

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini telah menjadi salah satu alasan dibalik setiap perubahan yang terjadi di kehidupan manusia dan hal ini mendorong terjadinya perubahan aktivitas manusia dalam berbagai aspek, dan tidak terkecuali yaitu dalam bidang keuangan (Sfenrianto et al., 2020). Salah satu industri yang memunculkan inovasi baru ada pada industri sektor keuangan. Industri-industri yang bergerak di sektor keuangan menciptakan inovasi baru yaitu *Financial Technology (Fintech)* (Suryono et al., 2020). *Financial Technology (Fintech)* adalah penggabungan antara sistem keuangan dan teknologi. Perkembangan *fintech* yang hadir di Indonesia memunculkan berbagai inovasi aplikasi khususnya dalam layanan keuangan seperti sebagai alat transaksi pembayaran. Salah satu bentuk *FinTech* yaitu *e-wallet* (Maulidah et al., 2022).

Menurut (Ciptarianto, 2022) *digital wallet (e-wallet)* merupakan aplikasi online yang digunakan penggunanya untuk melakukan transaksi. Seiring waktu, *digital wallet* menjadi pembayaran online yang sering digunakan karena konsumen beranggapan metode ini bermanfaat dan memberikan layanan yang aman, cepat dan mudah . Adapun dalam penggunaan dalam melakukan transaksi bisa dilakukan secara online dan offline melalui sebuah aplikasi, sehingga masyarakat dapat melakukan berbagai macam transaksi menggunakan dompet digital (Malau et al., 2024)

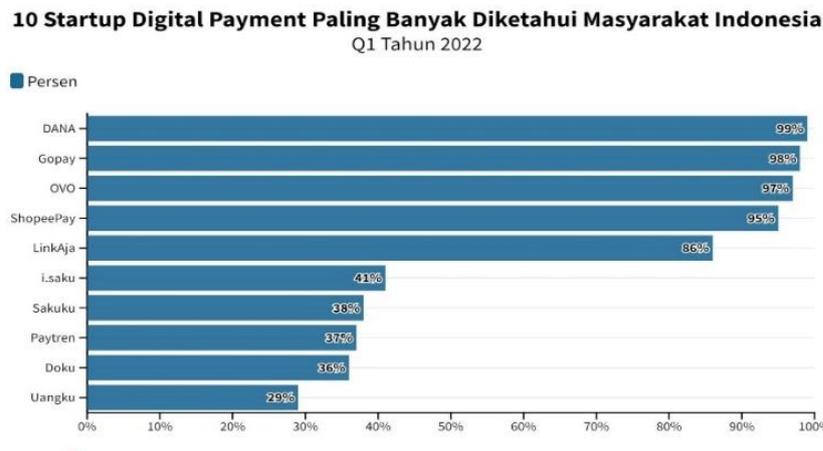
Berikut ini adalah data metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia :



Sumber : (East Ventures (EV), 2023)

Gambar 1. 1 **Grafik Metode Pembayaran Yang Paling Banyak Di Indonesia**

Berdasarkan laporan *East Ventures (EV) 2023*: *E-wallet* menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 81%, *virtual account* dengan 60%. Transfer bank dan cash/COD dengan persentase 55%, *paylater* dan QR/QRIS sebesar 32% dan 31%. *E-wallet* banyak digunakan karena memungkinkan pemakai yang sudah terdaftar guna melaksanakan transaksi *online* dengan mudah, aman dan nyaman serta pengguna dapat mengirim atau menerima uang dengan cara menuliskan nomor telepon yang akan dituju serta kini sedang jadi gaya pengguna bisa bertransaksi menggunakan *e-wallet* dengan melakukan scan kode QR atau *barcode* dari *smartphone*. Berdasarkan data terkait menunjukkan bahwa pembayaran digital payment *e-wallet* di Indonesia dikenal Masyarakat dan terus menerus berkembang. Berikut 10 *Startup digital payment e-wallet* paling banyak diketahui Masyarakat Indonesia dalam bertransaksi online 2022 :



Sumber : (DailySocial.id, 2023)

Gambar 1. 2 **Grafik 10 Startup Digital Payment E - wallet Paling Banyak Diketahui Masyarakat Indonesia**

Berdasarkan data dari *DailySocial.id*, DANA berhasil memperoleh peringkat pertama *startup digital payment* yang paling banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar 99%.Gopay dengan persentase 98% , OVO dengan persentase sebesar 97%.ShopeePay dengan presentase sebesar 95%, LinkAja dengan persentase sebesar 86%, i.saku 41%, Sakuku 38%, Paytren 37% , Doku 36%, dan Uangku 29%. Berdasarkan data terkait dapat disimpulkan bahwa minat terhadap digital Payment DANA mendapatkan posisi utama.

Menurut (Koswara et al., 2022) Perkembangan e-wallet tidak terlepas dari keyakinan masyarakat mengenai kegunaan dan kemudahan yang ditawarkan oleh perusahaan penyedia layanan e-wallet, sehingga menyebabkan perkembangan dan penggunaan e-wallet meningkat. Sesuai dengan tema dalam penelitian mengenai penggunaan sistem teknologi telekomunikasi, dalam penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan teori yang dinyatakan oleh (Fred D. Davis, 1889) yaitu Technology Acceptance Model (TAM) sebagai

pendukung. Teori TAM merupakan teori yang digunakan untuk menelaah faktor apa saja yang dapat mempengaruhi sebuah sistem informasi diterima. Model TAM dilandasi oleh *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fisbein pada tahun 1980, di mana TRA adalah sebuah well-researched intention yang berperan menjadi model khusus yang terbukti telah berhasil guna menjelaskan dan memprediksi mengenai tingkah laku seseorang pada saat menggunakan manfaat dari beraneka macam bidang. *Technology Acceptance Model* (TAM) menyatakan bahwa seseorang yang telah memutuskan untuk menggunakan sebuah sistem cenderung memilih sistem yang memiliki manfaat baginya dan mudah untuk digunakan (Zeithaml, 1996). Secara lebih jelas, TAM adalah sebuah teori yang menggambarkan bahwa *percieved ease of use* dan *percieved usefulness* dapat mempengaruhi penerimaan penggunaan teknologi informasi (Maulidah et al., 2022).

Meskipun masyarakat dari berbagai generasi menggunakan digital payment terutama pada layanan pembayaran, namun generasi yang memiliki peran penting saat ini dan di masa yang akan datang adalah Generasi Z (Gen Z). Gen Z adalah kelompok yang lahir antara rentang tahun 1995 sampai 2010 (Surya,2016) . Rentang tahun kelahiran Gen Z biasanya dianggap mulai dari tahun 1995 hingga 2010. Kalangan gen Z di Kabupaten Jombang pastinya tidak asing dengan adanya layanan aplikasi dompet digital DANA karena memudahkan kegiatan sehari – hari.

Di dalam proses penggunaan aplikasi, pengguna dapat berkeputusan negative atau positif dimana pengambilan keputusan ini dipengaruhi oleh minat

perilaku (*Behavior intention*). *Behavior intentions* adalah seberapa besar kekuatan niat seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, yaitu menggunakan sistem informasi *Behavior intention* sebagai penentu langsung dari suatu penggunaan teknologi dan juga pengguna potensial, diperlukan sebelum terjadinya penggunaan aktual. Kebutuhan seseorang akan *e-wallet* membentuk perilaku berupa penggunaan aktual terhadap suatu aplikasi, sehingga terbentuknya minat yang kuat untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* di masa depan dan pengulangan penggunaan di transaksi selanjutnya (Fred D. Davis, 1989).

Minat penggunaan yang muncul menunjukkan seberapa intensitas seorang pengguna untuk berkomitmen. Terdapat empat dimensi yang cocok untuk mengindikasikan *behavior intention* dari seorang konsumen, antara lain : Keinginan untuk menggunakan suatu teknologi, Konsumen menggunakan suatu teknologi berulang kali, Keinginan untuk merekomendasikan suatu teknologi ke orang lain, Konsumen memberikan komentar positif terhadap suatu teknologi mengambil keputusan dan bertindak dalam menggunakan teknologi informasi, (Zeithaml, 1996). Sebuah aplikasi atau sistem informasi akan selalu digunakan oleh penggunanya apabila pengguna tersebut merasa mudah untuk mempelajari dan menggunakannya. Minat konsumen dalam menggunakan akan tumbuh dan tetap seiring dengan kemudahan yang ditawarkan oleh sistem.

*Perceived ease of use* memegang peranan cukup penting karena aplikasi digital payment di Indonesia masih terbilang baru sehingga pengguna mengharapkan sebuah sistem yang mudah digunakan. *Perceived ease of use*

merupakan kondisi di mana pengguna meyakini bahwa suatu sistem informasi memberikan kemudahan dan tidak memerlukan usaha yang keras untuk mempelajarinya selanjutnya (Fred D. Davis, 1989). *Perceived ease of use* ditandai dengan sejauh mana seorang konsumen percaya bahwa Kemudahan dalam penggunaan suatu sistem mampu meningkatkan minat penggunaan dan pembelajaran fitur-fitur yang mendukung sistem tersebut, kombinasi antara *user-friendly* dan panduan penggunaan fitur – fitur yang jelas mengenai cara mengaplikasikan *e-wallet* akan mendapatkan kepercayaan konsumen serta membuktikan kredibilitas dari penyedia layanan dalam menggunakan sistem berbasis web (Fred D. Davis, 1989).(Salmah et al., 2017). Dalam hal ini masyarakat akan menggunakan sistem atau fitur yang disediakan mudah untuk dipahami dan diaplikasikan.

faktor lain yang sangat diperhatikan adalah *Perceived usefulness*. Menurut (Venkatesh & Davis, 2000) *Perceived usefulness* merupakan sebuah layanan mampu menunjang aktivitas konsumen jika sebuah sistem berguna untuk aktivitas transaksi maka konsumen menggunakan teknologi pembayaran dalam setiap melakukan transaksi dan sebaliknya jika teknologi pembayaran tidak berguna dalam aktivitas transaksi pembayaran maka konsumen tidak akan menggunakan teknologi pembayaran dalam setiap melakukan transaksi pembayaran.

*Percieved usefulness* menunjukkan bahwa jika pengguna mempunyai rasa kepercayaan terhadap teknologi informasi dapat secara mudah digunakan dan tidak sukar untuk dimengerti (Maria & Sugiyanto, 2023). Maka percieved

usefulness akan menyebabkan dampak positif terhadap minat untuk menggunakan sebuah teknologi, dan faktor yang dapat menyebabkan pengguna nantinya memutuskan untuk menolak atau menerima sebuah teknologi informasi adalah pada saat seseorang tersebut menganggap bahwa teknologi informasi tersebut akan memberikan manfaat dan dapat meringankan pekerjaan atau tidak (Putri et al., 2022).

*Perceived usefulness* yang dirasakan dalam konteks digital payment dapat dilihat dari sebuah manfaat dalam pemahaman respon dari seseorang pada suatu sistem teknologi informasi. (Amadea Rahma Pambudi, 2020) menjelaskan bahwa setiap pengguna akan dapat merasakan *percieved usefulness* pada saat teknologi yang digunakan bisa digunakan dimanapun dan kapanpun. *Percieved usefulness* akan merujuk pada situasi dimana seorang pengguna telah mengidentifikasi pemakaian yang berulang untuk sebuah tujuan atau harapan dari dirinya (Chen., et al, 2013). *Percieved usefulness* digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengguna menemukan kegunaan sebuah layanan yang dirasakan ketika sedang digunakan.

Penelitian yang sudah dilakukan oleh Setiawan & Siregar, (2023) menyatakan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang kuat terhadap niat perilaku konsumen untuk menggunakan suatu sistem *e-payment*. Konsumen akan lebih siap untuk bertransaksi dengan suatu sistem pembayaran apabila sistem tersebut mempunyai manfaat untuk digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang kuat dalam mendorong *behavior intention* pada pengguna aplikasi *digital payment*. Pada penelitian yang

sudah dilakukan oleh (Koswara et al., 2022) menyatakan bahwa *perceived usefulness* tidak berpengaruh terhadap sikap pengguna Pada aplikasi *e-Commerce*.

Hal ini menunjukkan ketika konsumen memandang suatu sistem pembayaran mudah dan mengetahui manfaatnya , mereka akan lebih siap untuk menggunakan sistem pembayaran tersebut. Seseorang akan melakukan tindakannya saat ini dan di masa mendatang, dimana perilaku seseorang dipengaruhi berdasarkan niat dan pengalaman yang pernah dialami sebelumnya. Berdasarkan latar belakang, penulis ingin meneliti mengenai “***Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap behavior intention pada digital payment DANA” Studi pada gen Z Kabupaten Jombang***”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dinyatakan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention* dalam menggunakan *digital payment* DANA pada gen Z kabupaten Jombang ?
2. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention* dalam menggunakan *digital payment* DANA pada gen Z kabupaten Jombang ?

## 1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention* dalam menggunakan *digital payment* Dana pada gen Z kabupaten Jombang.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *behavior intention* dalam menggunakan *digital payment* DANA pada gen Z kabupaten Jombang.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan memberi manfaat bagi pihak – pihak berikut :

##### 1. Secara Akademis/Teoritis

Secara akademis/teoritis manfaat dari penelitian tersebut yakni dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, serta temuan dari penelitian ini dapat menjadi dasar atau pijakan untuk penelitian lanjutan yang lebih mendalam atau studi-studi lanjutan dalam bidang yang sama atau terkait. Hal ini dapat membantu mengarahkan arah penelitian di masa mendatang dan memperluas pemahaman kita tentang perilaku konsumen digital.

##### 2. Secara Praktis/operasional

Manfaat penelitian secara praktis adalah dapat memberikan wawasan berharga bagi penyedia layanan pembayaran digital, khususnya DANA, untuk memahami faktor-faktor apa yang dapat meningkatkan minat pengguna, sehingga mereka dapat merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif dan memberikan manfaat langsung bagi konsumen, khususnya generasi Z di kabupaten Jombang,

dengan membantu mereka memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku penggunaan sistem pembayaran digital DANA, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam menggunakan layanan tersebut.