

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya globalisasi, tingkat penggunaan teknologi semakin meningkat. Globalisasi dan penyebaran informasi ke seluruh dunia dipercepat oleh berbagai faktor, termasuk internet. Selain itu, teknologi juga berkembang pesat di segala aspek kehidupan manusia (Kustono et al., 2020). Perkembangan teknologi saat ini ada pada sistem pembayaran. Hal ini dapat membuat inovasi baru dalam pengembangan *fintech* (*financial technology*) yang dapat dengan mudah diimplementasikan dan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna (Ardianto & Azizah, 2021).

Financial technology atau *fintech* merupakan sebuah inovasi mengenai layanan yang menggabungkan teknologi dengan keuangan berbasis digital (Khoirunisa et al., 2023). *Fintech* mengacu pada layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi dengan tujuan untuk memudahkan transaksi yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja (Kusumawardhany et al., 2021). *Fintech* mengubah model bisnis dari konvensional menjadi modern karena menggabungkan teknologi dan jasa keuangan (*Bank Indonesia*, 2018). Meski bukan lembaga keuangan, Bank Indonesia bertanggung jawab untuk mengatur *fintech*. Menurut Hasanah & Kaluge (2022) setiap tahun jumlah pengguna *fintech* terus mengalami peningkatan. Dompet digital atau *e-wallet* saat ini menjadi jenis *fintech* yang paling banyak digunakan (Kusumawardhani & Purnaningrum, 2021).

Sistem pembayaran adalah sistem pemindahan dana yang bertujuan untuk membayar kewajiban atas kegiatan ekonomi (Anjani et al., 2022). Jenis sistem pembayaran terdiri dari sistem pembayaran tunai dan sistem pembayaran non tunai. Kemajuan teknologi telah membuat pembayaran tunai menjadi tidak praktis lagi. Penggunaan uang tunai dalam bertransaksi memiliki banyak kekurangan sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan uang elektronik sehingga menyebabkan jumlah pengguna uang elektronik meningkat (Kustono et al., 2020).

Bank Indonesia menyelenggarakan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 14 Agustus 2024 sebagai upaya untuk mengajak masyarakat menggunakan uang elektronik sebagai pengganti uang tunai. Banyak keuntungan dalam penggunaan uang elektronik sebagai metode pembayaran, seperti dapat melakukan pembayaran dengan mudah dan cepat tanpa membawa uang tunai (Rahmatika & Fajar, 2019). Menurut peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018, uang elektronik merupakan alat pembayaran non tunai yang diterbitkannya berdasarkan nilai yang disetor terlebih dahulu pada penerbit dan disimpan secara elektronik dalam media server atau chip dan dikelola oleh penerbit. Transaksi dengan menggunakan uang elektronik mengalami peningkatan dalam 10 tahun terakhir, hal ini terlihat dari data jumlah transaksi uang elektronik pada tabel berikut:

Tabel 1. 1
Jumlah Transaksi Uang Elektronik

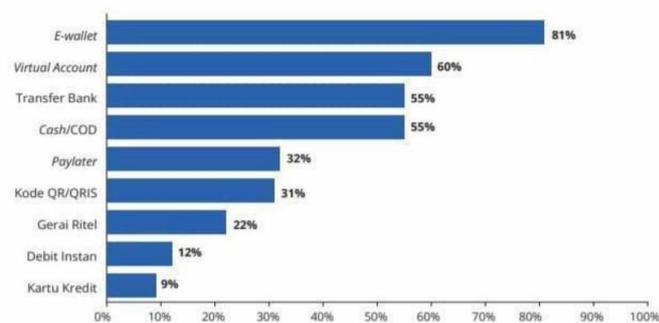
Tahun	Nilai Transaksi
2013	36.225.373
2014	35.738.233
2015	41.910.000
2016	51.204.580
2017	90.003.848
2018	167.205.578
2019	292.299.320
2020	432.281.380
2021	575.323.419
2022	772.565.666

Sumber: databoks.katadata.co.id (2023)

Media penyimpanan uang elektronik terdiri dari dua jenis, yaitu basis server dan basis chip. Uang elektronik berbasis server berupa aplikasi, sementara uang elektronik berbasis chip umumnya berbentuk kartu (Dandu, 2019). Uang yang disimpan di server dikenal dengan *e-wallet*, seperti LinkAja, *ShopeePay*, GoPay, OVO, dan lainnya. Sedangkan uang yang disimpan dalam kartu disebut *e-money*, seperti *TapCash* BNI, Flazz BCA, *Mega Cash*, Brizzi BRI, Mandiri *e-money* dan lainnya.

E-wallet merupakan aplikasi yang terhubung ke internet dan mampu menyimpan sejumlah uang elektronik (Rodiah & Melati, 2020). Transaksi menggunakan *e-wallet* bisa dilakukan dengan menggunakan *smartphone*. *E-wallet* tidak hanya digunakan untuk transaksi online, seperti transfer, pembayaran di toko jual beli maupun layanan *on demand* berbasis aplikasi,

tetapi juga dapat menggabungkan layanan online dan layanan offline, seperti pembayaran di pasar, rumah makan, swalayan, pembayaran parkir, retribusi saat di tempat wisata, dan sebagainya (Umaiyah, 2022). Perkembangan *e-wallet* di masyarakat tidak terlepas dari berbagai promosi termasuk *cashback* dan diskon yang dapat dimanfaatkan kembali untuk bertransaksi sehingga bisa menghemat pengeluaran. Wujud nyata promosi adalah kegiatan periklanan (William & Tjokrosaputro, 2021). Iklan dapat mempengaruhi keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk (Putri & Sudaryanto, 2022).



Gambar 1. 1
Metode Pembayaran yang Paling Banyak Digunakan

Sumber: east.vc, 2023

Metode pembayaran yang paling banyak digunakan yaitu *e-wallet*, sehingga menunjukkan bahwa masyarakat sebagai pengguna mulai menerima aplikasi pembayaran *e-wallet* untuk memudahkan kegiatan bertransaksi sehari-hari. Hal ini dianggap penting karena membawa dampak perubahan pada budaya dan perilaku masyarakat dalam bertransaksi secara non tunai. Menurut Kusumawardhani & Purnaningrum (2021) Jawa Tengah menjadi provinsi dengan pengguna *e-wallet* terbanyak di Indonesia.

E-wallet memiliki persentase tertinggi dibandingkan metode pembayaran yang lain, maka peneliti tertarik untuk melakukan analisis faktor yang menentukan minat menggunakan *e-wallet*. Menurut Kotler dalam Jamiah et al., (2022) minat didefinisikan sebagai sesuatu yang ada setelah mendapat dorongan yang berasal dari pengamatan produk, kemudian muncul keinginan pada produk tersebut dan muncul rasa ingin memilikinya. Pada tahun 1986, Davis memperkenalkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Teori TAM berisi penjelasan alasan pengguna menerima atau menolak teknologi tertentu, serta cara meningkatkan penerimaan pengguna berdasarkan kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan.

Salah satu faktor penentu dari penerimaan teknologi yaitu persepsi kemudahan. Menurut Jogiyanto dalam Desita & Dewi (2022) persepsi kemudahan penggunaan merupakan anggapan seseorang terhadap kemudahan teknologi untuk digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Seseorang akan lebih tertarik untuk menggunakan suatu teknologi jika mereka merasakan kemudahan. Berdasarkan penelitian Agustino (2021) persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*. Sedangkan menurut penelitian Ong & Mn (2022); Anjasari & Pamikatsih (2023) persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan.

Selain persepsi kemudahan, faktor lain yang menjadi penentu minat menggunakan yaitu promosi. Promosi menjadi salah satu cara perusahaan untuk memperkenalkan produk yang dimilikinya mulai dari kelebihan dan manfaat. Promosi merupakan penyampaian informasi yang dilakukan oleh

perusahaan kepada konsumen tentang produk yang dijual dan keuntungan yang didapat oleh konsumen apabila membeli atau menggunakan produk tersebut (Anggraini & Budiarti, 2020). Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* (Kelah, 2020). Sedangkan menurut Praudy & Septyanto (2021) daya tarik promosi tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan.

Locus of control mengacu pada bagaimana seseorang memandang suatu peristiwa, apakah peristiwa tersebut dapat dikendalikan atau tidak. Menurut Rotter dalam Adiputra et al., (2021) *locus of control* merupakan salah satu tolak ukur cara pandang seseorang dalam memahami suatu peristiwa, apakah itu dampak yang disebabkan oleh dirinya sendiri atau diluar kehendaknya. *Locus of control* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (Normalinda, 2020). Sedangkan menurut Amalini dalam Sukerta & Juliarsa (2021) *locus of control* tidak berpengaruh terhadap minat.

Kepercayaan menjadi salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan juga pada minat menggunakan *e-wallet*. Menurut Jogiyanto dalam Pratama & Suputra (2019) Kepercayaan merupakan penilaian seseorang setelah mendapatkan dan memproses informasi sehingga menghasilkan berbagai penilaian dan anggapan. Konsumen akan mencari informasi dari produk atau jasa sebelum memilih untuk menggunakannya, banyaknya informasi tersebut akan menimbulkan tingkat kepercayaan konsumen (Nurzanita & Marlina, 2020). Kepercayaan juga dapat membantu mengurangi tingkat kekhawatiran

mengenai ketidakpastian atau risiko saat menggunakan suatu teknologi. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan (Sahari, 2021). Sedangkan menurut Setiyowati (2023) kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan.

Saat ini penggunaan *e-wallet* banyak diminati kalangan mahasiswa karena dianggap lebih praktis, cepat dan aman. Mahasiswa juga identik dengan gaya hidup modern dan banyak melakukan transaksi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ipsos, 68% pengguna *e-wallet* adalah kalangan muda karena tingkat produktivitasnya lebih tinggi dari kalangan lain (Catrina, 2020). Umumnya *e-wallet* digunakan oleh mahasiswa untuk pembelian makanan dan minuman, membeli pulsa atau paket data, pembayaran transportasi, pembayaran tagihan dan lainnya. Berdasarkan penjelasan latar belakang, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang **“Faktor Penentu Minat Menggunakan *E-wallet* Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Era globalisasi saat ini yang didorong oleh perkembangan teknologi, penggunaan *fintech* terutama *e-wallet* semakin dimanfaatkan oleh masyarakat dalam bertransaksi sehingga penggunaan *e-wallet* di Indonesia mengalami peningkatan penggunaan dengan berbagai keuntungan, termasuk kemudahan dan manfaat yang dirasakan. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*?
3. Apakah *locus of control* berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-wallet*?
5. Apakah kepercayaan mampu memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet*?
6. Apakah kepercayaan mampu memediasi pengaruh promosi terhadap minat menggunakan *e-wallet*?
7. Apakah kepercayaan mampu memediasi pengaruh *locus of control* terhadap minat menggunakan *e-wallet*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat menggunakan *e-wallet*.
3. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *locus of control* terhadap minat menggunakan *e-wallet*.
4. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-wallet*.

5. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-wallet* melalui kepercayaan.
6. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat menggunakan *e-wallet* melalui kepercayaan.
7. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *locus of control* terhadap minat menggunakan *e-wallet* melalui kepercayaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan memberikan manfaat bagi semua pihak yang membaca maupun yang secara langsung terkait di dalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang penggunaan *e-wallet*.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran bagi perusahaan *e-wallet* mengenai faktor yang memengaruhi minat menggunakan *e-wallet*, sehingga perusahaan *e-wallet* dapat meningkatkan layanan aplikasi *e-wallet*.
3. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh persepsi kemudahan, promosi, dan *locus of control* terhadap minat menggunakan *e-wallet* dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi penulis dapat menambah pengetahuan mengenai faktor minat menggunakan *e-wallet*.
2. Bagi akademisi hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan dan informasi mengenai penerapan ilmu pengetahuan tentang minat penggunaan *e-wallet*.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini merupakan fokus untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, promosi dan *locus of control* terhadap minat menggunakan *e-wallet* dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Dalam hal ini, peneliti memfokuskan pada mahasiswa aktif tahun 2022 di Provinsi Jawa Tengah.