

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI
RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *SHOPEEPAY*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2021-2023
Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang)**

SKRIPSI



Disusun Oleh

RACHMAT SALEH

2020120188

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2024**

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan dan menganalisis bagaimana persepsi risiko dan kepercayaan memengaruhi minat dalam menggunakan *ShopeePay*. Satu variabel dependen dan dua variabel independen digunakan dalam desain penelitian kuantitatif. Variable dependen yaitu Minat penggunaan *ShopeePay* (Y) dan variable independent yaitu, persepsi kepercayaan (X1), persepsi resiko (X2). Total responden sebanyak 87 mahasiswa aktif Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian, persepsi risiko dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap kecenderungan konsumen untuk menggunakan *ShopeePay* dalam bertransaksi.

Kata kunci: Persepsi Kepercayaan, Persepsi Resiko, Minat, *ShopeePay*.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keadaan teknologi berkembang dengan cepat saat ini. Perilaku manusia dipengaruhi oleh hampir semua teknologi, dan tuntutan tersebut akan terus meningkat. Kemajuan teknologi yang sedang terjadi saat ini adalah teknologi berbasis internet. Hampir setiap aktivitas manusia dilakukan melalui internet. Teknologi sangat penting bagi perekonomian. Hal ini terbukti dengan pertumbuhan PDB yang eksplosif.

Internet bermanfaat tidak hanya untuk mencari informasi; internet dapat digunakan untuk *e-commerce*, atau jual beli barang. Pengecer daring paling terkenal di Indonesia adalah *Shopee*. Diluncurkan di Singapura pada tahun 2009, *Shopee* adalah aplikasi telepon pintar yang memfasilitasi belanja, pembelian, dan penjualan. Kini, *Shopee* telah merambah ke Indonesia, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Taiwan. *Shopee* dioperasikan oleh SEA Group, yang kini dikenal sebagai Garena. Peluncuran game Point Blank dan Singapura menjadi subjek utama yang menjadi perhatian. Mengikuti Kartika dan Ganarsih (2019). *Shopee* adalah aplikasi yang memudahkan penjelajahan, pembelian, dan penjualan menggunakan perangkat seluler. Tujuan utama aplikasi ini adalah untuk menggunakan perangkat seluler. *Shopee* menawarkan pengalaman belanja dan penjualan daring yang lebih baik dengan rangkaian produknya yang luas, metode pembayaran yang aman, layanan pengiriman terpadu, dan kemampuan media sosial yang canggih (Bawono et al.

2018). *Shopee* terus meningkatkan standar layanan pelanggan meskipun telah berhasil mengatasi beberapa masalah. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya pilihan pembayaran, seperti kartu kredit, transfer bank, *ShopeePay*, dan *Shopee Paylater* (Susanti, 2023).

Lestari, dkk. (2022) menyatakan bahwa sektor *e-commerce* memiliki banyak manfaat, dan beberapa karakteristik menarik pelanggan ke pengecer daring. Pengguna dapat memanfaatkan pembelian mereka sebelumnya dengan *Shopee*. Bagi pelanggannya, *Shopee* menyediakan berbagai macam barang dalam beberapa kategori, termasuk barang elektronik, pakaian, kesehatan, perabotan rumah, pembayaran tagihan, tiket pesawat, dan kebutuhan lainnya. Kemampuan untuk mengklasifikasikan produk Anda menggunakan tagar adalah salah satu fitur unik *Shopee*.

Layanan uang dari *ShopeePay* memproses transaksi melalui server. *ShopeePay* adalah dompet digital, terkadang disebut dompet elektronik, yang diluncurkan pada 28 November 2018 oleh PT Airpay International Indonesia. Pada bulan Agustus tahun yang sama, Bank Indonesia (BI) secara resmi mengesahkannya. *ShopeePay* memenuhi permintaan pelanggannya untuk melakukan transaksi non-tunai dengan menggunakan saldo yang disimpan. Situs *e-commerce* mitra dan lokasi perusahaan yang sebenarnya juga menerima *ShopeePay*. *ShopeePay* adalah program dompet elektronik dengan basis pengguna terbesar yang telah dikumpulkannya sejak diluncurkan (Brahanta dkk., 2021).

Cukup unduh aplikasi *Shopee* dari Play Store atau App Store untuk memulai proses aktivasi *ShopeePay* yang cepat dan mudah. Saat kode verifikasi dikirimkan ke nomor telepon Anda, Anda dapat membuka situs web *ShopeePay*. Antarmuka *ShopeePay* yang mudah digunakan dan aktivasi yang mudah membuatnya sangat populer di kalangan konsumen. Sering digunakan untuk transaksi antara dompet digital dan rekening bank, metode pembayaran non-tunai ini juga digunakan untuk pembelian yang dilakukan melalui aplikasi *Shopee*. Dibandingkan dengan dompet digital lainnya, biaya admin *ShopeePay* juga tergolong rendah.

Minat pembeli untuk menggunakan metode *ShopeePay* dalam bertransaksi dipengaruhi oleh kepercayaan pengguna terhadap layanan tersebut. Minat untuk menggunakan metode *ShopeePay* meningkat seiring dengan kesan kepercayaan pelanggan. Namun, mengelola kepercayaan *e-commerce* mungkin menjadi tantangan. Hal ini dikarenakan kepercayaan berkaitan dengan sikap dan perilaku pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan investigasi menyeluruh terhadap kepercayaan pengguna terhadap keinginan untuk menggunakan *ShopeePay* (Latief et al. 2021).

Penting untuk mempertimbangkan seberapa berisiko persepsi masyarakat terhadap penggunaan *e-commerce*, khususnya dengan aplikasi *Shopee*. Masyarakat tentu sering khawatir dengan risiko yang terkait dengan penggunaan aplikasi berbasis web. Ancaman yang sering ditakutkan terkait erat dengan penipuan, eksploitasi data pribadi, kesalahan berbelanja, dan masalah pengiriman. Oleh karena itu, peningkatan sistem dan layanan pelanggan

menjadikan keamanan penting atau mengurangi risiko. Undang-undang dan pengawasan oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) juga dapat digunakan untuk memfasilitasi hal ini.

Karena dampaknya terhadap pendapatan, antusiasme pelanggan dalam memanfaatkan *ShopeePay* juga penting bagi operasional *e-commerce*. Tentunya, dalam mengelola suatu perusahaan, Anda ingin menghasilkan laba yang besar sekaligus keberlangsungan bisnis yang konsisten. Kepentingan pelangganlah yang membuat perusahaan dapat beroperasi secara efisien. Selain mengurangi risiko, penyediaan layanan dan jaminan keamanan dapat meningkatkan kepercayaan dalam semua transaksi aplikasi *Shopee*, khususnya yang menggunakan mekanisme pembayaran *ShopeePay* (Wahid, 2023)

Saat ini *Shopee* sangat digandrungi dikalangan remaja hingga dewasa bahkan, mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang juga tak terlepas dari penggunaan aplikasi *Shopee*. Sebagian besar mahasiswa Manajemen khususnya menggunakan aplikasi dan bertransaksi menggunakan *Shopee* untuk berbelanja kebutuhan pribadi maupun kebutuhan kampus. Tak jarang pula mereka menggunakan metode pembayaran *ShopeePay* yang telah disediakan *Shopee* untuk melakukan pembayaran bahkan pembelian tiket pesawat dan pengisian pulsa.

Berdasarkan penelitian Muhammad Nuril Falah (2021), persepsi risiko dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan kembali *ShopeePay* di Kota Malang pada masa pandemi

Covid-19. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana mahasiswa manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang angkatan 2021–2023 merasakan adanya hubungan antara persepsi risiko dan kepercayaan dengan minat nasabah untuk menggunakan *ShopeePay*.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *ShopeePay*?
2. Apakah persepsi resiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *ShopeePay*?
3. Apakah persepsi kepercayaan, persepsi resiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *ShopeePay*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi kepercayaan mempengaruhi keinginan dalam menggunakan *ShopeePay*
2. Untuk mengetahui dampak persepsi risiko terhadap minat penggunaan *ShopeePay*
3. Untuk mengetahui bagaimana minat dalam menggunakan *ShopeePay* dipengaruhi oleh persepsi keamanan dan kepercayaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari kegiatan penelitian ini adalah:

A. Teoritis

1. Bagi keilmuan

Seiring pertumbuhan keahlian *e-commerce* melalui penggunaan metode *ShopeePay* pada aplikasi *Shopee*, terutama berkenaan dengan tingkat risiko dan kepercayaan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Dengan tujuan menyediakan lebih banyak konteks untuk penelitian masa depan, khususnya yang berkaitan dengan subjek penelitian khusus ini.

B. Akademis

Keuntungan ilmiah dari penelitian ini bersumber dari potensi penggunaannya sebagai sumber bagi akademisi masa depan yang menggunakan ide dan kerangka kerja yang sama, yaitu dampak kepercayaan yang dirasakan dan risiko yang dirasakan terhadap minat menggunakan *ShopeePay*.

C. Praktis

1. Bagi perusahaan

Sebagai sumber daya untuk menilai upaya bisnis untuk memajukan dan meningkatkan sistem *ShopeePay* di aplikasi *Shopee*.

2. Bagi pemerintah

Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan, sebagai pedoman dan faktor yang perlu diperhatikan dalam merumuskan undang-undang mengenai penggunaan *e-commerce*, khususnya metode *ShopeePay*.

1.5 Ruang Lingkup

Penelitian ini mengumpulkan data dari seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi angkatan 2021–2023 yang menggunakan *ShopeePay*. Kuesioner atau survei digunakan untuk mengumpulkan data tentang kepercayaan, risiko, dan minat dalam menggunakan *ShopeePay*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S., Lestari, E., & Susanti, R. A. D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui E-Commerce (Studi Empiris Pengguna Shopee Pada Mahasiswa Unitri) (Doctoral Dissertation, Fakultas Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi).
- Alabor, D., Rifa'i, M., & Agustim, W. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Persepsi Risiko, Penggunaan *ShopeePay*, Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi).
- Anthony, L., & Sama, H. (2021, March). Studi Kualitatif Mengenai Faktor Penerimaan Aplikasi E-Commerce Shopee Dan Fintech *ShopeePay* Bagi Masyarakat Senior. In *Combines-Conference On Management, Business, Innovation, Education And Social Sciences* (Vol. 1, No. 1, Pp. 678-686).
- Askiyanto, M., Lestari, E., & Mukid, M. (2023). The Influence Of Work Motivation And Work Discipline On Employee Performance Through Job Satisfaction On Employees At Cv Kurnia Fitri Ayu Farm. *Penanomics: International Journal Of Economics*, 2(2), 1-13.
- Betawi, R. F. Z., Susanti, R. A. D., & Rifa'i, M. (2023). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Paylater, Voucher Cashback, Serta Gratis Ongkir Terhadap Minat Beli (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unitri) (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi).
- Bagastia, M. I. (2018). Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Bri Syariah Semarang) (Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga). Retrieved From <https://drive.google.com/file/d/1yc44etaolvtejolz6jyjd07jylne6/view?usp=sharing>

- Brahmanta, G. P., & Wardhani, N. I. K. (2021). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang *ShopeePay* Di Surabaya. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 7(2), 97-108.
- Farhan, M. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *ShopeePay* (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Fatonah, S., Yulandari, A., & Wibowo, F. W. (2018, December). A Review Of E-Payment System In E-Commerce. In *Journal Of Physics: Conference Series* (Vol. 1140, No. 1, P. 012033). Iop Publishing.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss Versi 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Grafindo Persada.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang. Grafindo Persada
- Hanifah, T. R., & Mukhlis, I. (2022). Pengaruh Efektivitas, Hedonis, Kemanfaatan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Universitas Negeri Malang Dalam Menggunakan Layanan *ShopeePay*: Pendekatan Technology Acceptance Model. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 9(2), 69-83.
- Indonesia, B. (2016). Kajian Ekonomi Regional. On-Line), Tersedia Di: <https://www.bi.go.id/id/publikasi/kajian-ekonomiregional/lampung/pages/kekr-provinsi-lampung-periode-mei-2019.aspx> (10 Oktober 2021).
- Kamayanti, A., Sokarina A., Lutfillah, N.Q., Briando, B., Ekasari, K., Suhendri, H., Darmayasa, I.N. (2022). *Metodologi Paradigma Nusantara*. Cetakan Ke I : Pebruari 2022. Malang, Jatim : Penerbit Peneleh.

- Latief, F., Dirwan, D., & Muhammad, I. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet *ShopeePay*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*.
- Marsela, R., Susanto, R. Y., & Retno Ayu Dewi, N. (2020). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Manajemen UNITRI Secara Online di Shopee (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang).
- Martono, S. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Fintech Lending", Dalam Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan, Vol. 10, No. 3
- Nurhayun, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital *ShopeePay* (Studi Kasus Generasi Z Di Purbalingga) (Doctoral Dissertation, Uin Prof. Kh Saifuddin Zuhri).
- Nuriyuha, A. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan E-Wallet (*ShopeePay*) Di Yogyakarta (Studi Kasus Mahasiswa Yogyakarta Pengguna *ShopeePay*).
- Noverin, A. D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Penggunaan *ShopeePay* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Saat Pandemi Covid-19.
- Oktaviana, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *ShopeePay* Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2806-2822.
- Prakosa, A., & Wintaka, D. J. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Ulang E-Wallet Pada Generasi Milenial Di Daerah

- Istimewa Yogyakarta. *Bisman (Bisnis Dan Manajemen): The Journal Of Business And Management*, 3(1), 72-85.
- Prena, G. D., & Dewi, N. K. S. G. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Gaya Hidup, Persepsi Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *ShopeePay*. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 22(2), 142-155.
- Rahma, S. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Risiko, Dan Kepercayaan Dalam Menggunakan E-Wallet (Electronic Wallet) Di Yogyakarta (Studi Kasus: Pengguna E-Wallet *ShopeePay* Di Yogyakarta).
- Rahmad, A. D., Astuti, E. S., & Riyadi. (2017). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan Sms Banking (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol, 43(1)*, 36–43
- Rahmawati, I. M., & Wati, K. M. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Menggunakan Kembali Dompot Digital *ShopeePay* (Studi Pada Mahasiswa Di Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta). *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 535-547.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R & D: Cetakan 11*. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Penerbit: Alfabeta, Bandung
- Sujarweni, V. W. (2015). *Akuntansi Biaya: Teori Dan Penerapannya Seluk Beluk Akuntansi Contoh Dan Aplikasinya/V. Wiratna Sujarweni*.
- Syabila, N. A., & Khasanah, I. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Gopay Di Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 12(3).

- Wahid, A. (2023). Analisis Persepsi Pengguna Paylater Terhadap Risiko Dari Pemanfaatan Layanan Pada Aplikasi E-Commerce Shopee (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Wahyudi, H. S., & Sukmasari, M. P. (2018). Teknologi Dan Kehidupan Masyarakat. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1), 13-24.
- Wasana, I. D. P. T. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *ShopeePay* Sebagai Metode Pembayaran Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Buleleng). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 127-135.
- Yudhistira, A. (2023). Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Keamanan, Manfaat, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan *ShopeePay* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indonesia) (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Indonesia).