

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Perkembangan teknologi pada telepon seluler di Indonesia berkembang sangat pesat. Penggunaan dari teknologi tersebut memberi dampak positif untuk transaksi finansial menggunakan telepon seluler, atau umumnya dapat dikenal dengan sebutan *mobile payment*. Menurut (Jatmiko, 2022) *Mobile payment* merupakan media pembayaran yang terdapat pada telepon seluler dimana terdapat beberapa jenis teknologi yang digunakan pada *mobile payment* antara lain yaitu QR (QR code), NFC (Near Field Communication), dan kode OTP.

(Populix, 2022) menyebutkan bahwa definisi dari kode QR merupakan kode batang yang berisi informasi optik yang dapat dibaca mesin. (Tim, 2022) menyebutkan bahwa teknologi NFC berfungsi untuk mendukung aplikasi pembayaran digital secara nirkontak (*contactless*) yang terdapat pada ponsel pintar dengan cara mendekatkan dua perangkat yang masing-masing kompatibel, dimana satu bertindak sebagai transmitter dan perangkat lainnya sebagai penangkap sinyal. Menurut (Rifka, 2022) Kode OTP terdiri dari empat sampai enam digit angka, huruf, atau kombinasi keduanya. Pasalnya, kode OTP memang dirancang tidak sistematis agar keamanannya terjaga.

Adanya metode *mobile payment* dapat memudahkan pengguna karena cepat, praktis, dan tidak perlu membawa uang tunai untuk melakukan transaksi pembayaran. Di Indonesia teknologi *mobile payment* dimanfaatkan sebagai media pembayaran di beberapa kategori bisnis antara lain restoran, belanja *online*, transportasi umum, transportasi *online*, *top up voucher game*. Menurut (Hasya, 2022) beberapa platform *mobile payment* yang diminati pada tahun 2022 yaitu antara lain (1) Gopay; (2) Dana; (3) OVO; (4) ShopeePay; dan (5) Link Aja.



Gambar 1.1 Logo Gopay

Sumber: id.wikipedia.org

Fitur yang terdapat pada GoPay antara lain GoPay Diary yang merupakan fitur untuk mengetahui total pengeluaran dalam satu bulan, banyaknya promo menarik, fitur minta saldo ke sesama pengguna akun GoPay, Paylater untuk melakukan pembelian sistem kredit (Wuisan, 2021).



Gambar 1.2 Logo DANA

Sumber: namatin.com

Fitur yang didapatkan dengan menggunakan Dana yaitu diantaranya *scan code QR* di beberapa restoran atau tempat pelayanan umum yang mendukung, kirim terima uang dengan mudah, *Nearby Me* dimana pengguna bisa mendapatkan promo di sekitar tempat tinggal, *Dana News* atau berita seputar keuangan, investasi, dan *Hide Balance* yaitu menyembunyikan tampilan saldo dengan kenyamanan privasi (Marno, 2022).



Gambar 1.3 Logo OVO

Sumber: id.wikipedia.org

Fitur yang terdapat pada OVO adalah adanya pengumpulan OVO Point yang dapat digunakan untuk pembayaran, pembayaran menggunakan kode QR, banyak

promo menarik, membayar tagihan atau isi pulsa, donasi, investasi, dan terdapat fitur pengelola keuangan (OVO.id, 2017).



Gambar 1.4 Logo ShopeePay

Sumber: shopeepay.co.id

Fitur yang diberikan oleh ShopeePay yaitu diantaranya adalah pembayaran melalui scan kode QR, isi saldo melalui transfer bank di verifikasi secara otomatis, transfer ke bank atau akun ShopeePay bebas biaya admin, banyaknya penawaran Voucher ShopeePay dan ShopeePay di merchants terdekat, dan Shopee Paylater yaitu layanan pinjaman yang disediakan oleh Shopee untuk pelanggannya yang ingin berbelanja namun bayarnya nanti, alias cicilan tanpa kartu kredit (Lifepal.id, 2021).



Gambar 1.5 Logo LinkAja

Sumber: id.wikipedia.org

Terdapat banyak keunggulan pada platform Link Aja, diantaranya adalah dengan Link Aja pengguna dapat mengisi saldo hingga 2 juta rupiah, membayar beragam tagihan, kemudian juga dapat melakukan transaksi *online* maupun *offline* melalui *merchant* Link Aja. Tidak hanya itu pengguna juga dapat melakukan maksimal *top up* sebesar 10 juta rupiah dan fasilitas mengirim uang (Lee, 2022).

1.2. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi di Indonesia sangatlah berkembang pesat, terutama pengguna telepon pintar (*smartphone*). Presentase pengguna ponsel pintar di Indonesia terus naik di kisaran 1%-3% setiap tahunnya, kecuali pada 2020 (Sadya, 2022a). Ketika itu, persentase pengguna telepon genggam turun menjadi sebesar 62,84%.



Gambar 1.6 Presentase pengguna *smartphone* tahun 2015-2021

Sumber: (dataindonesia.id, 2022)

Banyaknya pengguna ponsel pintar membuat beragam aktivitas yang dilakukan di dalamnya. Pada tahun 2021 semester ke-dua terdapat tren pembayaran digital melalui ponsel pintar (*smartphone*) (JakpatBlog, 2022). Maraknya tren tersebut didukung oleh populernya belanja online dan layanan pesan antar. Perusahaan riset pasar Populix mengungkap perilaku masyarakat Indonesia dalam menggunakan *gadget*, dan ditemukan bahwa pengguna *smartphone* lebih banyak menggunakan aplikasi ponsel untuk memenuhi kebutuhan komersial dan transaksi mereka (indotelko.com, 2023). Saat ini konsumen semakin terhubung melalui ponsel pintar, tablet, dan perangkat seluler lainnya dalam beberapa tahun terakhir, kemudian *mobile payment* telah

muncul di seluruh dunia sebagai alat pembayaran baru yang inovatif dan telah mulai menggantikan kartu kredit model lama (Zhao et al., 2019).

Sadya, (2022b) menyebutkan bahwa pembayaran melalui ponsel pintar (*smartphone*) atau *mobile payment* memiliki dua kategori yang banyak digunakan di Indonesia pada rentang waktu januari-juni 2022 yaitu pembayaran melalui *E-wallet* sebanyak 94% dan *Mobile Banking* sebanyak 54%. Sedangkan terdapat pengguna media pembayaran tersebut sebanyak 48%.

Tabel 1.1 Kategori jumlah pengguna media mobile payment

Media Pembayaran	Jumlah Pengguna
E-wallet	94%
Mobile Banking	54%
Keduanya	48%

Sumber: (dataindonesia.id, 2022)

Hal tersebut dibuktikan bahwa Indonesia menjadi posisi tertinggi sebagai pengguna *e-wallet* di antara negara ASEAN, yaitu sebesar 29% (Pahlevi, 2022). Berdasarkan data RedSeer sebanyak 29% Indonesia menempati urutan pertama dalam melakukan transaksi dengan *e-wallet*, kemudian disusul oleh Singapura dan Filipina yang masing-masing memiliki presentase pengguna sebesar 20% (Pahlevi, 2022).

Tabel 1.2 jumlah pengguna e-wallet negara ASEAN

No	Nama Negara	Jumlah
1	Indonesia	29%
2	Singapura	20%
3	Filipina	20%
4	Thailand	19%
5	Malaysia	14%
6	Vietnam	13%

Sumber : (databoks.katadata.co.id)

Dengan hadirnya *mobile payment* dapat membuat masyarakat menjadi mudah dan efisien. Era yang serba digital semua sistem transaksi dialihkan secara digital, tidak hanya lewat *internet banking* namun saat ini banyak berkembang aplikasi populer untuk transaksi yaitu dompet digital (Baihaqi, 2022). Aplikasi tersebut berkembang pesat di Indonesia dan setiap platform memiliki keunggulan masing-masing. Dompet digital atau dikenal juga sebagai e-wallet sangat populer untuk digunakan karena memiliki berbagai kelebihan. Perkembangan *e-wallet* di Indonesia sudah sangat pesat dan populer, tercatat bahwa terdapat lebih dari 38 e-wallet yang telah mendapat lisensi resmi (F. K. Dewi & Ariyanti, 2020). Di Indonesia terdapat lima aplikasi *e-wallet* dengan pengguna terbanyak antara lain GoPay, Dana, OVO, ShopeePay, dan LinkAja (Hasya, 2022).

Yang et al., (2020) menjelaskan bahwa meluasnya penggunaan smartphone telah menghasilkan layanan untuk melengkapi aktivitas sehari-hari masyarakat dan *mobile payment* merupakan salah satu aplikasi yang telah mendigitalkan transaksi sehari-hari masyarakat. Namun ditengah maraknya penggunaan *mobile payment* sebagai media pembayaran saat ini, terdapat resiko yang mengancam informasi privasi dan keamanan penggunanya. Pada sepanjang Januari - September 2020, Dittipidsiber Bareskrim Polri telah menerima 649 laporan penipuan online, 138 akses ilegal, 71 manipulasi data, dan 39 pencurian data atau identitas (Jatmika, 2021).

Kasus kebocoran data pribadi marak terjadi di Indonesia. Hasil riset Katadata Insight Center (KIC) bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat menilai e-wallet merupakan produk keuangan yang lebih rentan terhadap hilangnya data pribadi, rasionya mencapai 36,6% (Annur, 2021). Sebanyak 12,1% responden pernah mengalami kebocoran data finansial, dimana yang paling banyak dialami yaitu berkurangnya uang tabungan di rekening bank sebesar 44,1% dan berkurangnya saldo *e-wallet* sebesar 32,2% (Mutia, 2022).

Tabel 1.3 Produk Keuangan yang Paling Rentan Kebocoran Data

No	Lembaga atau produk keuangan	Jumlah
1	E-wallet	36,6
2	Rekening Bank	30,2
3	Tidak Menjawab	22,9
4	Mobile Banking	21
5	ATM Bank	20,5
6	Kartu Kredit	16,3
7	SMS Banking	12,3

Sumber: (katadata.id, 2021)

Tantangan utama dari masa transisi ke pembayaran non-tunai di Indonesia yaitu keamanan pengguna (Nurmalasari, 2023). "Karena penggunaan dompet digital terus berkembang, kemungkinan penjahat dunia maya akan menjadi lebih berani dalam upaya mereka untuk menargetkan pelanggan dan penyedia layanan," menurut Edwin (Nurmalasari, 2023).

Menurut Gunawan and Huarng, (2015) dan Chatterjee et al., (2020) pada studi (Chatterjee et al., 2021) menjelaskan bahwa untuk mengakses jejaring sosial online pengguna perlu memberikan informasi pribadi termasuk nama, detail kontak pribadi, dll. Data privasi pengguna selama melakukan transaksi keuangan di ponsel pintar (*smartphone*) dipertaruhkan, hal ini dikarenakan kurangnya kepekaan masalah kerentanan privasi (Chatterjee, 2019). Terjadinya penyalahgunaan data pribadi tanpa disadari karena adanya kelalaian dari calon korban (masyarakat) itu sendiri saat melaksanakan aktifitasnya sehari-hari (Situmeang, 2021).

Banyaknya kasus kebocoran data di Indonesia umumnya dikarenakan adanya penipuan yang tidak disadari oleh pengguna. Rodríguez-Priego et al., (2023) menyebutkan terdapat studi bahwa individu menyatakan keprihatinan mereka mengenai privasi mereka, tetapi akhirnya mengungkapkan informasi pribadi secara online. Literatur tentang masalah privasi telah membuktikan ketidakonsistenan antara kekhawatiran konsumen dan perilaku akhir. Yang et

al., (2020) menyebutkan bahwa masalah yang sedang berlangsung dan relevan yang dihadapi industri *mobile payment* adalah pengungkapan diri konsumen.

Penipuan pada aplikasi pembayaran daring diantaranya yaitu modus penawaran bonus secara daring yang dikirim melalui email, SMS, atau telepon dimana hal tersebut akan menjadi umpan atau pintu masuk penipuan *online* (Nugroho & Sandy, 2020). Beberapa aplikasi pembayaran daring seperti OVO, GoPay, LinkAja, dan lainnya juga menjadi sasaran kelompok penjahat siber. Selain dari kesadaran penggunanya, aspek privasi yang terlihat adalah kebijakan privasi suatu aplikasi, yang menjelaskan bagaimana perusahaan menggunakan dan mengelola informasi pelanggan untuk melakukan layanan dalam aplikasi (A. S. Dewi et al., 2023). Penyalahgunaan, pencurian, penjualan data pribadi merupakan suatu pelanggaran hukum dalam bidang teknologi informasi dan juga dapat dikategorikan sebagai pelanggaran atas hak asasi manusia, karena data pribadi merupakan bagian dari hak asasi manusia yang harus dilindungi (Situmeang, 2021). Pada tahun 2022 telah disahkan undang-undang perlindungan data pribadi nomor 27 tahun 2022 (MKRI, 2023).

Adanya penyalahgunaan data pribadi maka dapat diketahui bahwa terdapat kelemahan sistem dan kurangnya pengawasan, sehingga dapat mengakibatkan kerugian bagi pemilik data tersebut (Situmeang, 2021). Beberapa penelitian menyatakan bahwa *privacy concern* tidak memiliki konsistensi terhadap perilaku (Dwitha Yuniar & Sigit Fibrianto, 2020). Selain itu, Bank Indonesia (BI) juga berkoordinasi dengan Asosiasi Sistem Pembayaran (ASPI), penyelenggara infrastruktur sistem pembayaran, dan PT Penyelesaian Transaksi Elektronik (PTEN) untuk menyelidiki risiko kebocoran dompet digital (Nurmalasari, 2023). Dalam mengontrol informasi pribadinya pengguna telah berusaha menjaga data pribadinya, tetapi terdapat masalah dalam praktiknya karena kurangnya literasi privasi daring (Dwitha Yuniar & Sigit Fibrianto, 2020). Selain itu literasi privasi daring perlu dipahami sebagai bagian dalam domain perdebatan privasi digital (Dwitha Yuniar & Sigit Fibrianto, 2020).

Maka dari itu perlu adanya analisis perilaku masyarakat terkait privasi informasi saat menggunakan *mobile payment* untuk transaksi pembayaran. Penelitian ini mengacu pada teori *privacy calculus* untuk menganalisis niat pengguna untuk mengungkapkan informasi pribadi berdasarkan penilaian manfaat dan risiko. Teori *privacy calculus* berbunyi “kalkulus privasi menyatakan bahwa orang akan mengungkapkan informasi pribadi ketika manfaat yang dirasakan melebihi biaya potensial” (Laufer & Wolfe, 1977). Kalkulus privasi kini telah digunakan untuk menjelaskan perilaku pengungkapan diri dalam berbagai konteks online. Juga pada penelitian ini menetapkan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) sebagai teknik analisis pada penelitian ini. Model dari penelitian ini terdiri dari 7 atribut, diantaranya adalah *Privacy Control, Prior Privacy Experience, Personal Norms, Perceived Anxiety, Consumer Privacy Concerns, Perceived Benefits And Perceived Risks, Consumer Behavioral Reaction And Mobile Payment Usage For Financial Transactions*. Objek yang ditetapkan pada penelitian ini adalah masyarakat pengguna *mobile payment* (1) GoPay; (2) Dana; (3) OVO; (4) ShopeePay; dan (5) LinkAja yang berdomisili di Indonesia.

Oleh karena itu setelah mengetahui latar belakang, data-data, fenomena, dan penelitian terdahulu di atas perlu adanya analisis perilaku pengguna *mobile payment* terkait adanya isu privasi informasi. Dimana hal tersebut memotivasi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Analisis Perilaku Privasi Informasi Pada Pengguna *Mobile Payment* di Indonesia”**.

1.3. Perumusan Masalah

Terdapat lima *mobile payment* dengan pengguna terbanyak di Indonesia yaitu diantaranya (1) OVO; (2) GoPay; (3) ShopeePay; (4) Dana; dan (5) LinkAja. Dewasa ini lima platform *mobile payment* tersebut cukup digemari masyarakat. Namun menurut El Haddad et al., (2018) dalam lingkungan online, pengguna menghadapi ancaman serius terkait privasi yang terekspos dan informasi keuangan yang mana akan berisiko seperti adanya pencurian identitas dan penyalahgunaan informasi. Situmeang, (2021) menyebutkan bahwa

penyalahgunaan data pribadi tanpa disadari dapat terjadi karena adanya kelalaian dari calon korban (masyarakat) itu sendiri saat melaksanakan aktifitasnya sehari-hari. Maka dari itu perlu adanya analisis perilaku masyarakat terkait privasi informasi dalam menggunakan *mobile payment* untuk transaksi pembayaran yang mengacu pada teori *privacy calculus* saat menganalisis niat pengguna untuk mengungkapkan informasi pribadi berdasarkan penilaian manfaat dan risiko.

Namun penulis memhami bahwa dalam penelitian sebaiknya memfokuskan pada objek penelitian, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan keadaan sebenarnya dari objek penelitian. Berdasarkan fenomena di atas, maka penulis merancang pertanyaan penelitian yang akan menjadi fokus utama penelitian, yaitu:

1. Apakah faktor-faktor (atribut model) *Privacy Control*, *Prior Privacy Experience*, *Personal Norms*, dan *Perceived Anxiety* berpengaruh terhadap atribut *Consumer Privacy Concerns*?
2. Apakah atribut *Perceived Benefits And Perceived Risks* berpengaruh terhadap atribut *Consumer Behavioral Reaction*?
3. Apakah atribut *Consumer Behavioral Reaction* berpengaruh terhadap atribut *Mobile Payment Usage For Financial Transactions*?
4. Bagaimana tingkat pengaruh variabel antesedan terhadap variabel *Consumer Privacy Concern* dan variabel *Consumer Behavioral Reaction*?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji:

1. Untuk mengetahui pengaruh atribut *Privacy Control*, *Prior Privacy Experience*, *Personal Norms*, dan *Perceived Anxiety* terhadap atribut *Consumer Privacy Concerns*
2. Untuk mengetahui pengaruh atribut *Perceived Benefits And Perceived Risks* terhadap atribut *Consumer Behavioral Reaction*
3. Untuk mengetahui pengaruh atribut *Consumer Behavioral Reaction* terhadap atribut *Mobile Payment Usage For Financial Transactions*

4. Untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel antesedan terhadap variabel *Consumer Privacy Concern* dan variabel *Consumer Behavioral Reaction*

1.5. Manfaat Penelitian

1.1.1 Aspek Praktis

Aspek praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat melalui analisis yang dipaparkan mengenai perilaku pengguna terkait privasi informasi saat menggunakan *mobile payment* untuk transaksi pembayaran pada pengguna di Indonesia. Juga diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan masukan bagi pengguna ponsel pintar (*smartphone*) saat akan melakukan pembayaran melalui *mobile payment*.

1.1.2 Aspek Teoritis

Dalam aspek teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru terkait bidang manajemen bisnis dan privasi informasi. Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi masukan bagi akademisi terkait privasi informasi dan kesadaran pengguna untuk mengungkapkan data diri pengguna di media daring.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penelitian menjelaskan terkait penjelasan ringkas dari laporan penelitian yang terdiri dari lima bab, diantaranya adalah:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang yang terkait dengan fenomena yang sedang terjadi, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik dari segi praktis dan teoritis, dan sistematika penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini berisikan teori-teori yang relevan dengan objek penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai metode dan teknik yang akan digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data untuk menjawab masalah penelitian. Bab ini berisikan tentang uraian diantaranya adalah

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV terdapat hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Bab ini menjelaskan secara detail mengenai karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang disampaikan penulis terkait pemecahan masalah saat penelitian.