

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi, khususnya dibidang keuangan dengan munculnya keuangan digital atau *financial technology (Fintech)* yang berkembang pesat membuat perubahan yang sangat besar. Perubahan itu nantinya diharapkan membantu segala macam aktivitas dalam kehidupan manusia di berbagai aspek dan bidang agar menjadi lebih efisien. Berbagai macam aktivitas manusia sangat membutuhkan alat tukar pembayaran yang dapat digunakan untuk alat pembayaran, serta memiliki manfaat yang dapat dirasakan oleh Manusia dalam membantu menjalankan seluruh aktivitas.

Kini para konsumen memiliki banyak pilihan dalam memilih produk yang sesuai dengan aktivitasnya khususnya dalam memilih produk layanan keuangan. Uang selain sebagai alat tukar, seiring perkembangan zaman saat ini juga berubah bentuk dari uang kertas atau koin kini berubah menjadi uang digital atau disebut juga *financial technology*. *Financial technology* saat ini menjadi salah satu potensi besar bagi pelaku bisnis yang ingin mendapatkan keuntungan dengan memanfaatkan perkembangan *fintech* yang ada. Salah satunya layanan keuangan melalui system digital atau *fintech* yaitu produk DANA yang cukup mendominasi *fintech* di Indonesia saat ini.

Dalam perkembangannya, *fintech* akan menggantikan peran uang kertas dan uang koin dalam system alat pembayaran. *Fintech* diyakini lebih praktis dan lebih aman dibandingkan uang kertas maupun uang koin. *Fintech* dalam menjalankan dunia bisnis tidak sendiri, cara yang digunakan agar dapat berkembang dengan cepat yaitu dengan mengajak pelaku bisnis e-commerce dan star-up.

Menurut Charisma Albanjar (liputan6.com), DANA atau (Dompet Digital Indonesia) merupakan layanan pembayaran digital berbasis open platform. DANA dapat digunakan untuk berbagai transaksi pembayaran e-commerce dengan cara mengisi saldo digital DANA. Dana diluncurkan resmi di Indonesia pada 5 Desember 2018. Dompet digital DANA buatan Indonesia ini dirancang untuk dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia dari berbagai latar belakang hingga dunia usaha baik online maupun offline.

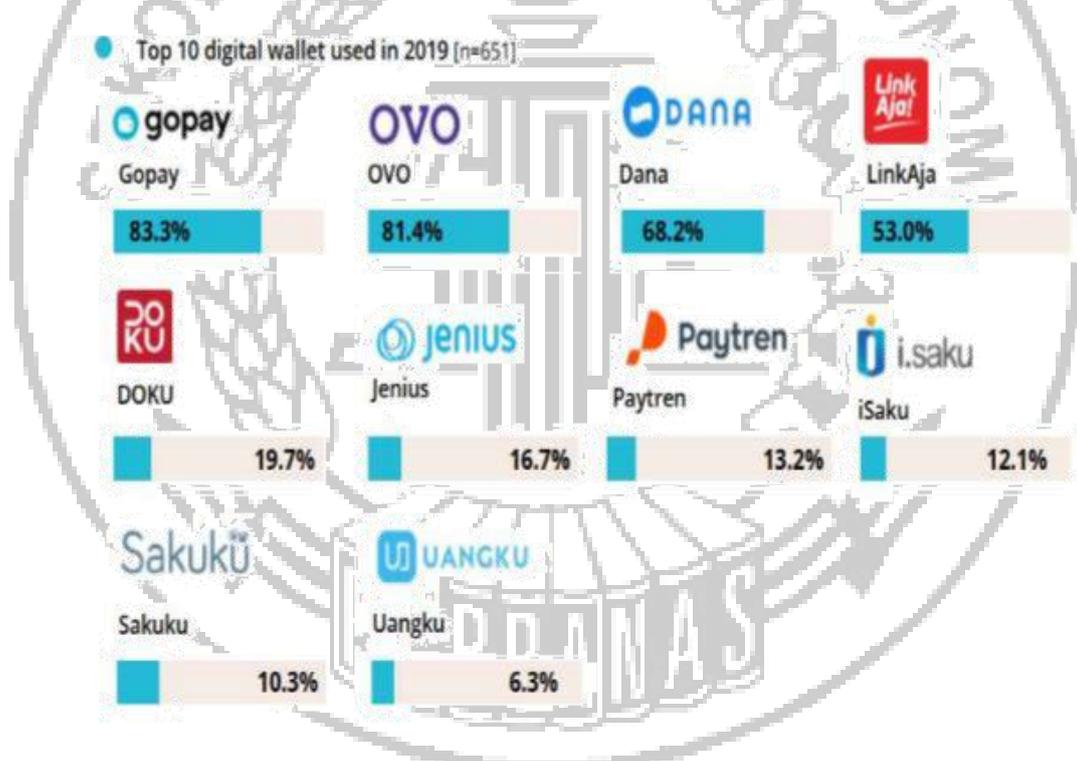
Chef Communication Officer DANA menjelaskan bahwa kehadiran DANA tidak mengancam kedaulatan keuangan Republik Indonesia karena DANA bukanlah e-money asing (Arthur Gideon, liputan6.com/2018). Dompet digital DANA menggunakan bank domestic dalam melakukan transaksinya sehingga tidak ada aliran dana dari Indonesia ke Luar Indonesia agar tidak terjadi penguasaan dan pengendalian yang dilakukan oleh pihak asing yang dapat membahayakan kestabilan perputaran ekonomi Indonesia. Dalam waktu dekat, DANA menargetkan untuk mengaet lebih banyak mitra yang saling berintegrasi dengan DANA sebagai bagian dari layanan pembayaran mereka.

Dari seluruh Pelayanan yang ditawarkan oleh produk DANA, semua mengarah kepada konsumen yang secara langsung ataupun tidak langsung yaitu pada niat menggunakan kembali dari para konsumen atau pengguna DANA. Konsumen DANA yang mulai berkembang banyak menggunakan layanan yang ditawarkan DANA secara terus menerus, walaupun masih dianggap baru produk *Fintech* DANA mempengaruhi pola pikir konsumen dari yang suka membawa uang dalam jumlah banyak di dalam dompetnya kini beralih menggunakan DANA yang diyakini lebih efisien dan lebih aman.

Fitur-fitur yang ditawarkan DANA dalam layanannya juga menjadi daya tarik sehingga dapat menarik perhatian konsumen lebih banyak lagi. Selain itu, DANA dalam promosinya juga menanamkan pemahaman atau edukasi tentang pentingnya memilih alat pembayaran yang efisien dan aman kepada konsumennya sehingga hal tersebut merubah pandangan konsumen mengenai uang digital. Melalui takelineranya “Dengan DANA, mau bayar apapun jadi semudah lewat sentuhan jari”, hal itu menunjukkan bahwa dengan menggunakan DANA transaksi apapun lebih praktis, aman, dan lebih cepat mulai dari pembayaran tagihan, transaksi barcode scan hingga pembayaran e-commerce lainnya dengan teknologi keamanan tingkat dunia yang diawasi selama 24 jam melalui sistem jaringan yang menjamin keamanan data penggunaannya dan telah dilindungi oleh Otoritas Jasa Keuangan sehingga membuat konsumen lebih percaya terhadap DANA.

(mokaposhelp.zendesk.com/2019)

Pada tahun 2019, DANA menempati posisi ke tiga dari sepuluh produk sejenis yaitu produk layanan pembayaran non bank. Terdiri dari Go Pay, OVO, DANA, Link Aja, Doku, Paytren dan lainnya. Peringkat pertama diduduki oleh Go Pay sebesar 83.3%, kemudian dilanjutkan OVO sebesar 81.4%. DANA menempati urutan ke tiga dalam *Market Share Financial Technology* non-bank yaitu sebesar 68.2%. Hal ini menunjukkan bahwa posisi DANA saat ini sebagai pendatang baru namun sudah berhasil masuk kedalam 3 besar pembayaran digital non-bank. (dailysocial.co.id/fintech-report-2019)



Gambar 1.1

Data Market Share Financial Technology non bank tahun 2019

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Imbalan Ekonomi berpengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan Kembali produk DANA di Surabaya ?
2. Apakah Fitur Layanan berpengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan Kembali produk DANA di Surabaya ?
3. Apakah Kepercayaan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Niat Menggunakan Kembali produk DANA di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah tersebut, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh Imbalan Ekonomi terhadap Niat Menggunakan Kembali produk DANA di Surabaya.
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh Fitur Layanan terhadap Niat Menggunakan Kembali produk DANA di Surabaya.
3. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Menggunakan Kembali produk DANA di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dirasakan oleh tiga pihak yakni pelanggan, peneliti dan pembaca. Adapun penelitian mengenai “Pengaruh Imbalan Ekonomi,

Fitur Layanan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Menggunakan Kembali produk DANA di Surabaya” akan bermanfaat bagi:

1. Bagi Konsumen

Diharapkan dapat memberikan masukan tentang Pengaruh Imbalan Ekonomi, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Menggunakan Kembali produk DANA di Surabaya. Serta dapat bermanfaat bagi perkembangan Financial Technology (Fintech).

2. Bagi Peneliti

Memberikan pengetahuan baru peneliti tentang Pengaruh Imbalan Ekonomi, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Menggunakan Kembali produk DANA di Surabaya.

3. Bagi Pembaca

Digunakan sebagai sumber informasi dan referensi pengetahuan bagi pembaca tentang mengetahui Pengaruh Imbalan Ekonomi, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Menggunakan Kembali produk DANA di Surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika hasil dari penulisan ini dibagi menjadi tiga bab yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai isi dari penelitian agar lebih jelas dan lebih terstruktur. Adapun susunan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan menguraikan tentang Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan dijelaskan tentang Penelitian Terdahulu yang relevan terhadap judul penelitian, Landasan Teori mengenai variable Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Menggunakan Kembali produk DANA di Surabaya, Kerangka Pemikiran penelitian dan Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan diuraikan tentang prosedur atau cara untuk mengetahui sesuatu di dalam penelitian dengan menggunakan metode kuesioner yang dibagikan kepada responden dan teknik analisis data menggunakan PLS-SEM.

BAB IV : GAMBARAN SUBYTEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini akan diuraikan tentang gambaran subyek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini akan diuraikan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.