

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital di Indonesia telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, khususnya dalam bidang transaksi keuangan. Kemajuan teknologi internet, meningkatnya penggunaan smartphone, serta berkembangnya aktivitas ekonomi digital telah mendorong perubahan perilaku masyarakat dari transaksi tunai menuju sistem pembayaran non-tunai (*cashless society*). Salah satu bentuk inovasi dalam perkembangan teknologi keuangan tersebut adalah penggunaan dompet digital (*e-wallet*), yang memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam melakukan berbagai aktivitas transaksi, seperti pembayaran belanja, transfer dana, pembelian pulsa, pembayaran tagihan, hingga transaksi pada berbagai platform digital.

Saat ini, terdapat berbagai penyedia layanan dompet digital di Indonesia, seperti DANA, OVO, GoPay, ShopeePay, dan LinkAja yang terus bersaing dalam meningkatkan jumlah pengguna. Persaingan tersebut tidak hanya dilakukan melalui pengembangan fitur layanan, tetapi juga melalui strategi pemasaran yang bertujuan untuk menarik perhatian dan meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan layanan tersebut. Dalam kondisi persaingan digital yang semakin meningkat, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan e-wallet menjadi hal yang penting bagi perusahaan penyedia layanan digital.

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi penggunaan teknologi digital adalah persepsi penggunaan digital. Persepsi penggunaan digital berkaitan dengan bagaimana seseorang menilai kemudahan, manfaat, keamanan, serta efektivitas suatu teknologi sebelum memutuskan untuk menggunakannya. Dalam konteks penggunaan e-wallet DANA, masyarakat akan lebih tertarik menggunakan aplikasi tersebut apabila memiliki persepsi bahwa DANA mudah digunakan, memberikan manfaat dalam aktivitas transaksi, mampu menghemat waktu, serta memberikan rasa aman dalam melakukan pembayaran digital.

Sebaliknya, apabila masyarakat memiliki persepsi negatif terhadap penggunaan teknologi digital, seperti menganggap aplikasi sulit digunakan, kurang memahami fitur yang tersedia, merasa transaksi digital kurang aman, atau tidak memperoleh manfaat yang lebih besar dibandingkan transaksi tunai, maka hal tersebut dapat menghambat keinginan masyarakat untuk menggunakan e-wallet. Oleh karena itu, persepsi penggunaan digital menjadi salah satu faktor penting yang dapat menentukan penerimaan masyarakat terhadap layanan dompet digital.

Selain persepsi penggunaan digital, faktor lain yang dapat memengaruhi penggunaan e-wallet adalah promosi melalui media sosial, khususnya TikTok. Perkembangan media sosial telah mengubah cara perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran. TikTok yang awalnya dikenal sebagai platform hiburan kini berkembang menjadi salah satu media promosi digital yang efektif karena mampu menyampaikan informasi melalui

konten video pendek yang menarik, kreatif, dan mudah menjangkau berbagai lapisan masyarakat.

Perusahaan penyedia layanan e-wallet, termasuk DANA, memanfaatkan TikTok sebagai salah satu media untuk memperkenalkan layanan serta menarik pengguna baru. Berbagai bentuk promosi seperti cashback, voucher diskon, potongan harga, giveaway, serta kampanye mengenai kemudahan transaksi digital sering dilakukan melalui konten kreator, influencer, maupun akun resmi perusahaan. Promosi tersebut bertujuan untuk meningkatkan perhatian masyarakat serta membangun ketertarikan agar menggunakan aplikasi DANA.

Namun, keberhasilan promosi melalui TikTok tidak hanya bergantung pada seberapa sering promosi dilakukan, tetapi juga bagaimana masyarakat menerima dan memahami pesan promosi tersebut. Konten promosi yang menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap suatu produk digital. Sebaliknya, promosi yang kurang menarik atau tidak mampu memberikan informasi yang jelas dapat menyebabkan masyarakat kurang tertarik untuk menggunakan layanan tersebut.

Berdasarkan kedua faktor tersebut, yaitu persepsi penggunaan digital dan promosi di TikTok, keduanya memiliki keterkaitan terhadap minat penggunaan e-wallet DANA sebagai variabel terikat dalam penelitian ini. Minat penggunaan merupakan kecenderungan atau keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi atau layanan tertentu. Tingginya minat masyarakat dalam menggunakan e-wallet menunjukkan bahwa layanan

tersebut mampu diterima dan dianggap memberikan manfaat bagi kebutuhan transaksi sehari-hari.

Meskipun penggunaan e-wallet di Indonesia terus mengalami perkembangan, pada kenyataannya masih terdapat sebagian masyarakat yang belum menjadikan e-wallet DANA sebagai pilihan utama dalam melakukan transaksi. Di Kota Rantauprapat, masih ditemukan masyarakat yang lebih memilih menggunakan uang tunai maupun transfer bank konvensional dalam memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari. Selain itu, terdapat masyarakat yang telah memiliki aplikasi DANA tetapi hanya menggunakannya pada kondisi tertentu, seperti ketika terdapat promo cashback atau potongan harga.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa penggunaan DANA belum sepenuhnya menjadi kebiasaan masyarakat secara berkelanjutan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh bagaimana masyarakat mempersepsikan kemudahan dan manfaat penggunaan teknologi digital serta bagaimana efektivitas promosi yang dilakukan melalui media sosial TikTok dalam menarik perhatian pengguna.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan e-wallet telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh (Desita & Dewi, 2022) menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, promosi, dan fitur layanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan transaksi non-cash pada aplikasi e-wallet. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap teknologi serta aktivitas promosi menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat penggunaan dompet digital.

Selanjutnya, penelitian (Raninda et al., 2022) menemukan bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived security*, dan *cashback promotion* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* menggunakan e-wallet DANA pada masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa faktor persepsi pengguna terhadap teknologi dan strategi promosi memiliki peranan dalam membentuk niat penggunaan layanan DANA.

Selain itu, penelitian (William & Tjokrosaputro, 2021) menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan dan promosi berpengaruh terhadap niat penggunaan e-wallet dengan sikap sebagai variabel mediasi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap teknologi serta promosi yang efektif dapat meningkatkan keinginan masyarakat dalam menggunakan layanan dompet digital.

Meskipun penelitian mengenai minat penggunaan e-wallet telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan pada wilayah perkotaan besar maupun daerah dengan tingkat perkembangan digital yang lebih tinggi. Sementara itu, penelitian yang secara khusus membahas pengaruh persepsi penggunaan digital dan promosi melalui TikTok terhadap minat penggunaan e-wallet DANA pada masyarakat Kota Rantauprapat masih relatif terbatas. Padahal, setiap daerah memiliki karakteristik masyarakat, tingkat literasi digital, kebiasaan penggunaan media sosial, serta pola transaksi yang berbeda.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat diketahui bahwa masih terdapat permasalahan mengenai rendahnya minat sebagian masyarakat Kota

Rantauprapat dalam menggunakan e-wallet DANA secara berkelanjutan. Kondisi tersebut diduga berkaitan dengan persepsi masyarakat terhadap penggunaan teknologi digital serta efektivitas promosi yang dilakukan melalui media sosial TikTok. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh persepsi penggunaan digital dan promosi di TikTok terhadap minat penggunaan e-wallet DANA pada masyarakat Kota Rantauprapat.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Penggunaan Digital dan Promosi di TikTok terhadap Minat Penggunaan E-Wallet DANA pada Masyarakat Kota Rantauprapat.”

B. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

- a. Penelitian hanya membahas pengaruh persepsi penggunaan digital dan promosi di TikTok sebagai variabel independen terhadap minat penggunaan E-Wallet DANA sebagai variabel dependen.
- b. Objek penelitian difokuskan pada E-Wallet DANA dan tidak membandingkan dengan aplikasi dompet digital lainnya, seperti GoPay, OVO, ShopeePay, atau LinkAja.
- c. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kota Rantauprapat, baik yang telah menggunakan maupun yang memiliki minat untuk menggunakan E-Wallet DANA.
- d. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian.

- e. Analisis data dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan bantuan program IBM SPSS Statistics, meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

2. Rumusan Masalah

- a. Apakah persepsi penggunaan digital berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet DANA pada masyarakat Kota Rantauprapat?
- b. Apakah promosi di TikTok berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet DANA pada masyarakat Kota Rantauprapat?
- c. Apakah persepsi penggunaan digital dan promosi di TikTok secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet DANA pada masyarakat Kota Rantauprapat?

C. Tujuan Penelitian

- 1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi penggunaan digital terhadap minat penggunaan e-wallet DANA pada masyarakat Kota Rantauprapat.
- 2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi di TikTok terhadap minat penggunaan e-wallet DANA pada masyarakat Kota Rantauprapat.
- 3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi penggunaan digital dan promosi di TikTok secara simultan terhadap minat penggunaan e-wallet DANA pada masyarakat Kota Rantauprapat.

D. Manfaat Penelitian

Dari setiap penelitian tentunya akan diperoleh hasil yang diharapkan dapat memberikan manfaat untuk penulis maupun pihak lain. Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah

1. Manfaat Teroritis (Akademis)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran dan Sistem Informasi Pemasaran yang berkaitan dengan persepsi penggunaan digital, promosi melalui media sosial TikTok, dan minat penggunaan e-wallet DANA. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, terutama mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan dompet digital.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman penulis dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya mengenai persepsi penggunaan digital, promosi di media sosial TikTok, serta minat penggunaan e-wallet DANA. Selain itu, penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen.

b. Bagi Perusahaan (DANA)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak DANA dalam mengevaluasi dan menyusun strategi pemasaran

digital yang lebih efektif, khususnya melalui media sosial TikTok. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan layanan e-wallet DANA sehingga dapat meningkatkan jumlah pengguna dan loyalitas pelanggan.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah pemahaman masyarakat mengenai pentingnya persepsi positif terhadap penggunaan teknologi digital serta manfaat promosi di TikTok dalam mendorong minat menggunakan e-wallet DANA. Dengan demikian, masyarakat dapat memanfaatkan layanan dompet digital secara lebih optimal untuk mendukung kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan.

d. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi di perpustakaan serta menjadi sumber informasi bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai persepsi penggunaan digital, promosi di media sosial TikTok, dan minat penggunaan e-wallet DANA.