

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi dan informasi berkembang dengan sangat pesat serta tidak terbatas penyebarannya. Ekonomi global saat ini sedang berada pada puncak perubahan besar akibat munculnya Revolusi Industri 4.0. Revolusi industri 4.0 ditandai dengan bersatunya beberapa teknologi, sehingga kita dapat melihat dan merasakan suatu era baru yang terdiri atas gabungan beberapa bidang ilmu yang independen,

Seiring dengan perkembangan era revolusi industri saat ini, dunia perdagangan dan dunia bisnis juga mengalami perkembangan, salah satunya adalah dengan munculnya sebuah model transaksi bisnis yang sangat inovatif mengikuti kemajuan teknologi di bidang media komunikasi dan informasi. Ditemukannya teknologi internet memungkinkan terjadinya transformasi informasi secara cepat ke seluruh jaringan dunia melalui internet. Aplikasi internet saat ini telah memasuki berbagai bidang kehidupan manusia, baik dalam bidang politik, sosial, budaya, maupun ekonomi dan bisnis. Sehubungan dengan peningkatan serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi terutama teknologi informasi, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi modern ini, menciptakan berbagai perubahan dalam kinerja manusia

Aktivitas atau transaksi perdagangan melalui media internet ini dikenal dengan istilah *electronic commerce (e-commerce)*. *E-commerce* tersebut terbagi atas dua segmen yaitu perdagangan antar pelaku usaha (*business to business e-commerce*) dan perdagangan antar pelaku usaha dengan konsumen (*business to consumer e-commerce*).

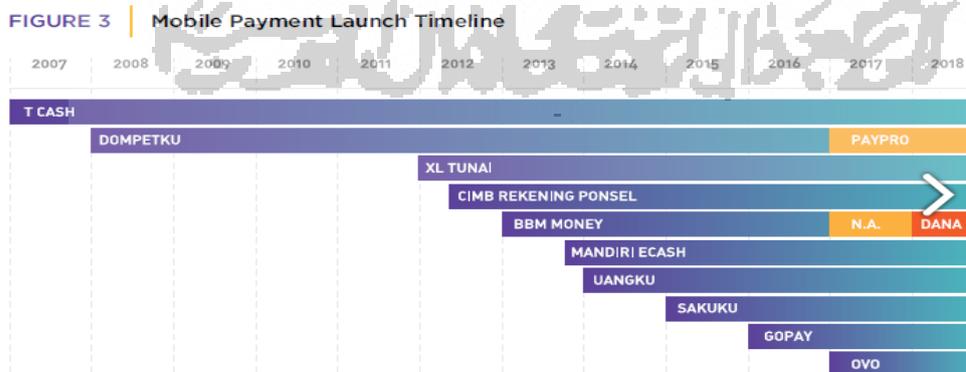
Segmen *business to business e-commerce* memang lebih mendominasi pasar saat ini karena nilai transaksinya yang tinggi, namun level *business to consumer e-commerce* juga memiliki pangsa pasar tersendiri yang potensial. *E-commerce* sendiri memiliki berbagai fasilitas salah satu diantaranya adalah metode pembayaran online yang disebut dengan *e-payment*.

E-payment muncul disaat e-commerce sedang pesat-pesatnya. Sebagai suatu produk baru yang mampu membantu kelancaran bertransaksi, terdapat beberapa perusahaan e-commerce yang menerbitkan *e-payment* sebagai alat pembayaran. Diawali oleh PT. Telekomunikasi Selular yang merilis layanan *e-payment* mereka yaitu T-Cash, lalu disusul Indosat, dan XL Axiata. Hingga ditahun 2012 mulai bermunculan layanan *mobile payment* yang mulai beragam, industri perbankan dan pengembang aplikasi mulai masuk di dalamnya.

Penerbitan *e-payment* hampir terjadi disetiap tahunnya seperti terdapat pada gambar 1.1

Gambar 1. 1

Data penerbitan e-payment

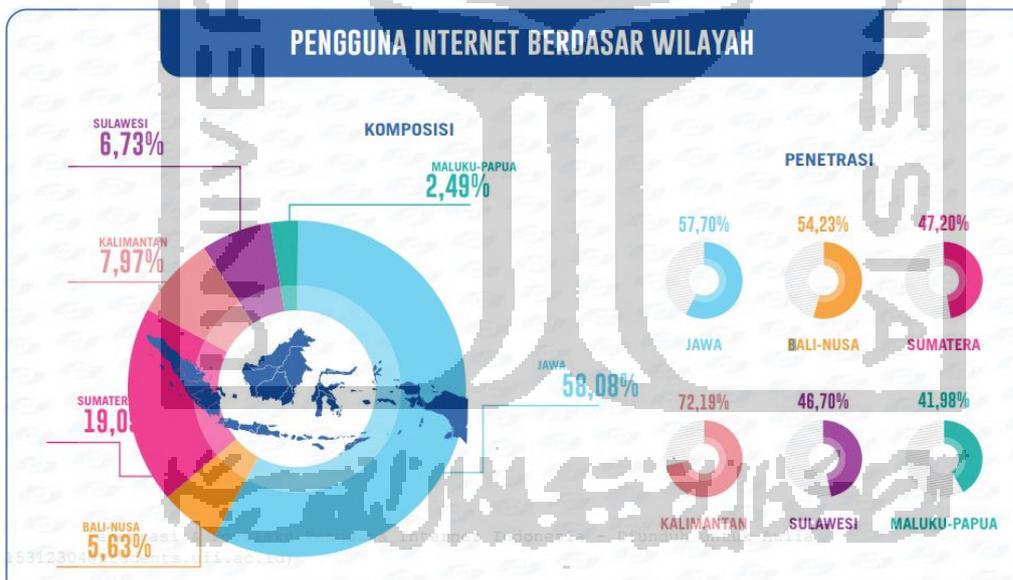


Source: MDI Ventures & Mandiri Sekuritas Research

Data diatas menggambarkan penerbitan *e-payment* dari tahun ke tahunnya, dua layanan dengan pengguna tertinggi (sekitar 10 juta pengguna) ialah GO-PAY dan TCash, dua layanan dengan tahun kelahiran paling awal dan akhir. Layanan lain yang mulai mendapatkan pertumbuhan pengguna signifikan adalah PayPro dan OVO. Jika mengamati lebih dalam, platform tersebut memiliki pengguna yang lebih banyak karena cakupan layanan yang mereka berikan lebih luas, dan juga karena berbagai kegiatan promo dan discount yang diberikan. Penggunaan *e-payment* didukung oleh penggunaan internet yang dominan terjadi di pulau jawa seperti yang terlihat pada gambar 1.2

Gambar 1.2

Pengguna internet berdasarkan wilayah



Sumber : www.apjii.or.id

Dari gambar diatas dapat menunjukkan bahwa penggunaan internet yang paling dominan adalah dipulau jawa. Dalam bidang perdagangan,adanya penggunaan internet sangat bermanfaat bagi penjual dan pembeli.

E-payment menawarkan berbagai macam keuntungan seperti mempercepat proses transaksi untuk melakukan pembelian dengan harga yang lebih murah. Disamping itu, *e-payment* juga mendukung gerakan *green technology* sehingga pemakaian kertas dapat dikurangi. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam melakukan transaksi menggunakan *e-payment* diantaranya adanya persepsi kepercayaan, risiko, manfaat dan pendapatan. Kepercayaan merupakan pondasi utama dalam melakukan transaksi bisnis online, kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai salah satu faktor penting dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan (Yousafzai et al.,2003).

Penelitian tentang *e-payment* yang dilakukan oleh (Wibowo, 2015), (Rahim, 2017), dan (Yogananda, 2017) mendapatkan hasil bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-payment*. Faktor lain yang turut berperan dalam pengadopsian suatu teknologi adalah risiko (Pavlou 2003). Risiko yang berpotensi muncul adalah risiko teknologi (Ackermann *et al.* 2011). Dompot elektronik termasuk teknologi yang belum banyak digunakan meskipun pengguna telah cukup mengenal berbagai macam metode pembayaran elektronik risiko utama yang harus dihadapi oleh pengguna *e-payment* adalah keamanan dalam bertransaksi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Yogananda, 2017) dan (Priambodo & Prabawani, 2016), mendapatkan hasil bahwa risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-payment*. Sedangkan hasil berbeda didapatkan oleh (Marcelina, 2017) yang menyatakan bahwa risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat seseorang untuk bertransaksi menggunakan *e-payment*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Aritonang & Arisman, 2018), (Priambodo & Prabawani, 2016), (Wibowo, 2015), dan (Yogananda, 2017) bahwa manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *e-payment*, sedangkan hasil yang berbeda ditemukan (Marchelina & Pratiwi, 2016) yang menyatakan bahwa manfaat tidak berpengaruh secara positif terhadap penggunaan *e-payment*.

(Mentari, 2018) menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan, pendapatan yang tinggi dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan produk *e-payment*. Ketika seseorang mempunyai pendapatan yang lebih maka akan terjadi peningkatan gaya hidup yang membuat mereka tertarik untuk menggunakan *e-payment* agar lebih mempermudah mereka dalam kegiatan sehari - hari. hal ini tidak didukung penelitian yang dilakukan oleh (Satryani 2017) yang mendapatkan hasil bahwa pendapatan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *e-payment*.

Mempertimbangkan hasil peneliti terdahulu yang belum konsisten, peneliti melakukan penelitian kembali mengenai pengaruh kepercayaan, risiko, manfaat, pendapatan

terhadap minat menggunakan *e-payment*. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti terdahulu yaitu peneliti menambah variabel pendapatan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, penulis melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Risiko, Manfaat dan Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan *e-payment* Pada Mahasiswa di Yogyakarta “**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dipaparkan dalam latar belakang masalah, penulis merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat dalam bertransaksi menggunakan *e-payment* ?
2. Apakah terdapat pengaruh risiko terhadap minat untuk bertransaksi menggunakan *e-payment* ?
3. Apakah terdapat pengaruh manfaat terhadap minat untuk bertransaksi menggunakan *e-payment* ?
4. Apakah terdapat pengaruh pendapatan terhadap minat untuk bertransaksi menggunakan *e-payment* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang ada, maka penulis memaparkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat dalam bertransaksi menggunakan *e-payment*
2. Untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap minat dalam bertransaksi menggunakan *e-payment*

3. Untuk mengetahui pengaruh manfaat terhadap minat dalam bertransaksi menggunakan *e-payment*
4. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap minat dalam bertransaksi menggunakan *e-payment*

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Untuk memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penerbit *e-payment* tentang apa saja yang di butuhkan atau dikhawatirkan saat melakukan pembayaran menggunakan *e-payment*

2. Manfaat Bagi peneliti

Manfaat bagi peneliti adalah dapat menambah wawasan tentang penggunaan *e-payment*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini mengacu pada Pedoman Penulisan Skripsi Program Studi Akuntansi 2018 Universitas Islam Indonesia yang disusun dalam lima bab. Penjelasan dari masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan landasan teori mengenai permasalahan yang akan diteliti, penelitian terdahulu, kerangka, dan hipotesa penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan metode penelitian yang dilakukan yang berisi populasi dan sampel penelitian, definisi variabel penelitian, uji instrumen penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan alat dan analisis data untuk memastikan sesuai atau tidaknya dengan hipotesis penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan dan pembahasan mengenai penelitian secara keseluruhan serta saran dari penulis untuk meningkatkan penelitian selanjutnya.

