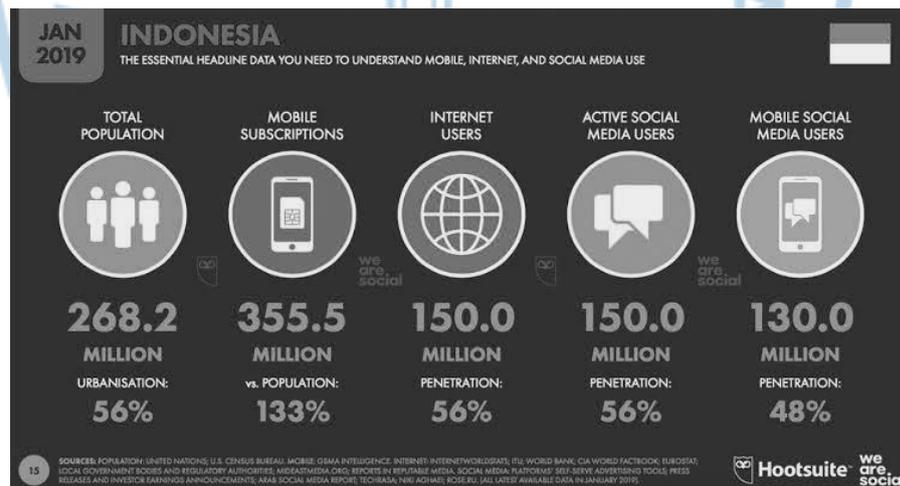


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Disetiap tahunnya teknologi informasi, dan *smartphone* semakin berkembang pesat di Indonesia (Rachmawati et al., 2019). Perkembangan teknologi ini, banyak dipengaruhi oleh faktor mulai dari perluasan cakupan area internet, tingkat kecepatan internet yang semakin tinggi, penggunaan teknologi komunikasi dan internet yang lebih efisien dan cepat, peningkatan dari pengguna *smartphone*, munculnya bermacam-macam media sosial dan *e-commerce*, dan juga banyak masyarakat yang sudah mulai paham dan aktif dalam menggunakan internet (M. Wildan, 2019).



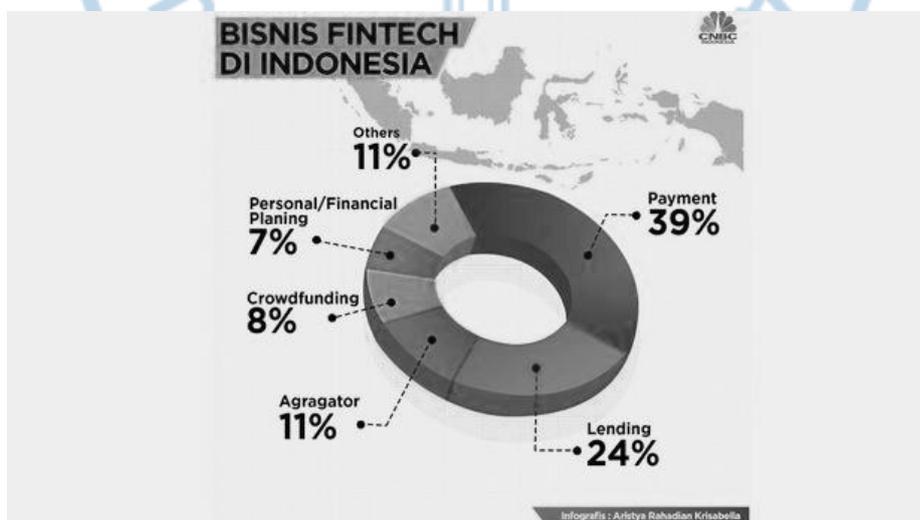
**Gambar 1.1** Populasi Pengguna Smartphone dan Internet  
Sumber: Websindo

Riset yang dilakukan HootSuite (perusahaan swasta yang bergerak di bidang layanan manajemen media sosial) menyatakan bahwa pada Januari 2019 dari 268,2 juta penduduk Indonesia 355,5 juta telah menggunakan

*smartphone*. Bisa terjadi dikarenakan satu orang bisa saja memiliki dua *smartphone* atau tablet sekaligus. Sebanyak 355,5 juta jiwa yang menggunakan *smartphone* atau tablet 56% nya atau 150 juta jiwa merupakan pengguna internet aktif (Websindo, 2019).

Seiring dengan perkembangan teknologi, akses terhadap kebutuhan transaksi finansial pun semakin mudah, terlebih dengan semakin canggihnya *smartphone* yang beredar di Indonesia. Masyarakat saat ini telah memanfaatkan teknologi keuangan (*Financial Technology/Fintech*). Bank Indonesia menyatakan bahwa Fintech merupakan hasil penggabungan dari teknologi dengan jasa keuangan. Pada awalnya masyarakat diharuskan membawa sejumlah uang fisik dan bertatap muka/bertemu untuk melakukan sebuah transaksi pembayaran, tetapi kini masyarakat dalam hitungan detik saja dapat melakukan transaksi pembayaran jarak jauh dengan adanya Fintech (Lee & Kim, 2015).

**Gambar 1.2 Persentase pengguna Fintech di Indonesia**



Sumber: CNBC Indonesia

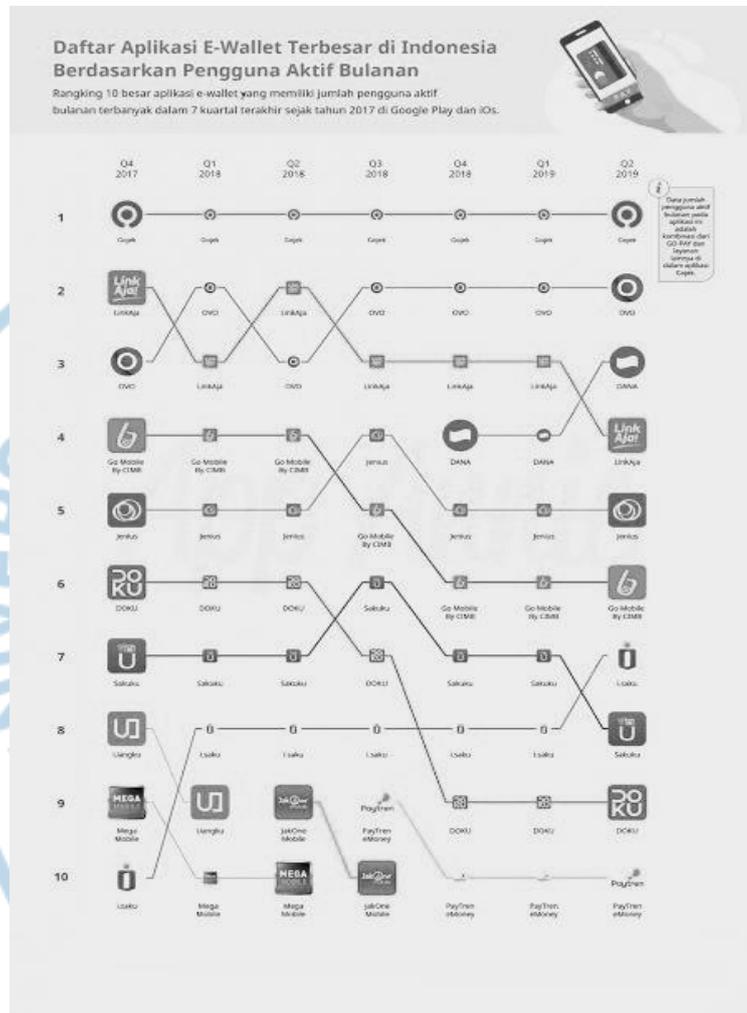
Di Indonesia industri Fintech memiliki berbagai macam jenis mulai dari pembayaran dalam bentuk dompet digital (*e-wallet*), peminjaman *online* (*Lending*), e-agregator, pembiayaan sosial (*Social Crowdfunding*), dan manajemen kekayaan (*Wealth Management/Financial Planning*) (Lee Evelyne, 2018).

Dompet digital (*e-wallet*) didefinisikan sebagai alat pembayaran (berbasis server) untuk barang, layanan, dan tagihan menggunakan perangkat *smartphone* dengan memanfaatkan teknologi nirkabel (internet) (Dahlberg et al. 2008). Dengan adanya inovasi tersebut pengguna akan lebih mudah dalam bertransaksi dikarenakan sistem pembayaran sudah berinovasi dari transaksi yang sebelumnya membayar menggunakan uang fisik menjadi pembayaran menggunakan uang elektronik (*e-money*) (Manaf 2016).

Penggunaan uang elektronik (*e-money*) sekarang ini menjadi sebuah inovasi sebagai alat pembayaran pada transaksi non tunai yang berbasis chip (kartu), disalah satu sisi dapat memberikan benefit dan memudahkan dalam transaksi bagi pengguna jika dibandingkan dengan alat pembayaran tunai. Dengan melakukan pembayaran suatu transaksi menggunakan *e-money*, akan membuat masyarakat di Indonesia lebih mudah dalam bertransaksi secara *online* dimanapun dan kapanpun (Darmawan, 2006).

Banyak dari pemain lokal industri *fintech* yang ada di Indonesia menjadikan *e-wallet* sebagai aplikasi yang sering digunakan untuk solusi pembayaran *cashless*. Berdasarkan data pada kuartal 2 di tahun 2019 yang didapatkan dari App Annie (sebuah layanan *market intelligence* yang memberikan

data terkait performa suatu aplikasi) menyatakan daftar aplikasi e-wallet berdasarkan pengguna aktif bulanan di Indonesia yang menduduki posisi 5 teratas masih pemain lokal yaitu Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja, dan Jenius (Devita, 2019).



**Gambar 1.3 Daftar Aplikasi E-wallet Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan**  
 Sumber: iprice

Riset yang dilakukan oleh App Annie diperkuat dengan survei yang dilakukan oleh DailySocial (situs asal Indonesia yang membahas teknologi) dengan 825 responden berjudul "Fintech Report" menyatakan bahwa sebanyak 79,39 persen responden adalah pengguna Go-Pay. Sedangkan OVO berada di

urutan dua dengan hasil 58,42 persen dari responden adalah pengguna OVO. Hasil dari survey tersebut juga menemukan bahwa sebesar 74.6% pengguna aplikasi e-wallet merupakan pengguna dari usia 20 sampai dengan 35 tahun (Syafina, 2019). Sampai saat ini E-wallet yang digemari di Indonesia adalah Go-Pay dan OVO dikarenakan adanya fitur *cashback* dan banyaknya pembayaran layanan yang terdapat di aplikasi Grab dan Gojek. Aplikasi Go-Pay, OVO dapat juga digunakan dalam berbagai hal misal untuk pembelian pulsa, *top-up* token listrik (PLN), paket internet, pembayaran asuransi, BPJS, TV kabel, pembayaran belanja di mitra (pembayaran dengan QR Code), dan toko *online* (*e-commerce*) yang telah bekerja sama dengan Go-Pay, dan OVO.

Model UTAUT adalah salah satu dari bermacam-macam model penerimaan teknologi yang dikembangkan (Venkatesh et al., 2003). Tujuan dari penelitian dengan menggunakan model UTAUT ialah untuk membantu pengguna dalam bereaksi terhadap pengenalan menggunakan teknologi yang baru (Wang, 2005), UTAUT juga menjabarkan maksud dari pengguna dalam menggunakan sebuah sistem dan bagaimana perilaku penggunaan informasi berikutnya (Puspitasari, 2013). Tolak ukur dari sebuah sistem dapat disebut berhasil apabila sebuah sistem itu bisa diaplikasikan dengan mudah sehingga kebutuhan penggunaanya dapat dipenuhi (Sudiana, 2015). Fitur-fitur yang berhasil dari kedelapan teori penerimaan teknologi terkemuka menjadi satu teori tersendiri digabungkan dalam model UTAUT. Kedelapan dari teori terkemuka tersebut adalah , *Innovation Diffusion Theory* (IDT), *Combined TAM and TPB*(C-TAM-TPB), *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Technology Acceptance Model* (TAM), *Model of PC Utilization* (MPTU), *Motivational Model* (MM), *Theory of*

*Reasoned Action* (TRA), dan *Social Cognitive Theory* (SCT). UTAUT sudah teruji dan lebih efektif hingga 70% varian pengguna dibandingkan dari delapan teori lainnya (Venkatesh et al., 2003).

UTAUT memiliki empat kostruk utama yakni Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), Ekspektansi usaha (*effort expectancy*), Pengaruh sosial (*social influence*), Kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*).Teori ini menjelaskan bahwa empat faktor tersebut ialah penentu langsung dari minat dalam menggunakan suatu sistem (Venkantesh, 2003).

Judul penelitian ini merupakan pengembangan dari rerangka penelitian Yusuf (2019), dengan menambahkan variabel independen yaitu *Trust* (kepercayaan), kepercayaan adalah tingkat dimana seorang individu merasa aman dan yakin dalam penggunaan teknologi informasi Gefen et al (2003). Penelitian Yusuf (2019), menyatakan bahwa Ekspektansi kinerja (*performance expectancy*), Ekspektansi usaha (*effort expectancy*), Pengaruh sosial (*social influence*), Kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*) mempengaruhi Niat Berperilaku (*behavioral intention*), dan peneliti tersebut menyarankan untuk menambah variabel independen pada penelitian selanjutnya. Hasil/temuan dari penelitian Nurkamind (2017), mengutarakan bahwa hanya Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) yang mempengaruhi Niat Berperilaku (*behavioral intention*). Sedangkan Sudiana (2015) mengutarakan bahwa Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) ternyata tidak mempengaruhi dari Niat Berperilaku (*behavioral intention*) pengguna.

Karena adanya ketimpangan pada penelitian-penelitian terdahulu, maka itu penulis melakukan penelitian kembali pada setiap variabel. Maka dari itu penulis membuat penelitian dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MINAT CUSTOMER DALAM MENGGUNAKAN FINTECH SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN MELALUI MODEL MODIFIKASI UTAUT”**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, dapat dirumuskan masalah dan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap minat customer dalam menggunakan *fintech* sebagai alat pembayaran?
2. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap minat customer dalam menggunakan *fintech* sebagai alat pembayaran?
3. Apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap minat customer dalam menggunakan *fintech* sebagai alat pembayaran?
4. Apakah *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap minat customer dalam menggunakan *fintech* sebagai alat pembayaran?
5. Apakah *Trust* berpengaruh terhadap minat customer dalam menggunakan *fintech* sebagai alat pembayaran?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat customer Go-Pay dan OVO dalam melakukan pembayaran dengan menggunakan pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) sehingga hasil dari penelitian ini dapat memberikan saran terhadap kedua belah pihak yaitu Go-Pay dan OVO.

1. Untuk menganalisis apakah *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap minat *customer* Go-Pay dan OVO dalam menggunakan aplikasi sebagai alat pembayaran
2. Untuk menganalisis apakah *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap minat *customer* Go-Pay dan OVO dalam menggunakan aplikasi sebagai alat pembayaran
3. Untuk menganalisis apakah *Social Influence* berpengaruh terhadap minat *customer* Go-Pay dan OVO dalam menggunakan aplikasi sebagai alat pembayaran
4. Untuk menganalisis apakah *Facilitating Conditions* berpengaruh terhadap *customer* Go-Pay dan OVO dalam menggunakan aplikasi sebagai alat pembayaran
5. Untuk menganalisis apakah *Trust* berpengaruh terhadap *customer* Go-Pay dan OVO dalam menggunakan aplikasi sebagai alat pembayaran

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

a. *E-wallet*(Go-Pay dan OVO)

Agar dapat membantu pihak tersebut mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat *customer* Go-Pay dan OVO dalam menggunakan aplikasi tersebut dalam melakukan pembayaran.

b. Bagi akademis

Memperluas wawasan dan pengetahuan tentang sistem informasi dalam penggunaan aplikasi OVO dan Go-Pay khususnya dalam melakukan pembayaran *e-money* dan diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

