

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

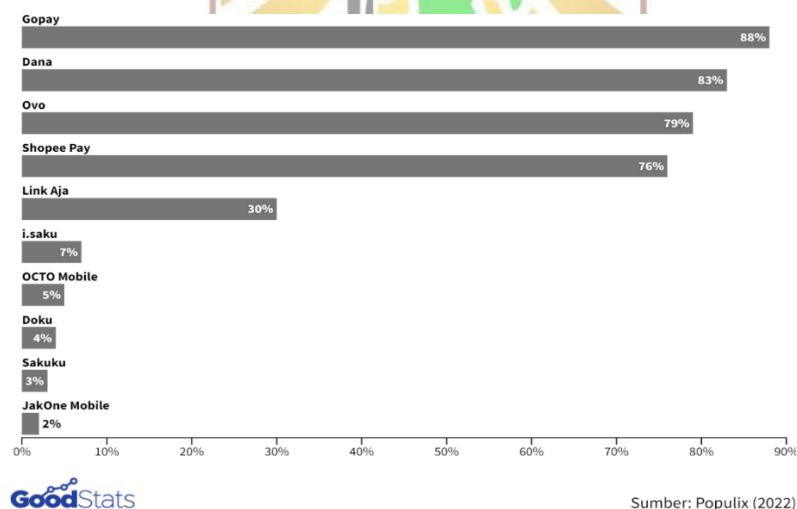
Perkembangan teknologi yang pesat mempengaruhi sendi-sendi perekonomian, mengubah pola transaksi masyarakat, baik individu maupun korporasi. Teknologi juga memiliki peran penting dengan munculnya inovasi-inovasi baru dalam bidang keuangan yang secara berkala menggantikan peran uang tunai (*cash*) sebagai alat transaksi menjadi transaksi keuangan digital. Transaksi keuangan digital semakin diminati di sektor keuangan dan berpotensi tinggi untuk menggantikan uang tunai dan menjadi cara paling efektif untuk menyelesaikan transaksi dalam waktu cepat (Audina, et al., 2021).

Indonesia menjadi salah satu negara yang cepat dalam pemanfaatan teknologi untuk mengubah sistem perekonomian Indonesia, salah satunya penggunaan dompet digital (*e-wallet*) (Ardianto, 2020). Saat ini, penggunaan *e-wallet* berbasis untuk transaksi non-tunai semakin berkembang dikarenakan kemudahan dan kepraktisan transaksi (mulai dari simpel, efisien secara waktu, banyaknya promo yang ditawarkan, tidak perlu datang ke bank, dan aman) yang ditawarkan oleh penyedia layanan dompet digital (Pasaribu, 2020).

E-wallet atau dompet elektronik adalah alat pembayaran digital yang menggunakan media elektronik berbasis server. Secara umum, *e-wallet* adalah aplikasi berbasis server dan dalam proses penggunaannya membutuhkan koneksi terlebih dahulu dengan penerbit (Mulyana & Wijaya, 2018). *E-wallet* adalah implementasi perangkat lunak yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang secara digital, pembayaran digital, dan berbagai jenis transaksi tanpa uang

tunai. *E-wallet* telah digambarkan sebagai cara untuk membayar sesuatu dengan perangkat seperti komputer atau smartphone. *E-wallet* dapat mengambil fungsi dompet fisik, dengan segala isi dan perilakunya, dan mengintegrasikannya ke dalam perangkat digital (Hidayat et al., 2020).

Hasya (2022) menyatakan lembaga survey konsumen ternama Populix menyebutkan Indonesia merupakan pasar yang matang untuk layanan keuangan digital, sebab sebagian besar penduduknya masih banyak yang belum memiliki rekening bank. Populix mensurvei 1.000 orang Indonesia menggunakan panel daring untuk mempelajari lebih lanjut tentang pendapat, kebiasaan, dan preferensi mereka terhadap layanan keuangan digital, terutama aplikasi perbankan dan *e-wallet*. Data hasil survey *e-wallet* dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini:

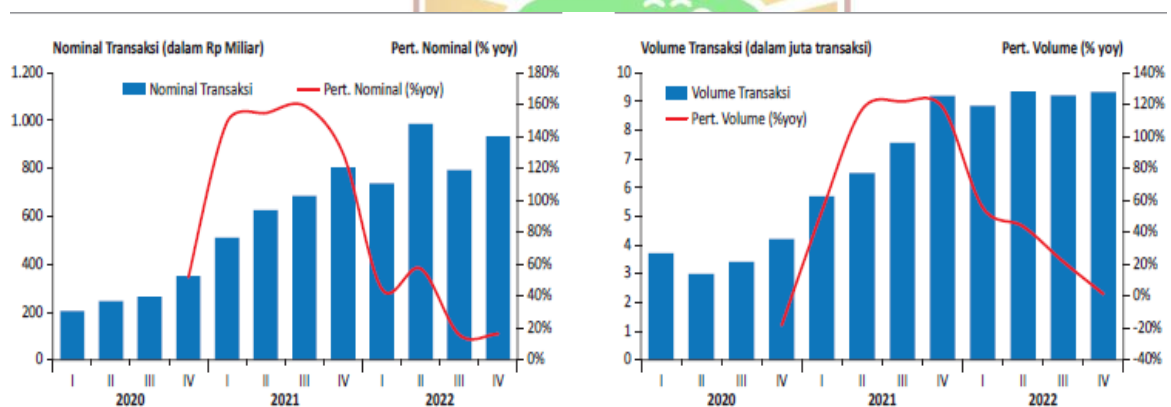


Gambar 1.1
E-Wallet Yang Paling Sering Dipakai di Indonesia
Menurut Survei Populix (2022)
Sumber : Hasya (2022)

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dijelaskan hasil survey populix menemukan 10 besar *e-wallet* yang paling sering dipakai masyarakat adalah Gopay (88 persen), Dana (83 persen) Ovo (79 persen), ShopeePay (76 persen), LinkAja (30 persen),

iSaku (7 persen), Octo Mobile (5 persen), Doku (4 persen), Sakuku (3 persen), dan JakOne Mobile (2 persen).

Selanjutnya dari banyaknya jenis e-wallet yang tersedia, penggunaan *e-wallet* tersebut juga mendukung perkembangan transaksi uang elektronik di Sumatera Barat. *E-wallet* berbentuk uang elektronik yang berada di server atau dengan kata lain server based. Jadi, dalam penggunaannya harus tekoneksi terlebih dahulu dengan server penerbit. Berikut grafik Perkembangan perkembangan nominal transaksi dan volume transaksi uang elektronik di Sumatera Barat:



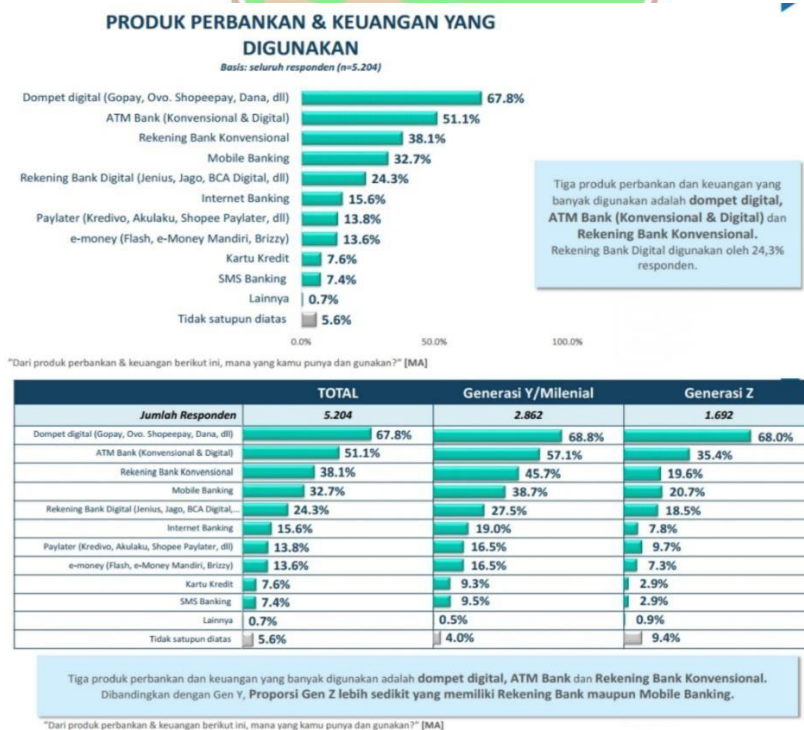
Gambar 1.2
Perkembangan Nominal Transaksi dan Volume Transaksi Uang Elektronik di Sumatera Barat

Sumber : Bank Indonesia Perwakilan Sumatera Barat, 2023

Transaksi uang elektronik di Sumatera Barat pada triwulan IV 2022 mengalami peningkatan. Nilai transaksi uang elektronik Sumatera Barat pada triwulan IV laporan mencapai Rp933,52 miliar atau tumbuh 16,23% (yoy), meningkat dibandingkan dengan triwulan sebelumnya yang mengalami pertumbuhan sebesar 15,8% (yoy). Sejalan dengan peningkatan nilai transaksi, volume transaksi uang elektronik juga mengalami pertumbuhan sebesar 1,36% (yoy) menjadi 9,33 juta transaksi atau melambat dibanding triwulan sebelumnya

yang mencapai 21,63% (yoy). Capaian transaksi uang elektronik terutama didukung oleh distribusi uang elektronik yang mencapai 3,19 juta kartu dimana mayoritas uang elektronik tersebut digunakan untuk berbelanja dengan nilai transaksi sebesar Rp579,19 miliar dan *transfer* uang mencapai Rp235,38 miliar. Sementara itu, pemanfaatan uang elektronik untuk penarikan tunai relatif sedikit.

Kota Padang merupakan salah satu daerah di Sumatera Barat yang berkontribusi terhadap transaksi uang elektronik yang salah satunya berasal dari e-wallet. E-wallet merupakan produk keuangan yang banyak dipergunakan oleh generasi milenial termasuk Di Sumatera Barat. Hal ini berdasarkan Survei Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi terhadap 5.204 responden. Responden yang disurvei tersebar di 34 provinsi. Survei dilakukan pada 6-12 September 2021. Rincian angkanya dapat dilihat pada gambar 1.3 sebagai berikut (Setyowati, 2022):



Gambar 1.3
Produk keuangan yang paling banyak digunakan di Indonesia pada 2021
Sumber : (Setyowati, 2022)

Berdasarkan survei terhadap 5.204 responden, dimana Responden mayoritas Gen Z dan Gen Y dengan rincian sebanyak 55% Gen Y, 32,5% Gen Z, 12% Gen X, dan 0,5% Baby Boomer. Gen Z merupakan generasi yang lahir pada 1995 – 2010. Sedangkan generasi Y atau biasa disebut milenial, lahir sekitar 1980 - 1995. Dari hasil survey diperoleh secara keseluruhan dompet digital seperti GoPay, OVO, ShopeePay, DANA dan LinkAja, menjadi pilihan utama untuk pembayaran yakni 67,8%. Sementara jika dilihat dari jumlah orang pada generasi Y / milenial sebanyak 2.862 orang 68,8% menjadikan dompet digital pilihan utama untuk pembayaran. Sedangkan untuk generasi Z sebanyak 1.692 orang 68% menjadikan dompet digital pilihan utama untuk pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa jika dibandingkan kedua generasi tersebut, generasi Y / milenial lebih banyak memanfaatkan dompet digital dibandingkan generasi Z (Setyowati, 2022).

Selanjutnya dari sekian banyak *e-wallet* yang ada di Indonesia, ShopeePay, GoPay, Dana, OVO, dan LinkAja adalah *e-wallet* yang menarik untuk dibahas di Kota Padang hal ini dikarenakan kelima *e-wallet* ini merupakan *e-wallet* yang sudah banyak digunakan generasi milenial. ShopeePay adalah bagian dari SeaMoney, divisi *fintech* dari Sea Group pemilik *marketplace* bernuansa oranye Shopee (Dewi, 2022). Fitur Shopeepay dioperasikan di dalam aplikasi Shopee sejak Januari 2019 (Kumaran.com, 2019). Sementara GoPay adalah produk uang elektronik buatan PT Dompot Anak Bangsa yang dibawah naungan PT Aplikasi Karya Anak Bangsa yang memiliki layanan aplikasi transportasi, Gojek. Gojek pertama kali memperkenalkan layanan digital payment Go-Pay pada April 2016 (Kompas.com, 2017).

Sedangkan DANA yang resmi diluncurkan pada 5 November 2018 merupakan salah satu *startup digital payment* asal tanah air. DANA dikembangkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe dan memperoleh sokongan finansial dari PT Elang Sejahtera Mandiri, anak usaha PT Elang Mahkota Teknologi (Emtek) sebagai investor utama (Angelia, 2022). Kemudian OVO merupakan layanan dompet digital yang dikelola oleh PT Visionet Internasional. Awalnya OVO merupakan aplikasi loyalitas yang mengelola point hasil belanja di pusat perbelanjaan milik Lippo Group. Pada 2017, OVO mendapatkan lisensi dari Bank Indonesia untuk menghadirkan layanan dompet digital. Agar meluaskan pangsa pasarnya, OVO menggandeng Tokopedia dan Grab (Iqbal, 2020). LinkAja merupakan penyedia jasa pembayaran berbasis server yang merupakan produk andalan dari PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) dan telah terdaftar di Bank Indonesia. Sejak 21 Februari 2019, Finarya secara resmi telah mendapat lisensi atau izin dari Bank Indonesia sebagai Perusahaan Penerbit Uang Elektronik dan Penyelenggara Layanan Keuangan Digital Badan Hukum dengan Sistem Keamanan Informasi. Finarya merupakan gabungan dari 10 anak usaha afiliasi BUMN (Badan Usaha Milik Negara)(Linkaja.id, 2023).

Berdasarkan hasil pra survey pada bulan april tahun 2023 pada beberapa generasi milenial pengguna layanan e-wallet di kota Padang khususnya untuk Shopeepay, GoPay, Dana, OVO, dan LinkAja dari segi persepsi kemudahan merasa sebagian ada yang kesulitan untuk melakukan transaksi pembayaran menggunakan e-wallet, hal ini dikarenakan pengguna harus melakukan top up dana untuk memanfaatkan layanan e-wallet, selain itu dari segi persepsi manfaat layanan e-wallet kurang fleksibel untuk transaksi permbayaran karena hanya bisa membayar terhadap merchant yang bekerja sama dengan layanan e-wallet tersebut. Hal ini

mempengaruhi sikap untuk menggunakan serta niat untuk menggunakan layanan e-wallet.

Davis (1989) menyatakan sesuai dengan model *Technology Acceptance Model* (TAM), bahwa penggunaan sistem paling dipengaruhi oleh niat untuk menggunakan (*behavioral intentions toward usage*). Sedangkan niat dipengaruhi oleh dua kepercayaan yakni persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Persepsi manfaat diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya. Orang akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui manfaat yang positif yang diperoleh orang tersebut dalam penggunaan teknologi informasi tersebut.

TAM menegaskan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan relevan untuk kepercayaan penerimaan teknologi. Jelas bahwa pengguna akan menggunakan sistem yang mereka yakini akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka. Sebaliknya, pengguna akan menolak untuk menggunakan sistem yang mereka yakini akan menurunkan kinerja pekerjaan mereka (Buabeng-Andoh, 2018). Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana pengguna potensial percaya sistem atau teknologi akan bebas dari usaha. Jika calon pengguna percaya bahwa suatu sistem atau teknologi bermanfaat, mereka mungkin, pada saat yang sama, percaya bahwa sistem atau teknologi tersebut terlalu sulit untuk digunakan. Dengan demikian, persepsi manfaat dihipotesiskan dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (Buabeng-Andoh, 2018)

Semakin kuat kemudahaan yang dirasakan pengguna dalam penggunaan aplikasi *online*, maka dorongan minat keputusan bertransaksi pada aplikasi on-line ini juga akan semakin kuat. Pengguna jika semakin merasakan manfaat dan kemudahaan bertransaksi pada aplikasi online, maka hal ini menimbulkan perasaan yang kuat juga untuk berminat bertransaksi kembali secara berkesinambungan.. Niat untuk menggunakan aplikasi tergantung pada sikap potensi pengguna melalui pemaksimalan faktor persepsian pengguna dalam merasakan manfaat dan kemudahaan penggunaan (Mawardi et al., 2022)

Persepsi kemudahaan penggunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka orang tersebut akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka orang tersebut tidak akan menggunakannya. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahaan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan menunjukkan bahwa teknologi tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunannya (Jogiyanto, 2007)

Selain itu Model TAM menyatakan sikap terhadap penggunaan teknologi baru sebagai konstruksi yang dijelaskan oleh dua variabel persepsi: manfaat dan kemudahaan penggunaan (Munoz-Leiva et al., 2017). Persepsi kemudahaan penggunaan (*perceived ease of use*) dapat digambarkan sebagai persepsi masyarakat tentang penggunaan teknologi yang akan tanpa tekanan mental dan orang tidak perlu mengalokasikan banyak waktu dan usaha mereka saat menggunakan teknologi. Persepsi kemudahaan penggunaan mempengaruhi sudut

pandang individu terhadap penggunaan teknologi (Rauniar et al., 2014) dan juga memprediksi persepsi manfaat (Raza et al., 2017).

Model TAM menyatakan sikap terhadap penggunaan teknologi baru sebagai konstruksi yang dijelaskan oleh dua variabel persepsi: manfaat dan kemudahan penggunaan (Munoz-Leiva et al., 2017). Persepsi manfaat dengan jelas menunjukkan atau menunjukkan dengan tepat variabel-variabel yang mempengaruhi penggunaan aktual dan niat untuk terus menggunakan teknologi. Menurut TAM, Persepsi manfaat diyakini sebagai penentu utama teknologi yang diikuti oleh persepsi kemudahan penggunaan (Raza et al., 2017). Baik persepsi kemudahan penggunaan maupun persepsi manfaat mempengaruhi sikap individu terhadap niat untuk memanfaatkan suatu teknologi (Rauniar et al., 2014).

Berdasar pemaparan latar belakang dan fenomena tersebut maka penelitian ini diberi judul : **"Pengaruh *Perceived Usefulness* Dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap *Behavioral Intention To Use* Dengan *Attitude Toward Using* Sebagai Variabel *Intervening* Pada Penggunaan Layanan E-Wallet Di Kota Padang"**

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* layanan E-wallet di kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* layanan E-wallet di kota Padang?

3. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* layanan E-wallet di kota Padang?
4. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* layanan E-wallet di kota Padang?
5. Bagaimana pengaruh *attitude toward using* terhadap *behavioral intention to use* layanan E-wallet di kota Padang?
6. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* dengan *attitude toward using* sebagai variabel intervening pada penggunaan layanan E-wallet di kota Padang?
7. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* dengan *attitude toward using* sebagai variabel intervening pada penggunaan layanan E-wallet di kota Padang?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisa pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* layanan E-wallet di kota Padang.
2. Untuk menganalisa pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* layanan E-wallet di kota Padang.
3. Untuk menganalisa pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* layanan E-wallet di kota Padang.
4. Untuk menganalisa pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* layanan E-wallet di kota Padang

5. Untuk menganalisa pengaruh *attitude toward using* terhadap *behavioral intention to use* layanan E-wallet di kota Padang.
6. Untuk menganalisa pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention to use* dengan *attitude toward using* sebagai variabel intervening pada penggunaan layanan E-wallet di kota Padang.
7. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention to use* dengan *attitude toward using* sebagai variabel intervening pada penggunaan layanan E-wallet di kota Padang.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Sebagai bahan referensi studi kepustakaan mengenai penerimaan teknologi yang berkaitan dengan penggunaan layanan E-wallet yang membahas mengenai *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using* serta *behavioral intention to use*.

2. Bagi Praktisi

- a. Bagi penyedia layanan e-wallet dapat membantu memberi masukan serta informasi mengenai *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using* serta *behavioral intention to use* yang diinginkan pengguna terhadap layanan e-wallet, sehingga dapat dipergunakan untuk mengembangkan layanan yang ditawarkan e-wallet di masa mendatang
- b. Dapat dipergunakan sebagai bahan *research and development* bagi perusahaan maupun organisasi yang bergerak dibidang *Fintech*

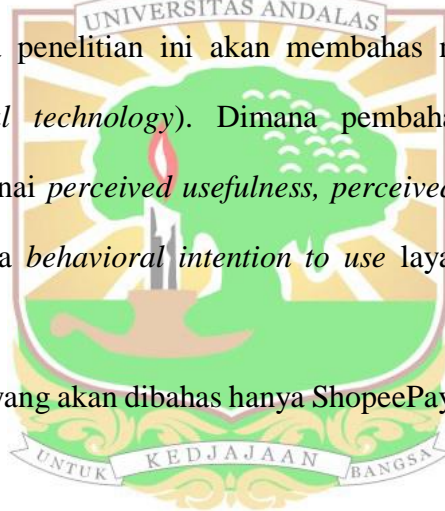


(*financial technology*) untuk melakukan inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi.

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pembahasan penelitian ini dibatasi agar tidak meluas, dimana peneliti membatasi penelitian ini pada

1. Generasi milenial pengguna layanan E-wallet di kota Padang.
2. Generasi milenial lahir di era 1980 sampai 1995 an
3. Pembahasan pada penelitian ini akan membahas mengenai penerimaan *Fintech (financial technology)*. Dimana pembahasannya hanya akan membahas mengenai *perceived usefulness, perceived ease of use, attitude toward using* serta *behavioral intention to use* layanan E-wallet di kota Padang.
4. Layanan e-wallet yang akan dibahas hanya ShopeePay, GoPay, Dana, OVO, LinkAja



Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dapat dijabarkan uraiannya seperti berikut ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I memaparkan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab II memaparkan tentang tinjauan literatur mengenai *technology acceptance model (TAM)*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, serta juga membahas penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis penelitian dan kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, defenisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, sumber dan metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti memaparkan karakteristik responden, analisis deskriptif variabel, pengujian instrumen penelitian, pembahasan hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Pada bab ini peneliti memaparkan kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran penelitian.

