

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

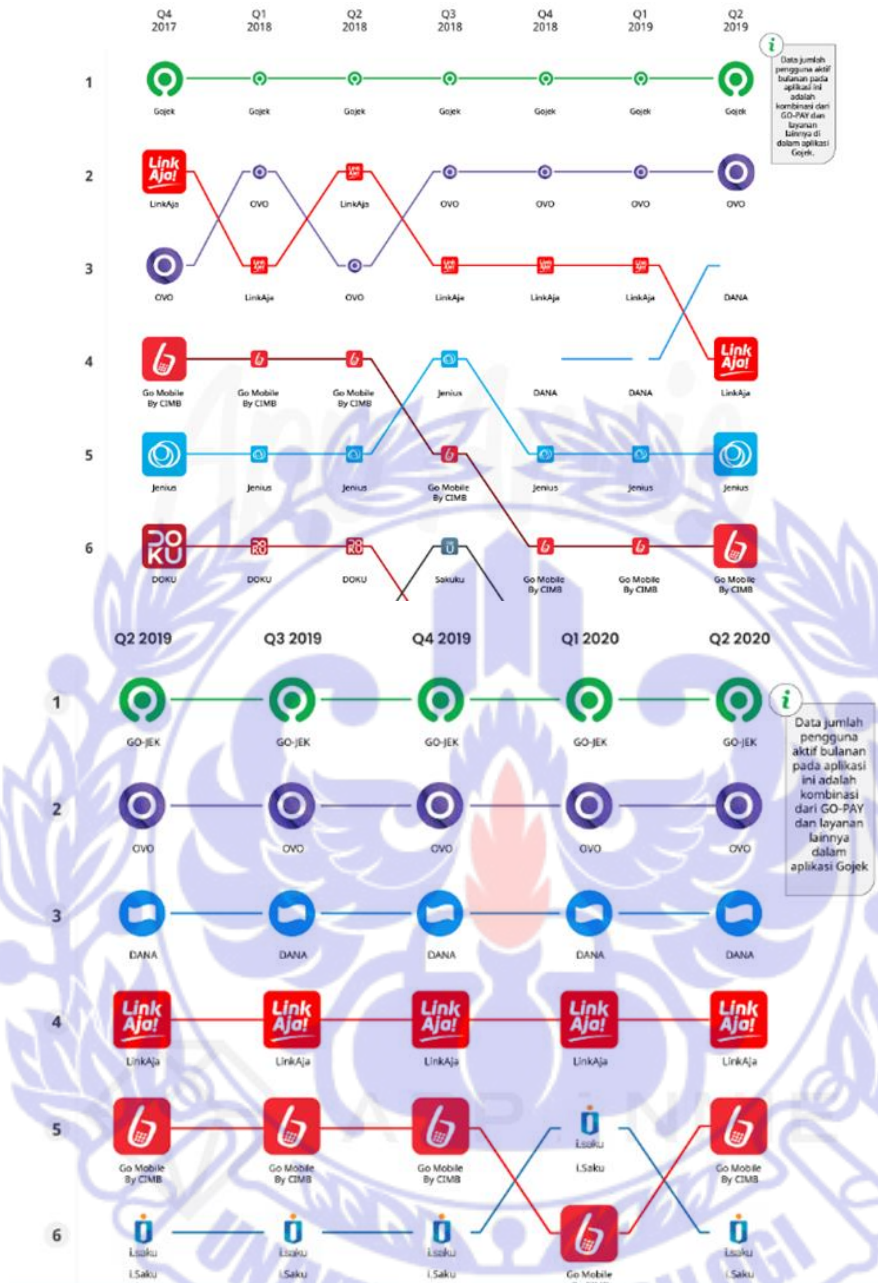
Kemajuan teknologi telah mempengaruhi perubahan gaya hidup masyarakat salah satunya dapat dilihat dari semakin meningkatnya pertumbuhan layanan E-Wallet. Berdasarkan data (Bank Indonesia, 2023), uang elektronik yang beredar telah mencapai 772,57 juta unit pada November 2022. Jumlah tersebut meningkat 34,28% dari posisi akhir 2021.

LinkAja sebagai dompet digital milik BUMN sebelumnya bernama Telkomsel Cash atau TCASH diluncurkan 2007, dimana pada gambar 1.1 aplikasi yang tertulis dengan nama T CASH ini berhasil menduduki peringkat ke 2 dalam kategori jumlah pengguna terbanyak pada segmen mobile apps di Indonesia pada tahun 2017.



**Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Aplikasi Mobile Payment di Indonesia Di
Tahun 2017**

Sumber: Dailysocial, 2020



Gambar 1.2 Tingkat Persaingan Aplikasi Dompet Digital Di Indonesia

Sumber: Statistik Dompet Digital | (Iprice, 2020)

Perkembangan LinkAja seperti pada gambar 1.1 tidak bertahan lama karena seperti yang ditunjukkan gambar 1.2 terdapat indikasi penurunan minat dimana peringkat pada jumlah pengguna aktif LinkAja yang didapatkan dari (Iprice, 2020), seiring berjalannya waktu terus mengalami penurunan sehingga posisi LinkAja berubah menjadi peringkat ke 4 di kuartal dua pada tahun 2019 hingga kuartal 2 2020, dikalahkan oleh

tingginya peningkatan jumlah pengguna OVO dan GOPAY dan perusahaan e-wallet yang baru muncul pada akhir tahun 2018 yaitu DANA.

Penelitian terkait minat telah dianalisa, diantaranya oleh (Yanto, 2020); (Utami, 2017). Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan sebelumnya dan melihat penelitian lain terkait minat, maka peneliti ingin membuat kebaruan penelitian dengan melakukan analisa terkait faktor yang mempengaruhi penurunan minat pada aplikasi domper digital, dengan pembaruan analisa terhadap dompet digital LinkAja dimana analisis ini dilakukan di wilayah DKI Jakarta.

Menurut (Yanto, 2020) minat merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu, seseorang dapat melakukan sesuatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya. Ketika seseorang beranggapan bahwa sesuatu itu dapat memberikan manfaat, maka akan timbul minat pada diri seseorang itu, lalu hal tersebut akan mendatangkan sebuah kepuasan dengan manfaat yang telah diperolehnya, maka ini dapat diartikan minat berhubungan dengan nilai-nilai yang membuat seseorang mempunyai pilihan dalam hidupnya. Penelitian yang dilakukan oleh (Agustin, 2020) menunjukan adanya pengaruh yang signifikan antara reputasi terhadap minat beli produk skincare di Shopee, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Cahyono dan Rahmawanti, 2022) menunjukan hasil variabel reputasi tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat masyarakat menabung pada PT Bank Syariah Indonesia KCP Bung Tomo. Penelitian yang dilakukan oleh (Yanto, 2020) menunjukan hasil bahwa keamanan berpengaruh terhadap Minat penggunaan aplikasi OVO, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Mukhtisar, dkk., 2021) menunjukan hasil variabel Keamanan tidak berpengaruh terhadap variabel minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking.

LinkAja dalam melakukan promosi sesuai yang dikatakan oleh Direktur Marketing LinkAja Edward Kilian Suwignyo, tidak mengandalkan strategi bakar uang seperti yang dilakukan kompetitornya (cnbcindonesia, 2020). Walaupun LinkAja telah melakukan berbagai promosi guna manaikan penggunaan seperti memberikan cashback, Gratis biaya antar pembelian delivery McDonald, promo cashback transportasi mudik menggunakan Kereta Api (linkaja.id, 2023). Namun promosi yang diberikan ini tidak sebanding dengan yang dilakukan oleh kompetitornya. Penelitian yang dilakukan oleh (Irawan, dkk., 2021) menunjukan hasil variabel Promosi berpengaruh secara parsial

terhadap minat wisatawan berkunjung di Wisata Edukasi Gondang (WEGO) Lamongan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Musthofa dan Musfiroh, 2022) memberikan hasil Promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menabung siswa pada Bank Syariah.

Semakin berkembang industri dompet digital juga diikuti dengan tingginya risiko, terutama dalam hal keamanan. Beberapa waktu lalu terdapat gangguan keamanan dompet digital yakni deputi gubernur senior Bank Indonesia (BI) Destry Damayanti yang mengungkapkan adanya kasus pembobolan saldo cukup besar yang dialami oleh penyelenggara dompet digital di Indonesia (cnbcindonesia, 2020).

LinkAja sebagai salah satu dompet digital yang ada di Indonesia tidak lepas dari laporan keluhan-keluhan para penggunanya seperti yang dikutip dalam idntimes dan mediakonsumen.com diantaranya terjadi pada 2022 dan Mei 2023, dimana LinkAja tercatat telah beberap kali mengalami laporan gangguan seperti yang dapat ditemukan dalam situs online di Indonesia, keluhan yang dilaporkan antara lain adalah kendala transaksi, transfer hingga tarik saldo. Selain dalam masalah laporan gangguan reputasi LinkAja juga mendapat gangguan karena pada tahun 2023 LinkAja tersangkut Masalah Gagal Bayar (kontan.co.id).

Dalam melakukan transaksi keuangan menggunakan dompet digital, kepercayaan menjadi hal yang sangat penting. Masalah-masalah yang terjadi seperti misalnya dalam hal risiko privasi dimana terdapat kasus penyalahgunaan data pengguna dompet digital untuk kepentingan pribadi karyawan perusahaan dompet digital tersebut (tirto.id, 2020), masalah seperti ini tentu dapat menurunkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan layanan dompet digital. Penelitian yang dilakukan oleh (Rodiah dan Melati, 2020) menunjukkan hasil kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial menggunakan e-wallet. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Noviyanti dan Erawati, 2021) memberikan hasil tidak ada pengaruh antara kepercayaan dengan minat menggunakan financial technology.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti menjadi tertarik untuk melakukan analisis yang bertujuan untuk menganalisa hubungan Promosi, Keamanan, dan Reputasi terhadap Minat dengan dimediasi oleh Kepercayaan. Dalam penulisan ini peneliti tertarik untuk mengkaji secara lebih jauh dengan mengadakan penelitian yang diberi judul: **“Pengaruh Promosi, Keamanan Dan Reputasi Terhadap Minat Penggunaan Dompet Digital**

Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Dompot Digital Linkaja Di Jakarta)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, objek penelitian ini aplikasi LinkAja yang merupakan salah satu perusahaan dompet digital di Indonesia, dan identifikasi masalah dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Perkembangan LinkAja tidak bertahan lama karena terdapat indikasi penurunan minat dimana peringkat pada jumlah pengguna aktif LinkAja seiring berjalannya waktu terus mengalami penurunan sehingga posisi LinkAja berubah menjadi peringkat ke 4 di kuartal dua pada tahun 2019 hingga kuartal 2 2020 dimana sebelumnya pada kuartal 4 2017 berada diposisi ke-2, dikalahkan oleh tingginya peningkatan jumlah pengguna OVO dan GOPAY dan perusahaan dompet digital yang baru muncul pada akhir tahun 2018 yaitu DANA (Iprice, 2020).
2. LinkAja dalam melakukan promosi sesuai yang dikatakan oleh Direktur Marketing LinkAja Edward Kilian Suwignyo, tidak mengandalkan strategi bakar uang seperti yang dilakukan kompetitornya (cnbcindonesia, 2020).
3. Beberapa waktu lalu terdapat gangguan keamanan dompet digital yakni deputi gubernur senior Bank Indonesia (BI) Destry Damayanti yang mengungkapkan adanya kasus pembobolan saldo cukup besar yang dialami oleh penyelenggara dompet digital di Indonesia (cnbcindonesia, 2020).
4. Reputasi LinkAja mendapat gangguan karena pada tahun 2023 LinkAja tersangkut Masalah Gagal Bayar (kontan.co.id), selain itu terdapat laporan keluhan-keluhan para penggunanya seperti yang dikutip dalam idntimes dan mediakonsumen.com, keluhan yang dilaporkan antara lain adalah kendala transaksi, transfer hingga tarik saldo.
5. Masalah-masalah yang terjadi seperti misalnya dalam hal risiko privasi dimana terdapat kasus penyalahgunaan data pengguna dompet digital untuk kepentingan pribadi karyawan perusahaan dompet digital tersebut (tirto.id, 2020), dapat menurunkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan layanan dompet digital.

1.3 Batasan Masalah

Adapun masalah yang akan diuraikan oleh peneliti ialah sebagai berikut:

1. Variable yang diteliti adalah Promosi, Keamanan, Reputasi, Kepercayaan, dan Minat.
2. Objek penelitian ini adalah pengguna aplikasi dompet digital LinkAja di DKI Jakarta.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka penelitian ini merumuskan masalah yaitu:

1. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Kepercayaan penggunaan dompet digital LinkAja?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Minat penggunaan dompet digital LinkAja?
3. Apakah Keamanan berpengaruh terhadap Kepercayaan penggunaan dompet digital LinkAja?
4. Apakah Keamanan berpengaruh terhadap Minat penggunaan dompet digital LinkAja?
5. Apakah Reputasi berpengaruh terhadap Kepercayaan penggunaan dompet digital LinkAja?
6. Apakah Reputasi berpengaruh terhadap Minat penggunaan dompet digital LinkAja?
7. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat penggunaan dompet digital LinkAja?
8. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Minat dengan dimediasi oleh Kepercayaan penggunaan dompet digital LinkAja?
9. Apakah Keamanan berpengaruh terhadap Minat dengan dimediasi oleh Kepercayaan penggunaan dompet digital LinkAja?
10. Apakah Reputasi berpengaruh terhadap Minat dengan dimediasi oleh Kepercayaan penggunaan dompet digital LinkAja?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti menentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan Promosi terhadap Kepercayaan penggunaan dompet digital LinkAja.
2. Untuk mengetahui hubungan Promosi terhadap Minat penggunaan dompet digital LinkAja.

3. Untuk mengetahui hubungan Keamanan terhadap Kepercayaan penggunaan dompet digital LinkAja.
4. Untuk mengetahui hubungan Keamanan terhadap Minat penggunaan dompet digital LinkAja.
5. Untuk mengetahui hubungan Reputasi terhadap Kepercayaan penggunaan dompet digital LinkAja.
6. Untuk mengetahui hubungan Reputasi terhadap Minat penggunaan dompet digital LinkAja.
7. Untuk mengetahui hubungan Kepercayaan terhadap Minat penggunaan dompet digital LinkAja.
8. Untuk mengetahui hubungan Promosi terhadap Minat dengan dimediasi oleh Kepercayaan penggunaan dompet digital LinkAja.
9. Untuk mengetahui hubungan Keamanan terhadap Minat dengan dimediasi oleh Kepercayaan penggunaan dompet digital LinkAja.
10. Untuk mengetahui hubungan Reputasi terhadap Minat dengan dimediasi oleh Kepercayaan penggunaan dompet digital LinkAja.

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memiliki harapan bahwa penulisan tesis ini dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun masyarakat. Adapun manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi manfaat praktis dan teoritis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan ilmu pengetahuan yang menyangkut minat penggunaan terhadap beberapa faktor seperti promosi, keamanan, reputasi, dan kepercayaan. serta penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam mencari pengaruh minat penggunaan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran kepada perusahaan untuk menentukan strategi yang tepat dalam meningkatkan minat penggunaan dompet digital kedepannya dikarenakan kebutuhan akan pembayaran yang praktis juga semakin meningkat.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tesis ini akan dijelaskan secara merinci menjadi enam bab sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini akan membahas tentang uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah yang akan dibahas, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan penjelasan sistematika penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang teori yang digunakan dalam menjelaskan pengertian dasar Minat, Kepercayaan, Promosi, Keamanan, dan Reputasi serta menguraikan penelitian terdahulu yang digunakan dalam perumusan hipotesis serta *research gap* dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

BAB III: Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

Bab ini akan menjelaskan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini serta pengembangan hipotesis.

BAB IV: Metode Penelitian

Bab ini akan menjelaskan secara mendalam tentang metodologi penelitian yang dilakukan, melalui pembahasan pendekatan penelitian yang digunakan, jenis penelitian, jenis data yang digunakan, populasi dan sampel, cara memperoleh sampel, teknik analisis data dan variabel penelitian yang digunakan.

BAB V: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini akan menguraikan tentang hasil pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini, membuat perincian tentang gambaran umum sampel yang digunakan, serta pembahasan yang berkaitan dengan variabel penelitian.

BAB VI: Kesimpulan dan Saran

Bab ini menjelaskan tentang pokok dari kesimpulan hasil penelitian dan saran yang dapat dijadikan bahan evaluasi maupun pedoman penulis selanjutnya dalam menyusun penelitian yang lebih mendalam.