

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Platform pembayaran *online* berbasis ponsel (*smartphone*) terus berusaha menjaga konsistensi layanannya ditengah pesatnya perkembangan ekonomi dan semakin matangnya layanan keuangan *online*. Pembayaran *online* melalui *smartphone* sebagai suatu metode pembayaran yang inovatif dalam beberapa tahun terakhir diam-diam kini telah melakukan revolusi yang signifikan pada teknologi pembayaran. Popularitas dan penyebarluasan internet dan perangkat seluler yang dapat dengan mudah dibawa kemana-mana telah memainkan peran penting dalam mempromosikan Aplikasi *Mobile payment* (AMP). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyebutkan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia pada 2023 mencapai 78.19% atau menembus angka 215.626.156 jiwa dari total populasi masyarakat Indonesia yang sebesar 275.773.901 jiwa ([apjii.or.id](http://apjii.or.id)). Menyesuaikan dengan banyaknya masyarakat yang telah memanfaatkan kegunaan internet, aplikasi pembayaran *online* mampu hadir dan menyediakan cara yang lebih nyaman untuk melakukan transaksi pribadi maupun transaksi bisnis yang secara signifikan mampu meminimalisir biaya transaksi (Mallat, 2007).

Teknologi pembayaran saat ini mampu membantu pengguna untuk melakukan pembayaran dalam jumlah kecil dan mengurangi jumlah penggunaan uang tunai pada sebagian besar wilayah di dunia (Ondrus &

Pigneur, 2006). Pertumbuhan teknologi yang konsisten telah memungkinkan terciptanya ponsel dengan fitur-fitur penting yang memfasilitasi pengembangan sistem pembayaran yang diperlukan untuk melakukan transaksi *non-tunai* berbasis *online*. Pembayaran *online* tersebut memungkinkan pengguna untuk membayar tagihan, melakukan transfer dengan jumlah tertentu kepada akun orang lain, melakukan kegiatan perbankan secara *online*, membayar pinjaman, serta melakukan penarikan dan penyetoran uang ke rekening bank yang kita miliki apabila rekening tersebut telah terhubung dengan akun pada aplikasi pembayaran *online*.

Perangkat elektronik kini dapat dengan mudah dibawa kemana-mana (*mobile*). Beberapa jenis diantaranya seperti *smartphone*, tablet, dan *smartwatch* mengalami peningkatan popularitas dan telah mengubah aspek kehidupan manusia dalam bidang sosial dan ekonomi, salah satunya adalah kegiatan yang berhubungan dengan transaksi keuangan. Sebagai contoh, *smartphone* membantu para penggunanya menggunakan aplikasi *mobile payment* melalui perangkat seluler mereka untuk melakukan transaksi saat mereka berada pada titik *Point of Sale* (POS) atau mesin kasir. Pham & Ho (2015) berpendapat bahwa aplikasi pembayaran tersebut akan menghilangkan kebutuhan penggunanya untuk membawa maupun menggunakan uang tunai. Teo, et al. (2015), juga menambahkan bahwa aplikasi tersebut akan menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi.

*E-wallet* sebagai salah satu instrumen pembayaran digital yang ada di Indonesia, mengalami peningkatan nilai transaksi belanja di dalam negeri.

Berdasarkan databoks.katadata.co.id, Bank Indonesia (BI) melaporkan bahwa sepanjang April 2023 nilai transaksi menggunakan uang elektronik atau *e-money* yang ada dalam *e-wallet* menyentuh angka Rp37,46 triliun. Nilai tersebut merupakan peningkatan sebesar 1,4% dibandingkan bulan sebelumnya (Maret 2023) dan lebih tinggi 5,8% dibandingkan tahun sebelumnya (2022). Sejak ditemukannya opsi untuk melakukan pembayaran selain menggunakan uang tunai, para peneliti telah memulai untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi para pengguna untuk menggunakan aplikasi *mobile payment*, termasuk diantaranya persepsi kemudahan dalam penggunaan (PKP) dan persepsi manfaat (PM) (Koenig-Lewis et al., 2015); Kim et al., 2010), kepercayaan (Lu et al., 2011), keamanan dan risiko (Arvidsson, 2014), biaya-biaya (Peng et al., 2011), privasi (Slade et al., 2013), konteks pengguna (Mallat et al., 2009), budaya (Alalwan et al., 2015); pengaruh sosial (PS) (Kesharwani & Bisht, 2012; Venkatesh & Davish, 2000). Teknologi Acceptance Model (TAM) dan pengembangannya secara luas telah diterapkan dalam studi untuk mengetahui niat penggunaan aplikasi *mobile payment* serta pada penelitian terkait karena model penerimaan teknologi oleh TAM tersebut memberikan kerangka kerja (*framework*) untuk mengerti variabel-variabel terkait yang mempengaruhi layanan transaksi keuangan berbasis teknologi. Penelitian ini merupakan studi eksplanatori untuk mengetahui lebih lanjut hubungan antara faktor-faktor adopsi sosial dan teknis dari aplikasi *mobile payment* berdasarkan model penerimaan TAM.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi niat para pengguna untuk menggunakan AMP di kalangan mahasiswa: Universitas Diponegoro melalui penerapan dan analisa TAM (PKP dan PM). Selain itu, peneliti menambahkan tiga faktor: persepsi kepercayaan (PK), persepsi risiko (PR), dan pengaruh sosial (PS) untuk mengetahui apakah faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi minat penggunaan aplikasi pembayaran berbasis seluler di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, peneliti menarik judul **“Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Aplikasi *Mobile payment*: Penerapan TAM yang Lebih Luas (Survey di Universitas Diponegoro)”** untuk dilakukan penelitian.

## 1.2 Rumusan Masalah

Meskipun penggunaan perangkat seluler (*smartphone*) sangat populer, penggunaan aplikasi *mobile payment* dikalangan para pengguna *smartphone* relatif rendah, meski begitu pertumbuhannya terus meningkat pada kecepatan yang konstan (Deloitte, 2015 dalam Jawad et al., 2022). Oleh karena itu, penting untuk menginvestigasi lebih lanjut faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi *mobile payment* serta menyediakan panduan kepada para penyedia layanan transaksi keuangan tentang bagaimana cara yang lebih efektif untuk mendorong para pengguna menggunakan layanan dari aplikasi pembayaran yang telah mereka kembangkan.

Berdasarkan uraian paragraf di atas, rumusan masalah yang dapat diformulasikan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi

minat penggunaan aplikasi *mobile payment* di kalangan mahasiswa, diungkapkan dalam pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apakah persepsi kepercayaan mempengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi *mobile payment*?
2. Apakah persepsi risiko mempengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi *mobile payment*?
3. Apakah pengaruh sosial mempengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi *mobile payment*?
4. Apakah persepsi kemudahan dalam penggunaan mempengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi *mobile payment*?
5. Apakah persepsi manfaat mempengaruhi minat mahasiswa untuk menggunakan aplikasi *mobile payment*?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Merujuk pada rumusan masalah yang ada pada penelitian ini, maka penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh dari persepsi kepercayaan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *mobile payment*.
2. Mengetahui pengaruh dari persepsi risiko terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *mobile payment*.
3. Mengetahui dampak dari pengaruh sosial terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *mobile payment*.

4. Mengetahui pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *mobile payment*.
5. Mengetahui pengaruh dari persepsi manfaat terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *mobile payment*.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis maupun manfaat praktis yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Memperhatikan manfaat teoritisnya, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi serta memberikan kontribusi dan masukan positif dalam pengembangan ilmu akuntansi khususnya pada bidang *financial technology*.

2. Manfaat Praktis

Memperhatikan manfaat praktisnya, penelitian ini diharapkan mampu menyediakan informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi *mobile payment* sebagai salah satu bentuk *financial technology* dikalangan mahasiswa. Hasil penelitian ini dapat menjadi petunjuk bagi pihak-pihak terkait (penjual/penyedia jasa layanan keuangan berbasis *smartphone*) untuk melakukan inovasi dalam kegiatan bisnisnya.

## **1.4 Sistematika Penulisan**

Penyusunan penelitian ini dilakukan secara sistematis dan terdiri dari lima bab yang ditujukan agar pembaca mampu mengikuti alur pola pikir dari penulis. Secara garis besar, masing-masing bab diuraikan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pertama meliputi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II TINJUAN PUSTAKA**

Bab kedua memaparkan teori-teori yang mendukung penelitian disertai rujukan dari penelitian terdahulu. Selain itu, pada bab kedua ini akan dijabarkan mengenai kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ketiga menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, meliputi definisi operasional variabel, cara peneliti mengumpulkan populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data, serta metode analisis penelitian.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat memaparkan tentang deskripsi objek penelitian, hasil analisis pengolahan data sesuai dengan alat dan teknik analisis yang digunakan oleh peneliti, serta penginterpretasian hasil untuk menjawab masalah dari tujuan penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Bab kelima sebagai bab terakhir yang berisi kesimpulan, keterbatasan dalam penelitian dan saran yang merupakan rekomendasi untuk mengembangkan penelitian.