

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah melahirkan berbagai inovasi dan perubahan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang keuangan. Salah satu bentuk inovasi teknologi di bidang keuangan adalah *Financial Technology*, yang pada akhirnya mengubah kebiasaan Masyarakat dalam melakukan interaksi dan transaksi keuangan. Pengguna *Financial Technology* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat selama beberapa tahun terakhir, terutama pada generasi muda yang memang lebih terbuka dalam mengadopsi teknologi – teknologi baru yang memudahkan hidup mereka.

Financial Technology menghadirkan berbagai layanan keuangan digital melalui aplikasi – aplikasi yang dapat diakses dengan menggunakan internet mulai dari pinjaman *online*, sistem pembayaran digital atau non tunai, hingga penggalangan dana secara *online* (*Crowdfunding*). Layanan – layanan yang disediakan ini dapat dengan mudah diakses menggunakan jaringan internet, namun tentunya ada persyaratan – persyaratan yang harus dipenuhi sesuai dengan layanan yang dipilih. Sangat penting untuk memastikan bahwa layanan *Financial Technology* yang digunakan telah terdaftar dan memiliki izin dari Otoritas Jasa Keuangan agar selalu dalam pantauan dan pengawasan OJK.



Sistem Pembayaran digital merupakan layanan *Financial Technology* yang kini digemari oleh Masyarakat terutama generasi muda. Sebuah *study* yang

dilakukan oleh Visa pada 2023 lalu, berjudul “*Visa Consumer Payment Attitudes Study*” ditemukan bahwa pembayaran melalui *E – Wallet* terus mengalami peningkatan dengan penggunaan tertinggi mencapai 92% dengan komposisi pengguna sebesar 76% merupakan Gen Z. Sistem pembayaran digital ini dapat mendorong terciptanya elektronifikasi transaksi yang telah dicanangkan oleh Bank Indonesia sebagai salah satu bentuk Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 14 Agustus 2014 lalu. Bank Indonesia mendefinisikan Elektronifikasi sebagai transformasi sistem pembayaran dari yang tadinya dibayarkan secara tunai menjadi nontunai. GNNT ini diharapkan dapat menciptakan sistem keuangan nasional yang aman melalui sistem pembayaran yang efektif dan efisien (Bank Indonesia, 2020)

GNNT juga dapat menciptakan ekosistem *cashless society*, atau Masyarakat nirtunai yang merujuk pada kelompok – kelompok dalam Masyarakat yang lebih memilih untuk menggunakan pembayaran nontunai pada saat melakukan pembelian barang atau jasa sebagai bentuk adaptasi terhadap sistem keuangan digital (General, 2023). Sistem *Cashless* ini akan sangat membantu bagi Masyarakat yang tidak ingin membawa uang tunai dalam jumlah yang besar karena berbagai alasan, misalnya rawan terjadi tindak kriminal penculikan atau alasan lain terkait kendala dalam pembayaran secara tunai, misalnya uang ditolak karena sobek dan sudah tidak layak untuk digunakan bertransaksi.

E – Wallet atau dompet digital merupakan salah satu media dalam melakukan pembayaran secara digital atau non tunai. Jenis Fintech ini fokus pada sistem penyimpanan uang dalam sebuah aplikasi, di mana uangnya dapat digunakan untuk melakukan transaksi secara *online* melalui



smartphone. Uang sebagai media pertukaran dalam transaksi ekonomi tidak lagi harus dibayarkan secara tunai kepada penjual seperti pada sistem keuangan tradisional, melainkan dapat secara langsung dibayarkan secara *online* menggunakan kode QR yang sudah tersedia dalam setiap aplikasi dompet digital.

Ada berbagai jenis aplikasi *E – wallet* yang umum dan dikenal di Indonesia. Aplikasi – aplikasi ini sudah dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk membayar berbagai kebutuhan, misalnya pembayaran tagihan listrik, air, pembelian pulsa dan paket internet, dan lain sebagainya. Metode pengisian saldo *E – Wallet* juga sangat mudah karena banyak gerai – gerai yang memfasilitasi dengan biaya administrasi yang terjangkau, atau bisa juga melakukan pengisian sendiri melalui *mobile banking* yang dimiliki atau melalui transfer saldo antar aplikasi *E – Wallet*.

Dilansir dari (Ipsos, 2020), sebanyak 68% dari generasi muda di Indonesia merupakan pengguna *E – Wallet* dengan minimal penggunaan satu sampai dua kali per minggu dengan rata – rata pengisian ulang saldo sebesar Rp 140,663 setiap minggunya. Besarnya minat penggunaan *E – Wallet* ini mendorong Ipsos, sebuah Perusahaan riset global asal Prancis untuk melakukan sebuah penelitian berjudul “Evolusi Industri Dompet Digital: Strategi Menang Tanpa Bakar Uang” pada 2020 lalu. Hasilnya bahwa ada empat aplikasi yang berhasil mendominasi industri *E – Wallet* di Indonesia, yaitu, GoPay, OVO, LinkAja, GoPay, dan Dana. Hasil penelitian ini juga



menunjukkan bahwa Gopay menempati posisi pertama berdasarkan tiga indikator kepemimpinan pasar, yaitu jumlah transaksi pertama, jumlah transaksi yang pernah menggunakan dompet digital, dan jumlah transaksi

berulang. Selain itu, terdapat beberapa faktor yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam penggunaan dompet digital yaitu kenyamanan (68%), promosi (23%), dan keamanan (9%).

Selain itu, Dilansir dari Kompas. Com Survei juga dilakukan oleh Populix terhadap 1000 responden berusia 18-55 tahun secara daring dengan judul “Consumer Preference Towards Banking and e - Wallet Apps”. Gopay juga menempati posisi teratas dengan perolehan hingga 88%. Terdapat tiga kriteria yang diidentifikasi dan sekaligus menjadi alasan dibalik penggunaan *E - Wallet* pada survey ini yaitu memudahkan transaksi, terintegrasi dengan e – commerce, dan mudah digunakan. GoPay dianggap sudah memenuhi ketiga kriteria tersebut, sehingga menjadi E – Wallet terpopuler di Indonesia (Ramli & Ika, 2022).



Gambar 1. 1 E- Wallet yang Paling Banyak Digunakan



Survei singkat telah dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui jenis *E-wallet* yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa. Survei ini dilakukan di web *Strawpoll* terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Hasanuddin Angkatan 2021 yang sekaligus merupakan populasi dalam penelitian ini. Hasil survei menunjukkan bahwa Shopeepay menjadi *E – Wallet* dengan pengguna tertinggi (35 votes), Dana (27 votes), Gopay (22 votes), OVO (16 votes), dan posisi terakhir Link Aja (0 votes). Dari survei ini Shopeepay dipilih untuk menjadi dompet digital yang akan diteliti berdasarkan jumlah pengguna tertinggi.

Terdapat sebuah teori yang menjelaskan alasan seseorang mengadopsi sebuah teknologi baru dalam hal ini dompet digital, yang dikenal dengan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Dalam teori ini terdapat dua faktor yang mendorong seseorang menggunakan teknologi baru yaitu persepsi kegunaan/manfaat dan persepsi kemudahan. Selain itu kepercayaan juga menjadi alasan dibalik minat seseorang dalam menggunakan dompet digital.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Mubyl et al., 2021) terhadap mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar, mengidentifikasi bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi minat penggunaan E – Wallet yaitu kepercayaan, kemudahan, dan keamanan. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ketiga faktor diatas secara parsial berpengaruh positif signifikan, dan secara simultan ketiganya juga berpengaruh positif, dengan variabel kepercayaan memiliki nilai tertinggi sehingga menjadi variabel dengan pengaruh paling dominan dibandingkan dua variabel lainnya. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Altara & Triyanto, 2023) menyatakan bahwa ada tiga faktor yang mendorong minat penggunaan E- Wallet, yaitu



mel biaya dan variabel manfaat yang berpengaruh positif dan signifikan, rupakan variabel kepercayaan berpengaruh negatif namun signifikan. r itu, pada penelitian yang dilakukan oleh (Masaalah, 2023), ditemukan

bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat berkelanjutan menggunakan aplikasi E – Wallet. Penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhan & Prasetyo, n.d, 2019) dalam (Darma & Devi, 2019) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak memiliki efek yang signifikan terhadap minat penggunaan e – money pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.

Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa faktor yang telah diidentifikasi, namun pengaruhnya terhadap minat penggunaan E-Wallet masih belum konsisten sehingga menjadi alasan mengapa penelitian ini dilakukan. Penulis tertarik untuk menganalisis faktor yang memiliki pengaruh berbeda baik secara parsial maupun secara simultan terhadap minat penggunaan E – Wallet.

Terdapat tiga faktor atau variabel yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan kepercayaan (X3), yang kemudian disebut sebagai variabel bebas atau variabel independen. Sedangkan untuk Variabel terikat atau dependen adalah minat penggunaan E – Wallet Shopeepay (Y).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopeepay pada mahasiswa FEB Universitas Hasanuddin?

2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopeepay pada mahasiswa FEB Universitas Hasanuddin?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopeepay pada mahasiswa FEB Universitas Hasanuddin?
4. Apakah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopeepay pada mahasiswa FEB Universitas Hasanuddin?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang ada, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan Shopeepay pada mahasiswa FEB Universitas Hasanuddin
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan Shopeepay pada mahasiswa FEB Universitas Hasanuddin
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan Shopeepay pada mahasiswa FEB Universitas Hasanuddin
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan Shopeepay pada mahasiswa FEB Universitas Hasanuddin



1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan terkait E – Wallet khususnya Shopeepay untuk berbagai pihak, serta dapat memberikan sumbangan yang positif dan bisa menjadi pelengkap bagi referensi yang sudah ada. Selain itu juga diharapkan dapat menjadi rujukan dan literatur bagi peneliti selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan variabel – variabel yang diangkat dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Bagi penulis, penelitian ini merupakan wadah pengaplikasian teori – teori yang didapatkan selama perkuliahan. Bagi Perusahaan Fintech, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk mempelajari preferensi dan kebutuhan pengguna, sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan, baik terkait kemudahan, kegunaan, maupun kepercayaan pengguna.

1.5 Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan alasan penelitian ini dilakukan yang terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.



2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan mengenai landasan teori terkait Financial Technology, E – Wallet dan variabel – variabel yang digunakan, serta penelitian – penelitian terdahulu dengan topik yang sama.

3. BAB III KERANGKA PIKIR

Bab ini terdiri atas kerangka pikir dan hipotesis penelitian.

4. BAB IV METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup tentang rancangan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, Teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, serta metode analisis data.

5. BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Bab ini terdiri atas hasil penelitian, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan penelitian.

6. BAB VI PENUTUP

Bab ini terdiri atas Kesimpulan dari pembahasan yang ada pada bab sebelumnya dan saran yang diberikan oleh peneliti serta keterbatasan dalam penelitian.



BAB II

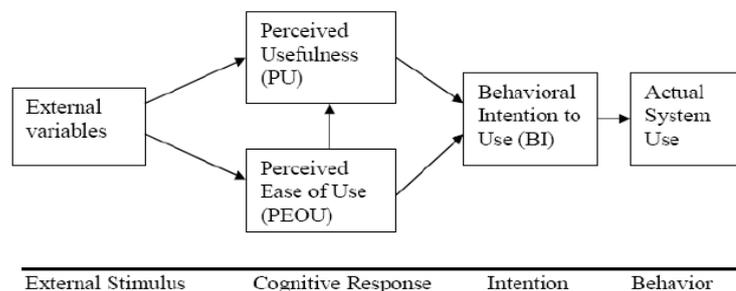
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis dan Konsep

2.1.1 Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan sebuah teori yang digunakan untuk mengidentifikasi dan memahami faktor – faktor yang menjadi alasan mengapa seseorang bersedia menggunakan suatu teknologi. Teori ini diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986 (Fahlevi et al., 2019). TAM dianggap sebagai model yang terkuat dan berpengaruh terhadap perilaku penerimaan inovasi (F. D. Davis et al., 1989). Tujuan dari TAM adalah untuk mengetahui pengaruh variabel eksternal terhadap kepercayaan internal, sikap, dan niat dalam menggunakan sebuah teknologi.

Model ini telah direvisi beberapa kali dan berikut merupakan model terakhir yang dikembangkan oleh Davis & Venkatesh pada tahun 1996.



(Davis and Venkatesh, 1996₁)

ambar 2. 1 Model TAM yang dikembangkan Davis & Venkatesh 1996



Davis (1989) dalam (Trihutama, 2020) memaparkan bahwa terdapat dua hal yang menjadi alasan seseorang menerima atau menolak sebuah teknologi, yaitu sebagai berikut.

1. *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan)

Perceived Usefulness (Persepsi kegunaan) merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penerapan sebuah sistem akan membantu meningkatkan kinerjanya (Sekundera, 2006). Persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerjanya dalam melakukan suatu pekerjaan (Jogiyanto, 2008) dalam (Trihutama, 2020). Persepsi kegunaan ini menjelaskan bahwa minat untuk mengadopsi atau tidak mengadopsi suatu teknologi didasarkan pada kepercayaan bahwa teknologi tersebut dapat memudahkan atau mempersulit seseorang dalam melakukan tugas – tugas dalam pekerjaannya.

2. *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan)

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin penggunaan teknologi akan membebaskannya dari usaha (Jogiyanto, 2008) dalam (Trihutama, 2020). Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi merupakan hal yang mudah sehingga pemakainya tidak perlu mengeluarkan usaha yang keras.

Kedua hal ini memiliki pengaruh terhadap *Behavioral Intention* seseorang dalam mengadopsi sebuah teknologi (Aditya, 2016) dalam (Trihutama, 2020). *Behavioral intention to use* (minat perilaku



penggunaan) didefinisikan sebagai kecenderungan perilaku seseorang untuk menerima dan tetap menggunakan sebuah teknologi secara berulang (Davis, 1989).

3. *Trust* (Kepercayaan)

Jumali (2015) dalam (Agustina et al., 2022) mendefinisikan kepercayaan sebagai aspek penting yang dibutuhkan oleh pengguna sistem informasi baru, di mana pengguna merasa bahwa sistem ini dapat membantu individu untuk meningkatkan performa dalam melaksanakan tugasnya. Gefen (2000) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan seseorang untuk menjadi lebih peka terhadap tindakan orang lain yang dipercaya berdasarkan rasa tanggung jawab.

Menurut Mayer et al (1995) dalam (Agustina et al., 2022), terdapat tiga faktor yang membentuk kepercayaan seseorang, yaitu sebagai berikut:

- a. Kemampuan (*Ability*), merujuk pada kapabilitas dan karakteristik.
- b. Kebaikan hati (*Benevolence*), merupakan dorongan untuk saling menguntungkan kedua pihak.
- c. Integritas (*Integrity*), berkaitan dengan perilaku dan kebiasaan penjual dalam menjalankan usahanya.

2.1.2 Financial Technology

1. Pengertian *Financial Technology*

Financial Technology atau yang lebih dikenal dengan *fintech* merupakan kombinasi antara layanan keuangan dan teknologi. Bank



Indonesia melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 mengenai Penyelenggaraan Teknologi Finansial pasal 1 angka 1 (“PBI/19/2017”) mendefinisikan *Fintech* sebagai penggabungan teknologi dengan keperluan keuangan, yang selanjutnya akan melahirkan produk, jasa, dan layanan yang dapat memberikan manfaat terhadap kestabilan sistem moneter dan menciptakan efisiensi dalam sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2017)

Menurut *National Digital Research Centre* (NDRC) dalam (Hakim & Recca, 2022), *Fintech* merupakan sebuah inovasi dalam sistem keuangan yang dipadukan dengan teknologi modern. Sedangkan menurut *World Economic Forum*, *fintech* didefinisikan sebagai penggunaan teknologi dan sebuah bisnis inovatif di sektor keuangan.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *fintech* merupakan penggabungan teknologi modern dengan layanan keuangan yang menghasilkan produk, jasa, dan layanan inovatif dalam sektor keuangan. Fintech bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan memberikan manfaat dalam sistem pembayaran serta berkontribusi terhadap kestabilan moneter. Dengan inovasi ini, Fintech tidak hanya memenuhi kebutuhan keuangan melalui teknologi, tetapi juga menciptakan solusi yang mendukung perkembangan dan stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan.

2. Jenis – jenis *Financial Technology* di Indonesia

Financial Technology mempunyai beragam jenis produk dan layanan yang dapat dimanfaatkan oleh Masyarakat dalam



kehidupannya sehari – hari. Berikut beberapa jenis *fintech* berdasarkan Asosiasi Fintech Pendanaan bersama Indonesia (AFPI) dilansir dari (AFPI, n.d.):

a. Peer-to-peer (P2P) lending

Peer-to-peer (P2P) lending yang disebut juga dengan Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI) merupakan layanan pinjam meminjam uang melalui platform *online* yang mempertemukan pemilik dana yang akan memberikan pinjaman atau kreditur dengan pihak penerima pinjaman atau debitur (Peraturan OJK No. 77/POJK/1/2016).

Pihak debitur dapat memperoleh pinjaman untuk berbagai keperluan dengan cepat dan mudah tanpa perlu memasukkan jaminan. Namun, di sisi lain pinjaman melalui P2P memiliki tingkat suku bunga pinjaman yang cukup tinggi dan memiliki denda apabila terjadi keterlambatan dalam pembayaran.

b. *Crowdfunding*

Wade (2013) dalam (Aziz et al., 2019) mendefinisikan *crowdfunding* sebagai proses penggalangan dana atau modal yang digunakan untuk mendanai suatu kegiatan melalui internet dengan cara mengumpulkan uang dengan jumlah yang kecil dari para donatur dengan minat yang sama. Salah satu contoh platform penggalangan dana yang ada di Indonesia yaitu kitabisa.com. Platform ini berperan sebagai media penghubung antara kreator (penggalang dana) dengan Masyarakat sebagai donatur.



c. *Payment, Clearing, dan Settlement*

Merupakan salah satu layanan yang ditawarkan oleh Fintech yang dapat membantu proses pembayaran agar lebih efisien karena hanya memerlukan *smartphone* dan jaringan internet untuk bertransaksi. Pengguna hanya perlu mengunduh aplikasi penyedia layanan seperti OVO, GoPay, Dana, Shopeepay dan lainnya, membuat akun dan mengisi saldo. Setelah pengisian saldo ini dapat digunakan untuk melakukan pembayaran secara *online* (Rahmadanila et al., 2022).

d. Manajemen risiko investasi

Manajemen risiko investasi merupakan produk fintech yang memfasilitasi konsultasi keuangan termasuk rencana investasi, Tabungan asuransi, dan perdagangan *online* melalui platform yang tersedia, contohnya Financialku.com. Dengan menggunakan produk fintech ini, konsumen dapat memilih jenis investasi sesuai dengan kebutuhan mereka sekaligus mengidentifikasi risiko yang mungkin timbul dari kegiatan investasi yang dilakukan (Iriana, 2021).

e. *Market Aggregator*

Market aggregator merupakan layanan fintech yang membantu konsumen untuk memutuskan mana produk dan/atau layanan yang akan digunakan karena memuat berbagai macam informasi terkait harga, fitur, dan manfaat yang melekat pada produk dan/atau jasa (Iriana, 2021).



2.1.3 E – Wallet

1. Pengertian *E – Wallet*

E – Wallet merupakan salah satu dari banyak produk fintech yang berkembang di Indonesia, termasuk dalam kategori *Payment*, *Clearing*, dan *Settlement*. *E-Wallet* atau dompet digital menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 yang menjelaskan mengenai Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran (“PBI/18/2016”) adalah layanan elektronik guna menyimpan data instrumen pembayaran di antaranya alat pembayaran dengan memanfaatkan kartu atau uang elektronik, yang bisa juga menampung dana, guna melaksanakan pembayaran (Bank Indonesia, 2016)

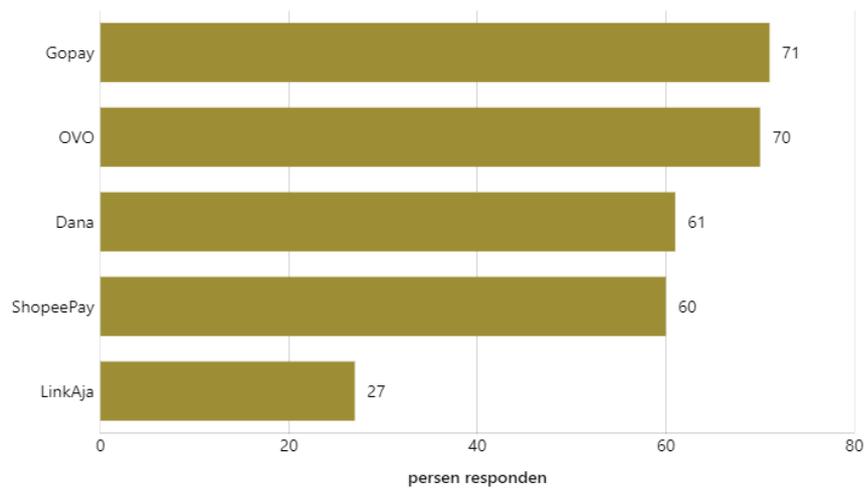
Suyoto & Pranowo (2016) dalam (Lestari et al., 2023) mendefinisikan *E- Wallet* sebagai mata uang digital yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi sehingga konsumen tidak perlu membawa uang secara fisik dan uang digital ini dapat digunakan untuk membayar produk atau jasa. Nonika (2020) dalam (Lestari et al., 2023) juga mendefinisikan *E -Wallet* sebagai aplikasi berbasis server sehingga dalam penggunaannya dibutuhkan jaringan internet agar dapat terhubung dengan server.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *E - Wallet* merupakan layanan penyimpanan uang dan pembayaran secara elektronik berbasis server yang memerlukan koneksi internet dalam penggunaannya.



2. Jenis – jenis *E- Wallet*

Dilansir dari katadata, terdapat lima merek dompet digital yang banyak digunakan berdasarkan laporan *E – Wallet Industry Outlook 2023* dari Insight Asia (Ahdiat, 2023).



Gambar 2. 2 Merek Dompet Digital yang Pernah Digunakan Responden (September 2022)

a. Gopay

Gopay merupakan layanan dompet digital yang tersedia pada aplikasi Gojek. Kehadiran Gopay memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai jenis transaksi pembayaran pada layanan aplikasi Gojek, toko atau restoran yang berafiliasi dengan Gojek, serta dapat melakukan transfer saldo ke sesama pengguna aplikasi (Gojek, n.d.). Terdapat beberapa fitur yang paling sering digunakan dalam Gopay antara lain:



- 1) Bayar: fitur ini dapat digunakan untuk melakukan pembayaran ke berbagai mitra Gojek serta memberikan layanan transfer ke sesama pengguna.
 - 2) *Top Up*: fitur ini menyediakan berbagai cara pengisian saldo baik secara *cash* melalui mitra Gojek dan juga dapat melalui *mobile banking*.
 - 3) Minta: menampilkan QR *code* Gopay untuk menerima transfer dari pengguna lain.
 - 4) Riwayat: untuk melihat riwayat transaksi yang telah dilakukan
 - 5) Promo: fitur ini menampilkan berbagai promo yang dapat digunakan oleh pengguna
 - 6) Koin: fitur ini merupakan reward yang diberikan oleh Gojek dalam bentuk koin yang dapat digunakan untuk membayar berbagai layanan namun terbatas pada aplikasi Gojek saja dan tidak bisa diuangkan.
- b. OVO

Sama halnya dengan Gojek, aplikasi ojek *online* asal Singapura yaitu Grab juga menawarkan layanan dompet digital yang dikenal dengan OVO. Fitur – fitur yang ditawarkan juga mirip dengan Gopay, sehingga kedua layanan dompet digital ini bersaing ketat dalam menarik minat penggunanya, di mana Gopay berhasil memperoleh 71% pengguna, disusul oleh OVO dengan pengguna sebesar 70%.



c. Dana

Dana juga merupakan aplikasi dompet digital yang digunakan di Indonesia. Berbagai fitur yang ditawarkan mulai dari pembayaran berbagai tagihan hingga layanan transfer menjadikan aplikasi ini juga banyak digemari oleh Masyarakat. Dana berhasil memperoleh pengguna sebesar 61% dari 1300 responden yang disurvei.

d. ShopeePay

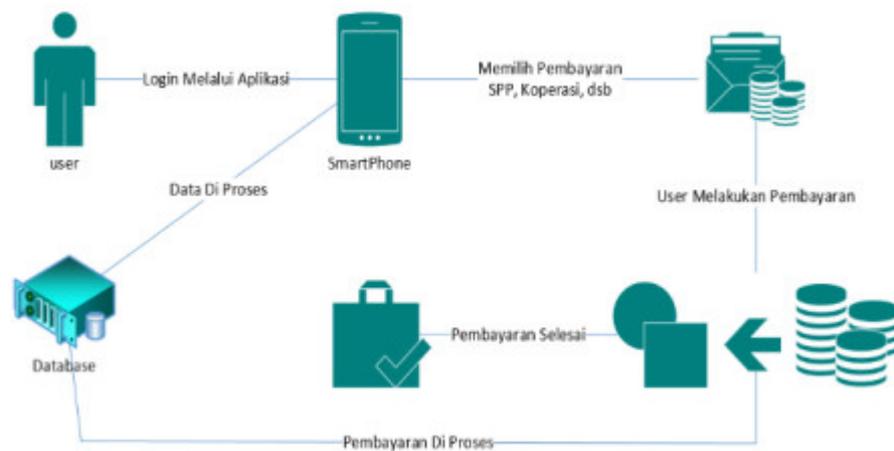
Berbeda dengan OVO dan GoPay yang dikeluarkan oleh aplikasi Ojek Online, ShopeePay merupakan layanan dompet digital yang dikeluarkan oleh Shopee, aplikasi *E- Commerce* dengan pengunjung terbanyak di Indonesia sepanjang tahun 2023 dengan 2,35 Miliar pengunjung. Besarnya minat Masyarakat untuk belanja melalui aplikasi *online* menjadikan shopeepay berhasil menduduki posisi keempat dengan perolehan pengguna sebesar 60%.

e. LinkAja

LinkAja merupakan layanan uang elektronik yang dikelola oleh PT Fintek Karya Nusantara yang sudah berizin dan diawasi oleh Bank Indonesia. Aplikasi ini juga menawarkan banyak fitur namun promosi yang dilakukan masih kurang gencar sehingga masih kurang populer jika dibandingkan aplikasi dompet digital yang lain dengan persentase pengguna aplikasi LinkAja hanya sebesar 27%.



3. Mekanisme Penggunaan *E – Wallet*



Gambar 2. 3 Mekanisme Penggunaan *E – Wallet*

Gambar diatas memperlihatkan cara kerja aplikasi *E- Wallet*. Ada beberapa tahap yang perlu dilakukan oleh pengguna pada saat akan menggunakan aplikasi *E- Wallet*, antara lain sebagai berikut:

a. Pengguna atau *User* masuk ke aplikasi

Proses dimulai ketika pengguna (*user*) masuk ke aplikasi e-wallet melalui perangkat *smartphone*. Untuk mengakses aplikasi, pengguna biasanya perlu menggunakan kredensial seperti nama pengguna (*username*) dan kata sandi (*password*), atau melalui metode otentikasi lain seperti sidik jari, pengenalan wajah, atau PIN. Data login ini



kemudian diproses oleh sistem untuk memverifikasi identitas pengguna.

b. Pemilihan opsi pembayaran

Setelah berhasil login, pengguna dapat memilih jenis pembayaran yang ingin dilakukan. Aplikasi akan menampilkan berbagai opsi berdasarkan fitur yang disediakan oleh layanan e-wallet tersebut.

c. Pengguna melakukan pembayaran

Setelah memilih jenis pembayaran, pengguna melanjutkan dengan memasukkan detail yang diperlukan, seperti jumlah uang yang akan dibayarkan atau nomor referensi terkait. Setelah semua informasi lengkap, pengguna mengonfirmasi pembayaran dengan menekan PIN yang sudah dibuat sebelumnya.

d. Data diproses dalam sistem

Informasi yang dimasukkan pengguna dikirim ke server e-wallet dan diproses dalam sistem database. Sistem ini bertugas memastikan bahwa data yang dimasukkan valid dan saldo dalam akun e-wallet mencukupi untuk pembayaran.

e. Proses pembayaran

Setelah diverifikasi, sistem memproses pembayaran. Ini mencakup transfer dana dari saldo pengguna ke pihak yang dituju, seperti institusi pendidikan, koperasi, atau penyedia layanan. Sistem juga mencatat



transaksi tersebut dalam database untuk keperluan pencatatan dan pelacakan.

f. Pembayaran selesai

Setelah proses pembayaran selesai, aplikasi akan memberi notifikasi kepada pengguna bahwa transaksi berhasil dilakukan. Selain itu, bukti pembayaran biasanya ditampilkan dalam bentuk *e-receipt* yang dapat diunduh atau dicetak oleh pengguna.

g. Pencatatan pada sistem *database*

Semua data transaksi disimpan di dalam database untuk dokumentasi, audit, dan analisis. Data ini berguna bagi penyedia layanan *e-wallet* untuk meningkatkan fitur dan layanan mereka di masa depan.

4. Kelebihan *E – Wallet*

Fitriadi (2019) dalam (Lestari et al., 2023) menjelaskan beberapa keunggulan yang akan didapatkan konsumen apabila menggunakan E- Wallet, yaitu sebagai berikut.

a. Mudah, praktis, dan efisien

Para pengguna *e – wallet* dapat dengan mudah melakukan pembayaran atas pembelian produk dan/atau jasa, dan berbagai tagihan melalui aplikasi – aplikasi yang tersedia melalui smartphone yang terhubung dengan jaringan internet.



b. Tersedia berbagai promo dan diskon

Layanan *E – wallet* memberikan berbagai jenis promo dan diskon pada penggunaannya. Pemberian promo ini ini bertujuan untuk menarik minat konsumen dalam menggunakan berbagai layanan yang terdapat dalam aplikasi. Beragam promo ini menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen terutama bagi pengguna baru.

c. Lebih aman dan rendah risiko

Aplikasi – aplikasi *e- wallet* sudah dilengkapi dengan kode pin yang dimasukkan pengguna pada saat melakukan pendaftaran akun sehingga akun menjadi lebih aman. Dengan kode pin, laman *e – wallet* tidak bisa diakses oleh sembarang orang sehingga dapat mengurangi risiko terjadinya pencurian.

d. Terdapat Riwayat transaksi

Setiap transaksi yang dilakukan dalam aplikasi *e – wallet* akan terekam dalam Riwayat transaksi sehingga akan lebih mudah bagi pengguna untuk mengetahui setiap pengeluaran yang terjadi. Ini akan membantu pengguna untuk merencanakan keuangan dengan lebih baik dengan cara membuat skala prioritas dengan menyesuaikan pada saldo yang dimiliki.

e. Pengisian saldo sangat mudah

Apabila pengguna kehabisan saldo, maka pengisiannya dapat dilakukan melalui *mobile banking* atau bisa juga melalui gerai - gerai yang menyediakan jasa *top up*. Selain itu beberapa aplikasi *e – wallet*



merupakan bagian dari aplikasi ojek *online* sehingga pengguna dapat melakukan pengisian melalui driver.

f. Keuntungan implisit

Pada saat melakukan pembayaran melalui *e – wallet*, jumlah yang tertera akan sama persis dengan yang dibayarkan sehingga tidak akan terjadi masalah kelebihan atau kekurangan uang.

5. Kekurangan E – Wallet

Dilansir dari Umsida.ac.id, terdapat lima kekurangan penggunaan *E – Wallet*, yaitu sebagai berikut.

a. Belum tersebar di semua *merchant*

Sebagian besar dompet digital hanya dapat digunakan di daerah perkotaan. Selain itu tempat yang menerima pembayaran hanya toko – toko yang sudah memiliki kode QRIS.

b. Terkena biaya admin

Setiap transaksi yang dilakukan melalui dompet digital dikenakan biaya administrasi dalam bentuk persentase dari nilai transaksi. Biaya yang dikenakan biasanya bervariasi tergantung dompet digital yang digunakan.

c. Menjadi konsumtif

Kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi *E – Wallet* sedikit banyak menjadikan Masyarakat menjadi lebih konsumtif. Berbagai



promo yang ditawarkan juga membuat Masyarakat tertarik untuk membeli barang, meskipun barang tersebut tidak begitu dibutuhkan.

d. Saldo tidak dapat diambil

Saldo yang terdapat dalam aplikasi hanya dapat digunakan untuk transaksi dengan pembayaran digital. Saldo tersebut tidak dapat ditarik dalam bentuk uang tunai. Hal ini akan mempersulit pengguna saat berbelanja di tempat yang tidak menyediakan fasilitas pembayaran digital.

e. Resiko kehilangan perangkat

Apabila terjadi kerusakan atau kehilangan pada perangkat yang digunakan untuk mengakses *e – wallet*, pengguna dapat kesulitan untuk mengakses saldo mereka. Terlebih jika pengguna tidak mencadangkan data secara teratur, maka risiko kehilangan saldo dan akses ke akun dompet digital sangat mungkin terjadi.

2.1.4 Hubungan Antar Variabel

1. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan *E – Wallet*

Penelitian yang dilakukan oleh (Sukmawati & Kowanda, 2022), (Cania et al., 2018) dan (Pratama et al., 2019) dalam (Darma & Devi, 2022) menemukan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e – wallet*. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhan & Prasetyo, 2019) dalam



(Darma & Devi, 2022), persepsi kegunaan tidak memiliki dampak signifikan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *E – Wallet*

(Mutiarini Mubyl, Abdullah Abidin, & Nurfadhilah Maghfirah Ramadhani, 2021), dan (Sukmawati & Kowanda, 2022) menemukan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *E - Wallet*. Sedangkan penelitian lain yang dilakukan oleh (Masaalah Marasabessy, 2023), ditemukan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e – wallet*.

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan *E – Wallet*

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Mutiarini Mubyl, Abdullah Abidin, & Nurfadhilah Maghfirah Ramadhani, 2021) dan Ruslinda Agustina et al., 2022) ditemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e – wallet*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Kezia Putri Altara & Eko Triyanto, 2023) menyatakan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh negatif namun signifikan terhadap minat menggunakan *e – wallet*.



2.2 Tinjauan Empirik

Mutiarini Mubyl, Abdullah Abidin, & Nurfadhilah Maghfirah Ramadhani (2021) melakukan sebuah penelitian berjudul “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E – Wallet* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Makassar)”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap minat penggunaan *e – wallet* pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia, Makassar. Dari penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa variabel Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan sama – sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat penggunaan E-wallet pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia. Ketiga faktor ini memberikan kontribusi sebesar 79,5 % terhadap minat penggunaan *e – wallet* pada mahasiswa STIE Nobel Indonesia, sedangkan sisanya yaitu sebesar 20,5 % dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti.

Kartika Sukmawati & Dionysia Kowanda (2022) dengan judul penelitian “Keputusan Penggunaan *E – Wallet* Gopay Berdasarkan Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keamanan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap keputusan pengguna untuk menggunakan layanan uang elektronik. Dari penelitian ini, peneliti memperoleh bahwa variabel keamanan tidak berpengaruh terhadap *penggunaan e – wallet* Gopay, sedangkan persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan *e- wallet* Gopay.



ezia Putri Altara & Eko Triyanto (2023) melakukan penelitian dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Wallet

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Stie Surakarta)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana biaya, manfaat dan kepercayaan mempengaruhi minat penggunaan e-wallet. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel biaya berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet. Variabel Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet. Sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh negatif tetapi signifikan.

Masaalah Marasabessy (2023) dengan penelitian berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Dan E-Service Quality Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan E-Wallet Di Kota Jayapura Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat berkelanjutan menggunakan e-wallet oleh masyarakat Kota Jayapura. Persepsi manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkelanjutan menggunakan e-wallet di Kota Jayapura. *E-service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkelanjutan menggunakan e-wallet. Kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berkelanjutan menggunakan e-wallet. Persepsi kemudahan secara tidak langsung berpengaruh terhadap minat berkelanjutan menggunakan e-wallet melalui kepuasan pelanggan dengan kategori *full* mediasi. Persepsi manfaat secara tidak langsung berpengaruh terhadap minat berkelanjutan menggunakan e-wallet melalui kepuasan pelanggan dengan kategori *full* mediasi. *E-service quality* secara tidak langsung berpengaruh terhadap minat berkelanjutan menggunakan e-wallet melalui kepuasan pelanggan dengan kategori *full* mediasi.



Agustina et al., (2022) dengan penelitian berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Go-Pay Pada Masyarakat di Kecamatan Alalak Kabupaten Barito Kuala” yang bertujuan untuk membuktikan secara empiris Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Go-Pay Pada Masyarakat di Kecamatan Alalak, Kabupaten Barito Kuala. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kegunaan, dan kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan e-wallet Go-Pay pada masyarakat Kecamatan Alalak.

Darma & Devi (2022) melakukan sebuah penelitian berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Di Masa New Normal (Studi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Denpasar)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan norma subjektif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e – wallet di kota Denpasar, dengan variabel persepsi manfaat memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan kedua variabel lainnya.

Prameswari et al., (2021) dengan judul penelitian “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E – Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU Medan)”. Dalam penelitian yang dilakukan diidentifikasi enam faktor yaitu kemudahan,



anan, promo, fitur, mencoba teknologi baru, dan promosi. Metode penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dengan memberikan penjelasan atas hasil wawancara yang disampaikan oleh responden. Hasilnya adalah

keenam variabel memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital pada mahasiswa UINSU Medan.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Jannah, 2023) dengan judul “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan *E – Wallet* dalam Transaksi Keuangan (Studi Kasus Pengguna *E – Wallet* Pada Mahasiswa UIN KHAS Jember Angkatan 2019 – 2022)”. Variabel independen yang digunakan adalah persepsi manfaat, fitur layanan, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko. Sedangkan variabel dependennya adalah minat menggunakan *e – wallet*. Dari hasil penghitungan menggunakan SPSS 25 dengan analisis regresi linear berganda, hasil uji hipotesis parsial (t) menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat (t-hitung 2,223 > t-tabel 1,98525 dengan nilai signifikansi 0,029 < 0,05) dan persepsi kemudahan (t-hitung 2,118 > t-tabel 1,98525 dengan nilai signifikansi 0,037 < 0,05) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *e – wallet* pada mahasiswa UIN KHAS jember angkatan 2019 – 2022. Sedangkan variabel fitur layanan (t-hitung 1,673 > t-tabel 1,98525 dengan nilai signifikansi 0,098 < 0,05) dan variabel persepsi risiko (t-hitung 1,285 > t-tabel 1,98525 dengan nilai signifikansi 0,202 < 0,05) tidak terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *e – wallet* pada mahasiswa UIN KHAS jember angkatan 2019 – 2022. Selain itu juga dilakukan uji hipotesis simultan (F) dan ditemukan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan *e – wallet* pada mahasiswa UIN KHAS jember angkatan 2019 – 2022.

