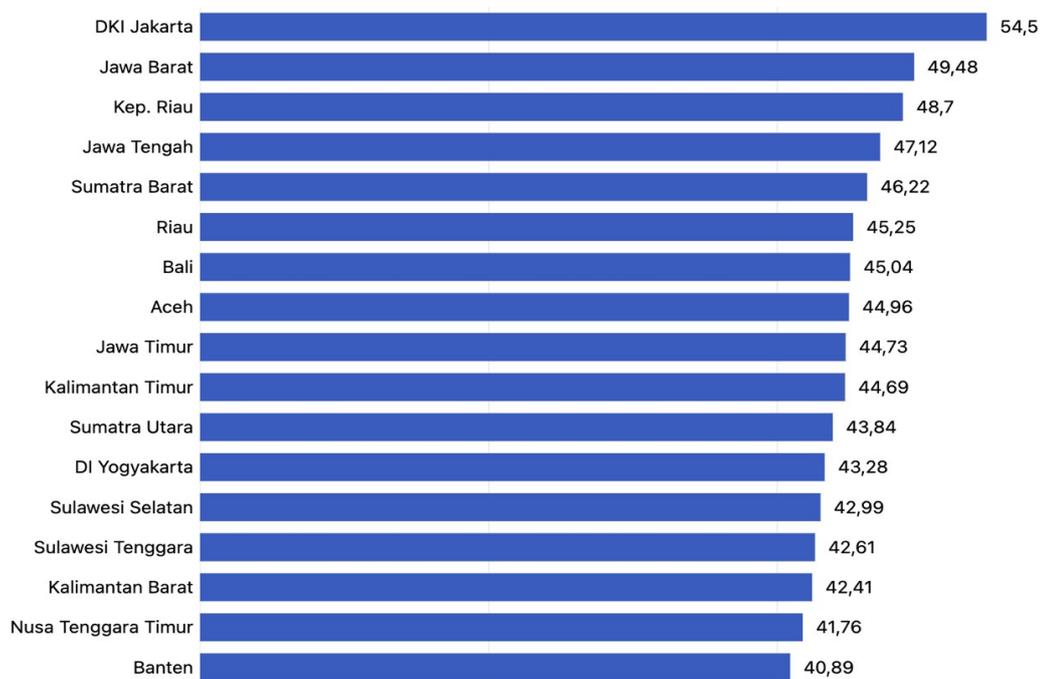


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012), ialah kelompok usia muda yang tumbuh bersama teknologi digital serta menjadi segmen kunci dalam perkembangan layanan keuangan digital di Bandung. Di tengah arus transformasi digital yang masif, Gen Z sebagai *digital native* telah terbiasa dengan *smartphone*, aplikasi digital, dan internet sejak usia muda. Mereka cenderung terbuka terhadap adopsi teknologi baru, termasuk *e-wallet*. Namun demikian, tingginya tingkat eksposur teknologi tidak serta-merta menjamin konsistensi dalam penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi harian. Beberapa pengguna Gen Z masih memperlihatkan preferensi terhadap pembayaran tunai, atau belum memanfaatkan seluruh fitur yang ditawarkan oleh *e-wallet*. Apalagi saat pandemi COVID-19, penerapan alat digital seperti internet, pembayaran elektronik (*e-payment*), dan *e-commerce* mengaami peningkatan di beberapa sktor industri seperti yang ada di negara tetangga (Malaysia), terutama dalam fungsi keuangan dan pemasaran (Muhamad et al., 2021).



## Gambar 1.1 Provinsi dengan Infrastruktur dan Ekosistem Digital Terbaik (2025)

Sumber: Databoks Indonesia

Dijelaskan oleh data Databoks Indonesia (2025), Jawa Barat memiliki infrastruktur dan ekosistem digital terbaik setelah DKI Jakarta. Provinsi ini juga memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, yang memungkinkan masyarakat lebih cepat beradaptasi dengan inovasi layanan keuangan berbasis teknologi. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan sektor swasta dalam mendorong digitalisasi transaksi turut berperan dalam meningkatkan adopsi *e-wallet*. Program Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) serta kebijakan Bank Indonesia terkait sistem pembayaran digital semakin mempercepat peralihan masyarakat ke metode transaksi non-tunai.

**Tabel 1.1 Jumlah Provinsi dengan Uang Elektronik Terdaftar Terbanyak di Tahun 2024**

Nama Data	Nilai
DKI Jakarta	39,7
Jawa Barat	11,98
Jawa Timur	11,66
Jawa Tengah	11,22
D.I. Yogyakarta	6,19
Kalimantan Selatan	4,17
Kalimantan Timur	2,86
Nusa Tenggara Barat	2,78
Sumatera Utara	2,39

Sumber: Katadata Media Network

Pembayaran elektronik sudah menjadi bagian integral dari transaksi *online* di seluruh dunia. Di Jawa Barat, adopsi *e-wallet* meningkat pesat seiring dengan penetrasi *smartphone* yang tinggi dan infrastruktur teknologi yang mendukung. Dari total tersebut, sebanyak 11,98 juta (22,5%) bentuk uang elektronik tercatat di Jawa Barat. Sehingga memperlihatkan bahwa Jawa Barat menempati posisi kedua sesudah DKI Jakarta yang memakai uang elektronik terbanyak di Indonesia.

Bandung adalah kota terbesar di Jawa Barat, dengan populasi sekitar 2,5–3 juta jiwa (BPS 2024). Berlandaskan proporsi urbanisasi dan penetrasi digital (sekitar 15–20% dari total provinsi), jumlah pengguna uang elektronik di Bandung diperkirakan sekitar 2–3 juta akun.

Walaupun perkembangan *e-wallet* sangat cepat, masih ada hambatan dalam pelaksanaannya. Berbagai tantangan yang umumnya dialami pengguna mencakup perlindungan data, kepercayaan kepada penyedia layanan, serta akses bagi kelompok tertentu seperti individu dengan keterbatasan teknologi atau finansial. Dengan demikian, studi ini menyoroti penyebab utama yang memengaruhi keputusan agar menerapkan layanan *e-wallet* di Bandung, seperti aspek kepercayaan, persepsi manfaat, keamanan data, dan kemudahan penggunaan. Keyakinan merupakan elemen krusial dalam penerapan teknologi, di mana citra penyedia jasa, pengalaman pengguna sebelumnya, serta saran dari orang lain juga berkontribusi dalam membentuk pandangan masyarakat tentang layanan *e-wallet*. Di samping itu, pandangan tentang kegunaan berhubungan dengan sejauh mana pengguna percaya bahwasanya *e-wallet* bisa menumbuhkan efisiensi transaksi mereka, sedangkan keamanan informasi menjadi fokus utama yang mencakup perlindungan terhadap ancaman penipuan, kemungkinan kebocoran data, serta kebijakan privasi yang diterapkan oleh penyedia layanan. Kemudahan pemakaian yang mencakup antarmuka aplikasi yang bersahabat dan aksesibilitas layanan bagi beragam kelompok masyarakat juga merupakan faktor penting dalam menentukan seberapa luas teknologi ini diterima.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

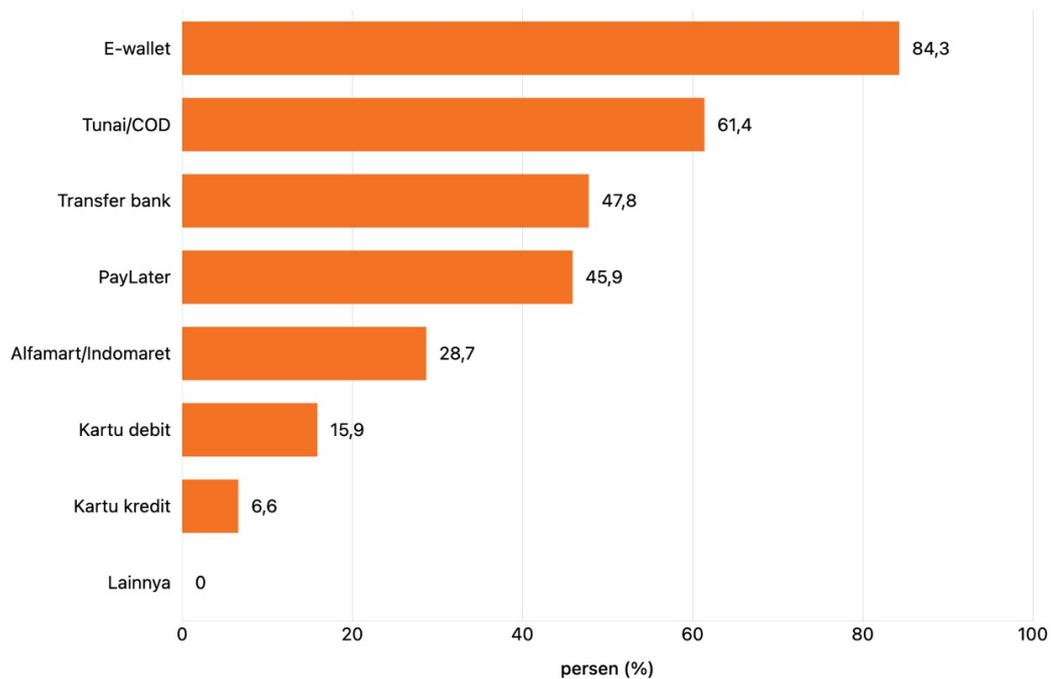
Persepsi penggunaan *E-wallet* merupakan pandangan atau penilaian individu terkait kemudahan, keamanan, serta manfaat yang dirasakan selama berinteraksi dengan layanan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari. Persepsi ini dapat dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, opini lingkungan sekitar, serta eksposur terhadap informasi teknologi finansial yang makin berkembang di zaman digital masa kini. Hanifah dan Mukhlis (2022) menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan keamanan, yang merupakan dua dimensi utama dalam teknologi keuangan, memiliki peranan penting dalam membentuk minat mahasiswa untuk

memakai layanan *E-wallet*, seperti ShopeePay. Selain itu, faktor efektivitas dan kepercayaan juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam menumbuhkan persepsi positif mengenai manfaat penggunaan *E-wallet* di kalangan pengguna muda. dalam penelitiannya di Kota Depok juga menegaskan bahwa persepsi keamanan *digital payment* sangat memengaruhi minat generasi Z terhadap pemanfaatan layanan *E-wallet*.

Hal ini memperlihatkan bahwa persepsi yang terbentuk dari kemudahan akses dan keamanan layanan dapat menstimulasi intensi atau niat seseorang untuk memakai *E-wallet* dalam kegiatan finansial sehari-hari. Dengan demikian, persepsi penggunaan *E-wallet* menjadi fondasi awal terbentuknya keyakinan generasi Z untuk memanfaatkan teknologi finansial secara lebih aktif dan berkelanjutan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap tingkat penggunaan *E-wallet* yang semakin pesat. Persepsi penggunaan *E-wallet* yang terbentuk atas dasar kemudahan akses dan keamanan layanan telah menjadi objek kajian dari berbagai studi terdahulu, khususnya dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) guna memahami intensi dan perilaku penggunaan teknologi finansial pada generasi muda. Hasil penelusuran literatur memperlihatkan bahwa aspek persepsi, minat, serta kecenderungan penggunaan *E-wallet* yang aktif menjadi tema utama dalam eksplorasi konkret adopsi layanan keuangan berbasis digital.

Dalam era digital, pembayaran elektronik semakin berkembang dalam transaksi *e-commerce* di seluruh dunia. Saat ini pembayaran digital menjadi elemen penting dalam transaksi barang dan jasa secara *online*, karena memberikan kemudahan dan perlindungan bagi pelanggan (Sindermann *et al.*, 2021). Di Indonesia, penggunaan *Ewallet* tumbuh dengan cepat, terutama di Bandung yang merupakan salah pusat ekonomi digital. Tingginya penetrasi internet, bertambahnya pemakaian *smartphone*, dan dukungan peraturan telah mendorong warga Bandung beralih ke metode transaksi non-tunai.

Meskipun penetrasi *smartphone* tinggi telah mendorong adopsi *e-wallet* di Bandung, penerimaan masyarakat tetap menjadi faktor krusial dalam keberhasilannya. Bersama dengan Katadata Insights Center (KIC), melakukan survei yang berjudul Indonesian *e-Commerce* Consumer Behavior Report 2023.



**Gambar 1.2 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia (2016-2023)**

*Sumber: Databoks Indonesia*

Bersama Katadata Insights Center (KIC), kredit melakukan survei yang berjudul *Perilaku Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia 2023*. Laporan ini memperlihatkan tren perilaku pembayaran konsumen dalam perilaku belanja *online*. Hasil laporan mengungkapkan bahwa *e-wallet* menjadi metode pembayaran utama yang dipilih 84,3% responden. Angka ini mengalami lonjakan signifikan pada tahun 2023 dibandingkan capaian di periode sebelumnya. Walaupun angka adopsi *e-wallet* terus berkembang, penerimaan masyarakat tetap menjadi tantangan utama. Berbagai elemen yang memengaruhi adopsi *e-wallet* meliputi kepercayaan pada sistem dan penyedia layanan, pandangan mengenai manfaat dan kegunaan, jaminan keamanan data, serta kemudahan dalam memakai aplikasi.

Berbagai studi memperlihatkan bahwa keyakinan pengguna terhadap keamanan transaksi serta reputasi penyedia jasa sangat mempunyai pengaruh dalam memperkuat loyalitas pelanggan (Pasaribu & Siregar, 2022). Selain itu, pandangan mengenai kegunaan menentukan sejauh mana pengguna merasa bahwa *e-wallet* lebih efektif dibandingkan metode pembayaran konvensional (Jaya & Triono, 2022). Keamanan informasi menjadi aspek yang sangat diperhatikan akibat

kekhawatiran mengenai perlindungan data pribadi serta ancaman penipuan digital (Akbar & Azis, 2019). Kemudahan dalam penggunaan, seperti antarmuka yang intuitif dan transaksi yang efisien, juga merupakan faktor penting dalam mendorong penerimaan layanan ini (Ibrahim, 2024).

Berlandaskan berbagai kajian literatur yang telah peneliti telaah, perhatian utama dalam memahami aspek persepsi penggunaan *e-wallet*, niat penggunaan, serta penggunaan *e-wallet* yang aktif, sangat berkaitan dengan faktor-faktor penerimaan yang telah diidentifikasi sebelumnya, seperti keamanan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap sistem.

Hasil studi terdahulu yang relevan memperlihatkan bahwa persepsi pengguna terhadap keamanan transaksi digital dan kemudahan dalam memakai aplikasi menjadi komponen sentral dalam membentuk keyakinan serta persepsi positif terhadap layanan dompet digital. Lebih lanjut, Pertiwi, Suprpto, dan Pratama (2020) dalam penelitiannya mengenai *perceived usage of e-wallet* pada generasi Y di Surabaya yang didasarkan pada *Technology Acceptance Model*, menemukan bahwasanya persepsi penerapan serta kemudahan penggunaan ("*perceived usefulness dan perceived ease of use*") secara signifikan memengaruhi intensi maupun adopsi teknologi dompet digital. Studi ini didukung oleh temuan-temuan lain yang membuktikan bahwasanya faktor kepercayaan serta keamanan berkontribusi langsung pada meningkatnya niat penggunaan *e-wallet*, khususnya pada kelompok usia muda yang cenderung responsif terhadap inovasi teknologi. Selain itu, beberapa studi juga menekankan pentingnya pengalaman pengguna serta persepsi akan kenyamanan bertransaksi sebagai penentu aktif tidaknya seseorang dalam memanfaatkan fitur yang ditawarkan *e-wallet*.

Selanjutnya, dalam mengkaji perkembangan teknologi digital yang pesat turut mengubah beberapa aspek kehidupan, termasuk transaksi keuangan. Contoh inovasi yang paling terasa yaitu munculnya dompet digital (*e-wallet*) yang kini semakin diminati oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Kota Bandung sebagai salah satu kota besar dengan tingkat penetrasi teknologi tinggi, penggunaan *e-wallet* seperti DANA, GoPay, OVO, serta ShopeePay sudah menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, masih ditemukan

fenomena menarik di lapangan. Misalnya, hasil survei oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung tahun 2023 memperlihatkan bahwa meskipun 85% responden Generasi Z di Bandung telah mengunduh aplikasi *e-wallet*, hanya sekitar 60% yang memakainya secara rutin untuk transaksi sehari-hari. Sebagian dari mereka masih merasa ragu untuk memakai *e-wallet* karena alasan keamanan data, kurangnya pemahaman fitur, atau merasa proses penggunaannya rumit.

Fenomena praktikal ini memperlihatkan adanya gap antara ketersediaan teknologi dan penerimaan pengguna, yang sejalan dengan konsep *Technology Acceptance Model* (TAM). Dalam TAM, dua faktor utama yang memengaruhi adopsi teknologi adalah persepsi terhadap manfaatnya (*perceived usefulness*) dan persepsi terhadap kemudahan penggunaannya (*perceived ease of use*). Banyak Generasi Z di Bandung yang merasa *e-wallet* sangat membantu dalam transaksi, namun sebagian lainnya masih merasa kurang yakin atau belum terbiasa memakainya. Sehingga penting untuk meneliti lebih lanjut bagaimana persepsi Generasi Z di Bandung terhadap penggunaan *e-wallet*, serta beberapa faktor apa saja yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan *e-wallet*. Berlandaskan kerangka TAM. Studi ini diharapkan mampu memberi gambaran nyata terkait perilaku dan persepsi Generasi Z terhadap *e-wallet*, serta menjadi dasar bagi pengembangan strategi pemasaran dan edukasi yang lebih efektif.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Seiring dengan perkembangan teknologi, penggunaan *e-wallet* semakin meluas di dalam masyarakat, khususnya di berbagai kota besar misalnya Bandung. Hal ini sejalan dengan pernyataan Bank Indonesia (2023) bahwa, "Akselerasi digitalisasi sistem pembayaran terus dipacu untuk mendorong inklusi keuangan dan efisiensi ekonomi". Di sisi lain, survei yang dilaksanakan oleh KIC serta Zigi (2021) memperlihatkan bahwa, "Sebanyak 68% dari Generasi Z di Bandung memakai *e-wallet* sebagai sarana pembayaran utama." Faktor-faktor seperti kepercayaan, persepsi kegunaan, keamanan data, serta kemudahan penggunaan diduga memainkan peran yang krusial untuk keputusan penggunaan *e-wallet* ini. Dijelaskan oleh latar belakang tersebut, rumusan masalah pada studi ini yaitu:

1. Apakah *perceived usefulness* (PU) mempunyai pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use e-wallet* oleh masyarakat di Bandung?
2. Apakah *perceived ease of use* (PEU) mempunyai pengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use* (BIU) oleh masyarakat di Bandung?
3. Apakah *behavioral intention to use* (BIU) mempunyai pengaruh signifikan terhadap *perceived usage* (AU) oleh masyarakat di Bandung?
4. Apakah *behavioral intention to use* (BIU) memediasi pengaruh *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEU) terhadap *perceived usage* (AU) oleh masyarakat di Bandung?
5. Apakah *behavioral intention to use* (BIU) memediasi pengaruh *perceived ease of use* (PEU) terhadap *perceived usage* (AU) oleh masyarakat di Bandung?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis apakah *Perceived Usefulness* (PU) mempunyai pengaruh terhadap *behavioral intention to use* (BIU) oleh masyarakat di Bandung.
2. Menganalisis apakah *Perceived Ease Of Use* (PEU) mempunyai pengaruh terhadap *behavioral intention to use* (BIU) oleh masyarakat di Bandung.
3. Menganalisis apakah *behavioral intention to use* (BIU) mempunyai pengaruh terhadap *perceived usage* (AU) oleh masyarakat di Bandung.
4. Menganalisis apakah *behavioral intention to use* (BIU) memediasi pengaruh terhadap *Usefulness* (PU) oleh masyarakat di Bandung.
5. Menganalisis apakah *behavioral intention to use* (BIU) memediasi pengaruh terhadap *Perceived Ease Of Use* (PEU) oleh masyarakat di Bandung.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Teoretis**

1. Studi ini harapannya bisa menyampaikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang pemasaran digital dan perilaku konsumen, khususnya untuk mendalami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi keuangan (*fintech*) misalnya *E-Wallet*.

2. Studi ini mengisi kesenjangan dalam literatur tentang bagaimana masyarakat Bahrain memahami layanan keuangan elektronik, khususnya *ewallet*.
3. Perolehan studi ini bisa dimanfaatkan sebagai referensi buat kajian berikutnya tentang *e-wallet* di negara lain atau dengan konteks yang berbeda.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

1. Meningkatkan adopsi *e-wallet*  
Hasil Studi ini dapat membantu penyedia layanan *e-wallet* untuk meningkatkan adopsi layanan mereka dengan fokus pada faktor-faktor yang paling mempunyai pengaruh terhadap penerimaan pelanggan.
2. Bagi Pemerintah dan Regulator Keuangan  
Studi ini bisa jadi rujukan untuk lembaga terkait (seperti Bank Indonesia atau OJK) dalam menyusun kebijakan atau kampanye literasi keuangan digital yang lebih efektif bagi Generasi Z sekaligus menciptakan layanan yang terpercaya.
3. Membuat layanan yang mudah diterapkan  
Studi ini membuktikan bahwasanya kemudahan penggunaan adalah faktor penting dalam penerimaan *e-wallet*. Penyedia layanan *e-wallet* perlu merancang layanan yang intuitif dan mudah digunakan oleh semua orang.
4. Meningkatkan kegunaan layanan  
Studi ini memperlihatkan bahwa kegunaan adalah faktor penting dalam penerimaan *e-wallet*. Penyedia layanan *e-wallet* perlu memastikan bahwa layanan mereka menawarkan manfaat yang nyata bagi pelanggan.
5. Membuat layanan lebih mudah diakses  
Studi ini memperlihatkan bahwa aksesibilitas adalah faktor penting dalam penerimaan *e-wallet*. Penyedia layanan *e-wallet* perlu memastikan bahwa layanan mereka mudah diakses oleh semua orang, terlepas dari lokasi atau perangkat yang mereka gunakan.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Terdiri dari Bab I-V, laporan ini memberikan gambaran ringkas terkait format laporan penelitian.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Isi Studi ini dijelaskan dengan akurat dalam penjelasan umum, ringkas, serta padat pada bagian ini.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian berikut isinya teori dari umum hingga ke khusus, didapati dengan penelitian terdahulu serta kemudian kerangka kerja penelitian, serta jika diperlukan, hipotesis di bagian akhir.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Strategi, prosedur, serta metode yang dipilih pada pengumpulan serta menganalisis data yang bisa menjawab pertanyaan penelitian dijelaskan dalam bagian ini.

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

Hasil penelitian dan pembahasan disajikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian, dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama menyajikan hasil penelitian, sementara bagian kedua berisi analisis atau pembahasan. Setiap hasil analisis data disampaikan terlebih dahulu, kemudian diikuti dengan interpretasi dan kesimpulan, serta dibandingkan dengan penelitian terdahulu atau landasan teori yang relevan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pertanyaan penelitian dijawab dalam kesimpulan, yang kemudian berkembang menjadi saran mengenai kelebihan dari penelitian tersebut.