

BAB I

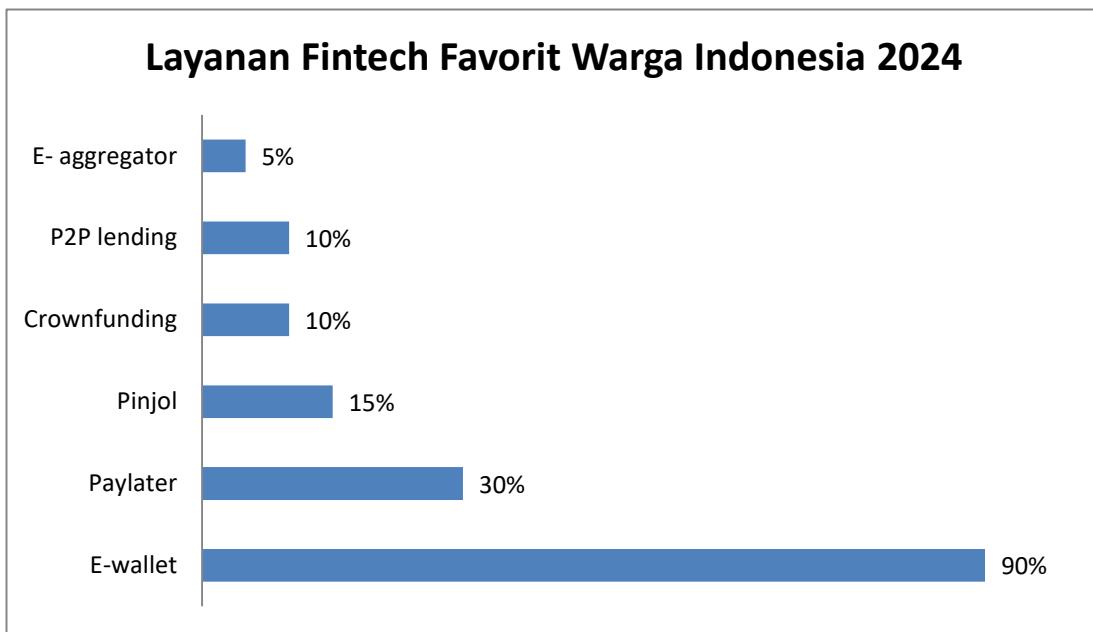
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan teknologi yang terus bergerak maju secara cepat telah mengubah kebiasaan dan cara hidup masyarakat didunia. Modernisasi dalam bidang teknologi semakin menyederhanakan berbagai aspek kehidupan individu, di mana banyak hal yang bisa dilakukan dengan mudah tanpa banyak tenaga. Berbagai pekerjaan kini mampu diselesaikan cukup dengan menggunakan smartphone dan memanfaatkan perangkat lunak yang ada, sehingga kita dapat menikmati berbagai layanan kapan saja dan di mana saja (Muliadi & Japarianto, 2021). Situasi ini mendorong terjadinya perubahan dalam aktivitas manusia di berbagai bidang, salah satunya yaitu berada pada bidang keuangan.

Perkembangan digitalisasi di sektor keuangan telah melahirkan inovasi baru yang dikenal sebagai *Financial Technology (Fintech)* atau Teknologi Finansial di Indonesia (*Published by OJK with ADB Support*). *Fintech* adalah penerapan teknologi digital sebagai perantara dalam layanan keuangan, memungkinkan transaksi setiap saat dan di segala tempat (Monica & Japarianto, 2022). Satu di antara layanan *fintech* yang popular saat ini adalah *e-wallet*, sebagai opsi pembayaran non-tunai. Selain itu, pembayaran digital atau *Digital Payment* semakin diminati, terutama dalam transaksi jual beli yang semakin kompleks.

Berikut merupakan data yang diperoleh melalui data.goodstats.id mengenai platform *Fintech* yang paling banyak dimiliki oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2024:



Gambar 1.1 *Plafrom Fintech* yang Paling Banyak Dimiliki Masyarakat Indonesia

Sumber : data.goodstats.id

Pada gambar 1.1. di atas, terlihat bahwa *e-wallet* menduduki persentase tertinggi, dimana *E-wallet* adalah *Platform fintech* yang paling banyak dimiliki oleh masyarakat Indonesia, dikarenakan *e-Wallet* hadir dengan menawarkan berbagai kemudahan melalui teknologi terbaru yang dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat. Pertumbuhan Di Indonesia pengguna dompet elektronik secara signifikan, terutama di kalangan anak muda. Sebanyak 96% peserta jajak pendapat tren Fintech Indonesia 2024 yang diselenggarakan oleh Jakpat (Yonatan, 2024)

DANA adalah dompet digital yang dirancang untuk memudahkan transaksi pembayaran (Mustofa & Kurniawati, 2024). Resmi diluncurkan pada 5 November 2018, DANA dikembangkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe (EDIK) untuk memungkinkan transaksi tanpa uang tunai atau kartu. *Platform* ini

didukung oleh PT Elang Sejahtera Mandiri, Dengan kepemilikan saham sebesar 99% dan didukung oleh teknologi dari *ant financial alipay* melalui kemitraan dengan EMTEK (Katadata, 2022). Sebagai bentuk kolaborasi, DANA menggandeng bank-bank besar di Indonesia, seperti Bank Mandiri, BCA, dan BRI.

Banyak faktor yang mempengaruhi pengguna dalam memilih dompet digital DANA, di antaranya kemudahan penggunaan dan fitur-fitur menarik yang semakin meningkatkan kenyamanan transaksi. DANA menyediakan berbagai layanan seperti pembayaran QRIS, transfer uang, pembelian pulsa, transaksi *e-commerce*, dan pembayaran *invoice*, yang mempermudah kebutuhan keuangan sehari-hari. Seiring dengan meningkatnya tren transaksi digital, semakin banyak masyarakat yang memilih DANA sebagai solusi finansial yang praktis dan aman. Pada tahun 2023, aplikasi ini tercatat telah diunduh lebih dari 170 juta kali (Dana.id, 2024).



Gambar 1.2 Top 20 SEA Headquartered Applications Publishers by Worldwide Downloads

Sumber: Data.ai, 2024

Berdasarkan Gambar 1.2, DANA menempati peringkat pertama dalam kategori aplikasi keuangan dengan skor terbaik, menurut Data.ai, (2024). Penghargaan ini bukan yang pertama bagi DANA, melainkan yang keempat berturut-turut sejak 2021. Pada tahun 2024, DANA kembali meraih *Top Publisher Awards* dalam kategori *Top Indonesia HQ'd Apps Powered by Mobile Performance Score (Finance Genre)*. Penilaian penghargaan ini mengacu pada estimasi unduhan aplikasi global melalui *ios app store* dan *google pla*. Pada peringkat tersebut DANA tercatat setara dengan berbagai layanan digital dan perbankkan lainnya.



Gambar 1.3 Rating Pengguna Aktif Aplikasi Dana di Google Play Store Tahun 2024

Sumber : *AppBrain* (2024)

Berdasarkan Gambar 1.3 Dapat dilihat analisis *statistic* pada website *AppBrain* (2024) bahwa DANA berhasil mempertahankan peringkat rata-rata tinggi (4,0 hingga 4,5) sepanjang tahun 2024 hingga ke awal 2025, dengan ulasan bintang 5 mencapai 6,1 juta. Statistik ini menunjukkan tingkat kepuasan pengguna yang tinggi demikian mampu meningkatkan perilaku niat (*behavior Intention*) kebiasaan menggunakan aplikasi secara terus-menerus, merekomendasikan kepada orang lain, atau bahkan melakukan transaksi lebih banyak melalui aplikasi DANA tersebut.

DANA terus mencatat pertumbuhan pesat dalam penggunaan fitur Kirim Uang. Pada akhir 2021, total transaksi mencapai lebih dari 350 juta, dengan rata-rata 30 juta transaksi per bulan. Desember 2021 menjadi bulan dengan penggunaan tertinggi, mencatat peningkatan lebih dari 360% dibanding Desember 2020. Pada 2023, fitur ini tumbuh lagi sebesar 147%. Analisis ulasan pengguna menunjukkan bahwa 80% memiliki sentimen positif, dengan kata kunci seperti "mudah", "cepat", dan "nyaman" muncul secara konsisten (Kusumawati, 2023).

Tidak hanya di tingkat nasional, perkembangan dompet digital di kota Lhokseumawe juga menunjukkan tren positif. Hal ini seiring meningkatnya penetrasi internet dan kesadaran masyarakat akan pentingnya transaksi non-tunai. Berdasarkan observasi terkini, pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) serta pedagang di Lhokseumawe semakin banyak yang memulai memanfaatkan dompet digital sebagai metode pembayaran. Salah satu solusi pembayaran yang sering diterapkan adalah penggunaan fitur QRIS, yang juga tersedia dalam aplikasi DANA. Fitur ini memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi secara praktis, cepat, dan aman, baik untuk kebutuhan bisnis

maupun transaksi pribadi. Selain itu, perilaku generasi Z di Lhokseumawe juga semakin terlihat dalam penggunaan dompet digital, terutama aplikasi DANA. Generasi muda ini memanfaatkan DANA untuk berbagai kebutuhan digital, mulai dari top-up game online hingga pembelian barang secara daring. Dengan kemudahan transaksi dan berbagai promo menarik, mereka semakin terbiasa menggunakan dompet digital sebagai pilihan utama untuk berbelanja, hiburan, dan kegiatan sehari-hari lainnya. Fenomena ini menunjukkan bagaimana aplikasi DANA tidak hanya menjadi alat transaksi, tetapi juga bagian dari gaya hidup digital yang semakin digemari di kalangan anak muda di Lhokseumawe.

Meskipun *e-wallet* semakin umum, sebagian orang masih enggan menggunakannya, sementara banyak yang sudah percaya dan memanfaatkannya untuk kemudahan sehari-hari (Siagian et al., 2022). Oleh karena itu, penting untuk mengukur tingkat penerimaan dan pemahaman pengguna melalui perilaku mereka. Menurut Parasuraman (1996), dalam Muliadi & Japarianti, (2021). Pengguna DANA tidak hanya menggunakannya untuk transaksi seperti kirim uang, bayar tagihan, atau belanja, tetapi juga cenderung merekomendasikannya kepada teman dan keluarga apabila pengguna DANA merasa puas dengan pengalaman mereka menggunakan DANA. Terutama di kalangan Gen Z yang sering dipengaruhi oleh rekomendasi teman sebaya.

Mayoritas pengguna internet saat ini didominasi oleh generasi milenial dan Gen Z, yang aktif memanfaatkan media digital, termasuk *e-wallet*, sesuai dengan kebutuhan mereka. Berdasarkan demografi Indonesia, populasi Gen Z diperkirakan tumbuh lebih pesat dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Camen et al., 2021). Menurut Humairoh & Annas, (2023) saat ini, Gen Z menjadi

pengguna *e-wallet* terbesar dan dianggap paling mahir dalam menggunakannya. Gen Z mencakup mereka yang lahir antara 1997 hingga 2012 (Gómez-Hurtado et al., 2024) dengan kelompok usia yang meliputi siswa SMP, SMA, dan mahasiswa S1. Mereka dikenal cepat memahami teknologi dan lebih responsif dibanding generasi sebelumnya. Karena itu, penyedia *e-wallet* harus menjadikan Gen Z sebagai target utama. Niat perilaku (*Behavior Intention*) yang merujuk pada sejauh mana seseorang dalam memiliki niat yang kuat untuk melakukan suatu tindakan tertentu, seperti menggunakan sistem informasi (Monica & Japarianto, 2022). Kemudian niat perilaku ini lebih dominan dikalangan mereka, sehingga penting untuk mengeksplorasi aspek-aspek yang berkontribusi terhadapnya.

Perceived ease of use (kemudahan penggunaan) merupakan salah satu aspek yang berpengaruh terhadap niat dan perilaku pengguna *e-wallet*. Menurut Davis et al. (1989), *perceived ease of use* adalah keyakinan bahwa teknologi atau sistem tersebut mudah digunakan tanpa masalah. Aplikasi *e-wallet* seperti DANA sudah dilengkapi dengan fitur yang memudahkan pengguna, seperti riwayat transaksi yang tercatat (Monica & Japarianto, 2022). Semakin mudah aplikasi ini digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna akan terus menggunakannya. Namun, *trust* (kepercayaan) juga berperan penting dalam hubungan ini. Kemudahan penggunaan dapat meningkatkan *trust* pengguna terhadap aplikasi, yang kemudian mempengaruhi niat mereka untuk terus menggunakannya. Misalnya, pengguna yang memperoleh keamanan dan ketenangan meningkatkan kecenderungan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi. Penelitian Raninda et al., (2022) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan *e-wallet* DANA, Namun,

Febbyola et al., (2023) menegaskan bahwa *perceived ease of use* bukan berperan sebagai faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap niat perilaku dalam pemakaian digital payment, yang menunjukkan faktor lain mungkin lebih dominan. Menurut Siagian et al., (2022) kemudahan penggunaan dapat meningkatkan *trust*, yang kemudian memperkuat niat perilaku pengguna. Kepercayaan terhadap keamanan, informasi, dan layanan transaksi online mendorong pengguna untuk tetap menggunakan *e-wallet* karena merasa lebih nyaman. Sementara itu, Maulana et al., (2024) menarik kesimpulan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku dan *trust*. Dengan demikian, dalam penelitian ini, *trust* berfungsi sebagai mediator, yang menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan dapat mendorong intensi dan perilaku pengguna untuk tetap memanfaatkan aplikasi DANA.

Faktor lain yang mempengaruhi *behavior intention* adalah *perceived enjoyment* atau kesenangan yang dirasakan. Menurut Venkatesh et al. (2012), sebagaimana dikutip oleh To & Trinh, (2021), mendefinisikan *perceived enjoyment* sebagai sumber rasa senang dan hiburan yang didapatkan melalui pemanfaatan teknologi. Mereka mengidentifikasi bahwa teknologi yang menyenangkan membuat pengguna merasa lebih mudah digunakan dan lebih berguna. Jika Gen Z merasa menggunakan e-wallet DANA menyenangkan, mereka memiliki kecenderungan untuk menaruh kepercayaan lebih tinggi pada aplikasi, yang meningkatkan niat mereka untuk terus menggunakannya atau merekomendasikannya. Penelitian oleh (Esawe, 2022; Monica & Japarianto, 2022; To & Trinh, 2021) menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*. Namun, Maria & Sugiyanto, (2023)

menemukan bahwa hubungan antara perceived enjoyment dan *behavior intention* positif, namun tidak signifikan. Dalam hal ini, *trust* dapat berperan sebagai mediator. Meskipun *perceived enjoyment* tidak langsung mempengaruhi *behavior intention*, perasaan menyenangkan saat menggunakan e-wallet DANA dapat meningkatkan *trust*, yang kemudian memperkuat niat perilaku pengguna untuk terus menggunakan aplikasi.

Dalam konteks *e-wallet*, niat perilaku untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* juga dipengaruhi oleh persepsi kepercayaan (*trust*). Lewis et al (1985), didalam penelitian Abadi & Kurniawan, (2022) menyatakan bahwa kepercayaan atau *trust* adalah sesuatu yang sangat kompleks dan melibatkan berbagai dimensi. Kepercayaan mencerminkan sejauh mana seseorang meyakini bahwa suatu entitas,seperti individu, brand, produk atau layanan layak dipercaya dan dapat diandalkan.. Menurut Al Daabseh & Aljarah, (2021) *trust* adalah keyakinan dari satu pihak mengenai niat ,dan tindakan oleh pihak lainnya. Kompetisi, integritas, kejujuran,dan kebaikan merupakan karakteristik yang berpengaruh terhadap kepercayaan (*trust*) (Siagian et al., 2022). Dalam proses pengambilan keputusan, individu dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan kepercayaan merupakan salah satu di antaranya (Maulana et al., 2024). *Trust* ini terbentuk dari pengalaman positif dalam penggunaan aplikasi, transparansi layanan, serta komitmen pihak penyedia *e-wallet* dalam mengatasi masalah yang mungkin timbul. Lebih jauh lagi, *trust* berperan sebagai jembatan yang dapat meningkatkan loyalitas pengguna. Ketika pengguna merasa yakin dengan keamanan dan reliabilitas layanan, mereka cenderung melakukan penggunaan ulang dan bahkan merekomendasikan aplikasi kepada orang lain. *Trust* tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan

kesenangan, tetapi juga berperan penting dalam memperkuat hubungan antara kedua variabel tersebut dengan niat pengguna untuk terus menggunakan DANA. Dalam kesempatan lainnya Sarkam et al., (2022) meneliti proses pembentukan kepercayaan antara pedagang dan konsumen serta sejauh mana kepercayaan ini berperan sebagai mediator dalam hubungan antara persepsi terhadap kemudahan, dan realisasi penggunaan sistem pembayaran digital. Berdasarkan kajian yang disampaikan oleh Siagian et al., (2022) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku. Sedangkan berdasarkan temuan dari To & Trinh, (2021) *trust* tidak memiliki dampak langsung yang signifikan terhadap *behavior intention*.

Studi ini difokuskan pada Generasi Z yang merupakan pengguna aplikasi DANA di wilayah Kota Lhokseumawe, dengan tujuan untuk mengeksplorasi secara mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku mereka dalam memanfaatkan aplikasi tersebut. Di samping itu penelitian terkait perilaku pemanfaatan dompet digital seperti DANA masih banyak dilakukan di kota besar, masih sedikit penelitian yang fokus pada kota-kota kecil atau menengah seperti Lhokseumawe. Penelitian ini dapat mengisi kekosongan tersebut dengan menyelidiki bagaimana karakteristik lokal, budaya, dan infrastruktur berpengaruh terhadap adopsi *e-wallet* di kalangan Generasi Z di Lhokseumawe.

Kemudian beragam studi telah membahas *perceived ease of use* dan *perceived enjoyment* terhadap *behavior intention* yang hasilnya masih bervariasi. Beberapa peneliti menunjukkan bahwa *perceived ease of use* tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap *behavior intention*, sementara yang lain

menemukan hubungan positif. Riset ini dilakukan untuk menutupi keterbatasan sebelumnya dengan memberikan analisis yang lebih mendalam.

Meskipun *trust* dikenal sebagai elemen penting dalam adopsi teknologi, perannya sebagai variabel mediasi antara *perceived ease of use* dan *perceived enjoyment* dengan *behavioral intention* belum banyak diteliti dalam konteks *e-wallet*. Penelitian sebelumnya mungkin telah membahas kepercayaan dalam konteks *e-wallet*, tetapi belum banyak yang fokus pada bagaimana persepsi ini dibentuk di Lhokseumawe, terutama di kalangan Generasi Z. Penelitian ini dapat mengeksplorasi pengaruh dari berbagai faktor terhadap mempengaruhi kepercayaan mereka terhadap *e-wallet* dan bagaimana hal ini berkontribusi pada niat perilaku mereka.

Dengan mempertimbangkan permasalahan serta celah penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, studi ini bertujuan untuk meneliti **“Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Enjoyment* terhadap *Behavior Intention* dengan *Trust* sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna *e-wallet* DANA (Studi Kasus pada Generasi Z di Kota Lhokseumawe)”**

1.2 Rumusan Masalah

Dengan merujuk pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Trust* pada pengguna *e-wallet* DANA di kalangan Generasi Z di Kota Lhokseumawe?
2. Apakah *Perceived Enjoyment* berpengaruh terhadap *Trust* pada pengguna *e-wallet* DANA di kalangan Generasi Z di Kota Lhokseumawe?

3. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Behavior Intention* pada pengguna *e-wallet* DANA di kalangan Generasi Z di Kota Lhokseumawe?
4. Apakah *Perceived Enjoyment* berpengaruh terhadap *Behavior Intention* pada pengguna *e-wallet* DANA di kalangan Generasi Z di Kota Lhokseumawe?
5. Apakah *Trust* berpengaruh terhadap *Behavior Intention* pada pengguna *e-wallet* DANA di kalangan Generasi Z di Kota Lhokseumawe?
6. Apakah *Trust* dapat memediasi pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention* pada pengguna *e-wallet* DANA di kalangan Generasi Z di Kota Lhokseumawe?
7. Apakah *Trust* dapat memediasi pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Behavior Intention* pada pengguna *e-wallet* DANA di kalangan Generasi Z di Kota Lhokseumawe.

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Trust* pada pengguna *e-wallet* DANA dikalangan Gen Z di kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Trust* pada pengguna *e-wallet* DANA dikalangan Gen Z di kota Lhokseumawe.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Behavior Intention* pada pengguna *e-wallet* DANA dikalangan Gen Z di kota Lhokseumawe.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Behavior Intention* pada pengguna *e-wallet* DANA dikalangan Gen Z di kota Lhokseumawe.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis *Trust* terhadap *Behavior Intention* pada pengguna *e-wallet* DANA dikalangan Gen Z di kota Lhokseumawe.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis peran mediasi *Trust* dalam hubungan antara *Perceived Ease of Use* dan *Behavior Intention* pada pengguna *e-wallet* DANA dikalangan Gen Z di kota Lhokseumawe.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis peran mediasi *Trust* dalam hubungan antara *Perceived Enjoyment* dan *Behavior Intention* pada pengguna *e-wallet* DANA dikalangan Gen Z di kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari segi praktis dan teoritis yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan manfaat yang dapat dilihat melalui perspektif berikut:

1. Untuk menambah referensi yang bermanfaat untuk pengembangan teori - teori *Perceived Ease of Use*, *Perceived Enjoyment*, *Trust* dan *Behavior Intention*.

2. Sebagai bahan acuan dan referensi bagi peneliti berikutnya untuk meneliti lebih lanjut dengan menggunakan variabel yang berbeda.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Temuan dalam penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi pengguna aplikasi pembayaran digital, khususnya Generasi Z, mengenai pengaruh kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kesenangan yang dirasakan (*perceived enjoyment*) terhadap niat berperilaku, dengan kepercayaan (*trust*) sebagai variabel mediasi dalam penggunaan aplikasi DANA.
2. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengedukasi konsumen bahwa penggunaan pembayaran digital dapat dilakukan dengan mudah dan menyenangkan, sehingga mendorong adopsi layanan keuangan digital secara lebih luas.