

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini teknologi berkembang sangat pesat dan semakin canggih sehingga mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia dan tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi sudah melekat pada diri manusia. Kemajuan teknologi ini berimbas kepada pola hidup masyarakat menjadi lebih efisien dalam melakukan sesuatu, hampir seluruh aspek kehidupan manusia ditunjang oleh canggihnya teknologi, baik itu ekonomi, transportasi pekerjaan, bahkan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Banyaknya pengguna teknologi di Indonesia dibuktikan dengan adanya data yang diperoleh dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, pada tahun 2020 terdapat 160,23 juta pengguna aktif *smartphone*. Indonesia menempati posisi ke empat di dunia setelah Tiongkok, India, dan Amerika Serikat. Pengguna *smartphone* di Indonesia akan terus meningkat setiap tahunnya, sehingga dengan meningkatnya pengguna *smartphone* akan mendukung kemajuan *financial technology (fintech)* dalam mengembangkan sistem pembayaran elektronik yang dapat diakses melalui *smartphone*.

Perkembangan teknologi yang pesat ini berdampak positif dalam perekonomian Indonesia, yaitu terjadinya transformasi dalam sistem pembayaran. Masyarakat sudah menyadari bahwa alat transaksi bukan hanya bersifat fisik yang menggunakan uang kertas maupun logam, dengan kemajuan teknologi dalam instrumen pembayaran yang menggeser peranan uang tunai (*cash based*) sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran non tunai (*non cash*) yang lebih efisien dan ekonomis. Pembayaran non tunai yang dikenal masyarakat adalah pembayaran yang menggunakan kartu sebagai alat transaksi seperti kartu debit dan kartu kredit. Berdasarkan hasil penelitian *Consumer Payment Attitude Study 2016* mengatakan bahwa sebanyak 80% masyarakat Indonesia lebih memilih menggunakan pembayaran elektronik sebagai alat transaksinya (Bila 2020).

Dibuktikan dengan data yang diperoleh Bank Indonesia bahwa nilai transaksi elektronik atau *e-money* setiap tahunnya meningkat hingga mencapai 296,435 triliun pada tahun 2021.

Tabel 1.1
Jumlah Transaksi Uang Elektronik (*e-money*)

Periode	Volume (Juta)	Nominal (Rp Triliun)
2015	535.579.538	5.319.556
2016	683.133.352	7.063.689
2017	943.319.933	12.375.469
2018	2.922.698.905	47.109.616
2019	5.226.699.919	145.165.468
2020	5.063.751.353	207.122.729,53
2021	5.450.400.276	296.435.733,86

(Sumber: Bank Indonesia, 2022 (diolah))

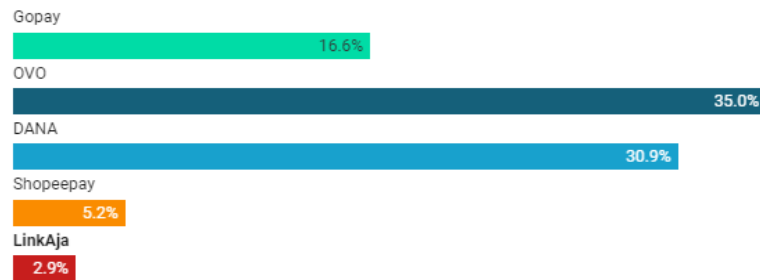
Perkembangan teknologi dalam layanan keuangan dapat menghasilkan model-model bisnis, aplikasi atau produk-produk dengan efek material yang berkaitan dengan penyediaan layanan keuangan, produk *financial technology* tersebut adalah uang elektronik (Afdi N. M., 2017). Uang elektronik merupakan alat pembayaran elektronik yang memiliki unsur diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* dan *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut. Umumnya uang elektronik disimpan dalam bentuk *server based* seperti dompet digital agar lebih mudah diakses. Dompet digital adalah uang elektronik yang transaksi pembayarannya dilakukan melalui telepon genggam yang terhubung jaringan internet dimana dompet digital ini menyediakan berbagai macam transaksi pembayaran seperti menyimpan uang, ataupun mentransfer uang kepada pengguna lain (Permana R. I., 2021).

Dompet digital menawarkan aspek lebih praktis, cepat, dan menguntungkan penggunanya karena dianggap lebih aman dan sesuai dengan protokol kesehatan dikala pandemi belum usai. Ada lima jenis dompet

digital yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu Gopay, Ovo, Dana, ShopeePay, dan LinkAja.

Popularitas E-wallet (Top of Mind)

■ Gopay ■ OVO ■ DANA ■ Shopeepay ■ LinkAja



Source: DailySocial • Created with Datawrapper

Gambar 1.1 : Popularitas Pengguna E-wallet

(Sumber: cnbcindonesia.com)

Dari grafik tersebut, Ovo menduduki posisi tertinggi didaftar dompet digital dengan popularitas penggunaan terbanyak dikalangan responden. Ovo meraih penetrasi pasar tertinggi 35.0%, diikuti oleh Dana 30,9%, GoPay 16,6%, ShopeePay 5,2 % dan LinkAja 2,9%.

Tabel 1.2

Perbandingan Antara ShopeePay, Ovo, GoPay, Dana dan LinkAja

Pembanding	ShopeePay	Ovo	GoPay	Dana	Link Aja
Top up	ATM, internet banking, mobile banking, merchant dan mitra.	ATM, internet banking, mobile banking, merchant, driver grab dan mitra.	ATM, internet banking, mobile banking, merchant, driver	ATM, internet banking, mobile banking, merchant dan mitra.	ATM, internet banking, mobile banking dan merchant.

			gojek dan mitra.		
Saldo maksimum	Rp.10.000.000,-	Rp.10.000.000,-	Rp.10.000.000,-	Rp.10.000.000,-	Rp.10.000.000,-
Integrasi layanan	Semua layanan pada aplikasi shopee, membeli kebutuhan prabayar, transfer sesama pengguna, <i>scan QR code</i> , melayani tranfer ke bank.	Semua layanan pada aplikasi grab, tokopedia, prabayar, transfer sesama pengguna, <i>scan QR code</i> .	Semua layanan pada aplikasi gojek, tokopedia, layanan prabayar, transfer sesama pengguna, <i>scan QR code</i> .	Semua layanan prabayar, transfer sesama pengguna, <i>scan QR code</i> , melayani transfer ke bank.	Semua layanan linkaja, membeli kebutuhan prabayar, transfer sesama pengguna dan bank
Keamanan	Pin, rekognisi wajah dan <i>fingerprint</i>	Pin dan <i>fingerprint</i>	Pin	pin	Pin

(Sumber: help.shopee.co.id. 2022 (diolah))

Tabel diatas menunjukkan bahwa ShopeePay merupakan platform pembayaran digital yang terus meningkatkan fitur keamanan layanan secara konsisten demi kenyamanan pengguna saat bertransaksi. Dengan upaya terbaru yang dilakukan ShopeePay untuk menjamin keamanan bertransaksi dengan menghadirkan fitur rekognisi wajah, pin dan sidik jari untuk menyelesaikan pembayaran. Selain fitur keamanan rekognisi wajah, pin dan

sidik jari, ShopeePay juga telah melengkapi fitur keamanan ganda yaitu *one-time password* (OTP) dan notifikasi otomatis yang berlaku sejak penggunaan mengaktifkan akun.

Pertimbangan pemilihan obyek penelitian pada *e-wallet* ShopeePay dikarenakan ShopeePay menjadi dompet digital dengan pertumbuhan paling pesat karena strategi yang digunakan oleh ShopeePay dalam menarik pengguna baru dengan menawarkan berbagai kelengkapan fitur. Perkembangan ShopeePay juga disebabkan integrasi dengan aplikasi Shopee yang saat ini menjadi *e-commerce* terbesar di Indonesia. Menurut riset NeuroSensum pada November 2020 hingga Januari 2021 yang melibatkan 1.000 responden pengguna aktif *e-commerce* dengan rentan usia 19-45 tahun, menunjukkan bahwa ShopeePay menjadi dompet digital dengan pertumbuhan paling pesat hingga 34% yang diikuti oleh Ovo 25%, Dana 20%, GoPay 17%, dan LinkAja 4%.

Terjadinya pandemi virus covid-19 pada awal tahun 2020 menimbulkan dampak kebijakan pemberlakuan *social distancing* yang dibuat oleh *World Health Organization (WHO)* dimana dari kebijakan tersebut memaksa para pelaku bisnis bahkan pedagang melakukan transformasi bisnis mereka dengan pendekatan digital dan menimbulkan perubahan pada sistem pembayaran. Kekhawatiran masyarakat terhadap penyebaran virus covid-19 membuat masyarakat berhati-hati dalam bertransaksi menggunakan uang tunai karena bertransaksi dengan uang tunai dikhawatirkan dapat membuat masyarakat tertular virus covid-19. Masyarakat saat ini lebih memilih bertransaksi menggunakan dompet digital karena dianggap aman, dan mempermudah masyarakat dalam bertransaksi, selain itu transaksi non tunai ini dianggap mengurangi resiko tertularnya virus covid-19.

Sebagai salah satu faktor yang penting dalam minat menggunakan *e-wallet* adalah kemudahan. Kemudahan merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam menggunakan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami. Artinya seseorang yang menganggap suatu teknologi mudah untuk digunakan maka orang tersebut akan menggunakan

dan memanfaatkannya. Kemudahan menjadi faktor yang diperhatikan oleh Shopee. Kemunculan ShopeePay dalam situs resminya memperkenalkan layanan berbasis *basic servise* dan *full servise* dengan beberapa kemudahan seperti saldo maksimum, isi saldo, belanja *online*, bayar dan beli barang *online*, bayar *merchant*, dan transfer uang.

Kenyamanan pengguna saat menggunakan ShopeePay ditunjukkan dengan tingginya transaksi menggunakan ShopeePay pada setiap bulannya. ShopeePay memberikan kemudahan bagi para pengguna saat melakukan belanja *online* dan saat melakukan pembayaran non tunai. Dari hal tersebut ShopeePay menjadi dompet digital paling banyak digunakan dan menguasai pasar *e-wallet* tanah air karena terintegrasi dengan Shopee sehingga memudahkan dalam berbelanja *online* dan saat melakukan transaksi pembayaran non tunai serta memberikan kepuasan bagi para pengguna dan menggunakan ShopeePay secara berkelanjutan.

Dalam penggunaan teknologi tentunya terdapat resiko yang dapat terjadi, seperti penyerangan virus yang meganggu kinerja aplikasi hingga pembobolan sistem keamanan dan pembobolan rekening digital atau biasa disebut *hacking* yang dapat meretas sistem dan mencuri data dan dokumen rahasia.

Salah satu contoh kasus yang terjadi dalam tindak pidana yang berkaitan dengan perbankan adalah kasus pembobolan dana rekening sebesar 130 miliar rupiah yang terjadi di 3 bank pada tahun 2015. Modus pembobolan dana nasabah ini dilakukan dengan membajak akun *internet banking* milik nasabah bank dengan cara menyebarkan virus *malware* yang dilakukan oleh pelaku melalui *internet banking*. Kejahatan ini bermula saat pelaku menawarkan perangkat aplikasi antivirus melalui layanan di internet kepada nasabah pengguna *internet banking*. Setelah nasabah mengunduh *software* palsu tersebut, virus atau *malware* akan secara otomatis masuk ke komputer dan memanipulasi tampilan laman *internet banking* seolah-olah laman tersebut milik bank. Dengan cara itu, pelaku dapat dengan mudah mengendalikan akun *internet banking* nasabah setelah mengetahui

password nasabah. Saat nasabah akan menyetorkan uang ke rekeningnya, aliran uang tersebut diblokkan ke rekening pelaku (Purwoko, 2015).

Sistem keamanan data pribadi pengguna ShopeePay dipastikan bahwa data informasi yang dikumpulkan akan disimpan dengan aman dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. ShopeePay berusaha untuk melindungi data pribadi pengguna dari hal-hal yang tidak diinginkan. Penyedia jasa pembayaran ShopeePay menyimpan informasi data pribadi pengguna dengan cara membatasi akses ke dalam informasi data pribadi pengguna dan secara aman menghapus informasi data pribadi pengguna saat penyedia jasa sistem pembayaran ShopeePay tidak lagi membutuhkannya untuk tujuan tertentu serta dalam pengaplikasiannya ShopeePay memiliki fitur keamanan *personal identification number* (PIN), rekognisi wajah dan *fingerprint* yang dimana sistem keamanan tersebut banyak dipakai pada platform-platform besar karena dianggap paling aman.

Menurut (Saputri, 2015) Keamanan dalam bertransaksi merupakan cara sebuah server mampu melindungi sebuah data agar tidak terjadi kebobolan dan mampu mendeteksi adanya penipuan di sebuah server yang berbasis teknologi. Keamanan dalam sistem keuangan digital masih sangat rentan terhadap penipuan dan kejahatan lainnya. Semakin amannya pada sistem uang *e-wallet* akan membuat pengguna lebih percaya untuk menggunakannya dan dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap *e-wallet* tersebut dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik.

Dalam upaya perusahaan untuk meningkatkan sistem keamanan Shopee Internasional Indonesia melakukan berbagai macam strategi untuk menyebar informasi dan menarik minat calon konsumen. Salah satunya dengan melakukan promosi. Promosi merupakan kegiatan penting dan berperan aktif untuk menginformasikan, memberitahu, dan mengingatkan kembali manfaat dari suatu produk dengan tujuan mendorong konsumen agar membeli atau menggunakan barang yang dipromosikan. Promosi sebagai salah satu komponen dari bauran pemasaran memiliki peranan penting dalam mengkomunikasikan suatu produk, dan dapat menciptakan

bahan pertimbangan konsumen mengenai keefektifan dan keefisienan dari bauran promosi yang digunakan.

Shopee International Indonesia sebagai salah satu perusahaan yang memiliki platform berbelanja *online* terbesar menyadari akan pentingnya dilakukan kegiatan promosi. Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa kegiatan promosi sangat berpengaruh terhadap perkembangan penjualan. Perusahaan Shopee International Indonesia menggunakan berbagai metode bauran promosi seperti periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan tatap muka, dan publikasi (*publicity*). Tetapi dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pada promosi penjualan yang dilakukan Shopee International Indonesia.

Promosi penjualan merupakan sebuah aktifitas jangka pendek yang diterapkan untuk tujuan meningkatkan penjualan dan meningkatkan permintaan konsumen terhadap sebuah produk. Pada hakikatnya promosi penjualan adalah komunikasi pemasaran, artinya aktifitas perusahaan yang berusaha menyebarkan informasi dan membujuk konsumen agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan sehingga pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan penjualan (safri, 2015).

Kegiatan promosi penjualan yang sering dilakukan oleh Shopee International Indonesia ini antara lain pemberian *cashback*, diskon, bonus saldo, pemberian voucher gratis ongkir, dan voucher *cashback*.

Terdapat banyak keuntungan menggunakan *e-wallet* ShopeePay. Salah satunya dimana pengguna akan dipermudah dalam bertransaksi belanja *online* dengan prosesnya yang sangat cepat, mudah dalam pembelian barang dan membayar tagihan. Terlebih lagi ShopeePay dapat digunakan di beberapa *merchant* yang bekerjasama dengan Shopee. Dan masih banyak keuntungan lagi yang bisa dirasakan jika menggunakan ShopeePay, terlebih pengguna ShopeePay dapat mengetahui promo-promo yang ada melalui aplikasi Shopee.

Tabel 1.3
Perbandingan Promosi antara ShopeePay, Ovo, Gopay, Dana dan LinkAja

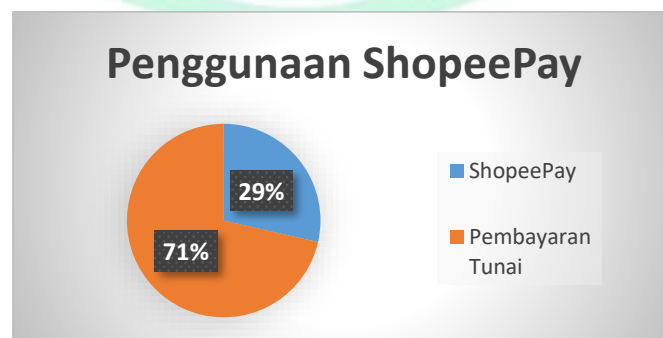
Pembanding	ShopeePay	Ovo	GoPay	Dana	Link Aja
Promosi	<i>Cashback</i> , diskon, bonus saldo, <i>voucher cashback</i> , <i>voucher gratis ongkir</i> .	<i>Cashback</i> , diskon, bonus saldo.	Diskon, <i>cashback</i> , <i>vocher cashback</i> .	<i>Cashback</i> , bonus saldo, <i>voucher cashback</i> .	<i>Cashback</i> , diskon, bonus saldo.

Sumber: shopeepay.co.id (diolah)

Pemberian promosi *cashback* menggunakan pembayaran ShopeePay yang diterapkan oleh pihak Shopee secara terus menerus dan berkala secara tidak langsung akan menjadi suatu penyebab konsumen terpengaruh dan melakukan pembelian baik produk maupun jasa. Pada platform Shopee hingga di *merchant offline voucher cashback* yang diberikan apabila melakukan transaksi pembayaran menggunakan ShopeePay sebesar 30% hingga 60%. *Cashback* yang diberikan oleh ShopeePay tidak berupa uang melainkan berupa koin yang dapat ditukar untuk berbelanja kembali di aplikasi Shopee.

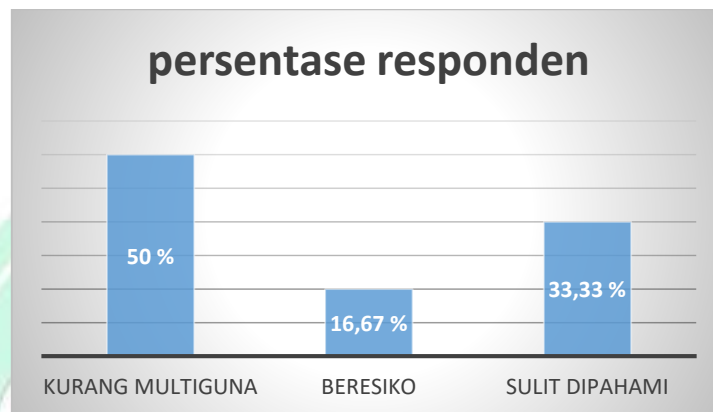
peneliti telah melakukan pra-observasi terhadap 20 mahasiswa jurusan Perbankan Syariah yang terdiri dari angkatan tahun 2019-2021.

Berikut gambar jumlah penggunaan ShopeePay:



Gambar 1.2: Penggunaan ShopeePay

Gambar diatas menunjukkan bahwa terdapat 8 mahasiswa yang menggunakan ShopeePay atau sebesar 29%. Namun, 71 % lebih banyak mahasiswa yang melakukan pembayaran baik melalui aplikasi sejenisnya maupun pergi ke jasa pembayaran. Berikut alasan responden melakukan transaksi pembayaran selain ShopeePay:



Gambar 1.3: Alasan responden memilih pembayaran lain

(Sumber: Data diolah, 2023)

Dari grafik tersebut responden memilih alasan kurang multiguna sebesar 33,33%. Hal tersebut merupakan pengguna tidak bisa melakukan berbagai macam transaksi dalam satu *e-wallet* ShopeePay sehingga mereka memilih untuk pergi membayar secara manual ke penyedia jasa pembayaran atau menggunakan *e-wallet* selain ShopeePay, erisiko memperoleh nilai 16,67 % artinya responden memiliki kekhawatiran terhadap kerugian saat menggunakan *e-wallet*, dan sulit dipahami memiliki 16,67 % yang berarti mahasiswa merasakan kesulitan dan butuh pelajaran untuk memahami cara penggunaan ShopeePay. Peneliti menarik kesimpulan bahwa *e-wallet* ShopeePay memiliki kekurangan yang menjadi penyebab mahasiswa memilih melakukan pembayaran pada penyedia jasa layanan pembayaran atau jenis *e-wallet* lainnya untuk melakukan transaksi sesuai kebutuhannya.

Mahasiswa menjadi peran penting dan mengerti dalam berkembangnya sebuah teknologi yang membuat suatu sistem pembayaran elektronik semakin mudah digunakan. Sistem pembayaran elektronik

mudah diintegrasikan dengan berbagai teknologi salah satunya komunikasi yang dimana kemunculannya mudah diterima oleh kalangan generasi muda seperti mahasiswa. Namun sebaliknya, menurut data lembaga MARS Indonesia tahun 2013 menunjukkan hal yang bertentangan. Tingkat kesadaran masyarakat usia 18 sampai 24 tahun terhadap minat menggunakan uang elektronik menunjukkan hasil yang rendah, tingkat usia tersebut merupakan tingkat usia pada mahasiswa. Tingkat kesadaran tertinggi dimiliki oleh kelompok usia 25 sampai 34 tahun, yaitu 30,9%, kemudian tingkat kesadaran kelompok usia 35 sampai 55 tahun sebesar 20,2%, dan terakhir tingkat kesadaran kelompok usia 18 sampai 24 sebesar 16,7%. Angka-angka ini masih bisa dioptimalkan lagi dengan cara memberikan pemahaman yang baik mengenai penggunaan aplikasi pembayaran uang elektronik pada masyarakat terutama kelompok usia yang memiliki presentase yang rendah.

Tingkatan pendidikan yang tinggi menjadikan mahasiswa khususnya mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon hampir segala kegiatan dituntut untuk menggunakan produk teknologi dalam melakukan pekerjaannya. Salah satunya yaitu melakukan pembayaran secara *online*. Sehingga hal tersebut menjadi daya tarik penulis untuk melakukan penelitian mengenai apakah terdapat pengaruh minat bertransaksi *e-wallet* ShopeePay pada mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon khususnya jurusan Perbankan Syariah.

Tabel 1.4

Jumlah Mahasiswa aktif Perbankan Syariah tahun 2019-2021

No	Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1	2019	223
2	2020	171
3	2021	200
Jumlah		594

(Sumber : sc.syekhnurjati.ac.id. Tahun 2022)

Dilihat dari data jumlah mahasiswa Perbankan Syariah tahun angkatan 2019-2021 yang keseluruhan berjumlah 594 mahasiswa, bahwa minat menggunakan dompet digital atau *e-wallet* ShopeePay sangat potensial memiliki konsumen dengan jumlah yang besar dari kalangan mahasiswa. Tetapi yang sudah di jelaskan faktanya masih sedikit pengguna *e-wallet* ShopeePay.

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, terdapat hasil penelitian yang berbeda pada penelitian sebelumnya. Berikut adalah hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya:

Penelitian (Utami, 2017) menyatakan bahwa kemudahan dan keamanan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-money*, sedangkan pada penelitian (Sandhi, 2020) menyatakan bahwa kemudahan dan keamanan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan. Begitupun hasil penelitian yang dilakukan oleh (Qulub, 2019) bahwa persepsi kemudahan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan layanan *e-money* pada masyarakat Kota Cirebon. Hal tersebut dikarenakan alat pembayaran *online* seperti *e-wallet* tergolong alat pembayaran yang masih baru dibandingkan alat pembayaran lainnya sehingga pengguna *e-wallet* membutuhkan banyak informasi mengenai cara penggunaan *e-wallet*.

Pada penelitian yang dilakukan (Sandhi, 2020) tentang Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Digital Payment. Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Sedangkan pada penelitian Zhang dalam (Widhiani, 2018) menyatakan bahwa promosi berpengaruh negatif terhadap minat.

Dari uraian diatas, penulis mengambil judul **“Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan ShopeePay”**. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa bertransaksi menggunakan ShopeePay.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang dapat teridentifikasi sebagai berikut:

- a. Meningkatnya perkembangan penggunaan *e-wallet* yang tinggi, tidak sebanding dengan pertumbuhan pengguna untuk bertransaksi secara *online* dikarenakan beberapa kendala diantaranya rendahnya keamanan yang menimbulkan kekhawatiran terhadap bocornya data pribadi sehingga pengguna tidak merasa nyaman.
- b. Faktor kemudahan dan promosi yang belum maksimal terhadap kebutuhan penggunaan *e-wallet* yang cenderung membuat pengguna melakukan pembayaran secara tunai.
- c. Minat mahasiswa untuk menggunakan *e-wallet* masih rendah padahal kemampuan untuk menggunakan *smartphone* sudah meningkat.

2. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini mengutamakan pembahasan mengenai faktor Kemudahan, Keamanan, dan Promosi Penjualan terhadap minat menggunakan ShopeePay.
- b. Penelitian ini dilakukan di Kampus IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
- c. Responden yang akan diambil sebagai sampel adalah Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Jurusan Perbankan Syariah tahun angkatan 2019–2021 yang menggunakan *e-wallet* ShopeePay.

3. Rumusan Masalah

Adapun secara spesifik rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah faktor kemudahan mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan *e-wallet* ShopeePay ?

- b. Apakah faktor keamanan mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan *e-wallet* ShopeePay ?
- c. Apakah faktor promosi penjualan mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan *e-wallet* ShopeePay ?
- d. Apakah faktor kemudahan, keamanan, dan promosi penjualan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-wallet* ShopeePay?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah faktor kemudahan mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan *e-wallet* ShopeePay.
- b. Untuk mengetahui apakah faktor keamanan mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan *e-wallet* ShopeePay.
- c. Untuk mengetahui apakah faktor promosi penjualan mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan *e-wallet* ShopeePay.
- d. Untuk mengetahui faktor kemudahan, keamanan, dan promosi penjualan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa menggunakan *e-wallet* ShopeePay.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengembangan ilmu teknologi tentang sistem pembayaran *online*, khususnya teknologi pemasaran serta pengembangan ekonomi bisnis.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam suatu pengetahuan praktis, tentang meningkatkan minat bertransaksi melalui *e-wallet*.

c. Manfaat Akademis

Sebagai perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi di IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Khususnya program studi Perbankan Syariah di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, sebagai sumbangan pikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun bahan kebijakan institusi dalam menghadapi studi pengetahuan dan teknologi. Serta hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu menambah studi kepustakaan sebagai bahan pembelajaran dan informasi yang dapat dijadikan sebagai referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan, khususnya bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang topik atau judul yang serupa dengan penulis.

D. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi pendahuluan untuk mengantarkan permasalahan skripsi secara keseluruhan, bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan mengenai teori-teori yang melandasi penelitian ini termasuk penelitian terdahulu didalamnya, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan variabel-variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan deskripsi objek penelitian yang berisi profil perusahaan dan hasil dari penelitian dan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan yang didapat dari penelitian, serta saran.

