

BAB 1

PENDAHULUAN

a. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya jaman, teknologi pun semakin berkembang pesat, cepat dan memudahkan masyarakat dalam memenuhi segala kebutuhannya, dimana segala aspek sudah mulai berubah dari yang dulunya masih berupa tradisional sekarang perlahan-lahan mulai berubah ke arah digital. Salah satu contoh dari kemajuan teknologi yang dirasakan oleh masyarakat Indonesia adalah penggunaan internet. Internet telah bergeser dari kebutuhan tersier menjadi kebutuhan primer hampir di setiap negara di dunia, termasuk Indonesia. Internet adalah hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari sebagian besar masyarakat Indonesia. Hal ini didukung dengan data yang menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat ke-4 dari 20 negara pengguna internet terbanyak di dunia per Juni 2019.

Tabel 1.1

Dua puluh Negara dengan Pengguna Internet Terbanyak

TOP 20 COUNTRIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS - JUNE 30, 2019						
No	Country or Region	Population 2019 Est.	Population 2000 Est.	Internet Users 30 June 2019	Internet Users 31 Dec 2000	Internet Growth 2000 - 2019
1	China	1,420,062,022	1,283,198,970	854,000,000	22,500,000	3,695 %
2	India	1,368,737,51	1,053,050,91	560,000,000	5,000,00	11,100

		3	2		0	%
3	United States	329,093,110	281,982,778	292,892,868	95,354,000	207 %
4	Indonesia	269,536,482	211,540,429	171,260,000	2,000,000	8,463 %
5	Brazil	212,392,717	175,287,587	149,057,635	5,000,000	2,881 %
6	Nigeria	200,962,417	122,352,009	123,486,615	200,000	61,643 %
7	Japan	126,854,745	127,533,934	118,626,672	47,080,000	152 %
8	Russia	143,895,551	146,396,514	116,353,942	3,100,000	3,653 %
9	Bangladesh	168,065,920	131,581,243	96,199,000	100,000	96,099 %
10	Mexico	132,328,035	101,719,673	88,000,000	2,712,400	3,144 %
11	Germany	82,438,639	81,487,757	79,127,551	24,000,000	229 %
12	Philippines	108,106,310	77,991,569	79,000,000	2,000,000	3,850 %
13	Turkey	82,961,805	63,240,121	69,107,183	2,000,000	3,355 %
14	Vietnam	97,429,061	80,285,562	68,541,344	200,000	34,170 %
15	United Kingdom	66,959,016	58,950,848	63,544,160	15,400,000	312 %
16	Iran	82,503,583	66,131,854	62,702,731	250,000	24,981 %

17	France	65,480,710	59,608,201	60,421,689	8,500,000	610 %
18	Thailand	69,306,160	62,958,021	57,000,000	2,300,000	2,378 %
19	Italy	59,216,525	57,293,721	54,798,299	13,200,000	315 %
20	Egypt	101,168,745	69,905,988	49,231,493	450,000	10,840 %
TOP 20 Countries		5,187,499,066	4,312,497,691	3,213,351,128	251,346,400	1,178 %
Rest of the World		2,528,724,143	1,832,509,298	1,322,897,680	109,639,092	1,106 %
Total World		7,716,223,209	6,145,006,989	4,536,248,808	360,985,492	1,156 %

Sumber: <https://internetworldstats.com/top20.htm>

Lalu berdasarkan laporan survei Penetrasi dan Profil Pengguna Internet Indonesia 2018 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sebanyak 171,17 juta jiwa atau 64,8% dari total populasi penduduk di Indonesia sebanyak 264,16 juta orang merupakan penetrasi pengguna internet. Penggunaan layanan internet di Indonesia menurut hasil survei APJII tahun 2018 didominasi oleh layanan *chatting* sebanyak 24,7% dan paling rendah pada layanan transfer uang online dan membayar tagihan secara online masing-masing pada 0,1%.

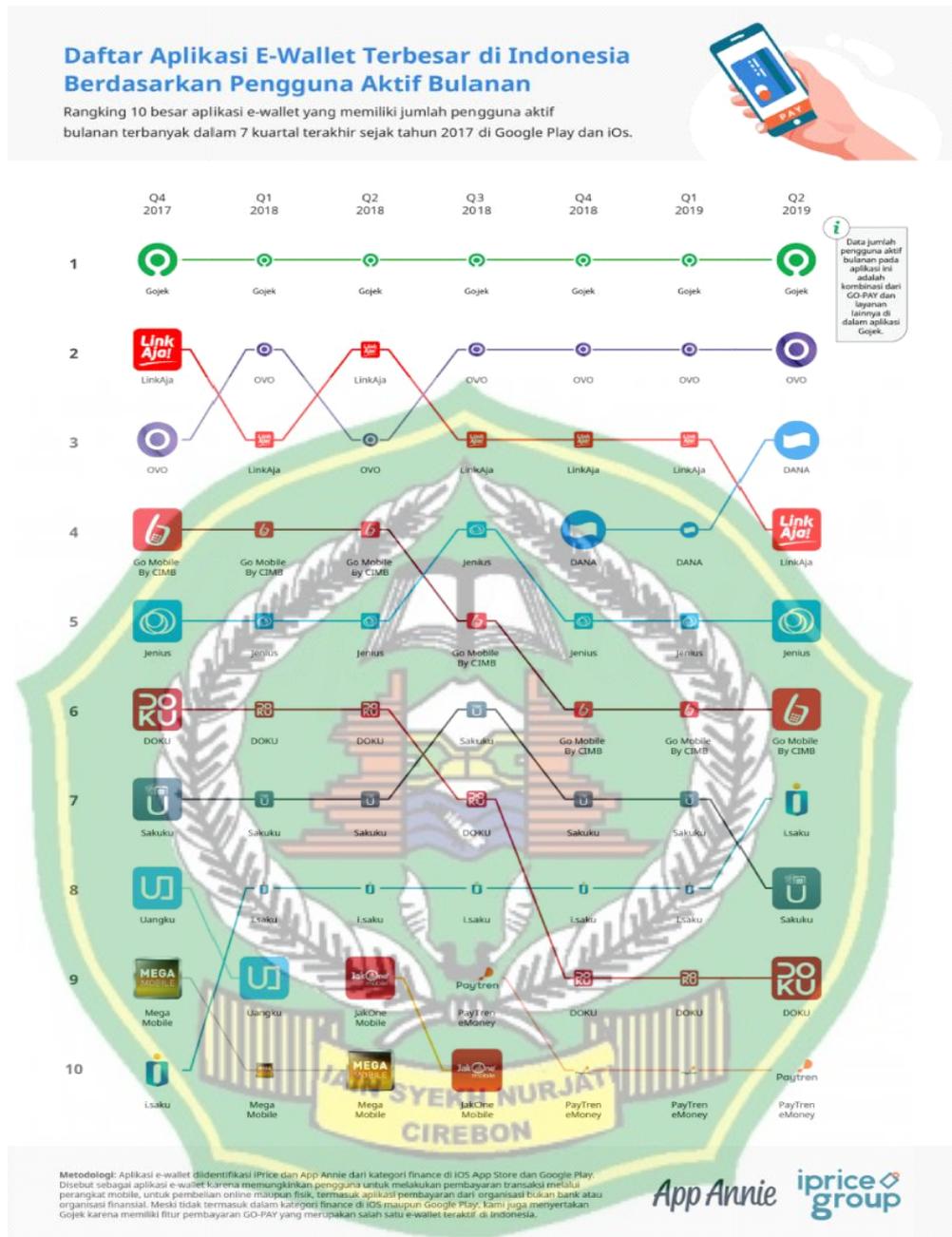
Evolusi alat pembayaran di Indonesia dapat dikatakan berkembang sangat pesat dan maju. Selanjutnya alat pembayaran terus berkembang dari alat pembayaran tunai (*cash based*) ke alat pembayaran nontunai (*non cash*), seperti alat pembayaran berbasis kertas (*paper based*), misalnya cek dan bilyet giro. Selain itu dikenal juga alat pembayaran *paperless* seperti transfer

uang elektronik dan alat pembayaran memakai kartu (*card based*), misalnya ATM, kartu kredit, kartu debit dan kartu Prabayar.

Dalam PBI No. 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik, uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur: diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit; nilai mata uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*; dan nilai elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan. Adapun berdasarkan media penyimpanan nilai uang elektronik, uang elektronik dibedakan menjadi uang elektronik dengan media penyimpanan berupa chip (*chip based*) dan uang elektronik dengan media penyimpanan berupa server (*server based*). *Chip based* bentuknya kartu, contohnya *flazz*, BCA, *Tap Cash* BNI, *Brizzi* BRI, dan *E-money* Mandiri. Sedangkan *server based* dalam bentuk aplikasi dompet digital (*e-wallet*), contohnya GO-PAY, OVO, LinkAja, dan DANA.

Layanan *mobile payment* semakin populer seiring meningkatnya pemakaian *smartphone* di Indonesia. Terlebih, semakin banyak pilihan aplikasi *e-wallet* tanpa kartu untuk bertransaksi. Dikutip dari situs resmi Bank Indonesia, per 24 Oktober 2019, sudah ada 39 *e-wallet* yang mendapatkan lisensi resmi. Berdasarkan Statistik Sistem Pembayaran Bank Indonesia, hingga November 2019 jumlah uang elektronik mencapai 278 juta instrumen. Jika dibandingkan dengan November 2018 sebanyak 152 juta instrumen, jumlah tersebut meningkat hampir dua kali lipat.

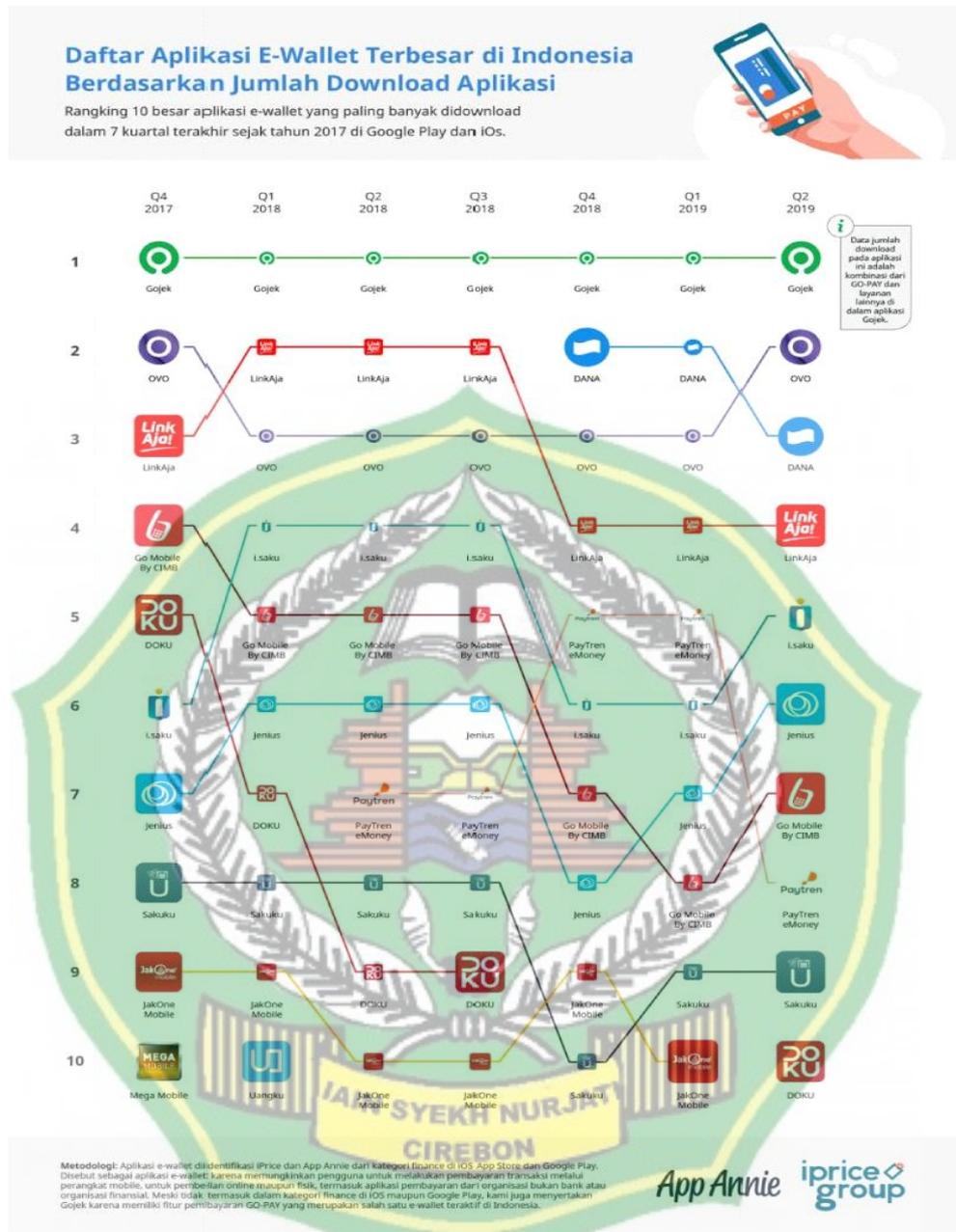
Berdasarkan survei yang dilakukan iPrice Group dan App Annie, 10 aplikasi *e-wallet* paling populer di Indonesia adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1

Daftar E-Wallet Terpopuler di Indonesia Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan

Sumber: <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>



Gambar 1.2

Daftar E-Wallet Terpopuler di Indonesia Berdasarkan Jumlah Download

Sumber: <https://iPrice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>

Dari hasil survei iPrice Group tahun 2019, DANA sebagai pendatang baru aplikasi *e-wallet* langsung menunjukkan kegigihannya untuk menjadi

pioneer aplikasi *e-wallet* di Indonesia. DANA (Dompet Digital Indonesia) merupakan layanan aplikasi *e-wallet* hasil kerja sama Emtek Group dan Ant Financial, pertama kali hadir di Indonesia pada tahun 2018. Berdasarkan data riset iPrice Group, DANA memiliki pengguna aktif bulanan yang relatif stabil sejak kuartal IV 2018 hingga kuartal II 2019. DANA berhasil naik satu peringkat di kuartal II 2019 menggantikan LinkAja di posisi ke-3. Namun berbeda dengan jumlah download aplikasi, DANA turun satu peringkat ke posisi 3 digantikan oleh OVO pada kuartal II 2019. Tetapi dengan kemunculan dan dirilisnya aplikasi DANA pada kuartal IV 2018 hingga kuartal I 2019 berhasil menggeser posisi aplikasi *e-wallet* saingannya seperti LinkAja sehingga aplikasi LinkAja turun pada posisi ke-4 yang semula menempati posisi ke-2 pada kuartal III 2018.

Pada umumnya kemudahan dan keamanan akan mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menggunakan aplikasi DANA sebagai *E-payment* nya, namun hal ini tidak lantas menjadikan alasan mereka untuk menggunakan aplikasi uang elektronik tersebut. Namun jaminan kemudahan dan keamanan yang diberikan oleh pihak DANA ternyata tidak lantas membuat aplikasi dompet digital ini menjadi dompet digital terpopuler di Indonesia. Hingga April 2019, pengguna aktif DANA mencapai 15 juta. Sedangkan pesaingnya yaitu pengguna GO-PAY dan OVO mencapai 115 juta.

Dengan berkembangnya kebutuhan dan keinginan suatu masyarakat, akan mempengaruhi tingkat persaingan di semua lini usaha. Interaksi yang dikombinasikan dengan teknologi di era era komunikasi menjadi faktor dalam meningkatkan peradaban manusia dan menumbuhkan kebutuhan baru. Salah satu industri yang terlibat dalam kompetisi ini adalah sektor keuangan. Hal ini dibuktikan dengan perkembangan yang cukup pesat dari industri keuangan di Indonesia. Salah satu industri keuangan yang berkembang pesat saat ini adalah *e-payment*.

Industri yang bergerak di sektor *e-payment* saat ini berusaha untuk memuaskan penggunaanya dalam menggunakan layanan yang diberikan.

Selain itu, nasabah sangat selektif dan memiliki pengetahuan tinggi tentang layanan *e-payment*. Nasabah sangat berhati-hati dalam memilih dan menggunakan jasa. Untuk itulah strategi aplikasi *e-payment* disesuaikan dengan minat pengguna. Di era yang sangat kompetitif ini aplikasi layanan *e-payment* harus berorientasi pada minat pengguna, dalam hal ini ada banyak faktor yang mendorong minat pengguna. Jika tingkat keinginan pengguna tinggi, maka akan meningkatkan permintaan yang tinggi juga. Permintaan pengguna merupakan target utama dalam konsep *marketing e-payment*. Dari informasi yang diketahui tentang apa yang menjadi minat pengguna, aplikasi *e-payment* kemudian mencoba menciptakan produk layanan yang bisa memuaskan keinginan pengguna.

Seringkali untuk menumbuhkan minat pelanggan, pihak manajemen aplikasi *e-payment* melakukannya dengan pendekatan yang berorientasi kepada kebutuhan pelanggan maupun masyarakat luas. *E-payment* harus senantiasa berinovasi, menyesuaikan dan mengembangkan produknya agar sesuai dengan perubahan selera pelanggan dan tingkat persaingan yang ada. sehingga masyarakat mengambil keputusan untuk menggunakan aplikasi DANA bisa melalui peningkatan pengenalan produk sehingga masyarakat bisa lebih mempercayai aplikasi DANA tersebut, dimana hal itu akan meningkatkan *personal influence* (pengaruh pribadi) dalam menggunakan aplikasi alat pembayaran uang elektronik tersebut.

E-Commerce tak terlepas dari mahasiswa. Mereka umumnya selalu ingin bergaya hidup *up to date* serta konsumtif, dan untuk pemenuhan itu, mereka meluangkan banyak waktunya dengan *gadget* mereka untuk melihat barang-barang apa saja yang terbaru dan tersedia di situs belanja *online*. Mahasiswa saat ini sangat identik dengan gaya hidup yang *up to date*, sehingga dapat dikatakan bahwa mereka merupakan konsumen yang banyak melakukan aktifitas dalam transaksi *e-money*. Perkembangan teknologi khususnya pada *Fintech (financial technology)* membuat mahasiswa mulai beralih pada produk tersebut dalam melakukan transaksi perbelanjaan.

Uang elektronik atau *e-money* membawa pengaruh positif bagi mahasiswa. Mahasiswa ialah sekelompok terpelajar yang cenderung bersifat terbuka terhadap perkembangan teknologi saat ini. Tingkat pendidikan yang tinggi merupakan aspek yang mendorong mahasiswa sebagai pendukung terhadap suatu perubahan baru yaitu penggunaan produk teknologi yang telah merata di kelompok mahasiswa termasuk pada aspek mekanisme pembayaran yang digunakan oleh generasi milenial.

Dengan melihat penjelasan yang telah dikemukakan sebelumnya, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Perkembangan Teknologi dan Personal Influence terhadap Minat mahasiswa menggunakan Aplikasi Pembayaran DANA (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Angkatan 2018)”. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Personal Influence* pelanggan pada minat penggunaan, yaitu usia dan tahap daur hidup, gaya hidup, dan keperibadian. serta hubungan perkembangan teknologi dan *Personal Influence* pada pengguna aplikasi dompet digital DANA.

b. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah, pembatasan masalah dan rumusan masalah dalam penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

1. Pertumbuhan jumlah uang elektronik yang beredar selama 2018- 2019 mengalami peningkatan, meski begitu, jika dihitung dengan banyaknya populasi penduduk di Indonesia adalah sebesar 98 juta jiwa belum menggunakan uang elektronik.
2. Jumlah download aplikasi DANA pada kuartal II 2019 mengalami penurunan sehingga posisinya dapat disusul oleh pesaingnya
3. Hingga April 2019, pengguna DANA baru mencapai 15 juta pengguna aktif. Jika dibandingkan dengan pengguna internet, tercipta selisih angka yang cukup jauh. Padahal DANA memberikan stimulus berupa jaminan kemudahan dan keamanan dalam setiap transaksinya.

c. Pembatasan Masalah

Supaya penelitian ini jelas dan fokus, maka penulis perlu untuk membuat batasan masalahnya. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan satu variable dependen yaitu Minat Penggunaan dan dua variable independen yaitu Perkembangan Teknologi dan *Personal Influence*
2. Subjek penelitian yaitu mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
3. Penelitian ini fokus mengkaji pengaruh perkembangan teknologi dan *Personal Influence* terhadap minat penggunaan aplikasi DANA pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

d. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh perkembangan teknologi terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi DANA?
2. Bagaimana pengaruh *personal influence* terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi DANA?
3. Bagaimana pengaruh perkembangan teknologi dan *personal influence* terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi DANA?

e. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perkembangan teknologi terhadap minat mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam menggunakan aplikasi DANA.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *personal influence* terhadap minat mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam menggunakan aplikasi DANA.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perkembangan teknologi dan *personal influence* terhadap minat mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam menggunakan aplikasi DANA.

f. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan ilmiah bagi mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon khususnya Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

b. Manfaat Praktis

Untuk pengembang aplikasi DANA diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan masukan serta dijadikan bahan acuan dalam kemajuan usahanya.

c. Manfaat Akademik

Sebagai bentuk perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi di IAIN Syekh Nurjati Cirebon, khususnya program study Perbankan Syar'ah sebagai sumbangsih pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

g. Sistematika Penulisan

Agar penulisan skripsi ini lebih terarah dan sistematis, maka diperlukan sistematika penulisan skripsi yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi pendahuluan untuk mengantarkan permasalahan skripsi 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, 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 beserta pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

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

