

BAB I

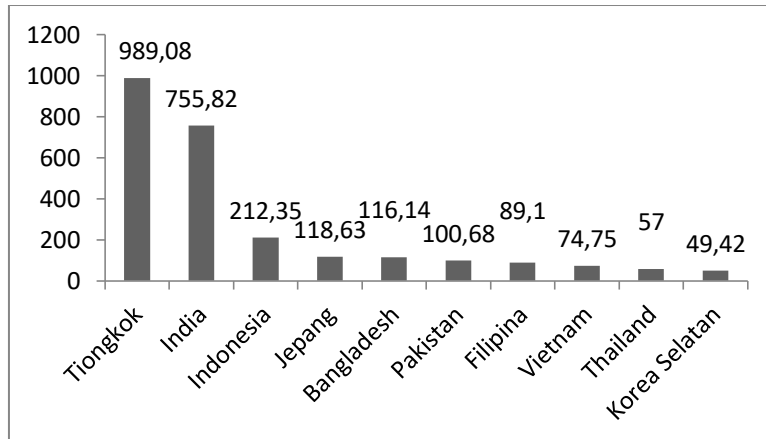
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi yang semakin meningkat mendorong perubahan di segala bidang kehidupan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi baik dalam bidang kesehatan, pertanian, ekonomi, dan lain sebagainya. Pemanfaatan teknologi dinilai membantu manusia dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan. Motivasi eksploitasi ini adalah kecanggihan teknologi yang menjanjikan beberapa hal, diantaranya yaitu teknologi menjanjikan untuk mengubah semua bidang kehidupan, kemajuan, kenyamanan, produktivitas masyarakat, mempercepat setiap proses, dan akhirnya, keluasan melalui penggunaan yang tepat.¹ Penggunaan teknologi tersebut berbanding lurus dengan penggunaan internet di Indonesia yang banyak, seperti berikut ini:

¹Nanang Martono, Sosiologi Perubahan Sosial : Perspektif Klasik, Modern, Postmodern, dan Postkolonial, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2012), h. 217.

Gambar 1. 1 Penggunaan Internet di 10 Negara Asia



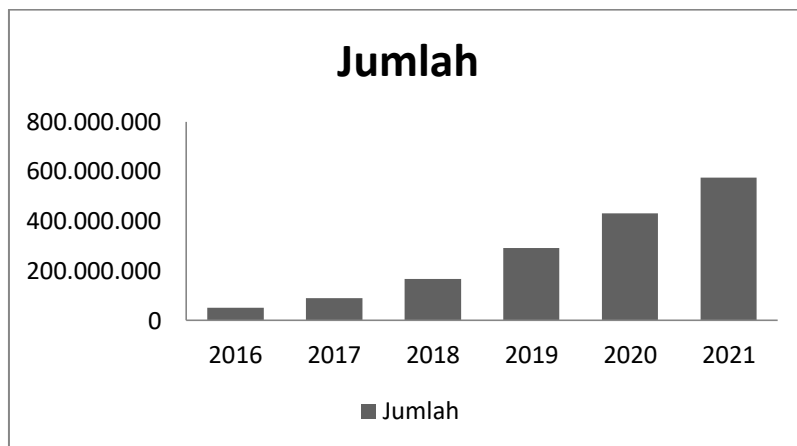
Sumber: <http://www.databoks.katadata.co.id>

Berdasarkan Gambar 1.1 yang diperoleh dari sumber Databoks, Indonesia merupakan negara dengan peringkat ke-3 penggunaan Internet terbanyak di Asia. Meskipun peringkat pertama ditempati oleh Tiongkok, namun hal ini juga menandakan bahwa masyarakat Indonesia sangat terbuka dengan dunia luar, bahkan mungkin memiliki ketergantungan dengan internet. Sebab, banyak sekali pengguna gadget dari usia anak-anak hingga dewasa yang penggunaannya baik untuk bekerja maupun hiburan semata.²

²Viva Budy Kusnandar, "Pengguna Internet Indonesia Ke-3 Terbanyak di Asia" <https://www.databoks.katadata.id>, diakses pada 14 Oktober 2021, pukul 00.30 WIB.

Penggunaan teknologi di berbagai sektor kehidupan terjadi juga pada sektor keuangan atau *financial technology (fintech)*. Istilah *fintech* dimulai tahun 1866-1967 dengan dikenalnya era 1.0 yang mana seluruh pelayanan pada sektor keuangan masih terlihat sederhana tanpa teknologi yang canggih. Lambat laun, teknologi keuangan memungkinkan sistem pembayaran terus berkembang menjadi pembayaran tanpa uang secara langsung atau yang sering dikenal dengan *Cashless Payment System*. Sistem pembayaran ini umumnya dilakukan secara digital dengan transaksi pembayaran tanpa uang asli. Semula, *cashless payment* hanya untuk kartu rekening, kartu kredit, dan produk bank lainnya. Tak lama, teknologi keuangan modern mengembangkan dompet digital (*Electronic Wallet*) yang dapat digunakan dalam berbagai transaksi jual beli melalui aplikasi yang terpasang di *smartphone*. Perusahaan penerbit yang beraneka ragam yang memiliki tujuan sama yakni untuk digunakan sebagai alat pembayaran yang sah.

**Gambar 1. 2 Jumlah Uang Elektronik yang Beredar di
Indonesia Tahun 2016-2021**



Sumber: <https://www.bi.go.id>

Jika dilihat dari Gambar 1.2, uang elektronik yang tersebar di Indonesia terus mengalami peningkatan dalam 6 tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat Indonesia untuk menggunakan sistem pembayaran tunai/tunai semakin meningkat. Di tahun 2021 saja, jumlah uang elektronik yang beredar mencapai Rp. 575,323,419. Jumlah tersebut sangat jauh berbeda jika dibandingkan tahun 2016 yang hanya mencapai 51,204,580.³

³“Statistik Sistem Pembayaran (SSP)” <https://www.bi.go.id>, diakses pada 21 Oktober 2021, pukul 20.00 WIB.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat masyarakat tidak lagi mampu menolak maupun mencegah penggunaan teknologi keuangan (*Financial Technology*). Masyarakat didorong untuk menerima dan beradaptasi untuk penggunaannya yang dinilai memudahkan berbagai kebutuhan. Teknologi keuangan pada Peraturan Bank Indonesia diatur pada Sistem Pembayaran (PBI No.19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan Teknologi Finansial Pasal 3 Ayat 1.a) yang mana isinya ialah “sistem pembayaran mencakup otorisasi, kliring, penyelesaian akhir, dan pelaksanaan pembayaran. Contoh: penggunaan teknologi *block chain* atau *distributed ledger* untuk penyelenggaraan transfer dana, uang elektronik (*e-money*), dompet elektronik, dan *mobile payments*”. Selain itu, penyelenggaraan uang *eletronik* didasarkan pada Peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2018 mengenai uang elektronik (*e-money*). Berdasarkan pasal 1 ayat 3 disebutkan bahwa Uang Elektronik merupakan alat pembayaran yang memenuhi beberapa kriteria, salah satunya yaitu diterbitkan apabila apabila telah disetor terlebih dahulu kepada

penerbit dan nilai uang disimpan dalam suatu media seperti server atau *chip* atau secara elektronik.

Pada mulanya, *cashless payment System* dengan menggunakan *e-wallet* terjadi saat seseorang melakukan pembayaran dengan *scan barcode* yang disediakan oleh pemilik toko melalui aplikasi lalu pengguna memasukkan sejumlah uang sesuai jumlah harga yang dibayarkan. Tentunya, saldo pengguna harus diisi terlebih dahulu baik dengan transfer dari rekening atau melalui minimarket. Saldo akan berkurang pada *e-wallet* pembeli namun akan bertambah pada saldo *e-wallet* penjual. Pembayaran ini dinilai sangat membantu, karena dinilai efektif untuk menghindari kehilangan dompet, terlebih pengguna dapat mengisi saldo dalam jumlah yang besar. Sehingga, seseorang akan merasa aman dari tindak kejahatan.

Dompet digital muncul seiring berkembangnya *marketplace e-commerce* di Indonesia yang beraneka ragam, salah satunya yaitu *Shopee*. Pada *e-commerce* ini terdapat salah satu sistem pembayaran dompet digital *Shopee Pay* yang diterbitkan oleh perusahaan yang sama dengan *e-commerce* tersebut. Masa pandemi Covid-19 mendorong

semakin cepatnya penggunaan *e-wallet* di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Kebutuhan yang semakin mendesak tetap kebijakan pemerintah mengharuskan setiap orang untuk terus berada di dalam rumah untuk mengurangi risiko tertularnya virus Covid-19 menjadikan belanja secara *online* sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan hidup. Bahkan menurut data, selama bulan Juni 2021 total pengguna Dana 70 juta, Linkaja 71 juta, dan *Shopee Pay* 10 juta.⁴ Jumlah tersebut dinilai mengalami peningkatan, sebab pada tahun 2019 sebelum pandemi, masyarakat lebih banyak melakukan transaksi secara *offline* dengan mengunjungi tempat penjualan dari pada melakukan transaksi secara *online*.

Shopee yang merupakan *Marketplace* asal Singapura telah melebarkan sayapnya ke negara-negara didunia, salah satunya Indonesia. *Shopee* menawarkan berbelanja dengan mudah hanya dengan melalui aplikasi yang terhubung melalui internet yang bekerja sama dengan *playstore*, *minimarket*, dan *mercant ritel* untuk menjaring pengguna baru. Selain itu, berbagai produk dari dalam dan luar negeri

⁴“Penggunaan E-wallet semakin meningkat” <https://fintechnesia.com>, diakses pada 29 Oktober 2021, pukul 00.50 WIB.

menjadi kelebihan yang memudahkan pengguna memilih produk sesuai yang mereka inginkan dengan pengiriman yang luas dengan biaya pengiriman yang dapat disesuaikan keinginan pengguna dengan menyediakan berbagai jasa pengiriman. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dilibatkan untuk produk lokal, pengusaha-pengusaha tersebut berasal dari seluruh Indonesia agar pengguna mendapatkan barang/jasa yang diinginkan dengan pilihan yang bervariasi. Selain itu, penjualan yang berasal dari luar negeri dibatasi. Hal ini dinilai dapat meningkatkan perekonomian negara sebab produk-produk lokal dapat dilihat dan dibeli oleh masyarakat dengan mudah.

Berdasarkan riset indikator frekuensi belanja (*transaction frequency*) yang dilakukan oleh SnapCart, *E-commerce* yang memiliki frekuensi transaksi bulanan terbanyak diperoleh *Shopee* jika dibandingkan *e-commerce* lain yang jumlah rata-rata 5,44 kali perbulan. Posisi berikutnya yaitu Tokopedia dengan rata-rata 3,99 kali, sedangkan Lazada memiliki rata-rata sebanyak 3,61 kali.⁵ Hal ini

⁵Whisnu Bagus Prasetyo, "Riset: Shopee dan Tokopedia Bersaing Kuasai Industri *E-commerce* Indonesia, <https://www.beritasatu.com>, diakses pada 22 Oktober 2021, pukul 00.15 WIB.

menjadi prospek yang sangat menguntungkan bagi perusahaan, sehingga perusahaan membuat inovasi baru dengan mengembangkan sistem pembayaran yang menggunakan dompet digital (*E-wallet*) yang secara khusus di platformnya yakni *Shopee Pay*.

Perilaku minat bersifat unik, sebab preferensi dan sikap yang dimiliki setiap orang berbeda terhadap suatu objek. Segmen pasar yang bervariasi memiliki kebutuhan dan keinginan beraneka ragam pula, sehingga banyak faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang seseorang. Faktor-faktor yang berpengaruh antara lain yaitu persepsi kemudahan dan persepsi risiko yang ada dalam suatu produk atau layanan. Sesuai dengan penerimaan teknologi yang dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut.⁶

Shopee Pay yang disediakan oleh *Shopee* biasanya memiliki kelebihan dibandingkan pembayaran lain, salah satunya yaitu terdapat *voucher* khusus gratis ongkos kirim. Tentu hal ini sangat menarik bagi pembeli. Selain itu, penggunaan *Shopee Pay* untuk transaksi pada *mercant-mercant* yang telah bekerja sama, umumnya terdapat tawaran

⁶ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi, 2007), h. 73.

Cashback dengan periode waktu yang telah disepakati. Meskipun *Shopee Pay* memiliki kemudahan yang dapat dirasakan pengguna, *Shopee Pay* juga memiliki risiko yang harus pengguna pertimbangkan sebelumnya. Salah satu hal yang ditakuti oleh pengguna adalah penyalahgunaan identitas. Risiko ini dapat terjadi pada semua *Marketplace* yang melakukan transaksi secara digital yang mengharuskan penggunanya mendaftarkan diri dengan memakai foto kartu identitas pribadi. Jika foto tersebut disalahgunakan maka sulit untuk mengontrolnya. Oleh karena itu, masyarakat harus mempertimbangkan hal tersebut untuk mengurangi risiko kerugian selanjutnya.

Anak muda cenderung sering menggunakan akses *internet* dalam hal apa pun, termasuk dalam berbelanja sebab dinilai lebih praktis dan cepat. Hal ini berbanding terbalik dengan orang tua yang enggan mencoba dengan dunia luar karena pemikiran yang belum terbuka. Orang tua lebih berpikir bahwa mereka takut mengalami penipuan dan hal lainnya yang dinilai dapat merugikan dirinya tanpa ingin mengetahui lebih lanjut mengenai perkembangan teknologi

finansial. Hal inilah yang menjadikan mahasiswa yang masuk dalam kategori anak muda *open minded* karena terbuka dengan dunia luar dan mau mempelajarinya.

Ekonomi Islam mengatur kehidupan umat Islam dalam berkegiatan ekonomi secara menyeluruh yang harus ditaati oleh setiap muslim dengan menegakkan prinsip-prinsip hukum Syariah sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits. Kehidupan umat muslim bergaris lurus dengan kebutuhan yang harus terpenuhi untuk mempertahankan hidup. Menurut Al-Ghazali kebutuhan merupakan keinginan manusia untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dengan cara mendapatkan sesuatu. Niat dalam mengonsumsi sesuatu ditekankan sebagai bentuk beribadah kepada Allah SWT.⁷

Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, seseorang dapat melakukannya melalui pembayaran elektronik atau digital. Ulama mengatakan bahwa transaksi memiliki hukum mubah apabila tidak terdapat dalil yang mendasarinya. Selain itu, Islam mengatur berbagai

⁷ Mustafa Edwin Nasution, et al., Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, Jakarta: Prenadamedia Group, 2006, h. 68-71.

transaksi secara adil tanpa adanya riba. Hal ini seperti yang ada pada surat Al-Baqarah ayat 275 yang mana Allah berfirman:

الشَّيْطَانُ يَتَحَبَّبُ لَهُ الَّذِي يُقِيمُ كَمَا إِلَّا يُعْمُونَ لَا الرِّبَا يَأْكُلُونَ الَّذِينَ
 وَحَرَّمَ الْبَيْعَ اللَّهُ وَأَحَلَّ الرِّبَا مِثْلُ الْبَيْعِ إِنَّمَا قَالُوا بِأَنَّهُمْ ذَلِكَ الْمَسِّ مِنْ
 وَأَمْرُهُ سَلَفَ مَا فَلَهُ فَانْتَهَى رَبِّهِ مِنْ مَوْعِظَةٍ جَاءَهُ فَمَنْ الرِّبَا
 خُلِدُونَ فِيهَا هُمْ النَّارِ أَصْحَابُ فَأُولَئِكَ عَادَ وَمَنْ اللَّهُ إِلَى

Yang artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak akan dapat berdiri melainkan seperti orang yang kerasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka mengatakan jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan gila. Barang siapa yang mendapat petunjuk dari tuhan, maka apa yang diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan menjadi urusan kepada Allah, Tuhannya. Barang siapa mengulangi, sungguh siksa Allah sangat besar.” (QS. Al-Baqarah:275)⁸

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Gama Putra Brahanta dan Nuruni Ika Kusuma Wardhani (2021) terkait Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang *Shopee pay* Di Surabaya disebutkan bahwa persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko

⁸Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsir Al-Qur'an Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Syaamil quran, 2012), h.49.

berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kembali *Shopee Pay*.⁹ Hizbul Hadi Nawawi (2020) terkait Penggunaan *E-wallet* di Kalangan Mahasiswa berpendapat bahwa penggunaan *E-wallet* dipengaruhi oleh promo-promo yang ditawarkan, kenyamanan ketika melakukan transaksi, dan kemudahan dalam penggunaannya. Meskipun begitu, sistem pembayaran tersebut memiliki risiko peretasan akun oleh orang-orang yang tidak bertanggungjawab.¹⁰

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka peneliti bermaksud untuk melanjutkan meneliti permasalahan terkait dengan judul: **“Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Risiko yang Ditawarkan *Shopee Pay* terhadap Minat Mengisi Ulang Saldo Studi pada Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten”**. Peneliti menentukan objek penelitian yakni Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten dikarenakan untuk memudahkan penelitian dalam mengkaji masalah lebih dalam dengan keterbatasan lokasi dan

⁹ Gama Putra Brahanta dan Nuruni Ika Kusuma Wardhani, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang *Shopee pay* Di Surabaya”, *Jurnal Sains Manajemen*, Vol. 7. No. 2 (2021) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN” Jatim.

¹⁰ Hizbul Hadi Nawawi, “Penggunaan *E-wallet* di Kalangan Mahasiswa”, *Jurnal Emik*, Vol. 3. No.2 (2020) Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin.

anggaran peneliti.. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat mengisi ulang saldo dengan metode analisis regresi logistik biner.

B. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan latar belakang yang ada dalam penelitian, permasalahan tersebut antara lain:

1. Pada tahun 2021 uang elektronik yang beredar di Indonesia mencapai Rp. 575.323.419 atau 11 kali lipat lebih besar dibandingkan tahun 2016 yang hanya mencapai Rp. 51.204.580.
2. *Shopee* membuat sistem pembayaran *Shopee pay* yang dinilai memudahkan penggunaannya dalam melakukan transaksi, namun disisi lain menawarkan risiko.
3. Tingkat pengguna *Shopee Pay* pada mahasiswa fluktuatif.
4. Pandangan prinsip syariah menjadi bagian penting dalam kehidupan umat muslim, termasuk dalam penggunaan *e-wallet* yang dinilai baru dalam *financial technology*.

C. Pembatasan Masalah

Agar ruang lingkup jelas dan terarah, maka peneliti membatasi permasalahan penelitian menjadi beberapa batasan, antara lain:

1. Penelitian hanya ditujukan kepada mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten di tahun 2021 untuk semua fakultas.
2. Variabel yang digunakan terbatas pada pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko yang ditawarkan *Shopee Pay* terhadap minat mengisi ulang saldo.

D. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dari penelitian ini berdasarkan latar belakang yang diperoleh. Sehingga masalah-masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan yang ditawarkan *Shopee Pay* terhadap minat mengisi ulang saldo?
2. Bagaimana pengaruh persepsi risiko yang ditawarkan *Shopee Pay* terhadap minat mengisi ulang saldo?

3. Bagaimana pengaruh kemudahan dan persepsi risiko yang ditawarkan *Shopee Pay* terhadap minat mengisi ulang saldo?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian haruslah memiliki tujuan yang jelas dan sesuai dengan perumusan masalah yang dibahas. Tujuan penelitian yang diharapkan tercapai yaitu:

1. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan yang ditawarkan *Shopee Pay* terhadap minat mengisi ulang saldo.
2. Menganalisis pengaruh persepsi risiko yang ditawarkan *Shopee Pay* terhadap minat mengisi ulang saldo.
3. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi risiko yang ditawarkan *Shopee Pay* terhadap minat mengisi ulang saldo.

F. Manfaat/Signifikansi Penelitian

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, diantaranya yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada:

- a. Masyarakat diharapkan memperoleh pengetahuan khususnya mengenai kemudahan dan risiko pada *Shopee Pay*.
- b. Perusahaan diharapkan dapat semakin berkembang sebab saran dan pembahasan yang terdapat pada penelitian mengenai persepsi kemudahan dan persepsi risiko dalam penggunaan *Shopee Pay*.
- c. Penelitian-penelitian selanjutnya semakin berkembang dan pembahasan yang luas dengan menjadikan penelitian ini salah satu referensi yang bermanfaat.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai pengetahuan baik teori maupun praktik mengenai penggunaan *Shopee pay* kepada peneliti.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan kepada akademisi khususnya mengenai pembahasan yang serupa.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Bagian Awal

Bagian awal pada skripsi ini yaitu lembar judul/*cover*, lembar pernyataan keaslian skripsi, abstrak, nota dinas, lembar persetujuan, lembar pengesahan, lembar persembahan, motto, riwayat hidup, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

Bagian isi skripsi ini terdiri dari:

a. Bab I (Pendahuluan)

Pendahuluan terdiri dari Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat/Signifikansi Penelitian, dan Sistematika Penulisan. Bagian pendahuluan ini merupakan pengantar materi dari penelitian ini.

b. Bab II (Kajian Teoritis)

Kajian teoritis berisikan penjelasan pengertian *Technology Acceptance Model (TAM)*, Pembayaran Digital (*Digital Payment*), *Shopee Pay*, Preferensi Konsumen, Minat Mengisi Ulang Saldo *Shopee Pay*, dan Pandangan Ekonomi Islam dalam penggunaan *Shopee Pay*. Bab ini menjelaskan teori-teori penelitian yang dibahas. Selain itu, terdapat Penelitian Terdahulu yang Relevan, Hubungan antar variabel, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis.

c. Bab III (Metodologi Penelitian)

Metodologi penelitian menjelaskan tentang gambaran mengenai Jenis dan Desain Penelitian, Populasi, Sampel dan Pengambilan Sampel, Lokasi dan Waktu

Penelitian, Variabel Penelitian, Instrumen Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Pengolahan dan Analisis Data. Selain itu, terdapat juga operasional variabel yang menjadi indikator pembuatan kuesioner.

d. Bab IV (Hasil Penelitian dan Pembahasan)

Bab ini terdiri dari Gambaran Umum Penelitian, Karakteristik Responden, Deskripsi Hasil Penelitian, dan Pembahasan Hasil Penelitian.

e. Bab V (Penutup)

Penutup terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan serta saran yang direkomendasikan oleh peneliti dari hasil penelitian yang dilakukan.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri dari Daftar Pustaka yang berisikan referensi penelitian dan lampiran-lampiran penelitian.