

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman , teknologi di Indonesia menjadi semakin canggih dari tahun ke tahun. Hal ini tentunya tidak terlepas dari manusia yang bergantung pada teknologi seperti smarthphone. Salah satu keuntungan menggunakan smartphone adalah dapat mengakses internet dengan mudah. Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI) Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menyebut sebaran akses internet di Indonesia saat ini masih dominan di Pulau Jawa (CNN Indonesia, 2021). Pulau Jawa memang sangat terkenal dengan masyarakatnya yang sangat pandai memanfaatkan teknologi saat ini, termasuk Kota Sidoarjo. Hampir seluruh masyarakat Sidoarjo terutama para remaja menggunakan smartphone sebagai jembatan akses internet mereka untuk kehidupan sehari-hari. Para Remaja Kota Sidoarjo juga percaya bahwa dengan adanya *smartphone* dapat mempermudah komunikasi baik dekat maupun jauh dengan praktis dan dapat dibawa kemana-mana. Di era yang saat ini serba digital, ditemukan sebuah inovasi terbaru yaitu *Financial Technology* atau teknologi keuangan atau biasa dikenal dengan sebutan *Fintech*. *Financial Technology* merupakan salah satu dari inovasi di sektor teknologi dan keuangan. Menurut Harahap et al (2017), *Financial Technology* adalah industri yang berkembang pesat dan dinamis, ada beberapa model bisnis yang berbeda dalam industri ini. Menurut Hsueh (2017), *Financial Technology* adalah salah satu dari model layanan

di sektor keuangan, dikembangkan melalui inovasi teknologi informasi. Menurut, Romanova dan Kudinska (2016) mendefinisikan *Financial Technology* sebagai bisnis aplikasi berbasis perangkat lunak yang menyediakan layanan keuangan. Gubernur Bank Indonesia, Agus D.W. Martowardojo meresmikan “Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT)” di Jakarta pada Kamis, 14 Agustus 2014, dalam rangka mewujudkan pembayaran yang efisien, aman, dan sangat andal sistem serta tetap menjaga aspek perlindungan konsumen. Untuk Akses dan Kepentingan Nasional, Bank Indonesia dorong Pembayaran Elektronik dan Tingkatkan Infrastruktur Sistem Pembayaran (Silaen dan Prabawani, 2019). Dengan adanya *financial technology*, maka lahirlah alat pembayaran berbasis internet atau alat pembayaran non tunai yang biasa dikenal dengan sebutan *E-wallet*. Menurut (Nawawi, 2020) *E-wallet* (dompet elektronik) merupakan salah satu bentuk *Fintech (Finance Technology)* yang memanfaatkan media internet dan digunakan sebagai salah satu alternatif metode pembayaran.

Di Jawa Timur terdapat beberapa kota yang menjadi penyumbang terbesar dalam transaksi menggunakan *E-wallet*. Berikut jumlah transaksi yang dilakukan oleh masyarakat kota tersebut:

Tabel 1. 1
Tranksaksi penggunaan *E-wallet* di Jawa Timur selama tahun 2022

Nama Kota	Jumlah Tranksaksi
Surabaya	10,46 Triliun
Sidoarjo	4,2 Triliun
Malang	2,57 Triliun
Gresik	1,66 Triliun
Jember	1,41 Triliun

Sumber:kominfo.jatimprov.go.id 2022

Kehadiran *e-wallet* ini ternyata dapat di terima di masyarakat Kota Sidoarjo terutama para remaja karena dengan hadirnya *e-wallet* dapat membantu tranksaksi pembayaran secara digital yang di dalamnya terdapat saldo cash sehingga aplikasi *e-wallet* dapat dinilai memudahkan proses pembayaran yang mempersingkat waktu penggunaannya. Dari Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa Kota Sidoarjo menduduki peringkat 2 penyumbang tranksaksi digital. Dari hal tersebut tidak lepas dari perilaku minat seseorang dalam menggunakan *e-wallet*. Perilaku minat seseorang dapat dikatakan unik, karena semua orang memiliki selera dan sikap yang berbeda terhadap sesuatu. Terutama konsumen berasal dari berbagai segmen dengan keinginan dan kebutuhan yang berbeda (Silaen & Prabawani, 2019) . Oleh karena itu, masih banyak faktor yang berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan penelitian yang

dilakukan penelitian sebelumnya (Prameswari dkk, 2021) faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan *e-wallet* adalah Promosi dan Kemudahan penggunaan.

Perkembangan *e-wallet* di Kota Sidoarjo tidak lepas dari berbagai promosi termasuk *cashback* dan diskon, termasuk poin yang terdapat dalam *e-wallet* yang dapat digunakan untuk transaksi ulang dengan biaya lebih murah. Hal ini sesuai dengan teori promosi penjualan, yang menciptakan keinginan dan merupakan insentif jangka pendek untuk mencoba atau membeli produk/jasa (Widiyanti, 2020). Untuk menarik perhatian calon pengguna, perusahaan *e-wallet* juga melakukan kolaborasi dengan berbagai macam *merchant*. Saat ini, sudah banyak *merchant-merchant* yang tersebar di Kota Sidoarjo yang sudah melakukan pembayaran menggunakan *e-wallet*. Tidak hanya promosi, persepsi kemudahan penggunaan juga mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan E-wallet. Kemudahan penggunaan dan kegunaan yang dirasakan mempengaruhi sikap kegunaan yang membentuk keputusan untuk menggunakannya (Renny dkk, 2013). Platform *e-wallet* menawarkan berbagai kemudahan untuk penggunanya, antara lain, sistem yang mudah dipahami baik dari muda sampai yang tua, sistem yang praktis dan mudah digunakan, dan sistem yang mudah digunakan dan diterapkan untuk kenyamanan prosedur pembayaran. Pengguna tidak perlu lagi membayar secara tunai untuk pembelian di Indomaret atau Alfamart maupun Swalayan . Oleh karena itu, semakin banyak orang yang merasakan kenyamanan menggunakan dompet elektronik, seseorang akan

memutuskan untuk menggunakannya (Anggarwati dkk, 2022).

Setelah adanya promosi dan persepsi kemudahan penggunaan *e-wallet*, masyarakat terutama para remaja Kota Sidoarjo juga membutuhkan kepercayaan dalam menggunakan E- wallet. Menurut (Arriza, 2021) Persepsi Kepercayaan juga termasuk dalam faktor minat menggunakan *e-wallet* karena berdampak positif dan mempengaruhi niat penggunaan kembali. Dengan begitu diperlukan jaminan keamanan untuk membangun kepercayaan calon pengguna. Jaminan keamanan adalah bagian penting dari membangun kepercayaan dengan mengurangi kekhawatiran pengguna tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi yang mudah rusak (Rafidah dan Djawoto, 2017). Jika pengguna merasa aman, mereka tidak akan khawatir saat memberikan informasi dan pengguna akan tahu bahwa mereka percaya bahwa semua informasi pribadi akan dilindungi dan dana yang disimpan di *e-wallet* akan disimpan (Jamiah dkk, 2022).

Berdasarkan latar belakang diatas, muncul masalah apakah pengaruh promosi, persepsi kepercayaan dan persepsi kemudahan dalam menggunakan *e-wallet*. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Sidomulyo, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo . Terkait dengan banyaknya generasi milenial yaitu para remaja di Kelurahan Sidomulyo tentu banyak yang menggunakan media elektronik. Dengan adanya kemunculan *e-wallet* akan meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* tersebut karena *e-wallet* merupakan dompet elektronik yang mudah dan praktis saat

digunakan dalam bertransaksi serta menghemat waktu dalam melakukan pembayaran.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Promosi, berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan *e-wallet* pada remaja di Kelurahan Sidomulyo, Kota Sidoarjo?
2. Apakah Persepsi Kepercayaan, berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan *e-wallet* pada remaja di Kelurahan Sidomulyo, Kota Sidoarjo?
3. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan *e-wallet* pada remaja di Kelurahan Sidomulyo, Kota Sidoarjo?
4. Apakah Promosi, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan secara simultan berpengaruh terhadap minat konsumen menggunakan *e-wallet* pada remaja di Kelurahan Sidomulyo, Kota Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap minat konsumen menggunakan *e-wallet* pada remaja di Kelurahan Sidomulyo, Kota Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap minat konsumen menggunakan *e-wallet* pada remaja di Kelurahan Sidomulyo, Kota Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap minat konsumen menggunakan *e-wallet* pada remaja di Kelurahan Sidomulyo, Kota Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan secara parsial

terhadap minat konsumen menggunakan *e-wallet* pada remaja di Kelurahan Sidomulyo, Kota Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Masyarakat umum
Dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi masyarakat yang membaca khususnya yang ingin melakukan penelitian di bidang *Fintech* atau *Financial Technology*.
2. Bagi Penulis
Penelitian ini sebagai sarana menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori-teori yang sudah diperoleh di bangku kuliah.
3. Bagi Universitas
Sebagai tambahan informasi ilmu pengetahuan dan menambah pembendaharaan perpustakaan, serta dapat memberikan bahan referensi bagi penulis lain.
4. Bagi Perusahaan *E-wallet*
Dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen mengenai pentingnya minat konsumen dalam memilih dan menggunakan *e-wallet*

