

Rachmat saleh

by UNITRI Press

Submission date: 09-Jul-2024 03:03PM (UTC+0800)

Submission ID: 2405216308

File name: Rachmat_saleh.docx (46.1K)

Word count: 1162

Character count: 8201

ANALISIS ¹ 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

³ PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI

MALANG

2024

RINGKASAN

11 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 (X_1), persepsi resiko (X_2). 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.

2

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

2 **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 di kalangan 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 ⁸ 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 Tunggaladewi Malang angkatan 2021–2023 merasakan adanya hubungan antara persepsi risiko dan kepercayaan dengan minat nasabah untuk menggunakan *ShopeePay*.

1.2 Rumusan Masalah

¹ Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

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

⁵ 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi kepercayaan mempengaruhi keinginan dalam menggunakan ⁶ *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.

⁷ 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*.

Rachmat saleh

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	dspace.uui.ac.id Internet Source	4%
2	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
3	rinjani.unitri.ac.id Internet Source	1%
4	www.ojs.stieamkop.ac.id Internet Source	1%
5	repository.unj.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Douglas County Schools Student Paper	1%
7	docplayer.info Internet Source	1%
8	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%
9	www.stiemuttaqien.ac.id Internet Source	1%

10

123dok.com

Internet Source

1 %

11

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Rachmat saleh

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9
