

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi finansial (*financial technology* atau *fintech*) telah menyebabkan perubahan besar dalam sistem transaksi keuangan global. Inovasi ini tidak hanya memengaruhi cara masyarakat melakukan pembayaran, tetapi juga berdampak pada pola pengelolaan keuangan individu. Salah satu bentuk *fintech* yang paling berkembang pesat adalah dompet digital (*e-wallet*), yaitu layanan berbasis elektronik yang memungkinkan pengguna menyimpan dana serta melakukan transaksi keuangan secara praktis, cepat, dan aman, baik secara daring maupun luring. Keberadaan *e-wallet* mendorong pergeseran perilaku masyarakat menuju *cashless society*, yaitu kondisi ketika transaksi keuangan semakin minim penggunaan uang tunai. Peralihan ini dinilai mampu menekan risiko kehilangan atau pencurian uang tunai, sekaligus meningkatkan efisiensi dan keamanan dalam pengelolaan keuangan sehari-hari (Erwan and Edi Setiawan, 2023)

Secara global, perkembangan *e-wallet* tercermin dari keberhasilan platform internasional seperti Alipay di Tiongkok dan PayPal di tingkat global yang telah mengintegrasikan layanan pembayaran digital dengan sistem keuangan modern. Di Indonesia, berbagai penyedia *e-wallet* seperti DANA, GoPay, OVO, LinkAja, dan ShopeePay mengalami pertumbuhan yang sangat pesat sebagai bagian dari ekosistem keuangan digital nasional (Amara, 2025). Perkembangan ini tidak hanya mengubah pola transaksi konvensional berbasis uang tunai, tetapi juga berkontribusi terhadap perluasan inklusi keuangan

(*financial inclusion*), khususnya di kalangan masyarakat yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses terhadap layanan keuangan formal. Dengan demikian, *e-wallet* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga menjadi instrumen keuangan yang memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan individu (Muhamad, 2025)

Pandemi COVID-19 menjadi momentum penting yang mempercepat adopsi layanan keuangan digital, termasuk dompet digital (*e-wallet*). Pembatasan mobilitas dan penerapan protokol kesehatan mendorong masyarakat untuk mengurangi transaksi tunai dan beralih ke pembayaran non-tunai guna meminimalkan kontak fisik. Dalam konteks ini, *e-wallet* berperan sebagai solusi keuangan yang memungkinkan masyarakat tetap melakukan aktivitas ekonomi secara aman dan efisien, baik untuk kebutuhan konsumsi sehari-hari maupun transaksi daring, tanpa harus berinteraksi secara langsung (Alamanda Putri *et al.*, 2021)

Fitur inovatif, terutama sistem pembayaran *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)*, yang juga dikenal sebagai “Kris,” yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) turut memperkuat ekosistem *e-wallet* di Indonesia. Standarisasi pembayaran melalui QRIS memungkinkan transaksi keuangan dilakukan secara lebih mudah, cepat, dan terintegrasi di berbagai merchant. Fitur ini meningkatkan efisiensi transaksi keuangan serta mendorong masyarakat, termasuk mahasiswa, untuk semakin mengandalkan *e-wallet* dalam mengelola pengeluaran sehari-hari (Kristanty, 2024)

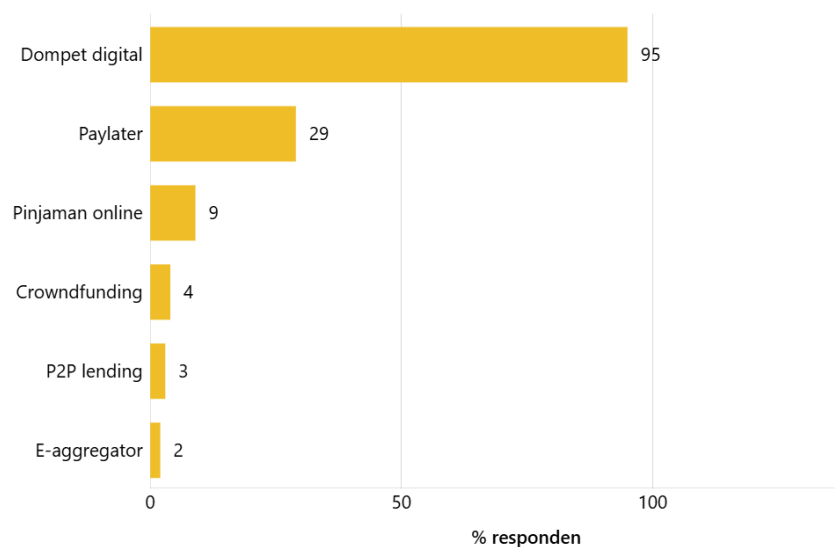
Data resmi Bank Indonesia (2023) menunjukkan bahwa volume transaksi *e-wallet* mengalami peningkatan sebesar 25% secara tahunan (*year-on-year*). Kondisi ini mencerminkan tingginya tingkat adopsi serta meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap layanan pembayaran digital. Peningkatan tersebut didorong oleh tingginya penetrasi penggunaan *smartphone* dan semakin meratanya konektivitas internet di berbagai wilayah Indonesia, sehingga memudahkan masyarakat untuk mengakses dan menggunakan layanan keuangan digital. (Simamora, 2024)

Laporan Bank Indonesia menunjukkan bahwa sepanjang Januari hingga Agustus 2024, volume transaksi uang elektronik di Indonesia mencapai 13,76 miliar kali, dengan nilai kumulatif sebesar Rp1,6 kuadriliun. Angka tersebut tumbuh sebesar 35,76% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya. (Katadata, 2024).

Memasuki tahun 2025, layanan *e-wallet* semakin mendominasi pola pembayaran digital di Indonesia. Proyeksi nilai transaksi bruto (*Gross Transaction Value* atau GTV) diperkirakan mencapai US\$70,1 miliar, yang mencerminkan percepatan signifikan dalam adopsi teknologi pembayaran digital. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa *e-wallet* telah menjadi bagian penting dalam sistem keuangan modern, termasuk dalam pengelolaan keuangan pribadi masyarakat (Amara, 2025).

Berhubungan dengan itu, hasil survei JakPat (2025) bertajuk Indonesia *Fintech Trends – 1st Semester of 2025* menunjukkan bahwa tipe *fintech* yang banyak digunakan responden di Indonesia pada periode 21–27 Mei 2025 adalah

e-wallet, dengan tingkat penggunaan mencapai 95% dalam enam bulan terakhir. Layanan *paylater* menempati posisi kedua dengan 29%, disusul oleh pinjaman online (9%), crowdfunding (4%), peer-to-peer lending (3%), dan *e-aggregator* (2%).



Gambar 1. 1 Tipe fintech yang banyak digunakan responden di Indonesia (JakPat, 21–27 Mei 2025)
Sumber: Databoks (2025).

Survei JakPat yang melibatkan 2.041 responden dari berbagai wilayah Indonesia menunjukkan bahwa mayoritas pengguna *e-wallet* berasal dari kelompok generasi milenial (42%) dan generasi Z (39%). Kelompok usia yang dikenal memiliki tingkat literasi digital tinggi serta kecenderungan kuat dalam memanfaatkan teknologi untuk mengelola transaksi dan pengeluaran keuangan sehari-hari (Muhamad, 2025)

Generasi muda memegang peranan penting sebagai pengguna utama sekaligus *early adopter* teknologi pembayaran digital. Kelompok usia 18–24 tahun umumnya memiliki karakteristik aktif, dinamis, dan adaptif terhadap

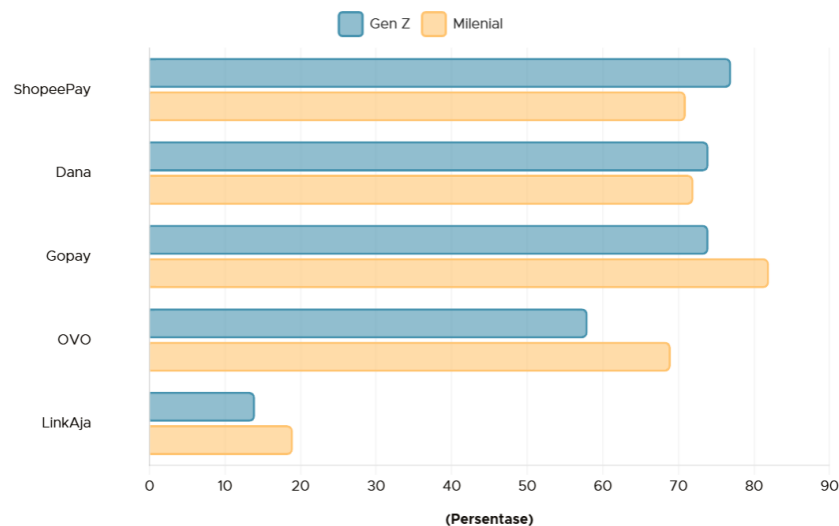
perkembangan inovasi berbasis teknologi. Dompot digital menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka. (Debi Eka Putri *et al.*, 2022) Mereka cenderung memilih instrumen pembayaran yang praktis, efisien, dan mampu membantu mereka mengelola pengeluaran secara lebih terkontrol. *E-wallet* banyak digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan finansial, seperti pembayaran makanan, transportasi, hingga transaksi digital lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* telah menjadi bagian dari gaya hidup finansial generasi muda.

Hasil survei Populix (2025) menunjukkan bahwa lima merek *e-wallet* yang banyak diminati oleh generasi milenial dan Gen Z di Indonesia adalah ShopeePay, DANA, GoPay, OVO, dan LinkAja. Dari kelima merek tersebut, ShopeePay menempati posisi teratas dengan persentase pengguna Gen Z mencapai sekitar 78% dan milenial sebesar 71%. Tingginya dominasi ShopeePay tidak terlepas dari integrasinya dengan ekosistem *e-commerce* Shopee yang populer di kalangan anak muda. Selain itu, kemudahan pembayaran menggunakan *QRIS* yang dapat diterapkan di berbagai *merchant* semakin memperkuat posisi ShopeePay sebagai pilihan utama generasi muda. (Farhan, 2025)

Selain ShopeePay yang mendominasi, aplikasi lain seperti GoPay, DANA, OVO, dan LinkAja juga tetap memiliki basis pengguna yang besar meskipun tidak menguasai pasar secara keseluruhan. Popularitas aplikasi-aplikasi tersebut menunjukkan bahwa konsumen memiliki preferensi yang beragam dalam

memilih layanan *e-wallet*, bergantung pada ekosistem layanan yang ditawarkan, tingkat kemudahan penggunaan, serta strategi promosi yang diterapkan.

5 E-Wallet Paling Sering Digunakan Gen Z & Milenial



Sumber: Populix

GoodStats

Gambar 1. 2 5 E-Wallet Paling Sering Digunakan Gen Z & Milenial
Sumber: Populix (2025).

Misalnya, GoPay unggul karena integrasinya dengan ekosistem Gojek, OVO terhubung dengan Tokopedia dan Grab, sementara DANA dikenal dengan layanan transfer yang relatif murah, dan LinkAja memiliki basis kuat pada layanan publik. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan antar penyedia *e-wallet* di Indonesia tidak hanya dilihat dari inovasi teknologi, namun juga dilihat dari bergantung pada kemampuan mereka untuk menciptakan ekosistem layanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan.

Beberapa faktor penting memengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan *e-wallet*. Pertama, gaya hidup digital yang semakin melekat pada generasi muda mendorong mereka untuk memilih metode pembayaran yang cepat, praktis, dan sesuai dengan pola konsumsi modern. (Rizki and Prakoso,

2024) Kedua, kemudahan penggunaan menjadi aspek krusial, karena konsumen lebih cenderung memilih aplikasi yang sederhana, mudah dipahami, serta memberikan pengalaman transaksi tanpa hambatan teknis. (Putri, Andriani and Surya, 2022) Selanjutnya, Faktor lain yang tidak kalah penting adalah promosi, terutama dalam bentuk insentif keuangan seperti diskon dan *cashback*. Insentif tersebut secara langsung memengaruhi pengeluaran mahasiswa karena mampu menurunkan biaya transaksi dan memberikan keuntungan finansial jangka pendek (Singh, Seetharaman and Maddulety, 2022)

Keputusan penggunaan *e-wallet* dapat dipahami sebagai keputusan individu dalam memilih suatu instrumen keuangan digital di antara berbagai alternatif pembayaran yang tersedia. Keputusan ini dipengaruhi oleh pertimbangan rasional terkait manfaat, biaya, serta kemudahan dalam mengelola keuangan sehari-hari (Ferdiansyah and Nur, 2023) Dalam konteks keuangan pribadi mahasiswa, keputusan penggunaan *e-wallet* tidak hanya berkaitan dengan aspek kemudahan, tetapi juga dengan efisiensi pengeluaran, pengendalian konsumsi, serta pemanfaatan insentif finansial yang ditawarkan oleh penyedia layanan.

Gaya hidup dapat dipahami sebagai pola hidup seseorang yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini yang dijalani dalam kesehariannya. Definisi ini juga mencakup bagaimana individu menghabiskan waktu serta nilai atau keyakinan yang mereka anut dalam kehidupan sehari-hari. (Darsono, Rizada and Johari, 2025) Pada era digital, generasi muda menunjukkan kecenderungan gaya hidup yang erat dengan penggunaan teknologi, konsumsi daring, serta

preferensi pada layanan instan. Tren ini mendorong mereka untuk lebih sering memilih metode pembayaran digital karena dinilai lebih cepat, praktis, dan sesuai dengan pola konsumsi modern.

Salah satu komponen utama dari Model Penerimaan Teknologi (TAM) Davis (1989) adalah kemudahan penggunaan yang dirasakan. Ide ini menekankan bahwa orang lebih cenderung mengadopsi suatu teknologi jika teknologi tersebut mudah digunakan. Dalam konteks *e-wallet*, generasi muda akan cenderung memilih aplikasi yang memiliki antarmuka sederhana, mudah dipelajari, cepat diakses, serta minim hambatan teknis. (Harahap and Harahap, 2023) Hal ini membuat kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan Keputusan dalam mengadopsi *e-wallet* tertentu.

Promosi memiliki peran penting dalam memengaruhi perilaku keuangan individu dalam menggunakan layanan keuangan digital, termasuk *e-wallet*. Pada kalangan generasi Z, ketertarikan terhadap *e-wallet* tidak hanya didorong oleh kemudahan transaksi, tetapi juga oleh adanya insentif finansial yang ditawarkan, seperti potongan harga dan *cashback*. Bentuk promosi tersebut memberikan manfaat ekonomi langsung karena mampu menurunkan pengeluaran aktual pengguna dalam setiap transaksi, sehingga mendorong efisiensi pengelolaan keuangan sehari-hari (Putra and Julianto, 2022)

Promosi *e-wallet* tidak hanya dipahami sebagai upaya pemasaran, tetapi juga sebagai bentuk pemberian insentif finansial yang dapat memengaruhi pola pengeluaran serta pengambilan keputusan keuangan pengguna. Diskon dan *cashback* berperan dalam menurunkan biaya transaksi dan memberikan

tambahan nilai finansial secara langsung kepada pengguna. Dengan demikian, keberadaan promosi tersebut dapat memengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* melalui pertimbangan rasional atas manfaat keuangan yang diperoleh, khususnya dalam membantu pengguna mengelola pengeluaran rutin secara lebih efisien dan terkontrol. (Cahyani, Tjahjaningsih and Wirasati, 2025)

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan maupun intensitas penggunaan *e-wallet*. (Putra and Julianto, 2022) menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Hal serupa dikemukakan oleh Sheldy, Sidanti and Setiawan (2023) yang menegaskan bahwa gaya hidup digital mendorong mahasiswa dalam memilih dompet digital. Faktor kemudahan penggunaan juga terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* (Erwan and Edi Setiawan, 2023). Selanjutnya, Putri, Setiyono and Prapanca (2025) menambahkan bahwa persepsi kemudahan merupakan faktor kunci dalam adopsi layanan digital. Namun demikian, variabel promosi masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten. (Putra and Julianto, 2022) menemukan adanya pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*, sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa promosi tidak selalu memberikan pengaruh langsung terhadap loyalitas pengguna. Inkonsistensi ini menandakan adanya celah penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut.

Kajian yang mengintegrasikan faktor gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan promosi dalam satu model penelitian diperlukan untuk mengatasi keterbatasan penelitian terdahulu. Integrasi ini diharapkan memberikan

pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan untuk menggunakan dompet digital. Penelitian ini juga menawarkan kebaruan (*novelty*) dengan memposisikan promosi bukan sebagai variabel independen, melainkan sebagai variabel moderasi, sehingga diharapkan dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh gaya hidup maupun kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan literatur di bidang teknologi finansial (*fintech*), tetapi juga mendukung implikasi praktis oleh penyedia layanan digital dalam merancang strategi promosi yang lebih efektif, sekaligus mendukung penguatan ekonomi digital secara lebih luas.

Peningkatan penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa menunjukkan urgensi penelitian ini, terutama karena pengaruh faktor gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan promosi terhadap keputusan penggunaan masih memperlihatkan hasil penelitian yang bervariasi. Kondisi tersebut menegaskan perlunya kajian lebih lanjut untuk memperjelas hubungan antarvariabel, khususnya dengan menempatkan promosi bukan sebagai variabel independen, melainkan sebagai variabel moderasi. Atas dasar pertimbangan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* dengan Promosi sebagai Variabel Moderasi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura?
3. Apakah promosi memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura?
4. Apakah promosi memoderasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.

2. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.
3. Untuk menganalisis peran promosi sebagai variabel moderasi dalam pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.
4. Untuk menganalisis peran promosi sebagai variabel moderasi dalam pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Trunojoyo Madura.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat terhadap pihak-pihak yang berkepentingan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen, perilaku konsumen, dan teknologi finansial. Hasil penelitian dapat memperkaya literatur mengenai perilaku penggunaan layanan keuangan digital dengan menambahkan perspektif promosi sebagai variabel moderasi. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet* maupun layanan digital lainnya.

2. Manfaat Praktis

Bagian ini menjelaskan manfaat nyata dari hasil penelitian yang dapat dirasakan oleh berbagai pihak di luar lingkup akademik. Manfaat praktis mencakup kontribusi penelitian terhadap pengembangan pemahaman, pengambilan keputusan, serta implementasi strategi yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Adapun manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman empiris serta pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses penelitian ilmiah, khususnya terkait pengaruh gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan peran promosi sebagai variabel moderasi dalam keputusan penggunaan *e-wallet*.

b. Bagi Mahasiswa dan Pengguna *E-Wallet*

Penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan *e-wallet*, sehingga mahasiswa sebagai pengguna utama dapat lebih kritis dalam memilih layanan digital yang sesuai dengan kebutuhan, gaya hidup, dan preferensi mereka.

c. Bagi Akademis

Hasil penelitian dapat dijadikan bahan pembelajaran, referensi, maupun dasar penelitian lanjutan dalam kajian manajemen, perilaku konsumen, dan inovasi teknologi finansial. Penelitian ini juga dapat

memperluas wawasan mengenai penerapan teori moderasi dalam bidang pemasaran digital.

d. Bagi Masyarakat dan Penyedia Layanan Digital

Penelitian ini dapat memberikan informasi praktis bagi penyedia layanan *e-wallet* untuk merancang strategi promosi yang lebih efektif dalam meningkatkan keputusan penggunaan, sekaligus membantu masyarakat memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan layanan keuangan digital. Dengan demikian, penelitian ini dapat berkontribusi pada peningkatan literasi keuangan digital di kalangan masyarakat luas.