



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Perkembangan ekonomi tidak terlepas dari dampak globalisasi. Di era globalisasi ini, semua hal dapat berubah dan diakses dengan mudah dan cepat. *Globalization* adalah penghubung antar negara atau organisasi dalam perkembangan ekonomi terhadap produk atau jasa, model keuangan dan ilmu pengetahuan (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2017).

Ritzer (2007) menyatakan bahwa ada banyak buku dan artikel membahas tentang globalisasi, dimana globalisasi ada tiga dimensi utama yang ditetapkan, yaitu: ekonomi, politik dan budaya. Ketika suatu negara lebih erat terkait dengan jaringan perdagangan global, ia lebih terbuka pada tekanan yang berasal dari dunia di luar perbatasannya. GDP (*Gross Domestic Product*) adalah ukuran standar dari nilai tambah yang diciptakan melalui produksi barang atau jasa di suatu negara selama periode tertentu. Dengan demikian, GDP juga mengukur pendapatan yang diperoleh dari produksi itu, atau jumlah total yang dihabiskan untuk barang dan jasa akhir (OCED, 2018). Barang dan jasa yang diproduksi juga dapat mengikuti globalisasi ekonomi, maka perkembangan ekonomi negara bisa dapat melihat dari nilai GDP.

Saat ini hampir semua ekonomi negara dapat dipengaruhi oleh globalisasi. Tiongkok merupakan salah satu negara yang mempunyai penduduk yang cukup besar

dengan perkembangan ekonomi yang pesat. Ada data yang menunjukkan tingkat perkembangan ekonomi negara dalamnya peringkat satu adalah Amerika Serikat kemudian diikuti oleh negara Tiongkok. Data yang dapat digunakan untuk menunjukkan tingkat perkembangan ekonomi adalah nilai GDP negara-negara *top* sepuluh di dunia seperti yang tertera di bawah ini:

Tabel 1. 1 GDP Ranking Top Sepuluh di Dunia dari Tahun 2016 – 2018 per tahun (dalam miliar dollars)

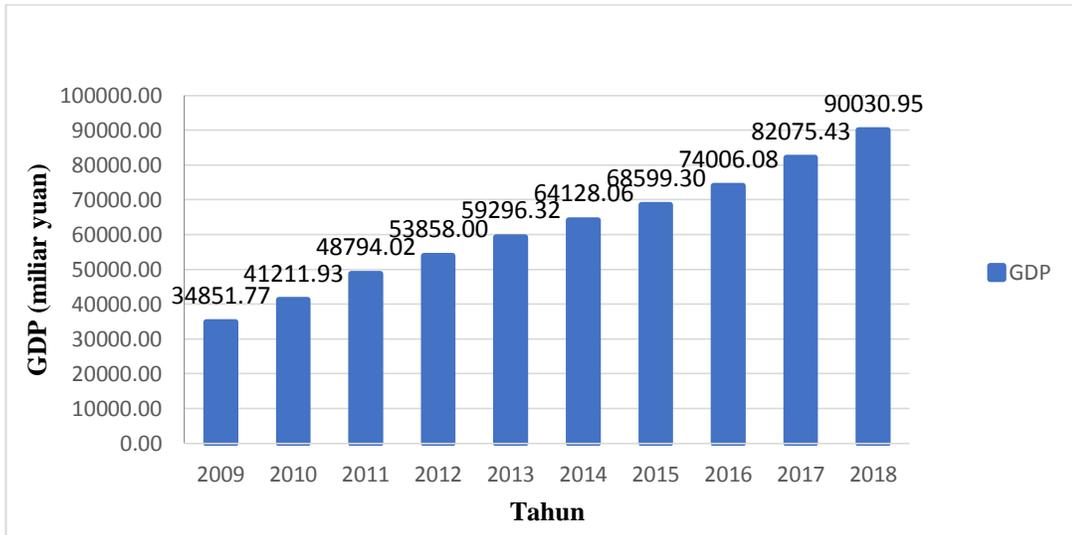
| Ranking | 2016 | | 2017 | | 2018 | |
|---------|----------------|-----------|----------------|-----------|----------------|----------|
| | Country | GDP | Country | GDP | Country | GDP |
| 1 | United States | 18,569.10 | United States | 19,485.4 | United States | 20,494.1 |
| 2 | China | 11,199.15 | China | 12,062.28 | China | 13,608.2 |
| 3 | Japan | 4,939.38 | Japan | 4,859.95 | Japan | 4,970.9 |
| 4 | Germany | 3,466.76 | Germany | 3,700.61 | Germany | 3,996.8 |
| 5 | United Kingdom | 2,618.89 | United Kingdom | 2,639.97 | United Kingdom | 2,825.2 |
| 6 | France | 2,465.45 | India | 2,652.25 | France | 2,777.5 |
| 7 | India | 2,263.52 | France | 2,587.68 | India | 2,726.3 |

| | | | | | | |
|----|--------|----------|--------|----------|--------|---------|
| 8 | Italy | 1,849.87 | Brazil | 2,053.21 | Italy | 2,073.9 |
| 9 | Brazil | 1,796.19 | Italy | 1,946.89 | Brazil | 1,868.6 |
| 10 | Canada | 1,529.76 | Canada | 1,650.19 | Canada | 1,712.5 |

Sumber :World Bank (2019) Data diolah

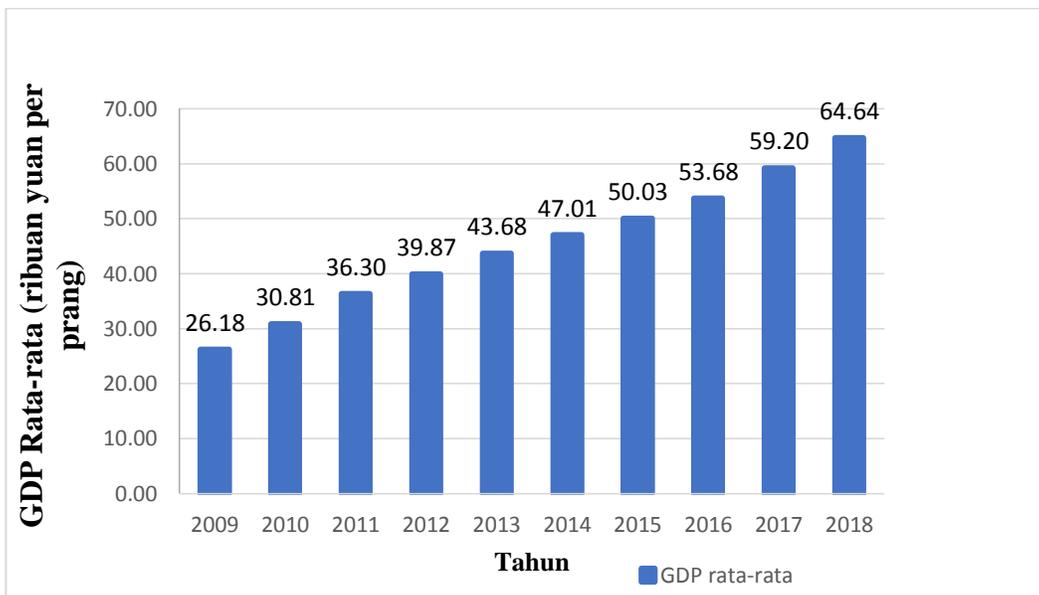
Berdasarkan tabel 1.1 bahwa dalam *ranking* GDP negara *top* sepuluh, Amerika Serikat berada di peringkat 1 dengan nilai GDP sebesar \$20,494.1 miliar *US dollars* di tahun 2018, kemudian peringkat kedua adalah diikuti negara Tiongkok sebesar \$13,608.2 miliar *US dollars* di tahun 2018. Dari tabel bahwa saat ini perkembangan ekonomi negara Tiongkok sangat cepat dan pesat. Negara Jepang di *ranking* ketiga tetapi total nilai GDP hanya sepertiga dari total GDP negara Tiongkok.

Dari tahun ke tahun, tingkat ekonomi Tiongkok meningkat, di mana saja bisa menemukan produk-produk yang bertulisan *made in China*. Berikutnya adalah data yang menunjukkan nilai GDP negara Tiongkok dari tahun 2009 sampai 2018.



Sumber : National bureau of statistics of China (2019)

Gambar 1. 1 GDP negara Tiongkok dari tahun 2009 – 2018 per tahun (dalam miliar yuan)

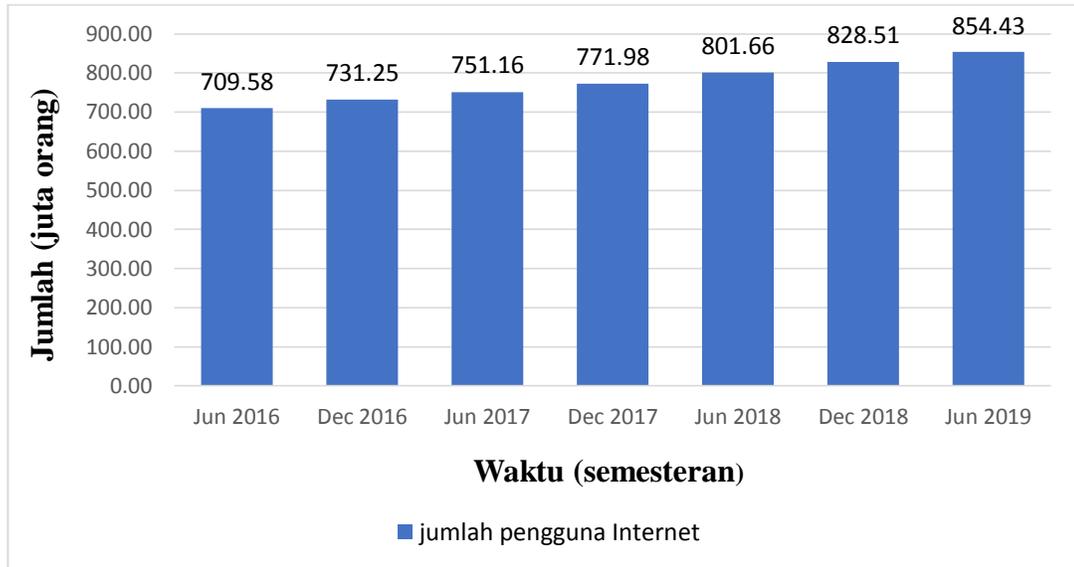


Sumber : National bureau of statistics of China (2019)

Gambar 1. 2 GDP Rata-rata negara Tiongkok dari tahun 2009 – 2018 per tahun (dalam ribuan yuan per orang)

Berdasarkan gambar 1.2 dan gambar 1.3 bahwa GDP dan GDP rata-rata negara Tiongkok dari tahun 2009 sampai 2018, setiap tahun meningkat sehingga di tahun 2018 GDP dan GDP rata-rata Tiongkok paling tinggi. Tetapi walaupun GDP seluruhan negara Tiongkok bertahun-tahun meningkat dengan cepat, tren GDP rata-ratanya masih belum terlalu miring meningkatnya dimana hal tersebut dikarena jumlah penduduk Tiongkok juga semakin meningkat.

Ekonomi suatu negara tergantung pada perkembangan teknologi informasi. Sejak tahun 2001, Tiongkok memulai masuk ke era Internet 2G, banyak *smartphone* muncul di pasar. Dengan teknologi semakin berkembang dan kebutuhan Internet semakin banyak, Tiongkok berturut-turut melalui era Internet 2G, 3G dan 4G sehingga saat ini perusahaan Huawei pertama menciptakan *smartphone* yang bisa dapat menggunakan Internet 5G, namun Tiongkok mulai era 5G. Berikutnya adalah data pengguna Internet dan pengguna *smartphone* dari tahun 2016 sampai tahun 2019:



Sumber : China Internet Network Information Center (2019)

Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Internet di Tiongkok dari Tahun 2016– 2019 per semester (dalam juta orang)

Berdasarkan gambar 1.3 bahwa dari bulan Juni tahun 2016 sampai bulan Juni tahun 2019, pengguna Internet di Tiongkok terus-menerus meningkat, maka dengan jumlah pengguna Internet yang semakin banyak, peluang bisnis di bidang digital teknologi semakin besar, karena permintaan atau kebutuhan dari konsumen Tiongkok semakin banyak. Salah satu peluang besar adalah bisnis smartphone, berikutnya adalah jumlah pengguna smartphone dari bulan Juni tahun 2016 hingga bulan Juni tahun 2019:



Sumber : China Internet Network Information Center (2019)

Gambar 1. 4 Jumlah Pengguna Smartphone dari Tahun 2016 – 2019 per semester (dalam juta orang)

Kemudian dari gambar 1.4 dapat dilihat jumlah pengguna *smartphone* juga dapat terus menerus meningkat dari bulan Juni 2016 sampai Juni 2019, maka persaingan di pasar *smartphone* semakin banyak, perkembangan teknologi semakin pesat dan cepat, variasi *smartphone* yang seperti fungsi, warna, desain dan lain-lainnya semakin banyak, kemudian untuk bersaing dalam pasar *smartphone* maka variasi *smartphone* memperbarui semakin cepat. Oleh karena itu, banyak dampak yang muncul seperti harga *smartphone* rata-rata terjangkau untuk dikonsumsi penduduk Tiongkok. Maka dengan era digital saat ini, semua *smartphone* bisa dapat digunakan untuk mengakses Internet.

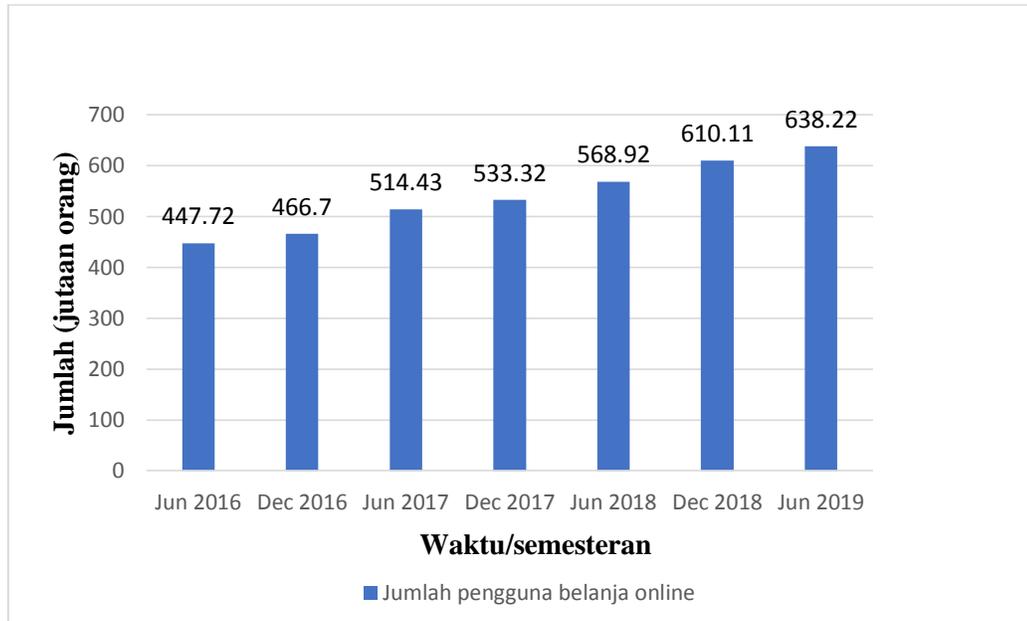
Perkembangan teknologi jaringan informasi juga telah memberikan peluang kewirausahaan yang baik untuk industri-industri baru yang muncul di negara Tiongkok. Berikutnya adalah 8 jenis aplikasi baru yang muncul karena perkembangan teknologi:

Tabel 1. 2 Jumlah Pengguna 8 jenis aplikasi baru dari Des 2018 sampai Juni 2019 (dalam juta orang)

| Jenis Apps | Jumlah Pengguna jenis aplikasi (juta orang) | |
|-------------------------|---|----------|
| | Jun 2019 | Des 2018 |
| <i>Mobile Payment</i> | 633.05 | 600.40 |
| Belanja Online | 638.82 | 610.11 |
| <i>Reservasi Travel</i> | 418.15 | 410.01 |
| <i>Online Ordering</i> | 421.18 | 406.01 |
| <i>Live streaming</i> | 433.22 | 396.76 |
| <i>Network Car</i> | 339.15 | 332.82 |
| <i>Short Video</i> | 647.64 | 647.98 |
| <i>Internet Finance</i> | 169.72 | 151.38 |

Sumber : China Internet Network Information Center (2019)

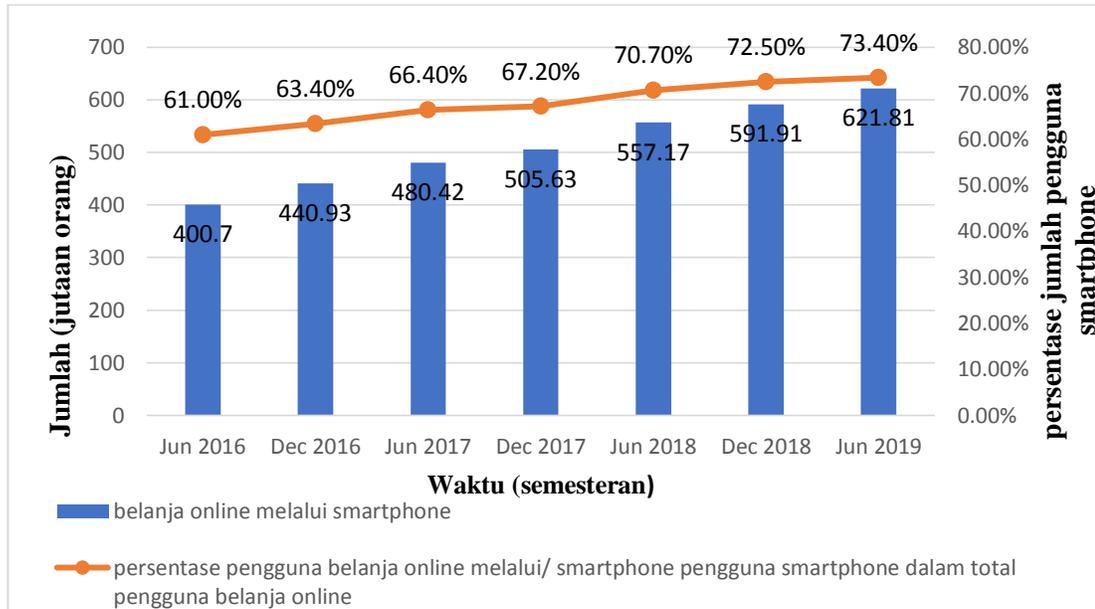
Dari data jumlah pengguna 8 jenis aplikasi baru mendapatkan bahwa dengan perkembangan internet yang pesat, peluang untuk para wirausaha menjadi sangat besar. Dalam tabel 1.2 menyatakan bahwa jumlah pengguna jenis aplikasi di sektor *e-commerce* cukup besar sebesar 638,82 juta orang. Salah satu yang sangat terkenal adalah Group Alibaba, dimana Alibaba memiliki sebuah *platform e-commerce* Taobao. Taobao diciptakan pada tahun 2003, penduduk Tiongkok pada saat itu mulai mengenai belanja online (Lowrey, 2016). Dari awal memulai belanja online hanya melalui *website* dengan menggunakan komputer, lalu sejak teknologi dan Internet berkembang, *smartphone* juga bisa dapat menggunakan aplikasi platform belanja online. Saat ini jumlah pengguna *smartphone* semakin banyak, jumlah belanja online dengan menggunakan *smartphone* juga semakin banyak seperti data berikut yang ditampilkan:



Sumber : China Internet Network Information Center (2019)

Gambar 1. 5 Jumlah pengguna belanja online dari Tahun 2016 – 2019 per semester (dalam jutaan orang)

Gambar 1.5 menyatakan bahwa jumlah pengguna untuk belanja online dari bulan Juni tahun 2016 hingga bulan Juni tahun 2019 terus-menerus meningkat, sehingga di bulan Juni 2019 jumlah pengguna untuk belanja online adalah 638,22 juta orang.

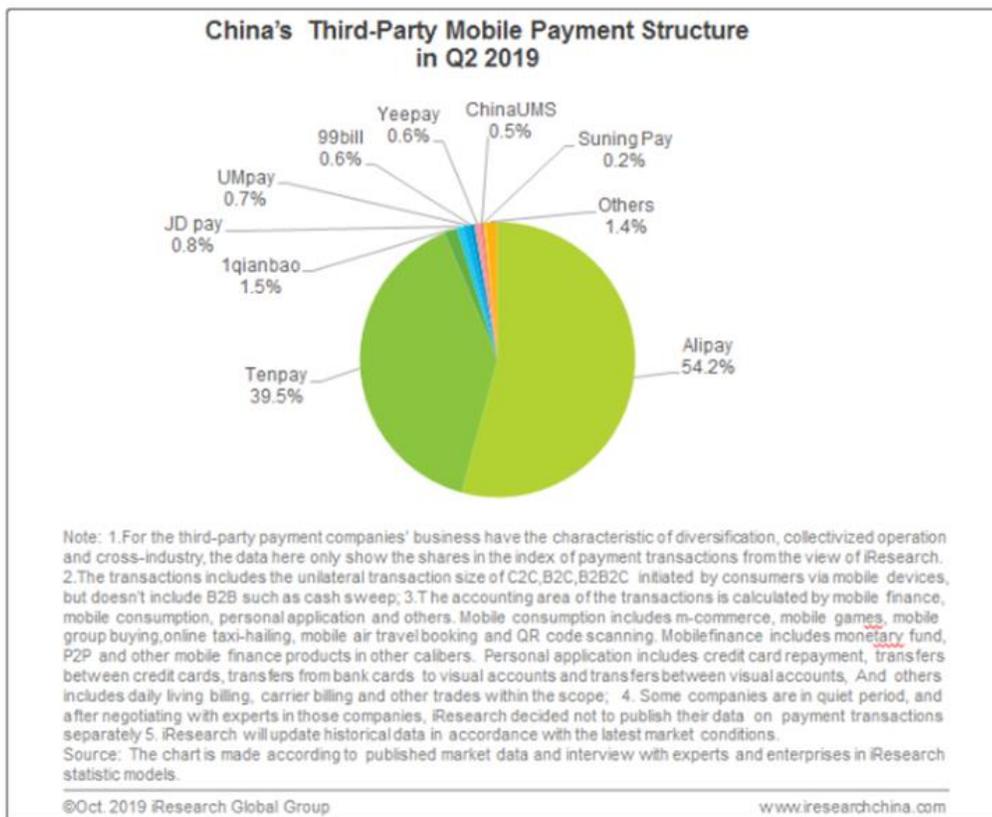


Sumber : China Internet Network Information Center (2019)

Gambar 1. 6 Jumlah belanja online melalui smartphone dari tahun 2016-2019 per semester (dalam jutaan orang)

Dari gambar 1.5 pengguna Internet Tiongkok bertahun ke tahun meningkat, dimana dari gambar 1.6 menyatakan pengguna belanja online yang melakukan belanja online melalui *smartphone* juga semakin banyak, sehingga di bulan Juni tahun 2019 jumlah penggunanya paling banyak sebesar 621,81 juta orang, dimana jumlah pengguna tersebut adalah 73,40% dari total jumlah pengguna belanja online di bulan Juni tahun 2019. Namun dalam proses belanja online, semua transaksinya tidak dapat dipisahkan dari langkah terakhir yaitu pembayaran. Dengan kehadiran Taobao dan perkembangannya, Alibaba menciptakan sebuah *mobile payment* yang bernama Alipay dimana Alipay sebelumnya merupakan sebuah unit operasional kemudian

dapat dilepas dan menjadi sebuah aplikasi pada tahun 2004 (Lowrey, 2016). Alipay mempermudah pembayaran belanja online di Taobao, sehingga saat ini sudah berdampak besar dimana cara pembayaran pengguna belanja online maupun offline dari menggunakan cash sehingga menjadi *cashless*.



Sumber: iResearch Global (2019)

Gambar 1. 7 Struktur mobile payment di kuartar ke 2 tahun 2019

Dari gambar 1.7 yang dapat dari iResearch Global menyatakan bahwa saat ini mobile payment sudah sering digunakan dimana yang banyak digunakan adalah

wechat pay dan Alipay, dimana Alipay paling banyak digunakan dengan bobotnya sebesar 54,2% dan Tenpay di peringkat kedua dengan bobotnya sebesar 39.5%.

Sebagai salah satu perusahaan pertama yang memasuki pasar, Alipay, dengan sejarah 13 tahun, sebenarnya satu-satunya pemimpin di bidang pembayaran mobile Tiongkok. Pada tahun 2014, ia memiliki 80% dari nilai transaksi Tiongkok. Namun, aplikasi ini dengan cepat mentransfer wilayah ke pesaing barunya yaitu WeChat Pay. Pada kuartal pertama 2017, pangsa pasar Alipay turun menjadi 54%, sementara WeChat Pay menyumbang 40%. WeChat Pay lahir pada Agustus 2013. Keberhasilannya di Tiongkok sebagian besar disebabkan oleh perluasan WeChat, jaringan sosial dan alat pengiriman pesan instan, yang menjamin penggunaan frekuensi tinggi oleh pengguna. Di sisi lain, Alipay awalnya diciptakan untuk memberikan solusi pembayaran untuk platform e-commerce Alibaba, sehingga penggunaannya lebih jarang karena orang hanya membutuhkan Alipay ketika mereka perlu membayar. Selain itu perang amplop merah antara WeChat dan Alipay adalah contoh yang bagus tentang bagaimana persaingan akan membentuk hubungan mereka di dalam negeri. Alasan yang sama ini juga merupakan kekuatan pendorong bagi upaya Alipay yang tak ada habisnya untuk menjelajahi fitur jejaring sosial, meskipun sebagian besar dari mereka gagal mengklik dengan pengguna (Sohu, 2017). Dengan berita dan info dari polisi China bahwa dengan perang amplop tersebut muncul banyak cara untuk mengumpulkan tulisan “福” sebanyak lima, tetapi hal tersebut juga dapat berikan kesempatan untuk penipu.

Maka peneliti akan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi *continuance intention* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay dengan judul penelitian “Pengaruh *perceived usefulness, perceived ease of use, trust, attitude, satisfaction* terhadap *continuance intention* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay” .

1.2 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa batasan-batasan yang diberikannya:

1. Variabel independen yang dapat digunakan didalam penelitian adalah:
 - a. *Perceived usefulness*
 - b. *Perceived ease of use*
 - c. *Trust*
 - d. *Attitude*
 - e. *Satisfaction*
2. Objek penelitian ini adalah penduduk Tiongkok yang sudah pernah menggunakan Alipay dan sudah mempunyai akun Alipay.
3. Waktu untuk memproses penelitiannya dari bulan Oktober hingga bulan Desember.
4. Kuesioner dalam penelitian ini dapat disebarakan melalui survei secara online.

1.3 Berdasarkan latar belakang tersebut, maka masalah-masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.
2. Pengaruh *perceived ease-of-use* terhadap *attitude* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.
3. Pengaruh *trust* terhadap *attitude* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.
4. Pengaruh *attitude* terhadap *satisfaction* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.
5. Pengaruh *satisfaction* terhadap *continuance intention* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ditulis di atas, tujuan dalam penelitian ini diharapkan oleh peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease-of-use* terhadap *attitude* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.
3. Untuk mengetahui pengaruh *trust* terhadap *attitude* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.
4. Untuk mengetahui pengaruh *attitude* terhadap *satisfaction* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.

5. Untuk mengetahui pengaruh *satisfaction* terhadap *continuance intention* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti berharap bisa terdapat beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi bidang akademik

Penelitian ini akan dapat meluaskan wawasan dan menambah ilmu pengetahuan mengenai pengaruh *perceived usefulness, perceived ease of use, trust, attitude, satisfaction* terhadap *continuance intention* konsumen dalam menggunakan aplikasi Alipay.

2. Manfaat bagi dunia bisnis

Hasil penelitian ini akan membantu perusahaan Alibaba dalam melakukan evaluasi atas kekurangannya dari aplikasi Alipay dan bagi pembangun bisnis, hasil penelitian ini juga bisa menjadi salah satu contoh atau bahan materi untuk pembuatan aplikasi *mobile payment*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab yang terdiri dari:

BAB I: PENDAHULUAN

Langkah awal dalam penulisan laporan ini dimulai dengan penulisan BAB I pendahuluan. Dimana pada BAB I dalam penulisan laporan ini, terdiri

dari latar belakang penelitian dari penelitian yang diangkat. Latar belakang dalam penulisan laporan ini, menjelaskan dari gambaran umum menjadi lebih terperinci. Latar belakang dalam penulisan laporan ini juga memuat tentang permasalahan, yang kemudian dijelaskan lebih detail dalam penulisan laporan pada rumusan penelitian, batasan penelitian, manfaat yang diharapkan dari penulisan laporan hasil penelitian, serta sistematika penulisan laporan hasil penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Langkah selanjutnya setelah BAB II pendahuluan selesai, langkah berikutnya dalam penulisan laporan hasil penelitian adalah BAB II yang membahas tentang konsep penelitian. Dimana konsep penelitian pada penulisan laporan ini dipaparkan atau dijelaskan dengan landasan dasar teori. Konsep penelitian, kemudian juga dijelaskan dengan model penelitian yang digunakan dalam penulisan hasil laporan. Selain itu pada BAB II ini juga disertai dengan pembentukannya hipotesis atau dugaan untuk menjadi tolak ukur dalam penelitian. Hipotesis dalam penulisan hasil laporan dalam BAB II ini bersumber dari literatur, buku, dan jurnal. Oleh karena itu, pada bagian BAB II penulisan hasil laporan juga perlu sertakan penelitian terdahulu.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Tahap ketiga yang dibutuhkan dalam penulisan hasil laporan adalah menguraikan gambaran umum mengenai kerangka penelitian yang dilengkapi dengan penjelasan: desain penelitian yang digunakan dalam penelitian, prosedur penelitian yang digunakan, populasi dan sampel sebagai sumber data dalam penelitian, variabel penelitian, metode pengumpulan data, dan metode yang digunakan dalam melakukan analisis data.

Bab ini berisi tentang uraian metode penelitian yang berisi populasi dan sampel, sumber data, variabel penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Tahap keempat dalam penulisan hasil penelitian adalah BAB IV yang membahas mengenai pengelolaan data dan hasil analisis data, yang didapatkan dari model penelitian yang terdapat pada BAB II. Selain itu BAB IV pada penulisan hasil penelitian ini juga menjelaskan bagaimana hasil penelitian ini dapat menjawab permasalahan pada rumusan masalah yang menjadi acuan dasar penelitian.

Bab ini membahas mengenai pengolahan dan hasil analisis data berdasarkan model penelitian pada BAB II, dan menjelaskan bagaimana hasil penelitian dapat menjawab permasalahan pada rumusan masalah.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Tahap terakhir pada penulisan laporan hasil penelitian adalah BAB V yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi pokok-pokok atau inti yang didapatkan dalam penulisan hasil laporan ini. Setelah membuat kesimpulan, langkah penulisan hasil penelitian berikutnya adalah memberikan saran. Saran yang diberikan kiranya memiliki dampak implikasi yang dekat dengan realitas. Sehingga membuat penelitian ini lebih nyata dan dapat berguna implikasinya terhadap akademis dan praktis.

Bab ini membahas mengenai simpulan dari hasil penelitian ini dan saran untuk penelitian selanjutnya..