

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di masa sekarang, negara kita mengalami perubahan terhadap globalisasi yang sangat signifikan. Kegiatan atau aktivitas manusia yang sekarang ini tidak bisa terlepas dari unsur teknologi dan unsur digital. Perkembangan arus informasi dan perpindahan data yang sangat cepat seiring dengan perkembangan zaman akibat adanya globalisasi yang meluas.¹ Sehingga kebutuhan aktivitas masyarakat menjadi lebih mudah, praktis, dan fleksibel. Dalam keseharian masyarakat, dalam transaksi harus mengikuti zaman dengan merubah metode dari *cash* menjadicashless. Perubahan dibidang keuangan inilah yang membuat uang elektronik yang praktis.²

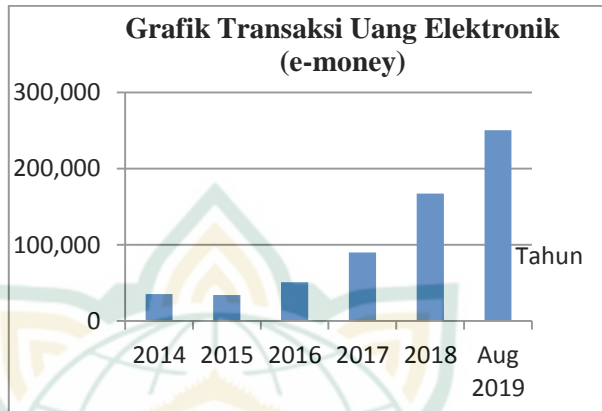
Perkembangan *Fintech* (*Financial Technology*) adalah perpaduan layanan keuangan yang mengubah tatanan sistem transaksi pada masyarakat dengan seiring perkembangan zaman. Sebelum adanya teknologi masyarakat menggunakan transaksi dengan cara bertemu. Kehadiran perpaduan antara layanan keuangan dan teknologi sekarang yang bisa dilakukan dari jarak jauh.³ *Fintech* dengan harapannya dapat lebih mengembangkan layanan keuangan di masa depan yang berguna bagi kehidupan masyarakat pada umumnya.⁴ Berikut adalah grafik perkembangan *e-money*.

¹Rifqi Tazkiyyaturrohman, "Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern", *Jurnal Muslim Heritage*, Vol. 3, No. 1, Mei 2018

²Huwaydi, dkk, "Analisis Deskriptif Pengguna Go-Pay di Surabaya", *Jurnal Teknik ITS* Vol 7, No 1.

³Widyastuti, Kirana., Putu Wuri H, dan Iik Wilarso, "Tantangan dan Hambatan Implementasi Produk Uang Elektronik Di Indonesia: Studi Kasus PT XYZ", *Jurnal Sistem Informasi*. Vol.13 No. 1 (April, 2017)

⁴Elshabyta Auditya Bintarto, *Essay Booklet; The Transformative Power of Fintech*, (Surabaya: Universitas Airlangga, 2018): 2

Gambar 1.1

Sumber: Bank Indonesia

Dilatarbelakangi dengan kehadiran *e-money* oleh BI dalam program gerakan non-tunai di Republik Indonesia dan akan diramalkan uang elektronik akan menjadi pembayaran di masa depan.⁵ Uang elektronik dimaksudkan untuk meringkaskan kegiatan pembayaran masyarakat dalam bertransaksi.⁶

E-money dibentuk dan dirilis berdasarkan uang yang disektor sesuai nominal pada uang tunai yang kemudian oleh bank atau lembaga keuangan menyimpan uang tersebut dan mengkonversikan uang tersebut ke dalam *chip* yang disimpan ke dalam sistem server bank atau lembaga keuangan. Uang elektronik ini juga digunakan untuk pengganti uang *cash* yang mempunyai nominal yang sama setara dengan uang *cash* yang bisa untuk melakukan berbagai pembayaran. Kehadiran uang elektronik ini untuk membantu masyarakat agar pembayaran lebih ringkas dan praktis sehingga bisa mobilitas masyarakat lebih efisien.⁷

⁵Bank Indonesia, Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tahun 2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*)

⁶Ratna Dzulhaida, Refi Rifaldi Windya Giri, "Analisis Minat Masyarakat Terhadap Penggunaan Layanan E-money Di Indonesia Dengan Menggunakan Model Modifikasi Unified Theory Of Acceptance And Use Technology 2 (UTAUT 2)", *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol 15, No.2

⁷Ferry Fabi Fadilla, "Sudah Saatnya Beralih ke E-money, Alat Pembayaran Zaman Now", 29 Maret 2018,

Menurut Sofyan, munculnya uang elektronik ini oleh BI sangat membantu daya beli masyarakat dan bisa meningkatkan perekonomian negara.⁸ Akan tetapi ini juga mempunyai dampak terhadap minat masyarakat untuk menggunakan transaksi nontunai ini ketimbang transaksi tunai yang digunakan sebelumnya. Uang elektronik ini tidak memerlukan PIN (*Personal Identity Number*) atau tanda tangan seperti pada kartu kredit. Sehingga dengan menggunakan uang elektronik ini prosesnya cepat dalam pemrosesan uang elektronik. Pada saat ini uang elektronik banyak digunakan untuk pembayaran makanan, bioskop, parkir, jalan tol, dll.⁹

E-money dalam Islam hukumnya boleh. Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Dewan Syariah Nasional (DSN) telah menerbitkan fatwa yang bisa dijadikan pedoman bagi masyarakat yang menggunakan uang elektronik. Berdasarkan fatwa DSN MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Uang Elektronik Syariah, maka *e-money* boleh digunakan dengan catatan, pada saat ada *e-money* syariah, sedangkan menggunakan *e-money* konvensional menjadi terlarang kembali.¹⁰

Uang elektronik ini hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap instrumen mikro yang bisa memproses suatu transaksi dengan lebih cepat. Untuk memudahkan layanannya, Gojek meluncurkan sistem pembayaran uang elektronik yang dinamakan dengan Gopay.¹¹

<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/sudah-saatnya-beralih-ke-e-money-alat-pembayaran-zaman-now/>

⁸Pranoto dan Sekar Salma Salsabila, “Eksistensi Kartu Kredit Dengan Adanya Electronic Money (E-money) Sebagai Alat Pembayaran Yang Sah”, *Jurnal Private Law*, Volume 6 No.1 Tahun 2018

⁹Pramono, Nindyo, “Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui E-Commerce dan E-Business: Bagaimana Solusi Hukumnya,” *Jurnal Hukum*, Vol 8, No.16, Tahun 2001

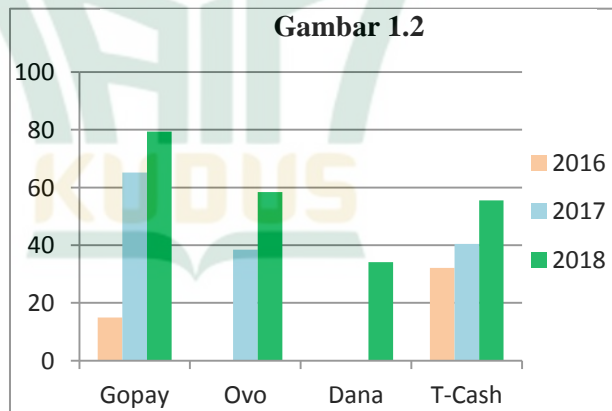
¹⁰Peraturan Dewan Syariah Nasional – MUI Nomor 116/DSN-MUI/IX/2017

¹¹Sukma Indra dan Zuliana Rofiqoh, “Transaksi E-Money Terhadap Layanan Gopay Pada Aplikasi Gojek Perspektif Ekonomi Syariah”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol 15 No.2, June 2019

Gopay adalah salah satu sarana penyimpanan uang elektronik sebagai media pembayaran bagi pengguna aplikasi Go-Jek seperti Go-Food, Go-Ride, Go-Box, GoSend, Go-Massage dan lainnya yang ada dalam aplikasi tersebut, sehingga pengguna dari aplikasi Go-Jek tidak perlu lagi menggunakan uang tunai ketika bertransaksi saat menggunakan aplikasi Go-Jek. Menurut Dwiantika, mengutip data Bank Indonesia, nilai transaksi emoney pada tahun 2016 tumbuh sebesar 33,69% menjadi Rp 7,6 triliun dari tahun sebelumnya Rp 5,28 triliun.¹²

Gopay termasuk dalam transaksi diatur oleh BI dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran.¹³Berikut adalah data perkembangan Gopay:

Grafik *e-money* di Indonesia



¹²M. Balya Haidari dan Kartika Gianina Tileng, “Analisa Faktor-Faktor Berpengaruh pada Penggunaan Go-Pay”, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 04, No. 01.

¹³**Bank Indonesia, Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran**

<https://www.bi.go.id/licensing/helps/PBI%2018%2040%20DKSP%20-%20PPTP.pdf>

Berdasarkan data tersebut, diketahui jika pengguna transaksi *e-money* terbanyak tahun 2018 yaitu Gopay dengan persentase 79,39, kemudian Ovo dengan persentase 58,42%, T-Cash dengan persentase 55,52%, dan Dana dengan persentase 34,18%. Dari keempat transaksi *e-money* tersebut, dari tahun 2016 sampai 2018 mengalami kenaikan secara signifikan.

Dari data diatas menunjukkan bahwa Gopay menempati posisi tertinggi dalam pembayaran uang elektronik. Hal ini berarti minat masyarakat pengguna cukup tinggi, maka perlu dilakukan penelitian mengenai elemen-elemen yang mempengaruhi minat menggunakan Gopay oleh masyarakat. Adapun faktor yang mempengaruhi minat penggunaan adalah kemanfaatan, promosi, dan kualitas pelayanan.

Kemanfaatan adalah suatu ukuran seseorang setelah menggunakan teknologi akan merasakan manfaatnya. Menurut Gusti Ngurah Mayun Prabawalingga dkk dalam penelitiannya mendefinisikan kemanfaatan merupakan suatu keputusan seseorang dalam menentukan pilihan. Dijelaskan bahwa kemanfaatan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan sistem pembayaran EDC.¹⁴ Namun pendapat tersebut dibantah bahwa variabel kemanfaatan tidak berpengaruh dengan minat penggunaan berdasarkan Rezza Resita Himawati bahwa kemanfaatan tidak mempunyai pengaruh pada minat penggunaan¹⁵

Faktor lainnya adalah promosi. Menurut Gitosudarmo, promosi adalah aktivitas untuk mengenalkan produk kepada pelanggan. Menurut Wahyu Tri Susilo dan Maya Ariyanti dkk., dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh positif dengan minat beli kartu elektronik Bank Mandiri. Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa promosi mempunyai

¹⁴I Gusti Ngurah Mayun Prabawalingga dan I Ketut Yadnyana, "Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Variabel Intervening Perilaku Penggunaan Sistem", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol V No 10 Tahun 2016

¹⁵Rezza Resita Himawati, "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening" Skripsi, IAIN Salatiga: 2018.

pengaruh terhadap minat beli e-toll.¹⁶ Namun promosi tidak mempunyai pengaruh dengan minat oleh Riries Mia Reshita menyebutkan variabel promosi parsial, promosi tidak mempunyai pengaruh signifikan pada minat menggunakan. Kemudian secara bersama-sama, promosi berpengaruh terhadap minat menggunakan.¹⁷

Faktor lainnya yaitu Kualitas pelayanan bukan dilihat dari penyelenggara pelayanan akan tetapi dari segi feedback dari customer yang sudah menggunakan jasa tersebut. Dalam penelitian tersebut variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh pada minat beli ulang service motor. Sedangkan secara simultan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh pada minat.¹⁸ Sedangkan oleh Fahrudin dalam penelitiannya, sebagai parsial kualitas pelayanan tidak punya pengaruh pada minat penggunaan ulang. Sedangkan secara simultan pelayanan tidak punya pengaruh pada minat penggunaan ulang.¹⁹

Berdasarkan fenomena minat masyarakat dalam penggunaan Gopay yang cukup tinggi dan masih adanya perbedaan dari berbagai penelitian sebelumnya maka dibutuhkan penelitian untuk mempertegas *e-money*. Dengan ini, penulis akan melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KEMANFAATAN, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN E-MONEY GOPAY (STUDI KASUS DI JAWA TENGAH)”**

¹⁶Wahyu Tri Susilo, Maya Ariyanti, dan Sumrahdi, “Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, dan Harga Terhadap Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 4, No.1 April 2017

¹⁷Riries Mia Reshita, “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank BNI Sidoarjo”, Skripsi STIE Perbanas Surabaya (2015): 14

¹⁸Sri Murwanti dan Anggrahini Panca Pratiwi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Service Motor dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Bengkel Motor Ahas Cabang UMS)”, *Seminar Nasional Riset Manajemen dan Bisnis*, 2017

¹⁹Fahrudin, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Minat Penggunaan Ulang (Studi Kasus Konsumen Gojek di Jakarta Selatan)”, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (2018) : 127

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Kemanfaatan pada Minat Penggunaan *e-money* Gopay diJawa Tengah?
2. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Miat Penggunaan *e-money* Gopay diJawa Tengah?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan *e-money* Gopay diJawa Tengah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kemanfaatan terhadapMinat Penggunaan *e-money* Gopay diJawa Tengah.
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Minat Penggunaan *e-money* Gopay diJawa Tengah.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan *e-money* Gopay di Jawa Tengah.

D. Manfaat Penelitian**1. Manfaat Teoritis**

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini akan memberikan sumbang saran dalam pengembangan ekonomi khususnya pada bidang ekonomi perbankan dalam pembahasan uang elektronik.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk melengkapi kajian teoritis yang berkaitan dengan persepsi mengenai uang elektronik berbasis aplikasi dan minat menggunakannya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Perusahaan PT Karya Anak Bangsa, sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam memulai inovasi dan mengoptimalkan Go-Pay sebagai mobile payment pada layanan GO-JEK.
- b. Bagi penulis, untuk mengetahui pengaplikasian teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dengan realita yang terjadi di lapangan, mengenai masalah-masalah yang ada dalam pemasaran.

- c. Bagi peneliti lain, sebagai bahan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Penyusunan proposal skripsi ini akan disajikan dalam sistematika penulisan yang terdiri dari 5 bab.

BAB I: PENDAHULUAN

Menjelaskan argumentasi terhadap pentingnya penelitian ini. Bab ini terdiri dari latar belakang yang berisikan landasan pembahasan lebih lanjut, rumusan masalah yang berguna untuk memfokuskan pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian yang mengarahkan pada pentingnya penelitian ini dilakukan, serta sistematika penulisan yang berguna untuk memudahkan pengecekan bagian bagian penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Berisikan tentang landasan teori yang menjelaskan penelitian penelitian sebelumnya yang dijadikan acuan penulis dalam penelitian ini, selanjutnya berisi tentang deskripsi teori yang membahas mengenai tinjauan teoritis, hubungan antara teori teori yang digunakan dalam penelitian dengan mengembangkan hipotesis, selanjutnya berisikan tentang penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode penelitian yang menjelaskan mengenai variabel variabel sifat penelitian, populasi sampel penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data yang digunakan melakukan penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang menjelaskan gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan

BAB V: PENUTUP

Bagian V berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat hidup, dan lampiran-lampiran

