

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat di Indonesia telah secara signifikan mempengaruhi kehidupan sehari-hari manusia dengan menyediakan alat bantu praktis untuk berbagai aktivitas. Teknologi ini tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi dua arah, tetapi juga memberikan manfaat dalam berbagai aspek kehidupan dengan cara yang mudah dan praktis. Selain itu, perkembangan teknologi ini memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Roller dan Waverman (2001) teknologi informasi dan komunikasi berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Pertumbuhan ekonomi nasional ini menciptakan fenomena yang dikenal sebagai ekonomi digital. Ekonomi digital merupakan tahap lanjutan dalam pertumbuhan ekonomi yang melibatkan bisnis dan perdagangan yang semakin mengandalkan layanan internet untuk berkomunikasi, dengan kolaborasi antara perusahaan dan individu sebagai ciri khasnya.

Dalam buku *The Digital Economy* yang diperkenalkan oleh Don Tapscott (1995) Ekonomi Digital merupakan sebuah sosiopolitik yang mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses instrumen, kapasitas, dan pemrosesan informasi. Peluang pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia sangat tinggi. Pengguna internet di Indonesia yang semakin meningkat sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi digital. Menurut DataReportal, jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2023 pada bulan Januari

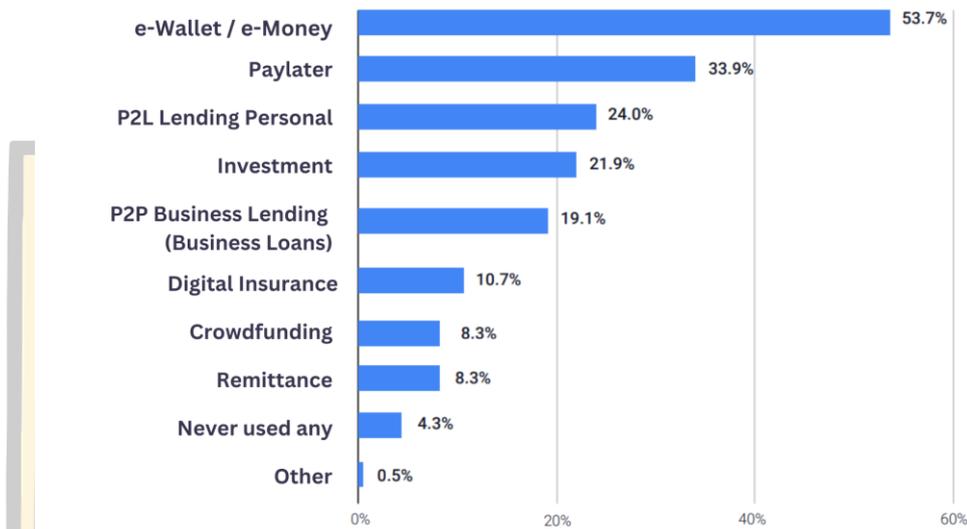
mencapai 212,9 juta orang yang merupakan 77,0 % dari total populasi Indonesia. Pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 10 juta orang atau 5,2% dari tahun 2022 dan 2023. Pengguna internet yang semakin meningkat ini tentunya harus diwadahi oleh sebuah media yang dapat mendukung penggunaan internet tersebut, yaitu ponsel pintar atau *smartphone*. Jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia yang terhubung dengan internet pada awal tahun 2023 mencapai 353,8 juta pengguna dan angka ini terus meningkat dalam periode yang sama pada tahun sebelumnya.

Peningkatan penggunaan internet dan *smartphone* di Indonesia menghasilkan aplikasi *mobile*. Aplikasi ini adalah bentuk adaptasi teknologi yang cepat berkembang, memberikan kemudahan dalam pengolahan informasi dan layanan yang beragam. Sebelum adanya aplikasi *mobile*, masyarakat telah mengenal komputer dan perangkat lunak dengan berbagai kegunaan, seperti email, visualisasi data, sosialisasi, dan permainan. Kemudian, munculnya *smartphone* yang dapat berfungsi seperti komputer portabel, dengan aplikasi *mobile* yang menawarkan layanan serupa dalam format yang lebih inovatif. Aplikasi *mobile* mencakup beragam layanan, termasuk pendidikan, keuangan, pemasaran, dan media sosial. Aplikasi *mobile* mengubah cara beraktivitas di era digital, menggeser banyak kegiatan ke ranah *online*. Dalam era ini, perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dengan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang, membuka peluang bisnis yang lebih luas. Aktivitas yang awalnya konvensional kini berubah menjadi digital, khususnya dalam hal bertransaksi melalui aplikasi *mobile*.

Transaksi elektronik menjadi kebiasaan baru, memungkinkan jual-beli dari mana saja dan kapan saja.

Aplikasi pembayaran non-tunai adalah salah satu yang paling populer, yang dapat mengurangi penggunaan uang kertas dalam masyarakat. Menurut Indrawati dan Putri (2018) kondisi ini juga mendorong salah satu program dari Bank Indonesia dalam GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) sebagai alat pembayaran non tunai. Perkembangan ini memunculkan istilah baru dalam era modern keuangan di Indonesia yang disebut sebagai *fintech* (*Financial Technology*). Menurut Chrismastianto (2017) *fintech* merupakan kombinasi dari teknologi dan fitur keuangan yang dapat diinterpretasikan sebagai inovasi dalam sektor keuangan dengan sentuhan dari teknologi modern. Menurut Sraders (2019) *fintech* merupakan sebuah istilah yang menggambarkan aktivitas dari layanan keuangan yang menggunakan perangkat seluler, layanan *cloud*, teknologi perangkat lunak, dan internet. Sehingga dengan adanya *Financial Technology* saat ini mampu memberikan pengaruh yang sangat signifikan dalam keuangan digital di Indonesia, sehingga memicu lahirnya produk-produk keuangan digital dengan berbagai layanan yang ditawarkan.

Gambar 1.1



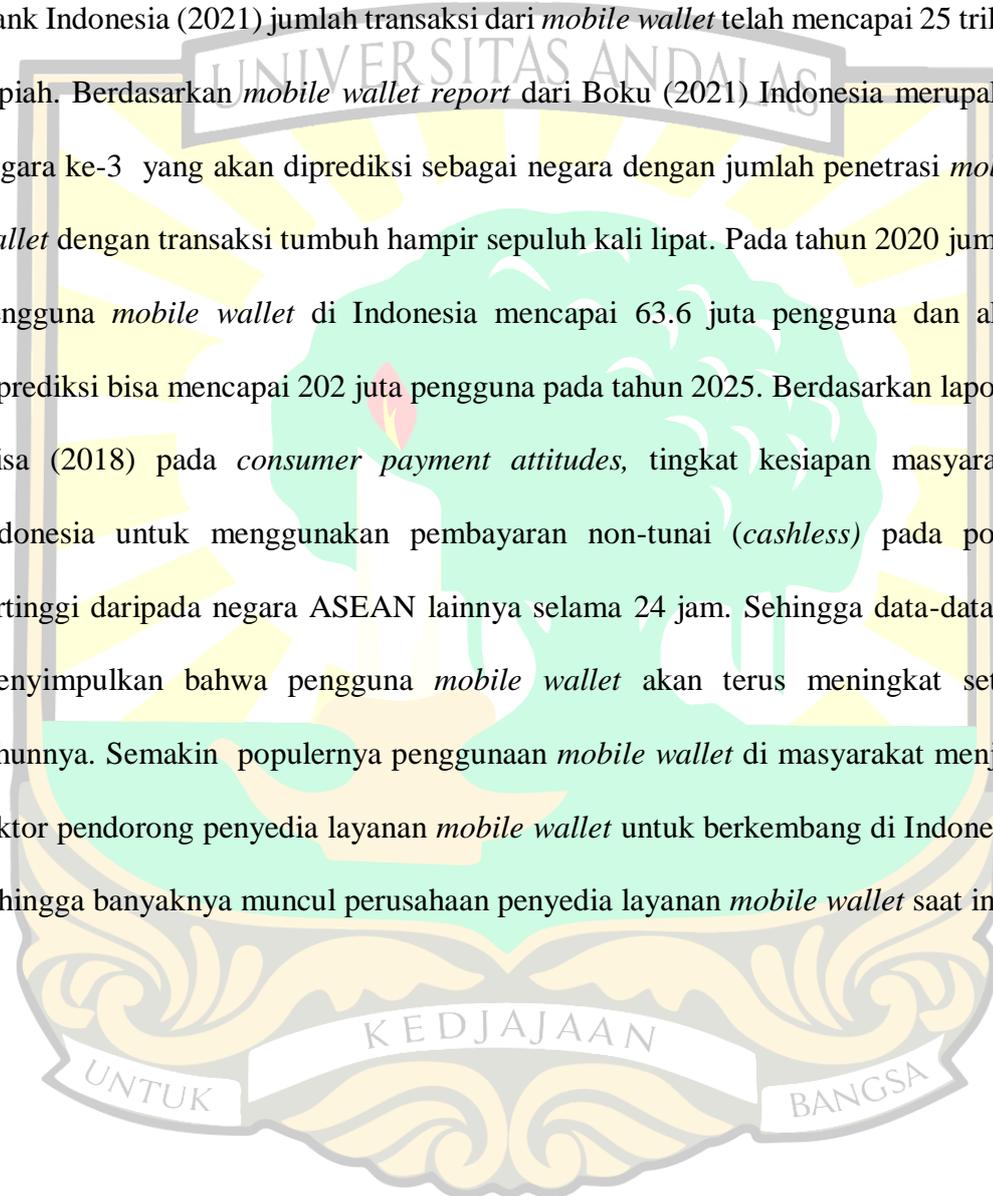
### Tingkat pengguna *financial technology (Fintech)* di Indonesia

*Mobile Wallet* merupakan salah satu bentuk layanan dari *fintech (Financial Technology)*. *Mobile Wallet* menjadi layanan teknologi keuangan terfavorit di kalangan masyarakat daripada produk *fintech* lainnya, seperti *paylater*, *P2P Lending Personal*, *Investment*, *P2P Business Lending*, *Digital Insurance*, *Crowdfunding*, dan *Remittance*. Hal ini dibuktikan dalam riset yang dilakukan oleh DS Research (2021) *mobile wallet* memiliki tingkat pengguna atau *user* tertinggi daripada produk *fintech* lainnya yang dilakukan pada 1500 responden di Indonesia. Menurut Rahma (2018) Perusahaan penyelenggara *fintech* memberikan jasa yang dapat membantu masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan tanpa harus memiliki rekening pada layanan perbankan pada umumnya. Jasa atau produk dari layanan *fintech* yang dimaksud tersebut adalah *mobile wallet*. Menurut Widiyanti (2020) *mobile wallet* merupakan sebuah aplikasi online yang digunakan untuk menyimpan uang dalam bentuk elektronik serta melakukan transaksi, yang bisa

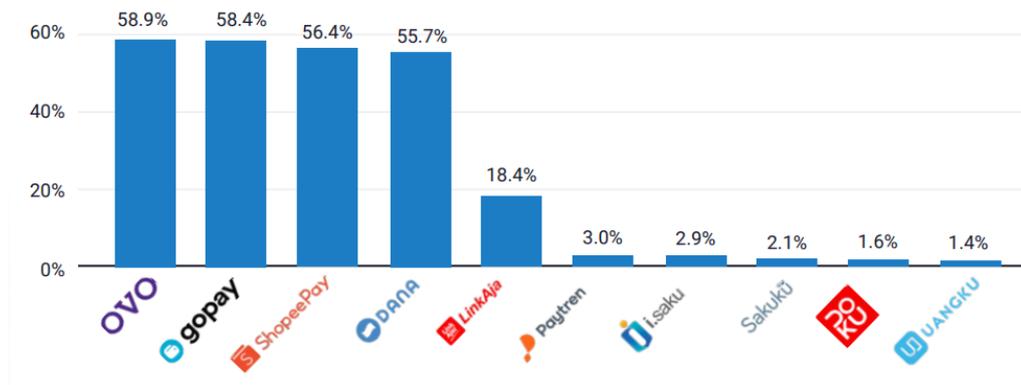
diakses melalui perangkat ponsel pintar atau *smartphone* tanpa harus memerlukan media kartu. *Mobile wallet* merupakan sebuah teknologi inovasi dari *electronic money* yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan digital masyarakat dalam melakukan transaksi, penyimpanan dana dalam bentuk saldo, serta memberikan informasi kepada penjual yang berkaitan dengan perilaku berbelanja konsumen dalam bentuk sebuah aplikasi mobile. Menurut Kagan (2018) *mobile wallet* diartikan sebagai sistem yang menyimpan informasi pembayaran dari penggunanya secara aman dan dapat memudahkan pembelian secara cepat dan mudah. Tujuan dari *mobile wallet* ini untuk mempercepat proses transaksi secara online tanpa harus membuat pengguna tersebut memberikan detail informasi pribadi mereka setiap ingin melakukan pembayaran, serta tanpa harus membawa dompet kemana-mana. *Mobile wallet* tidak hanya membawa keuntungan untuk penggunanya saja, tetapi juga membawa keuntungan bagi perusahaan atau bisnis. Menurut Kagan (2018) *mobile wallet* dapat memberikan informasi berupa kebiasaan pembelian pelanggan, sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Dengan perkembangan jumlah pengguna internet dan *smartphone* di Indonesia, proyeksi pertumbuhan tingkat pengguna terhadap *mobile wallet* diperkirakan akan semakin meningkat sehingga kedepannya mampu mengubah gaya hidup dan pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

Secara Global, Proyeksi pertumbuhan *mobile wallet* ternyata sangat signifikan. Indonesia termasuk 10 negara yang memiliki jumlah transaksi *mobile wallet* tertinggi. Berdasarkan *mobile wallet report* dari Boku (2021) Indonesia adalah negara ke-10 dalam jumlah transaksi *mobile wallet* tertinggi secara global.

Pada tahun 2022 total nilai transaksi dalam pembayaran digital menggunakan *mobile wallet* diproyeksikan mencapai US\$72,09 miliar. Berdasarkan Data dari Bank Indonesia (2021) jumlah transaksi dari *mobile wallet* telah mencapai 25 triliun rupiah. Berdasarkan *mobile wallet report* dari Boku (2021) Indonesia merupakan negara ke-3 yang akan diprediksi sebagai negara dengan jumlah penetrasi *mobile wallet* dengan transaksi tumbuh hampir sepuluh kali lipat. Pada tahun 2020 jumlah pengguna *mobile wallet* di Indonesia mencapai 63.6 juta pengguna dan akan diprediksi bisa mencapai 202 juta pengguna pada tahun 2025. Berdasarkan laporan Visa (2018) pada *consumer payment attitudes*, tingkat kesiapan masyarakat Indonesia untuk menggunakan pembayaran non-tunai (*cashless*) pada posisi tertinggi daripada negara ASEAN lainnya selama 24 jam. Sehingga data-data ini menyimpulkan bahwa pengguna *mobile wallet* akan terus meningkat setiap tahunnya. Semakin populernya penggunaan *mobile wallet* di masyarakat menjadi faktor pendorong penyedia layanan *mobile wallet* untuk berkembang di Indonesia, sehingga banyaknya muncul perusahaan penyedia layanan *mobile wallet* saat ini.



Gambar 1.2



### Tingkat pengguna *mobile wallet* di Indonesia (2021)

Berdasarkan data dari Bank Indonesia (2021) saat ini sudah ada 45 *mobile wallet* yang sudah berlisensi resmi di Indonesia. Diantara 45 penyedia *mobile wallet*, terdapat 5 penyedia terbesar dengan tingkat penggunaan tertinggi di Indonesia yaitu Gopay, OVO, ShopeePay, LinkAja, dan Dana. Menurut DS Research (2021) OVO berada di posisi teratas dengan tingkat pengguna tertinggi yaitu 58.9%, Gopay pada peringkat kedua dengan 58.4%, ShopeePay pada peringkat ketiga dengan 56.4%, Dana pada peringkat keempat dengan 55.7%, dan LinkAja pada peringkat kelima dengan 18.4%. Menurut Buku Inc (2021) Gopay, OVO, Dana, ShopeePay, dan LinkAja berada di peringkat 22-26 penyedia *mobile wallet* dengan tingkat pertumbuhan tercepat di dunia.

Peningkatan jumlah pengguna terhadap penggunaan *mobile wallet* ini memiliki potensi yang sangat besar sebagai kebutuhan utama masyarakat sebagai sistem pembayaran dan media penyimpanan uang masyarakat. Hal ini juga didorong dengan tren baru yang muncul yaitu *cashless society*, tren ini merupakan suatu perubahan kebiasaan bertransaksi dalam masyarakat yang biasanya

menggunakan uang fisik atau tunai bertransformasi menjadi digital. Menurut Bintarto (2018) tren *cashless society* merujuk pada masyarakat yang tidak menggunakan uang fisik namun menggunakan uang digital. *Cashless society* sebenarnya sudah lama ada, pada dasarnya sistem penukaran barang atau barter juga termasuk dalam tren ini. Namun seiring kemajuan zaman *cashless society* ini menggantikan uang tunai dengan ekuivalen digitalnya, alat pembayaran yang sah (uang), dicatat dalam bentuk elektronik, dan ditukarkan dalam bentuk digital. Saat ini pemerintah sangat mendukung peralihan ini karena dapat dipercaya sebagai upaya untuk mengatasi pencurian, penggelapan pajak, serta dapat meningkatkan persaingan dalam sektor keuangan. Menurut Cerulus dan Contiguglia (2018) banyak yang berpendapat bahwa pembayaran secara digital ini melindungi konsumen dari pencurian dan perampokan serta memudahkan mereka agar tidak selalu membawa dompet kemana-mana. Tren *cashless society* ini sangat diminati oleh generasi Z. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, Generasi Z yaitu masyarakat yang lahir pada rentang tahun 1995-2007 atau saat penelitian ini dilakukan berumur 17-28 tahun. Generasi Z percaya bahwa tren *cashless society* ini memudahkan dan memberi banyak keuntungan. Generasi Z juga terkadang disebut sebagai generasi digital karena mereka sudah tidak asing dengan teknologi. Menurut Turner (2015) generasi Z memiliki kecenderungan yang sangat besar pada hal yang praktis dan sangat bergantung dengan penggunaan teknologi. Menurut DS Research (2020) sebanyak 52.2% pengguna aktif *mobile wallet* didominasi oleh umur 20-29 tahun yang tergolong pada generasi Z.

Generasi Z merupakan generasi yang sudah tidak asing lagi dalam menerapkan teknologi, dimana rata-rata kegiatan sosial yang dilakukan oleh generasi ini ada pada dunia maya. Selain itu, generasi Z juga memiliki kemampuan untuk memahami teknologi dengan mudah dan cepat. Menurut Pham et al. (2021) perilaku pengguna *mobile wallet* yang dilakukan oleh generasi Millennial yang lebih tua memiliki perbedaan pada karakteristik dan perilakunya. Generasi Z yang lebih mudah beradaptasi dengan teknologi tersebut yang menjadikan mereka sebagai pengguna *mobile wallet* tertinggi. Menurut Karim et al. (2020) hal ini juga disebabkan karena mereka (Generasi Z) menganggap pembayaran melalui *mobile wallet* lebih cepat dan nyaman daripada sistem perbankan konvensional seperti *debit card* atau *credit card* karena lebih menghemat uang dan waktu mereka. Menurut Badri (2020) Generasi Y dan Z pengguna *mobile wallet* di Kota Pekanbaru menyatakan alasan mereka menggunakan *mobile wallet* karena lebih menguntungkan dan cocok dengan kebutuhan mereka untuk melakukan transaksi non tunai. Menurut Liebana et al. (2018) transaksi yang dilakukan menggunakan *mobile wallet* tidak hanya memberikan kemudahan dan kecepatan, namun juga memberikan rasa aman. Menurut Punwatkar & Verghese (2019) *mobile wallet* menawarkan transaksi dengan skala kecil yang mudah untuk dioperasikan. Generasi Z juga termasuk generasi yang cukup banyak melakukan transaksi pada *e-commerce*, dimana untuk metode pembayaran yang disediakan salah satunya yaitu *mobile wallet*. Selain itu, untuk bisa mendapatkan layanan dari *mobile wallet* tersebut mereka tidak harus memerlukan persyaratan khusus, berbeda dengan penggunaan kartu debit atau kredit yang mengharuskan mereka melewati

serangkaian proses yang cukup memakan waktu. Sehingga penggunaan *mobile wallet* bagi Generasi Z ini bukan hanya sekedar memberikan kemudahan, keamanan, dan kecepatan saja, namun sesuai dengan kebutuhan mereka dalam menjalankan aktivitas.

Menurut Arum et al. (2023) berdasarkan data hasil sensus penduduk tahun 2020 jumlah generasi Z sendiri mencapai 75,49 juta jiwa, sebanding dengan 27,94% dari total keseluruhan populasi penduduk Indonesia. Menurut Ramadhanti et al., (2023) Setelah pandemi Covid-19 peningkatan pengguna *mobile wallet* terus mengalami perkembangan hingga mencapai 25,6% pada akhir tahun 2021 dengan rentang usia pengguna yaitu 18-24 tahun merupakan tertinggi dari generasi Z dibanding rentang usia 25-29 tahun, 30-34 tahun, dan 35-39 tahun yang merupakan ketiga persentase terendah. Menurut Hanni dan Pujiastuti (2023) berdasarkan hasil riset, sebanyak 78% Gen Z mengatakan bahwa mereka tertarik dan memiliki produk keuangan non tunai. Lebih dari setengah 73% Gen Z menggunakan dompet digital dan hanya 5% Gen Z yang memiliki uang elektronik (*e-money*). Tingginya tingkat pengguna dari *mobile wallet* yang terus berkembang ini, ternyata belum menentukan bahwa *mobile wallet* menjadi pilihan utama untuk penggunaan jangka panjang. Selain *mobile wallet* masih ada opsi lain instrumen pembayaran atau penyimpanan yang digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Masyarakat di Indonesia sudah sadar akan penggunaannya, namun penggunaan jangka panjangnya masih tergolong rendah. Hal ini terbukti bahwa tingginya pengguna *mobile wallet* masih tidak bisa bersaing dengan penggunaan uang kertas dan alat pembayaran menggunakan kartu (APMK). Menurut data Indonesian Gen Z Report (2022)

tentang transaksi *mobile wallet* dan tunai, diketahui bahwa gen Z masih lebih memilih membayar dengan uang tunai dibandingkan dengan menggunakan *mobile wallet* ataupun *virtual account bank*. Persentase metode pembayaran dari hasil survei tersebut yaitu pembayaran tunai dengan persentase sebesar 56%, diikuti dengan metode pembayaran *mobile wallet* dengan persentase sebesar 25%, transfer *virtual account bank* dan *paylater* masing-masing memiliki persentase sebesar 6%, kemudian *transfer bank* (manual) dan pembayaran langsung ditoko masing-masing dengan persentase sebesar 3% dan paling sedikit adalah metode pembayaran menggunakan kartu kredit atau debit sebesar 1%. Fakta tersebut juga didukung oleh J.P Morgan (2020) bahwa alat pembayaran menggunakan kartu masih menjadi metode pembayaran dominan di Indonesia dengan 34% dari total pangsa pasar, diikuti dengan pembayaran dengan metode *bank transfer* pada 26%, lalu *mobile wallet* pada urutan ketiga pada 20% yang hampir setengah dari penggunaan kartu debit atau kredit sebagai perbandingannya. Menurut MIA (2020) berdasarkan data survei yang dilakukan pada 1000 responden, hanya 26% dari total responden yang memilih *mobile wallet* sebagai metode pembayaran ketika berbelanja online. Menurut Palau-saumell et al. (2019) penyedia layanan *mobile wallet* sering mendapatkan keluhan serupa di tahun 2019, seperti pembayaran yang gagal untuk dilakukan oleh pengguna sehingga mengakibatkan kerugian. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh IDN Institute Research (2022) menemukan bahwa 68% dari Generasi Z tertarik dengan sistem pembayaran non-tunai (*cashless transaction*), namun lebih dari 86% dari Generasi Z masih tertarik menggunakan pembayaran tunai. Preferensi terhadap penggunaan transaksi non-tunai semakin meningkat

dengan kelas sosial ekonomi seseorang, semakin tinggi tingkat kelas sosial generasi Z tersebut, semakin lebih memiliki kecenderungan untuk memilih transaksi non-tunai. Untuk generasi Z yang berasal dari tingkat kelas sosial yang lebih rendah memiliki infrastruktur yang lebih sedikit untuk mendukung transaksi non-tunai, biaya penggunaan *mobile wallet* yang semakin bertambah, dan kurangnya rasa percaya diri mereka dalam bertransaksi non-tunai karena masih ada ketakutan untuk ditipu atau kehilangan.

Menurut Elisa et al. (2024) dalam RedSeer (2022) probabilitas penggunaan *mobile wallet* tahun 2020 dari 17,8% akan meningkat menjadi 70,1% pada tahun 2025 untuk sektor *mobile wallet*, *payment gateway*, dan POS Cloud dalam hal pembayaran digital. Artinya pertumbuhan pembayaran berbasis digital melalui outlet berbasis cloud diperkirakan tumbuh 2x lebih cepat yaitu 31,5 yang berdampak pada pertumbuhan e-wallet pada tahun 2020 hingga 2025. Selain itu, keberlanjutan penggunaan *mobile wallet* sebagai metode pembayaran di Indonesia diharapkan dapat membantu mengurangi 1.5% beban penggunaan uang tunai dari PDB yang sangat membantu untuk ekonomi nasional. Menurut Zoel Hutabarat et al. (2021) keberlanjutan penggunaan *mobile wallet* itu dipengaruhi oleh pengalaman pengguna dalam menggunakannya. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan preferensi antar individu dalam generasi Z, tidak semua individu dalam kelompok ini memiliki kecenderungan yang sama terhadap masyarakat tanpa uang tunai. Beberapa individu masih tetap memilih uang tunai dalam situasi tertentu atau karena ada pertimbangan pribadi lainnya. Dari data yang peneliti temukan ini membuktikan bahwa tingkat keberlanjutan penggunaan *mobile wallet* masih belum

optimal, tidak sebanding dengan tingkat pertumbuhan penggunaan *mobile wallet* yang terus meningkat.

Beranjak dari masalah tingkat keberlanjutan penggunaan *mobile wallet* yang tidak optimal ini tentunya terdapat faktor faktor yang mempengaruhi intensitas kontinuitas (*continuance intention*). Menurut Ariaeinejad dan Archer (2014) intensitas kontinuitas (*continuance intention*) adalah sebuah tindakan yang dilakukan seseorang untuk memutuskan dimasa yang akan datang untuk meneruskan penggunaan atau pemanfaatan terhadap suatu layanan. Menurut Amallia (2019) keberlanjutan dalam penggunaan *mobile wallet* saling bergantung dan berhubungan antara pengguna dan perusahaan penyedia layanan *mobile wallet*. Hubungan ini terlihat ketika pengguna tidak memanfaatkan secara optimal dan perusahaan tidak bisa meningkatkan layanan mereka agar dapat digunakan secara terus menerus oleh penggunanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi terhadap intensitas kontinuitas penggunaan layanan *mobile wallet*.

Beranjak dari masalah pengguna dalam niat mereka untuk melanjutkan penggunaan layanan *mobile wallet*. Model teori yang cocok digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) yang dikembangkan oleh Venkatesh, Thong, dan Xu (2012). *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) merupakan model penerimaan dan penggunaan teknologi yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003). Menurut Venkatesh et al. (2003) model konstruksi UTAUT telah berhasil dalam menghubungkan 32 variabel independen dan 4 moderator yang

diusulkan dari 8 model dalam satu model yang akhirnya menghasilkan 4 variabel independen antara lain: *performance expectancy* (Ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (Ekspektasi usaha), *social influence* (Pengaruh sosial), dan *facilitating conditions* (Kondisi fasilitas). Empat variabel independen tersebut masing-masingnya akan berpengaruh terhadap *behavioral intention* dan *use behavior*. Ekspektasi kinerja diyakini dapat menunjukkan bahwa penggunaan sistem dapat meningkatkan pengetahuan pengguna tentang aplikasi mobile wallet, dan membantu melakukan aktivitas transaksi dengan cepat. Ekspektasi usaha mengacu pada kemudahan penggunaan suatu teknologi atau produk teknologi, sehingga menjadikan ekspektasi upaya sebagai penentu penting untuk menganalisis perilaku penggunaan dan niat berperilaku. Kemudian pengaruh sosial adalah sejauh mana orang lain menyadari pentingnya penggunaan teknologi baru. Jika pengguna mengamati pengguna lain mendapatkan kesenangan atau kepuasan dari penggunaan suatu inovasi, maka kemungkinan penyebaran inovasi tersebut di antara pelanggan adalah tinggi, sehingga secara tidak langsung dapat berperan sebagai faktor yang secara efektif mempengaruhi perilaku berdasarkan kondisi fasilitas sebuah layanan. Model konstruksi UTAUT2 ini merupakan perluasan dari model sebelumnya untuk mengatasi keterbatasan dan mengintegrasikan *hedonic motivation*, *price value* dan *habit*. Alasan peneliti menggunakan model UTAUT2 ini karena model ini merupakan model terbaru yang memiliki tingkat prediksi tertinggi dibandingkan model lainnya. Dibandingkan dengan model sebelumnya UTAUT yang lebih cocok digunakan untuk konteks organisasi/kelompok, sedangkan UTAUT2 memiliki peningkatan terkait penjelasan dari *behavioral intention* dan penggunaan suatu

teknologi yang difokuskan pada perspektif individu. Dibandingkan dengan model sebelumnya, model UTAUT2 mampu menghasilkan peningkatan dalam penjelasan *behavioral intention* dari 56% menjadi 74%, serta dalam penggunaan teknologi dari 40% menjadi 52%. Menurut Muhammad Taufik Hidayat (2020) penerapan dari model UTAUT2 telah banyak digunakan pada keberhasilan penerimaan teknologi untuk *electronic money (e-money)* di berbagai wilayah di Indonesia, selain itu model ini juga telah berhasil pada aplikasi *mobile* restoran dan aplikasi *food delivery*. Harapan atau ekspektasi dari adanya model UTAUT2 ini mampu mengidentifikasi penerimaan dan penggunaan teknologi, baik dari sisi konsumen, perusahaan atau umum serta mampu mengenalkan hubungan baru. Sehingga tingkat keberlanjutan penggunaan (*continuance intention*) *mobile wallet* sangat cocok dibuktikan dengan model konstruksi UTAUT2 karena langsung berfokus kepada *user* atau pengguna layanan tersebut.

Dalam konteks studi ini, menurut penelitian terdahulu Amalia Ispriandina & Mamun Sutisna (2019) *Habit, Hedonic Motivation, Social Influence* berpengaruh positif terhadap intensitas kontinuitas penggunaan *mobile wallet* di Kota Bandung. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indrawati & Dianty Anggraini Putri (2018) melakukan beberapa modifikasi terhadap variabel yang digunakan untuk penelitian tersebut yaitu Mengganti variabel *behavioral intention* dan *use behavior* menjadi intensitas kontinuitas, menambahkan variabel *trust*, mengganti variabel *price value* menjadi *price saving orientation*. Penambahan variabel kepercayaan dilakukan karena menjadi faktor penting dan sejauh ini telah sangat berpengaruh dalam menjaga hubungan dengan pengguna, dikarenakan sistem *mobile payment*

yang lebih sedikit terjadinya interaksi langsung. Kemudian variabel lain yaitu motivasi hedonis mampu mempengaruhi perasaan senang yang diperoleh individu ketika menggunakan teknologi dan merupakan faktor penting dalam penerimaan dan penggunaan teknologi. Kesenangan tersebut juga pada akhirnya akan merujuk pada persepsi pola perilaku berulang yang muncul secara otomatis di luar kesadaran individu sehingga memunculkan suatu kebiasaan atau *habit*. Sehingga variabel yang dipilih cocok untuk digunakan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indrawati & Dianty Anggraini Putri (2018) juga menemukan hasil bahwa *performance expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, *price saving orientation*, *habit*, dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap intensitas kontinuitas (*continuance intention*) penggunaan *e-payment* (Studi kasus pengguna Go-Pay di Indonesia). Pada penelitian yang dilakukan Teuku Raihan dan Indira Rachmawati (2019) *performance expectancy*, *social influence*, *price saving orientation*, *hedonic motivation*, *habit*, dan *trust* berpengaruh positif terhadap intensitas kontinuitas (*continuance intention*) penggunaan *e-wallet* (Studi kasus pada pengguna DANA di Indonesia). Dalam penelitian ini peneliti akan memodifikasi salah satu variabel, yaitu menggantikan *price value* menjadi *price saving orientation* dengan alasan penggunaan *mobile wallet* memungkinkan harga yang lebih murah seperti adanya diskon dalam menggunakan *mobile wallet*. Ketika pengguna dapat menemukan harga terendah, atau merasa dapat menghemat lebih banyak uang dengan menggunakan sebuah aplikasi, maka pengguna akan cenderung menganggap bahwa aplikasi tersebut nyaman untuk digunakan dan berguna bagi mereka. Selain itu tidak hanya pertimbangan biaya, tapi juga dari perspektif yang berbeda yaitu tidak

menimbulkan biaya tambahan untuk membeli sebuah produk saat menggunakan sebuah layanan tersebut. Pengalaman yang diperoleh tersebut cenderung akan mengaruhi kebiasaan (*habit*).

Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan *Mobile Wallet* di Indonesia (Studi pada Generasi Z).**”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dapat dirumuskan pokok masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah Ekspektasi Kinerja berpengaruh pada Intensitas Kontinuitas pengguna *mobile wallet*?
2. Apakah Ekspektasi Usaha berpengaruh pada Intensitas Kontinuitas pengguna *mobile wallet*?
3. Apakah Sosial berpengaruh pada Intensitas Kontinuitas pengguna *mobile wallet*?
4. Apakah Kondisi Fasilitas berpengaruh pada Intensitas Kontinuitas pengguna *mobile wallet*?
5. Apakah Motivasi Hedonis berpengaruh pada Intensitas Kontinuitas pengguna *mobile wallet*?
6. Apakah Orientasi Hemat Biaya berpengaruh pada Intensitas Kontinuitas pengguna *mobile wallet*?
7. Apakah Kebiasaan berpengaruh pada Intensitas Kontinuitas pengguna *mobile wallet*?

8. Apakah Kepercayaan berpengaruh pada Intensitas Kontinuitas pengguna *mobile wallet*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini berguna untuk menjawab segala permasalahan tersebut. Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh Ekspektasi Kinerja pada Intensitas Kontinuitas penggunaan *mobile wallet*.
2. Untuk menguji pengaruh Ekspektasi Usaha pada Intensitas Kontinuitas penggunaan *mobile wallet*.
3. Untuk menguji pengaruh Pengaruh Sosial pada Intensitas Kontinuitas penggunaan *mobile wallet*.
4. Untuk menguji pengaruh Kondisi Fasilitas pada Intensitas Kontinuitas penggunaan *mobile wallet*.
5. Untuk menguji pengaruh Motivasi Hedonis pada Intensitas Kontinuitas penggunaan *mobile wallet*.
6. Untuk menguji pengaruh Orientasi Hemat Biaya pada Intensitas Kontinuitas penggunaan *mobile wallet*.
7. Untuk menguji pengaruh kebiasaan pada Intensitas Kontinuitas penggunaan *mobile wallet*.
8. Untuk menguji pengaruh kepercayaan pada Intensitas Kontinuitas penggunaan *mobile wallet*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis.

### 1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat secara teoritis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu atau wawasan tentang perkembangan ilmu dan pengetahuan yang relevan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Intensi Kontinuitas penggunaan *mobile wallet* di Indonesia. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berkontribusi terhadap pemahaman teori berkaitan tentang bagaimana UTAUT2 mempengaruhi niat dan perilaku dalam penggunaan teknologi *mobile wallet* yang dianalisa dalam konteks individu berdasarkan budaya di sekitarnya, serta hasil penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan Mampu memberikan gambaran pengetahuan bagi upaya peningkatan inovasi fitur-fitur bagi perusahaan penyedia aplikasi *mobile wallet* dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi pelaku-pelaku usaha yang menyediakan system pembayaran non-tunai terkait kebiasaan pelanggan-pelanggannya.

## 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Intensi Kontinuitas penggunaan *mobile wallet* di Indonesia menggunakan model

UTAUT2. Penelitian ini dilakukan pada pengguna *mobile wallet* yang berusia 17-28 tahun ketika penelitian ini dilakukan atau termasuk pada generasi Z.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Penulisan penelitian ini mempunyai sistematika yang terdiri atas:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : TINJAUAN LITERATUR**

Bab ini menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan fenomena yang akan dibahas dalam penelitian ini dan teori-teori yang digunakan. Teori yang dimaksud yaitu teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2), teori ekspektasi kinerja, teori ekspektasi usaha, teori pengaruh sosial, teori fasilitas kondisi, teori motivasi hedonis, teori orientasi hemat biaya, teori kebiasaan, teori kepercayaan, dan teori intensi kontinuitas. Bab ini menjelaskan kerangka kerja konseptual yang memandu pengembangan hipotesis penelitian ini, dan langkah-langkah pemrosesan data.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, skala, definisi operasional dan ukuran

variabilitas, serta metode analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang hasil proses penyebaran kuesioner penelitian, deskriptif umum responden, analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, pentingnya hasil penelitian, batasan-batasan, serta saran atas penelitian.

