

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Seiring dengan kemajuan teknologi di seluruh dunia yang memberikan dampak signifikan terhadap interaksi manusia dalam kehidupan sosial, termasuk cara manusia berinteraksi dalam hal keuangan. Transaksi keuangan telah mengalami berbagai fase perkembangan, pada awalnya manusia hanya melakukan pertukaran barang, kemudian beralih dengan penggunaan logam berharga sebagai alat transaksi, hingga pada saat ini manusia menggunakan uang sebagai alat transaksi. Setelah itu, perkembangan transaksi keuangan terus berlanjut, dimana penggunaan uang kertas yang sebelumnya bersifat umum, saat ini telah tergantikan dengan sistem pembayaran tanpa tunai/ *cashless* yang lebih praktis, aman, dan efisien.

Indonesia telah mengalami kemajuan yang cukup signifikan dalam menerapkan sistem pembayaran tanpa tunai, dimulai dengan peluncuran Gerakan Nasional Non Tunai (GNTT) oleh Bank Indonesia pada tanggal 14 Agustus 2014 (Gerakan Nasional Non Tunai, 2018). Tujuan dari gerakan ini ialah untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai penggunaan uang elektronik melalui penerapan berbagai jenis pembayaran non tunai dalam aktivitas ekonomi.

Uang elektronik dijelaskan dalam pasal 1 ayat (3) menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018, yakni:

“Uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut; diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*, dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.”

Selanjutnya, pasal 1 ayat (4) menjelaskan bahwa nilai uang elektronik adalah nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip* yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.

Di Indonesia dalam empat tahun terakhir terjadi peningkatan tren dalam penggunaan uang elektronik dan tren kenaikan yang signifikan juga terjadi dalam satu tahun terakhir. Berikut merupakan data transaksi uang elektronik yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 1.1 Data Transaksi Uang Elektronik Empat Tahun Terakhir**

<b>Tahun</b>	<b>Nilai Transaksi (Rp)</b>
2019	145.165.467.752.595
2020	204.909.169.984.853
2021	305.435.828.472.424
2022	407.534.241.472.589

Sumber: Data Bank Indonesia, diakses pada 20 Februari 2024

Berdasarkan data di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai transaksi uang elektronik di Indonesia secara keseluruhan selama empat tahun terakhir mengalami peningkatan yang signifikan. Tren ini khususnya terjadi pada tahun 2020, penggunaan uang elektronik mencapai puncaknya. Fenomena ini terjadi di tengah situasi pandemi Covid-19, masyarakat Indonesia lebih banyak beraktivitas di rumah, sehingga berdampak pada nilai transaksi uang elektronik yang mencapai rata-rata Rp 17 triliun setiap bulannya.

Bank Indonesia telah mengeluarkan standar kode *quick response (QR)* untuk pembayaran menggunakan *QR code* di aplikasi *QR* pada dompet digital (*e-wallet*) dan aplikasi *mobile banking* di sektor perbankan. Keberadaan *Quick Response Indonesian Standard (QRIS)* dalam sistem pembayaran *cashless* di Indonesia dianggap sebagai salah satu langkah menuju visi Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025 yang diatur dalam peraturan Anggota Dewan Gubernur Nomor 21/18/PAGD/2019 tentang implementasi *Standar Nasional Quick Response Code* untuk pembayaran dan berlaku pada tanggal 1 Januari 2020 (Bank Indonesia, 2020).

Sistem *QRIS* memberikan manfaat bagi pengguna dengan memperluas cara pembayaran sehingga memberikan fleksibilitas dalam memilih cara pembayaran saat bertransaksi dengan *merchant*. Dengan adanya pengembangan *QRIS* ini akan membantu industri secara keseluruhan dalam meningkatkan efisiensi pembayaran sehingga lebih mudah terkoneksi dan berinteroperabilitas.

Kemajuan teknologi telah menyentuh berbagai bidang, termasuk transaksi keuangan. Oleh sebab itu, *e-wallet* telah menjadi pilihan utama bagi masyarakat dibandingkan dengan pilihan pembayaran lain yang tersedia di *platform e-commerce* (Naurah, 2023). Hal ini selaras dengan Laporan *East Ventures (EV)* mengenai pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia, ditunjukkan oleh grafik berikut ini:

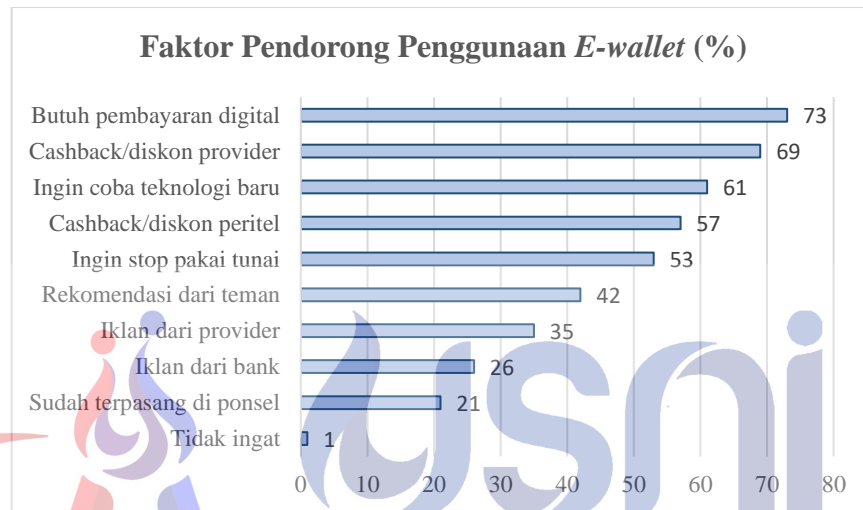


**Gambar 1.1 Metode Pembayaran Paling Banyak digunakan di Indonesia**

Sumber: GoodStats.id, diakses pada 20 Februari 2024

Berdasarkan hasil laporan di atas, mayoritas konsumen di Indonesia memilih *e-wallet* sebagai metode pembayaran yang paling favorit atau populer digunakan saat berbelanja *online* dengan persentase sebesar 81%. Selanjutnya pada urutan kedua, konsumen menggunakan metode pembayaran *virtual account* dengan persentase sebesar 60%. Kemudian diikuti dengan pembayaran melalui transfer bank dan *cash/COD* dengan persentase sebesar 55%.

Ada beberapa faktor yang mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan *e-wallet* sebagai salah satu metode pembayaran saat ini. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Boku Inc, faktor yang mendorong masyarakat untuk menggunakan *e-wallet* dapat dilihat dalam grafik berikut:



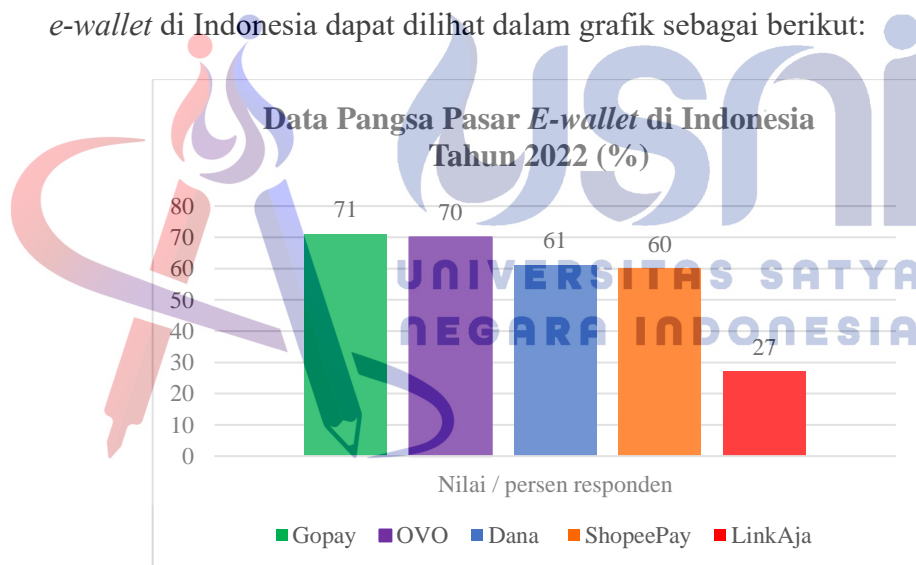
**Gambar 1.2 Faktor Pendorong Penggunaan *E-wallet* (%)**

Sumber: Databoks, diakses pada 20 Februari 2024

Berdasarkan hasil survei di atas, alasan utama yang mendorong masyarakat Indonesia menggunakan *e-wallet* dikarenakan mereka memiliki kebutuhan untuk melakukan pembayaran secara *online* atau digital dengan persentase mencapai 73%. Selanjutnya, diikuti dengan adanya insentif berupa *cashback* atau diskon yang diberikan oleh penyedia *e-wallet* dengan persentase sebesar 69%. Hal tersebut merupakan salah satu strategi yang diterapkan oleh perusahaan penyedia *e-wallet* dengan tujuan untuk menarik pengguna atau konsumen baru. Kemudian, ingin mencoba inovasi teknologi baru juga menjadi alasan masyarakat Indonesia menggunakan *e-wallet* dengan

persentase sebesar 61% yang diharapkan dapat mempermudah masyarakat dalam proses bertransaksi.

Meningkatnya minat pengguna *e-wallet* di Indonesia salah satunya dipicu oleh penawaran diskon atau promosi yang melimpah sehingga mendorong penggunaan *e-wallet* di Indonesia semakin umum dilakukan. Hal ini menyebabkan persaingan antar perusahaan *e-wallet* untuk menarik pengguna semakin sengit, sehingga hal ini tercermin dalam *market share* setiap perusahaan *e-wallet* di Indonesia. Berikut merupakan data pangsa pasar *e-wallet* di Indonesia dapat dilihat dalam grafik sebagai berikut:



**Gambar 1.3 Data Pangsa Pasar *E-wallet* di Indonesia Tahun 2022 (%)**

Sumber: Databoks, diakses pada 20 Februari 2024

Menurut laporan dari Insight Asia mengenai *E-wallet Industry Outlook 2023*, *platform* yang dominan digunakan adalah Gopay dengan persentase pengguna sebesar 71%. Diikuti persaingan yang sangat ketat dengan OVO yang memiliki persentase pengguna sebesar 70%. Sementara itu, pengguna *e-wallet* lain seperti Dana, ShopeePay, dan LinkAja memiliki persentase

pengguna yang lebih rendah seperti yang ditunjukkan dalam grafik di atas. Meskipun transaksi melalui *e-wallet* menawarkan kenyamanan dan kemudahan, tetapi hal ini memiliki potensi dampak negatif yang muncul salah satunya adalah budaya konsumtif. Budaya konsumtif dapat memengaruhi individu untuk mengonsumsi secara berlebihan terlepas dari kebutuhan nyata, terutama tertarik oleh penawaran diskon atau *cashback* yang mungkin tidak sesuai dengan kebutuhan.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh ipsos.co.id mengenai *aplikasi e-wallet* dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2020, *e-wallet* telah menjadi alat pembayaran yang populer di kalangan generasi muda (IPSOS, 2020). Pengguna *e-wallet* di kalangan anak muda meningkat karena produktivitas mereka lebih tinggi daripada kelompok lainnya (Intan, 2020). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Zigi dengan Katadata *Insight Center* pada tahun 2021, mayoritas generasi Z cenderung memilih *e-wallet* dengan persentase sebesar 68% daripada kartu ATM bank (Katadata, 2022). Generasi Z merupakan mereka yang lahir dalam rentang tahun 1997 sampai 2012 atau saat ini berusia sekitar 12 sampai 27 tahun (databoks, 2021).

Keunggulan ini dipengaruhi oleh karakteristik generasi Z yang saat ini sering dikaitkan dengan gaya hidup terkini atau *up-to-date* karena dinilai memiliki tingkat literasi teknologi yang tinggi dan juga didukung oleh penyebaran internet yang meluas di kalangan generasi Z. Kemudian, diikuti dengan hasil riset tentang tren *e-wallet* di Indonesia pada tahun 2020 yang dilakukan oleh Lembaga Survei Opini (Jakpat), sekitar 52% dari wilayah

yang menggunakan *e-wallet* berasal dari pulau Jawa, dengan sekitar 28% di antaranya dari Jakarta.

Menurut data laporan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah generasi Z di DKI Jakarta pada tahun 2020 berjumlah sebesar 2.709.258 jiwa atau 25,65% dari total seluruh penduduk di DKI Jakarta. Berikut dapat dilihat dalam grafik berikut:



**Gambar 1.4 Jumlah Generasi Z di DKI Jakarta**

Sumber: Badan Pusat Statistik, diakses pada 10 Maret 2024

Melihat hasil survei diatas, wilayah Jakarta Timur menempati persentase tertinggi sebesar 29,23% atau 792.092 jiwa. Persentase tinggi kedua berada di wilayah Jakarta Barat sebesar 22,95% atau 621.776 jiwa. Di posisi ketiga terbanyak ditempati wilayah Jakarta Selatan sebesar 20,88% atau 565.953 jiwa. Sementara itu, wilayah lain seperti Jakarta Utara, Jakarta Pusat dan Kepulauan Seribu memiliki persentase generasi Z yang lebih rendah seperti yang ditunjukkan dalam grafik di atas.

Fenomena atau kenyataan yang terjadi pada perkembangan uang elektronik di era 4.0 telah memberikan banyak kemudahan bagi generasi Z



dalam aspek kehidupan mereka. Dalam aktivitas sehari-hari generasi Z mengandalkan uang elektronik sebagai metode pembayaran. Hal ini terlihat saat mereka membayar layanan ojek *online*, berbelanja di minimarket, bertransaksi di *e-commerce* serta membeli makanan dan minuman di tempat yang menerima pembayaran *cashless* (IPSOS, 2020). Oleh sebab itu, tren penggunaan uang elektronik ini memengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan uang elektronik berbasis *server* dalam aktivitas sehari-hari.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Darmayanti & Girindratama (2021), terdapat korelasi antara *Attitude*, *Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* dengan *Intention to Use*, yang menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap *Intention to Use*. Namun, hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kaukab & Setiyanti (2022), bahwa *theory of planned behavior* tidak banyak memengaruhi minat penggunaan *M-Banking* di masa pandemi covid-19.

Dari pembahasan di atas penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan *e-wallet* menggunakan *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Teori ini mengemukakan bahwa terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi perilaku individu. Faktor pertama adalah sikap (*attitude*) yang mencerminkan penilaian individu terhadap sebuah perilaku. Faktor kedua adalah faktor sosial atau norma subjektif (*subjective norm*) yang mencakup tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan sebuah tindakan atau perilaku. Faktor ketiga adalah kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) yang

merujuk pada persepsi kemudahan atau kesulitan dalam melakukan sebuah perilaku (Ajzen, 1991). Dalam hal ini, terlihat bahwa ada tiga faktor utama yang menentukan perilaku, yaitu sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku yang memiliki dampak positif terkait dengan minat terhadap suatu perilaku tertentu. Minat terhadap perilaku tersebut dapat memprediksi perilaku sebenarnya atau faktual dari konsumen, yang kemudian memungkinkan pemahaman terhadap kebiasaan pengguna dalam menggunakan teknologi tertentu. Dalam konteks penelitian ini, minat tersebut diukur melalui penggunaan *e-wallet* dalam transaksi pembayaran.

Berangkat dari uraian latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Attitude*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* terhadap *Using Intention E-wallet* pada Generasi Z di Jakarta Selatan”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* berpengaruh signifikan terhadap *using intention e-wallet* pada generasi Z di Jakarta Selatan?
2. Apakah *attitude* berpengaruh signifikan terhadap *using intention e-wallet* pada generasi Z di Jakarta Selatan?

3. Apakah *subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap *using intention e-wallet* pada generasi Z di Jakarta Selatan?
4. Apakah *perceived behaviorial control* berpengaruh signifikan terhadap *using intention e-wallet* pada generasi Z di Jakarta Selatan?

### 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan di atas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behaviorial control* terhadap *using intention e-wallet* pada generasi Z di Jakarta Selatan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *attitude* terhadap *using intention e-wallet* pada generasi Z di Jakarta Selatan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *subjective norm* terhadap *using intention e-wallet* pada generasi Z di Jakarta Selatan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *perceived behaviorial control* terhadap *using intention e-wallet* pada generasi Z di Jakarta Selatan.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

a) Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengetahui argumentasi utama masyarakat khususnya pada generasi Z yang berminat menggunakan *e-wallet*. Selain itu, dapat digunakan sebagai panduan bagi pihak terkait atau *stakeholder* seperti penyelenggara layanan *e-wallet* untuk memahami tren perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan dan juga dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut sebagai sumber referensi bagi para peneliti yang memerlukan informasi tersebut.

b) Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan yang ditentukan dalam penelitian, jika akan melakukan penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

c) Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi Perusahaan penyedia *e-wallet* dengan memperdalam pemahaman mereka terhadap konsumen yang menjadi target pasar. Selain itu, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan keunggulan *e-wallet* dibandingkan dengan metode pembayaran tunai atau non-tunai

lainnya sehingga diharapkan dapat mendorong adopsi *e-wallet* sebagai pilihan utama untuk transaksi pembelian di setiap kesempatan.

