

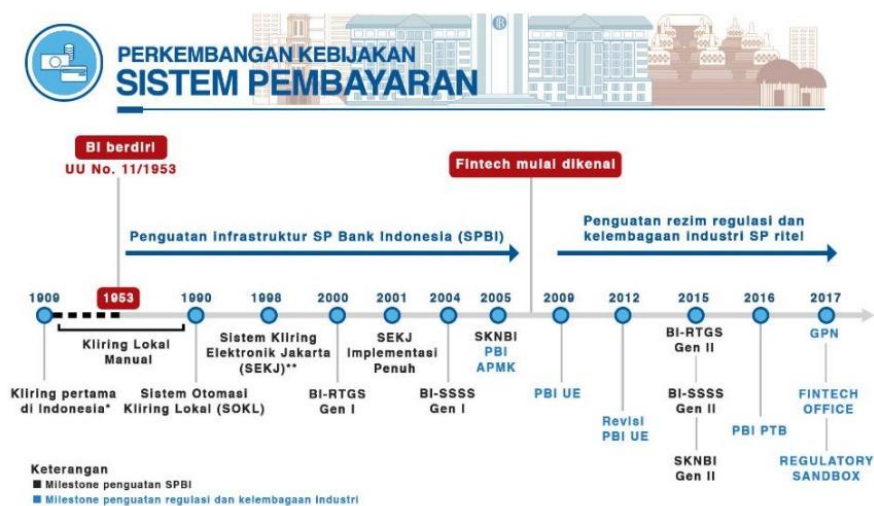
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 E-wallet

Revolusi digital sejalan dengan pertumbuhan informasi dan komunikasi teknologi yang telah mengubah dan membentuk kembali kebiasaan manusia dalam berbagai aspek kehidupan sosial termasuk pembayaran. Dahulu, semua transaksi keuangan kebanyakan dilakukan dengan uang tunai atau kartu. Namun, metode ini mempunyai batasan karena pembayaran harus dilakukan langsung di tempat barang dagangan dijual. Namun, lama-kelamaan hal ini menjadi metode yang memakan waktu, tidak nyaman, dan tidak fleksibel. Menurut Ramadhan dan Tamba (2022) perkembangan sistem pembayaran secara elektronik atau biasa disebut non tunai dipengaruhi oleh pola hidup masyarakat dan kemajuan perkembangan teknologi. Perkembangan sistem pembayaran di Indonesia berkembang seiring dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia.



Gambar 1. 1 Perkembangan Sistem Pembayaran

Sumber: (Bank Indonesia, 2023)

Berdasarkan gambar di atas orientasi kebijakan dan pengembangan sistem pembayaran mulai bergeser sejak 1 dekade terakhir, dari pengembangan infrastruktur sistem pembayaran tersebut tidak terlepas dari dampak menguatnya arus digitalisasi. Tren digitalisasi tersebut mempengaruhi sendi-sendi perekonomian, mengubah pola transaksi masyarakat dan mendisrupsi fungsi-fungsi konvensional, tidak terkecuali di sektor keuangan. Baru-baru ini, berkat kemajuan teknologi dan digitalisasi, sejumlah metode pembayaran telah ditingkatkan salah satunya adalah *e-wallet*. Menurut Shin (2009), *e-wallet* atau dompet digital dianggap sebagai metode pembayaran baru dan inovatif yang dapat menggantikan metode pembayaran menggunakan uang tunai. *E-wallet* memungkinkan pelanggan melakukan transaksi kapan saja dan dari mana saja secara *real time*, serta menawarkan kenyamanan dan kecepatan (Aisyah & Sesunan, 2023). Jingnan et al. (2023) mendefinisikan *e-wallet* sebagai “sebuah proses di mana setidaknya satu tahap transaksi dilakukan menggunakan perangkat seluler (misalnya, *smartphone*) yang mampu memproses transaksi keuangan dengan aman melalui jaringan seluler. *E-wallet* adalah dompet digital yang setara dengan dompet fisik, yang memungkinkan pengguna menyimpan dan menarik uang untuk membayar barang atau jasa di pedagang yang berpartisipasi atau mentransfer uang ke sesama pengguna (Ojo et al., 2022). *E-wallet* merupakan salah satu jenis *e-money* (Aji et al., 2021) yang uangnya disimpan di *server*, bukan di kartu chip. Di Indonesia terdapat beberapa penyedia *e-money* (*e-wallet*) berbasis server seperti Go-Pay, OVO, LinkAja, DANA, ShopeePay.

### **1.1.2 GoPay**

GoPay adalah dompet *digital* serba bisa. Mulai dari transaksi cepat untuk semua layanan Gojek dan ratusan Rekan Usaha hingga mengirim atau menerima uang dengan mudah. GoPay merupakan bagian dari salah satu layanan ekosistem Gojek yang merupakan sebuah perusahaan teknologi terkemuka asal Indonesia yang bermula dengan pelayanan angkutan melalui jasa ojek (Yuliati et al., 2020).



**Gambar 1. 2 Logo GoPay**

Sumber: (GoPay, 2023)

GoPay adalah uang elektronik yang dapat dipakai untuk melakukan transaksi pembayaran dan keuangan melalui aplikasi Gojek (Ferdiana & Darma, 2019). Sebelumnya GoPay disebut dengan Go Wallet yang mana merupakan salah satu produk dompet digital yang berfungsi untuk menyimpan Gojek Kredit yang nantinya dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atau transaksi-transaksi yang berhubungan dengan setiap layanan yang ada di dalam aplikasi Gojek (Ferdiana & Darma, 2019).

GoPay dapat dipergunakan untuk membayar saat berbelanja dengan cara scan untuk pembayaran menggunakan GoPay di warung, restoran, *minimarket*, hingga *supermarket* favorit. Dan GoPay juga dapat dipergunakan untuk pembayaran belanja di Tokopedia, *e-commerce*, serta produk *digital* lainnya jadi lebih mudah dan praktis. Selain itu GoPay dapat menjadi pembayaran untuk melakukan pembayaran tagihan bulanan serta untuk keperluan *games* dan hiburan, GoPay juga berfungsi sebagai menu pembayaran untuk semua layanan Gojek mulai berbelanja makanan GoFood, GoCar/Goride sebagai moda transportasi, GoSend, serta layanan Gojek lainnya (Danuarta & Darma, 2019).

### **1.1.3 Shopee Pay**

ShopeePay adalah layanan pembayaran uang elektronik yang termasuk kedalam ekosistem *marketplace* Shopee. Shopee ini sendiri merupakan perusahaan yang diluncurkan di Singapura dan melakukan ekspansi di beberapa negara khususnya Kawasan Asia Tenggara dan salah satunya adalah Indonesia (Aisyah & Sesunan, 2023). ShopeePay ini resmi diluncurkan pada bulan Januari 2019 sebagai metode pembayaran pada *platform* Shopee yang mana telah disetujui oleh Bank Indonesia untuk melakukan kegiatan operasionalnya (Latief et al., 2021).



**Gambar 1. 3 Logo ShopeePay**

Sumber: (ShopeePay, 2023)

*Fintech* dompet *digital* ShopeePay ini dapat dipergunakan untuk berbagai keperluan finansial, antara lain sebagai metode untuk melakukan transaksi *online* pada aplikasi atau situs Shopee, transaksi online yang dilakukan di luar Shopee seperti di aplikasi mitra yang menerima pembayaran menggunakan ShopeePay atau situs *merchant*, transaksi *offline* dengan *merchant* yang menerima pembayaran melalui QRIS dan ShopeePay, dan dapat juga menerima atau mentransfer pembayaran ke/dari kontak dan menarik saldo ShopeePay tersebut ke rekening bank (Falah, 2021).

#### **1.1.4 OVO**

OVO adalah aplikasi yang memberikan konsumen kemudahan dalam bertransaksi (OVO Cash) dan juga kesempatan yang lebih besar untuk mengumpulkan poin di banyak tempat (OVO Points) (Susilo et al., 2019). OVO cash digunakan oleh konsumen untuk melakukan transaksi pembayaran sedangkan OVO Points adalah bentuk *loyalty* pelanggan dimana setiap transaksi atau pembayaran menggunakan OVO akan mendapatkan point (Hutabarat et al., 2021). Dimana point tersebut nantinya bisa ditukarkan dengan hadiah menarik yang akan di berikan oleh OVO.



**Gambar 1. 4 Logo OVO**

Sumber: (OVO, 2023)

OVO merupakan aplikasi pembayaran serba bisa, simpel, instan dan aman yang siap untuk segala transaksi finansial penggunaannya jadi lebih menyenangkan. Saat ini OVO bekerja sama dengan Grab untuk pembayaran layanan yang di sediakan oleh Grab. OVO dapat digunakan di semua merchant yang telah bekerjasama dengan OVO yang di tandai dengan *OVO Accepted Here*.

### 1.1.5 DANA

DANA adalah perusahaan rintisan Indonesia yang bergerak di bidang finansial teknologi yang menyediakan infrastruktur yang memungkinkan masyarakat Indonesia untuk melakukan pembayaran dan transaksi secara non tunai (Acelian & Basri, 2021).



**Gambar 1. 5 Logo DANA**

Sumber: (DANA, 2023)

Dana merupakan aplikasi dompet digital dimana dengan menggunakan Dana, konsumen bisa melakukan berbagai macam transaksi elektronik melalui berbagai layanan yang tersedia, seperti saldo Dana, transfer bank, kartu kredit, dan juga setor tunai ke *minimarket*. Dana merupakan salah satu *e-wallet* yang tidak berhubungan dengan aplikasi transportasi *online*. Dana lebih banyak menjalin kerjasama dengan *merchant* yang sudah memiliki *brand* yang kuat.

### 1.1.6 LinkAja

LinkAja adalah salah satu dari penyedia *e-wallet* yang ditujukan untuk mempermudah transaksi penggunaannya. Layanan dompet digital BUMN ini menggunakan QR Code yang memiliki standar sebagai landasan platform pembayaran digital. Dengan hadirnya LinkAja, pengguna cukup membawa *smartphone* yang dimiliki karena semua sudah tersedia melalui *e-wallet*. Layanan LinkAja merupakan inovasi terbaru dari produk Tcash sebelumnya yaitu menyasar

pada UMKM dan pelayanan publik seperti pembayaran tagihan, transportasi, dan pajak (Novelia et al., 2021)

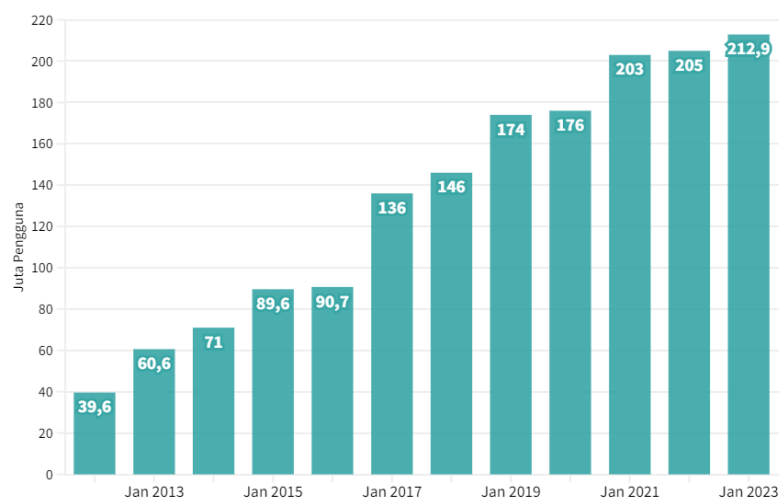


**Gambar 1. 6 Logo LinkAja**

Sumber: (Linkaja, 2023)

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi merupakan suatu karakteristik dari perkembangan jaman. Peran dan manfaat teknologi berdampak hampir di setiap aspek kehidupan. Kemajuan teknologi yang kian cepat ini mempengaruhi aktivitas masyarakat Indonesia dalam beberapa bidang salah satunya yaitu penggunaan internet. Perkembangan teknologi digital di Indonesia memiliki potensi yang besar, diikuti dengan terus berkembangnya tingkat penetrasi pengguna internet di Tanah Air. Jumlah pengguna internet di Indonesia terus bertumbuh setiap tahunnya. Lonjakan pengguna internet di Tanah Air terjadi pada tahun 2017. Berikut merupakan jumlah pengguna internet di Indonesia selama satu dekade terakhir.

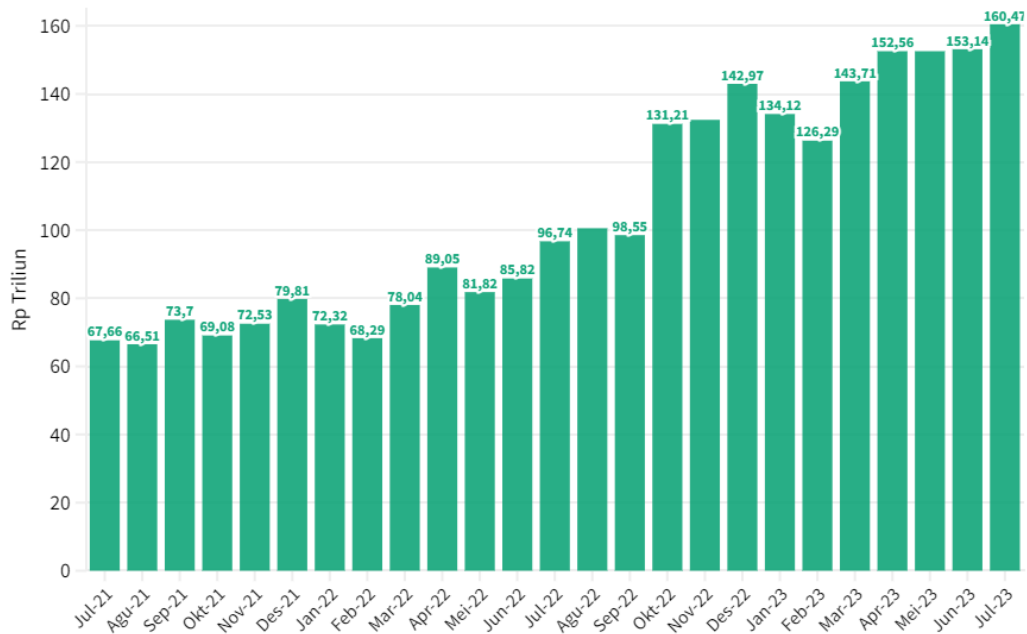


**Gambar 1. 7 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia**

Sumber: Annur (2023)

Berdasarkan laporan We Are Social, jumlah pengguna internet di Indonesia telah meningkat sebanyak 3,85% mencapai 212,9 juta atau sekitar 77% dari populasi Indonesia telah menggunakan internet pada Januari 2023 (Annur, 2023). Kemajuan teknologi informasi telah mendorong pesatnya perluasan layanan keuangan baru yang inovatif, yang sering disebut *Financial Technology (fintech)*, sebagai bidang baru yang menarik perhatian. Industri *Financial Technology* atau *FinTech* telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, memungkinkan layanan transaksi digital yang sederhana, aman, dan berkualitas tinggi (Daragmeh, Lentner, et al., 2021). *FinTech* adalah inovasi keuangan teknologi dan model bisnis baru yang dapat mempengaruhi penyediaan layanan keuangan dan perkembangan industri keuangan, serta menciptakan budaya pasar persaingan dan reputasi di antara penyedia layanan (Chandler & Krajcsák, 2021). Perkembangan industri *financial technology* telah berkembang pesat di negara-negara Asia, termasuk Indonesia. Indonesia merupakan pasar utama adopsi *fintech* berdasarkan tingginya tingkat penetrasi internet, besarnya populasi generasi muda, dan paham teknologi (Setiawan et al., 2021).

Revolusi digital ditandai dengan pertumbuhan internet yang telah mengubah dan membentuk kembali kebiasaan manusia dalam berbagai aspek kehidupan sosial termasuk pembayaran (Kharisma, 2020). Dahulu, semua transaksi keuangan kebanyakan dilakukan dengan uang tunai. Namun, metode ini mempunyai keterbatasan karena pembayaran harus dilakukan langsung di tempat transaksi berlangsung sehingga dinilai tidak fleksibel (Razzaque et al., 2020). Baru-baru ini berkat kemajuan teknologi, sejumlah metode pembayaran telah ditingkatkan seperti *internet banking*, *mobile banking*, dan *e-wallet* (Daragmeh, Lentner, et al., 2021). Sejalan dengan inovasi yang muncul mengenai metode pembayaran nilai transaksi uang elektronik di Indonesia mengalami kenaikan selama 3 tahun terakhir. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.



**Gambar 1. 8 Nilai Transaksi Uang Elektronik**

Sumber: Mustajab (2023)

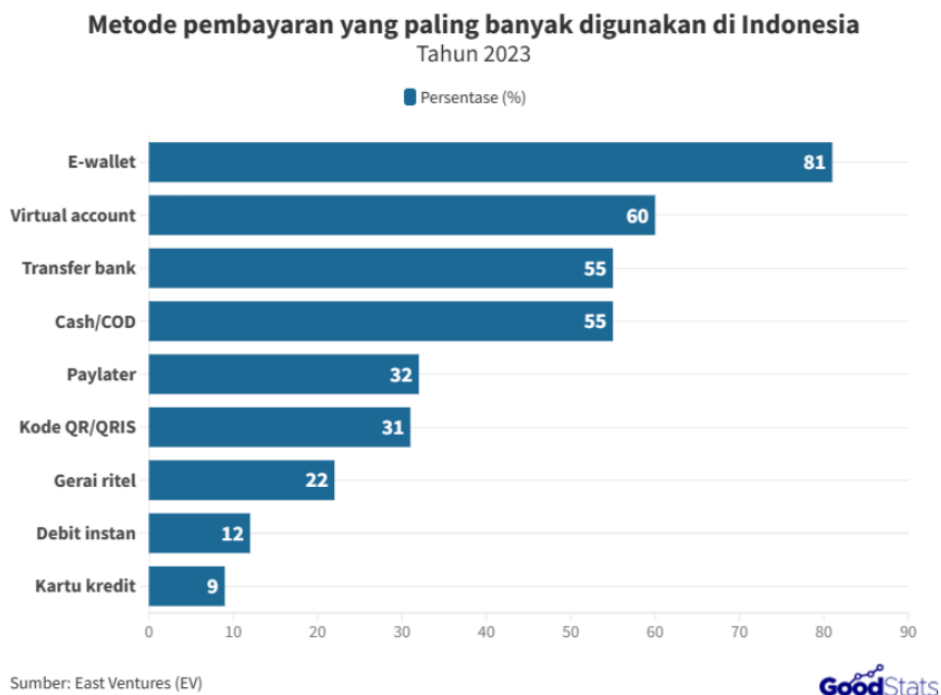
Berdasarkan data di atas, nilai transaksi uang elektronik pada bulan Juli 2021 hingga Juli 2023 cenderung meningkat. Meningkatkan jumlah pengguna internet di Indonesia sejalan dengan meningkatnya nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp 160,47 triliun pada Juli 2023. Jumlah tersebut meningkat 4,79% dibandingkan dengan bulan sebelumnya sebesar Rp 153,14 triliun. Hal tersebut disebabkan karena banyak pedagang seperti pengecer, tempat usaha makanan dan minuman, pedagang kecil, hingga perusahaan seperti transportasi dan *e-commerce* menerima pembayaran melalui *e-wallet* (Sivathanu, 2018).

Selain itu, Bank Indonesia saat ini sedang menggalakkan transformasi digital dan digital integrasi di Indonesia khususnya dalam hal sistem pembayaran digital hingga mengembangkan ekonomi digital. Selain itu, Bank Indonesia juga mempunyai Program GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) yang diluncurkan pada tahun 2014 untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien, dan lancar dengan harapan akan dapat mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien (Azhari et al., 2023). Selain itu, GNNT diharapkan dapat mengurangi risiko kendala pembayaran tunai seperti uang yang rusak, lusuh, atau



tidak layak edar, dan meningkatkan efisiensi saat transaksi di mana orang tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar (Azhari et al., 2023). Pada akhirnya, GNNT akan dapat mewujudkan ekosistem *cashless society*.

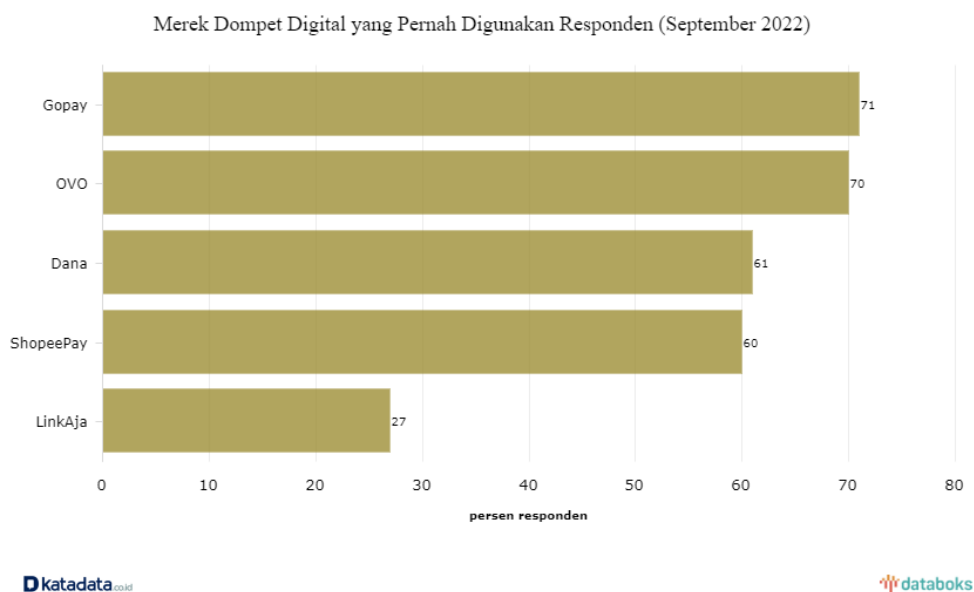
Dalam layanan pembayaran digital terdapat dua jenis mata uang elektronik yaitu *E-Money* dan *E-Wallet*. *E-money* adalah salah satu bentuk uang elektronik dimana uangnya berbentuk kartu dengan prosesor yang tertanam, sedangkan *e-wallet* adalah uang elektronik berbasis *server* dalam bentuk aplikasi ponsel yang dapat diakses melalui jaringan internet (Panos & Wilson, 2020). Meningkatkan nilai transaksi uang elektronik menjadi bukti bahwa perkembangan internet membawa perubahan yang besar juga terhadap kebiasaan manusia dalam bertransaksi dengan kertas uang menjadi transaksi non-tunai (Kang, 2018). Sejalan dengan meningkatkan nilai transaksi uang elektronik, sejumlah metode pembayaran seperti *e-wallet*, *virtual account*, dan *transfer bank* menjadi alternatif transaksi pembayaran digital yang paling populer di kalangan masyarakat Indonesia saat ini, seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini.



**Gambar 1. 9 Metode Pembayaran Terpopuler di Indonesia**

Sumber: (GoodStats, 2023)

Menurut laporan East Ventures (EV) bertajuk *Digital Competitiveness Index 2023: Equitable Digital Nation*, *e-wallet* menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 81% pada tahun 2022 (GoodStats, 2023). Kemudahan dalam menggunakan *e-wallet* membuat masyarakat beralih menggunakan *e-wallet* dibandingkan dengan uang tunai, karena hanya dengan menggunakan *smartphone* pengguna *e-wallet* sudah bisa melakukan pembayaran dan segala jenis transaksi secara *online* maupun *offline* tanpa perlu membawa dompet maupun uang tunai. *E-wallet* atau yang dikenal juga sebagai dompet digital adalah layanan pembayaran yang terhubung langsung dengan lembaga keuangan dan layanan pembayaran *fintech* (Kang, 2018). *E-wallet* juga didefinisikan sebagai instrumen pembayaran elektronik yang menggunakan perangkat seluler untuk mentransfer dana guna pembayaran dan penerimaan pembayaran (Abbasi et al., 2022). *E-wallet* muncul memberikan solusi untuk transaksi yang terjamin keamanan dan kemudahannya yaitu hanya dengan cara menggunakan aplikasi pada *smartphone* dan jaringan internet (Nizam et al., 2019). Berikut merupakan persentase pengguna *e-wallet* atau dompet digital di Indonesia.



**Gambar 1. 10 Persentase Pengguna Dompet Digital**

Sumber: Ahdiat (2023)

Menurut laporan *E-Wallet Industry Outlook 2023* yang dilakukan oleh Insight Asia, dari jumlah responden sebanyak 1.300 warga perkotaan, 74% di antaranya sudah pernah menggunakan *e-wallet* (Ahdiat, 2023). Dalam kelompok tersebut, sekitar 61% menggunakan beberapa aplikasi dompet digital sekaligus. GoPay saat ini menjadi salah satu *e-wallet* dengan pengguna aktif terbanyak di posisi pertama dan disusul oleh OVO, Dana, ShopeePay, dan LinkAja. Ketatnya persaingan antar *e-wallet* di Indonesia membuat *e-wallet* harus memperhatikan kembali sistem operasi layanannya guna dapat bertahan di antara ketatnya persaingan. Kemudian, penelitian bertajuk “Preferensi Pelanggan Terhadap Perbankan dan *E-wallet Apps*”, menyebutkan bahwa masyarakat Jakarta adalah yang paling mungkin menggunakan *e-wallet* dengan persentase sebesar 43%, disusul oleh Bandung sebanyak 10%, dan beberapa kota lain di Pulau Jawa seperti Surabaya dan Semarang (Laucereno, 2022). Dalam penelitian tersebut juga disebutkan, mayoritas pengguna *e-wallet* berada dalam kelompok usia 18-25 tahun dengan jumlah persentase sebesar 54%, sementara 31% pengguna berada dalam kelompok usia 26-35 tahun, dilanjutkan dengan rentang usia 36-45 tahun sebanyak 13%, dan hanya 2% yang berada dalam rentang usia 46-55 tahun (Laucereno, 2022).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Abu Daqar et al. (2020) generasi milenial dan gen z inilah yang menjadi pendorong utama *fintech*. Banyak penelitian yang menunjukkan bawah generasi milenial dan generasi z adalah kelompok yang paling tinggi penerimaan teknologinya, hal ini menunjukkan bahwa penyedia *fintech* harus memanfaatkan fakta ini untuk mendorong layanan *fintech* melalui saluran digital seperti *e-wallet*, sehingga pihak-pihak ini perlu menyelidiki kebutuhan dan persepsi generasi ini terhadap digitalisasi layanan keuangan (Rosli et al., 2023). Anggota generasi milenial dan generasi z tumbuh dalam lingkungan yang semakin digital, mahir dalam teknologi baru, mengutamakan kepribadian dan selera individu, aktif menggunakan media sosial, dan digambarkan mengutamakan nilai ekonomi serta menunjukkan minat dan preferensi yang tinggi terhadap teknologi baru (Kim et al., 2021). Di antara pengguna *e-wallet*, generasi Z memiliki karakteristik dari segmentasi *digital*

*native* (Pham et al., 2021). Generasi Z ini terdiri dari individu yang lahir pada tahun 1995-2010 yang sudah berusia 28 tahun atau lebih muda (Rosli et al., 2023). Sedangkan generasi milenial lahir pada rentang waktu 1982-1994, dimana generasi ini sudah bergantung dengan teknologi (Liu et al., 2019). Generasi milenial merasakan tingkat kepuasan yang lebih tinggi ketika mereka menggunakan internet dan tidak terlalu menghindari risiko dibandingkan generasi sebelumnya (Ruiz-Equihua et al., 2021).

Dengan kemunculan digitalisasi melalui internet terbukti telah mempercepat arus globalisasi dan sistem pembayaran dari transaksi menggunakan uang tunai ke *online*. Pembayaran tunai terkadang sulit dilacak dan tidak aman sehingga dibutuhkan inovasi pada metode pembayaran digital yang dapat dengan mudah dilacak, sehingga mengurangi penipuan dan risiko (Setor et al., 2021). Hal ini tentunya menyebabkan ketergantungan terhadap penggunaan *e-wallet* dalam transaksi. Penggunaan *e-wallet* sebagai metode pembayaran juga akan mempercepat Indonesia mewujudkan *cashless society*. *E-wallet* menjadi pilihan karena dinilai mempermudah transaksi pembelian dan penjualan melalui aplikasi *smartphone*, sehingga memungkinkan seseorang menyelesaikan transaksi keuangan dengan cepat dan tanpa kerumitan (Nizam et al., 2019). Meskipun *e-wallet* telah menarik banyak perhatian, pemanfaatan *e-wallet* secara berkelanjutan masih diragukan (Ryu, 2018). Hal tersebut dapat dilihat pada beberapa ulasan yang diberikan pengguna *e-wallet* di App Store.

**Tabel 1. 1 Keluhan Pengguna Mengenai *E-wallet***

No	Pengguna	Keluhan Pengguna
1	Andawara	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px; background-color: #f9f9f9;"> <p><b>Gaada akses mudah buat complaint</b> <span style="float: right;">30 Oct</span></p> <p>☆☆☆☆☆ <span style="float: right;">Andarwa</span></p> <p>gagal top up ke emoney, tp dihitung berhasil. saldo ngurang tp emoney ga masuk. mau complaint ribet nyari aksesny ke cs. ga lagi topup dari sini</p> </div>

No	Pengguna	Keluhan Pengguna
2	Kyel29	<p><b>Tidak ada opsi menggunakan...</b> 26 Oct  ★★★★★  kyel29</p> <p>Tidak ada opsi menggunakan Gopay Coin di Metode Pembayaran, Aplikasi Tidak Jelas bikin rugi aja</p>
3	Samuellebannnon	<p><b>Ovo payah</b> 21 Nov  ★★★★★  samuellebannnon</p> <p>Udah deh gausah pake ovo, sangat mengecewakan, uang sering hilang dalam pembayaran yg gagal, serta sering general error kalo buat transfer ke bank</p>
4	Fikaraaa	<p><b>Buruk</b> 20 Nov  ★★★★★  Fikaraaa</p> <p>Kecewa udah coba beberapa kali untuk transfer ke bank selalu eror. Gak mau lagi pake ovo kalo transaksi</p>
5	Bigbisss0910	<p><b>Useless</b> Sat  ★★★★★  Bigbosss0910</p> <p>Selalu bermasalah utk pembayaran paket Vidio, sudah berhasil terdebet tapi status di Vidio belum ada pembayaran, berulang terus seperti ini, online CS robot tdk berguna, saran saya stop pake DANA, tidak berguna dan tidal bisa diandalkan</p>
6	Jenni blekping	<p><b>Aplikasi gak amanah</b> 29 Oct  ★★★★★  jenni blekping</p> <p>mulai sekarang saya uninstal aja aplikasinya masa beli paket data gak masuk masuk padahal nomernya udah bener, kalo kaya gini udah males ah gak lagi lagi pake aplikasi ini</p>
7	Cloduse	<p><b>kecewa</b> Wed  ★★★★★  cloduse</p> <p>Kecewa smaa dana respon untuk mengatasi msalah lambat bgt capek nunggu</p>

No	Pengguna	Keluhan Pengguna
8	Arief Irfan	<p><b>Gangguan berhari hari</b> Thu  ★★★★★  Arief irfan</p> <p>Sangat kecewa ada saldo tapi sering gangguan tidak bisa kirim ke sesama pengguna link aja atau pun ke rekening bank</p>
9	Uple	<p><b>tolong diperbaiki lagi yaaa aplik...</b> Mon  ★★★★★  uple</p> <p>aplikasinya nggak bisa buat bayar apapun ga bisa buat bayar grab, KAI padahal baru aja top up, jadi sia2 gini uang ku di aplikasi link aja ga bisa di gunain apa2 🤔🤔🤔🤔🤔🤔</p>
10	Heidar Prabu	<p><b>Ketidaknyamanan</b> 17 Nov  ★★★★★  Heidar prabu</p> <p>Aplikasi DANA tidak aman. Bahkan mau melakukan refund saja tidak ada respon dari admin DANA. Padahal saya tidak pernah melakukan transaksi tapi saldo berkurang.</p>

Sumber: App Store (2023)

Merujuk pada Tabel 1.1 di atas, menunjukkan bahwa terdapat pengguna yang memberikan rating 1 terhadap aplikasi *e-wallet* seperti Gopay, Shopee Pay, OVO, Dana, dan LinkAja. Pemberian rating 1 pada *e-wallet* tersebut menandakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan masih belum efektif dan efisien sehingga pengguna enggan menggunakan *e-wallet* dalam jangka panjang. Penelitian sebelumnya mengenai *e-wallet* menyelidiki adopsi dan perilaku penggunaan awal, namun tidak menganalisis penggunaan *e-wallet* dalam jangka panjang (Chawla & Joshi, 2019; Shaw & Kesharwani, 2019). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cao dan Niu (2019), meskipun *e-wallet* memiliki manfaat yang sangat besar misalnya pembayaran yang cepat, aman, dan nyaman, masih banyak pengguna *e-wallet* yang berhenti menggunakan layanan ini setelah jangka waktu tertentu. Xie et al. (2021) mengemukakan bahwa transaksi keuangan melalui *platform* internet dapat menimbulkan kekhawatiran yang besar sehingga pengguna enggan menggunakan layanan tersebut secara berulang. Penelitian sebelumnya telah memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang paling

mempengaruhi penerapan sistem pembayaran non-tunai, penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan, efisiensi, manfaat, kepuasan, keamanan, dan risiko sangat berpengaruh dalam adopsi sistem pembayaran (Johan et al., 2022; Namahoot & Jantasri, 2022).

Beberapa pengguna merasa skeptis untuk terus menggunakan *e-wallet* karena memiliki *perceived risk* yang cukup besar. *Perceived risk* dinilai sebagai penghambat utama dalam adopsi sebuah teknologi (Namahoot & Jantasri, 2022). Xie et al. (2021) mendefinisikan *perceived risk* sebagai potensi kerugian dalam mengejar hasil yang diinginkan dari penggunaan layanan elektronik. Berbagai macam risiko menjadi hambatan dalam transaksi *online* akan berdampak pada perilaku pelanggan (Ha et al., 2023). Pelanggan yang merasakan kemungkinan risiko tertentu akan menghambat mereka untuk pengadopsian *fintech* (Marafon et al., 2018). Zhu et al. (2021) menggabungkan ketidakpastian dengan potensi kerugian dan menggambarkan *perceived risk* sebagai keyakinan akan kemungkinan konsekuensi negatif atas sebuah layanan elektronik. Transaksi pembayaran menggunakan *e-wallet* memiliki risiko dan kemungkinan yang tidak pasti karena terkait dengan aktivitas kriminal tertentu termasuk pencurian, pengambilalihan akun, transaksi penipuan, dan pelanggaran data (Leong et al., 2020).

Selain faktor di atas, pelanggan akan menggunakan *e-wallet* sebagai media transaksi keuangan dengan mempertimbangkan manfaat dan risikonya (Abdul-Rahim et al., 2022). Pelanggan akan menggunakan produk atau jasa jika manfaatnya lebih besar dibandingkan dengan risikonya. Selain risiko yang mungkin dialami, *e-wallet* juga mempunyai banyak manfaat. *Perceived benefit* adalah sejauh mana seseorang yakin bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Park et al., 2019). Pada dasarnya, *perceived benefit* menggambarkan harapan kognitif pengguna terhadap kinerja sistem teknologi informasi dalam pembayaran *online*, oleh karena itu pengguna percaya bahwa dengan menggunakan *e-wallet* dapat meningkatkan efisiensi dalam melakukan berbagai transaksi (Yang et al., 2021). Singh & Sinha (2020) menegaskan bahwa *perceived benefit* akan mempengaruhi niat menggunakan *e-*

*wallet*. Semakin tinggi tingkat kegunaan suatu teknologi akan menimbulkan minat yang semakin besar untuk menggunakannya. *Perceived benefit* dari penggunaan *e-wallet* akan meningkat seiring dengan perbaikan atau inovasi yang dilakukan (Daragmeh, Lentner, et al., 2021).

Selain kedua faktor di atas, penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi pendorong utama yang mempengaruhi penggunaan berkelanjutan adalah kepuasan atau *satisfaction* (Abdul-Halim et al., 2022). Untuk menguji niat penggunaan berkelanjutan penggunaan *internet banking*, penulis seperti Ofori et al. (2017) telah mengkonfirmasi pengaruh signifikan *user satisfaction* terhadap *continuance to use internet banking*. Sebuah studi terbaru yang dilakukan oleh Humbani dan Wiese (2018) juga mendefinisikan bahwa kepuasan merupakan respon efektif dan sadar yang diperoleh dari pengalaman menggunakan sebuah teknologi dan merupakan salah satu prediktor utama *continuance to use*. Ketika pengguna puas dengan pengalaman pengguna, pengguna akan tetap tertarik dan terus menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran (Y. Y. Lee et al., 2023).

Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *gender* sebagai moderasi terhadap faktor-faktor yang memprediksi penggunaan *e-wallet* secara berkelanjutan. Proses pengambilan keputusan berbeda antara laki-laki dan perempuan, karena laki-laki lebih berorientasi pada hasil dan fokus pada kegunaan sedangkan perempuan lebih berorientasi pada proses dan fokus pada keamanan dan privasi (Shao et al., 2019). *Gender* merupakan variabel segmentasi yang cukup signifikan dan mudah diidentifikasi di banyak pasar dan industri, termasuk *mobile payment* (Kalinić et al., 2019). Oleh karena itu, pengaruh *gender* dalam konteks pengadopsian *e-wallet* harus dianalisis secara rinci.

Pendidikan telah lama dianggap sebagai faktor yang memainkan peran penting dalam adopsi teknologi baru. Asumsi ini didasarkan pada anggapan bahwa diperlukan tingkat pendidikan tertentu untuk memahami mekanisme suatu teknologi baru (Park et al., 2019). Selain itu, berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kalinić et al. (2019) mengatakan bahwa sebaiknya selain menguji *gender* sebagai variabel moderator, dalam penelitian selanjutnya mencakup tingkat pendidikan responden. Mempercayai layanan *mobile payment*



tidak hanya membutuhkan pemahaman tentang mekanismenya tetapi juga pengetahuan tertentu untuk mengantisipasi risiko dan menilai manfaat penuh dari penggunaannya (Park et al., 2019)

Guna mendukung penggunaan berkelanjutan pada *e-wallet*, penelitian ini juga menggunakan *Technology Continuance Theory* (TCT). TCT merupakan sebuah teori untuk memprediksi dan menjelaskan penerimaan teknologi dan penggunaan berkelanjutan pengguna (Daragmeh, Sági, et al., 2021). Beberapa peneliti telah menggunakan TCT untuk menentukan penggunaan berkelanjutan dalam adopsi perbankan dan sistem pembayaran (Foroughi et al., 2019; Khayer & Bao, 2019). Menurut Rahi et al. (2020) pengambilan keputusan di sektor keuangan harus fokus pada manfaat yang dirasakan dan kepuasan untuk memastikan penggunaan berkelanjutan untuk menggunakan layanan *e-banking*.

Untuk mengatasi kesenjangan penelitian teoritis ini, penelitian ini bertujuan untuk memperkenalkan model kerangka kerja terintegrasi berdasarkan teori yang sudah ada seperti *Technology Continuous Theory* dengan menggabungkan variabel *Perceived Benefit* dan *Perceived Risk* dan dimoderasi oleh *Gender* dan *Level of Education* untuk menyelidiki *Continue to Use e-wallet*. TCT dipilih karena memiliki kekuatan penjelas yang tinggi dalam menafsirkan perilaku pasca adopsi (Liao et al., 2009). Selain itu, karena landasannya yang kuat, TCT lebih unggul dibandingkan model teknologi penerimaan lainnya dalam memahami perilaku pengguna pada titik waktu yang berbeda (Foroughi et al., 2019). Oleh karena itu, dengan menggunakan model terintegrasi ini, penelitian ini dapat berkontribusi untuk memahami faktor motivasi dan perilaku pengguna terkait penggunaan layanan *e-wallet* secara berkelanjutan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui peran *gender* dan *level of education* dalam hubungan antara *perceived benefit*, *perceived risk*, terhadap *continue to use e-wallet* melalui *user satisfaction* di Indonesia. Sehingga judul dari penelitian ini adalah **peran gender dan level of education pada perceived benefit, perceived risk, terhadap continue to use e-wallet melalui user satisfaction.**

### 1.3 Perumusan Masalah

Melalui penjelasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka perumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah terdapat pengaruh dari *perceived benefit* terhadap *user satisfaction* pada pengguna *e-wallet*?
- b. Apakah terdapat pengaruh dari *perceived risk* terhadap *user satisfaction* pada pengguna *e-wallet*?
- c. Apakah terdapat pengaruh dari *user satisfaction* terhadap *continue to use* pada pengguna *e-wallet*?
- d. Apakah terdapat pengaruh *gender* sebagai moderator dari *perceived benefit* terhadap *user satisfaction* pada pengguna *e-wallet*?
- e. Apakah terdapat pengaruh *gender* sebagai moderator dari *perceived risk* terhadap *user satisfaction* pada pengguna *e-wallet*?
- f. Apakah terdapat pengaruh *level of education* sebagai moderator dari *perceived benefit* terhadap *user satisfaction* pada pengguna *e-wallet*?
- g. Apakah terdapat pengaruh *level of education* sebagai moderator dari *perceived risk* terhadap *user satisfaction* pada pengguna *e-wallet*?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Dengan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan berupa:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *perceived benefit* terhadap *user satisfaction* pada pengguna *e-wallet*.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *perceived risk* terhadap *user satisfaction* pada pengguna *e-wallet*.
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *user satisfaction* terhadap *continue to use* pada pengguna *e-wallet*.
- d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *gender* sebagai moderator dari *perceived benefit* terhadap *user satisfaction* pada pengguna *e-wallet*.
- e. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *gender* sebagai moderator dari *perceived risk* terhadap *user satisfaction* pada pengguna *e-wallet*.

- f. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *level of education* sebagai moderator dari *perceived benefit* terhadap *user satisfaction* pada pengguna *e-wallet*.
- g. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *level of education* sebagai moderator dari *perceived risk* terhadap *user satisfaction* pada pengguna *e-wallet*.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Melalui hasil penulisan yang didapatkan oleh penulis diharapkan kedepannya dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang menggunakan penelitian ini dan memiliki ketertarikan dengan objek yang dilakukan pada penelitian ini, dengan aspek-aspek antara lain:

### **1.5.1 Aspek Akademis**

Dengan hasil yang dihasilkan pada penelitian ini, penulis berharap dapat dipergunakan oleh pembaca sebagai bahan acuan penelitian terkait yang akan diteliti dan dapat menjadi wawasan serta ilmu yang bisa diaplikasikan dalam menganalisis masalah secara sistematis dan konseptual juga sebagai bahan perbandingan dengan penelitian terkait lainnya yang memiliki topik serta kajian yang serupa.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Melalui penelitian ini penulis mengharapkan hasil dari penulisan ini dapat menjadi pertimbangan, masukan, dan informasi bagi perusahaan *fintech* seperti GoPay, ShopeePay, OVO, Dana, dan LinkAja dalam melakukan identifikasi apa keinginan dan yang dibutuhkan bagi pelanggan atas harapan kualitas layanan yang diharapkan oleh pengguna agar mengetahui apa saja yang dapat ditingkatkan oleh Perusahaan *fintech*.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah memahami isi dari penelitian ini, maka penulisan dalam penelitian ini dibuat dalam beberapa bab dengan sistematika pada penelitian sebagai berikut:

## **A. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

## **B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

## **C. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

## **D. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

## **E. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.