

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan



**Gambar 1. 1 Logo DANA**

*Sumber: Website DANA (2023)*

DANA (PT Espay Debit Indonesia Koe) adalah *platform* dompet digital yang diluncurkan pada tahun 2018 di Indonesia, hasil kolaborasi antara media dan teknologi yang didirikan oleh Vincent Henry Iswaratioso. Perusahaan ini berkantor pusat di Jakarta dan telah memperoleh lisensi dari Bank Indonesia sebagai penyelenggara uang elektronik. DANA menyediakan berbagai layanan finansial digital, termasuk pembayaran tagihan, *top-up* pulsa, transfer uang, dan pembayaran *merchant*, yang menjadikannya salah satu solusi pembayaran yang komprehensif di Indonesia.

#### 1.1.2 Visi dan Misi

Visi DANA adalah mentransformasi masyarakat untuk memiliki gaya hidup finansial yang sehat dan menjadi jembatan menuju inklusi keuangan untuk mewujudkan Indonesia Cashless Society. Visi tersebut diwujudkan dengan meningkatkan kesejahteraan finansial masyarakat Indonesia melalui inovasi teknologi keuangan (DANA, 2023).

### 1.1.3 Produk dan Layanan Perusahaan

Aplikasi Dana memiliki beberapa fitur menarik diantaranya sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Tabel Layanan Aplikasi DANA**

No	Layanan	Deskripsi
1	DANA Wallet	Layanan utama dompet digital untuk menyimpan dan menggunakan saldo. Mendukung <i>top up</i> , tarik saldo, simpan kartu debit/kredit, dan transaksi pembayaran.
2	DANA Cicil	Fasilitas cicilan untuk pembelian barang dengan sistem pembayaran berkala, biasanya dua mingguan.
3	Kirim & Minta Uang	Pengguna dapat mentransfer dana antar pengguna DANA atau ke rekening bank, serta meminta uang melalui QR code atau tautan.
4	Scan QR Code	Pembayaran cepat di merchant <i>online</i> dan <i>offline</i> menggunakan QRIS, mendukung transaksi tanpa kontak fisik.
5	DANA Goals	Tabungan digital yang membantu pengguna menyetor dana untuk tujuan keuangan tertentu.
6	eMAS	Fitur investasi emas digital, memungkinkan pengguna membeli dan menjual emas mulai dari 0,01 gram.

*Sumber: Website DANA (2023)*

Keamanan transaksi menjadi layanan prioritas utama bagi DANA, yang menerapkan teknologi enkripsi tingkat tinggi dan sistem verifikasi *multi-layer* untuk melindungi transaksi penggunanya. DANA juga telah mendapatkan sertifikasi PCI DSS dan ISO 27001, yang menunjukkan komitmennya terhadap keamanan data dan transaksi pengguna (Rabbani, 2023). DANA telah menjalin kemitraan dengan berbagai perusahaan besar, seperti Bukalapak, Lazada, dan

HaloDoc untuk memperluas ekosistem layanannya dan meningkatkan aksesibilitas bagi pengguna (Arifianto & Veritia, 2022). Kemitraan ini tidak hanya memperkuat posisi DANA di pasar, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi pengguna melalui berbagai promosi dan kemudahan dalam bertransaksi.

## 1.2 Latar Belakang

Penggunaan dompet digital (*e-wallet*) di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat, terutama dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini didorong oleh transformasi digital yang semakin meluas, seiring dengan meningkatnya penggunaan *smartphone* dan akses internet yang lebih mudah. Berdasarkan laporan Bank Indonesia, nilai transaksi uang elektronik mengalami peningkatan signifikan sebesar 39,3% secara tahunan (*year-on-year*) pada Januari 2024, sedangkan transaksi QRIS tumbuh sebesar 149,5% (Bank Indonesia, 2024). Hal ini mencerminkan meningkatnya kepercayaan dan ketergantungan masyarakat terhadap layanan keuangan digital. Peningkatan ini tidak hanya menunjukkan ketergantungan masyarakat terhadap teknologi digital, tetapi juga semakin kuatnya adopsi metode pembayaran nontunai sebagai alternatif pembayaran konvensional.

Namun, meskipun ada peningkatan yang signifikan dalam jumlah pengguna *e-wallet*, adopsi teknologi ini tidak sepenuhnya berjalan mulus. Salah satu faktor yang sering menjadi hambatan adalah persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Penelitian oleh Prasasti et al. menunjukkan bahwa kedua faktor ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan, namun masih banyak konsumen yang merasa teknologi ini terlalu kompleks atau sulit dipahami pada awalnya (Prasasti et al., 2021). Hal ini juga terlihat dari berbagai keluhan pengguna di media, seperti kasus pada OVO yang dilaporkan di Media Konsumen (2025), di mana transaksi QRIS gagal namun dana tidak kembali, serta pada DANA Bisnis, di mana saldo ditahan lebih dari tiga minggu tanpa kejelasan (Media Konsumen, 2025). Kendala-kendala tersebut berkontribusi pada rendahnya persepsi kenyamanan dan efisiensi, serta dapat menghambat niat pengguna untuk melanjutkan penggunaan

Persepsi keamanan (*perceived security*) dan kepercayaan (*trust*) juga menjadi dua faktor penting yang memengaruhi niat konsumen dalam menggunakan aplikasi *e-wallet*. Menurut Harfian, banyak pengguna yang khawatir tentang potensi kebocoran data pribadi dan risiko penipuan digital yang dapat terjadi dalam transaksi menggunakan *e-wallet* (Harfian, 2024). Hal ini didukung oleh temuan dari Indonesia Cyber Security Forum, yang mencatat lebih dari 11 juta kasus kebocoran data di sektor digital selama lima tahun terakhir, yang menunjukkan bahwa masalah keamanan menjadi perhatian utama bagi konsumen. Fenomena kekhawatiran terhadap keamanan ini semakin relevan dengan semakin berkembangnya serangan siber dan pelanggaran data yang terjadi di industri keuangan digital. Penelitian oleh Shantika menunjukkan bahwa meskipun teknologi enkripsi dan autentikasi telah diterapkan oleh banyak platform *e-wallet*, konsumen tetap merasa tidak aman dalam menggunakan layanan pembayaran digital karena kekhawatiran terhadap kebocoran data pribadi (Shantika, 2022). Hasil penelitian Halim & Santoso (2024) menunjukkan bahwa baik *trust* maupun *perceived security* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *intention to use* *e-wallet*, khususnya di kalangan Generasi Z dengan cakupan penelitian di kota Bandung. Semakin tinggi tingkat kepercayaan dan persepsi keamanan, maka semakin tinggi pula niat pengguna untuk menggunakan dompet digital secara berkelanjutan.

Dari sekian banyak aplikasi dompet digital yang bermunculan di Indonesia, hanya sekitar 10 aplikasi *e-wallet* yang mampu bersaing secara signifikan di pasar. Sepuluh aplikasi teratas ini ditentukan berdasarkan hasil survei Populix terhadap 1.000 responden yang tersebar di lima kota besar di Indonesia.

**Tabel 1. 2 Tabel Hasil Survey Aplikasi *E-wallet* Terbesar di Indonesia**

Peringkat	Nama Aplikasi E-wallet	Presentase
1	GoPay	88%
2	DANA	83%
3	OVO	79%
4	ShopeePay	76%
5	LinkAja	30%

Peringkat	Nama Aplikasi E-wallet	Presentase
6	I.Saku	7%
7	OCTO Mobile	5%
8	DOKU	4%
9	Sakuku	3%
10	JakOneMobile	2%

Sumber: Populix (2024)

Berdasarkan hasil survei Populix (2024), lebih dari 70% pangsa pasar *e-wallet* di Indonesia dikuasai oleh empat aplikasi utama, yaitu GoPay (88%), DANA (83%), OVO (79%), dan ShopeePay (76%). Survei yang melibatkan 1.000 responden ini juga mengungkap alasan utama penggunaan *e-wallet*, di antaranya karena lebih praktis (81%), telah terintegrasi dengan situs *e-commerce* (80%), serta memiliki kemudahan dalam penggunaannya (79%). Temuan ini menunjukkan bahwa aspek kenyamanan dan integrasi teknologi menjadi faktor dominan dalam keputusan konsumen menggunakan layanan dompet digital.

Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, beberapa *e-wallet* utama di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang mencolok. GoPay, sebagai bagian dari ekosistem Gojek, mencatatkan 20,2 juta pengguna aktif bulanan (*Monthly Transacting Users/MTU*) pada akhir 2024 dengan pertumbuhan sebesar 35% dibanding tahun sebelumnya (GoTo Financial, 2024). OVO mempertahankan posisinya sebagai salah satu *e-wallet* dengan tingkat adopsi tinggi, di mana 70% responden menyatakan pernah menggunakan OVO dan 53% masih aktif menggunakannya secara rutin (InsightAsia., 2023). Sementara itu, ShopeePay berhasil menjaring 24 juta pengguna baru di Asia Tenggara sepanjang tahun 2022 dan tetap menjadi pilihan utama dalam transaksi di platform *e-commerce* Shopee (Shopee, 2023). Di antara kompetitor tersebut, DANA mencatatkan pertumbuhan pengguna yang sangat signifikan. Dari 170 juta pengguna pada akhir 2023, jumlah tersebut meningkat menjadi 200 juta pengguna pada pertengahan 2024 (DANA Indonesia, 2024). Selain itu, survei oleh Rankia (2024) menunjukkan bahwa DANA memiliki tingkat penetrasi sebesar 83%, menjadikannya *e-wallet* dengan tingkat

adopsi tertinggi dibandingkan GoPay (58%), OVO (79%), dan ShopeePay (76%) di kalangan responden kota besar di Indonesia.

Model untuk penelitian ini menggunakan teori Technology Acceptance Model (TAM), yang dirancang untuk menjelaskan hubungan antara persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) dan manfaat teknologi (*Perceived Usefulness*) dengan niat mereka untuk mengadopsi teknologi baru (*Behavioral Intention*). Model ini relevan digunakan dalam konteks *e-wallet*, seperti DANA, karena menyediakan pendekatan yang sederhana namun kuat untuk memahami bagaimana konsumen memutuskan untuk menggunakan teknologi finansial yang inovatif (Pramita, 2023). Metode TAM fleksibel untuk memasukkan variabel eksternal seperti *Perceived Security* dan *Trust*, yang sangat penting dalam sektor keuangan digital. Dalam konteks penelitian ini, keamanan (*security*) dan kepercayaan (*trust*) memainkan peran penting, mengingat kekhawatiran masyarakat terhadap kebocoran data pribadi dan risiko penipuan yang sering terjadi dalam transaksi digital (Harfian, 2024).

Selain itu, penggunaan metode TAM untuk penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh Widyastuti N. & Said N. M., (2020), yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (*ease of use*) dan kegunaan (*usefulness*) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan teknologi finansial (“Factors Influencing the Use of E-Wallet as a Payment Method Among Malaysian Young Adults,” 2020), dan perlu dikaji bersama faktor kepercayaan dan keamanan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif. Pada penelitian kali ini, peneliti ingin mengeksplorasi bagaimana kepercayaan (*trust*) dan persepsi keamanan (*security*) juga memengaruhi niat pengguna DANA, khususnya di pasar Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *e-wallet* di Indonesia.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, penulis tertarik untuk meneliti niat penggunaan dari pengguna aplikasi *e-wallet* DANA berdasarkan model Technology Acceptance Model (TAM) dengan judul **“Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Security*, dan *Trust* terhadap Niat**

## Penggunaan *E-wallet* DANA: Studi Berbasis *Technology Acceptance Model (TAM)*”.

### 1.3 Perumusan Masalah

DANA merupakan salah satu *e-wallet* terpopuler di Indonesia dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, dari 170 juta pengguna pada akhir 2023 menjadi 200 juta pengguna di pertengahan 2024 (DANA Indonesia, 2024). Tingkat penetrasinya juga sangat tinggi, yaitu mencapai 83% menurut survei Populix (2024), menjadikannya salah satu dari empat besar *e-wallet* yang menguasai lebih dari 70% pangsa pasar digital di Indonesia bersama GoPay, OVO, dan ShopeePay. Meskipun demikian, adopsi *e-wallet* secara luas belum sepenuhnya bebas dari hambatan. Berbagai permasalahan yang sering dihadapi oleh pengguna mencakup antarmuka aplikasi yang dinilai kurang intuitif, proses transaksi yang tidak selalu lancar, kekhawatiran terhadap kebocoran data pribadi, serta kurangnya kepercayaan terhadap layanan pelanggan, seperti yang tercermin dalam sejumlah pengaduan publik di platform media konsumen (Media Konsumen, 2025)

Dari sisi *perceived ease of use*, penelitian Prasasti et al. (2021) menekankan bahwa kemudahan dalam memahami dan mengoperasikan fitur menjadi faktor krusial dalam membentuk niat penggunaan, namun keluhan terkait antarmuka yang membingungkan menunjukkan bahwa aspek ini belum sepenuhnya terpenuhi. Sementara itu, dari aspek *perceived usefulness*, terdapat pengguna mengalami kendala seperti keterlambatan refund dan transaksi gagal yang mengurangi persepsi terhadap manfaat aplikasi secara fungsional (Media Konsumen, 2025).

Permasalahan juga muncul dari sisi *perceived security* dan *trust*, di mana kekhawatiran terhadap kebocoran data pribadi dan potensi penipuan masih tinggi. Indonesia Cyber Security Forum melaporkan lebih dari 11 juta kasus kebocoran data dalam lima tahun terakhir, yang menunjukkan bahwa isu keamanan digital belum sepenuhnya teratasi (Harfian, 2024). Meskipun sistem enkripsi dan autentikasi telah diterapkan, penelitian Shantika (2022) menunjukkan bahwa rasa aman pengguna masih rendah karena keterbatasan pemahaman terhadap perlindungan data. Selain itu terdapat keluhan pengguna yang menyatakan kurangnya kejelasan dalam penanganan saldo tertahan dan akun bermasalah, seperti

yang dilaporkan pada kasus DANA Bisnis (Media Konsumen, 2025). Kurangnya transparansi dan respons yang lambat dari layanan pelanggan berpotensi mengikis kepercayaan pengguna terhadap platform.

Urgensi dari penelitian ini terletak pada pentingnya memahami secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan *e-wallet*, khususnya DANA, dengan pendekatan yang komprehensif. Penelitian terdahulu hanya menyoroti dua variabel utama dalam TAM, yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* namun belum mengeksplorasi secara integratif pengaruh keamanan (*security*) dan kepercayaan (*trust*) dalam konteks *e-wallet* di Indonesia (Widyastuti N. & Said N. M., 2020). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap tersebut dengan memperluas kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), sehingga mampu memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai perilaku pengguna dalam mengadopsi layanan keuangan digital.

Berdasarkan fenomena di atas dan jurnal acuan yang berjudul “*The effect of perceived security, perceived ease of use, and perceived usefulness on consumer behavioral intention through trust in digital payment platform*”, maka penulis merancang pertanyaan yang mendasari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *perceived security* terhadap *trust* dalam penggunaan *e-wallet* DANA?
2. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* dalam penggunaan *e-wallet* DANA?
3. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap *trust* dalam penggunaan *e-wallet* DANA?
4. Bagaimana pengaruh *trust* terhadap niat perilaku konsumen (*behavioral intention*) dalam penggunaan *e-wallet* DANA?
5. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap niat perilaku konsumen (*behavioral intention*) dalam penggunaan *e-wallet* DANA?
6. Bagaimana pengaruh *perceived security* terhadap niat perilaku konsumen (*behavioral intention*) dalam penggunaan *e-wallet* DANA?
7. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap niat perilaku konsumen (*behavioral intention*) dalam penggunaan *e-wallet* DANA?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah memperoleh hasil kajian mengenai:

1. Untuk mengetahui apakah *perceived security* berpengaruh signifikan terhadap *trust* dalam penggunaan *e-wallet* DANA.
2. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* dalam penggunaan *e-wallet* DANA.
3. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *trust* dalam penggunaan *e-wallet* DANA.
4. Untuk mengetahui apakah *trust* berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku konsumen (*behavioral intention*) dalam penggunaan *e-wallet* DANA.
5. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku konsumen (*behavioral intention*) dalam penggunaan *e-wallet* DANA.
6. Untuk mengetahui apakah *perceived security* berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku konsumen (*behavioral intention*) dalam penggunaan *e-wallet* DANA.
7. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku konsumen (*behavioral intention*) dalam penggunaan *e-wallet* DANA.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1.5.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan model *Technology Acceptance Model* (TAM), khususnya dalam memahami pengaruh *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived security*, dan *trust* terhadap niat penggunaan layanan *e-wallet* seperti DANA.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan penyedia layanan *e-wallet*, khususnya DANA, untuk mengevaluasi dan mengoptimalkan strategi mereka dalam meningkatkan adopsi dan kepuasan pengguna dengan memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi niat konsumen secara signifikan.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis menjelaskan gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menyajikan landasan teori dan penelitian terdahulu yang relevan dengan memberikan dasar teoritis bagi penelitian dan menunjukkan pemahaman mendalam tentang topik berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis

### **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Bab 3 merupakan bagian yang menjelaskan secara rinci bagaimana penelitian akan dilakukan berdasarkan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis hasil temuan untuk menjawab masalah penelitian. Bab ini terdiri dari, Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

### **BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab 4 merupakan bagian inti dari sebuah penelitian yang menyajikan hasil analisis data secara objektif dan interpretasinya yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bagian ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama membahas atau menganalisis hasil penelitian, dan bagian kedua berupa pembahasan atau interpretasi hasil penelitian. Setiap bagian diskusi harus dimulai dengan analisis data, interpretasi, dan penarikan kesimpulan.

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini penulis menarik kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian yang telah dilakukan serta memberikan saran yang berkaitan dengan objek penelitian atau hal terkait lainnya