

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada zaman modern saat ini pesatnya kemajuan teknologi dan informasi membuat segala aspek dalam kehidupan manusia hampir tidak bisa terlepas dari peran teknologi. Hal ini mengakibatkan semua bidang turut bertransformasi kearah digital mulai dari pendidikan, sosial, ekonomi, budaya serta bidang lainnya. Dalam bidang ekonomi, industri keuangan menjadi salah satu bidang yang turut bertransformasi menjadi digital.

Inovasi teknologi di bidang keuangan salah satunya yaitu dengan hadirnya *fintech (financial technology)*. Goldstein et al., (2019) mengatakan bahwa *fintech* merupakan perpaduan antara *financial* dan *technology*. Handayani dan Rianto (2021) menyatakan bahwa *fintech* merupakan inovasi baru dalam jasa layanan keuangan dengan memanfaatkan teknologi dalam bentuk aplikasi. *Fintech* dinilai menjadi solusi kemudahan dan menjadi alternatif yang lebih cepat bagi penggunanya dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. *Fintech* juga dinilai memberikan efektifitas dan efisiensi bagi masyarakat dalam bertransaksi. Selain itu, kebijakan *physical distancing* selama pandemi COVID-19 yang membatasi interaksi masyarakat juga turut mempengaruhi masyarakat bergantung pada teknologi dalam melakukan kegiatan sehari-hari karena dinilai lebih aman terutama saat melakukan transaksi pembayaran. Pada akhirnya, hal tersebut menyebabkan perubahan

gaya hidup masyarakat dalam bertransaksi yang awalnya menggunakan alat pembayaran dengan uang tunai, saat ini masyarakat sudah mengenal dan beralih menggunakan pembayaran secara digital (*cashless*) untuk melakukan berbagai transaksi pembayaran.

Alkhowaiter (2020) menyatakan bahwa *digital payment* meliputi segala macam transaksi pembayaran yang menggunakan instrumen *digital* baik itu *mobile payment*, *e-wallet*, *cryptocurrency*, dan *e-payment*. Jenis alat pembayaran digital (*digital payment*) yang kini tengah meningkat di Indonesia salah satunya yaitu dompet digital atau dikenal dengan sebutan “*e-wallet*”. Unsur-unsur yang terdapat dalam *e-money* berdasarkan kebijakan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009 mengenai *elektronik money* yaitu:

- 1) Diluncurkan melalui aturan sejumlah dana yang pada awalnya disetorkan dari pemilik terhadap perusahaan yang meluncurkan *elektronik money*.
- 2) Sejumlah uang tersimpan secara daring baik dalam bentuk *chip* maupun server.
- 3) Dapat dimanfaatkan untuk alat transaksi pada penjual selain pencetak *elektronik money* tersebut tersebut.
- 4) Jumlah *elektronik money* disetorkan oleh pemilik kepada perusahaan penyedia *elektronik money* bukanlah tabungan seperti mana terdapat pada ketentuan hukum tentang perbankan.

Sebenarnya, dompet digital ataupun *e-wallet* juga termasuk uang elektronik hanya saja yang membedakannya yaitu media uang elektroniknya.

*E-wallet* menyimpan uang elektronik dengan berbentuk aplikasi yang terkoneksi dengan internet tanpa memerlukan kartu hanya membutuhkan aplikasi dalam *smartphone* penggunaannya (*server based*). Berbeda dengan *e-money* yang berbentuk kartu (*chip based*). Seiring perkembangan teknologi yang semakin maju perusahaan *fintech* menghadirkan inovasi baru yaitu *e-wallet*.

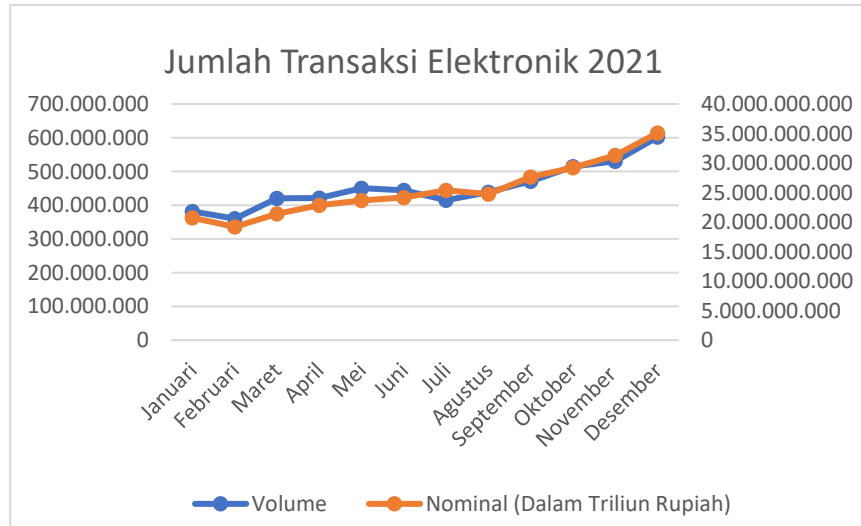
*E-wallet* adalah suatu perangkat lunak yang memiliki fungsi sebagai mana dompet pada umumnya, yakni media penyimpanan uang, akan tetapi uangnya tidak berwujud kertas ataupun koin namun berwujud digital serta penggunaannya dapat melakukan transaksi secara *online* seperti pembayaran belanja *online*, pesan antar makanan, dan pembayaran di *merchant-merchant offline* yang menyediakan pembayaran dengan *e-wallet* serta pengiriman uang kesesama pengguna atau ke bank (Sharma et al., 2018). *E-wallet* ialah sebuah aplikasi yang terkoneksi memakai jaringan internet jadi tidak perlu menggunakan kartu, hanya memanfaatkan *smarthphone* yang terkoneksi dengan internet yang saat ini selalu dibawa oleh masyarakat dan *e-wallet* juga sebagai wadah yang menyimpan informasi pembayaran pengguna, bersama dengan akun dan sandi pengguna dan juga memungkinkan penggunaannya untuk melakukan transaksi *e-commerce* yang terintegrasi ke dalam perangkat *mobile* para pengguna (Saputri & Pratama, 2021).

Studi sebelumnya oleh Soegoto dan Tampubolon (2020) menunjukkan bahwa transaksi *e-wallet* di Indonesia pada tahun 2018 telah mencapai 1,5 miliar dollar amerika dan diperkirakan akan terus mengalami peningkatan

menjadi 25 miliar dollar di tahun 2023. Oleh karena itu, *e-wallet* sudah semakin populer di masyarakat dengan penggunaanya berkisar dari remaja hingga orang dewasa. Dalam studi tersebut juga menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aktif layanan *e-wallet* di Indonesia berkisar pada kelompok umur 20-30 tahun (52,3%), diikuti oleh remaja (33,3%), dan pada urutan terbawah adalah lansia (13%). Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas dari konsumen *e-wallet* merupakan kalangan usia muda. Berdasarkan Heryanti (2021) menyatakan bahwa usia 15-34 tahun termasuk kategori usia muda. Hal tersebut dikarenakan kalangan generasi muda memiliki produktivitas yang lebih aktif serta lebih familiar dengan teknologi digital dibandingkan dengan kalangan lain. Kemudian, dengan tingginya produktivitas serta mobilitas generasi muda maka dengan kenyamanan dan efisiensi yang dirasakan saat menggunakan *e-wallet* juga menjadi alasan *e-wallet* makin digemari oleh kalangan ini.

Seiring dengan perkembangan teknologi keuangan di Indonesia maka jumlah pengguna *e-wallet* juga akan terus meningkat. Berdasarkan data Bank Indonesia transaksi penggunaan uang elektronik (*electronic money*) mengalami peningkatan sepanjang tahun 2021. Perubahan gaya hidup masyarakat zaman sekarang serta dampak dari pandemi COVID-19 dianggap sebagai sebab yang

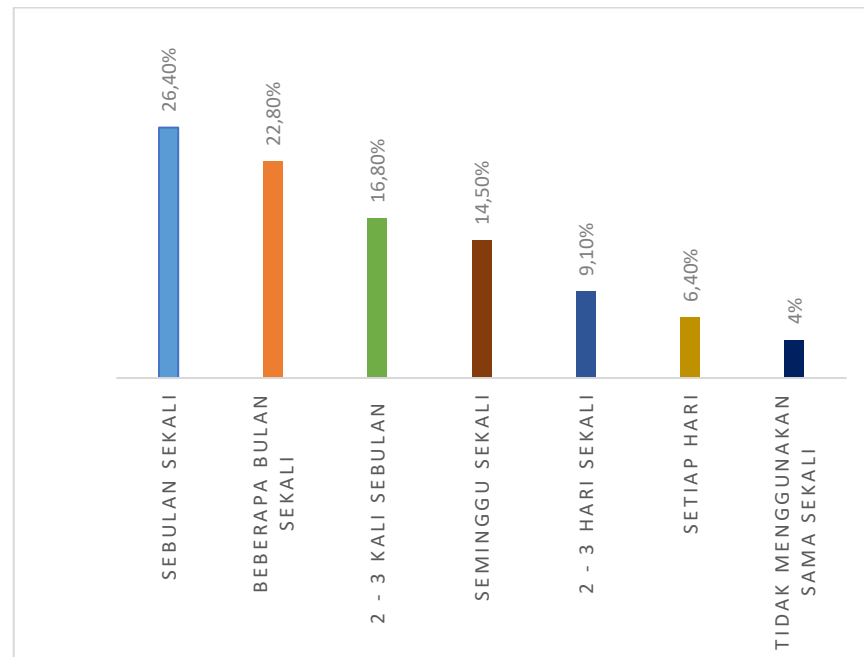
turut mempengaruhi hal tersebut. Jumlah transaksi digital tahun 2021 tersaji pada gambar 1.1 berikut.



**Gambar 1. 1 Data Transaksi Elektronik Tahun 2021**

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2022)

Transaksi menggunakan uang elektronik menunjukkan angka fluktuatif namun sejak bulan Juli 2021 terus mengalami peningkatan dan transaksi terbanyak dilakukan pada akhir tahun yakni bulan Desember yakni volume mencapai 600 juta lebih transaksi dengan nominal mencapai lebih dari 35 triliun rupiah. Jumlah tersebut naik sebanyak 58,53% jika dibandingkan pada bulan Desember 2020. Hal tersebut terjadi seiring dengan perubahan gaya belanja masyarakat selama masa pandemi COVID-19 dari luring menjadi daring sehingga penggunaan *e-wallet* juga mengalami peningkatan. Menurut hasil survei oleh Databoks Katadata (2022) menunjukkan bahwa terdapat sebanyak (65,4%) masyarakat yang sering menggunakan *e-wallet*. Berikut adalah data frekuensi penggunaan *e-wallet* di Indonesia pada tahun 2022.

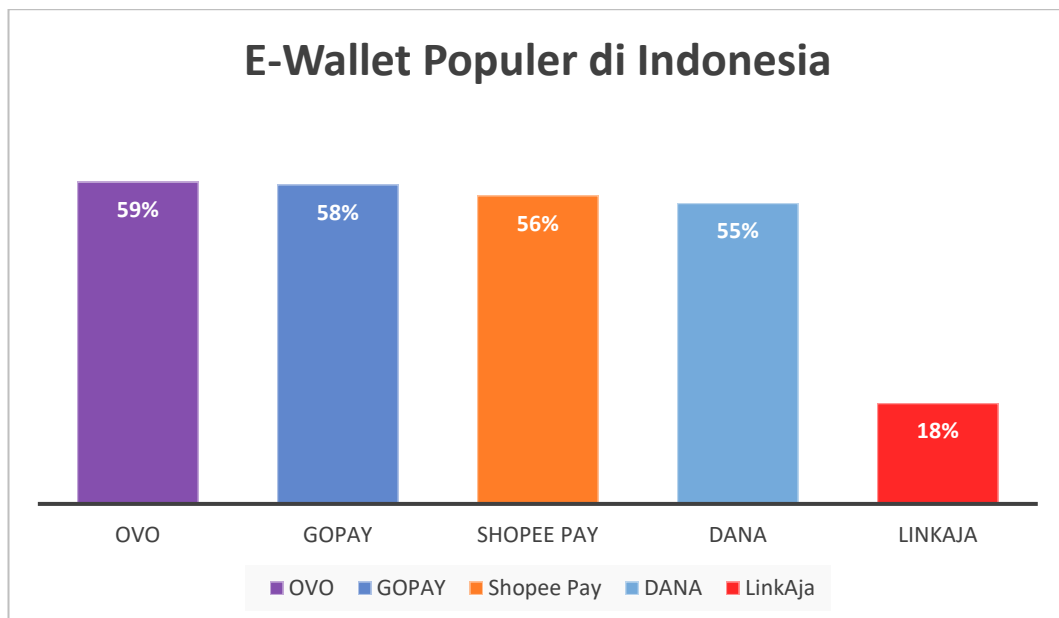


**Gambar 1. 2 Frekuensi Penggunaan *E-Wallet* di Indonesia**

Sumber : Databoks Katadata (2022)

Frekuensi masyarakat yang dalam satu bulan menggunakan *e-wallet* adalah sebanyak 64,1%. Oleh karenanya, saat ini pembayaran digital menggunakan *e-wallet* bukan lagi hal yang awam bagi masyarakat Indonesia. Banyak manfaat yang bisa ditawarkan *e-wallet* sehingga digemari masyarakat seperti penggunaannya lebih mudah, lebih praktis, transaksi lebih cepat, riwayat transaksi tercatat lengkap, penggunaannya dapat terhindar dari uang palsu, serta terhindar dari paparan virus. Menurut Uddin dan Akhi (2014), pembayaran melalui *e-wallet* dianggap populer saat ini karena transaksi menggunakan *e-wallet* dinilai memiliki keuntungan mulai dari kemudahan, keamanan, dan fleksibilitas. Penggunaan *e-wallet* juga memungkinkan penggunaannya untuk melakukan transaksi secara efisien dan efektif karena hanya dengan satu aplikasi bisa melakukan berbagai jenis transaksi mulai dari pembayaran belanja

*online*, pembayaran pesan antar makanan, *top up* saldo, dan pembayaran di *merchant-merchant* yang sudah memiliki kerjasama dengan *e-wallet* hingga untuk melakukan transfer ke akun bank atau ke sesama pengguna, dan berbagai transaksi lainnya. *E-wallet* yang populer atau menjadi *top of mind* dikalangan masyarakat di Indonesia diantaranya yaitu OVO, GoPay, Shopee Pay, dan DANA. Berikut adalah data *e-wallet* paling banyak digunakan masyarakat Indonesia.



**Gambar 1.3 E-Wallet Populer di Indonesia**

Sumber : Dailysocial (2022)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Dailysocial terdapat lima *e-wallet* di Indonesia dengan pengguna terbanyak yakni OVO, Shopee Pay, GoPay, DANA, dan juga LinkAja. Meskipun terbilang paling baru Shopee Pay mengalami perkembangan yang pesat. Hal tersebut terbukti dalam data yang

menunjukkan bahwa Shopee Pay masuk kedalam tiga besar *e-wallet top of mind* bersama pendahulunya yaitu GoPay dan OVO.

Shopee Pay merupakan aplikasi *e-wallet* yang tertanam pada aplikasi belanja daring atau *e-commerce* Shopee. *E-wallet* Shopee Pay resmi diluncurkan oleh Seamoney pada tahun 2018 dan telah mendapat lisensi dari Bank Indonesia. Fitur yang tersedia dalam aplikasi Shopee Pay yakni:

1. *Payment* atau pembayaran yang bisa dilakukan untuk belanja *online*, pesan antar makanan
2. Pembayaran di toko-toko yang telah memiliki kerjasama dengan Shopee Pay
3. Transfer, mengirim uang kepada sesama pengguna Shopee Pay ataupun ke Bank.
4. Untuk *top-up* data, pulsa, dan sebagainya.

Berdasarkan data yang dirilis oleh YouGov pada Juni 2020, Shopee Pay berhasil menjadi tiga besar *dompet digital* dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Survei yang dilakukan oleh Ipsos (2020) hasilnya menunjukkan bahwa Shopee Pay merupakan *e-wallet* paling unggul dan berhasil bersaing dengan para kompetitornya dengan penembusan yaitu sebanyak 48% dari jumlah pemakai *e-wallet* di Indonesia, kemudian diikuti oleh OVO 46%, GOPAY 35%, DANA 26%, kemudian LinkAja 16%. Selama masa pandemi COVID-19 Shopee Pay juga merupakan *e-wallet* yang pertumbuhannya tertinggi diantara *e-wallet* lainnya seperti Gopay, OVO, DANA, serta LinkAja.



Shopee Pay paling sering dipakai sebagai alat transaksi berbelanja di toko *online* atau *e-commerce*. Karena pada awal kemunculannya Shopee Pay hanya digunakan untuk pembayaran pada aplikasi *e-commerce* yang menjadi induk Shopee Pay yaitu Shopee, namun seiring berjalannya waktu layanan Shopee Pay juga dapat digunakan sebagai alternatif pilihan guna melangsungkan transaksi di toko-toko luring yang telah berkolaborasi bersama pihak Shopee Pay serta berbagai transaksi lainnya. Hal tersebut tentu menjadikan peluang Shopee Pay untuk terus berkembang semakin besar dan juga menunjukkan bahwa Shopee Pay harus terus siap bersaing dengan berbagai dompet elektronik seperti OVO, GOPAY, DANA, serta LinkAja.

Pesatnya perkembangan teknologi tentunya mengakibatkan kompetisi dalam bisnis juga semakin ketat. Terutama bagi bisnis layanan keuangan seperti *e-wallet* yang semakin lama kompetitornya semakin banyak. Oleh karena itu, para pelaku bisnis *fintech* penyedia *e-wallet* harus terus berinovasi agar terus mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Sistem pada *e-wallet* harus terus dikembangkan mulai dari kemudahan, kegunaan, dan juga perlindungan bagi konsumen agar tetap percaya. Meskipun menggunakan *e-wallet* dinilai praktis tetapi, menurut Rahmawati dan Yuliana (2020) menyatakan bahwa pada era saat ini banyak individu yang melakukan transaksi menggunakan *e-wallet* tetapi masih banyak juga yang bertransaksi menggunakan uang tunai atau *cash*. Hal itu disebabkan oleh kurangnya pemahaman mengenai kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan *e-wallet*. Tentu saja akan terdapat aspek-aspek penting yang berdampak pada minat seseorang guna memakai *e-wallet*. Dauly

et al., (2020) mengatakan bahwasanya aspek-aspek yang memiliki dampak terhadap penggunaan *e-wallet* adalah kemudahan penggunaan, kegunaan, *subjective norms*, dan kepercayaan.

Kemudian, Jaya et al., (2021) menyatakan bahwa perilaku seseorang untuk menggunakan suatu produk yang diinginkan akan dipengaruhi oleh lingkungan sekitar sehingga akan menumbuhkan minat seseorang untuk menggunakan suatu produk yang diinginkan. Handayani dan Rianto (2021) menyatakan bahwa *social influence* merupakan perintah atau tindakan seseorang yang muncul disuatu lingkungan sehingga memberikan pengaruh kepada seseorang untuk mengikutinya. Hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku manusia dalam mengambil keputusan hampir tidak terlepas dari pengaruh orang-orang disekitarnya yang dianggap penting. Hal ini didukung oleh studi terdahulu yang dilaksanakan Yang et al., (2021) menunjukkan bahwasanya *intention to use e-wallet* terpengaruh dengan positif dan signifikan oleh *social influence*.

Hadirnya layanan *fintech* diharapkan dapat memberikan efisiensi, efektifitas serta rasa aman bagi penggunanya. Oleh karenanya terdapat aspek-aspek penting lain yang perlu menjadi perhatian bagi penyedia layanan *fintech* pada hal ini *e-wallet* yaitu manfaat dan kemudahan yang bisa dirasakan pengguna saat menggunakan layanan tersebut serta keamanan sistem untuk membangun kepercayaan penggunanya. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) menunjukkan bahwasanya manusia akan memiliki ketertarikan pada pemakaian suatu sistem dalam hal ini adalah *electronic wallet* jika *e-wallet*

dirasakan memiliki manfaat dan penggunaannya mudah. Penelitian terdahulu oleh To dan Trinh (2021) menunjukkan adanya dampak positif signifikan *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* bagi *intention to use e-wallet*.

Layanan *financial technology* seperti halnya *e-wallet* merupakan bisnis kepercayaan karena penggunanya memercayakan uangnya disimpan dalam sebuah *platform digital*. Tentu saja penggunaan *e-wallet* tidak terlepas dari berbagai kendala, seperti kasus pembobolan dompet digital dan pencurian data pengguna. Selain kesadaran masyarakat yang harus ditingkatkan tentu perusahaan penyedia layanan dompet digital juga harus terus meningkatkan sistem keamanannya. Perusahaan penyedia layanan *e-wallet* harus bisa membangun kepercayaan masyarakat bahwa uang maupun data pribadi yang tersimpan dalam sistem *e-wallet* akan aman. To dan Trinh (2021) mengatakan bahwa *trust* merupakan rasa aman dan bebas dari khawatir. Seseorang akan menggunakan *e-wallet* jika ia merasa yakin bahwa aplikasi yang digunakan aman. Ramos et al., (2018) dalam penelitiannya mengemukakan bahwasanya *trust* mempunyai dampak positif serta signifikan pada *intention to use e-wallet*. Berlandaskan konteks dasar tersebut, sehingga penulis tertarik supaya melaksanakan penelitian berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Intention to Use E-Wallet* di Jakarta”**

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Berlandaskan motif dasar yang sudah diuraikan oleh peneliti, sehingga berikut adalah pertanyaan penelitian yang hendak dikaji pada penelitian ini.

- a. Apakah *social influence* mempunyai dampak positif dan signifikan pada *perceived usefulness*?
- b. Apakah *social influence* mempunyai dampak yang positif dan signifikan pada *perceived ease of use*?
- c. Apakah *social influence* mempunyai dampak yang positif serta signifikan pada *trust*?
- d. Apakah *social influence* mempunyai dampak positif serta signifikan pada *intention to use e-wallet* di Jakarta?
- e. Apakah *perceived usefulness* mempunyai dampak positif serta signifikan pada *intention to use e-wallet* di Jakarta?
- f. Apakah *perceived ease of use* mempunyai dampak positif serta signifikan pada *intention to use e-wallet* di Jakarta?
- g. Apakah *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada *intention to use e-wallet* di Jakarta?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan pertanyaan penelitian hingga studi ini memiliki tujuan yaitu:

- a. Guna menganalisis pengaruh positif serta signifikan *social influence* pada *perceived usefulness* di Jakarta.
- b. Untuk menganalisis dampak positif serta signifikan *social influence* pada *perceived ease of use* di Jakarta.
- c. Untuk menganalisis dampak positif serta signifikan *social influence* pada *trust* di Jakarta.

- d. Untuk menganalisis dampak positif serta signifikan *social influence* pada *intention to use e-wallet* di Jakarta.
- e. Untuk menganalisis dampak positif serta signifikan *perceived usefulness* pada *intention to use e-wallet* di Jakarta.
- f. Guna menganalisis dampak positif serta signifikan *perceived ease of use* pada *intention to use e-wallet* di Jakarta.
- g. Guna menganalisis dampak positif serta signifikan *trust* pada *intention to use e-wallet* di Jakarta.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berlandaskan diuraikannya tujuan tersebut, diharapkan studi ini dapat bermanfaat untuk segala aspek, antarlain:

- a. Manfaat Teoritis

Penulis berkeinginan dampak studi ini bisa memperluas wawasan dan pengalaman langsung mengenai *financial technology* dan layanan *e-wallet*. Peneliti juga berkeinginan studi ini bisa berguna untuk gambaran mengenai hubungan *social influence*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, serta *consumer trust* pada *intention to use*.

- b. Manfaat Praktis

Untuk Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, penelitian ini hasilnya diinginkan bisa menyumbang pengetahuan serta penerangan pada implementasi ilmu pengetahuan terhadap niat yang ada pada masyarakat untuk menggunakan *e-wallet* serta untuk rujukan untuk studi berikutnya

yang berkaitan dengan *social influence*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, serta *trust* pada *intention to use e-wallet*.

Untuk perusahaan khususnya penyedia layanan *e-wallet*, peneliti berkeinginan studi ini hasilnya bisa membagikan masukan dan saran tentang apa saja aspek-aspek yang akan memiliki dampak pada minat konsumen untuk menggunakan *e-wallet* di Jakarta sehingga pihak perusahaan dapat meningkatkan layanan pada aplikasi *e-wallet*.

### 1.5 Kebaruan Penelitian

Dalam lima tahun terakhir terdapat studi yang mengkaji tentang *intention to use e-wallet*. Namun pada penelitiannya terdapat perbedaan, baik dari topik yang dikaji, objek penelitian, lokasi penelitian, metode yang digunakan, dan sebagainya. Studi tersebut diantaranya yakni penelitian oleh Angelina dan Rahadi (2020) dengan judul “*A Conceptual Study On The Factors Influencing Usage Intention Of E-Wallets In Java, Indonesia*”. Tempat penelien ini berlokasi di Jawa dengan generasi Z sebagai sampel. Kemudian, studi lain oleh Tun (2020) dengan judul “*An Investigation Of Factors Influencing Intention To Use Mobile Wallets Of Mobile Financial Services Providers in Myanmar*”. Studi tersebut bertujuan untuk menganalisis aspek-aspek yang berdampak pada *intention to use e-wallet* di Myanmar. Sampel yang sebanyak 234 responden. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan CFA.

Selanjutnya, penelitian oleh Nguyen et al., (2020) yang berjudul “*The Determinants Of Consumers Intention To Use E-Wallet: The Case Study Of MoMo In Vietnam*”. Studi tersebut bertujuan untuk menganalisis aspek-aspek

yang berdampak pada *intention to use* dompet elektronik MoMo di Vietnam. Studi ini menggunakan 280 sampel dan metode penelitiannya menggunakan analisis faktor eksploratif dan analisis regresi linier. Pada studi ini peneliti akan mengkaji tentang “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Intention To Use E-Wallet* pada Konsumen Muda di Jakarta**”. Pada studi ini subjek penelitiannya adalah konsumen muda di Jakarta. Desain penelitian menggunakan metode kuantitatif. Pemungutan sampel memakai metode *purposive sampling*. Metode analisis data memakai SEM.