

BAB I

PENDAHULUAN

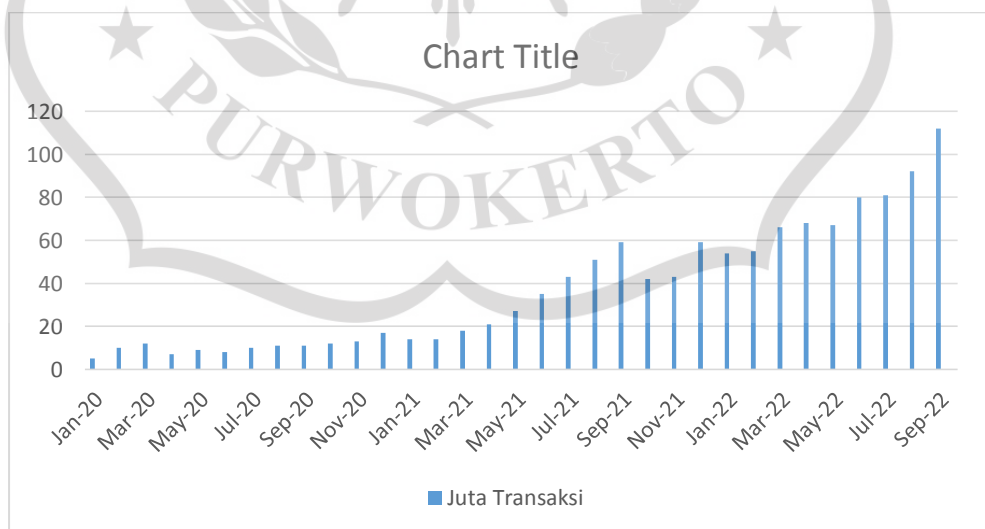
A. Latar Belakang

Banyaknya penyelenggara fintech yang bermunculan didukung oleh populasi pengguna internet yang sangat besar di Indonesia, besarnya peluang untuk perusahaan fintech di Indonesia harus diberikan tempat untuk berkembang. Fintech muncul bersamaan dengan kemajuan masyarakat yang didominasi oleh pengguna TI yang menginginkan gaya hidup dengan cepat. Sangat penting bagi masyarakat untuk mengenal Fintech agar mereka terbiasa menggunakannya setiap hari dan dapat menggunakannya meskipun mereka bukan pengguna tetap. Adanya inovasi teknologi baru bertujuan untuk meningkatkan produktivitas setiap orang. Beralih dari metode pembayaran konvensional menjadi non tunai, transaksi jarak jauh sekarang dapat dilakukan dengan pembayaran instan dan menjadi lebih efisien, murah namun tetap efektif. (bi.go.id)

Jumlah pembayaran elektronik di Indonesia pengguna uang elektronik terus meningkat setiap tahunnya karena populasi lebih besar dan kesadaran keuangan yang lebih besar, menunjukkan minat masyarakat yang besar terhadap penggunaan uang elektronik. Uang digital elektronik tidak selalu digunakan sebagai alat transaksi, tetapi mereka dapat digunakan sebagai pembayaran sebagai pengganti uang tunai. OVO, T-Cash, DANA, T-Cash, Go-Pay Money Pro, Jenius, Rekening Telepon, Sakuku, Doku, serta akun lainnya yang dibuat oleh beberapa perusahaan terkait antara lain bank,

perusahaan telekomunikasi, dan GPN (Gerbang Pembayaran Nasional) (Laloan dkk, 2022).

Bank Indoensia secara resmi meluncurkan pembayaran Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS), yang ditetapkan tanggal 1 pada Januari 2020 melalui aplikasi e-money berbasis server menggunakan QRIS yang memiliki keunggulan fisik yang tahan lama, dan kemudahan penyimpanan dan pemanfaatan data yang tepat. Teknologi kode QR dipandang inovatif dan bermanfaat banyak fungsi. Saat ini, semua aplikasi pembayaran masyarakat, bank dan penyedia layanan pihak ketiga dapat digunakan diseluruh toko, kios makanan, tempat parkir, tiket wisata, dan oleh-oleh yang memiliki logo QRIS. Penyedia layanan yang menggunakan aplikasi tidak sama dengan yang penyedia layanan yang menggunakannya. Pelaku bisnsi hanya dapat membuka reekning dengan penyedia layanan QRIS yang diakui oleh Bank Indonesia. (Laloan dkk, 2023)



Gambar 1.1
Volume Transaksi QRIS Di Indonesia

Berdasarkan data 2 tahun terakhir, pada bulan September selalu mencatat transaksi yang paling tinggi dimana pada bulan September 2021 volume transaksi mencapai 59 juta, sementara pada bulan September 2022 volume transaksi mencapai 112 juta sekaligus mencatat jumlah transaksi tertinggi sejak 2020. Menurut (CNBC) volume transaksi pada September 2022 melesat 89,83% dari tahun ke tahun dan naik 21,73% jika dibandingkan dari bulan sebelumnya (cnbcindonesia.com).

Berdasarkan hasil penjabaran diatas *Financial Technology (QRIS)* yang diciptakan oleh Bank Indonesia untuk dapat dimanfaatkan dalam upaya proses pembiayaan atau pembayaran. Hal ini juga dapat memudahkan aktivitas individu agar produktivitas setiap individu meningkat. Dimana fitur-fitur pembayaran lebih bervariasi sehingga diperlukan sistem yang lebih aplikatif agar fitur dapat digunakan dengan mudah oleh pengguna. Tujuannya adalah untuk menarik lebih banyak pengguna dengan menawarkan banyak kemudahan, keuntungan, dan fitur yang tersedia untuk setiap penggunaan *Financial Technology (QRIS)*.

Minat penggunaan merupakan minat yang kuat terhadap sesuatu. Minat dapat muncul dari pikiran seseorang dan setelah itu diwujudkan dalam tindakan. Dalam situasi di mana mereka dihadapkan pada pilihan, manusia menggunakan perasaan dan pikirannya untuk mengevaluasi dan mengambil keputusan. Pada waktu yang sama, mereka mungkin memiliki minat atau kecenderungan terhadap suatu pilihan, yang menyebabkan mereka memilihnya. Menurut Syardianah (2016) minat dapat didefinisikan sebagai

rasa tertarik, perhatian, atau kebutuhan tambahan seseorang tanpa dipaksa. Perasaan yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu dikenal sebagai minat (Rusmiati, 2017). Keinginan masyarakat untuk menyelesaikan transaksi menggunakan teknologi keuangan (QRIS) dalam sistem pembayaran dikenal sebagai minat penggunaan QRIS. Beberapa faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan pada penelitian ini yakni Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan.

Persepsi tentang kemudahan penggunaan adalah komponen pertama yang mempengaruhi minat penggunaan. Persepsi tentang kemudahan penggunaan menurut Davis (1989) adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan tingkat ketertarikan pengguna terhadap jumlah usaha yang harus dilakukan untuk menerapkan sistem. Setiap teknologi dibuat untuk memudahkan aktivitas setiap orang, semakin mudah teknologi, semakin banyak orang yang ingin menggunakannya. Sistem pembayaran menggunakan teknologi keuangan, masyarakat dapat merasakan lebih banyak kenyamanan, lebih sedikit biaya dan pengurangan waktu pembayaran. Pada penelitian Darista dan Mujilan (2021) serta Syafitri (2020) mendapatkan hasil variabel persepsi kemudahan penggunaan memberikan pengaruh minat penggunaan secara positif dan signifikan. Sedangkan menurut hasil penelitian Rahmawati, Murtanto (2023) menemukan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak memengaruhi minat penggunaan.

Selain persepsi kemudahan penggunaan pada penelitian ini minat penggunaan juga dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan. Davis

mengatakan persepsi kebermanfaatan adalah persepsi seseorang tentang seberapa cepat sistem, seperti sistem pembayaran elektronik dapat bekerja. Sedangkan menurut (Davis, 1989) dalam Wardani dan Sari (2021) manfaat adalah keyakinan bahwa penggunaan sistem teknologi akan meningkatkan kinerja. Menggunakan *Financial Technology* (QRIS) pada sistem pembayaran masyarakat memiliki kemampuan untuk menghemat banyak waktu dan biaya dan juga masyarakat tidak takut akan kelebihan nominal pada saat membayar. Berdasarkan studi oleh Darista dan Mujilan (2021) serta Joan dan Sitinjak (2019) mendapatkan hasil variabel kebermanfaatan memengaruhi positif minat penggunaan secara positif dan signifikan. Sedangkan Sarassati dan Ramaditya (2020) serta Sari dan Yatun (2022) mendapatkan hasil variabel persepsi kebermanfaatan tidak memengaruhi minat penggunaan.

Faktor lain yang memberikan pengaruh minat penggunaan adalah persepsi risiko. Menurut Al-Smadi (2012) menyatakan bahwa persepsi risiko merupakan tanggapan pelanggan terhadap ketidakpastian dan kemungkinan konsekuensi negative saat melakukan pembelian barang atau jasa. Sedangkan menurut Pride dan Ferrel (2015:68) (dikutip dari Sari dan Ramaditya 2020) persepsi risiko merupakan faktor psikologis dalam membuat keputusan pembelian. Ketidakpastian apa pun yang akan dihadapi oleh pelanggan dalam situasi dimana mereka tidak dapat memprediksi akibat pada waktu akan membuat keputusan. Pada studi yang dilakukan oleh Darista dan Mujilan (2021) memperoleh hasil variabel persepsi risiko memberikan pengaruh negatif dan signifikan atas minat penggunaan. Sedangkan menurut

hasil Laloan, Wenas, dan Loindong (2023) serta Sarassati dan Ramaditya (2020) mendapatkan hasil variabel memengaruhi minat penggunaan secara positif dan signifikan.

Selain kemudahan penggunaan, kebermanfaatan, serta persepsi risiko minat penggunaan juga dipengaruhi oleh kepercayaan. Kim et al. (2016), mengatakan bahwa pelanggan percaya transaksi pembayaran elektronik akan diselesaikan dengan cara yang mereka harapkan. Sedangkan menurut Gilbert & Tang (1998) dalam Noviyanto dan Erawati (2021) kepercayaan merujuk pada keyakinan yang dipegang seseorang terhadap sesuatu dan juga yakin yang pada akhirnya, apa saja semua yang akan dilakukan menghasilkan manfaat dan kebaikan. Sedangkan menurut dalam Hanifah dan Mukhlis (2022) mendefinisikan kepercayaan sebagai keyakinan satu sisi terhadap kesetiaan, ketabahan dan integritas yang terjadi dalam kemitraan dan pada aksi yang dilakukan memiliki manfaat yang baik serta dapat membuahkan suatu dampak positif untuk pihak yang sudah dipercaya. Dengan demikian, Kepercayaan (Trust) mencerminkan kredibilitas yang memberikan pengaruh pada orientasi konsumen dalam jangka waktu panjang. Maka dari itu, suatu kepercayaan dibutuhkan dalam penggunaan *Financial Technology (QRIS)* dalam bertransaksi menjadi makin meningkat tingkat kepercayaannya maka minat konsumen atau pengguna dalam bertransaksi menggunakan QRIS akan menjadi lebih tinggi. Pada penelitian Darista dan Mujilan (2021) serta Syafitri (2020) memperlihatkan jika kepercayaan berdampak positif serta signifikan pada minat penggunaan. Sedangkan Noviyanti dan Erawati (2021)

mendapatkan hasil variabel kepercayaan berpengaruh negatif atas minat penggunaan.

Penelitian ini adalah bentuk duplikasi dari penelitian Darista dan Mujilan (2021) meneliti tentang pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan persepsi kepercayaan atas keinginan untuk menggunakan aplikasi OVO sebagai alat pembayaran e-money dan menemukan jika persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, serta persepsi kepercayaan memberikan pengaruh positif atas keinginan untuk menggunakan aplikasi OVO sebagai alat pembayaran e-money. Kemudian di sisi lain Persepsi Risiko memberikan pengaruh negative atas minat penggunaan aplikasi e-money OVO. Penelitian ini tidak sama dengan penelitian yang lalu karena penelitian sebelumnya mempergunakan metode *non probability sampling* melalui metode *convenience sampling* dan *snowball sampling* sedangkan penelitian ini menggunakan metode *quota sampling*. Berdasarkan analisis latar belakang masalah dan fakta bahwa hasil penelitian sebelumnya berbeda, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kebermanfaatan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (QRIS) Di Purwokerto”**.

B. Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan, masalah yang akan dibahas pada penelitian ini antara lain:

1. Apakah terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *financial technology (QRIS)*?
2. Apakah terdapat pengaruh positif persepsi kebermanfaatan terhadap minat penggunaan *financial technology (QRIS)*?
3. Apakah terdapat pengaruh positif persepsi risiko terhadap minat penggunaan *financial technology (QRIS)*?
4. Apakah terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap minat penggunaan *financial technology (QRIS)*?

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari memberikan pemahaman yang luas tentang subjek penelitian ini, peneliti harus membatasi topik penelitian ini. Oleh karena itu, masalah yang dibahas dalam penelitian ini dibatasi sesuai dengan konteks berikut :

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan adalah variabel bebas dalam penelitian ini sedangkan, Minat Penggunaan adalah variabel terikat.
2. Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Purwokerto
3. Penelitian ini dilakukan kepada Mahasiswa Aktif Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan yang berminat menggunakan *Financial Technology (QRIS)*.

D. Tujuan Penelitian

Bersumber pada rumusan masalah yang telah ditentukan, maka terdapat tujuan penelitian antara lain:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *Financial Technology (QRIS)*
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap minat menggunakan *Financial Technology (QRIS)*
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan *Financial Technology (QRIS)*
4. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *Financial Technology (QRIS)*

E. Manfaat Penelitian

Bersumber pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, keuntungan dari penelitian ini antara lain

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini bisa menambah dan memberi wawasan yang bermanfaat dan berkontribusi mengenai Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *Financial Technology (QRIS)* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto). Selain itu kami berharap penelitian ini dapat dijadikan wacana untuk secara khusus mengembangkan ilmu manajemen pemasaran dan sebagai referensi atau informasi untuk penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Kami berharap penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko dan kepercayaan, serta dampak minat mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto terhadap penggunaan teknologi finansial (QRIS).

b. Bagi peneliti

Hal ini diharapkan bisa memberikan semakin luas pemahaman mengenai persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, persepsi risiko, serta kepercayaan dalam memanfaatkan teknologi keuangan (QRIS)

c. Bagi Bank Indonesia (QRIS)

Hasil penelitian ini dapat menjadi landasan untuk mengembangkan sistem layanan keuangan berbasis teknologi yang memenuhi keperluan masyarakat serta mahasiswa.