

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

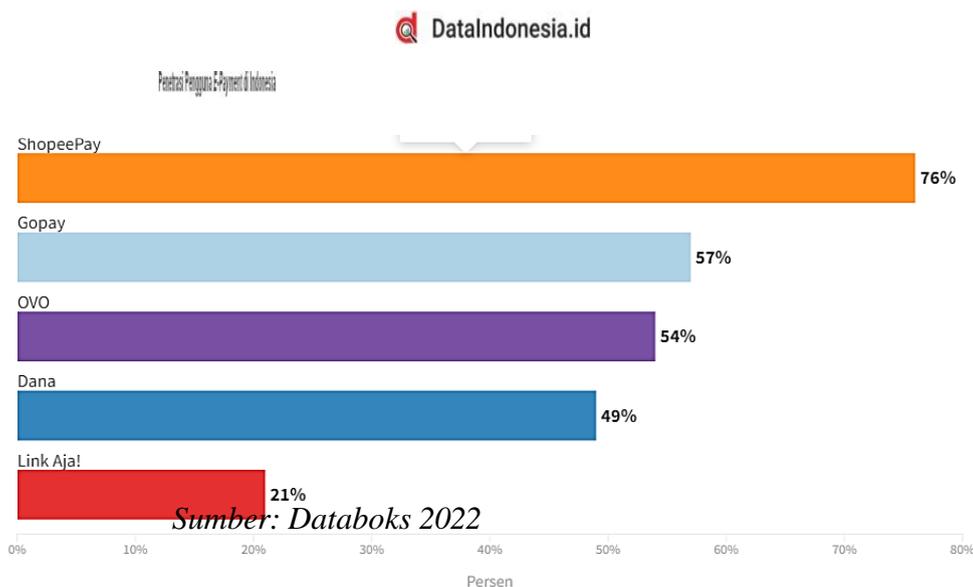
Saat ini teknologi informasi terus berkembang dalam membantu kehidupan manusia. Menurut (Kemkominfo, 2021) pengguna internet di Indonesia meningkat 11% dari tahun sebelumnya, yaitu 175,4 juta menjadi 202,6 juta pengguna. Melihat besarnya pengguna internet di Indonesia maka tidak menutup kemungkinan bahwa Indonesia sebagai negara dengan pengguna akses internet terbesar keempat di dunia (Detik, 2023) Hal ini terjadi dikarenakan sebelumnya konsumen belum terbiasa dengan internet dan hanya memperlakukannya sebagai sarana untuk mengumpulkan informasi. Dengan peningkatan internet dari tahun ke tahun sangat membantu masyarakat dalam mengakses informasi, baik untuk kepentingan edukasi, bisnis, maupun hiburan (Zhu et al., 2018).

Dewasa ini penggunaan teknologi informasi telah berkembang menjadi lebih prospektif khususnya pada dunia bisnis. Teknologi informasi sudah banyak digunakan dalam mendukung proses bisnis yang terjadi di perusahaan. Selain itu, hubungan bisnis dan teknologi informasi jika diterapkan akan membuka akses informasi dan penyebaran informasi dan transaksi dengan mudah. Pemanfaatan teknologi informasi dapat digunakan untuk melakukan promosi atau kegiatan yang sifatnya publikasi demi percepatan terwujudnya tujuan bisnis (Kemendikbud, 2021). Salah satu penggunaan teknologi informasi demi mempercepat laju bisnis dan kehidupan sehari-hari masyarakat yaitu *e-payment*.

Menurut (Junadi & Sfenrianto, 2015) pembayaran elektronik (*e-payment*) didefinisikan sebagai “proses pembayaran yang dilakukan tanpa penggunaan instrumen kertas”. Sistem pembayaran elektronik mencakup berbagai *e-channel*, termasuk kartu debit / kredit, transfer dana, *e-banking*, *i-banking*, *m-banking*, *e-wallet*, *e-money*, *e-check*, dll. *E-Payment* merupakan salah satu bentuk tren teknologi dari perkembangan sistem informasi dibidang pemasaran, dimana *E-Payment* menjadi suatu wadah transaksi dalam lalu lintas pembayaran masa kini, sehingga jarak dan waktu tidak lagi menjadi penghalang bagi konsumen untuk bertransaksi dan berbelanja, tanpa harus bertemu dan berinteraksi tatap muka langsung dengan penjual.

Transaksi pembayaran elektronik (*e-payment*) menjadi pilihan terbaik masyarakat dalam melakukan transaksi pembayaran, dimana terdapat 47% masyarakat menggunakan *Fintech* sebagai alat pembayaran, 27% menggunakan *M-Banking* dan 26% menggunakan keduanya (Data Indonesia, 2022). Terlihat adanya pertumbuhan penggunaan *e-payment* sebanyak 21 juta pengguna dengan proyeksi transaksi digital sebesar 24,75% pada tahun 2022. Jumlah transaksi pembayaran digital ini disumbang setidaknya 72% dari konsumen baru dan berasal dari kota besar yang ada di Indonesia (Bank Indonesia, 2022).

Berdasarkan data menurut (Data Indonesia, 2021) mengatakan bahwasanya jumlah pengguna *E-Payment* terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini menjadi alternatif pembayaran digital di Indonesia. Berikut ini beberapa *E-Payment* yang mengalami pertumbuhan di 2022, sebagai berikut:



Sumber: (Data Indonesia, 2021)

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna *E-Payment* di Indonesia

Tingkat penetrasi aplikasi *E-Payment* di Indonesia tercatat pengguna tertinggi pada *ShopeePay* sebesar 76%, *Gopay* sebesar 57%, *OVO* sebesar 54%, *Dana* sebesar 49% dan *Link Aja* sebesar 21%. Pertumbuhan *E-Payment* dinilai sangat cepat dengan melihat laju teknologi informasi dan percepatan perputaran uang saat ini. Penggunaan *E-Payment* yang dinilai mudah digunakan dan dapat diakses kapan saja, secara tidak langsung sikap konsumen akan berubah dari sistem pembayaran konvensional ke digital sehingga tertendensi mengadopsi teknologi keuangan berbasis *E-Payment* (Data Indonesia, 2021).

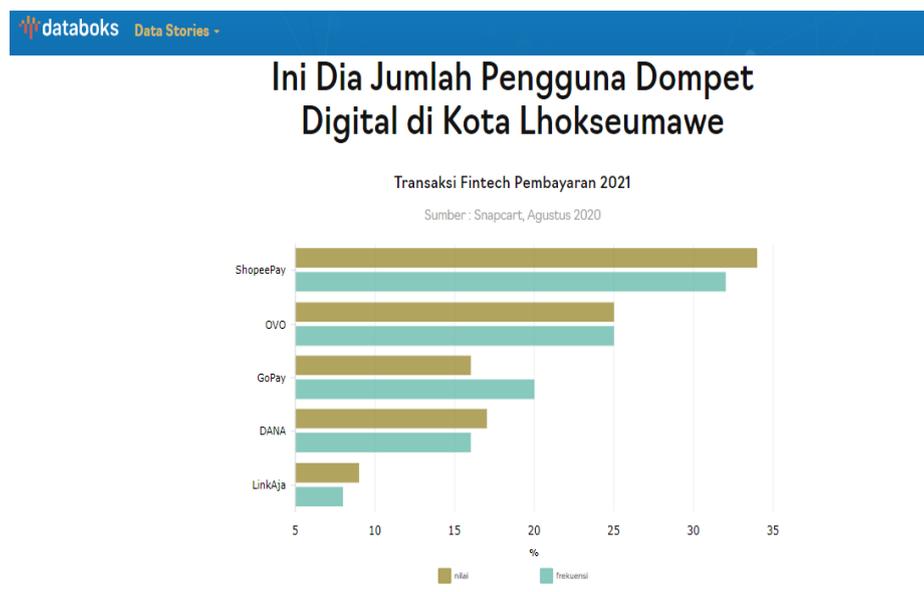
Akan tetapi berdasarkan survei yang dilakukan oleh (Doku, 2021), menunjukkan bahwa 94% masyarakat masih menggunakan transfer Bank dalam melakukan pembayaran, dilain sisi 82% masyarakat mengaku baik-baik saja dengan keberadaan model pembayaran baru. Artinya keberadaan model pembayaran baru seperti halnya *E-Payment* tidak secara langsung dapat merubah

kebiasaan masyarakat untuk beralih pada model pembayaran jenis ini. Dikutip dari (Tech in Asia, 2013), masyarakat tidak ingin menggunakan sistem pembayaran elektronik ini dikarenakan; masyarakat takut tertipu, anggapan bahwa transaksi dengan uang tunai lebih mudah diproses dan masyarakat takut data pribadi mereka disalah gunakan oleh pedagang. Data lain menunjukkan bahwa dari 36% masyarakat Indonesia yang telah mempunyai rekening Bank, hanya 10% dari mereka yang melakukan transaksi *E-Payment* (Kompas, 2017).

Berdasarkan data (Bank Indonesia, 2023) atas laporan *Payment System and Financial Market Infrastructure Statistics 2022*, ditemukan ada sebanyak 620 milyar Rupiah transaksi *E-Payment* di Indonesia yang membuat pertumbuhan *E-Payment* semakin meningkat dengan menjadikan Indonesia sebagai pasar *E-Payment* terbesar se Asia Tenggara. Namun berdasarkan data tersebut diketahui pula bahwa provinsi Aceh hanya mampu menyumbang setidaknya 1,28% transaksi pembayaran digital dari total nasional. Hal ini diakibatkan oleh dasar kemampuan atau literasi digital masyarakat Aceh yang semakin menurun. Berdasarkan data menurut (Kominfo, 2023), pada tahun 2021, Aceh berada di urutan 9 se Indonesia dengan Indeks sebesar 3,57 lebih besar dari Indeks Nasional yaitu 3,54. Namun pada tahun 2022, Aceh tidak lagi masuk kedalam 15 provinsi tertinggi dengan indeks Literasi Digital di Indonesia. Artinya literasi digital di Aceh mengalami penurunan sehingga tertendensi masyarakat Aceh dalam menggunakan *E-Payment* juga semakin menurun.

Namun berdasarkan data jumlah pengguna dompet digital sebagai alat transaksi online di Kota Lhokseumawe justru mengalami peningkatan dan semakin

hari semakin banyak, masyarakat sudah beralih dari satu platform ke platform lainnya seperti OVO ataupun ShopeePay (Databoks, 2022). Dapat dilihat berdasarkan jumlah pengguna terfavorit pada gambar 1.2 dibawah ini:



Sumber: (Databoks, 2021)

Gambar 1.2 Pengguna Dompet Digital (*E-Payment*)

Niat menggunakan dompet digital untuk transaksi pembayaran digital di Kota Lhokseumawe semakin meningkat akibat ketidaknyamanan masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan yang ada di Lhokseumawe. Keterbatasan akses layanan perbankan dan kendali perputaran keuangan yang ada menjadi faktor utama masyarakat Kota Lhokseumawe untuk beralih menggunakan dompet digital untuk akses *e-payment*. Seringnya muncul *error system* pada perbankan yang ada di Lhokseumawe juga membuat sikap masyarakat terhadap *e-payment* juga semakin berubah dan mempercayai *platform* tersebut. Salah satu penyebab tingginya niat masyarakat Lhokseumawe dalam menggunakan *e-payment* yaitu dari segi kemudahan, kebermanfaatan dan keamanan yang diberikan (Kompas, 2023).

Dalam penelitian ini akan menggunakan *Theory of Reasoned Action Model* (TRA) yaitu model yang telah mendominasi berbagai literatur dalam sistem informasi dalam melihat penerimaan pengguna atas keyakinan individu mengenai manfaat teknologi. Penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi dapat didefinisikan sebagai niat yang nampak dalam kelompok pengguna untuk menerapkan sistem teknologi informasi tersebut dalam pekerjaannya. Kecanggihan dan kemodernan teknologi saat ini jika saja dimanfaatkan dengan baik dan maksimal maka pasti akan menghasilkan manfaat yang benar-benar menghasilkan. Model-model penerimaan teknologi telah menggabungkan sikap (*attitude user*) terhadap apa yang dilakukan. Dalam melihat penerimaan pengguna dalam manfaat teknologi, niat konsumen dan sikap untuk menggunakan *e-payment* di pengaruhi *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security* (Davis, 1985).

Perceived usefulness adalah seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi atau inovasi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Alalwan et al., 2016). Penelitian yang dilakukan oleh (Namahoot & Rattanawiboonsom, 2022) mendapati hasil bahwa *perceived usefulness* melalui sikap memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan teknologi *cryptocurrency* pada masyarakat Thailand.

Perceived ease of use adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi atau sistem tertentu akan bebas dari upaya (Cudjoe et al., 2015). Penelitian yang dilakukan oleh (Sakala & Phiri, 2019) mendapati hasil bahwa *perceived ease of use* melalui sikap memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan teknologi *mobile banking* pada masyarakat Zambia.

Perceived security adalah derajat keyakinan seseorang bahwa teknologi yang digunakan untuk mengirimkan informasi yang sensitif seperti data konsumen dan data transaksi finansial terjamin keamanannya (Fahmi & Evanita, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh (Alswaigh & Aloud, 2021) mendapati hasil bahwa *perceived security* melalui sikap memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan teknologi *mobile wallets* pada masyarakat Arab Saudi.

Penelitian mengenai penerimaan pengguna pada keyakinan manfaat teknologi menggunakan model *Theory of Reasoned Action Model* (TRA) telah banyak diteliti, seperti teknologi *cryptocurrency* pada masyarakat Turki (Fettahoğlu & Sayan, 2021), penggunaan *tourism application* di *smartphone* pada wisatawan mancanegara pada wisata Taiwan (Lin et al., 2020), penggunaan aplikasi-*commerce* pada masyarakat Romania (Vărzaru et al., 2021) dan penggunaan Zoom sebagai transisi pendidikan pada siswa di Vietnam (Long & Khoi, 2020). Meskipun banyak penelitian yang melakukan studi pada sistem layananpublic berbasis pemenuhan kebutuhan hidup dan berfokus pada wilayah skala besarsebuah negara, tetapi hanya sedikit yang melakukan studi pada sistem pembayarandigital dan berfokus pada wiklayah skala kecil sebuah daerah kota otonomi khususseperti kota Lhokseumawe, Aceh.

Berdasarkan fenomena dan masalah diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Penggunaan *Technology Acceptance Model* Pada Niat Konsumen Dalam Menggunakan *E-Payment* Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Masyarakat Di Kota Lhokseumawe”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap sikap pada masyarakat kota Lhokseumawe dalam menggunakan *E-Payment*?
2. Apakah *perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap sikap pada masyarakat kota Lhokseumawe dalam menggunakan *E-Payment*?
3. Apakah *Perceived Security* berpengaruh terhadap sikap pada masyarakat kota Lhokseumawe dalam menggunakan *E-Payment*?
4. Apakah *Perceived Usefulness* melalui sikap berpengaruh terhadap *Intention of Use E-Payment* pada masyarakat kota Lhokseumawe?
5. Apakah *Perceived Security* melalui sikap berpengaruh terhadap *Intention of Use E-Payment* pada masyarakat kota Lhokseumawe?
6. Apakah Sikap berpengaruh terhadap *Intention of Use E-Payment* pada masyarakat kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap sikap pada masyarakat kota Lhokseumawe dalam menggunakan *E-Payment*.

2. Untuk mengetahui apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap sikap pada masyarakat kota Lhokseumawe dalam menggunakan *E-Payment*.
3. Untuk mengetahui apakah *Perceived Security* berpengaruh terhadap sikap pada masyarakat kota Lhokseumawe dalam menggunakan *E-Payment*.
4. Untuk mengetahui apakah *Perceived Usefulness* melalui sikap berpengaruh terhadap *Intention of Use E-Payment* pada masyarakat kota Lhokseumawe.
5. Untuk mengetahui apakah *Perceived Security* melalui sikap berpengaruh terhadap *Intention of Use E-Payment* pada masyarakat kota Lhokseumawe.
6. Untuk mengetahui apakah sikap berpengaruh terhadap *Intention of Use E-Payment* pada masyarakat kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penulisan penelitian ini dapat diharapkan berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Manfaat dari penelitian ini didasarkan pada teoritis dan praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan bahan pengembangan untuk penelitian selanjutnya.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk melakukan penelitian berkaitan dengan *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease Of Use*, Iklan, *Perceived Security* terhadap niat konsumen menggunakan *E-Payment* melalui sikap pada masyarakat Kota Lhokseumawe.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam mempraktekkan teori- teori yang diperoleh diperkuliahan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi, bahan perbandingan dan rujukan mengenai penelitian dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap niat konsumen menggunakan *E-Payment* melalui sikap pada masyarakat Kota Lhokseumawe.