

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia telah mengalami pandemi selama 3 tahun, pandemi COVID-19 Indonesia merupakan bagian dari pandemi global *corona virus disease* 2019 (COVID-19) yang sedang berlangsung. Virus ini pertama kali menyerang kota Wuhan di China. Bersamaan dengan itu, pada 2 Maret 2020, kasus positif pertama terdeteksi di Indonesia. Lalu pada 9 April 2020, virus ini menyebar ke 34 provinsi di Indonesia (Indra, 2021)

Peran pemerintah sangat penting untuk memutus mata rantai penularan COVID-19. Pemerintah DKI Jakarta telah mengeluarkan berbagai pedoman untuk mencoba memutus mata rantai penularan COVID-19, mulai dari penerapan *physical distancing*, Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ), Bekerja dari Rumah (WFH), Pembatasan Transportasi, dan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) (Mitasari, 2020).

Efek penyebaran virus Corona atau Covid-19 sangat cepat ketika menyebar ke manusia, virus ini telah menginfeksi hampir seluruh dunia, penyebarannya cepat karena perilaku setiap orang untuk melakukan kegiatan sehari – hari. Tanpa kita sadari alat pembayaran yang sehari – hari kita gunakan saat transaksi berupa uang tunai atau uang kertas adalah sarana penyebaran virus corona, mustahil untuk mengetahui apakah uang tersebut bebas virus corona atau tidak. (Munthe et al., 2021)

Oleh karena itu hal ini secara tidak langsung mengubah gaya hidup masyarakat dalam bertransaksi, yang mana masyarakat mulai menggunakan pembayaran non tunai atau *Digital Payment*. Hal ini untuk meminimalkan risiko penyebaran virus yang terjadi melalui media uang tunai dan kartu kredit baik bagi pembeli maupun penjual (Rohmah & Trisriarini, 2021)

Di Indonesia sendiri, teknologi memang sedang berkembang. Internet sendiri sudah menjadi hal yang lumrah bagi masyarakat di Indonesia yang mana merupakan salah satu tanda kemajuan teknologi. Menurut *survey* yang dilakukan oleh *We Are Social*, dari 358,2 juta perangkat yang terhubung internet terdapat 212,9 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2023.

Pengguna internet per Januari tahun 2023 di Indonesia



Gambar 1. 1 Pengguna internet per Januari tahun 2023 di Indonesia

Sumber: <https://wearesocial.com> (diakses pada 27 September 2023)

Jumlah ini meningkat dari tahun sebelumnya yaitu total populasi yang bertambah 1,8 Juta pengguna atau sekitar 0,6%, koneksi seluler berkurang 16 Juta atau sekitar 4.2% dan pengguna internet yang bertambah 5,2% atau sekitar 10 Juta pengguna.

Perkembangan pengguna internet per januari tahun 2023 di Indonesia

Perubahan penggunaan perangkat dan layanan yang terhubung.

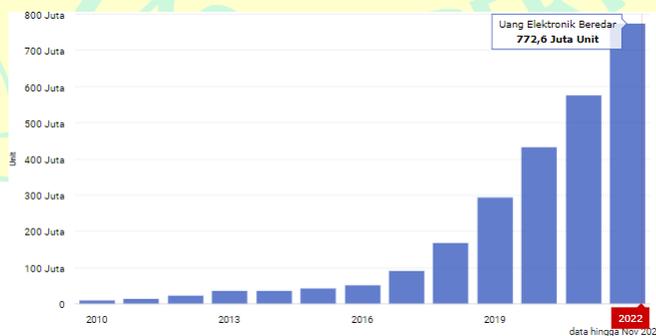


Gambar 1. 2. perkembangan pengguna internet per januari tahun 2023 di Indonesia

Sumber: <https://wearesocial.com> (diakses pada 27 September 2023)

Meningkatnya pengguna internet di Indonesia ini juga berpengaruh pada masyarakatnya yang memanfaatkan uang elektronik untuk transaksinya sehari – hari. Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), populasi Indonesia mencapai 275,77 juta jiwa pada bulan Juni 2022. Ini berarti, secara rata-rata, setiap penduduk memiliki sebanyak 2,8 unit uang elektronik pada tahun sebelumnya.

Jumlah Uang Elektronik yang Beredar (2010 - Nov 2022)



Gambar 1. 3 Jumlah Uang Elektronik yang Beredar (2010 - Nov 2022)

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id> (diakses pada 27 September 2023)

Jumlah uang elektronik yang beredar menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan sejak tahun 2010, seperti yang dapat dilihat dalam grafik. Pada tahun 2010, hanya ada 7,9 juta unit uang elektronik yang beredar. Angka tersebut telah melonjak lebih dari 9.000% hingga mencapai lebih dari 9.000% hingga mencapai November 2022. (Kusnandar, 2023)

Dari segi media penyimpanannya, uang elektronik dapat dibagi menjadi dua kategori. Pertama, ada *e-money* yang berdasarkan *chip*, dengan jumlah sekitar 89,09 juta unit. Kedua, ada uang elektronik yang berbasis server, dengan jumlah mencapai sekitar 683,47 juta unit.

Saat pandemi Covid-19 melanda, Pada tahun 2020, nilai transaksi juga terus meningkat sebesar 41,16% dibandingkan tahun sebelumnya. Jumlah transaksi pembelian pada Januari-Juli 2022 mencapai 3,87 miliar transaksi. Besarnya adalah 70,92% dari semua transaksi tahun lalu. Sedangkan dari Januari hingga Juli 2022, nilai bisnis sebesar Rp222,9 triliun atau 72,98% dari total nilai bisnis pada tahun lalu (Kusnandar, 2022).

10 Provinsi dengan Uang Elektronik Terdaftar Terbanyak (April 2022)

No	Nama	Nilai / Juta Unit
1	DKI Jakarta	39,7
2	Jawa Barat	11,98
3	Jawa Timur	11,66
4	Jawa Tengah	11,22
5	D.I. Yogyakarta	6,19
6	Kalimantan Selatan	4,17
7	Kalimantan Timur	2,86
8	Nusa Tenggara Barat	2,78
9	Sumatera Utara	2,39
10	Banten	2,2

Gambar 1. 4 Provinsi dengan Uang Elektronik Terdaftar Terbanyak

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id> (diakses pada 13 November 2023)

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), jumlah uang elektronik yang terdaftar mencapai 106,65 juta unit pada April 2022. Jumlah tersebut baik untuk uang elektronik berbasis *server* maupun berbasis *chips* (kartu). Dari jumlah tersebut, sebanyak 39,69 juta (37,22%) uang elektronik terdaftar di Jakarta. Artinya, lebih dari sepertiga uang elektronik terdaftar di Ibu Kota.

Dalam beberapa tahun terakhir, inovasi metode pembayaran elektronik telah berkembang menjadi bentuk yang lebih praktis. Seperti yang terlihat saat ini, telah ada perkembangan berbagai layanan seperti *e-commerce*, transportasi online, dan bahkan sistem pembayaran melalui aplikasi *digital payment*. *Digital payment* adalah sebuah metode pembayaran yang memanfaatkan media elektronik. Proses pembayarannya

bisa dilakukan melalui pesan singkat (sms), *internet banking*, *mobile banking*, atau dompet elektronik (Pambudi, 2019)

Digital payment saat ini menjadi sangat populer di kalangan penduduk perkotaan karena merupakan inovasi di bidang *financial technology*. Tujuan dari sistem pembayaran ini adalah untuk mengurangi penggunaan uang tunai konvensional, menjadikannya lebih non-tunai atau *cashless*.

Digital Payment adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik yang nilai uangnya disimpan pada pembawa data elektronik tertentu. Pengguna harus menyetor uang terlebih dahulu ke penerbit dan menyimpannya di media elektronik sebelum menggunakannya untuk transaksi pembayaran. Saat digunakan, nilai uang elektronik yang tersimpan di media elektronik dikurangi dengan nilai transaksi dan dapat diisi ulang nantinya. Sarana elektronik untuk menyimpan nilai uang elektronik dapat berupa *chip* atau *server*. Penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis bertujuan untuk memudahkan pembayaran kegiatan ekonomi massal, cepat dan mikro, sehingga perkembangannya dapat mempermudah transaksi di jalan tol, di lalu lintas seperti kereta api dan angkutan umum lainnya atau acara. di minimarket, tempat makan atau tempat parkir (Departemen Komunikasi Bank Indonesia, 2019).

Semakin tersedianya teknologi dalam *Digital Payment*, telah berkembang layanan baru berupa dompet digital (*digital wallet/e-wallet*) sebagai penerus uang elektronik (*electronic money/e-money*). Dompet *digital* ini memungkinkan penggunanya untuk menyimpan sejumlah nominal tertentu dalam sebuah aplikasi yang dapat diakses melalui perangkat (*gadget*) seperti ponsel. Ada beberapa dompet digital populer di

Indonesia seperti OVO, GoPay, Dana, Doku dan LinkAja. Keuntungan membayar dengan dompet digital ini adalah kepraktisannya, kemudahan dan keamanannya. Mekanisme pembayaran dilakukan hanya dengan beberapa langkah sederhana hingga akhirnya transaksi dinyatakan berhasil dan sertifikat transaksi otomatis terkirim ke history transaksi konsumen.

Metode *Digital Payment* ini hanya mensyaratkan penjual/merchant mengeluarkan QR (*Quick Response*) atau kode QR, dan konsumen hanya perlu memindai/mengunduh kode QR tersebut. Transaksi pembayaran langsung sukses hanya butuh waktu sesaat ketika aplikasi dompet digital konsumen memiliki dana yang cukup dan koneksi jaringan internet yang baik. Karena ada banyak jenis dompet digital, vendor perlu menyediakan layanan kode QR sebanyak jumlah dompet digital yang dapat dipindai oleh masing-masing aplikasi ini. Di saat yang sama, adanya berbagai kode QR yang disediakan penjual menimbulkan kesulitan tersendiri bagi konsumen untuk memindai kode QR, karena kondisi masing-masing kode QR berbeda (Saputri, 2020).

Pada akhir tahun 2022, Bank Indonesia (BI) mencatat peningkatan nilai transaksi *digital banking*, termasuk *digital payment*, sebesar Rp 53.144 triliun, mengalami kenaikan sebesar 30,19 persen dibandingkan dengan tahun 2021. Pada bulan Oktober 2022 saja, peningkatan ini mencapai Rp 5.184,1 triliun, yang merupakan peningkatan sebesar 38,38 persen. Oleh karena itu, BI memperkirakan bahwa masyarakat akan semakin tertarik untuk menggunakan layanan transaksi *digital banking* pada tahun 2023 dan 2024.

Informasi ini secara rinci tercermin dalam hasil survei yang dilakukan oleh "Sharing Vision eChannel, Fintech, eCommerce & eLifestyle 2022". Survei tersebut melibatkan 6.895 responden dan dilaksanakan pada akhir tahun 2022. Hasil survei ini menunjukkan preferensi yang signifikan terkait dengan penggunaan pembayaran digital berbasis *Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS)*, yang dikenal sebagai KYURIS, yang diperkenalkan oleh Bank Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2019.

Penggunaan QR Code di Indonesia



Gambar 1.5 Penggunaan QR Code di Indonesia

Sumber: sharingvision.com

Berdasarkan hasil survei, sebanyak 81 persen dari responden mengungkapkan bahwa mereka pernah melakukan transaksi *digital* menggunakan QR Code, dan 89 persen di antaranya menggunakan QRIS. Angka ini menunjukkan peningkatan dibandingkan dengan hasil survei sebelumnya, di mana pada tahun 2020 sebesar 79 persen responden menggunakan QR Code, dan pada tahun 2021 sebesar 80 persen responden melakukan hal yang sama.

Meski demikian, mengacu pada riset terbaru peneliti Seoul *National University*, Sun Young Ahn dan Youngwon Nam berjudul "*Does mobile payment use lead to overspending? The moderating role of financial knowledge*" (2022), ternyata ada risiko besar dari keunggulan pembayaran digital yang harus dibayar mahal oleh pengguna. Risiko tersebut adalah besarnya pengeluaran yang dapat merusak saldo rekening seseorang. Ada benarnya jika sistem ini memberikan kemudahan dan kenyamanan, tetapi di sisi lain sukses membuat orang-orang memiliki karakter belanja yang impulsif. Mereka rela menaruh uang dalam jumlah besar dan membeli barang tanpa direncanakan hal ini merupakan salah satu dari adanya *financial self efficacy* yang kurang baik.

Selain itu yang menjadi masalah banyaknya *Digital Payment* yang ada terkadang membuat para pengguna yang belum mempunyai pengetahuan tentang *Digital Payment* kesulitan untuk membuat keputusan yang akan diambil sehingga terkadang pengguna tidak memiliki keyakinan diri untuk memilih, Menurut Baron dan Byrne pengambilan keputusan adalah proses menyatukan individu atau kelompok dan menggabungkan informasi yang ada dengan tujuan memilih satu tindakan dari berbagai kemungkinan tindakan (Batoran, 2018)

Penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap Decision dalam berbagai objek yang berbeda – beda. Berdasarkan penelitian *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap *Attitude* dan *Actual Usage Go-Pay* (Gusni *et al.*, 2020), Minat Penggunaan Gopay pada Generasi X di Surabaya (Kumala *et al.*,

2020), *Behavioral Intention To Use* dengan *Attitude Towards Using* sebagai Variabel *Intervening* (Reza et al., 2020).

Selain *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*, Keputusan untuk menggunakan suatu sistem dipengaruhi oleh salah satu aspek psikologis yaitu *financial self-efficacy*. *financial self-efficacy* adalah bagian dari efikasi diri dalam ekonomi. Pertama kali dikenalkan oleh (Bandura, 1997) Menurut (Fatimah, 2019) *Financial Self Efficacy* adalah keyakinan pada kemampuan seseorang untuk mengelola uang dengan cermat. Jadi semakin baik *financial self-efficacy* maka semakin baik dalam membuat keputusan *financial* juga semakin baik. Penelitian yang dilakukan oleh (Lim et al., 2014) Menunjukkan bahwa mahasiswa dengan *Financial Self Efficacy* yang baik memiliki optimisme yang lebih besar secara signifikan tentang masa depan dan lebih kecil kemungkinannya untuk mengalami depresi karena kesalahan dalam menentukan keputusannya. Hal ini menunjukkan bahwa *Financial self-efficacy* mempengaruhi keputusan mahasiswa di masa mendatang.

Selain fakta bahwa *financial self-efficacy* mempengaruhi keputusan siswa di masa mendatang, begitu pula keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengelola keuangannya dengan baik dan mencapai tujuan keuangannya. Ketika kepercayaan diri seseorang tinggi, mereka termotivasi untuk melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Semakin tinggi *Financial Self Efficacy*, semakin bertanggung jawab seseorang dalam menangani keuangan. Dari uraian diatas yang menyebabkan banyaknya masyarakat memilih QRIS sebagai *Digital Payment* adalah Kemudahan dalam penggunaannya atau *Perceived Ease of Use* dan manfaat yang diterima atau *Perceived Usefulness* yang berpengaruh

pada *Self Efficacy* lalu berdampak pada keputusan dalam menggunakan atau *Decision to Use QRIS* sebagai *Digital Payment* .

Peneliti ingin mengetahui lebih dalam lagi bagaimana *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* bisa mempengaruhi *Self Efficacy* dan berdampak pada *Decision to Use QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard)* sebagai *Digital Payment* . Sehingga dari penjelasan diatas dapat ditentukan variabel dalam penelitian ini terdiri atas *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Self Efficacy*, dan *Decision To Use*

Oleh Karena itu judul yang didapat dari uraian di atas adalah ***Determinan financial self efficacy pada decision to use QRIS (quick respond indonesian standard) sebagai digital payment***

1.2 Pertanyaan Penelitian

Kebijakan Pemerintah dalam meluncurkan QRIS membuat banyak masyarakat yang memutuskan untuk menggunakannya, dari uraian diatas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Perceived Ease Of Use* berpengaruh signifikan Terhadap *Self Efficacy* pada penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sebagai *Digital Payment*
2. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Self Efficacy* pada penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sebagai *Digital Payment*
3. Apakah *Perceived Ease Of Use* berpengaruh signifikan terhadap *Decision To Use* pada penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sebagai *Digital Payment*

4. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *Decision To Use* pada penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sebagai *Digital Payment*
5. Apakah *Financial Self Efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *Decision To Use* pada penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sebagai *Digital Payment*



1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *Perceived Ease Of Use* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Financial Self Efficacy* pada penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sebagai *Digital Payment*
2. Untuk mengetahui *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Financial Self Efficacy* pada penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sebagai *Digital Payment*
3. Untuk mengetahui *Perceived Ease Of Use* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Decision To Use* pada penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sebagai *Digital Payment*
4. Untuk mengetahui *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Decision To Use* pada penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sebagai *Digital Payment*
5. Untuk Mengetahui *Financial Self Efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Decision To Use* pada penggunaan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sebagai *Digital Payment*

1.4 Manfaat Penelitian

Bedasarkan hasil penelitian, peneliti berharap terdapat manfaat yang berguna bagi penelitian :

1) **Manfaat Teoritis**

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mengembangkan wawasan dan pengetahuan, terutama bagi para pembaca yang tertarik dengan aspek-aspek seperti *perceived*

usefulness, perceived ease of use, financial self-efficacy, dan decision to use.

2) **Manfaat Praktis**

Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang berharga bagi para pengguna baru yang tertarik menggunakan layanan *Digital Payment* yang mudah diakses dan praktis, khususnya yang disediakan oleh Pemerintah Indonesia melalui Bank Indonesia.

