

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam waktu satu dekade terakhir perkembangan teknologi di Indonesia begitu pesat, tidak hanya di Indonesia tetapi di seluruh dunia turut merasakan perkembangan teknologi. Teknologi berkembang sangat pesat dikarenakan telah memasuki berbagai sektor, salah satunya yaitu pada sektor jasa keuangan yang dikenal dengan *financial technology* atau fintech. Fintech merupakan hasil gabungan teknologi dengan jasa keuangan, dari awalnya harus bertatap muka, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran secara online. Menurut Adiyanti (2015) perkembangan teknologi juga membuat sistem pembayaran mengalami perkembangan dari awalnya menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran hingga menjadi pembayaran non tunai. Teknologi yang terus bergerak khususnya dibidang *financial*, menjadikan sistem pembayaran juga terus berevolusi untuk menciptakan kemudahan guna menjawab kebutuhan masyarakat dari berbagai latar belakang sosial, budaya, ekonomi, hingga bidang usaha online maupun offline. Menurut World Bank (2017), fintech didefinisikan sebagai industri yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi agar sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan lebih efisien. Peningkatan jumlah pengguna teknologi informasi dapat memberikan dampak bagi penyedia jasa keuangan dan *e-commerce*.

Sistem pembayaran telah membawa suatu perubahan dan memberi dampak terhadap munculnya inovasi baru. Salah satu transaksi *digital* fintech yang sudah berkembang adalah sistem pembayaran online, dimana pembayaran dilakukan berupa non-tunai. Pembayaran non-tunai yang sekarang ini banyak digunakan oleh masyarakat untuk melakukan transaksi. Mulai dari kartu debit, kartu kredit, e-money, dan penggunaan aplikasi pembayaran melalui *smartphone* dan lain sebagainya yang dikeluarkan oleh pihak bank untuk mempermudah transaksi tanpa perlu repot dalam melakukan transaksi sehari-hari. Penggunaan *e-wallet* (dompet elektronik) yang dapat diakses dengan mudah melalui internet.

Dengan adanya *e-wallet* yang dapat memudahkan proses transaksi tanpa perlu membayar dengan uang tunai. *E-wallet* sendiri merupakan salah satu bentuk fintech yang memanfaatkan internet dan digunakan sebagai salah satu alternatif metode pembayaran. Generasi muda atau milenial telah mengenal dan mengadopsi teknologi. Akses terhadap internet telah dapat dinikmati hampir disetiap kalangan. Hal ini merupakan peluang yang sangat menjanjikan di era industri 4.0 bagi industri perbankan dan *e-commerce* dalam mengembangkan usaha mereka.

Prospek dompet elektronik *e-wallet* di Indonesia saat ini sangat besar, terlihat dari transaksi uang elektronik yang semakin banyak setiap harinya menjadi persaingan yang ada semakin ketat. Pembayaran transportasi, *e-commerce*, dan retail fisik adalah tiga layanan yang sering digunakan. Strategi pemasaran yang dilakukan dalam bentuk penawaran *cashback* dan poin. *Cashback* tidak dapat diuangkan, namun *cashback* diklaim sebagai penunjang penjual merchant pengguna aplikasi dompet elektronik.

Dalam survei yang dilakukan CIMB Niaga, Ayoconnect, dan Investree, *e-wallet* masih menjadi salah satu jenis fintech paling populer dikenal masyarakat. Terdapat lima dari sebelas platform yang tampak mendominasi dan bersaing satu sama lain, yaitu GoPay, DANA, OVO, ShopeePay, dan LinkAja. Dari segi *awareness* para responden diduduki GoPay dengan 97,2%, DANA 96,3%, OVO 95,6%, LinkAja 83,5%, ShopeePay 64,6%, Jenius 48,8%, Paytren 40,6%, iSaku 39,9%, DOKU 37%, Sakuku 32,6%, dan Uangku 23,1%. *Used platform* tertinggi diraih GoPay dengan persentase hingga 87% dari responden, disusul OVO 80,4%, DANA 75,6%, ShopeePay 53,2%, dan LinkAja 47,5%. Dari sisi top of mind suatu platform diraih DANA yang paling sering disebut 36,8%, OVO 30,8%, dan GoPay 20,6%. Jika menilik sisi frekuensi penggunaan ternyata ShopeePay justru merajai pangsa penggunaan harian 25,1% dan 4-6 kali sebulan 38,1%, disusul DANA, GoPay, dan OVO. Adapun dari segi *gender*, GoPay menjadi yang paling seimbang digunakan baik pria dan wanita dengan kisaran masing-masing 87,7% dan 87,6%.

Dari hasil survei yang dilakukan di atas Go-Pay merupakan aplikasi *e-wallet* terbesar nomor satu di Indonesia berdasarkan tingkat *awareness*, *used platform* tertinggi, dan *gender*. Posisi aplikasi *e-wallet* kedua terbesar berdasarkan tingkat *awareness* dan *top of mind* adalah DANA, disusul dengan OVO di posisi ketiga berdasarkan tingkat kesadaran. Sedangkan posisi selanjutnya ditempati oleh LinkAja, ShopeePay, Jenius, Paytren, iSaku, DOKU, Sakuku, dan Uangku.

Di tengah persaingan *e-wallet* yang ada di Indonesia, *e-wallet* menerapkan strategi-strategi yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengguna. Peningkatan jumlah pengguna dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu model teori yang dapat digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat penggunaan suatu teknologi adalah model teori UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use Technology*) yang terdiri dari empat faktor penentu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung (*facilitating condition*).

Dari faktor di atas yang dapat mempengaruhi minat penggunaan suatu teknologi, peneliti memilih tiga faktor salah satunya yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*). Menurut (Davis dalam Santoso Budi dan Edwin Zusroni, 2020) adalah sebuah tingkatan dimana individu percaya atau meyakini bahwa penggunaan suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut, yang dapat diartikan bahwa manfaat dari penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja orang yang menggunakannya. Selain ekspektasi kinerja, pengguna juga akan mempertimbangkan ekspektasi usaha (*effort expectancy*) merupakan tingkat kemudahan terkait dalam penggunaan sistem. Menurut (Santoso Budi dan Edwin Suroni, 2020) kemudahan penggunaan merupakan yang memiliki *self belief* dalam menggunakan sistem TI (Teknologi Informasi) dan tidak memerlukan *free of effort* atau tidak merepotkan. Faktor lain yang juga menjadi pertimbangan konsumen selanjutnya adalah *social influence* menurut (Al-Qeisi & Ibrahim, 2009) sejauh mana seorang individu merasakan bahwa orang lain penting untuk percaya dalam menggunakan sistem baru. *Behavioral intention* didefinisikan

sebagai tingkat keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi secara terus menerus (Venkatesh et al., 2012).

Penelitian tentang penggunaan fintech *e-wallet* dengan model UTAUT telah banyak dilakukan oleh penelitian terdahulu dengan hasil yang berbeda pula seperti penelitian : Gustu Putu L.P dan Luh Putu Kristiari D (2019) menerangkan penelitian tentang minat penggunaan OVO di Kota Denpasar menggunakan model UTAUT dengan hasil ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitasi berpengaruh positif terhadap niat perilaku menggunakan aplikasi OVO. Chairia Citra, Citra Sukmadilaga, dan Indri Yuliafitri (2020) ekspektasi usaha menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku anggota menggunakan Itqan Mobile, sedangkan ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, dan konsisi yang mendukung tidak berpengaruh terhadap niat perilaku anggota menggunakan Itqan Mobile. Sedangkan yang ditemukan oleh penelitian Ihza Hafizh Aljabbaru, Devilia Sari (2020) *performance expectancy*, *social influence* berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan *effort expectancy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengguna LinkAja.

Dari penelitian terdahulu terdapat kesenjangan/perbedaan pada hasil penelitian (*research gap*) mengenai pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* terhadap minat penggunaan fintech *e-wallet*. Dengan adanya hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Social Influence* Terhadap Minat Penggunaan Fintech Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa STIE Malangkuçeçwara)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech?

- 2) Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech?
- 3) Apakah *social influence* berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech?
- 4) Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech dengan *gender* sebagai pemoderasi?
- 5) Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech dengan *gender* sebagai pemoderasi?
- 6) Apakah *social influence* berpengaruh terhadap minat penggunaan fintech dengan *gender* sebagai pemoderasi?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui pengaruh *performance expectancy* terhadap minat penggunaan layanan fintech
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *effort expectancy* terhadap minat penggunaan layanan fintech
- 3) Untuk mengetahui pengaruh *social influence* terhadap minat penggunaan layanan fintech
- 4) Untuk mengetahui *performance expectancy* terhadap minat penggunaan fintech dengan *gender* sebagai pemoderasi
- 5) Untuk mengetahui pengaruh *effort expectancy* terhadap minat penggunaan fintech dengan *gender* sebagai pemoderasi
- 6) Untuk mengetahui pengaruh *social influence* terhadap minat penggunaan fintech dengan *gender* sebagai pemoderasi

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- 1) Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan yang lebih dalam menilai *performance expectancy*, *effort expectancy*, dan *social influence* terhadap minat penggunaan fintech .
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi peneliti dalam mengembangkan penelitian selanjutnya.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi penggunaan aplikasi fintech sebagai alat transaksi non tunai yang memberikan manfaat bagi konsumen dari sisi waktu, biaya, dan tenaga.