanfaatan dompet digital?

Batasan pada penelitian ini adalah tingkat penerimaan sebuah teknologi baru yang dalam hal ini adalah *e-wallet*. Sasaran penelitian ini terbatas pada generasi muda di Semarang.

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan dari penelitian adalah:

- a. Temukan layanan dompet digital mana yang memberikan pendapatan terbesar bagi bisnis di Semarang.
- b. Dengan menggunakan teknik TAM, kami akan menyelidiki variabel apa di Semarang yang berkontribusi terhadap keinginan masyarakat untuk mulai menggunakan dompet digital.
- c. Untuk mempelajari pendekatan perusahaan dalam menerapkan dompet digital.

Sebagai kelanjutan dari tujuan penelitian tersebut diatas, maka peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat:

- a. Bagi penelitian selanjutnya
 - 1) Untuk menambah pengetahuan wawasan.
 - 2) Sebagai bahan referensi bagi peneliti terhadap masalah serupa pada masa yang akan datang.
- b. Bagi pelaku bisnis
 - 1) Cari tahu apa yang menarik minat konsumen dalam memanfaatkan dompet digital di Semarang; kemudian, manfaatkan pengetahuan itu sebagai dasar untuk inisiatif perusahaan berbasis dompet digital Anda sendiri.
 - 2) Bisnis di industri e-wallet dapat memanfaatkan elemen yang mempromosikan atau menurunkan minat pengguna dalam menggunakan dompet digital sebagai panduan untuk meningkatkan efisiensi aplikasi mereka.