



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

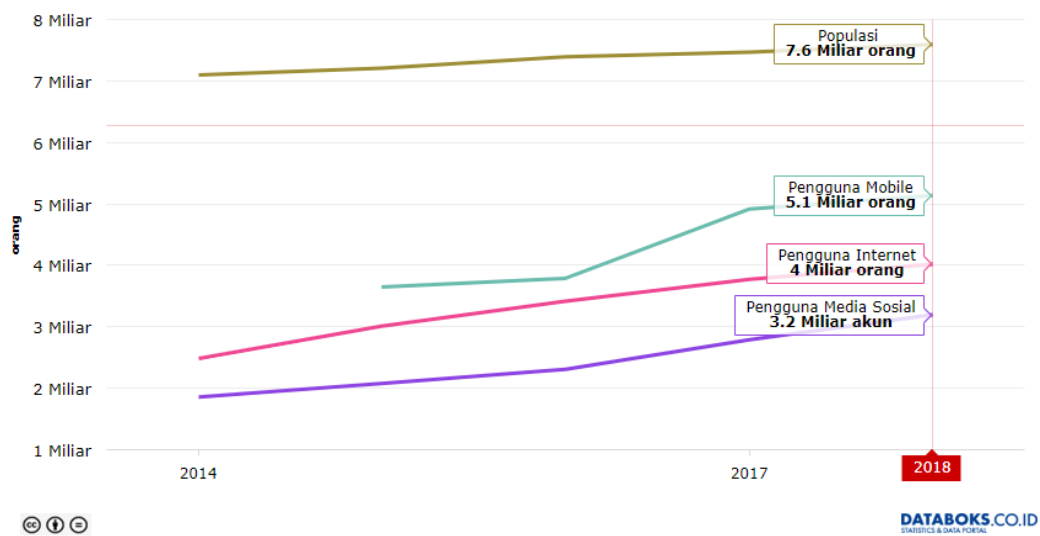
### 1.1. Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, teknologi pun ikut mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan teknologi yang memunculkan inovasi baru seperti contohnya: Internet. Jumlah pengguna internet sendiri semakin meningkat dari tahun ke tahun (Brahmanta, 2017).

Dalam lima tahun terakhir jumlah pengguna internet di dunia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Penduduk bumi yang telah terkoneksi dengan internet pada 2018 mencapai empat miliar dibanding posisi 2014 baru mencapai 2,4 miliar orang (dapat dilihat pada gambar 1.1). Angka tersebut menunjukkan tingkat penetrasi internet telah mencapai 52,96% dari total populasi dunia yang mencapai 7,59 miliar jiwa. Pada 2014, penetrasi internet global baru mencapai 35% dari total populasi (Hootsuite, 2019).

Adapun rata-rata pertumbuhan penggunaan internet setiap tahunnya rata-rata mencapai 11%, dengan pertumbuhan tertinggi tercatat sebesar 21,2% menjadi 3 miliar jiwa pada 2015 dari tahun sebelumnya 2,4 miliar jiwa. Meningkatnya teknologi komunikasi dan informasi seiring meluasnya jangkauan jaringan serta mudahnya harga gawai menjadi pendorong meningkatnya pengguna perangkat bergerak (mobile) dan media sosial global. Pengguna perangkat mobile pada 2018 mengalami pertumbuhan 67,63% menjadi 5,14 miliar dibanding posisi 2015 baru

mencapai 3,65 miliar. Demikian pula pengguna media sosial pada tahun mencapai 3,2 miliar akun yang berarti tumbuh 42,1% dari posisi 2014 sebanyak 1,86 miliar akun. (katadata.co.id, 2018)



**Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Internet Di Dunia**

**Sumber:** (katadata.co.id, 2018)

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Jumlah pengguna Internet di Indonesia dari tahun ke tahun juga semakin meningkat. Populasi *netter* Tanah Air mencapai 123 juta orang pada 2018 yang membuat Indonesia menduduki peringkat ke-6 berdasarkan jumlah pengguna Internet mengalahkan Russia dan Jerman (kominfo.go.id, 2018).

**Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018**  
millions

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
<b>Worldwide***</b>	<b>2,692.9</b>	<b>2,892.7</b>	<b>3,072.6</b>	<b>3,246.3</b>	<b>3,419.9</b>	<b>3,600.2</b>

Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; \*excludes Hong Kong; \*\*forecast from Aug 2014; \*\*\*includes countries not listed  
Source: eMarketer, Nov 2014

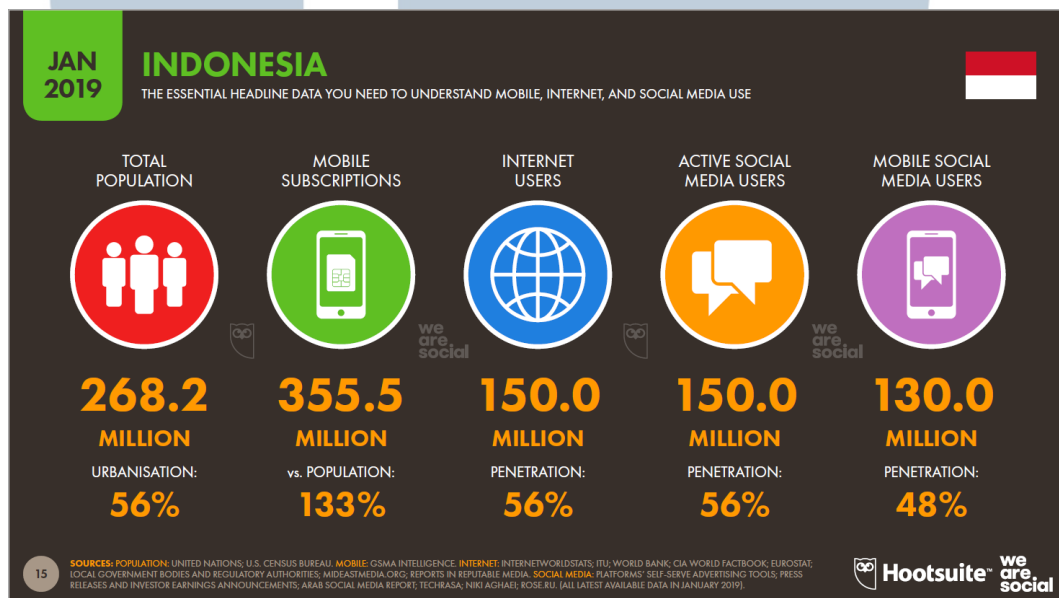
181948 www.eMarketer.com

**Gambar 1.2. 25 Negara dengan pengguna internet terbanyak**

**Sumber :** (kominfo.go.id, 2018)

Tingkat penetrasi internet di Indonesia di Januari 2019 telah mencapai 56 persen. Artinya, 56 persen dari total penduduk di Indonesia telah terjangkau oleh internet (Hootsuite, 2019). Meski mengalami kenaikan 13 persen dari setahun sebelumnya, angka penetrasi internet di Indonesia ini masih tergolong paling rendah dibandingkan dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya. *We Are Social*

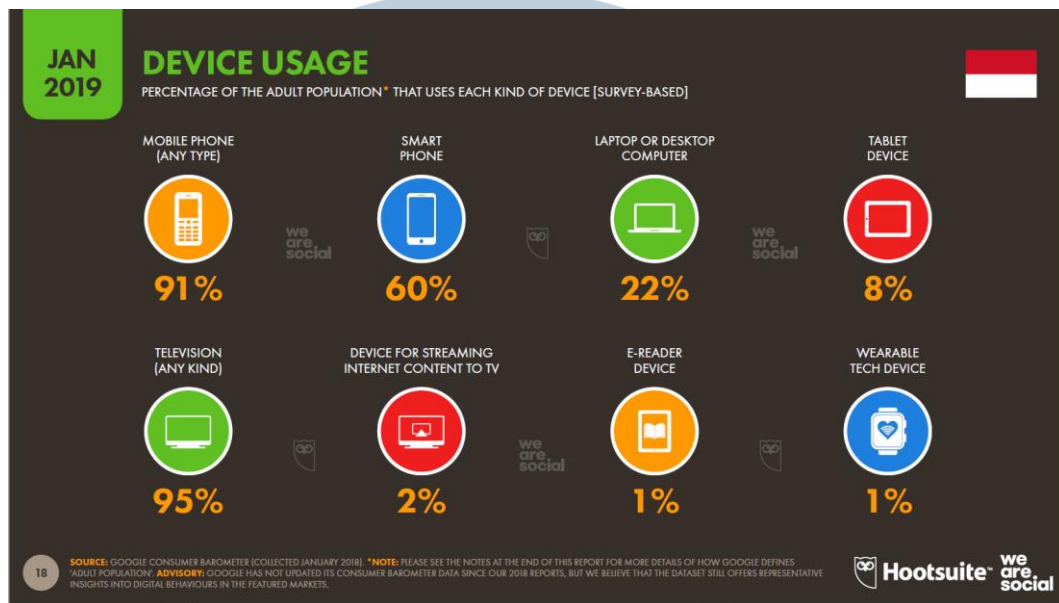
mencatat, di periode waktu yang sama, penetrasi internet di Vietnam telah mencapai 66 persen, Filipina 71 persen, Malaysia 80 persen, Thailand 82 persen, dan tertinggi Singapura 84 persen (Hootsuite, 2019). Namun, apabila dibandingkan dengan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada awal 2018 lalu, penetrasi internet di Indonesia mengalami kenaikan (APJII, 2018)



**Gambar 1.3. Tingkat penetrasi internet di Indonesia**

**Sumber:** (Hootsuite, 2019)

Pengguna ponsel pintar (*Smartphone*) di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 60% dari total populasi orang dewasa di Indonesia. (dapat dilihat pada gambar 1.4). (Hootsuite, 2019).



**Gambar 1.4. Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia**

**Sumber:** (Hootsuite, 2019)

Dari perkembangan Internet dan *Smartphone* yang cukup pesat, setiap industri dipaksa untuk melakukan transformasi dan inovasi agar tidak terjadi disrupsi oleh revolusi digital seperti salah satu contohnya adalah *Financial Technology*. (Mohammad, 2017).

Menurut Bank Indonesia, *fintech* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja (Bank Indonesia, 2019). Keberadaan *fintech* bertujuan untuk membuat masyarakat lebih mudah mengakses produk-produk keuangan, mempermudah transaksi dan juga meningkatkan literasi keuangan (Fintech Indonesia, 2016). *Fintech* dibagi

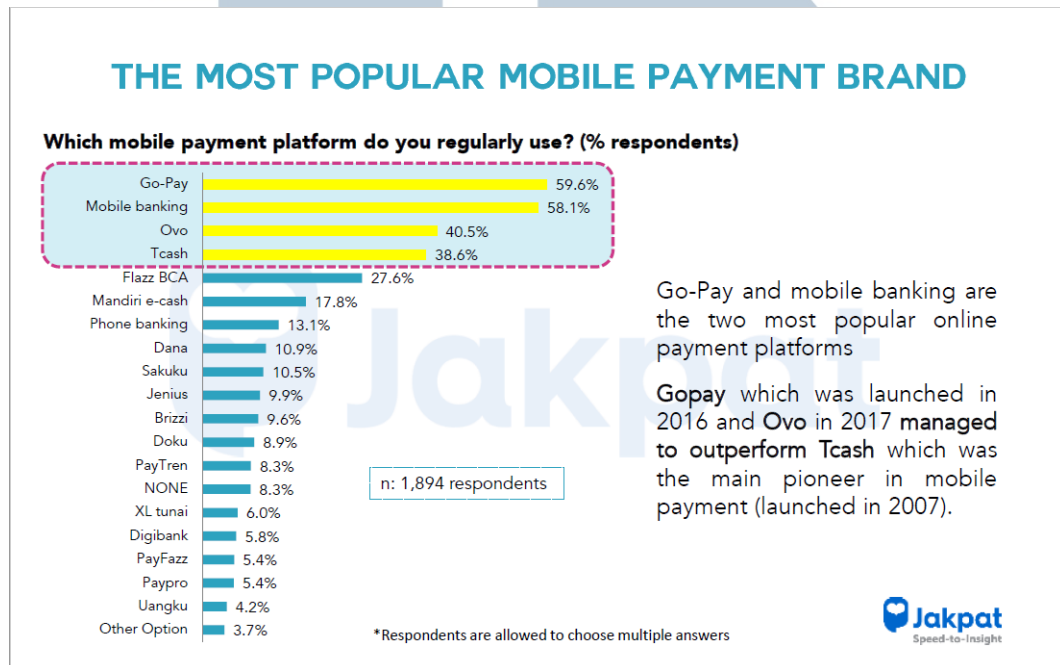
menjadi 4 kategori yaitu ada, *peer-to-peer lending* dan *crowdfunding*, *Market Aggregator*, *Manajemen Risiko dan Investasi* dan *Payment, Clearing, dan Settlement* (MoneySmart.id, 2018).

Layanan *fintech* sistem pembayaran kini juga sedang berkembang di Indonesia. Ada dua pemain raksasa seperti Go-Pay dan Ovo yang kini menguasai pasar di Indonesia. Dua layanan ini digemari oleh masyarakat yang menginginkan kemudahan dalam bertransaksi pembayaran. (Laucereno, 2019).

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, *Electronic Wallet* atau dompet elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Dompet elektronik biasa disebut dengan istilah *e-wallet*, dompet digital, *digital wallet* atau *electronic wallet*. Penyelenggara dompet elektronik adalah bank atau lembaga selain bank yang menyelenggarakan dompet elektronik Indonesia (Bank Indonesia, 2019). Go-Pay dan Ovo sendiri dapat disebut dengan dompet elektronik berdasarkan dari definisi yang di kemukakan oleh Bank Indonesia.

Menurut survey yang diselenggarakan oleh JakPat, Go-Pay dan Ovo merupakan *e-wallet* paling digemari di Indonesia. Go-Pay menempati urutan pertama dengan persentase 59,6% dan Ovo menempati peringkat ketiga dengan persentase 40,5% (JakPat, 2018). Go-Pay dan Ovo sendiri digemari oleh orang

Indonesia dikarenakan oleh promo yang ditawarkan seperti *cashback* atau *discount* yang didapatkan pada saat melakukan transaksi (Gumiwang, 2019).



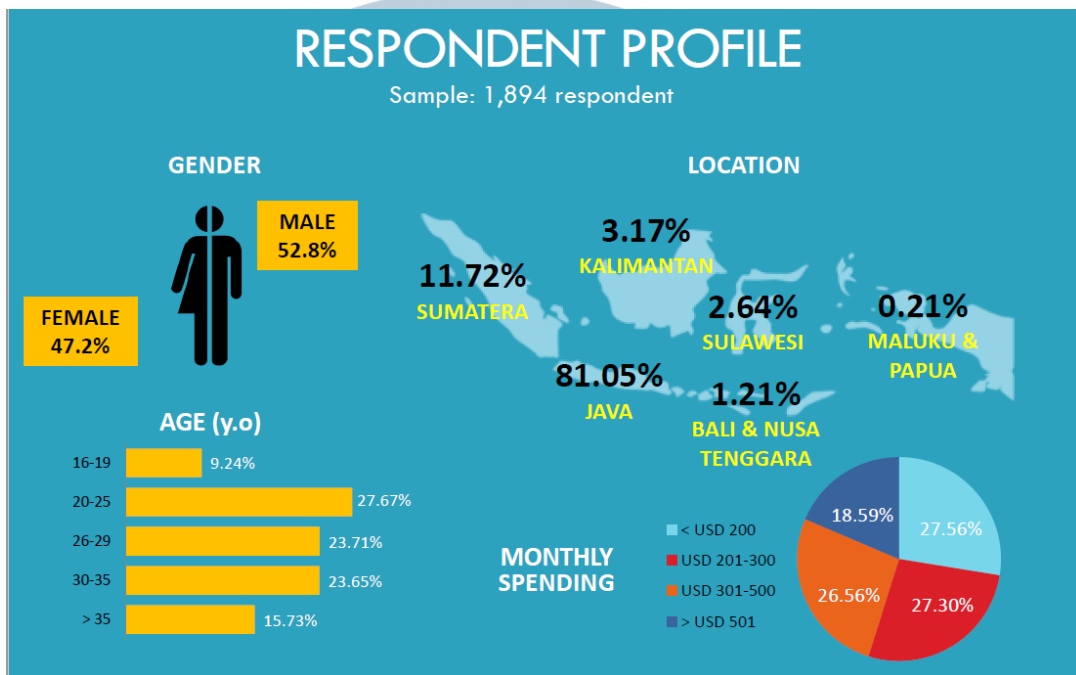
**Gambar 1.5. Peringkat Mobile Payment di Indonesia**

**Sumber:** (JakPat, 2018).

Namun, survey dari JakPat (dapat dilihat dari gambar 1.6) juga menyatakan bahwa mayoritas pengguna berumur 16-35 tahun dengan total persentase 84,27 %, sedangkan pengguna berumur diatas 35 tahun hanya 15,73% (JakPat, 2018). Generasi X merupakan generasi yang lahir di antara tahun 1961 – 1981, atau berumur 38-58 tahun (Life Course Associates, 2019).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A





**Gambar 1.6. Profil Responden JakPat**

Sumber: (JakPat, 2018).

Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan menganalisa tingkat penerimaan 2 *digital wallet* yang populer di Indonesia yaitu Go-Pay dan Ovo pada generasi X dikarenakan jumlah pengguna Go-Pay dan Ovo pada generasi X masih sedikit dan juga untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat meng-*influence* kaum generasi X untuk menggunakan fasilitas *fintech* yaitu Go-Pay dan Ovo. Wilayah yang menjadi fokus utama penelitian adalah Jabodetabek agar penyebaran data lebih efisien dan data yang diterima lebih valid.

Penelitian ini menggunakan pendekatan UTAUT dikarenakan UTAUT merupakan delapan teori model penerimaan teknologi dan UTAUT cukup tangguh

(*robust*) karena dapat di terjemahkan dalam berbagai bahasa dan dapat digunakan lintas budaya. (bendi & Andayani, 2014).

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah:

1. Bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap minat penggunaan Go-Pay dan OVO pada generasi X?
2. Bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap minat penggunaan Go-Pay dan OVO pada generasi X?
3. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap minat penggunaan Go-Pay dan OVO pada generasi X?
4. Bagaimana pengaruh *perceived security* terhadap minat penggunaan Go-Pay dan OVO pada generasi X?
5. Bagaimana pengaruh *culture* terhadap minat penggunaan Go-Pay dan OVO pada generasi X?
6. Bagaimana pengaruh keseluruhan variabel terhadap minat penggunaan Go-Pay dan OVO pada generasi X?

## 1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di subbab sebelumnya, maka batasan masalah yang muncul adalah:

1. Penelitian berfokus pada 2 *Financial Technology* di Indonesia yang berbentuk *Digital Wallet / E-Wallet* yaitu Go-Pay dan OVO.
2. Target responden valid adalah generasi X dengan *range* umur 38 tahun sampai dengan 58 tahun yang bertempat tinggal di wilayah Jabodetabek dan juga sudah pernah menggunakan *Financial Technology* Go-Pay dan Ovo.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Go-Pay dan Ovo pada kalangan generasi X dengan meninjau variabel *Performance Expectacy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Perceived Security* dan *Social Influence*.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Adanya manfaat dari penelitian ini adalah dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian mengenai *e-wallet* dan *e-payment* di Indonesia selanjutnya.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA