

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini, masyarakat sudah sangat maju. Seiring berjalannya waktu, teknologi telah berkembang baik dalam penggunaan maupun variasinya. Sebagai contoh, dalam perkembangan ekonomi, dahulu uang tunai digunakan untuk semua aktivitas keuangan. Namun, saat ini, ada banyak teknologi yang memfasilitasi kegiatan ini. Kegiatan sehari-hari yang praktis dapat dilakukan di mana saja, tanpa biaya dan dengan mudah.

Semua perusahaan saat ini sedang mengalami perubahan melalui teknologi informasi yang dikembangkan untuk bisnis mereka. Oleh karena itu, peran teknologi informasi sangat penting dalam semua pengembangan bisnis di dalam suatu perusahaan, karena dapat menjadi alat bantu dalam pengambilan keputusan. Peningkatan jumlah pengguna internet diiringi dengan kemajuan teknologi dan peningkatan aksesibilitas ke internet (Juliyanti & Prima, 2024). Internet adalah platform pertama yang menciptakan uang elektronik dan awal dari kemajuan pesat dalam teknologi. Internet telah menjadi komponen kunci karena server sering digunakan oleh komunitas untuk memproses teknologi yang diperlukan (Endriyanto & Indrarini, 2022).

Setiap negara di dunia berlomba-lomba untuk meningkatkan teknologinya, namun cara negara menanggapi perkembangan teknologi sangat bervariasi. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia dan memiliki peluang pasar yang sangat baik untuk perkembangan ekonomi digital. Sebagai salah satu negara berkembang di Asia, pemerintah perlu

mengintervensi *cashless society*, dengan keseriusan Bank Indonesia untuk mempercepat elektronifikasi pembayaran secara non tunai pada setiap kegiatan transaksi di segala sektor (D. Pertiwi *et al.*, 2021).

Menurut statistik dari *Internet World Stats*, pada Juli 31 July 2022 pengguna internet di Asia mencapai 2.934 miliar jiwa dan tingkat penetrasi 67,4%, volume transaksi *mobile wallet* di Indonesia 2020-2025 akan terus meningkat. Pada tahun 2020, jumlah transaksi dompet seluler di Indonesia mencapai 1,7 miliar dan diperkirakan akan tumbuh menjadi 16 miliar transaksi pada tahun 2025. Dompet seluler adalah dompet virtual yang dapat menyimpan informasi dan kartu pembayaran di perangkat seluler, dengan fungsionalitas bawaan atau aplikasi yang dapat dipasang di ponsel pintar (Statista, 2023).

*E-Wallet* adalah server dalam bentuk aplikasi yang digunakan untuk transaksi pembayaran yang dapat diinstal pada smartphone Android dan iOS (Mulyaningtyas & Ihsan, 2023). Penggunaan *e-wallet* semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan kesadaran masyarakat akan perlunya menggunakan transaksi elektronik. *E-Wallet* menawarkan banyak kemudahan bagi pengguna, termasuk pembayaran non-tunai dan pembayaran untuk pembelian tiket kereta api, pesawat, dan bus (Violinda & Khorunnisya, 2022). Dari penjelasan di atas diartikan bahwa kenyamanan *e-wallet* menarik seseorang untuk menggunakannya.

Transaksi non-tunai menjadi semakin populer karena kehadiran pemain *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, dan Tik Tok shop. Transaksi non-tunai menyebabkan perusahaan mengubah strategi pemasaran mereka dari penjualan offline menjadi penjualan online. Penjualan *e-commerce* menjadi respon positif

oleh financial teknologi (*fintech*). Di Indonesia, uang elektronik dibagi menjadi 2 yaitu berbasis server (*e-wallet*) dan berbasis chip (*e-money*) dimana *e-wallet* memiliki peranan besar dalam pasar (Sentanu *et al.*, 2020). *E-Wallet* mengubah dompet yang dibuat oleh kain menjadi dompet yang diakses dengan benda elektronik seperti smartphone.

Dilansir dari Kompas.com, berdasarkan survei yang dilakukan oleh Populix, saat ini ada lima produk uang elektronik yang populer dan paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Survei yang berjudul "*Consumer Preference Towards Banking and e-Wallet Apps*" tersebut dilakukan secara daring terhadap 1.000 responden yang berusia 18 sampai dengan 55 tahun di beberapa kota di Indonesia. Dengan hasil yang didapatkan, Gopay menjadi salah satu pilihan yang paling sering digunakan dengan nilai 88 persen.

Meskipun penggunaan *e-wallet* efisien dan praktis tetapi berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Rahmawati *et al.*, 2020) menyatakan bahwa banyaknya generasi muda masih tidak berminat menggunakan *e-wallet*. Banyak pengguna *e-wallet*, mulai dari remaja hingga orang dewasa, yang menggunakan *e-wallet* generasi X, generasi milenial Y, dan bahkan generasi yang lebih muda seperti generasi Z, yang dikenal sebagai GenZ. Banyak mahasiswa saat ini yang cukup maju dalam penggunaan perangkat elektronik. Alasan mengapa mahasiswa digunakan sebagai kelompok sasaran adalah karena Generasi Z adalah yang paling dominan dalam hal penggunaan internet.

Mahasiswa, yang dikenal sebagai Generasi Z, seharusnya sudah tidak asing lagi dengan *e-commerce* dan banyak dari mereka yang sudah mengenal dan

menggunakan *e-wallet* sebagai alat transaksi online maupun offline. Mahasiswa merupakan generasi yang lebih muda dan lebih menyukai kegiatan yang simpel dan efisien, seperti bertransaksi barang elektronik melalui aplikasi berbasis smartphome. Generasi ini melek digital dan memiliki daya beli yang tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada mahasiswa yang memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap perkembangan elektronik.

Minat menggunakan diartikan sebagai sebuah bentuk keinginan seseorang untuk menggunakan kembali objek tertentu. Menurut penelitian (Didied *et al.*, 2022) minat adalah jiwa yang mengandung komponen penggunaan emosional. Niat perilaku didefinisikan sebagai perilaku seseorang atau keinginan pengguna untuk bertindak dengan cara tertentu untuk memiliki, menolak atau menggunakan sesuatu. Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat adalah keinginan atau dorongan seseorang terhadap suatu perilaku atau keinginan tertentu, dalam penelitian ini adalah pengenalan *e-wallet* pada mahasiswa.

Promosi pada *e-wallet* juga banyak dilakukan seperti adanya *cashback*, adanya diskon, adanya poin-poin yang dapat digunakan untuk menambah saldo pada *e-wallet*. Promosi ditujukan untuk membujuk dan menginformasikan kepada konsumen untuk menggunakan aplikasi yang ditawarkan, untuk menarik minat dan ketertarikan seseorang untuk menggunakannya (Mulyaningtyas & Ihsan, 2023). Selain promosi yang kreatif dan menarik, mereka juga mengiklankan melalui spanduk, brosur, dan platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Daya tarik promosi memiliki dampak yang cukup besar dan bermanfaat bagi minat menggunakan *e-wallet*. Daya tarik promosi yang tidak menarik atau tidak

mudah diingat dapat membuat pengguna *e-wallet* enggan atau malas untuk menggunakannya.

Faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan seperti yang disebabkan oleh kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa aplikasi *e-wallet* mudah digunakan (Violinda & Khorunnisya, 2022). Namun, kemudahan penggunaan dapat mempengaruhi orang-orang terutama mahasiswa, yang tertarik pada hal-hal yang mudah dan praktis, yang berujung pada belanja terus menerus dan membuat mahasiswa menjadi boros. Perilaku konsumsi yang berkelanjutan dan tidak terkendali dari generasi muda berdampak pada masa depan mereka (Soraya & Prima, 2024). Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa mahasiswa enggan menggunakan *e-wallet* untuk menghemat uang, karena mereka percaya bahwa penggunaan *e-wallet* mempengaruhi keuangan rumah tangga mereka. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan mempengaruhi pilihan mahasiswa untuk menggunakan *e-wallet*.

Menurut penelitian (Violinda & Khorunnisya, 2022) penerbit dompet elektronik harus mempertimbangkan faktor risiko untuk meminimalkan persepsi pengguna terhadap risiko yang timbul. Risiko mengacu pada potensi kerugian yang mungkin dialami ketika menggunakan layanan baru dalam teknologi tertentu (Muslimah & Prima, 2024). Dari uraian ini, risiko dapat diartikan sebagai keraguan yang mungkin dialami pengguna ketika mereka gagal menghadapi peluang yang terbuka bagi mereka ketika membuat keputusan pembelian. Risiko adalah hasil

yang tidak diinginkan oleh siapa pun yang menggunakan layanan baru dan harus sangat dihindari.

Beberapa waktu yang lalu masyarakat Indonesia melaporkan beberapa kejadian kasus penipuan yang terjadi pada beberapa pengguna aplikasi *e-wallet*. “Mengumpulkan 575.000 daftar list yang pernah digunakan atau dilaporkan untuk kejahatan penipuan. Bukan hanya akun bank tapi ada *e-wallet*,” kata Dirjen Aptika Kementerian Kominfo, Samuel Abrijani (Bestari, 2023). Dalam kasus ini, para penipu juga menawarkan sejumlah produk, termasuk smartphone dengan harga antara 10 juta dan 2 juta. Para penipu melakukannya melalui panggilan telepon, pesan melalui *Whats App* dan SMS. Oleh karena itu, pengguna menjadi ragu dan menolak untuk menggunakan teknologi *e-wallet* karena ketidakpastian dan faktor keamanan yang terlibat dalam meningkatkan saldo *e-wallet* mereka.

Merujuk pada teori niat perilaku peneliti sebelumnya, individu terhadap *e-wallet* ditentukan oleh dua hal, yaitu: sikap individu terhadap penggunaan *e-wallet* dan norma subjektif (D. Pertiwi *et al.*, 2021). Sikap perilaku mengacu pada keuntungan dan kerugian menggunakan *e-wallet*. Hal ini dikarenakan persepsi dan pandangan orang terhadap penggunaan *e-wallet* dipengaruhi oleh orang lain. Tingkat penerimaan umum adalah tingkat kenyamanan dan kemudahan penggunaan *e-wallet*, baik dari masyarakat dan terutama dari mahasiswa saat ini yang semakin cerdas dalam penggunaan teknologi.

Berdasarkan latar belakang informasi yang diperoleh dalam penelitian ini, peneliti ingin menilai bagaimana daya tarik promosi, kemudahan penggunaan dan risiko yang dialami oleh pengguna *e-wallet* dapat mendorong minat mereka untuk

terus menggunakan *e-wallet*. Untuk itu, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul sebagai berikut “ **Pengaruh Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Mahasiswa Di Kota Batam**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dengan latar belakang di atas, berikut beberapa identifikasi masalah yang dapat dijelaskan penulis yaitu:

1. Daya tarik promosi yang kurang memikat dan kurang jelas membuat mahasiswa tidak tertarik menggunakannya.
2. Mudahnya penggunaan *e-wallet* membuat mahasiswa berbelanja dengan terus-menerus yang mengakibatkan pengeluaran semakin boros.
3. Adanya keraguan para pengguna dalam pengisian saldo pada *e-wallet*.
4. Masih banyak mahasiswa yang tidak berminat menggunakan *e-wallet* disebabkan lebih merasa aman dan nyaman menggunakan uang tunai.

## **1.3 Batasan Masalah**

Tujuan batasan masalah yang digunakan oleh peneliti untuk memfokuskan penelitian agar tidak menyebabkan terlalu luasnya penelitian ini, dan batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan dan Risiko.
2. Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini yaitu Minat Menggunakan *E-Wallet*.

3. Target populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi yang terdaftar di Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yaitu, mahasiswa Universitas Universal, Universitas Kepulauan Riau, Universitas Ibnu Sina, Politeknik Negeri Batam, dan Universitas Internasional Batam, serta yang memahami dan menggunakan mata uang elektronik (Go-Pay, Shopee Pay, Dana, dan OVO).
4. *E-wallet* yang diteliti mewakili penggunaan dompet digital yang dapat diakses melalui ponsel pintar (Dana, Shopee Pay, Go-Pay, dan OVO).

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Dengan mengacu pada pernyataan masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Daya Tarik Promosi *E-Wallet* berpengaruh signifikan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Mahasiswa Kota Batam?
2. Apakah Kemudahan Penggunaan *E-Wallet* berpengaruh signifikan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Mahasiswa Kota Batam?
3. Apakah Risiko *E-Wallet* berpengaruh signifikan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Mahasiswa Kota Batam?
4. Apakah Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko berpengaruh signifikan Terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Mahasiswa Kota Batam?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Kemudian adapun rumusan masalah sesuai dengan pernyataan diatas, maka peneliti menetapkan tujuan sebagai berikut:



1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Daya Tarik Promosi *E-Wallet* terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Mahasiswa di Kota Batam.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kemudahan Penggunaan *E-Wallet* terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Mahasiswa di Kota Batam.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Risiko *E-Wallet* terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Mahasiswa di Kota Batam.
4. Untuk menguji dan menganalisis Daya Tarik Promosi, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko *E-Wallet* terhadap Minat Menggunakan *E-Wallet* Pada Mahasiswa di Kota Batam.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat yang dapat dinikmati oleh berbagai pemangku kepentingan.

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah bahwa hasil yang diperoleh dapat menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut. Hasil penelitian ini juga dapat meningkatkan pemahaman penulis dan pembaca secara umum mengenai penggunaan E-Wallet pada khususnya.

### **1.6.2 Aspek Praktis**

#### **1. Bagi Peneliti**

Diharapkan bahwa penelitian ini akan berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik mengenai minat masyarakat terhadap sistem pembayaran e-wallet secara khusus dan penggunaan pembayaran elektronik secara umum.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan dan mengembangkan layanan dalam bertransaksi menggunakan pembayaran e-wallet.

#### **3. Bagi Universitas Putera Batam**

Penelitian ini memberikan dan menambah pengetahuan akademis bagi institusi akademis sebagai referensi untuk penelitian di masa yang akan datang, dan juga dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa yang mengambil studi yang sama.