

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi digital sudah mengganti gaya hidup masyarakat saat ini, kehidupan masyarakat sangat terhubung di *smartphone* dan internet, didukung oleh fasilitas layanan berbasis teknologi digital, dan memudahkan kegiatan sehari-hari. Hal ini mendorong kemajuan layanan bidang usaha berbasis teknologi digital yang disebut *financial technology*. *Financial technology* (Teknologi finansial) disebut dengan *Fintech*. Teknologi finansial dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 adalah penggunaan teknologi sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, efisiensi, kelancaran keamanan dan keandalan sistem pembayaran. Penyelenggara teknologi finansial yakni meliputi sistem pembayaran, pendukung pasar, manajemen investasi dan manajemen resiko, pinjaman, pembiayaan, dan penyedia modal, dan jasa finansial lainnya.<sup>1</sup>

Pada hakikatnya, *fintech* merupakan layanan keuangan berplatform teknologi, dimana *fintech* selaku sesuatu layanan yang inovatif dalam aspek pelayanan finansial yang memakai sistem dengan cara online.<sup>2</sup> *Fintech* bukan sebagai pengganti sistem keuangan, akan tetapi selaku pelengkap sistem finansial yang telah ada, namun kehadirannya sudah mengubah cara masyarakat dalam bertransaksi. *Fintech* saat ini telah menjadi pilihan dalam bertransaksi finansial. Perubahan kehidupan masyarakat yang menjadi serba efisien dan didominasi oleh

---

<sup>1</sup> Nurdin, Winda Nur Azizah, and Rusli, "Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu," *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2, no. 2 (2020): 200, <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>.

<sup>2</sup> Tim Dinar, *Fintech Syariah: Teori Dan Terapan* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 2.

pemakai teknologi menjadikan *fintech* sebagai bagian penting dari aktivitas finansial sehari-hari.<sup>3</sup>

*Fintech* bisa mengambil alih kedudukan badan finansial resmi semacam bank. Dalam perihal sistem pembayaran, *fintech* berperan sebagai penyedia pasar untuk pelaku usaha serta jadi perlengkapan untuk pembayaran, selain itu juga berfungsi dalam membantu pihak yang menginginkan untuk menyimpan uang, meminjam dan penyertaan modal.<sup>4</sup> Transaksi *fintech* di Indonesia pada tahun 2017-2021 mengalami peningkatan, perihal ini bisa diamati pada gambar dibawah ini:

**Tabel 1. 1**  
**Transaksi Fintech Indonesia 2017-2021**

Tahun	Jumlah (miliar)
2017	US\$ 18,6
2018	US\$ 23,8
2019	US\$ 27,4
2020	US\$ 32,3
2021	US\$ 37,1

Sumber : databoks.katadata.co.id

Berdasarkan databoks di atas, transaksi *fintech* di Indonesia mengalami kenaikan yang cepat, perihal ini bisa diamati pada tahun 2017 senilai \$18,65 miliar menjadi \$37,1 miliar pada tahun 2021.<sup>5</sup> Di Indonesia, perkembangan *fintech* paling banyak digunakan untuk pembayaran (43%), pinjaman (17%), dan sisanya dalam bentuk *aggregator*.<sup>6</sup> Hal ini

---

<sup>3</sup> Oktafalia Marisa, “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology,” *Jurnal Administrasi Kantor* 8, no. 2 (2020): 140.

<sup>4</sup> Marisa, “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology,” 143.

<sup>5</sup> “Berapa Transaksi Fintech Indonesia,” diakses pada 1 Desember 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/08/22/berapa-transaksi-fintech-indonesia>.

<sup>6</sup> Sri Wahjuni Latifah and Hanisyatul Khomariyah, “Ease Of Use, Service Features And Information Security Risks Against Interest In

menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang menggunakan aplikasi *fintech* sebagai metode pembayaran. Aplikasi *fintech* salah satunya adalah Shopeepay. Shopeepay adalah layanan e-commerce yang bisa dipakai selaku tata cara pembayaran serta penyimpanan pengembalian uang dari e-commerce Shopee. Shopeepay tidak cuma dipakai untuk pembayaran di Shopee, namun juga dengan merchant yang bekerjasama dengan Shopeepay.<sup>7</sup>

Menurut Bank Indonesia (BI), minat masyarakat terhadap transaksi digital meningkat 37,8 % pada tahun 2020. ShopeePay merupakan penyedia layanan pembayaran digital populer di Negara Indonesia, turut mendorong minat tersebut. ShopeePay menemukan bahwa hingga tahun 2020, para banker akan membutuhkan waktu lebih dari 1.500 tahun buat menghitung seluruh transaksi online yang dilakukan di Shopeepay. Biaya pulsa dan internet yang dibayarkan di Shopeepay sebanding dengan panggilan telepon selama 12 atau 500 tahun dengan orang yang dicintai. Fakta lainnya, semua tagihan listrik yang dibayar dengan Shopeepay berlaku selama 30 tahun di seluruh ruas jalan di DKI Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin banyak melakukan berbagai transaksi dan pembayaran digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.<sup>8</sup>

Berdasarkan riset Jakpat pada bulan April-Juni 2021 yang dilakukan terhadap 2.292 responden menunjukkan bahwa ShopeePay menjadi *e-wallet* paling diminati oleh konsumen, tercatat persentasenya mencapai 75 %, mengungguli Gopay dan OVO yang persentasenya 66 % dan 56 %.<sup>9</sup> Dari uraian di atas

---

Transactions Financial Technology During The Covid-19 Pandemic,” *Notes and Queries* s1-IX, no. 228 (2020): 572, <https://doi.org/10.1093/nq/s1-ix.228.217a>.

<sup>7</sup> Azka Fikri, “Pengaruh Penggunaan Shopeepay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Usu,” *Jurnal Komunika* 17, no. 2 (2021): 5.

<sup>8</sup> Fabiola Febrinastris, “Transaksi Produk Digital ShopeePay Jadi Favorit Selama Tahun 2020,” diakses pada 1 Desember 2021, <https://www.suara.com/news/2021/02/04/145606/transaksi-produk-digital-shopeepay-jadi-favorit-selama-tahun-2020>.

<sup>9</sup> Cindy Mutia, “ShopeePay Jadi E-Wallet Paling Favorit Konsumen Untuk Kerjar Promo,” diakses pada 1 Desember 2021,

menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam bertransaksi menggunakan Shopeepay cukup tinggi. Minat merupakan dorongan dalam diri seseorang yang memunculkan keterkaitan atau perhatian secara efektif, yang menjadikan kegiatan yang menyenangkan, menguntungkan yang akan mendatangkan kepuasan dalam diri seseorang.<sup>10</sup>

Persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan dalam proses pengambilan keputusan, karena seorang percaya bahwa akan lebih mudah untuk menggunakan teknologi. Bila seorang yakin sistem informasi mudah dipakai, maka seorang akan memakainya, sebaliknya bila seorang yakin kalau sistem informasi itu sulit digunakan, maka seseorang tidak akan menggunakannya.<sup>11</sup> Jadi semakin tidak sulit suatu teknologi semakin banyak yang berminat menggunakannya. Keterbatasan konsumen dalam melakukan layanan pada jasa keuangan adalah konsumen merasa sulit beradaptasi dengan penggunaan fitur-fitur aplikasi, sehingga menyulitkan dalam melakukan transaksi. ShopeePay memiliki berbagai fitur yang dapat dengan mudah digunakan, selain itu transaksi dapat dengan mudah dilakukan dengan cara transfer dana maupun scan *QR code*.

Dalam analisis penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuni Latifah dan Hanisyatul Khomariyah pada tahun 2020 menyimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology* dengan hasil uji t 3,862 dan signifikan 0,000.<sup>12</sup> Namun analisis penelitian Nafiatur Rohmah dan Fitri Nur latifah pada tahun 2021 menyimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat dalam

---

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/06/shopeepay-jadi-e-wallet-paling-favorit-konsumen-untuk-kejar-promo>.

<sup>10</sup> Lutfi Nurtika, *Strategi Meningkatkan Minat Baca Pada Masa Pandemi* (Banyumas: Lutfi Gilang, 2021), 53-54.

<sup>11</sup> Imam Ghozali, *25 Grand Theory* (Semarang: Yoga Pratama, 2020), 112.

<sup>12</sup> Sri Wahjuni Latifah and Khomariyah, "Ease Of Use, Service Features And Information Security Risks Against Interest In Transactions Financial Technology During The Covid-19 Pandemic. ", 572.

menggunakan uang elektronik dengan hasil uji t 0,720 dan signifikansi 0,473.<sup>13</sup>

Keamanan suatu transaksi bisnis online bisa menghindari ataupun mengetahui pembohongan pada sistem informasi, dimana informasinya tidak mempunyai data fisik.<sup>14</sup> Meskipun keamanan ShopeePay sudah dilengkapi dengan berbagai fitur keamanan yaitu PIN, OTP, pemindai wajah, dan sidik jari, namun masih ada masalah yang terjadi, yaitu Masalah akun yang terkena *hack* oleh oknum yang tidak bertanggung jawab. Kasus ini terjadi pada tanggal 13 Mei 2021, salah satu pengguna ShopeePay mendapat notifikasi untuk melakukan pembayaran sebesar Rp 12.500, padahal pengguna tidak melakukan transaksi ke manapun, masalah ini terjadi tidak hanya sekali tetapi sudah dua kali pengguna mengalami kejadian tersebut, transaksi yang kedua lebih besar lagi yaitu sebesar Rp 45.000, untuk mengatasi agar tidak terjadi yang ketiga kali, maka dia menghubungi pihak Shopee, akibatnya akun Shopee nya diblokir sementara agar menghindari hal yang tidak diinginkan.<sup>15</sup>

Masalah lain yang terjadi pada ShopeePay yaitu saldo top up yang tidak dapat bertambah setelah pengisian saldo. Kasus ini terjadi pada salah satu pengguna ShopeePay. Pengisian saldonya pada tanggal 8 November 2021, setelah pengisian saldo, saldo yang dikirim tidak juga bertambah di akun pengguna. Awalnya pengguna tersebut mengira sedang ada gangguan jaringan, akan tetapi setelah ditunggu di hari berikutnya saldo top up tidak juga masuk. Pengguna sudah berusaha menghubungi dari pihak

---

<sup>13</sup> Nafiatur Rohmah and Putri Nur Latifah, "The Effect Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use And Perceived Trust On The Interest Of Muhammadiyah Sidoarjo University Student In Using Electronic Money," *Academia Open* 4 (2021): 1–13, <https://doi.org/10.21070/acopen.4.2021.2033>.

<sup>14</sup> Rahmad Budi Harto and Zainul Munir, "Analisis Kepercayaan, Persepsi Resiko Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Situs Jual Beli Shopee," *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen* 9, no. 1 (2021): 92.

<sup>15</sup> Titah Widianingias, "Akun ShopeePay Saya Di Hack, ", diakses pada 1 Desember 2021, <https://www.google.com/amp/s/mediakonsumen.com/2021/05/28/surat-pembaca/akun-shopeepay-saya-di-hack/amp> .



ShopeePay, agar masalah yang terjadi dapat diatasi.<sup>16</sup> Masalah yang ada di ShopeePay memang perlu diwaspadai. Pastikan bertransaksi melalui metode yang ditawarkan dari pihak Shopee, jaga keamanan data pribadi dengan tidak membagikan kode OTP (*One Time Password*) dan PIN. Dengan cara tersebut pihak yang tidak bertanggung jawab tidak akan menyalahgunakan data.

Dalam analisis penelitian yang dilakukan Handy Noviarto pada tahun 2019 yang menyimpulkan bahwa secara simultan variabel keamanan dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* sebesar 24,5 %.<sup>17</sup> Penelitian tersebut didukung oleh Widi yanto dkk, yang menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif pada variabel keamanan terhadap minat pemakaian *financial technology* pada aplikasi OVO.<sup>18</sup> Hal ini karena konsumen merasakan sistem keamanan dan keamanan bertransaksi pada aplikasi OVO, sehingga membuat konsumen berminat menggunakan produk OVO. Penelitian tersebut dibantah oleh Vina Endah Susanti,<sup>19</sup> yang menyimpulkan bahwa variabel risiko keamanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat. Hal ini berarti keamanan yang rendah dalam bertransaksi online menjadikan konsumen khawatir dan merasa tidak aman.

Promo *cashback* juga mempengaruhi minat. Promo *cashback* adalah salah satu bentuk dari *sales promotion*. *Sales promotion* berfungsi sebagai dorongan jangka pendek untuk penjualan dan pembelian produk. Pemberian promo *cashback*

---

<sup>16</sup> Lanny Erissa, "Masalah Top Up ShopeePay Yang Tak Kunjung Selesai," diakses pada 1 Desember 2021, <https://mediakonsumen.com/2021/11/20/surat-pembaca/masalah-top-up-shopeepay-yang-tak-kunjung-selesai/amp>.

<sup>17</sup> Handy Noviyarto, "Security and Trust Affecting Interest in Using Internet Banking with Technology Acceptance Model (TAM)," *Iejse*, no. 2011 (2019): 7.

<sup>18</sup> Widi Yanto, Ery Baskor, and Fitriani Fitriani, "Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi Ovo Sebagai Digital Payment (Study Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)," *Jurnal Akuntansi AKTIVA* 1, no. 1 (2020): 96–109, <https://doi.org/10.24127/akuntansi.v1i1.335>.

<sup>19</sup> Vina Susanti, "The Influence of Trust, Brand Image, Security on the Interest in Buying Tickets in the Traveloka Site" 5 (2021): 13.

yang berkelanjutan dengan pembayaran ShopeePay secara tidak langsung berdampak pada konsumen dan mengarahkan pada pembelian. ShopeePay menawarkan *cashback* berupa koin bukan uang, koin tersebut bisa ditukarkan dengan pembelian kembali di platform Shopee.<sup>20</sup>

Dalam analisis penelitian dari Fitri Mawardani dan Renny Dwijayanti menyimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan dan promosi *cashback* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan dompet digital ShopeePay dengan hasil uji t 1,990 dan signifikan 0,050.<sup>21</sup>

Berdasarkan fenomena minat dalam bertransaksi ShopeePay yang cukup tinggi dan masih terdapat perbedaan dari berbagai penelitian sebelumnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa masih ada kesenjangan. Maka peneliti menggunakan variabel persepsi, keamanan dan promo *cashback* sebagai variabel independen dan minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay sebagai variabel independen. yang membedakannya adalah objek penelitian di Kabupaten Kudus, hal ini karena Kudus merupakan wilayah yang strategis dan berkembang pesat serta berperan penting sebagai pusat kegiatan ekonomi yang melayani wilayah hinterland yaitu kabupaten-kabupaten di sekitarnya. Potensi ekonomi suatu daerah khususnya sektor perdagangan bisa diketahui dari banyaknya pasar yang ada. Pasar menjadi pertemuan antara penjual dan pembeli, sehingga banyak aktivitas transaksi.<sup>22</sup> Dengan adanya banyaknya transaksi tersebut, peneliti tertarik untuk menjadikan masyarakat Kudus sebagai subjek penelitian.

---

<sup>20</sup>Fitri Mawardani and Renny Dwijayanti, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9, no. 3 (2021): 1457.

<sup>21</sup> Fitri Mawardani and Renny Dwijayanti, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Dompet Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9, no. 3 (2021): 1455.

<sup>22</sup>“Kondisi Perekonomian Kabupaten Kudus ”, [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://kuduskab.go.id/p/67/kondisi\\_perekonomian\\_kabupaten&ved=2ahUKewj-hv-u87z1AhW77XMBHbDcCoYQFnoECAQQAQ&usq=AOvVaw1P3f9BBi0n60CbSpG8\\_mkq](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://kuduskab.go.id/p/67/kondisi_perekonomian_kabupaten&ved=2ahUKewj-hv-u87z1AhW77XMBHbDcCoYQFnoECAQQAQ&usq=AOvVaw1P3f9BBi0n60CbSpG8_mkq).

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, peneliti mengangkat judul “**Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Promo Cashback terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Fintech ShopeePay**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berasal pada latar belakang masalah yang sudah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam riset ini yaitu :

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay pada masyarakat Kudus?
2. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay pada masyarakat Kudus?
3. Apakah promo *cashback* berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay pada masyarakat Kudus?

## **C. Tujuan Penelitian**

Bersumber pada permasalahan diatas, maka tujuan riset ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay pada masyarakat Kudus
2. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay pada masyarakat Kudus
3. Untuk mengetahui pengaruh promo *cashback* terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay pada masyarakat Kudus

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bisa berguna untuk orang lain. Berikut manfaat dari penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Secara teoritis, hasil studi ini diharapkan dapat memberikan informasi ataupun gambaran mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi minat bertransaksi memakai *fintech* ShopeePay.
  - b. Riset ini diharapkan bisa jadi materi masukan untuk kebutuhan meningkatkan ilmu untuk para pihak tertentu



untuk menghasilkan penelitian ini jadi referensi para peneliti lebih lanjut.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membagikan informasi yang berguna serta dapat dipakai dalam melakukan aktivitas perusahaan di masa yang akan datang, dan data yang diperoleh bisa diimplementasikan dalam strategi industri dalam rangka meningkatkan minat bertransaksi *fintech* ShopeePay.
- b. Bagi peneliti, diharapkan dapat mengetahui pengaplikasian teori yang telah didapat dengan realita yang terjadi di lapangan.
- c. Untuk peneliti yang lain, diharapkan bisa dijadikan materi referensi pada penelitian selanjutnya.

## E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi bertujuan untuk memberikan gambaran tentang masing-masing bagian. Adapun sistematika penulisan yaitu :

### 1. Bagian Awal

Bagian awal ini terdiri dari : halaman judul, pengesahan, pernyataan keaslian skripsi, motto, persembahan, pedoman transliterasi arab latin, kata pengantar, abstrak , daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

### 2. Bagian Utama

Pada bagian utama terdiri dari :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini berisi tentang deskripsi teori yang membahas tentang persepsi kemudahan, keamanan, dan promo *cashback* terhadap minat bertransaksi, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan, populasi dan sampel,

identifikasi variabel, definisi variabel operasional, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini berisi tentang simpulan dan saran-saran.

**3. Bagian Akhir**

Dalam bab ini terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

