

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perubahan lingkungan ekonomi, perkembangan teknologi, dan berubahnya kebutuhan konsumen mendorong pertumbuhan inovasi di bidang teknologi, salah satunya *financial technology* atau *fintech* (Arslanian & Fischer, 2019). *Fintech* merupakan inovasi pada sektor industri jasa keuangan yang hadir dengan memanfaatkan penggunaan teknologi yang dibangun untuk tujuan spesifik seperti eksekusi mekanisme transaksi keuangan yang spesifik (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2020). *FinTech* berbeda dengan *Technology Financial (TechFin)*. *FinTech* merupakan perusahaan yang memberikan layanan finansial ke konsumennya melalui teknologi ataupun solusi digital. Sedangkan *TechFin* merupakan perusahaan yang awalnya ada pada industri berbeda (biasanya perusahaan teknologi ataupun penyedia *e-commerce*) lalu kemudian menyediakan layanan finansial bagi konsumennya (Hari Krishna & Arun Kumar, 2020).

Pertumbuhan fintech dibuktikan dari adanya kenaikan revenue dari keseluruhan pasar Fintech global yang sebelumnya memiliki rata-rata mencapai 16,2% tiap tahunnya. Angka ini merupakan rata-rata dari tahun 2017 hingga 2019. Pertumbuhan yang tergolong tinggi ini diprediksi akan berlanjut terus hingga tahun 2024. Rata-rata pertumbuhan diprediksi mencapai 11,7% tiap tahunnya (Deloitte, 2020). Selain itu, tingkat adopsi fintech juga tergolong tinggi.

*FinTech* terbagi menjadi beberapa tipe. H. Arslanian dan F. Fischer (2019), mengelompokkan *FinTech* menjadi enam tipe yaitu: *payment, lending, wealth management, insurance, digital banking, dan RegTech*. OJK membagi *FinTech* pada beberapa model bisnis dengan peraturan yang berbeda-beda. Model bisnis ini dibagi menjadi empat kelompok besar yaitu pembayaran digital, pinjaman online, Inovasi Keuangan Digital, dan Equity Crowdfunding (AFTECH, 2020). Sebanyak 43% diantaranya bergerak di bidang pembayaran seperti OVO, Doku, LinkAja,

**Izmi Kholianmin Afridany, 2023**

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION ADOPT TECHNOLOGY WALLET (Survei pada Pengguna Gopay)**

**Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu**

Paytren, dan Dana. Tingkat adopsi fintech secara global mencapai 64% pada tahun 2019, 12% lebih tinggi jika dibandingkan dengan prediksi pada tahun 2017 (Ernst & Young 2019). Artinya, pertumbuhan fintech melebihi apa yang di prediksi sebelumnya. Perkembangan fintech yang pesat ini juga terjadi di Indonesia. Diambil dari laman Asosiasi Penyelenggara Keuangan Digital yang ditunjuk OJK yaitu AFTECH, hingga saat ini, terdapat 362 startup fintech, 24 institusi keuangan, dan 5 mitra teknologi (AFTECH, 2020). Angka ini merupakan angka yang cukup tinggi. Pertumbuhan FinTech yang pesat tersebut dikarenakan pertumbuhan ukuran internet economy Indonesia yang juga memiliki angka sangat tinggi yaitu sebesar 49% tiap tahunnya (Google et al., 2019).

Dorongan penggunaan e-wallet atau e-money juga didukung oleh pemerintah Indonesia. Bank Indonesia menerbitkan izin penggunaan dompet digital melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009. Selain itu, sejak bulan November tahun 2014, Bank Indonesia memulai Gerakan Nasional Non Tunai yang mendorong masyarakat Indonesia untuk memulai penggunaan instrumen pembayaran non tunai dan meningkatkan jumlah masyarakat non tunai (Cashless Society).

Indonesia masih memiliki tingkat adopsi teknologi yang cukup rendah jika dibandingkan dengan negara Asia lainnya. Indonesia memiliki tingkat adopsi sebesar 1,5%. Sedangkan China yang telah mencapai angka 23,5% dan India telah mencapai 7,5% (Mittal et al., 2016). Namun, diprediksi angka ini akan menjadi tiga kali lipat lebih banyak dalam lima tahun ke depan (BOKU, 2021). Dari laporan yang sama, diestimasi volume transaksi mobile wallet di Indonesia mencapai 1,7 miliar di 2020. Angka ini akan terus meningkat hingga 16 miliar transaksi di 2025. Sementara total nilai transaksi tahun 2020 mencapai \$28 miliar dan diestimasi akan

**Izmi Kholianmin Afridany, 2023**

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION ADOPT TECHNOLOGY WALLET (Survei pada Pengguna Gopay)**

**Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu**

terus tumbuh hingga \$107 miliar atau Rp1,55 kuadriliun pada tahun 2025. Angka ini menunjukkan bahwa pasar *mobile wallet* merupakan pasar yang menarik.

**TABEL 1.1**

<b>RANKING TOTAL UNDUH DOMPET DIGITAL</b>					
<b>Rank</b>	<b>Q2 2019</b>	<b>Q3 2019</b>	<b>Q4 2019</b>	<b>Q1 2020</b>	<b>Q2 2020</b>
1	Gopay	Gopay	Gopay	Gopay	Gopay
2	OVO	OVO	OVO	OVO	OVO
3	Dana	Dana	Dana	Dana	Dana
4	LinkAja	LinkAja	LinkAja	LinkAja	LinkAja
5	i.saku	i.saku	i.saku	i.saku	i.saku

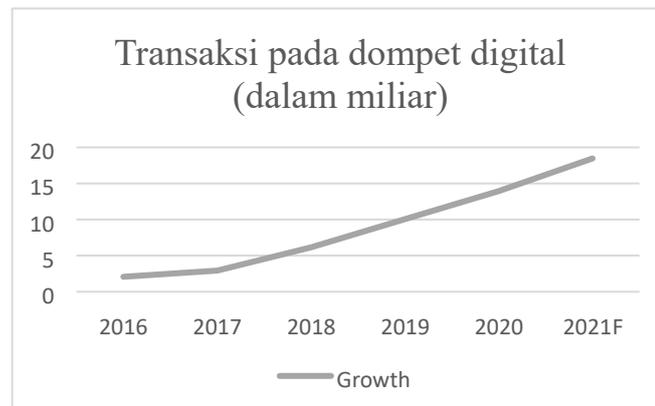
Sumber: (BOKU, 2021)

Berdasarkan Tabel 1.2 Gopay menempati peringkat pertama sebagai dompet digital yang banyak di unduh oleh masyarakat, posisi kedua terdapat OVO lalu diisusul dengan Dana hingga jumlah unduhan pada peringkat kelima yaitu I saku. GoPay perlu mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi adopsi GoPay. Berdasarkan laporan Buku (BOKU, 2021), masyarakat memiliki tujuan yang berbeda-beda dalam menggunakan dompet digital. Sebanyak 73% menggunakannya karena butuh membayar sesuatu secara *online*. Sebanyak 69% menggunakannya karena terdapat promo dari penyedia layanan. Sebanyak 61% responden menggunakannya karena ingin mencoba teknologi baru. Kemudian, 57% menggunakannya karena ingin mendapatkan promo dari *merchant*. Lalu, 53% responden menggunakan *e-wallet* karena sudah tidak ingin menggunakan uang tunai. Terdapat 42% yang menggunakannya karena rekomendasi teman yang telah menggunakannya lebih dulu. Namun, survei ini masih belum bisa mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi adopsi, hanya alasan adopsinya saja.

**Izmi Kholianmin Afridany, 2023**

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION ADOPT TECHNOLOGY WALLET (Survei pada Pengguna Gopay)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



**GAMBAR 1.1**  
**TRANSAKSI DOMPET DIGITAL**

Sumber: Bank Indonesia, 2020

Terdapat lima perusahaan yang mendominasi pasar Indonesia yaitu OVO, ShopeePay, LinkAja, Gopay \$3,7 juta, dan DANA. Gambar 1.1 menunjukkan bahwa terdapat peningkatan penggunaan dompet digital di kalangan masyarakat Bank Indonesia mencatat data kenaikan yang signifikan pada penggunaan dompet digital pada 3 tahun terakhir (BOKU, 2021). Pangsa pasar dari tiap perusahaan dapat dilihat pada Tabel 1.1. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa *market leader* dompet digital di Indonesia adalah OVO.

**TABEL 1.2**  
**PANGSA PASAR DOMPET DIGITAL**

No	Perusahaan	Pangsa Pasar
1	OVO	38,2%
2	ShopeePay	15,6%
3	LinkAja	13,9%
4	Gopay	13,2%
5	Dana	12,2%
6	Lainnya	6,9%

Sumber: technisia, 2020

**Izmi Kholianmin Afridany, 2023**

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION ADOPT TECHNOLOGY WALLET (Survei pada Pengguna Gopay)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Salah satu perusahaan penyedia layanan dompet digital adalah GoPay. GoPay merupakan pemain utama di pasar dompet digital di Indonesia. Namun, belum menjadi *market leader* di Indonesia dengan jumlah pangsa pasar yaitu 13.2 persen pada urutan pertama terdapat OVO dengan tingkat persentase 38.2 persen. Tahun 2018, GoPay dan Tokopedia melakukan kerja sama untuk meningkatkan pengalaman belanja online pengguna di platform Tokopedia. Kerja sama ini memungkinkan pengguna Tokopedia untuk menggunakan GoPay sebagai metode pembayaran untuk transaksi di platform tersebut. GoTo Financial adalah divisi fintech dari perusahaan teknologi Indonesia GoTo Group yang terdiri dari Ewallet Gopay dan Tokopedia. Divisi ini menyediakan berbagai produk dan layanan finansial digital, termasuk pinjaman, investasi, asuransi, dan layanan pembayaran. Pada tahun 2020, GoTo Financial melaporkan pendapatan sebesar US\$ 68,6 juta.

Namun, pendapatan sebenarnya mungkin lebih tinggi, karena beberapa produk dan layanan fintech GoTo dikelola secara terpisah oleh perusahaan mitra, GoTo Financial juga menawarkan produk pinjaman, termasuk pinjaman konsumen dan pinjaman UKM. Pada tahun 2020, total pinjaman yang disalurkan melalui platform ini mencapai US\$ 6,8 miliar. OVO adalah platform pembayaran digital Indonesia yang juga menawarkan produk dan layanan fintech, termasuk pinjaman, investasi, dan asuransi. OVO didukung oleh Lippo Group dan Grab, dan memiliki lebih dari 115 juta pengguna. Sementara GoTo Financial memiliki lebih dari 29 juta pengguna dan juga menawarkan produk dan layanan serupa, OVO memiliki keunggulan dalam jumlah pengguna yang jauh lebih besar.

GoPay adalah layanan dompet digital yang disediakan oleh Gojek dan Tokopedia, sementara Tokopedia adalah salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia. Sejak akuisisi oleh E-wallet Gopay pada tahun 2020, GoPay telah terintegrasi dengan platform Tokopedia, sehingga memungkinkan pengguna Tokopedia untuk menggunakan GoPay sebagai salah satu metode pembayaran

**Izmi Kholianmin Afridany, 2023**

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION ADOPT TECHNOLOGY WALLET (Survei pada Pengguna Gopay)**

**Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu**

mereka saat berbelanja di Tokopedia. Dengan adanya integrasi GoPay dengan Tokopedia, pengguna Tokopedia dapat memilih GoPay sebagai metode pembayaran saat melakukan pembelian, baik melalui aplikasi mobile Tokopedia maupun situs web Tokopedia. Proses pembayaran menggunakan GoPay di Tokopedia sangat mudah dan cepat, karena pengguna hanya perlu memilih metode pembayaran GoPay dan mengkonfirmasi transaksi melalui aplikasi E-wallet Gopay. Padahal, GoPay memiliki jumlah unduh paling banyak di Google Play Store (Banker, 2021). Peringkat ini tentu saja didukung karena GoPay berbasis aplikasi E-wallet Gopay yang menyediakan lebih banyak fungsi. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pengguna E-wallet Gopay yang belum mengadopsi GoPay. Padahal, potensi pengguna baru GoPay sangat tinggi. Hal ini perlu dimanfaatkan GoPay agar bisa memenangkan persaingan pada pasar dompet digital.

*Intention Adopt Technology* saat ini menjadi sebuah penunjang yang paling berpengaruh pada dunia bisnis. Aspek ini menimbulkan tantangan bagi perusahaan-perusahaan yang ingin memperluas lintas batas dan menawarkan layanan online di seluruh dunia (Rabayah et al., 2021). Meningkatnya adopsi layanan online, pembayaran elektronik menjadi sering dengan perluasan pasar seiring dengan perluasan jangkauan pemasok dan ukuran jaringan pengiriman. Munculnya digitalisasi melalui internet telah mempercepat arus globalisasi dan sistem pembayaran dari transaksi manual ke transaksi *online* (Yang et al., 2021).

Studi ini menyelidiki faktor-faktor dalam memotivasi penggunaan wallet sehubungan dengan niat untuk menggunakan e-wallet dan adopsi e-wallet. Studi sebelumnya telah menyelidiki kegunaan yang dirasakan, adopsi digitalisasi hingga penggunaan yang dirasakan (SULEMAN et al., 2013), pengaruh sosial (Rocha & van Praag, 2020), memfasilitasi kondisi (Widodo et al., 2019), kompatibilitas gaya hidup (Belanche et al., 2020), kepercayaan yang dirasakan (Soodan & Rana, 2020) dan niat untuk mengadopsi E-wallet (Soodan & Rana, 2020).

**Izmi Kholianmin Afridany, 2023**

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION ADOPT TECHNOLOGY WALLET (Survei pada Pengguna Gopay)**

**Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu**

Beberapa faktor yang mempengaruhi *intention to adopt technology* adalah sebagai berikut: Perceived usefulness: 1) *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan 2) *perceived ease of use* 3) *attitude toward using technology* 4) *subjective norm*. 5) *perceived behavioral control*. Beberapa penelitian lain menyebutkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* memiliki intansi penggunaan pada layanan. Penelitian yang lain mengenai *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap *intention to adopt technology* karena *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* adalah dua faktor kunci dalam *Theory of Reasoned Action (TRA)* dan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang digunakan untuk memahami perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi baru (Venkatesh, 2003).

*Perceived ease of use* adalah persepsi individu tentang seberapa mudah teknologi dapat digunakan, sementara *perceived usefulness* adalah persepsi individu tentang seberapa bermanfaat teknologi tersebut untuk memenuhi kebutuhan atau mencapai tujuan tertentu. Kedua variabel ini saling mempengaruhi karena semakin mudah penggunaan teknologi dan semakin bermanfaat teknologi tersebut, semakin besar kemungkinan individu akan berniat untuk mengadopsinya. Persepsi tentang kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan teknologi juga dapat memengaruhi persepsi individu tentang norma subjektif, yaitu persepsi individu tentang seberapa banyak orang di sekitarnya yang mendukung penggunaan teknologi. Hal ini dapat memengaruhi niat individu untuk mengadopsi teknologi baru. Oleh karena itu, *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* saling mempengaruhi untuk membentuk niat individu untuk mengadopsi teknologi baru (Venkatesh et al., 2015).

Upaya lain untuk mengetahui faktor tersebut adalah melalui penelitian dengan menggunakan model penerimaan teknologi (Liu et al., 2010). Model

**Izmi Kholianmin Afridany, 2023**

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION ADOPT TECHNOLOGY WALLET (Survei pada Pengguna Gopay)**

**Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu**

penerimaan teknologi atau yang biasa disebut TAM dikembangkan pertama kali oleh Davis (Davis, 1985). Model ini menjelaskan menjelaskan penerimaan individu terhadap teknologi. Model ini memiliki dua konstruk utama yaitu *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *Perceived Usefulness* (persepsi kebermanfaatan). Maksudnya, pengguna akan mengadopsi suatu teknologi jika teknologi tersebut dirasa memberikan manfaat untuk dirinya dan dianggap mudah untuk digunakan. Terdapat beberapa penelitian yang telah menggunakan model ini yaitu penelitian Hidayat dkk. (2021), Kustono dkk. (Kustono dkk, 2020), dan penelitian Salzabella dkk. (2021). Penelitian tersebut menemukan bahwa faktor *perceived ease of use* dan *Perceived Usefulness* berkorelasi signifikan dengan bertambahnya *Intention Adopt Technology* untuk menggunakan dompet digital. Namun, besar pengaruh dari faktor ini berbeda-beda.

Faktor yang lain dianggap mempengaruhi *Intention Adopt Technology* untuk menggunakan dompet digital yaitu social influence. Hal ini juga perlu dipertimbangkan apakah kondisi ini memoderasi adanya *Intention Adopt Technology* penggunaan atau tidak. Berdasarkan uraian permasalahan yang dikemukakan, maka diperlukan penelitian mengenai **"PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION ADOPT TECHNOLOGY WALLET (STUDI PADA PENGGUNA GOPAY)"**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka dapat dimerumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *intention adopt technology* pada pengguna GoPay?
2. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention adopt technology* untuk mengadopsi pengguna GoPay?

**Izmi Kholianmin Afridany, 2023**

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION ADOPT TECHNOLOGY WALLET (Survei pada Pengguna Gopay)**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

3. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention adopt technology* untuk mengadopsi pengguna GoPay?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *intention adopt technology* pada pengguna GoPay.
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention adopt technology* untuk mengadopsi pengguna GoPay
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention adopt technology* untuk mengadopsi pengguna GoPay

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi tambahan mengenai faktor apa yang mempengaruhi *intention adopt technology* menggunakan dompet digital.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi strategi yang perlu diterapkan pengguna Gopay.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan referensi sebagai bahan penelitian selanjutnya.

**Izmi Kholianmin Afridany, 2023**

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION ADOPT TECHNOLOGY WALLET (Survei pada Pengguna Gopay)**

**Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu**