

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi digital bukan suatu hal baru pada era modern bahkan sudah menjadi bagian hidup guna mempermudah kehidupan manusia. Pesatnya perkembangan teknologi telah menciptakan kemajuan di bidang ekonomi khususnya pada sektor keuangan, termasuk sistem pembayaran di dalamnya. Ketika kemajuan zaman terus berkembang, maka sistem pembayaran dituntut lebih cepat, efisien dan aman. Karena itu dikembangkannya sistem teknologi keuangan yang dapat mempermudah pembayaran yang sering disebut *fintech* (*Financial Technology*).

Buckley, et, al (2015) mendefinisikan *fintech* sebagai bentuk penggunaan teknologi untuk memberikan solusi keuangan. Sedangkan menurut Romanova dan Kudinska (2016) *Fintech* merupakan sebuah bisnis aplikasi berbasis *software* yang menyediakan jasa keuangan. Secara singkat *Fintech* bisa diartikan sebagai sebuah layanan keuangan berbasis teknologi yang dibuat untuk mempermudah dan mempercepat transaksi.

Di Indonesia sendiri industri *Fintech* dibagi menjadi tiga bagian yaitu: sistem pembayaran (*payment*), pendanaan/pembiayaan (*lending*), *crowdfunding* dan *digital banking*. Jenis *Fintech* yang banyak digunakan sekaligus yang paling populer adalah pembayaran (*payment*). Produk yang termasuk di dalam pembayaran adalah dompet elektronik (*e-wallet*). *E-wallet* merupakan dompet

berbentuk digital di mana pengguna dapat melakukan penempatan dana (*top up*) sejumlah uang atau menghubungkan dengan kartu kredit/debit pada sebuah aplikasi di perangkat elektronik yang kemudian dapat digunakan sebagai alat transaksi (Shin, 2009). *E-wallet* bisa didefinisikan sebagai alat pembayaran digital yang menggunakan media elektronik berupa *server base*.

Penerimaan masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran tidak lepas karena hadirnya teknologi yang ada di dalam uang elektronik. Hal ini berkaitan dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh Fred Davis yang memiliki tujuan untuk menguraikan dan meramalkan penggunaan dari suatu sistem informasi teknologi. Menurut Sayekti dan Putarta dalam (Astuti, 2020) tujuan TAM adalah memberikan penjelasan tentang penggunaan sistem informasi serta perilaku pengguna sistem informasi tersebut. Dalam TAM, Davis menjelaskan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan teknologi yakni *perceived easy to use* (kemudahan) dan *trust* (Kepercayaan) (Purwanto,2020)

Di Indonesia secara umum sistem pembayaran masih menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran, padahal banyaknya jumlah uang beredar di Indonesia dapat menyebabkan meningkatnya inflasi. Menurut David Ricardo dalam (Inggiharti, 2020) kuat dan lemahnya nilai uang sangat bergantung dengan jumlah uang. Jika jumlah uang berubah menjadi dua kali lipat maka nilai uang akan menurun menjadi setengah dari semula. Sebaliknya jika jumlah uang berkurang hingga setengah maka nilai uang akan naik menjadi dua kali lipat. Hal ini terjadi karena jika jumlah uang naik menjadi dua kali lipat, maka otomatis nilai

uang akan menurun menjadi setengahnya. Melihat dari hal itu, Bank Indonesia menjalankan program GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2014 yang bertujuan menyadarkan masyarakat terhadap pengguna pembayaran non tunai. Salah satu produk yang diluncurkan adalah *e-money* termasuk *e-wallet* di dalamnya.

*E-wallet* terbit dengan penawaran dengan lebih banyak kemudahan dengan teknologi terkini yang dapat diakses oleh semua kalangan. Keberadaan *e-wallet* di Indonesia mulai terasa pesat ditandai dengan banyaknya kemunculan perusahaan *financial technology* yang mengembangkan bisnis *e-wallet*. Gopay merupakan *e-wallet* pertama yang muncul di Indonesia yang merupakan dompet virtual untuk menyimpan Gojek kredit yang berkaitan dengan layanan aplikasi transportasi online yang akhirnya, mulai merambah ke dalam industri *fintech* dengan mengembangkan fungsi Gopay sebagai alat pembayaran di beberapa *Merchant*. Dilansir dari (Liputan6.com, 2021), survey Snapchart bulan maret 2021 ShopeePay merupakan *e-wallet* paling banyak digunakan sebesar 76% disusul Gopay 57%, Ovo 54%, Dana 49% dan LinkAja 21%.

Menurut Angelina dalam (Nawawi, 2020) pengguna uang elektronik dipengaruhi beberapa faktor, yaitu: *subjective norm* (konsumen menggunakan uang elektronik karena tekanan sosial), *social image* (konsumen menggunakan uang elektronik karena meningkatkan reputasi sosial mereka), dan *perceived benefit* (konsumen menggunakan uang elektronik karena memudahkan aktivitas mereka). Sedangkan menurut Maulinda (2016) kehadiran dari uang elektronik memiliki lima karakteristik, yaitu: cepat, mudah, aman, nyaman, dan praktis

sehingga membangun kepercayaan (*trust*) masyarakat untuk beralih dari *cash society* ke *cashless society*.

Hal tersebut sejalan dengan penggunaan teknologi khususnya internet yang dapat dinikmati hampir setiap kalangan. Perkembangan internet merupakan peluang yang sangat menjanjikan di era industri 4.0 bagi industri perbankan dan *e-commerce* dalam mengembangkan usaha mereka. Saat ini pembayaran dengan sistem digital sangat populer dan *e-wallet* adalah salah satu di antaranya yang berpotensi di pasar *e-commerce*. *E-commerce* dan *e-money* merupakan *partner* yang kuat dalam industri 4.0. Hal ini bisa dilihat dari beberapa *E-commerce* yang menyediakan pilihan *e-wallet* sebagai metode pembayaran misalnya, Tokopedia menyediakan pembayaran dengan Ovo, Bukalapak menyediakan metode pembayaran dengan Dana, Shopee yang juga ikut berkembang di bidang *financial technology* dengan meluncurkan ShopeePay.

Kemudahan pembayaran dengan sistem digital yang ditawarkan oleh *e-wallet* membuat orang-orang menjadi lebih konsumtif. Menurut Blackwell, et, al dalam (Sangadji dan sopiah, 2013), teknologi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Teknologi mampu merubah selera, cara hidup, gaya hidup dan pola konsumsi seorang konsumen. Kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan *e-wallet* akan membuat konsumen lebih mudah untuk membelanjakan uangnya yang mana akan menawarkan gaya hidup menjadi lebih konsumtif.

Di Indonesia, konsumen sebagai pelaku ekonomi memiliki peran dalam melakukan konsumsi rumah tangga dan merupakan penggerak utama

pertumbuhan ekonomi yang signifikan. Salah satu yang mudah mengakses sumber daya dan peluang ekonomi yang baik adalah generasi Z.

Generasi Z merupakan generasi dengan rentang kelahiran 1996-2003. Generasi Z memiliki karakteristik yang sangat intens dengan media sosial, fasih teknologi, serta cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan (Wibawanto, 2016). Salah satu sifat perilaku generasi Z adalah konsumtif, di mana mereka melakukan kegiatan konsumsi berdasarkan pada aspek kesenangan, melibatkan sensori, dan di luar kebutuhan (Hartini, 2016).

Generasi Z yang melek akan teknologi dan hidup di tengah *internet of things* dianggap dapat menyesuaikan diri dengan budaya baru seperti melakukan pembayaran secara non-tunai dalam bertransaksi. Dengan adanya *e-wallet* yang sifatnya memudahkan, cepat, dan efisien membuat generasi Z menjadi konsumtif dalam berbelanja karena generasi Z cenderung menyukai hal-hal yang instan.

Menurut Ramadhani (2016) pengeluaran dalam kegiatan konsumsi dipengaruhi oleh faktor perkembangan teknologi, yang mana perkembangan teknologi memicu arus transaksi non tunai. Hal ini membuat melonjaknya penggunaan *e-wallet* yang mendorong terciptanya perilaku konsumtif. Karena alasan tersebut membuat penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut dalam masyarakat terutama kalangan generasi Z untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi terhadap perilaku konsumtif dengan menggunakan variabel persepsi manfaat, kepercayaan, dan kemudahan.

Variabel yang dipilih sesuai dengan teori TAM yang menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan teknologi yaitu, *perceived usefulness* (manfaat), *perceived easy to use* (kemudahan), dan *trust* (Kepercayaan). Hal ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu Astuti & Ali, (2020) yang berjudul Pengaruh Fintech *e-wallet* terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi *Millennial*.

Bahwa persepsi manfaat, kepercayaan dan kemudahan termasuk ke dalam faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif terhadap generasi *millennial*. Generasi Z di Yogyakarta dianggap penulis sangat sesuai sebagai objek yang diteliti karena Yogyakarta menempati posisi keempat setelah Jakarta, Jawa Barat dan Jawa Tengah sebagai pengguna *e-wallet* paling banyak di Indonesia (Purnaningrum & Dwi, 2021).

Oleh karena itu, perlu dilakukannya penelitian lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi pada perilaku konsumtif generasi Z di Yogyakarta. Sehingga penulis melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan *E-wallet* Sebagai Alat Transaksi pada Perilaku Konsumtif Generasi Z di Yogyakarta.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan maka rumusan masalah yang akan dikemukakan dalam penelitian ini apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi pada perilaku konsumtif generasi Z di Yogyakarta.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi pada perilaku konsumtif generasi Z di Yogyakarta.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk:

a. Untuk Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* sebagai alat transaksi pada perilaku konsumtif generasi Z di Yogyakarta.

b. Untuk Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi yang nantinya dapat digunakan untuk melakukan penelitian yang terkait dengan riset ini.

### **1.5 Hipotesis Penelitian**

Mengacu pada dasar pemikiran yang bersifat teoritis dan studi empiris yang pernah dilakukan, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Terdapat pengaruh signifikan antara persepsi manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Yogyakarta.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Rencana sistematika penulisan skripsi akan terdiri dari 5 bab yaitu:

**BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah dibuatnya penelitian, perumusan masalah dalam penelitian, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat yang diperoleh dari penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian.

**BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini akan menjelaskan landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian serta studi terkait berisi tentang penelitian sebelumnya.

**BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai jenis dan sumber data. Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian serta batasan operasional.

**BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan menjelaskan hasil dan pembahasan yang akan diuraikannya hasil analisis data dan pembahasan berdasarkan rumusan masalah yang ada.

**BAB V: PENUTUP**

Dalam bab terakhir ini akan menguraikan mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan yang dapat diberikan untuk penelitian sebelumnya