

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini terjadi begitu cepat dan semakin pesat, dalam era ini kegiatan manusia dan teknologi berjalan seiring dan beriringan. Kemajuan teknologi terus berkembang sangat pesat dan melahirkan masyarakat digital, terjadi perubahan pola hidup manusia akibat kemajuan teknologi sehingga menjadi lebih pragmatis, hedonis, isekular, dan melahirkan generasi instan tetapi juga menyimpan efektivitas dan efisiensi dalam perilaku dan tindakan dalam bidang teknologi digital telah berhasil mengubah gaya hidup dan pola transaksi pembayaran di masyarakat (Al, 2023). Dengan perkembangan komputer dan penyebaran akses internet yang semakin luas, pengembangan sistem layanan pembayaran yang lebih efisien menjadi semakin mudah.

Perubahan perilaku manusia terjadi pada pola konsumsi di era teknologi dan digital, salah satunya yaitu perubahan sistem pembayaran dan transaksi yang berubah menjadi pembayaran elektronik yaitu pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment* (Widiyati & Hasanah, 2020). Inovasi teknologi keuangan dan tren menuju masyarakat tanpa uang tunai atau disebut juga pembayaran tanpa tunai atau disebut juga dengan *cashless payment* telah mendapatkan popularitas yang signifikan di berbagai belahan dunia dan menjadi sangat populer (Fabris, 2019). Pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment* merujuk pada proses keuangan di mana konsumen melakukan transaksi keuangan tanpa menggunakan uang tunai fisik, khususnya dengan memanfaatkan kartu atau metode elektronik (Bilińska-Reformat & Kiezel, 2016)

Selain perubahan zaman dan kemajuan teknologi, keefektifan transfer uang secara tunai mulai menurun, mendorong banyak orang untuk beralih ke pembayaran *mobile*, terutama di perkotaan, ini disebabkan oleh kelemahan sistem pembayaran tunai, seperti

penggunaan mata uang yang kurang praktis, kurang efisiensi waktu, dan risiko kriminal terkait dengan uang tunai (Widiyati & Hasanah, 2020). Salah satu opsi pengganti transaksi yang biasanya dilakukan dengan menggunakan sistem pembayaran tunai adalah melalui sistem pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment*. Menggunakan sistem *cashless payment* memungkinkan pengguna untuk tidak perlu membawa uang tunai. Hal ini dikarenakan dengan sistem *cashless payment*, seluruh uang tunai yang diperlukan untuk transaksi dapat dengan mudah disimpan dalam akun setelah diisi ulang melalui aplikasi *cashless payment*. Pengguna dapat melakukan pengisian ulang *cashless payment* dengan mengunjungi toko yang menanganinya secara langsung atau melalui transfer ATM, SMS *Banking*, *Mobile Banking*, dan metode lainnya. Dengan pendekatan ini, mereka yang ingin melakukan transaksi menggunakan *cashless payment* hanya perlu membawa *smartphone* mereka (Widiyati & Hasanah, 2020).

Sementara itu negara-negara Asia yang sedang berkembang, diperkirakan akan terjadi peningkatan pertumbuhan sebesar 30.9%, didorong oleh inovasi digital yang terus-menerus dan adopsi pembayaran digital sebagai bagian dari upaya inklusi keuangan (Asiapay et al. 2020). Pasar global kartu dan pembayaran non tunai mengalami pertumbuhan dari \$833.27 miliar pada tahun 2022 menjadi \$903.22 miliar pada tahun 2023. mencapai tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 8,4%. Namun, peluang pemulihan ekonomi global dari dampak pandemi COVID-19 terhambat oleh Perang Rusia-Ukraina, terutama dalam jangka pendek. Konflik antara kedua negara ini telah menyebabkan diberlakukannya sanksi ekonomi terhadap berbagai negara, melonjaknya harga komoditas, serta gangguan pada rantai pasokan, yang berdampak pada inflasi di berbagai sektor dan memengaruhi pasar global. Diperkirakan bahwa pasar kartu

dan pembayaran akan terus berkembang menjadi \$1238,14 miliar pada tahun 2027 dengan sebesar 8,2% (Research And Markets, 2023).

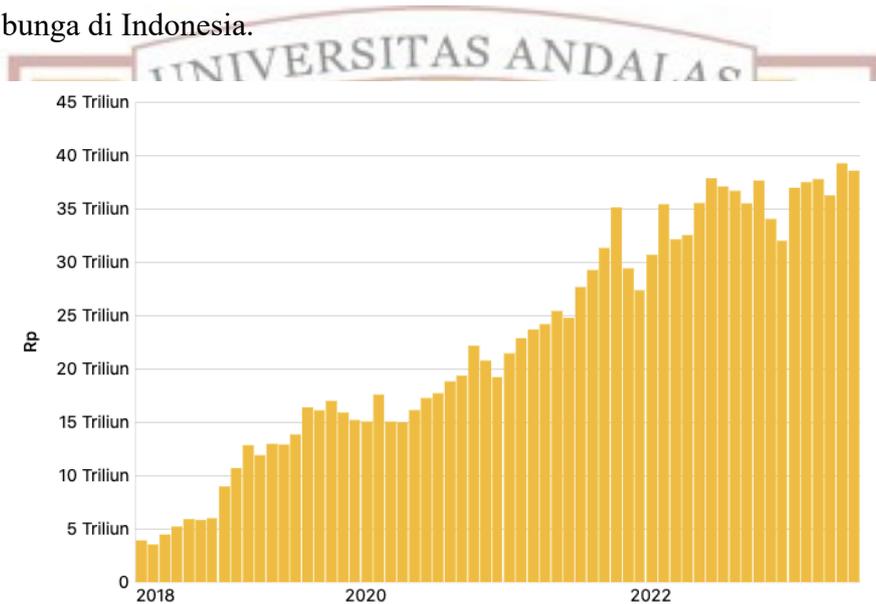
Di Indonesia sendiri selama beberapa tahun, berbagai kegiatan telah diselenggarakan dengan dukungan Bank Sentral Indonesia untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai sistem pembayaran elektronik di Indonesia. Pada tanggal 14 Agustus 2014 Bank Indonesia memulai kampanye Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) sebagai upaya untuk mengubah metode pembayaran masyarakat dari uang tunai menjadi sistem pembayaran elektronik. Perhelatan GNNT tahun 2014 oleh Bank Indonesia merupakan langkah awal dalam mendorong penggunaan pembayaran non-tunai di Indonesia. Pada bulan Oktober 2017 Bank Indonesia memperkenalkan penggunaan uang elektronik (*e-money*) sebagai mekanisme pembayaran untuk transaksi di jalan raya, memperluas cakupan acara nontunai di Indonesia. Bank Indonesia juga meluncurkan Gerbang Pembayaran Nasional (GPN) pada akhir tahun 2017 untuk meningkatkan interoperabilitas dan interkoneksi kartu debit dalam sistem pembayaran. Pada tanggal 17 Agustus 2019, Bank Indonesia mengesahkan *Quick Respond Code Indonesian Standard* (QRIS) sebagai standar untuk pembayaran digital menggunakan uang elektronik berbasis server (*e-money*), dompet elektronik (*e-wallet*), atau aplikasi mobile banking. Semua ini menunjukkan bahwa setelah diluncurkannya GNNT pada tahun 2014 Bank Indonesia terus aktif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pembayaran tanpa tunai.

Selain Indonesia terdapat beberapa perusahaan dan star up di Indonesia juga mengeluarkan berbagai dompet elektronik seperti Go-Pay, OVO, Shopee Pay, DOKU, DANA dan LinkAja. Pada tahun 2017 PT Visionet Internasional yang merupakan perusahaan layanan dompet elektronik yang memiliki fitur penyimpanan uang elektronik, serta untuk pembayaran transaksi di Indonesia mengeluarkan OVO setelah memperoleh

izin *e-money* dari Bank Indonesia untuk beroperasi, layanan pembayaran digital OVO telah menjadi unicorn star up Indonesia, karena perusahaan tersebut sekarang bernilai lebih dari US\$ 1 miliar (The Jakarta Post, 2019). Sebagai Penyedia Jasa Pembayaran Kategori I yang terdaftar dan diawasi oleh Bank Indonesia dan Kominfo, DANA menyediakan layanan pembayaran bagi pengguna akhir sistem pembayaran, yang mencakup: menginisiasi transaksi atau mengakuisisi (dompet elektronik, *acquirer*, dan *payment gateway*); menerbitkan instrumen atau akun pembayaran; serta layanan remitansi atau transfer dana (DANA, 2023).

Di Indonesia sendiri pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment* terlihat mengalami perkembangan, dapat dilihat pada transaksi digital terbesar di Indonesia berasal dari sektor ritel (28%), layanan transportasi *online* (27%), pesanan makanan (20%), *e-commerce* (15%), dan pembayaran tagihan (7%). Menurut laporan pembayaran dunia pada tahun 2019, jumlah konsumen digital di Indonesia tumbuh dari 64 juta menjadi 102 juta antara tahun 2017 dan 2018, mencakup hampir setengah dari total populasi negara ini. Pertumbuhan ini diperkirakan akan mendorong transaksi belanja online menjadi 3.7 kali lipat dari USD 13.1 miliar pada 2017 menjadi USD 48,3 miliar pada 2025. Empat platform *e-wallet* paling populer di Indonesia antara 2017 dan 2019 meliputi Go-Pay, OVO, DANA, dan Linkaja. OVO menunjukkan pertumbuhan stabil melalui kemitraannya dengan Grab, layanan pemesanan kendaraan terbesar di Asia Tenggara, dan Tokopedia, pemain utama di pasar *e-commerce* Indonesia. DANA, yang diperkenalkan pada 2018 berhasil meraih popularitasnya dan menggantikan Linkaja di posisi ketiga pada kuartal II 2019. Hal ini menunjukkan potensi besar Indonesia dalam mengadopsi pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment* sebagai solusi pintar untuk transaksi pembayaran lokal maupun internasional di masa mendatang. Menurut penelitian

yang dilakukan Saraswati & Mukhlis (2018) menunjukkan bahwa transaksi tanpa tunai dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas keuangan yang diharapkan dapat meningkatkan aktivitas ekonomi di Indonesia, yang akan mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Aminata & Sjarif (2020) menyatakan bahwa transaksi kartu debit dan uang elektronik berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi dan suku bunga di Indonesia.



Gambar 1.1 Nilai Transaksi Belanja Menggunakan Uang Elektronik/E-Money di Indonesia per Bulan (Agustus 2018-Agustus 2023)

Mengadopsi pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment* sebagai sebuah sistem atau teknologi memiliki banyak keuntungan bagi penggunanya karena menawarkan kemudahan, kecepatan dan efisiensi menjadi motivasi pengguna menggunakan sistem pembayaran tanpa tunai (Rahman et al. 2020; Widiyati & Hasanah, 2020). Berbagai kemudahan dan keuntungan yang dirasakan menjadi alasan mengapa seorang individu mengadopsi *cashless payment*. Dengan menggunakan *cashless payment* yang memberikan kemudahan, kecepatan, keamanan dan efisiensi dapat menjadi alasan bagi seseorang menggunakan teknik pembayaran tanpa tunai. Selain kemudahan dan efisiensi, keamanan dan perasaan aman bagi pengguna juga mendorong seseorang untuk

mengadopsi dan menggunakan sistem pembayaran tanpa tunai (Widiyati & Hasanah, 2020). Dengan banyaknya keuntungan menggunakan dan mengadopsi *cashless payment*, maka perlu adanya penelitian dan bukti yang menunjukkan apa saja yang menjadi faktor dalam adopsi *cashless payment*.

Terdapat variasi metode pembayaran yang berbeda di Indonesia yang terdiri dari dua kategori utama dalam sistem pembayaran, yaitu menggunakan uang tunai dan tanpa menggunakan uang tunai (Bank Indonesia, 2020). Sistem pembayaran yang tidak melibatkan uang tunai terdiri dari instrumen berbasis kertas seperti cek, formulir transfer, dan nota debit dan berbasis kartu seperti kartu debit dan kredit, serta instrumen pembayaran elektronik. Di sisi lain, sistem pembayaran menggunakan uang tunai melibatkan penggunaan uang kertas dan koin. Selain itu, penting untuk pengetahuan tentang adopsi teknologi keuangan ini karena pengetahuan ini dapat membantu merumuskan saran dalam praktik bisnis, selain untuk saran praktis bisnis juga dapat merumuskan kebijakan bisnis dalam transaksi uang tanpa tunai (Rahman 2020). Pada saat ini, pembayaran tanpa uang tunai telah menjadi elemen integral dari ekonomi global dan dianggap sebagai faktor kunci dalam perluasan ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor keberhasilan yang memengaruhi penerimaan dan adopsi pembayaran tanpa uang tunai atau *cashless payment*.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) menjadi model kunci untuk memahami penyebab atau faktor pada perilaku manusia terhadap potensi penerimaan atau penolakan teknologi (Wijyanthi, 2019). Penelitian ini akan menggunakan UTAUT (Arunwarakorn 2019; M.T 2021; Rahman 2020a; Simorangkir & Afgani, 2021) untuk menganalisis faktor dalam adopsi pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment*. Variabel yang digunakan untuk menganalisis adopsi *cashless payment*

dalam penelitian ini yaitu kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating condition*), dan kompatibilitas gaya hidup (*lifestyle compatibility*).

Faktor utama dalam mempengaruhi adopsi *cashless payment* yaitu kegunaan yang dirasakan atau *perceived usefulness* menjadi faktor utama dan dianggap penting dalam mempengaruhi niat seorang individu dalam mengadopsi sistem pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment*. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Lwoga & Lwoga (2017) menunjukkan bahwa kegunaan yang dirasakan atau *perceived usefulness* memiliki hubungan yang positif artinya mempengaruhi secara langsung terhadap penggunaan sistem *cashless payment* dan kemudahan yang dirasakan mengacu pada kemudahan penggunaan dan keyakinan individu bahwa menggunakan sistem pembayaran akan meningkatkan kinerja pekerjaan. Dan pada penelitian Gia & Pham (2016) kegunaan yang dirasakan menunjukkan efek positif terhadap niat untuk menggunakan pembayaran elektronik dalam kondisi yang tidak pasti, dimana dalam penelitian artinya kegunaan yang dirasakan menjadi faktor yang menyebabkan niat penggunaan pembayaran elektronik. Secara tidak langsung kemudahan yang dirasakan dapat menambahkan layanan lain untuk memastikan konsumen senang menggunakan sistem pembayaran *e-wallet* sebagai alternatif pembayaran.

Faktor dan penentu utama lainnya yang mempengaruhi sikap dan niat seorang individu dalam menerima serta mengadopsi teknologi dan sistem adalah persepsi kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* (Chawla & Joshi, 2023). Terbukti bahwa persepsi kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* memiliki efek yang signifikan dalam mempengaruhi keinginan seorang individu untuk melakukan penggunaan sistem dan melakukan pembelian (Hamid et al. 2016). Serta Yang et al. (2021) melakukan

penelitian yang hasilnya menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan dan niat menggunakan sistem pembayaran uang elektronik atau *e-wallet*. Dalam beberapa hasil penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan suatu teknologi pembayaran tanpa tunai menjadi faktor yang menyebabkan seseorang berniat menggunakan sistem pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment*.

Faktor selanjutnya yang dianggap menyebabkan seorang individu mengadopsi sistem pembayaran tanpa tunai yaitu pengaruh sosial. Dalam penelitian Yang et al. (2021) menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat seseorang untuk mengadopsi penggunaan sistem pembayaran uang elektronik atau *e-wallet*. Pengaruh sosial telah terbentuk dengan signifikan dalam menilai keinginan seorang individu untuk menggunakan pembayaran elektronik (Peng et al. 2017). Menurut Pillai (2019) pengaruh sosial yang potensial seseorang untuk menggunakan sistem teknologi yaitu anggota keluarga, teman, kolega dan tetangga. Demikian pun hasil penelitian dari Martins et al. (2014) menunjukkan bahwa dampak sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan penggunaan online untuk mengadopsi layanan internet, pada hasil penelitian ini juga mendukung dalam adopsi *cashless payment* karena saat ini *cashless payment* lebih cenderung pada pembayaran menggunakan *e-money* dan *e-wallet*.

Selanjutnya kondisi fasilitas atau *facilitating condition* juga merupakan faktor yang dianggap mampu mempengaruhi alasan seseorang mengadopsi teknologi, seperti hasil penelitian Hossain et al. (2017) yang menyatakan bahwa mempermudah situasi menciptakan pengaruh positif yang penting terhadap keinginan konsumen untuk memperoleh suatu produk. Setelah mengalami kenyamanan dalam menggunakan fasilitas

yang ditawarkan oleh penyedia layanan untuk menyederhanakan proses pembayaran dan transaksi, konsumen cenderung terikat untuk terus memanfaatkan layanan tersebut (Venkatesh et al. 2012). Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa memberikan kemudahan dalam kondisi fasilitas secara positif memiliki dampak pada perilaku berbagi pengetahuan melalui teknologi saat ini dan hasil penelitian ini mencerminkan bahwa konsumen secara aktif terlibat dalam komunitas virtual ketika situasi difasilitasi dengan baik. Hasil penelitian Yang et al. (2021) juga mengindikasikan bahwa kondisi fasilitas dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk menggunakan pembayaran elektronik atau *e-wallet* melalui platform *online*.

Faktor selanjutnya yang dianggap memiliki pengaruh terhadap niat dan adopsi teknologi yaitu kompatibility gaya hidup atau *lifestyle compability*, menurut penelitian Chawla & Joshi, (2023) kompatibilitas gaya hidup didefinisikan pada keselarasan yang alami antara pilihan dan nilai-nilai dalam gaya hidup seseorang. Dimana kompatibilitas gaya hidup merujuk pada sejauh mana suatu produk, layanan dan kebiasaan sehari-hari seseorang atau sejauh mana suatu inovasi atau solusi memenuhi dan mendukung gaya hidup individu atau kelompok pengguna tanpa menimbulkan hambatan atau ketidaknyamanan yang signifikan. Kesesuaian gaya hidup ini memiliki peran penting dalam mengurangi kemungkinan ketidakpastian dalam penggunaan teknologi, terutama terkait dengan nilai-nilai, pengalaman, pola hidup, dan preferensi pengguna (Lin, 2011). Dengan demikian menurut Shaw & Sergueeva (2019) kompatibilitas gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan menawarkan efek besar dalam memperkirakan niat perilaku seseorang. Demikian pula hasil penelitian Herrero & Pérez (2014) menggambarkan bahwa kompatibilitas gaya hidup dengan teknologi, yang terkait dengan pengalaman dan nilai sebelumnya, menunjukkan dampak langsung pada adopsi

pembayaran elektronik atau *e-wallet*. Maka dapat dikatakan jika konsumen terbiasa berinteraksi dengan sebuah teknologi, mereka mungkin akan berasumsi bahwa teknologi tersebut menawarkan kemudahan untuk digunakan dan sesuai dengan gaya hidupnya.

Dalam *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), niat untuk menggunakan teknologi didefinisikan sebagai tingkat motivasi yang dimiliki oleh individu untuk menggunakan suatu teknologi tertentu. Niat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi (Venkatesh et al., 2003). Niat menggunakan dapat dilihat setelah adanya pengalaman menggunakan sebuah teknologi dan layanan, niat menggunakan akan muncul dan mempengaruhi keputusan adopsi seseorang dalam menggunakan sebuah inovasi teknologi. Dalam penelitian ini dilihat sejauh mana niat menggunakan *cashless payment* dapat mempengaruhi adopsi *cashless payment* sebagai layanan pembayaran.

Menurut Fishbein & Ajzen (2011) pada hasil penelitiannya menemukan bahwa niat untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik atau *e-wallet* adalah ukuran intensitas niat seseorang untuk membeli suatu produk dan perulangan tersebut merujuk pada adopsi sebuah teknologi. Beberapa faktor yang digunakan untuk menggambarkan niat untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik atau *e-wallet*, seperti persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, risiko yang dirasakan, pengaruh sosial, harga, kepercayaan, dan sejenisnya, telah diterapkan untuk mengukur niat perilaku terhadap adopsi teknologi (Wijyanthi, 2019).

Penelitian Yang et al. (2021) yang menyatakan bahwa ketika konsumen merasa bahwa layanan yang diberikan dapat diandalkan, sebagian besar akan meningkatkan niat konsumen untuk menggunakan layanan tersebut. Keyakinan dalam teknologi berkontribusi pada peningkatan penilaian dan sikap terhadap teknologi, di mana kriteria

teknologi memenuhi janji dan dapat diandalkan dan aman, yang akan memiliki efek positif pada niat untuk menggunakan teknologi ini. Niat untuk menggunakan pembayaran elektronik atau *e-wallet* menemukan efek positif dan signifikan pada adopsi pembayaran elektronik atau *e-wallet*.

Ada kesepakatan umum di kalangan peneliti bahwa karakteristik demografis memegang peran penting dalam menentukan perilaku penggunaan internet banking. Penghasilan yang tinggi, usia yang relatif muda, dan tingkat pendidikan yang tinggi telah diidentifikasi sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan internet *banking*. Semua faktor demografis, seperti usia, jenis kelamin, pendapatan, tingkat pendidikan, dan status pekerjaan, memiliki dampak signifikan pada adopsi teknologi keuangan (Emeka Izogo et al. 2012). Menurut Rogers, (2003) pengadopsi teknologi baru biasanya lebih muda, memiliki pendapatan yang baik dan tingkat pendidikan yang sesuai dan lebih reaktif terhadap inovasi baru daripada non-adopter. Penelitian yang dilakukan oleh Dickerson & Gentry (1983), Venkatesh & Morris (1987) juga menemukan bahwa karakteristik demografis pendidikan, usia, dan pendapatan secara signifikan terkait dengan tingkat penggunaan inovasi teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan dapat menentukan tingkat adopsi pada penggunaan teknologi, pendidikan merujuk pada pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang sebuah teknologi, pengetahuan yang baik dapat menentukan perilaku penerimaan terhadap sebuah teknologi. *Cashless payment* sebagai sebuah inovasi teknologi keuangan yang terus berkembang, memerlukan pemaparan dan pengetahuan untuk dapat menggunakannya, sehingga pendidikan yang baik dapat mencerminkan pengetahuan seseorang dalam adopsi *cashless payment*.

Peran jenis kelamin juga telah diusulkan dalam pengaruh adopsi internet banking, dengan beberapa penelitian menunjukkan dominasi pria dalam penggunaan internet

(Venkatesh Robert Smith & Morris, 2000) . Penelitian yang dilakukan oleh Yang et al. (2021) menunjukkan pengaruh jenis kelamin dalam menentukan niat menggunakan *e-wallet*. Hal ini menunjukkan jika perempuan lebih dominant dalam menggunakan *e-wallet*, disebabkan oleh adanya perilaku kecenderungan suka berbelanja produk online yang menyebabkan perempuan lebih banyak menggunakan *e-wallet*. Adanya perbedaan gaya hidup dan cara konsumsi antara perempuan dan laki-laki cenderung menyebabkan perbedaan pada layanan yang akan disediakan oleh penyedia layanan *cashless payment*. Penelitian Juita et al. (2023) juga menemukan jika perempuan dengan pendidikan yang baik lebih baik dalam mengelola bisnis menggunakan *fintech* dalam memahami resiko dan benefit dalam menggunakan *fintech*.

Oleh karena itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengevaluasi dampak karakteristik demografis kunci yaitu jenis kelamin dan tingkat pendidikan terhadap adopsi pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment*. Meskipun telah banyak penelitian dilakukan mengenai tingkat adopsi, dengan fokus pada faktor-faktor yang mendorongnya, penelitian tentang pengaruh variabel demografis terhadap adopsi konsumen terhadap inovasi ini masih mendapat perhatian terbatas dari para peneliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan dalam literatur dengan memberikan wawasan tentang variabel demografis yang mempengaruhi adopsi konsumen terhadap pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment*. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pengguna sistem pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment*.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, yang berisi bagaimana pentingnya untuk mengetahui faktor utama seorang individu dalam mengadopsi sebuah teknologi dan sistem pembayaran tanpa tunai yaitu *cashless payment* serta mengetahui seberapa jauh karakter demografi seperti jenis kelamin dan tingkat pendidikan dapat memoderasi dalam

adopsi sistem pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment*. Mengacu pada tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apa saja faktor yang memengaruhi adopsi pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment*. Kontribusi utama dari kajian ini adalah untuk memahami pandangan seorang individu terkait kesiapan mereka dalam mengadopsi pembayaran tanpa uang tunai atau *cashless payment*. Dengan uraian tersebut, maka penulis menyajikan dalam bentuk penelitian yang berjudul “**Analisis Adopsi Pembayaran Tanpa Tunai (*Cashless Payment*) Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*”**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah pengaruh kemudahan yang dirasakan (*perceived usefulness*) terhadap niat menggunakan *cashless payment*?
2. Apakah pengaruh kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap niat menggunakan *cashless payment*?
3. Apakah pengaruh kondisi fasilitas (*facilitating condition*) terhadap niat menggunakan *cashless payment*?
4. Apakah pengaruh pengaruh sosial (*social influence*) terhadap niat menggunakan *cashless payment*?
5. Apakah pengaruh kompatibilitas gaya hidup (*lifestyle compability*) terhadap niat menggunakan *cashless payment*?
6. Apakah pengaruh niat menggunakan *cashless payment* terhadap adopsi *cashless payment*?

7. Apakah karakter demografi (jenis kelamin dan tingkat pendidikan) memoderasi niat menggunakan *cashless payment*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas yaitu:

1. Untuk mengidentifikasi apakah pengaruh kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*) terhadap niat menggunakan *cashless payment*.
2. Untuk mengidentifikasi apakah pengaruh kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) terhadap niat menggunakan *cashless payment*.
3. Untuk mengidentifikasi apakah pengaruh kondisi fasilitas (*facilitating condition*) terhadap niat menggunakan *cashless payment*.
4. Untuk mengidentifikasi apakah pengaruh pengaruh sosial (*social influence*) terhadap niat menggunakan *cashless payment*.
5. Untuk mengidentifikasi apakah pengaruh kompabiliti gaya hidup (*lifestyle compability*) terhadap niat menggunakan *cashless payment*.
6. Untuk mengidentifikasi apakah pengaruh niat menggunakan *cashless payment* terhadap adopsi *cashless payment*.
7. Untuk mengidentifikasi apakah karakter demografi (jenis kelamin dan tingkat pendidikan) memoderasi niat menggunakan *cashless payment*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat penelitian yang diharapkan pada penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pendoman untuk penelitian kedepannya yang berkaitan tentang faktor apa aja yang mempengaruhi adopsi pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan memberikan dan menambah wawasan pengetahuan mengenai faktor faktor apa aja yang mempengaruhi adopsi pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment*.

b. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi tambahan pengetahuan mengenai faktor apa aja yang mempengaruhi adopsi pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment*.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini yaitu penelitian ini berfokus pada individu yang menggunakan pembayaran tanpa tunai atau *cashless payment* yang berdomisili di Kota Padang dan kota lainnya. Adapun variabel yang dibahas dalam penelitian ini adalah kegunaan yang dirasakan (*perceived of usefulness*), kemudahan yang dirasakan (*perceived ease of use*), Pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating conditions*), kompatibilitas gaya hidup (*lifestyle compatibility*), niat menggunakan *cashless payment* (*intention of use cashless payment*) dan adopsi *cashless payment* (*adoption cashless payment*). Serta penelitian ini menggunakan faktor demografi jenis kelamin dan tingkat pendidikan sebagai variabel moderasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dapat dijabarkan uraiannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menyajikan tentang tinjauan literatur mengenai *cashless society*, Adopsi *cashless payment* di Indonesia, *Unified Theory Acceptance and Use Of Technology* (UTAUT), kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating conditions*), dan kompatibilitas gaya hidup (*lifestyle compability*), dan niat menggunakan *cashless payment* (*intention of use cashless payment*) dan adopsi *cashless payment* (*adoption cashless payment*), serta membahas terkait penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis penelitian dan kerangka konseptual

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel dan Teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, Teknik pengumpulan data, variabel penelitian, defenisi operasional variabel serta instrument penelitian dan Teknik analisis data

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan terkait hasil penelitian yang dilakukan. Hasil analisis dengan metode penelitian yang digunakan, serta uraian hasil yang dikaitkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian, serta beberapa saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan.