

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan perekonomian tak jauh dari kata uang. Bank Indonesia (BI) sebagai Bank Sentral menerbitkan uang yang berfungsi sebagai sebagai alat untuk tukar menukar. Jenis uang yang beredar dalam masyarakat dapat dibedakan dalam dua jenis yaitu, uang kartal dan uang giral. Bank Indonesia bekerja sama dengan Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Perum Peruri), Perum Peruri dibawah naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Perum Peruri ini diberi wewenang dan juga tugas sebagai pencetak lima produk unggulan, yakni uang Republik Indonesia yang meliputi uang kertas dan uang logam, paspor RI, pita cukai, materai, dan sertifikat tanah. Setiap produk yang dicetak Perum Peruri memiliki ciri khusus yang mengutamakan dari unsur keamanan.

Sejarah uang yang kita kenal itu berawal dari barter, yaitu alat tukar barang dengan barang, kemudian menggunakan emas dan logam mulia yang berfungsi sebagai uang, hingga muncul uang kertas dan uang elektronik¹. Pada tahun 2010.an uang elektronik tidak hanya berbentuk kartu dan mesin, muncul aplikasi – aplikasi pembiayaan online, seperti ovo, link aja, dana, gopay, dan lain sebagainya, mudah sekali menggunakan aplikasi – aplikasi tersebut, hanya perlu mengisi saldo aplikasi tersebut, mulai dari yang tua

¹ Lestari Ambarani, *Ekonomi Moneter*. (Bogor: IN MEDIA, 2015). Hal 10

hingga anak muda. Dengan adanya aplikasi – aplikasi tersebut kita tidak perlu banyak membawa uang *cash* jika berpergian, hal tersebut mengurangi potensi kejahatan.

Bakan menurut Bank Indonesia (BI) pada bulan Agustus 2020 nilai nominal transaksi uang elektronik mencapai Rp17,23 triliun dengan volume 386,7 juta transaksi. Nilai itu meningkat dibandingkan bulan Juli yang sebanyak 381,5 juta transaksi, senilai Rp16,09 triliun². Transaksi uang elektronik berkembang pesat sesuai dengan *platform* dan instrumen digital di masa pandemi Covid – 19, serta semakin kuatnya preferensi dan akseptasi masyarakat akan transaksi secara digital.

Transaksi Uang Elektronik

Tabel 1.1

Nilai Transaksi Uang Elektronik 2020

Periode	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agts
Volume (Juta)	457,94	431,46	401	324,87	298,18	339,89	381,57	386,7
Nominal (Rp Triliun)	15,87	15,17	15,03	17,55	15,03	14,95	16,09	17,23

Sumber : Bank Indonesia

Perkembangan pengetahuan dan teknologi di wilayah Kecamatan Sidoarjo Kota saat ini membawa perubahan terhadap pola hidup konsumen masyarakat Sidoarjo Kota. Perubahan pola hidup konsumen ini dikarenakan tuntutan zaman yang semakin maju dan berkembang. Semakin

² Abdul Malik. *Transaksi Uang Elektronik Agustus Melesat Tembus Rp17,23 Triliun, Ini data Historisnya*. Diakses pada tanggal 15 Maret 2021 <https://bareksa.com>

berkembangnya pengetahuan dan teknologi, setiap konsumen harus bisa mengimbangi perkembangan yang berdampak pada kebutuhan hidupnya. Kebutuhan hidup yang beranekaragam membuat konsumen lebih teliti dalam proses pemenuhan kebutuhan hidup. Pemenuhan kebutuhan sangat penting diperhatikan, pemenuhan kebutuhan seperti kebutuhan primer yang terdiri dari papan, pangan, dan sandang tidak dapat dihindari.

Perubahan perilaku konsumen ini berimbas kepada perusahaan yang memproduksi produk barang ataupun jasa. Perusahaan memilih dan menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk mengimbangi perubahan perilaku konsumen dan bertujuan untuk memenangkan persaingan. Indriyo³ dalam bukunya menyatakan lima strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan diantaranya adalah strategi generik (*generic strategy*), strategi reaktif, strategi proaktif, strategi bertahan, dan strategi menyerang. Berbagai jenis strategi tersebut dapat diterapkan oleh perusahaan yang bertransaksi menggunakan uang elektronik untuk memenangkan persaingan.

Perusahaan yang mengeluarkan uang elektronik dapat melakukan strategi penjualan berupa diskon terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi fokus bahasan adalah diskon. Diskon merupakan pengurangan harga langsung terhadap suatu pembelian dalam periode waktu tertentu, pemberian diskon kepada konsumen memiliki tujuan untuk menghargai respon pelanggan⁴. Diskon adalah harga

³ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Strategis Edisi Pertama*. (Yogyakarta: BPFE, 2012). Hal 92

⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip – Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12. Alih Bahasa : Bob Sabran*. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008). Hal. 9

yang lebih rendah dari harga yang seharusnya dibayarkan didasarkan pada beberapa hal diantaranya waktu pembayaran yang lebih awal, tingkat serta jumlah pembelian dan pembelian pada musim tertentu⁵. Pada saat ini diskon banyak ditemukan di setiap produk barang atau jasa yang diperdagangkan. Adanya diskon yang diberikan oleh masing-masing perusahaan dalam pemasaran produknya menimbulkan ketertarikan konsumen untuk memiliki dan membeli produk tersebut.

Untuk mengetahui perilaku konsumen dan mengenal pelanggan merupakan tugas penting bagi para penerbit uang elektronik, untuk itu penerbit uang elektronik atau perusahaan yang bertransaksinya harus memiliki strategi untuk menjual produk yang diproduksi. Perusahaan harus memahami konsep perilaku konsumen terlebih dahulu supaya konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan transaksi pembelian dan merasakan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan sehingga konsumen menjadi loyal⁶. Begitu juga dengan produsen, juga harus memahami teori perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Kebanyakan produsen kurang memahami mengenai konsumennya, mereka menganggap pengaruh yang mengubah pikiran pada menit – menit terakhir.

Motivasi berasal dari bahasa Latin yang berbunyi *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan⁷. Pentingnya motivasi karena motivasi merupakan hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku

⁵ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pema...* Hal. 233

⁶ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen Edisi Tiga*. (Jakarta: Prenada Media Grup, 2019). Hal. 24

⁷ Ibid. Hal. 25

manusia. Faktor psikologis yang mempengaruhi konsumen untuk membeli sesuatu di salah satu perusahaan antara lain melihat motivasi konsumen untuk membeli, persepsi konsumen terhadap perusahaan. Untuk menghadapi persaingan, maka pelaku usaha yang bertransaksi menggunakan uang elektronik di daerah Sidoarjo Kota perlu memahami berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Sidoarjo Kota. Bagi warga Sidoarjo Kota pembelian konsumen dengan adanya uang elektronik mudah digunakan, simple, lebih efektif, dapat diandalkan saat tidak membawa uang dan saat dompet tertinggal, dan banyak promo yang ditawarkan oleh *fintech* uang elektronik.

Kemajuan teknologi dalam perbankan dengan menciptakan uang elektronik dalam kehidupan sehari – hari bagi sebagian orang sangat memudahkan dalam aktivitas, tidak terkecuali dalam bertransaksi jual – beli. Kemudahan itu dapat dirasakan ketika sangat ingin melakukan pembelian secara daring ataupun luring, maka transaksi tersebut bisa menggunakan uang elektronik menggunakan bentuk apapun. Dengan adanya bertransaksi menggunakan uang elektronik memberikan perubahan dalam trend belanja pada masyarakat terkait kemudahan dalam bertransaksi.

Adapun teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang pengaruh diskon yang diberikan oleh perusahaan uang elektronik, motivasi konsumen memilih barang, kemudahan bertransaksi menggunakan uang elektronik, dan uang elektronik. Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka akan dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Diskon,

Motivasi Konsumen, dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Kecamatan Sidoarjo Kota”

B. Identifikasi Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas, maka dapat diambil identifikasinya seperti berikut;

1. Perusahaan penyedia uang elektronik banyak memberikan diskon berupa *cash back*. Sebagian masyarakat yang berbelanja berlebihan, namun ada sebagian masyarakat yang berbelanja sesuai kebutuhan.
2. Konsumen pengguna uang elektronik memiliki motivasi berbeda – beda dalam penggunaan uang elektronik. Dalam hal itu, dapat menyebabkan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Sidoarjo Kota.
3. Kemudahan bertransaksi yang diberikan oleh layanan digital elektronik belum menjadikan semua masyarakat menggunakan uang elektronik.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai perkembangan uang elektronik, dan Perilaku Konsumen, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Adakah pengaruh signifikan adanya diskon yang diberikan perusahaan uang elektronik terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di Kecamatan Sidoarjo Kota?

2. Adakah pengaruh signifikan adanya motivasi konsumen terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di Kecamatan Sidoarjo Kota?
3. Adakah pengaruh signifikan adanya kemudahan transaksi terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di Kecamatan Sidoarjo Kota?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menguji pengaruh signifikan adanya diskon yang diberikan perusahaan uang elektronik terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di Kecamatan Sidoarjo Kota.
2. Untuk menguji pengaruh signifikan adanya motivasi konsumen terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di Kecamatan Sidoarjo Kota
3. Untuk menguji pengaruh signifikan adanya kemudahan transaksi terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di Kecamatan Sidoarjo Kota

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak – pihak yang berkepentingan :

1. Secara Teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan pengetahuan dan wawasan penelitian tentang pengaruh perilaku konsumtif dalam menggunakan uang elektronik di Kecamatan Sidoarjo Kota.

2. Secara Praktis, bagi lembaga penerbit uang elektronik yaitu perbankan dan non perbankan. Penelitian ini dapat bermanfaat untuk memberi masukan tentang diskon, motivasi konsumsi, dan kemudahan bertransaksi dalam menggunakan uang elektronik dalam menyusun strategi pemasaran dan evaluasi operasional dalam meningkatkan kualitas produk. Bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai pengatur sistem pembayaran yaitu memberikan pemahaman tentang bertransaksi menggunakan uang elektronik. Bagi masyarakat / pengguna uang elektronik bisa dijadikan sumber informasi dalam menggunakan uang elektronik dengan memberikan aspek yang kuat.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk meneliti yang lebih mendalam dengan tema pengaruh perilaku konsumtif dan uang elektronik

F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian

Dijelaskannya ruang lingkup dan keterbatasan penelitian ini adalah untuk menghindari pembatasan masalah yang berlebihan dikhawatirkan menjadi meluas pembahasannya yang akan diteliti. Dan juga ada keterbatasan waktu, dana, dan data yang ada, maka ruang lingkup dan keterbatasan penelitian ini dijelaskan pada berikut:

1. Ruang Lingkup

Untuk lebih fokus terhadap penelitian dan disesuaikan dengan data yang ada, maka diperlukan identifikasi masalah dalam penelitian ini. Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Menguji pemberian diskon oleh perusahaan uang elektronik pada keputusan penggunaan uang elektronik masyarakat Kecamatan Sidoarjo Kota
 - b. Menguji motivasi konsumen untuk bertransaksi menggunakan uang elektronik
 - c. Menguji kemudahan bertransaksi menggunakan uang elektronik
2. Keterbatasan Penelitian

Permasalahan pada uang elektronik ini memiliki masalah yang sangat kompleks, sehingga penulis membatasi penelitiannya terhadap uang elektronik. Dengan itu penulis ini membatasi permasalahan hanya “Pengaruh Diskon, Motivasi Konsumen, dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik di Kecamatan Sidoarjo Kota”. Variabel dependen yang digunakan oleh peneliti ini penggunaan uang elektronik dan variabel independen penulis menggunakan diskon, motivasi konsumen, dan kemudahan bertransaksi. Sedangkan responden yang akan diuji dibatasi di wilayah Kecamatan Sidoarjo.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Secara operasional, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap uang elektronik dan diskon di Kecamatan Sidoarjo.

- a. Diskon (X1)

Potongan Harga yang diberikan penjual kepada pembeli sebagai wujud penghargaan aktivitas tertentu dari pembelian yang menyenangkan bagi penjual⁸.

b. Motivasi Konsumen (X2)

Keadaan di dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan – kegiatan guna mencapai suatu tujuan⁹.

c. Kemudahan Transaksi (X3)

Kemudahan yakni suatu pengorbanan yang dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan produk atau pelayanan yang relatif mudah, nyaman, dan efisien¹⁰.

d. Keputusan Penggunaan Uang Elektronik (Y)

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antarmerek dalam kumpulan pilihan¹¹.

2. Definisi Operasional

Untuk menghindari penafsiran yang berbeda dan dikhawatirkan keluar dari tujuan yang sebenarnya, maka penulis merasa perlu untuk memberikan batasan definisi terhadap istilah dari judul penelitian seperti perilaku, konsumen, menggunakan, dan uang elektronik yang akan dibahas, yaitu:

⁸ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), hal. 166

⁹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif.....* Hal. 43

¹⁰ Basu Swasta dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Penerbit Andi. 2008). Hal. 39

¹¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid I* Penerjemah: Bob Sabran. (Jakarta: Penerbit Erlangga. 2008). Hal. 188

1. Diskon yang dikenal dengan potongan harga. Diskon yang dimaksud oleh penulis disini *cash back* yang diberikan oleh pihak penjual.
2. Motivasi dapat diartikan sebagai pemberi daya penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala upayanya untuk mencapai kepuasan.
3. Kemudahan transaksi seharusnya dapat digunakan semudah mungkin tanpa melalui proses yang dapat mempersulit para penggunanya dalam proses transaksi.
4. Uang elektronik yang dikenal dengan nama *Electronic Cash*, *Elektronik Currency*, *Digital Money*, *Digital Cash*, atau *Digital Currency*. Uang elektronik yang dimaksud oleh penulis ialah uang elektronik berbasis iOS dan Android, dengan contoh Dana, Link Aja, OVO, Shopee Pay, dan lain lain.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh pemahaman dalam pembahasan ini, maka sistematika penulisan yang terdiri dari:

Bab I Pendahuluan, terdiri dari: (a) latar belakang masalah, (b) identifikasi masalah, (c) rumusan masalah, (d) tujuan penelitian, (e) kegunaan penelitian, (f) ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, (g) penegasan Istilah, (h) sistematika skripsi.

Bab II landasan teori terdiri dari: (a) teori yang membahas tentang Keputusan Penggunaan Uang Elektronik, (b) teori yang membahas tentang Diskon, (c) teori yang membahas tentang Motivasi Konsumen, (d) teori yang membahas tentang Kemudahan Transaksi, (e) kajian penelitian terdahulu, (f) kerangka konseptual, dan (g) hipotesis penelitian.

Bab III metode penelitian, terdiri dari: (a) berisi pendekatan dan jenis penelitian, (b) populasi, (c) sumber data, variabel, dan skala pengukurannya, (d) teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, (e) Analisis Data

Bab IV hasil penelitian, terdiri dari: (a) hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengajuan hipotesis) serta (b) temuan penelitian.

Bab V pembahasan hasil penelitian

Bab VI penutup, terdiri dari: (a) kesimpulan dan (b) saran