

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah perilaku masyarakat, terutama generasi Z, dalam berbagai aspek kehidupan mereka, termasuk cara melakukan transaksi pembayaran. Di Indonesia, kemajuan penggunaan *Financial Technology (Fintech)* terus meningkat setiap tahunnya, dengan salah satu teknologi utama yang sering digunakan adalah dompet digital (Mawardani et al., 2021). Teknologi dompet digital atau *e-wallet* memungkinkan masyarakat, termasuk generasi Z, untuk melakukan transaksi secara *online* tanpa menggunakan uang tunai atau kartu fisik, menjadi salah satu terobosan penting yang terus berkembang.

E-wallet dapat didefinisikan sebagai metode suatu pembayaran atau transaksi menggunakan aplikasi yang terhubung dalam jaringan internet. Dengan penggunaan *smartphone e-wallet* dapat digunakan dalam bertransaksi baik secara *offline* maupun *online* (Widiyanti, 2020). *E-wallet* yang memberikan lebih banyak manfaat seperti kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli juga bisa digunakan hampir oleh semua kalangan. Meskipun metode pembayaran tradisional menggunakan uang fisik pada saat ini juga masih dilakukan, pilihan masyarakat untuk melakukan sistem pembayaran dengan sistem digital ini membuat masyarakat bisa menikmati banyak keuntungan salah satunya adalah *e-*

commerce yang berkolaborasi dengan *e-wallet* yang melakukan kerjasama dalam hal promosi menjadi daya tarik yang kuat bagi masyarakat kebanyakan untuk bisa berpindah yang awalnya menggunakan sistem pembayaran tunai biasa menjadi menggunakan sistem pembayaran digital (Nawawi, 2020).

Berdasarkan data yang diberikan oleh Bank Indonesia (BI), terdapat 38 *e-wallet* yang telah mendapatkan lisensi resmi. Seiring dengan menjamurnya uang elektronik, transaksi *e-wallet* di Indonesia mencapai USD 1,5 miliar setara dengan Rp 21 triliun (1 USD = 14.222) Kemungkinan akan terus meningkat menjadi Rp 355 triliun pada 2023 (<https://www.liputan6.com.2023>) Riset yang dilakukan oleh Visa Indonesia menunjukkan dompet digital atau *e-wallet* menjadi metode pembayaran digital yang paling banyak digunakan oleh generasi Z yaitu sebesar 89 %, penggunaan kartu debit atau kredit 76 % dan QR code 67 %. (<https://ekonomi.republika.co.id>, 2023). Generasi Z cenderung lebih suka menggunakan *e-wallet* atas beberapa alasan yang mencakup preferensi, gaya hidup, dan kemudahan teknologi. Pertama, generasi Z telah tumbuh dengan teknologi yang canggih dan terbiasa dengan penggunaan smartphone serta internet (Putri dkk, 2022).

Karakteristik dari generasi Z yaitu mereka lebih sering melakukan kegiatan social melalui dunia maya, juga cepat dalam mencari dan menemukan informasi (Widyananda, 2020). Generasi Z cenderung tertarik pada hal yang praktis dan sangat bergantung pada teknologi. Meski usianya masih muda (Turner, 2015). Generasi Z memiliki kesadaran dan pengalaman yang tinggi

dalam menggunakan *e-wallet*, atau dikenal sebagai dompet digital. Namun, penelitian tentang perilaku pengguna sering dilakukan dalam konteks generasi Milenial yang lebih tua, yang memiliki banyak karakteristik dan perilaku berbeda dalam penggunaan *e-wallet* (Pham et al., 2021). Oleh karena itu, *e-wallet* memberikan kemudahan penggunaan yang sejalan dengan gaya hidup mereka yang serba cepat dan digital.

Fenomena ini sejalan dengan tujuan dari Bank Indonesia pada program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang telah diperkenalkan sejak 2014. Perubahan perilaku konsumen, terutama di kalangan generasi Z, yang beralih ke pembayaran menggunakan uang elektronik (*e-wallet*), semakin mendekati tujuan Bank Indonesia untuk menciptakan transaksi jual beli yang aman, efisien, dan mudah digunakan serta membantu sistem keuangan nasional beroperasi secara efektif (Bank Indonesia, 2021).

Salah satu contoh *e-commerce* yang berkolaborasi dengan *e-wallet* adalah Shopee dengan *ShopeePay*. *ShopeePay* merupakan dompet digital milik PT. Airpay International Indonesia yang berdiri sejak 28 November 2018 (Kamanda et al., 2022). *ShopeePay* merupakan dompet digital atau penyedia layanan pembayaran digital yang mudah, aman, dan memuaskan. *ShopeePay* juga tersedia untuk transaksi *offline* di sejumlah merchant yang bekerjasama dengan *Shopee*. Namun, kembalian dana *cashback* pada transaksi *offline* diberikan melalui poin di aplikasi *Shopee* (Aksara, 2021).

Banyak orang masih merasa ragu mengenai teknologi informasi apakah dapat memberikan manfaat yang positif dan mudah dipelajari. Salah satu upaya untuk memahami fenomena dan pertanyaan tersebut adalah melalui kajian dan penelitian terhadap teori atau model penerimaan teknologi informasi. Dalam penggunaan suatu teknologi dapat menggunakan model penerimaan teknologi yaitu *Technology Acceptance Model* atau biasa disebut (TAM). Teori ini dikemukakan oleh Davis (1989), yang terdiri dari dua faktor yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan (Suhendry, 2021). Penggunaan teknologi dalam hal ini *e-wallet* akan mengambil keputusan untuk menggunakan *e-wallet* jika merasa adanya kemudahan dan memberi kemanfaatan. Selain dua konstruk tersebut, penelitian TAM dapat mengembangkan model dengan menambahkan persepsi risiko dan keamanan sebagai variabel eksternal.

Pemanfaatan uang elektronik dipengaruhi faktor yang mendasari seseorang mengambil keputusan untuk menggunakan *e-wallet* salah satunya adalah persepsi kemudahan yang dirasa oleh pengguna. Menurut Jogiyanto (2007) persepsi kemudahan penggunaan adalah keyakinan tentang pengambilan keputusan. Jika pengguna berpikir sistem teknis mudah digunakan, mereka akan menggunakannya. Di sisi lain, jika pengguna tidak berpikir sistem teknis bekerja dengan baik, mereka tidak akan menggunakannya. Penelitian Latief, Dirwan, & Idris. (2021), Brahmanta & Wardhani, (2021) serta Agustino (2021) menunjukkan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan minat penggunaan *e wallet*. Berbeda dengan hasil penelitian

Pernanda, Aswan & Balele (2021) yang menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap persentase konsumsi Mahasiswa menggunakan *e-wallet*

Faktor lain yang memungkinkan konsumen mengambil keputusan dalam penggunaan *e-wallet* adalah keamanan. Keamanan merupakan hal yang harus disediakan oleh para pelaku bisnis, baik produk maupun layanan. Keamanan memberikan kenyamanan dan meningkatkan kepercayaan pada pengguna yang berpengaruh pada peningkatan jumlah pemakainya (Heriyana, 2020). Penelitian Putra dan Julianto (2021), Rahmawati dan Yuliana (2021) dan penelitian Saraswati dan Mardhiyah (2022) menemukan bukti bahwa Keamanan Transaksi memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan dompet digital. Berbeda dengan hasil penelitian Ariningsih, et al., (2022) menunjukkan bahwa keamanan tidak berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap niat penggunaan *e-wallet*.

Selain itu faktor yang menjadi dasar individu dalam keputusan penggunaan *e-wallet* adalah adanya persepsi risiko. Penggunaan segala sesuatu tentu ada risikonya. Penggunaan *e-wallet* memiliki risiko seperti sistem tidak berjalan dengan baik dan kemungkinan terjadi saldo berkurang padahal pemegang *e-wallet* tersebut tidak melakukan transaksi (Haryani, 2019).. Penelitian yang dilakukan Savitri, dkk., (2022) menunjukkan hasil selaras dengan penelitian Rodiah & Melati (2020) dengan menyebutkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan dalam menggunakan *e-wallet*.

Berbeda dengan hasil penelitian Nainggolan & Andrian (2021) menjelaskan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat menggunakan layanan transaksi *online e-wallet*.

Penelitian ini dilakukan pada Generasi Z pengguna *e-Wallet*, hal ini disebabkan Anak muda jaman sekarang terlebihnya pada kalangan generasi Z saat ini telah menganggap penggunaan smartphone sebagai kebiasaan sehari-hari. Mereka sering melakukan transaksi digital dan *Electronic Wallet (e-Wallet)* dianggap sangat membantu, terutama bagi mahasiswa dalam melakukan berbagai aktivitas, seperti membeli pulsa, transfer uang, membayar tagihan seperti listrik, wifi, spp, dan lain-lain. Sistem pembayaran berbasis seluler banyak digunakan karena konsumen merasa metode ini memberikan keuntungan yang besar (Gokilavani et al., 2018). Generasi Z lahir sudah mengenal teknologi dan ketika tumbuh dewasa tak luput juga menggunakan teknologi (Nur Pratiwi et al., 2022). Karakteristik generasi z yang mahir dalam penggunaan teknologi dan sering berinteraksi dengan dunia digital, tentunya sudah tak asing lagi dengan yang namanya *fintech* (Fadhilah et al., 2021).

Penelitian dilakukan pada pengguna *e-Wallet* di Kota Malang, berdasarkan data yang dilansir oleh www.jatimtimes.com bahwa 80 Persen Pengguna *e-Money* Nasional dari Kota Malang. Kota Malang dan telah menerapkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang disupport oleh Bank Indonesia. Menurut Subhan (2020), Di Kota Malang ditemukan adanya gejala baru masyarakat dalam bertransaksi yaitu terjadinya fenomena perubahan gaya

hidup dalam melakukan transaksi pembayaran yang sekarang menjadi *online*. Kota Malang termasuk dalam 10 besar kota terbesar di Indonesia. Kota Malang merupakan kota wisata dan pendidikan yang memiliki karakteristik tersendiri. Di Kota Malang aplikasi *fintech* semakin diminati.

ShopeePay merupakan aplikasi *e wallet* paling baik 2024 yang mendapatkan penghargaan “Aplikasi Terbaik Indonesia” dan “Aplikasi Harian Terbaik dari *Google Play*”. *ShopeePay* juga menjadi metode pembayaran utama untuk lini bisnis *Shopee* yang lain seperti *Shopee Food*, *Shopee Games*, *Shopee Mall* dan *Shopee Supermarket*. Di *Google Play Store*, *ShopeePay* mendapat rating 4,8 dari para pengguna, lebih unggul dibanding *Gopay* dengan rating 4,6, *DANA* dengan rating 4,6, *SpeedCash* dengan rating 4,6 dan *OVO* dengan rating 4.0, (<https://keuangan.kontan.co.id/Nopember> 2024). *ShopeePay* menawarkan berbagai fitur untuk mendukung transaksi keuangan harian, seperti: Pembayaran di *Google Play*, termasuk pembelian game dan langganan aplikasi favorit, Pembayaran *QRIS*, Transfer gratis antarbank, Pembelian pulsa dan pembayaran tagihan. *ShopeePay* juga dikenal dengan berbagai promosi menarik seperti *cashback* dan diskon eksklusif. Berbagai layanan dan produk keuangan tambahan tersedia untuk memenuhi kebutuhan pengguna yang terus berkembang.

Penelitian ini dilakukan didasari pada hasil penelitian yang terdahulu masih terdapat hasil yang tidak sama, terdapat temuan yang memiliki pengaruh signifikan dan yang tidak signifikan diantara variabel yang diteliti, hal ini menunjukkan adanya perbedaan makna hubungan Presepsi Kemudahan, Presepsi

Keamanan, Presepsi Resiko Terhadap Penggunaan. Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut maka peneliti mengambil judul dalam penelitian ini adalah **Pengaruh Presepsi Kemudahan, Keamanan, Resiko Terhadap Minat Penggunaan *Shopeepay* Pada Generasi Z.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti memperoleh rumusan masalah yang tepat untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *Shopeepay* Pada Generasi Z di kota Malang?
2. Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *Shopeepay* Pada Generasi Z di kota Malang?
3. Apakah persepsi resiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *Shopeepay* Pada Generasi Z di kota Malang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari adanya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Menganalisis apakah persepsi kemudahan mempengaruhi minat Generasi Z di kota Malang dalam menggunakan *Shopeepay*.
2. Menganalisis apakah persepsi keamanan mempengaruhi minat Generasi Z di kota Malang dalam menggunakan *Shopeepay*.
3. Menganalisis apakah persepsi resiko mempengaruhi minat Generasi Z di kota Malang dalam menggunakan *Shopeepay*.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari adanya penelitian ini yaitu:

1. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis untuk mendapatkan tambahan ilmu pengetahuan, wawasan serta pemahaman peneliti khususnya mengenai pengaruh kegunaan, kemudahan, kepercayaan terhadap minat mahasiswa malang dalam menggunakan *Shopeepay*.

2. Bagi Akademisi

Dalam penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan sumbangsih sebagai refrensi bagi pihak akademisi maupun untuk pihak-pihak yang akan melanjutkan penelitian ini lebih lanjut mengenai pengaruh kegunaan, kemudahan, kepercayaan terhadap minat mahasiswa malang dalam menggunakan *Shopeepay*.

3. Untuk Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan baik kalangan akademis maupun masyarakat umum mengenai pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan kegunaan terhadap minat mahasiswa malang dalam menggunakan *Shopeepay*. Dan dengan adanya penelitian ini nantinya diharapkan juga dapat memberikan keyakinan akan pentingnya penggunaan *Shopeepay* dimasa yang akan datang bagi masyarakat.