

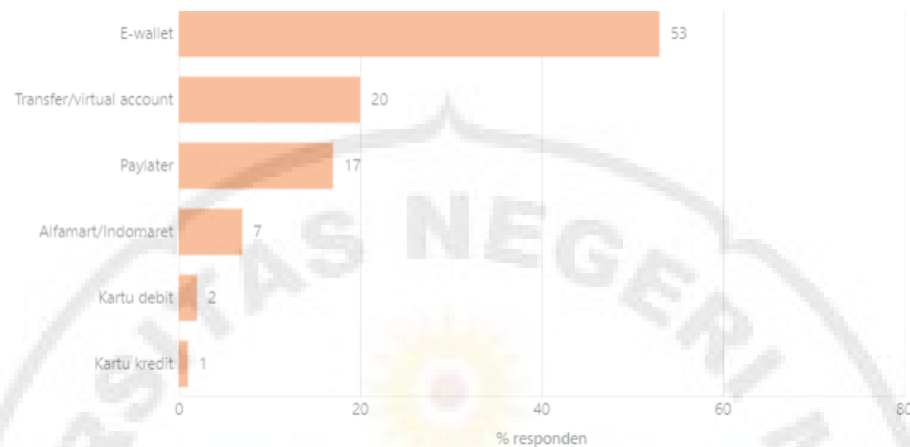
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi digital telah mengubah pola transaksi masyarakat Indonesia dari penggunaan uang tunai ke pembayaran non-tunai, menciptakan tren menuju masyarakat tanpa uang tunai yang sejalan dengan regulasi terkait uang elektronik yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (iPrice, 2020). Sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 seperti yang disebutkan oleh Nurrohyani & Sihalo (2020), *financial technology* atau *fintech* adalah penerapan teknologi dalam sektor keuangan untuk mengembangkan produk dan layanan pembayaran. Saat ini, terus terjadi perkembangan dalam alat pembayaran digital yang terintegrasi dalam aplikasi dompet digital, yang memungkinkan berbagai transaksi pembayaran dan transfer dana kepada pengguna lain (Mawardani et al., 2021). Tiga tahun terakhir menandai periode pertumbuhan yang signifikan dalam transaksi elektronik menggunakan dompet digital.

Menurut BI (2020) uang elektronik dapat dibedakan menjadi *e-money (chip based)* dan juga *e-wallet (server based)*. *E-wallet* merupakan alat pembayaran yang kini populer digunakan masyarakat sebagaimana hasil survei Jakpat (2020) pada

Gambar 1.1



Gambar 1. 1 Tren Penggunaan E-Wallet Di Indonesia Pada Tahun 2022

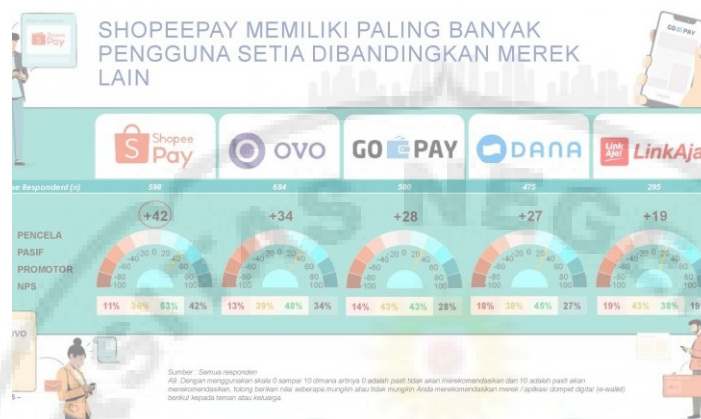
Sumber: Databooks (2022)

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Katadata Insights Center (KIC) yang bekerja sama dengan Kredivo pada Maret 2022 yang melibatkan 3.500 responden dari seluruh Indonesia, ditemukan bahwa 53% responden lebih sering menggunakan dompet digital untuk transaksi *e-commerce*, sedangkan transfer bank digunakan oleh 20% responden. Selain itu, 17% responden menggunakan *PayLater*, 7% membayar melalui Alfamart atau Indomaret, 2% menggunakan kartu debit, dan 1% menggunakan kartu kredit (Databoks, 2022). Data ini menunjukkan bahwa dompet digital adalah metode pembayaran yang paling populer dibandingkan dengan pembayaran tunai, kartu debit, maupun kartu kredit.

Bank Indonesia mencatat adanya peningkatan penggunaan uang elektronik di tengah era pandemi Covid-19 yang mencapai 64,48% per April 2020, yang membuktikan bahwa masyarakat memiliki tindakan yang berulang dalam penggunaan uang elektronik contohnya adalah penggunaan dompet digital (Auralia et al., 2022). Berdasarkan data yang dilansir pada Katadata, bahwa dompet digital

pada masa pandemi Covid-19 terjadi peningkatan sebanyak 65% yang digunakan sebagai salah satu alat transaksi pembayaran elektronik, karena dianggap memudahkan masyarakat di tengah pandemi Covid-19 ini (Diponegoro & Widyanto, 2021). Salah satu dompet elektronik yang diminati sejak tahun 2018 adalah ShopeePay, yaitu suatu sistem pembayaran di aplikasi *e-commerce* Shopee yang dimana Shopee sendiri adalah salah satu perusahaan *Electronic Commerce* yang muncul di Indonesia dan masyarakat menyambung dengan yang baik, dengan koneksi komunitas yang baik dan model konsumen-ke-konsumen dan bisnis-ke-konsumen (Auralia et al., 2022). Hasil survei perusahaan riset asal Prancis, Ipsos di Indonesia tahun 2020, mengumumkan hasil survei terbarunya pada bulan Oktober 2020 yang menyatakan bahwa ShopeePay mencapai kedudukan merek dompet digital terbaik Indonesia

ShopeePay merupakan layanan dompet digital yang disediakan oleh PT. Air Pay International Indonesia (Shopee, 2020). ShopeePay sebagai *platform* pembayaran nontunai atau *cashless payment* dapat digunakan pengguna untuk berbelanja *online* di *e-commerce*, Shopee dan juga transaksi *offline* di berbagai *merchant* Shopee Pay yang tersebar di seluruh Indonesia. ShopeePay memiliki berbagai fitur, antara lain isi saldo (*top up*), bayar menggunakan QR code, transfer saldo ke pengguna Shopeepay yang lain, hingga menarik saldo ke rekening bank. Shopee Pay selaku pendatang baru dalam *cluster* sistem pembayaran (*payment system*) tergolong dompet digital yang sukses di Indonesia. Selain karena jumlah penggunaanya yang banyak, dari segi frekuensi pemakaian juga Shopee Pay jauh lebih unggul dibandingkan *e-wallet* yang lain.



Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Aplikasi Dompot Digital di Indonesia

Sumber: Antaranews.com (2020)

ShopeePay menonjol sebagai platform dompet digital terkemuka di Indonesia, terutama berkat tingkat kepuasan dan loyalitas penggunanya yang tinggi. Dengan NPS (*Net Promoter Score*) sebesar +42, ShopeePay memiliki persentase promotor sebesar 42%, yang menunjukkan bahwa banyak penggunanya sangat puas dan bersedia merekomendasikannya kepada orang lain. Persentase pencela yang rendah, hanya 5%, mengindikasikan bahwa sangat sedikit pengguna yang tidak puas dengan layanan ini. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa ShopeePay berhasil menciptakan pengalaman pengguna yang positif, mempertahankan basis pengguna yang setia, dan menarik pengguna baru. Keunggulan ShopeePay terletak pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pengguna dengan baik, menyediakan layanan yang andal, dan menawarkan promosi serta insentif yang menarik, sehingga membuatnya menjadi pilihan utama di antara dompet digital lainnya di Indonesia.

Tingginya persentase penggunaan terbaru ini menunjukkan bahwa ShopeePay berhasil mempertahankan pengguna aktifnya, yang merupakan indikator kuat dari kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan retensi pengguna yang baik, ShopeePay tidak hanya mampu menarik pengguna baru tetapi juga mempertahankan mereka, menjadikannya salah satu dompet digital terkemuka di pasar yang sangat kompetitif ini. Meskipun ada persaingan ketat dari platform lain seperti GoPay dan OVO, ShopeePay menunjukkan performa yang kuat dalam menjaga relevansi dan kepuasan pengguna, memastikan posisinya sebagai pilihan utama di kalangan pengguna dompet digital di Indonesia.

ShopeePay sebagai platform pembayaran non tunai atau *cashless payment* dapat digunakan pengguna untuk berbelanja online di *e-commerce*, Shopee dan juga transaksi *offline* di berbagai merchant ShopeePay yang tersebar di seluruh Indonesia. ShopeePay memiliki berbagai fitur, antara lain isi saldo (top up), bayar menggunakan QR code, transfer saldo ke pengguna ShopeePay yang lain, isi saldo melalui transfer bank, verifikasi ShopeePay, Transfer ke Bank atau ke Akun ShopeePay Selalu Bebas Biaya Admin, hingga menarik saldo ke rekening bank. ShopeePay selaku pendatang baru dalam cluster sistem pembayaran (*payment system*) tergolong dompet digital yang sukses di Indonesia. Selain karena jumlah penggunanya yang banyak, dari segi frekuensi pemakaian juga ShopeePay jauh lebih unggul dibandingkan e-wallet yang lain

Pada tahun 2020 ShopeePay mencatatkan rata-rata frekuensi transaksi bulanan tertinggi yaitu mencapai 9,1 kali transaksi per bulan. Frekuensi tersebut lebih tinggi jika dibandingkan dengan OVO sebanyak 8,6 kali transaksi per bulan

dan GoPay sebanyak 6,9 kali transaksi per bulan (Media Indonesia 2020). Pada tahun 2021 frekuensi penggunaan *e-wallet* mengalami kenaikan dan frekuensi transaksi ShopeePay naik menjadi 14,4 kali transaksi per bulan (Katadata 2021). Tingginya frekuensi transaksi penggunaan ShopeePay setiap bulannya mengindikasikan tingginya minat menggunakan ShopeePay secara berkelanjutan. Merujuk pada hal tersebut, PT *AirPay International* Indonesia perlu menganalisis faktor apa saja yang dapat meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan ShopeePay secara berkelanjutan.

Beberapa keunggulan dompet digital tersebut adalah kemudahan dalam memproses pembayaran, efisiensi saat melakukan pembayaran, dan kemampuan untuk mengisi ulang melalui berbagai fasilitas yang sudah disediakan (Latief & Dirwan, 2020). Persepsi kemudahan merupakan salah satu keyakinan dalam mengambil keputusan. Jika pengguna menemukan sistem teknis yang mudah digunakan, mereka akan menggunakannya, dan begitupun sebaliknya. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang membuktikan bahwa Keputusan penggunaan terpengaruh oleh variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dan promosi penjualan.

ShopeePay juga menawarkan berbagai promosi untuk menarik konsumen agar menggunakan ShopeePay di dalam transaksinya. Promosi yang ditawarkan oleh ShopeePay seperti potongan harga, gratis ongkos kirim dan *cashback*. Bagi sebagian besar konsumen di Indonesia, promosi atau *discount* tetap menjadi daya tarik dalam pengambilan keputusan pembelian. Banyak konsumen menunggu promosi saat membeli produk, khususnya jenis promosi *cashback* yang menarik

perhatian konsumen (Latief & Dirwan, 2020). *Cashback* adalah pengembalian dana atau uang yang digunakan untuk melakukan pembayaran. *Cashback* tidak diberikan dengan begitu saja, namun berdasarkan pada syarat yang ditetapkan perusahaan, seperti dengan minimum pembelian untuk dapat memakai promosi *cashback* (Nurrohyani & Sihalo, 2020). Promosi *cashback* yang ditawarkan ShopeePay beragam dari 5%, 20%, 50% bahkan hingga 100% dengan persyaratan tertentu. *Cashback* pada ShopeePay bukan pengembalian uang atau saldo tetapi pengembalian dana dengan koin.

Selanjutnya permasalahan yang ada di penelitian ini adalah dengan *Research Gap* Dimana masih ada perbedaan hasil penelitian. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan (Aprilia & Susanti, 2022) berbeda dengan penelitian lain yang menyatakan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan (Umah & Siswah yudianto, 2022). Kemudian penelitian sebelumnya menyatakan promosi berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan (Mawardi & Dwijayanti, 2021) berbeda dengan peneliti lain yang menyatakan promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan (Alfiana et al. 2022)

Keputusan penggunaan pada dasarnya adalah proses Dimana konsumen dapat menentukan produk yang akan di beli atau digunakan, menurut (Kotler & Keller 2016) adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi Alternatif, Keputusan penggunaan dan perilaku pasca penggunaan. Penggunaan dompet digital seperti ShopeePay telah meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir, Faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan dan Promosi mempengaruhi Keputusan

penggunaan masyarakat dalam menggunakan teknologi baru seperti dompet digital ShopeePay. Masyarakat sebagai pengguna cenderung mempertimbangkan factor-faktor ini sebelum memutuskan untuk menggunakan teknologi baru. Variabel kemudahan penggunaan memainkan peran penting dalam pengambilan Keputusan penggunaan ShopeePay. Semakin mudah penggunaannya, semakin banyak orang yang tertarik dan menggunakan teknologi ini. Promosi juga mempengaruhi Keputusan penggunaan, semakin efektif promosi, semakin banyak orang yang tertarik dan menggunakan teknologi ini, promosi yang kreatif dan menarik akan meningkatkan kesadaran dan minat Masyarakat terhadap dompet digital ShopeePay.

Untuk melakukan pengamatan apakah mahasiswa menggunakan ShopeePay dan apakah kemudahan penggunaan mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan ShopeePay, apakah ada mahasiswa yang merasa kesulitan menggunakan shopeepay, dan bagaimana pengaruh promosi mempengaruhi Keputusan mahasiswa untuk menggunakan shopeepay. Maka peneliti melakukan pra-survey berupa kuesioner melalui google form kepada responden. Untuk pengukuran jumlah pengambilan responden pra survey berdasarkan ukuran sampel secara minimum 30 menurut (Ruslan,2017, hlm. 146) sehingga penulis mengambil 41 responden. Hasil pra survey yang dilakukan penulis dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Pra Survey

No	Pertanyaan	Jawaban Responden	
		Ya	Tidak
1.	Apakah anda pernah menggunakan dompet digital ShopeePay?	87%	13%
2.	Apakah Anda merasa mudah untuk menggunakan Aplikasi ShopeePay?	80%	20%
3.	Apakah Anda pernah mengalami transaksi gagal saat menggunakan ShopeePay?	24%	76%
4.	Apakah Anda pernah mengalami error pada aplikasi ShopeePay saat melakukan pembayaran?	24%	76%
5.	Apakah Anda pernah mengalami masalah saat menambahkan saldo ke akun ShopeePay Anda?	17%	83%
6	Apakah Anda pernah merasa aplikasi ShopeePay lambat atau tidak responsif saat digunakan?	30%	70%
7	Apakah Anda sering menerima promosi (cashback, diskon, voucher) dari ShopeePay?	30%	70%
8	Apakah Kemudahan dan promosi ShopeePay mempengaruhi keputusan Anda untuk menggunakan ShopeePay?	90%	10%

Hasil pra-survei yang dilakukan terhadap 41 mahasiswa menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kemudahan penggunaan dan promosi yang ditawarkan ShopeePay terhadap keputusan mereka untuk menggunakan dompet digital tersebut. Dari data yang terkumpul, 90% responden menyatakan bahwa kemudahan dalam penggunaan ShopeePay menjadi faktor utama yang mendorong mereka untuk memilih layanan ini. Mereka merasa bahwa antarmuka

yang intuitif, proses transaksi yang cepat, dan berbagai fitur yang mudah diakses menjadi nilai tambah yang membuat ShopeePay lebih menarik dibandingkan metode pembayaran lainnya.

Selain itu, 65% responden juga menekankan bahwa promosi yang sering diberikan oleh ShopeePay, seperti cashback, diskon, dan voucher gratis, sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan layanan ini. Promosi-promosi tersebut tidak hanya memberikan keuntungan finansial tetapi juga meningkatkan loyalitas pengguna terhadap ShopeePay. Beberapa responden bahkan mengaku bahwa mereka mulai menggunakan ShopeePay karena tertarik dengan promosi yang sedang berlangsung.

Namun, meskipun banyak yang merasa terbantu dengan kemudahan dan promosi yang ditawarkan, ada sekitar 30% responden yang masih menghadapi berbagai kesulitan dalam menggunakan ShopeePay. Kesulitan yang paling sering disebutkan meliputi masalah teknis seperti kegagalan transaksi, mengalami masalah saat menambahkan saldo ke akun ShopeePay, terjadinya error pada aplikasi dan merasa aplikasi ShopeePay lambat atau tidak responsif saat digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ShopeePay sudah memberikan banyak kemudahan dan promosi, masih ada ruang untuk perbaikan dalam hal user experience dan edukasi pengguna.

Secara keseluruhan, hasil pra-survei ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan dan promosi memiliki pengaruh besar terhadap keputusan mahasiswa untuk menggunakan ShopeePay. Namun, untuk mencapai adopsi yang lebih luas

dan mengatasi hambatan yang ada, diperlukan upaya tambahan dalam meningkatkan keandalan layanan serta memberikan edukasi yang lebih baik kepada pengguna.

Melihat latar belakang diatas dan diperkuat dengan adanya perbedaan hasil penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh kemudahan pengguna dan promosi terhadap Keputusan Penggunaan dompet digital ShopeePay. Sehingga judul yang di angkat pada penelitian ini yaitu **“Analisis Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Dompet Digital ShopeePay ”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti dapat menemukan permasalahan yang muncul dari penggunaan aplikasi ShopeePay seperti:

1. Kendala teknis yang sering dialami seperti kegagalan transaksi, mengalami masalah saat menambahkan saldo ke akun ShopeePay, dan terjadinya error pada aplikasi.
2. Tingkat efektivitas promosi dalam menarik dan mempertahankan pengguna ShopeePay di kalangan mahasiswa.
3. Seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan akhir mahasiswa untuk menggunakan ShopeePay.

1.3 Batasan Masalah

Dengan mempertimbangkan permasalahan yang ada saat ini, peneliti menerapkan batasan masalah ialah mengingat masih banyak permasalahan yang perlu diatasi agar ruang lingkup pembahasan penelitian lebih spesifik, maka perlu diidentifikasi batasan permasalahan dalam penelitian ini hanya merujuk pada variabel Kemudahan Penggunaan (X1) dan Promosi (X2) terhadap Keputusan menggunakan(Y) pada aplikasi ShopeePay. Penelitian ini dilakukan pada pengguna aplikasi ShopeePay di kalangan mahasiswa jurusan Manajemen Unimed.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan dompet digital shopee pay?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa menggunakan dompet digital ShopeePay?
3. Apakah kemudahan penggunaan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Mahasiswa menggunakan dompet digital ShopeePay?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk:

1. Untuk mengetahui Kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa menggunakan dompet digital ShopeePay.
2. Untuk mengetahui Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa menggunakan dompet digital shopee pay
3. Kemudahan penggunaan dan promosi secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Mahasiswa menggunakan dompet digital ShopeePay

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1. Bagi Akademisi

1. Penelitian ini dapat menambah pemahaman akademisi tentang faktor-faktor yang memengaruhi Keputusan mahasiswa menggunakan dompet digital shopeepay.
2. Hasil penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan teori-teori terkait dengan kemudahan pengguna, promosi dan Keputusan menggunakan.
3. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa atau mengembangkan penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sama.

1.6.2. Bagi Perusahaan

1. Hasil penelitian dapat membantu Perusahaan dalam mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dalam kemudahan penggunaan dan promosi. Ini akan membantu dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan menyesuaikan layanan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mahasiswa.

2. Dengan mengetahui promosi yang paling efektif dan bagaimana kemudahan penggunaan mempengaruhi keputusan pengguna, ShopeePay dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan menarik bagi mahasiswa.
3. Pemahaman tentang kemudahan penggunaan dan efektivitas promosi dapat digunakan untuk meningkatkan fitur dan layanan ShopeePay agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mahasiswa.

