

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi harus ditingkatkan guna untuk memajukan suatu negara. Indonesia merupakan negara di Asia Tenggara yang sedang mengalami proses perkembangan teknologi yang pesat. Hal ini terlihat dari kenyataan bahwa hampir semua orang memiliki jenis ponsel yang sudah terkoneksi dengan internet. Hadirnya jenis program aplikasi yang telah berjalan melalui jaringan internet, yaitu salah satunya terdapat pada aplikasi *mobile banking*.¹ Penggunaan aplikasi ini, berdampak dalam perilaku konsumen terhadap sistem pembayaran.²

Fungsi transaksi pembayaran elektronik dalam perekonomian dimaksudkan untuk mempermudah transaksi pembayaran bagi masyarakat sebagai pelaku ekonomi. Transaksi pembayaran bisa bernilai kecil, menengah atau besar.³ Sistem pembayaran elektronik berdampak signifikan terhadap bertambahnya terobosan baru yang luas, tepat dan memberikan kemudahan untuk menjalankan transaksi yang dilakukan masyarakat di dunia usaha.⁴

Berubahnya gaya hidup masyarakat yang memutuskan untuk menggunakan sistem pembayaran *online* yaitu berupa pembayaran menggunakan uang

¹ Balya Haidari dan Kartika Gianina Tileng, "Analisa Faktor Berpengaruh Pada Penggunaan Gopay", *Juisi* Vol. 04, No.01 (2018) : 10.

² Sukma Indra dan Zuliana Rofiqoh, "Transaksi E-Money Terhadap Layanan GO-Pay Pada Aplikasi Go-Jek Perspektif Ekonomi Islam" Vol. 15, No.02 (2019) : 49.

³ Sri Mulyati Tri dan Ascarya, *Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia*, (Jakarta : PPSK) Bank Indonesia, 2003), 4-6. Diakses pada 12 Januari 2021 jam 20.45
<https://play.google.com/books/reader?id=rZrWDgAAQBAJ&pg=GBS.PP2&hl=id>

⁴ Rachmadi Usman, "Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran", *Yuridika* Vol.32 No.01 (2017) : 135.

elektronik dibanding menggunakan uang tunai.⁵ Uang elektronik berdasarkan Peraturan Bank Indonesia adalah alat pembayaran yang diterbitkan berdasarkan nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau *chip*.⁶

Penggunaan *e-commerce* diharapkan dapat membantu kelancaran dan efisien pembayaran ekonomi dalam lingkup konsumen mikro. Perkembangan *e-commerce* diharapkan dapat dijadikan sebagai jalur alternatif bagi konsumen untuk menjangkau masyarakat yang belum memiliki akses rekening bank.⁷ Sejalan dengan kegiatan ekonomi, maka antar penjual dan pembeli tidak bisa dipisahkan dengan adanya transaksi dan interaksi.

Merujuk pada Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Pemrosesan Transaksi Pembayaran, atau *e-wallet* elektronik merupakan layanan elektronik yang digunakan untuk menyimpan alat pembayaran, termasuk alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik, dan dapat juga menampung jumlah dana yang akan dititipkan. Semua penyelenggara *e-wallet* di Indonesia harus memiliki izin dari Bank Indonesia. Penerapan *e-wallet* diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No. 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik. Pemerintah Indonesia mengatur bahwa pengelolaan uang elektronik di dalam negeri harus dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip utama seperti perlindungan konsumen, pencegahan penggunaan uang

⁵ Sukma Indra dan Zuliana Rofqoh, 49.

⁶ Arifiyato dan Kholidah, *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Uang Elektronik Berbasis Serve* (Pekalongan : PT. Nasya Expanding Management, 2020),1 diakses pada tanggal 17 februari 2021 jam 13.24
<https://play.google.com/books/reader?id=XYISEAAAQBAJ&pg=GBS.PR3&hl=id>

⁷ Bank Indonesia 11 desember 2020
<https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>

dan larangan dana untuk kegiatan teroris atau yang bersifat ilegal.⁸

Sesuai dengan perspektif hukum syariah, Fatwa Komisi Nasional Hukum Syariah-Majelis Ulama Indonesia No. 116/DSN-MUI/IX/2017 terdapat fatwa yang membolehkan penggunaan uang elektronik sebagai metode pembayaran. Konsumen diharapkan mampu menggunakan *e-money* yang memberikan rasa aman dan nyaman. Jadi saat melakukan pembayaran, konsumen hanya perlu *chip* berbentuk uang elektronik maupun berbentuk kartu dengan tidak membawa uang tunai yang berjumlah besar.⁹

Tabel 1. 1
Penggunaan Uang Elektronik di Indonesia

| No | Periode | Total Instrumen |
|----|---------|-----------------|
| 1. | 2016 | 51.204.580 |
| 2. | 2017 | 90,003,848 |
| 3. | 2018 | 167,205,578 |
| 4. | 2019 | 292,299,320 |
| 5. | 2020 | 432.281.380 |

Sumber : Data Bank Indonesia, 2020

Pada tabel 1.1 menunjukkan jumlah instrumen penggunaan uang elektronik pada periode 2016 ialah sebanyak 51.204.580 instrumen, lalu empat tahun kemudian mengalami peningkatan yang signifikan yaitu pada periode 2020 sebanyak 432.281.380 instrumen uang elektronik yang menggunakan.

⁸ Nabilah Aulia, *Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Kemudahan Penggunaan Pada Minat Penggunaan Quick Response Code dalam Transaksi Keuangan*, e-Jurnal Akuntansi, Vol. 28 No. 3 September 2019: 1751

⁹ Fatwa DSN-MUI NO:116/DSN-MUI/IX/2017

Tabel 1. 2
Penerbit Uang Elektronik di Indonesia

| No | Nama | Keterangan | Nama Produk |
|-----------|--|-------------------|---|
| 1. | PT Artajasa Pembayaran Elektronik | Penerbit | MYNT <i>E-Money</i> |
| 2. | PT Bank Central Asia | Penerbit | Sakuku dan Flazz |
| 3. | PT Bank CIMB Niaga | Penerbit | Rekening Ponsel |
| 4. | PT Bank DKI | Penerbit | Jakarta One dan JackCard |
| 5. | PT Bank Mandiri (Persero) Tbk | Penerbit | Mandiri <i>e-Cahsh</i> dan Mandiri <i>e-Money</i> |
| 6. | PT Bank Mega Tbk | Penerbit | Mega Virtual dan Mega <i>Cash</i> |
| 7. | PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk | Penerbit | UnikQu dan TapCash |
| 8. | PT Bank Nationalnobu | Penerbit | Nobu <i>e-money</i> |
| 9. | PT Bank Permata | Penerbit | BM <i>Money</i> |
| 10. | PT Bank Rakyat Indonesia | Penerbit | T Bank dan Brizzi |
| 11. | PT Finnet Indonesia | Penerbit | FinnChannel |
| 12. | PT Indosat Tbk | Penerbit | Paypro/Dompetku |
| 13. | PT Nusa SatuInti Artha | Penerbit | DokuPay |
| 14. | PT Skye Sab Indonesia Tbk | Penerbit | Skye Mobile Money dan SkyeCard |
| 15. | PT Telekomunikasi Indonesia Tbk | Penerbit | Flexy <i>Cash</i> dan iVas <i>Card</i> |
| 16. | PT Telekomunikasi Seluler | Penerbit | T-Cash dan Tap Izy |
| 17. | PT XL Axiata Tbk | Penerbit | XL Tunai |
| 18. | PT Smartfren Telecom Tbk | Penerbit | Uangku |

| | | | |
|----|-----------------------------------|----------|----------------------|
| 19 | PT Dompot Anak Bangsa | Penerbit | Gopay |
| 20 | PT Witami Tunai Mandiri | Penerbit | <i>TrueMoney</i> |
| 21 | PT Espay Debit Indonesia Koe | Penerbit | Dana |
| 22 | PT Bank QNB Indonesia Tbk | Penerbit | Dooet |
| 23 | PT BPD Sumsel Babel | Penerbit | <i>BSB Cash</i> |
| 24 | PT Buana Media Teknologi | Penerbit | Gudang Voucher |
| 25 | PT Bimasakti Multi Sinergi | Penerbit | <i>Speed Cash</i> |
| 26 | PT Visionet Internasional | Penerbit | <i>OVO Cash</i> |
| 27 | PT Inti Dunia Sukses | Penerbit | iSaku |
| 28 | PT Veritra Sentosa Internasional | Penerbit | Paytren |
| 29 | PT Solusi Pasti Indonesia | Penerbit | KasPro |
| 30 | PT Bluepay Digital Internasional | Penerbit | Bluepay |
| 31 | PT Ezeelink Indonesia | Penerbit | <i>Ezeelink</i> |
| 32 | PT E2Pay Global Utama | Penerbit | M-Bayar |
| 33 | PT Cakra Ultima Sejahtera | Penerbit | DUWIT |
| 34 | PT Airpay Internasioanl Indonesia | Penerbit | SOPEEPAY |
| 35 | PT Bank Sinarmas | Penerbit | <i>Simas E-Money</i> |
| 36 | PT Transaksi Artha Gemilang | Penerbit | OttoCash |

sumber : Kompas.com,2019

Pada tabel 1.2 menunjukkan jumlah perusahaan yang sudah menerbitkan uang elektronik di Indonesia.

Banyaknya variasi uang elektronik memudahkan masyarakat untuk memilih sesuai dengan kehidupan sehari-hari. Adapun jenis aplikasi uang elektronik di Indonesia yang berkembang, salah satunya ialah Gopay yang merupakan fitur pembayaran *online* yang terdapat dalam aplikasi Gojek. Ada dua cara untuk membayar layanan di aplikasi ini, tunai dan tanpa uang tunai, dan pembayaran tanpa uang tunai ini dapat digunakan dengan fungsi Gopay.¹⁰ Penggunaan Gopay bisa dikatakan lebih maju dikalangan masyarakat saat ini dibandingkan pembayaran elektronik lainnya.¹¹

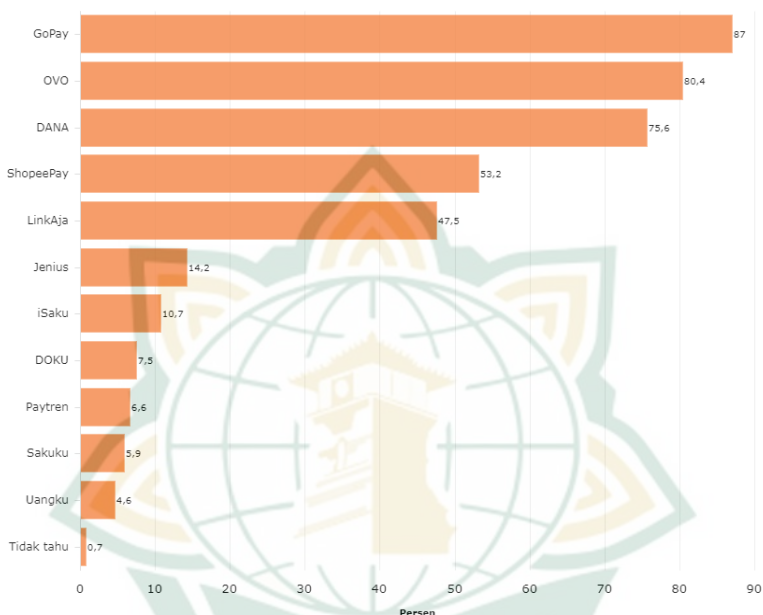
Sistem pembayaran menggunakan Gopay lebih banyak diminati konsumen dibandingkan penggunaan aplikasi pembayaran *online* lainnya. Gopay bukan hanya digunakan sebagai pembayaran saja, namun dapat digunakan untuk layanan *remittance* dan deposit yang ramah konsumen.¹² Salah satu aspek yang dapat meningkatkan jumlah penggunaan Gopay adalah dengan meningkatkan promosi. Dengan banyaknya promosi yang dilakukan oleh perusahaan melalui media cetak maupun internet maka hal ini berdampak positif terhadap meningkatnya jumlah pengguna Gopay.

¹⁰ Balya Haidari dan Kartika Gianina Tileng, 10.

¹¹ David dan Ria, *Analisis Persepsi Pengguna Layanan Transaksi Digital Terhadap Financial Technology (Fintech) Dengan Model E-Money (Studi kasus: layanan Go-Pay "Gojek" di Purwokerto)*, Jurnal Hummansi, Vol.02, No.02, September (2019) : 40.

¹² Dirwan dan Fitriani, *Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital Di Kota Makassar*, Jurnal Mirai Management, Volume 6 No.1 (2020) : 290.

Gambar 1. 1
Daftar Perkembangan Penggunaan Dompet
Digital Terbesar di Indonesia tahun 2020



Sumber : databoks.katadata.co.id, 2020

Berdasarkan gambar 1.2 terdapat dompet digital yang paling sering digunakan. Adapun tiga aplikasi penggunaan pembayaran *online* paling banyak digunakan di Indonesia menurut data riset DailySocial yaitu Gopay sebanyak 87% , Ovo sebanyak 80,4% , Dana sebanyak 75,6%. dan ShopeePay sebanyak 53,2%¹³

Namun berdasarkan riset dari NeuroSensum pada awal 2021 menyatakan bahwa ShopeePay pada aplikasi penggunaan uang elektronik telah mengalahkan penggunaan Ovo dan Gopay. ShopeePay memperoleh penetrasi penggunaan pasar tertinggi sebesar 68%.

¹³DataBoks,*DaftarDompetDigitalIndonesia*,<https://katadata.co.id/pin-gitaria/digital/603e0bea85b36/riset-awal-2021-dompet-digital-shopeepay-kalahkan-gopay-dan-ovo> diakses tanggal 31 Januari 2021 pukul 22.05 WIB

Kemudian disusul Ovo sebesar 62%, DANA 54%, Gopay 53% dan LinkAja 23%.¹⁴

Pertumbuhan penggunaan pembayaran *online* di Indonesia tidak lepas dari berbagai variabel yang mempengaruhinya. Untuk menemukan variabel-variabel tersebut, peneliti menggambarkan pendekatan penggunaan teknologi informasi, atau menggunakan teori perilaku yang disebut TAM (*Technology Acceptance Model*).¹⁵ TAM menggambarkan dua variabel yaitu kegunaan dan kemudahan penggunaan bagi pengguna teknologi informasi dan komunikasi. Definisi kegunaan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem berguna untuk kinerja. Definisi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan lebih mudah digunakan.¹⁶

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan pembayaran *online* ini. Salah satunya ialah faktor pengetahuan produk. Pengetahuan produk adalah kemampuan yang digunakan konsumen sebagai bahan untuk meninjau atau mengembangkan suatu produk sebelum membuat atau bahkan menggunakannya. Dengan mempunyai pengetahuan yang detail tentang produk bahkan mengenai manajemen keuangan pengeluaran dan pemasukan maka hal ini akan berdampak juga terhadap pembayaran uang elektronik Indonesia. Fajar dan Rahmatika berpendapat bahwa pengetahuan dan kompetensi dalam menggunakan uang elektronik dan sumber daya dapat membuat masyarakat lebih tertarik untuk menggunakan produk elektronik.¹⁷

¹⁴ <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/603e0bea85b36/riset-awal-2021-dompot-digital-shopeepay-kalahkan-gopay-dan-ovo>

¹⁵ Leony Joan dan Tony Sitinjak : 29.

¹⁶ Luslia dan Hutami, *Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Millennial Pada Tiga Startup "Unicorn" Indonesia Berdasarkan Modifikasi Tam*, Jurnal Manajemen, Vol. 08. No. 02 , (2018) : 137

¹⁷ Ula Rahmatika dan Muhammad Andryzal Fajar, *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk* : 280.

Muhammad Arifiyanto dan Nur Kholidah melakukan penelitian bahwa *product knowledge* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik.¹⁸ Hasil ini juga didukung oleh penelitian Ady Achadi dan Hari Winarto yang menunjukkan bahwa memiliki pengetahuan tentang produk berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Gopay.¹⁹ Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian baru yang dilakukan oleh Habsari dan Idris menunjukkan bahwa *product knowledge* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan uang elektronik.²⁰

Kemudahan saat menggunakan fitur pembayaran *online* merupakan daya tarik sendiri bagi penggunanya. Tingginya penggunaan transaksi ini pastinya membuat perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitas dan kuantitas supaya mudah untuk digunakan oleh semua kalangan. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elda Reyhan dan Amri bahwa variabel kemudahan menunjukkan hasil berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*.²¹ Hasil ini juga didukung oleh peneliti Ula Rahmatika dan Muhammad Andryzal Fajar bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Semakin mudah dalam menggunakan transaksi *online* maka akan semakin

¹⁸ Muhammad Arifiyanto dan Nur Kholidah, Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Manfaat dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Berbasis *Server*, Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi (JMBSI UNSRAT) VOL.7 NO.3 September-Desember 2020 hal 704.

¹⁹ Ady Achadi dan Hari Winarto, Pengaruh Pengetahuan Produk, Persepsi Risiko dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Layanan Gopay pada Pelanggan Gojek, Majalah Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol.17, No.1, Mei 2020 hal 19)

²⁰ Habsari Candraditya dan Idris, Minat Penggunaan Uang Elektronik, Diponegoro Journal Of Management Vol. 2 No.3 2013 hal 9

²¹ Elda Reyhan dan Amri, Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Refrensi Terhadap Niat Menggunakan *E-Money* Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam, Vol. 2 No. 2 Desember 2020 hal 128

bermanfaat juga dalam penggunaannya.²² Namun hasil tersebut berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Iva Novitasari dan Rizka Fitriarsi menyatakan bahwa tidak terdapatnya pengaruh variabel kemudahan terhadap minat penggunaan *e-money*, adapun kondisi ini bisa terjadi dikarenakan kurang terbiasanya masyarakat dalam menerapkan pembayaran *e-money* dalam sehari-harinya.²³

Perbedaan hasil penelitian sebelumnya memungkinkan adanya peran kepercayaan yang diterapkan terhadap konsumen sebelum penggunaan produk. Kepercayaan merupakan prinsip orang untuk mencari apa yang mereka inginkan maupun yang ia harapkan terhadap perkataan maupun pernyataan orang lain untuk dipercaya. Penelitian Doong *et al*, menyatakan bahwa faktor penentu loyalitas pelanggan baik terdapat pada faktor kepercayaan dan kepuasan di pasar *online* maupun *offline*.²⁴ Ketika seorang konsumen mengatakan bahwa penjual selalu menjaga kepercayaannya, maka dia akan dengan senang hati berpartisipasi untuk meningkatkan manfaat penggunaan produk..²⁵

²² Ula Rahmatika dan Muhammad Andryzal Fajar, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *Electronic Money* : Integrasi Model TAM-TPB Dengan *Perceived Risk*. Jurnal Nominal Vol 8 No, 2 2019 hal 281

²³ Iva Novitasari dan Rizka Fitriarsi, Pengaruh Kecocokan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *E-Money*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol. 3 No 2 hal 15 <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2250/2048#>

²⁴ Ayu Ratih Permata Sari dan Ni Nyoman Kerti Yasa, Kepercayaan Pelanggan Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com, Lakeisha : Klaten, 2019 hal 4

https://www.google.co.id/books/edition/KEPERCAYAAN_PELANGGAN_DI_ANTARA_HUBUNGAN/Gmj5DwAAOBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=kepercayaan&printsec=frontcover

²⁵ David Wong, Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce : Studi Kasus Pada Pelanggan E-Commerce Di UBM, Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vo. 2 No.2 Juni 2017 hal 161

Penelitian Putu Riska Widiartini dan Ni Nyoman Kerti Yasa membuktikan variabel kepercayaan mempunyai hasil positif terhadap minat penggunaan *e-money*.²⁶ Pernyataan ini pun didukung oleh peneliti Fani Fatonah dan Christiawan Hendratmoko menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan pembayaran *online*.²⁷ Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan variabel kepercayaan mempunyai hasil positif terhadap minat menggunakan pembayaran *online*.

Berdasarkan permasalahan dan fenomena yang telah dijelaskan diatas menghasilkan pernyataan yang hasil positif dan negatif terhadap suatu variabel, maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian mengenai pengaruh minat penggunaan pembayaran *online*. Penelitian ini akan meneliti salah satu produk aplikasi mengenai pembayaran *online* yang telah dijelaskan diatas yaitu Gopay. Adapun judulnya ialah **“Pengaruh Pengetahuan Produk, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat dalam Penggunaan Pembayaran Online Gopay di Kota Kudus.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu :

1. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam penggunaan pembayaran *online* Gopay di kota Kudus ?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam penggunaan pembayaran *online* Gopay di kota Kudus ?

²⁶ Putu Riska Widiartini dan Ni Nyoman Kerti Yasa, Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Hubungan Persepsi Nilai Dengan Niat Menggunakan *E-Money*, Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan Vol.11, NO. 1, Februari 2017 hal 23

²⁷ Fani Fatonah dan Christiawan Hendratmoko, Menguji Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat *Generasi Millennial* Menggunakan *E-Money*. Jurnal Manajemen Vol 12 No. 2 2020 hal 215

3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam penggunaan pembayaran *online* Gopay di kota Kudus ?
4. Apakah pengetahuan produk, kemudahan dan kepercayaan secara stimulan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam penggunaan pembayaran *online* Gopay di kota Kudus ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian, yakni :

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh pengetahuan produk terhadap minat masyarakat dalam penggunaan pembayaran *online* Gopay di kota Kudus.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh kemudahan terhadap minat masyarakat dalam penggunaan pembayaran *online* Gopay di kota Kudus.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam penggunaan pembayaran *online* Gopay di kota Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang pengetahuan, kemudahan dan kepercayaan masyarakat terhadap minat menggunakan pembayaran *online* Gopay, serta dapat dijadikan acuan dan referensi lebih lanjut dalam penelitian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Pada penelitian ini diharapkan mampu dijadikan evaluasi masyarakat dalam menggunakan Gopay sebagai alat pembayaran *online* terkait dengan pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan yang telah diterapkan oleh perusahaan Gojek

b. Bagi Gopay

Pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi *value* untuk kemajuan perusahaan Gojek dalam meningkatkan minat masyarakat melakukan pembayaran *online* di Gopay.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan gambaran pola pikir penulis yang dibuat untuk mempermudah dan memperjelas alur pemikiran bagian- bagian yang akan dibaca.

1. Bagian awal terdiri atas halaman judul, pengesahan majelis penguji ujian munaqosyah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, moto, persembahan, pedoman *transliterasi* arab-latin, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.
2. Pada bagian terdapat garis besar yang terdiri dari lima bab yang saling terkait, bab satu dengan bab lain yang saling berhubungan. Berikut adalah kelima bab tersebut :

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi meliputi tentang deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi meliputi jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel penelitian, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran mengenai masalah penelitian dan saran yang diberikan berdasarkan hasil analisis bab sebelumnya.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat hidup dan lampiran-lampiran.

