

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan teknologi jumlah pengguna internet di dunia terus mengalami peningkatan sehingga berdampak pada perubahan kebiasaan baru dalam hal metode pembayaran transaksi dari tunai menjadi non tunai. *Financial Technology (Fintech)* adalah inovasi yang diperkenalkan oleh bidang keuangan untuk memfasilitasi transaksi keuangan. Di Indonesia, tingkat pertumbuhan *fintech* tertinggi dimiliki oleh bidang keuangan dimana salah satu faktor dari bidang ini adalah metode pembayaran digital. Metode pembayaran digital adalah bentuk pembayaran yang populer akhir-akhir ini. Menurut East Ventures, (2023) bahwa *e-wallet* menjadi salah satu metode pembayaran dengan pengguna paling banyak di Indonesia.



Gambar 1.1 Metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia
(East Ventures, 2023)

E-wallet merupakan salah satu media elektronik berbasis *server based* sebagai alat pembayaran digital dengan menggunakan koneksi internet terlebih dahulu. *E-wallet* atau dompet elektronik adalah suatu layanan elektronik berupa aplikasi yang digunakan sebagai alat pembayaran digital dan dapat diakses melalui *smartphone* (Kesuma, 2023). *E-wallet* berfungsi untuk menyimpan uang digital sebagai instrumen pembayaran menggunakan uang elektronik tersebut. Hal ini membuat berbagai macam aplikasi *e-wallet* yang dapat memudahkan konsumen dalam bertransaksi tanpa perlu menggunakan kartu untuk transaksi pembayaran

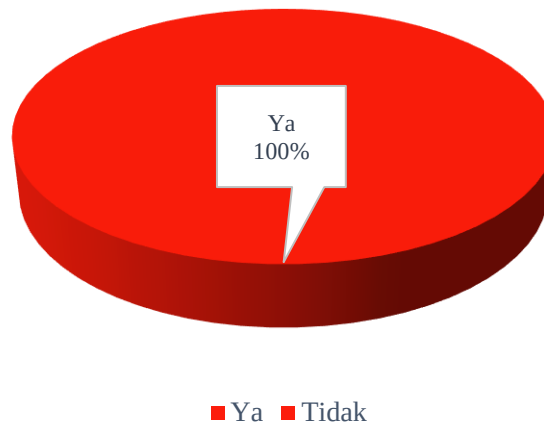
(Shelbiana, 2022). Berdasarkan hasil survei menurut iPrice (2019) bahwa pada tahun 2018 transaksi *e-wallet* di Indonesia mencapai angka US\$ 1,5 miliar dan dapat diprediksikan akan meningkat menjadi US\$ 25 miliar pada tahun 2023. Berdasarkan hasil survei sumber Populix (2022), aplikasi *e-wallet* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia meliputi *Go-Pay*, *OVO*, *Dana*, *LinkAja*, *ShopeePay*.

Oleh sebab itu, semakin meningkatnya penggunaan *e-wallet* dalam kehidupan sehari-hari membuat banyaknya aplikasi *e-wallet* yang beredar sehingga memunculkan permasalahan dalam hal menentukan *e-wallet* mana yang paling efisien untuk digunakan. Untuk mengatasi masalah tersebut maka dilakukan penelitian dengan menggunakan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* tersebut, sehingga bisa mengidentifikasi *e-wallet* yang ideal untuk direkomendasikan pada pengguna *e-wallet*. Pada awalnya pembayaran menggunakan *e-wallet* tidak populer di kalangan masyarakat dan pembayaran ini dianggap biasa bagi mereka. Namun, seiring berjalanya waktu pembayaran *e-wallet* kini dianggap sebagai alat pembayaran yang praktis dan modern karena metode pembayarannya menggunakan teknologi masa kini. Pembayaran ini juga lebih akurat karena jumlah saldo yang dipotong sesuai dengan nominal yang dibayarkan. Hal itu, membuat masyarakat terutama generasi Z saat ini lebih identik dengan *lifestyle* yang *up to date*, sehingga bisa dikatakan bahwa mereka adalah salah satu konsumen yang lebih banyak melakukan kegiatan jual beli di pasaran dengan menggunakan transaksi yang modern (Sitinjak & Nurlela, 2022).

Menurut sumber katadata.co.id, 2021 bahwa Generasi Z merupakan generasi yang terlahir pada rentang waktu tahun 1997-2012 yang diperkirakan berusia 11 hingga 26 tahun. Hasil sensus 2020 menunjukkan bahwa generasi yang lebih mendominasi merupakan generasi Z dengan persentase sebesar 27,94% dari total penduduk Indonesia. Generasi Z terlahir bersamaan dengan munculnya *smartphone* dan media sosial di Indonesia, sehingga generasi ini cenderung lebih memiliki kesadaran dan pemahaman terkait dengan teknologi. Generasi Z biasa juga disebut sebagai *iGeneration* atau bisa diartikan generasi internet karena terlahir pada era teknologi. Generasi ini juga dinilai mampu melakukan dan mengaplikasikan berbagai hal yang berhubungan dengan teknologi dalam satu waktu (Sirajuddin et

al., 2023). Menurut riset yang telah dilakukan oleh (Lavinda, 2022 dalam Indriyani dan Sartika, 2022) menunjukkan bahwa sebagian besar dari generasi Z melakukan pembayaran menggunakan *e-wallet*, yaitu sebesar 68% dan sebagian sisanya masih tetap menggunakan ATM bank untuk melakukan transaksi.

PENGGUNA E-WALLET



Gambar 1.2 Hasil responden yang menggunakan *e-wallet*

Berdasarkan hasil pra observasi berupa wawancara dan kuesioner dengan jumlah responden 30 mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura (UTM) 29 menjawab pernah menggunakan *e-wallet* dan 1 menjawab tidak pernah menggunakan *e-wallet*. Penggunaan *e-wallet* yang diambil oleh peneliti terdiri dari 5 *e-wallet* yang banyak digunakan oleh mahasiswa UTM, seperti *Dana*, *ShopeePay*, *Go-Pay*, *OVO*, dan *LinkAja*. Kebanyakan menjawab bahwa responden mengetahui adanya *e-wallet* tersebut melalui platform media sosial dan juga iklan yang muncul pada televisi, serta dari teman maupun keluarga. Responden menjelaskan bahwa alasan mengapa menggunakan *e-wallet* lebih dipilih daripada *m-banking* maupun pembayaran tunai adalah karena *e-wallet* memiliki fitur yang lebih mudah dan efisien serta dapat dilakukan dimana saja, terdapat riwayat transaksi yang tersimpan dan membuat lebih aman ketika digunakan. Sedangkan kekurangan yang dirasakan selama menggunakan *e-wallet* adalah keterbatasan jumlah toko yang memiliki layanan pembayaran *e-wallet* dan juga adanya potongan yang disebabkan oleh biaya administrasi. Untuk penggunaannya, *e-wallet* dirasa memiliki kelayakan

untuk dapat digunakan dalam jangka waktu yang berkelanjutan untuk kedepannya. Responden biasanya menggunakan *e-wallet* untuk transaksi pembelian *online* dan *offline* seperti pembelian tiket, pulsa dan kuota, belanja *online*, dan juga transfer uang.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka ditemukan bahwa *e-wallet* memberikan bermacam keuntungan seperti mudah digunakan, tingkat keamanan penggunaan, dapat menyesuaikan dengan transaksi berskala kecil dan bersifat universal (Punwatkar & Verghese, 2018). Adapun respon ketertarikan yang luar biasa terhadap hadirnya *e-wallet* tentunya berkaitan dari minat penggunaan dari setiap pengguna *e-wallet*. Salah satu hal yang mempengaruhi minat penggunaan yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Pengguna sering berpandangan bahwa pengguna akan berniat untuk menggunakan sesuatu ketika mereka percaya bahwa ada penggunaan yang berarti yang dapat memuaskan kebutuhan mereka (William & Tjokrosaputro, 2021). Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) juga merupakan salah satu faktor utama yang dapat memberikan pengaruh agar konsumen berminat menggunakan pembayaran menggunakan *e-wallet* (Hermawan & Pramita, 2020). Menurut (Anjelina, 2018) dalam penelitiannya membuktikan bahwa masyarakat Indonesia percaya dengan menggunakan pembayaran secara *online* dapat membuat aktivitas menjadi lebih mudah dan efektif. Menurut (Wang et al., 2016) dalam penelitiannya bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) bisa dirasakan oleh konsumen ketika teknologi tersebut bias berfungsi dimana saja dan kapan saja.

Selain persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), kepercayaan (*trust*) juga menjadi salah satu alasan utama yang memotivasi seseorang untuk mau bertransaksi secara online. Konsumen akan menggunakan *e-wallet* jika dalam penggunaannya konsumen tidak perlu merasa khawatir akan adanya masalah keamanan atau kehilangan. Meningkatnya minat konsumen dalam menggunakan *e-wallet* tentu akan meningkat seiring dengan meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap layanan jasa pada *e-wallet* tersebut. Hal itu juga didukung oleh penelitian dari (Reskyana & Candiwan, 2020) bahwa untuk memperoleh kepercayaan konsumen harus dapat menggambarkan secara detail produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut (Fiona, 2019) bahwa kualitas pelayanan

juga mempengaruhi terhadap kepercayaan konsumen dalam menggunakan *e-wallet*.

Perkembangan dompet elektronik tidak lepas dari banyaknya promosi seperti diskon dan *cashback*. Melalui promosi dapat menarik minat konsumen dalam menggunakan dompet digital (Fiona, 2019). Hal yang mempengaruhi tingginya minat menggunakan *e-wallet* itu juga dipengaruhi oleh tingginya daya tarik promosi (Sari et al., 2020). Media promosi menggunakan iklan dapat memberikan informasi lain yang berhubungan dengan produknya seperti informasi penggunaan dan fitur-fitur ditawarkan. Menurut (Munifa, 2019) bahwa preferensi penggunaan *e-wallet* juga dipengaruhi oleh besarnya promosi yang ditawarkan oleh *e-wallet*. Selain persepsi kegunaan, promosi, dan kepercayaan, faktor sikap (*attitude*) juga merupakan faktor yang dinilai mempengaruhi minat penggunaan pada setiap pengguna secara langsung. Menurut (Kotler & Armstrong, 2012) bahwa sikap (*attitude*) dapat diartikan sebagai evaluasi keseluruhan seseorang terhadap konsep di mana semakin positif seseorang mengevaluasi produk/merek, semakin besar kemungkinan seseorang untuk membeli atau menggunakan produk/jasa tersebut. Sikap satu pihak terhadap pihak lain tidak dapat disamaratakan karena pengalaman kedua belah pihak berbeda.

Hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian yang membahas tentang dua perihal diantaranya yaitu memfokuskan pembahasan tentang *e-wallet* yang ditujukan kepada generasi Z dan juga membahas tentang faktor-faktor preferensi apa saja yang mempengaruhi generasi Z dalam menggunakan *e-wallet* yang hasil tersebut juga digunakan untuk merancang manual book yang berdasarkan dari hasil preferensi mahasiswa UTM. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “RANCANGAN PROSEDUR PEMILIHAN E-WALLET BERDASARKAN PREFERENSI GENERASI Z”. Merancang prosedur pemilihan *e-wallet* berdasarkan Preferensi generasi Z ini menggunakan lima variabel yaitu *perceived usefulness*, *promotion*, *attitude*, *Intention to use*, dan *trust*.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah ini berdasarkan dengan latar belakang yaitu:

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas yaitu:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.
2. Untuk merancang pedoman dalam bentuk manual book pemilihan *e-wallet*.

1.4 Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk:

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan kepada perusahaan penyedia layanan *e-wallet* agar dapat mempertahankan dan mengembangkan layanan mereka agar lebih baik untuk mendorong minat konsumen dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet*.
2. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan penjelasan terhadap konsumen bahwa *e-wallet* merupakan alat transaksi non-tunai yang berbentuk aplikasi yang ada di *smartphone* sehingga mempermudah dalam pembayaran dan memiliki banyak manfaat bagi pengguna.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada sasaran yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya ditujukan kepada mahasiswa aktif Universitas Trunojoyo Madura yang menggunakan *e-wallet*.
2. Penelitian ini menggunakan metode SEM AMOS.
3. *E-wallet* yang digunakan sebagai penelitian ini hanya lima yaitu *Dana*, *ShopeePay*, *Go-Pay*, *OVO*, dan *LinkAja*.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian pada penelitian ini adalah dapat dijelaskan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I menjabarkan tentang gambaran umum masalah penelitian yang dilakukan, dimana pada pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan batasan masalah.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II menjabarkan tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab II menjabarkan tentang tahapan prosedur penelitian yang dimulai dari proses pengambilan data hingga pengolahan data.

BAB IV PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

Bab IV menjabarkan tentang pengolahan data dan analisis hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V menjabarkan tentang hasil kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA