

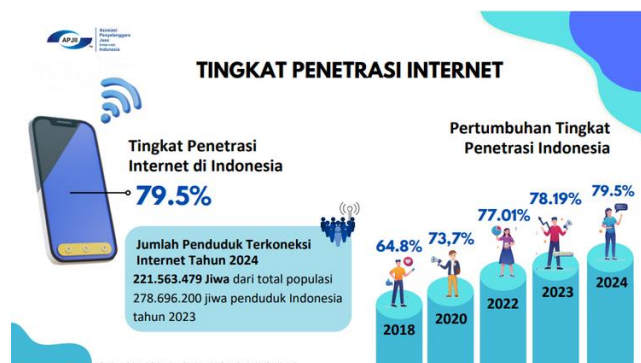
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dalam hal adopsi dan niat penggunaan, terlihat jelas bahwa beberapa kelompok konsumen cenderung menentang inovasi dan skeptis terhadap teknologi baru, Jahanmir & Lages (2014), yang dapat menyebabkan inovasi gagal Heidenreich & Spieth (2013). Talke & Heidenreich (2014) berpikir bahwa konsumen harus tahu tentang resistensi inovasi mereka agar mereka dapat mengadopsi produk baru. Meskipun keuntungan besar dari layanan *mobile wallet*, mereka masih belum banyak digunakan oleh pengguna *e-banking*, Karimi et al. (2018). Oleh karena itu, penelitian saat ini meneliti faktor-faktor yang memengaruhi perilaku individu untuk menggunakan layanan *mobile wallet*. Penelitian sebelumnya meneliti adopsi *mobile wallet* dari berbagai sudut pandang, menggabungkan berbagai kerangka kerja dan variabel teoretis Dahlberg et al. (2015).

Di era globalisasi, kemajuan teknologi telah berkembang dengan sangat cepat, dan kemajuan ini memiliki dampak yang signifikan pada kehidupan masyarakat. Salah satu konsekuensi dari kemajuan teknologi adalah penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari. Pengguna internet terus meningkat setiap tahun karena kemudahan dan efisiensinya.



Sumber : APJII, 2024

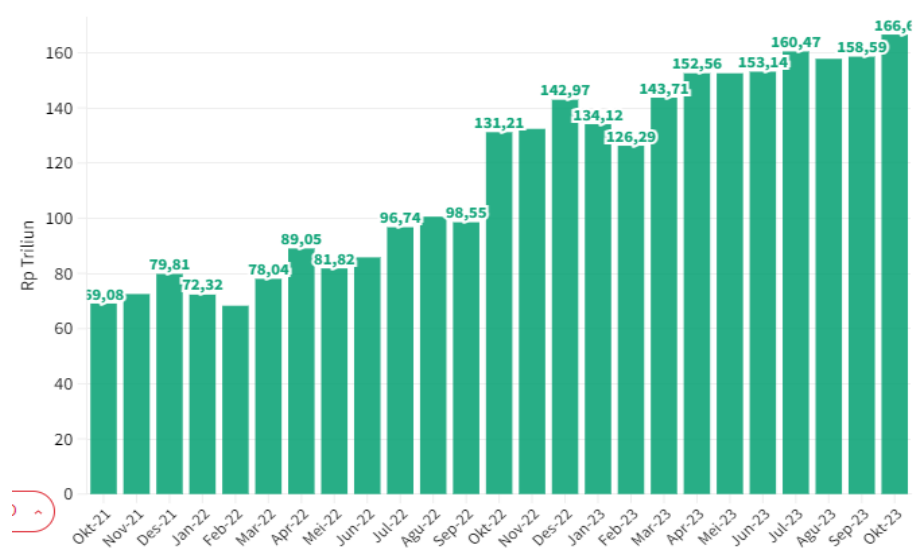
Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2024

Laporan APJII menyatakan bahwa jumlah penduduk Indonesia diperkirakan mencapai 278,69 juta pada tahun 2023. Tingkat penetrasi internet dihitung dengan membandingkan jumlah orang yang terkoneksi internet dengan total populasi. Ini berarti bahwa penetrasi internet Indonesia akan meningkat secara konsisten dalam tiga tahun terakhir dan akan mencapai 79,5% pada awal 2024. Penetrasi internet Indonesia meningkat menjadi 77,01% pada tahun 2022, naik menjadi 78,19% pada tahun 2023, dan mencapai 79,5% pada tahun 2024.

Bughin et al. (2018) mengatakan pandemi COVID-19 telah mendorong masyarakat untuk menjadi "masyarakat tanpa uang tunai", atau konsep ekonomi untuk melakukan transaksi keuangan secara elektronik daripada menggunakan uang tunai. Masyarakat tanpa uang, juga dikenal sebagai masyarakat nirtunai, jarang menggunakan uang tunai atau uang tunai saat melakukan transaksi sehari-hari; mereka lebih suka menggunakan uang berbentuk uang tunai (Borges et al., 2021)(S. Yang et al., 2012). Di tengah pandemi COVID-19, masyarakat dipaksa melakukan segala hal di rumah dengan menggunakan teknologi, dan *mobile wallet* telah berkembang dengan sangat cepat di Indonesia. Selama pandemi, orang lebih cenderung menggunakan aplikasi pembayaran elektronik, seperti kartu debit, kartu kredit, untuk bertransaksi. Teknik ini memungkinkan pembayaran nirkontak yang aman, tanpa kontak, di mana seseorang hanya perlu memindai kartu atau kode QR di tempat pembayaran tanpa menyentuh uang kertas atau mesin pembayaran. Ini dapat mencegah virus menyebar melalui permukaan uang kertas yang mungkin terkontaminasi, hal ini mendorong banyak orang untuk beralih ke pembayaran elektronik dan transaksi nirkontak, salah satunya dengan menggunakan *mobile wallet*.

Adopsi *smartphone* atau ponsel pintar telah mengubah cara konsumen melakukan tugas sehari-hari. *Smartphone* telah ada di mana-mana di dunia saat ini, dan orang-orang mengandalkan ponsel pintar saat menjelajahi kota, menghubungi teman, berbelanja *online*, atau bahkan mengisi pengembalian pajak Queiros et al. (2016). *Smartphone* dan teknologi digital telah menyatu dengan kehidupan sehari-hari. McKenna et al. (2013) mengatakan beberapa upaya telah dilakukan untuk memahami penggunaan konsumen terhadap teknologi baru tersebut, meskipun

diperlukan lebih banyak penelitian mengenai adopsi dan niat untuk menggunakannya. Indonesia juga memiliki pertumbuhan pengguna internet dan *smartphone* yang sangat signifikan, memastikan posisi Indonesia sebagai salah satu negara dengan basis digital terbesar di dunia. Indonesia memiliki banyak potensi ekonomi, tetapi Indonesia menghadapi banyak tantangan, salah satunya adalah inklusi keuangan sebagai penunjang faktor pertumbuhan ekonomi. Hal ini dibandingkan dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya, Indonesia masih banyak mengandalkan Remitansi manual.



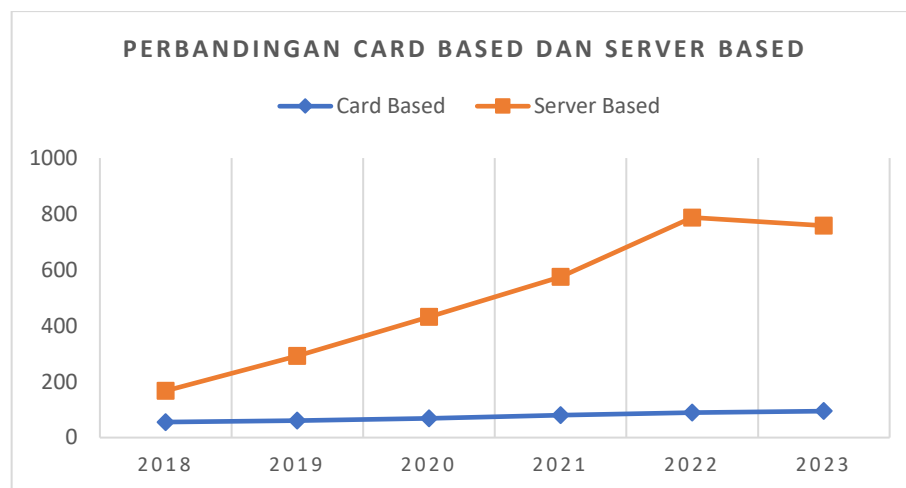
Sumber: Bank Indonesia, 2023

Gambar 1. 2 Nilai Transaksi Uang Elektornik (Oktober 2021-Oktober 2023)

Berdasarkan data dari Bank Indonesia (BI) nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp166,6 triliun pada Oktober 2023. Jumlah itu meningkat 5,05% dibandingkan pada bulan sebelumnya (*month-to-month/m-to-m*) yang sebesar Rp158,59 triliun. Nilai transaksi uang elektronik pada Oktober 2023 juga masih lebih tinggi 26,97% dibandingkan setahun sebelumnya (*year on year/yoy*). Di Indonesia, transaksi uang elektronik tercatat sebesar Rp131,21 triliun pada Oktober 2022, dengan belanja sebesar Rp41,74 triliun pada Oktober 2023. Transaksi uang elektronik untuk tarik tunai tercatat sebesar Rp988 miliar, dan transaksi redeem uang elektronik tercatat sebesar Rp1,07 triliun. Pada Oktober 2023, transaksi uang

elektronik tercatat mencapai 1,7 miliar kali. Jumlah itu naik 39% dibandingkan tahun sebelumnya (yoy) dan 1,4% secara bulanan (m-to-m).

Pembayaran di Indonesia berkembang dengan sangat cepat dan menjadi sangat canggih. Alat pembayaran beralih dari pembayaran tunai (didasarkan pada uang tunai) ke pembayaran nontunai (didasarkan pada uang nontunai), seperti cek dan bilyet giro, yang diproses melalui proses kliring atau penyelesaian. Selain itu, metode pembayaran yang tidak memerlukan kertas, seperti transfer dana elektronik dan pembayaran menggunakan kartu ATM, Kartu Kredit, Kartu Debit, dan Kartu Prabayar (*Card based*). Dalam sepuluh tahun terakhir, digitalisasi telah masuk ke dalam kehidupan masyarakat, mengubah perilaku mereka. Selain itu, alat pembayaran semakin beragam. Ini termasuk uang elektronik berbasis chip (*Chip based*) dan peladen/server (*Sever based*).

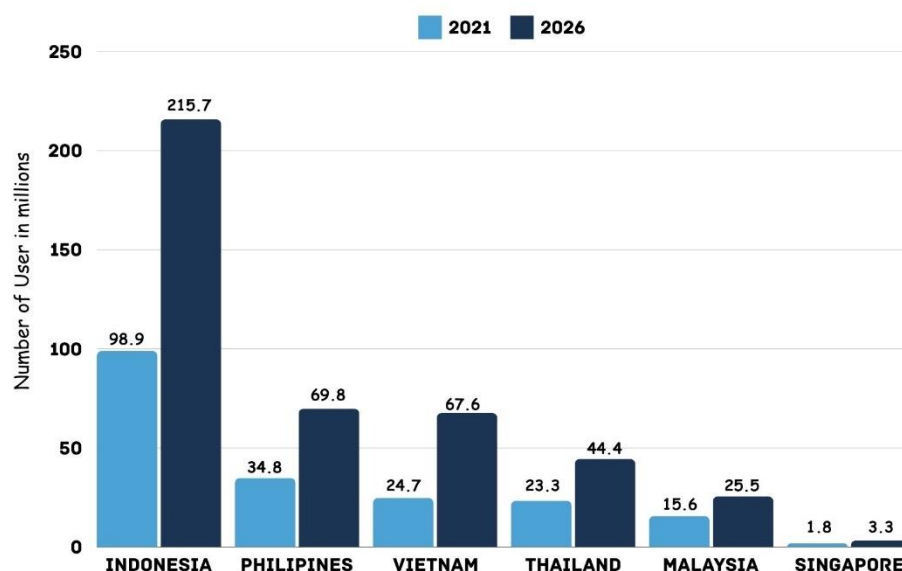


Sumber : Bank Indonesia, 2023

Gambar 1. 3 Data Perbandingan Card Based dan Server Based 2018 - Oktober 2023

Menurut Bank Indonesia (BI), keduanya terlihat meningkat dari 2018 hingga oktober 2023. Dibandingkan dengan *chip based* atau *card based*, data menunjukkan bahwa server lebih banyak digunakan daripada *chip based* atau *card based*. *Chip based* atau *card based* digunakan sebanyak 55,48 juta unit pada tahun 2018, tetapi meningkat pesat menjadi 94,536 juta unit pada tahun 2023. *Server based* digunakan sebanyak 111,72 juta unit pada tahun 2018, tetapi naik pesat menjadi 663,87 juta unit pada tahun 2023.

Perkembangan teknologi saat ini telah mengubah sistem pembayaran konvensional menjadi sistem pembayaran digital. Karena lebih mudah dan praktis untuk melakukan transaksi setiap hari, layanan pembayaran berbasis aplikasi digital bergantung pada perangkat *mobile*. Nagar (2019) adanya insentif untuk pelanggan juga menarik perhatian dan mendorong penggunaan *mobile wallet* di semua kelompok umur. Qin et al.(2016) menyatakan peraturan keuangan, *mobile wallet* atau dompet seluler, atau pembayaran seluler, adalah salah satu metode yang paling sering digunakan untuk layanan pembayaran seluler dengan dukungan internet. Sharma (2018) *Mobile wallet* telah menggantikan dompet fisik dan juga menggantikan penggunaan kartu debit dan kredit yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran *online* menggunakan ponsel.



Sumber : Digital Asia, 2023

Gambar 1. 4 Perkembangan Digital Wallet di Asia Tahun 2023

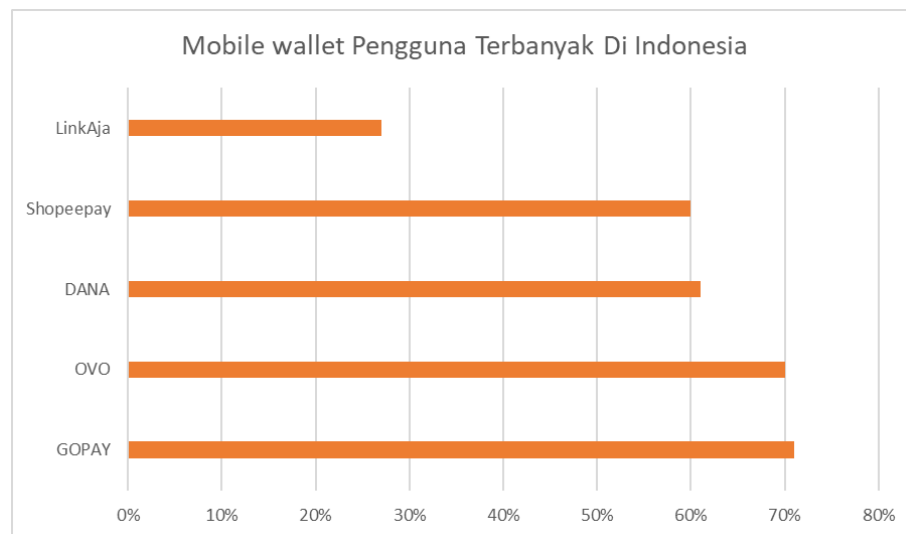
Tabel di atas menunjukkan bahwa Indonesia pada tahun 2021 sebanyak 98.0 juta, dan diperkirakan akan menjadi 215.7 juta pada tahun 2026. Filipina pada tahun 2021 sebanyak 34.8 juta, dan diperkirakan akan menjadi 59.8 juta pada tahun 2026. Vietnam pada tahun 2021 sebanyak 24,7 juta dan diperkirakan menjadi 67.6 juta pada tahun 2026; Thailand pada tahun 2021 sebanyak 23,3 juta dan diperkirakan

menjadi 44.4 juta pada tahun 2026; dan Malaysia pada tahun 2021 sebanyak 15.6 juta dan diperkirakan menjadi 25.5 juta pada tahun 2026.

Menurut Bank Indonesia dalam peraturan nomor 20/6/PBI/2018 mendefinisikan *mobile wallet* sebagai mata uang digital dimana semua pembayaran dilakukan secara *online*. *Mobile wallet* telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir di seluruh dunia. Perubahan situasi, pola perilaku dan kemajuan teknologi telah mendorong penggunaan yang luas dari pembayaran digital. Disamping berfungsi sebagai sarana pembayaran, *Mobile wallet* semakin terhubung dengan layanan lainnya. Pengguna dapat memanfaatkan *Mobile wallet* untuk memesan taksi, memperoleh tiket pesawat, membeli produk di platform perdagangan elektronik, dan bahkan membayar tagihan berkala. Kemudahan dan kenyamanan tersebutlah yang menjadi salah satu alasan terus bertambahnya pengguna *mobile wallet*.

Banyak orang telah menggunakan *mobile wallet* dalam beberapa tahun terakhir dan telah menjadi komponen penting dalam melakukan aktivitas keuangan. *Mobile wallet* memiliki potensi yang besar untuk mengubah hidup jutaan orang dengan menawarkan layanan keuangan kepada orang-orang yang tidak memiliki rekening bank. Dengan menawarkan fitur yang lebih praktis, aman, cepat, dan menguntungkan, *mobile wallet* memiliki potensi untuk mengubah hidup jutaan orang. Hasil dari penelitian terbaru InsightAsia, "*Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook*," menunjukkan bahwa dari 1.300 orang yang disurvei, 74% responden menggunakan *mobile wallet* untuk berbagai transaksi keuangan, mengalahkan uang tunai dan transfer bank. Penggunaan *mobile wallet* mendominasi metode pembayaran lainnya seperti uang tunai (49%), transfer bank (24%), QRIS (21%), *Paylater* (18%), kartu debit (17%) dan VA transfer (16%). (Bank Indonesia Institute, 2023)

Kesadaran warga Indonesia terhadap teknologi menyebabkan banyaknya perusahaan-perusahaan penyedia jasa keuangan baik lokal maupun internasional memperkenalkan platform *mobile wallet* di Indonesia, contohnya ada OVO, Gopay, Shopeepay, Dana dan LinkAja.



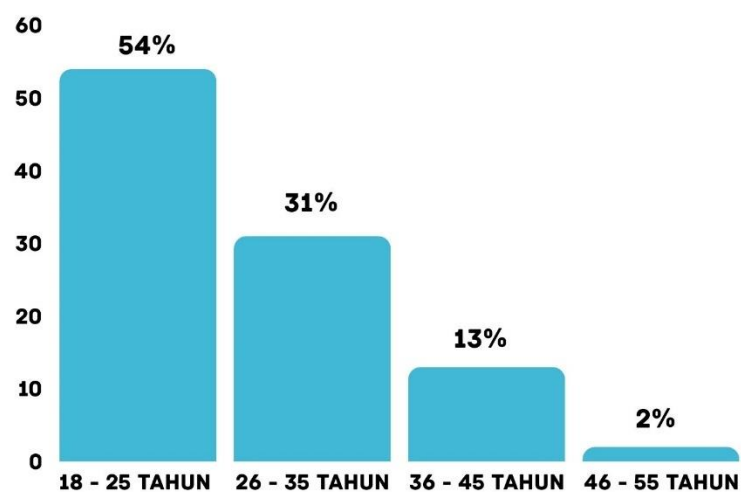
Sumber: InsightAsia, 2023

Gambar 1. 5 Mobile Wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia

Dari gambar 1.5 tersebut menggambarkan hasil riset InsightAsia yang bertajuk *Consistency That Leads: E-Wallet Industry Outlook 2023* dilakukan oleh sebanyak 1300 orang, 71% responden menggunakan GoPay. Disusul diposisi kedua ada OVO sebesar oleh 70% responden. Selanjutnya, DANA berada diperingkat ketiga dengan presentase pengguna sebanyak 61% responden. ShopeePay berada diposisi keempat dengan pengguna sebanyak 60%. LinkAja juga menjadi *mobile wallet* dengan pengguna terbanyak kelima yaitu sebesar 27%.

Indonesia masih sering disebut sebagai negara “*underbanked*” dengan lebih dari 50 persen *unbanked* (Bank Indonesia, 2020). Namun, dompet elektronik saat ini berkembang dengan cepat karena dompet ponsel memberikan lebih banyak pilihan keuangan dan keamanan di negara ini. Meskipun penyedia dompet elektronik teratas menawarkan banyak kemudahan, mereka juga telah berkolaborasi dengan bisnis lain untuk menawarkan layanan tambahan kepada pelanggan mereka. Jumlah transaksi pembayaran digital yang meningkat menunjukkan perkembangan pengetahuan keuangan digital yang dimiliki penduduk Indonesia. Ini juga menunjukkan peningkatan penerimaan layanan fintech dan *e-commerce* di tanah air. BI memperkirakan pertumbuhan *e-commerce* dan pembayaran elektronik akan melanjutkan penyerapan transaksi digital.

Meskipun Indonesia memiliki banyak pengguna *mobile wallet*, ada perbedaan dalam jumlah pengguna *mobile wallet* berdasarkan kelompok umur. Data dari Statista (2022) menunjukkan bahwa kelompok umur 17 hingga 25 tahun memiliki jumlah pengguna *mobile wallet*, sebesar 85,4%. Kelompok umur lain memiliki jumlah pengguna internet yang lebih rendah. Namun, pengguna *mobile wallet* yang ditunjukkan (Ipsos, 2022) hanya sampai pada kelompok umur 35 – 40 tahun. Kelompok usia lain yang sangat potensial untuk ditingkatkan tetapi masih belum optimal dalam adopsi *mobile wallet* di Indonesia adalah kelompok konsumen di atas 40 tahun, juga dikenal sebagai Generasi *Digital Immigrant*. Generasi ini lahir di atas tahun 1985 dan dianggap sebagai generasi *digital immigrant*. *Immigrants* generasi digital umumnya melihat peluang dan seringkali terlalu idealis untuk membawa perubahan positif di dunia (Putra, 2016). Karena generasi digital immigrant biasanya sudah mapan, berpendapatan tinggi, dan memiliki karir yang sukses, mereka merupakan segmen pasar yang cukup menjanjikan.



Sumber : Statista, 2023

Gambar 1. 6 Pengguna Mobile Wallet Berdasarkan Usia

Keputusan untuk menggunakan produk berbasis teknologi seperti uang elektronik menunjukkan penggunaan teknologi yang jelas dan jangka waktu (Davis, 1989). Bagaimana seseorang memperhatikan teknologi, seperti keinginan untuk terus memakainya, dan keinginan untuk memotivasi orang lain untuk melakukannya, adalah cara untuk mengetahui seberapa banyak teknologi tersebut

digunakan Al-Saedi et al (2020). Di antara indikator yang diukur dari keputusan termasuk penerapan pembelian kembali, Schiffman & Wisenblit (2019) mengatakan bahwa kecenderungan untuk membeli barang, dan ketepatan dalam memilih barang. Stonebraker et al. (2018) mengatakan keputusan yang dibuat oleh model perilaku konsumen Howard-Sheth adalah bahwa konsumen memiliki keinginan untuk membeli merek yang mereka sangat disenangi.

Bidang jasa keuangan yang bergantung pada teknologi digital seperti uang elektronik membutuhkan pengetahuan dan kemampuan teknologi digital untuk melakukan inovasi. Teknologi digital adalah alat yang tidak lagi membutuhkan tenaga manusia secara manual. Sebaliknya, mereka berfokus pada sistem pengoperasian otomatis yang menggunakan format yang dapat dibaca komputer atau sistem komputerisasi.

Sejumlah penelitian tentang adopsi *mobile wallet* yang dibuat dengan Model TAM termasuk (Alam et al. 2018; Alghatrifi and Khalid 2019; Alshurideh, Al Kurdi, and Salloum 2020; Bhatt and Shiva 2020; Lai 2017; Li et al. 2020; Naranjo-Zolotov, Oliveira, and Casteleyn 2019; Raza, Shah, and Ali 2019; Ronaghi and Forouharfar 2020; Sarmah, Dhiman, and Kanojia 2021; Sim et al. 2019; Soomro 2019). Jadi, pembentukan variabel literasi *fintech*, yang merupakan pembentukan dari dimensi konstruk pada model teori TAM yang banyak digunakan untuk menguji pemanfaatan teknologi, akan diuji dalam penelitian ini adalah dimensi *perceived usefulness*, *Perceived ease of use* dan tambahan *Technology factors* yaitu *Compatibility*, *Convenience*, *Mobility* dan *Knowledge* dari *Diffusion of Innovation* (DOI).

Studi ini memberikan kontribusi teoritis yang signifikan untuk tubuh pengetahuan yang berkaitan dengan kemajuan teknologi, khususnya literatur tentang *mobile wallet*. Penelitian ini menunjukkan bahwa DOI adalah teori yang efektif untuk menyelidiki determinan adopsi *mobile wallet*, meskipun banyak makalah penelitian telah berkonsentrasi pada dukungan *mobile wallet*. Namun, hanya sedikit peneliti yang menganggap DOI sebagai teori dasar dalam konteks *mobile wallet*.

Penelitian sebelumnya telah berfokus pada *Technology Acceptance Model* (TAM) dari pengguna dari berbagai kelompok usia. Selain itu, penelitian telah menyelidiki persepsi konsumen terhadap *mobile banking* yang didasarkan pada TAM, *Mobile-TAM*, dan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) (G. W. H. Tan & Ooi, 2018). Selain itu, (Gia-Shie Liu & Pham Tan Tai, 2016) menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) untuk menganalisis niat perilaku konsumen untuk mengadopsi pembayaran *mobile*. Studi dari (Gutierrez et al. (2015) juga menggunakan TAM, namun mereka menganalisis niat pengguna dalam penggunaan teknologi *Near Field Communication* (NFC).

Seseorang menganggap sistem begitu mudah digunakan bahwa mereka tidak memerlukan banyak usaha Davis (1989). Maharsi & Mulyadi (2007) melakukan penelitian tentang minat dalam menggunakan bank online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap keinginan untuk menggunakan *internet banking*. Konsisten dengan temuan penelitian sebelumnya Cheng et al. (2005) yang menyatakan bahwa setelah persepsi kegunaan, minat seseorang untuk menggunakan internet banking juga dipengaruhi oleh persepsi kegunaan. Begitu pula Penelitian J. Tan (2008) tentang penerimaan *internet banking* menyatakan bahwa minat untuk menggunakan *internet banking* dipengaruhi oleh persepsi kemudahan. Studi yang dilakukan Ndubisi & Kahraman (2005) juga menyatakan bahwa perasaan bahwa *internet banking* mudah digunakan memengaruhi minat dalam menggunakannya.

Persepsi keamanan dan kepercayaan sangat memengaruhi persepsi risiko orang, yang pada akhirnya memengaruhi keinginan mereka untuk menggunakan aplikasi *m-banking*. Persepsi kepercayaan dan keamanan memainkan peran penting dalam mempengaruhi niat masyarakat untuk mengadopsi segala jenis layanan teknologi Safeena et al. (2014). Yang et al. (2015)Proposisi ini didasarkan pada kenyataan bahwa transaksi yang dilakukan melalui media *digital* rawan terhadap risiko seperti peretasan, pencurian data, dan kehilangan uang. S. S. Kim et al.(2018) menegaskan dalam situasi seperti ini, kepercayaan orang-orang dapat menunjukkan keinginan mereka untuk dihormati karena ketergantungan mereka pada sistem dan harapan mereka pada hasil yang mungkin.

Lafraxo et al. (2018) mengatakan dalam konteks kemajuan teknologi dalam layanan keuangan dan perbankan, kepercayaan masyarakat menunjukkan keyakinan bahwa penggunaan teknologi tertentu akan menghasilkan penghematan waktu dan efisiensi biaya dan akan melindungi data pribadi dan keuangan mereka. Chauhan (2015) kepercayaan tampaknya menjadi faktor penting bagi layanan keuangan karena berkaitan dengan ketakutan akan kerugian finansial dan dengan demikian, tidak adanya kepercayaan akan berdampak negatif pada niat orang-orang untuk menggunakan teknologi keuangan apa pun; khususnya aplikasi *mobile wallet*. Studi ini menunjukkan bahwa kepercayaan mempengaruhi sikap orang-orang terhadap kue seluler serta risiko keamanan terkait. Namun, risiko tersebut tidak berdampak pada niat masyarakat untuk mulai menggunakan *mobile wallet*. Dalam hal ini, Tham et al. (2017) menegaskan bahwa kepercayaan yang disertai dengan keamanan yang dirasakan secara signifikan mempengaruhi niat orang-orang untuk mengadopsi perbankan online. Dalam konteks yang sama, Grigsby-Williams (2018) menyelidiki masalah dan elemen yang memengaruhi layanan keuangan digital dan pembayaran seluler. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan seseorang mempengaruhi bagaimana mereka melihat risiko. Namun, tidak satu pun dari keduanya yang dapat memotivasi masyarakat untuk menggunakan *mobile wallet*.

Dalam studi serupa oleh Monks et al. (2021), diusulkan bahwa keamanan yang dirasakan dari sistem ditambah dengan kepercayaan atas sistem tersebut mempengaruhi niat orang untuk mengadopsi dan menggunakan sistem keuangan digital. Seperti yang dikemukakan oleh W. S. Kim et al. (2007) dibandingkan dengan sistem keuangan dan perbankan yang berbasis kabel atau nirkabel; sistem digital dianggap memiliki kerentanan yang lebih besar terhadap serangan keamanan dan kompromi. Akibatnya, beberapa pengguna mungkin ketakutan. Dengan demikian, tingkat keamanan aplikasi *mobile wallet* dapat secara signifikan memengaruhi keinginan pengguna untuk menggunakannya.

Disisi lain, Laukkanen (2016) menggunakan *Innovation Resistance Theory* (IRT) untuk menyelidiki tantangan yang dihadapi pengguna *mobile wallet*. Namun, karena sebagian besar orang menganggap inovasi sebagai hal baik yang dapat

meningkatkan kondisi saat ini, masih sedikit penelitian yang membahas penolakan atau resistensi terhadap inovasi, khususnya oleh generasi *digital immigrant* di Indonesia Aas & Breunig (2017). Penelitian ini diharapkan akan membantu orang lebih memahami masalah yang dihadapi generasi *digital immigrant* saat menggunakan *mobile wallet*. Oleh karena itu, hasil ini dapat digunakan oleh bisnis dan pemasar untuk membuat strategi pemasaran dan produk untuk uang kertas mobile. investigasi terhadap semua elemen DOI yang mempengaruhi keinginan untuk menggunakan dan saran. Karena itu, literatur DOI yang sudah ada sekarang memiliki informasi penting tentang perilaku rekomendasi. Terdapat dua kontribusi yang telah diberikan pada literatur sebelumnya tentang *mobile wallet* dan *Social Influence*. Pertama, kontribusi pada pengetahuan yang terbatas tentang adopsi dan penggunaan *mobile wallet*, dengan referensi khusus pada *mobile wallet*, di pasar negara berkembang yang belum banyak diketahui. Studi terbaru menunjukkan bahwa saat ini, kita tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang faktor budaya dan sosial yang terkait dengan adopsi sistem pembayaran *mobile* Su et al.(2017). Seperti para peneliti lainnya, kami mengamati beberapa ketidakkonsistenan dalam literatur sebelumnya yang meneliti niat partisipan untuk menggunakan *mobile wallet* Johnson et al. (2019). Beberapa peneliti telah mengamati bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi sistem perdagangan berbasis mobile (Johnson et al., 2018; Arvidsson, 2014); namun, Lewis et al. (2016) tidak menemukan hubungan yang signifikan.

Penelitian ini menggunakan teori difusi inovasi (DOI) untuk menginvestigasi perilaku konsumen terhadap adopsi teknologi *mobile wallet*. Penelitian ini tentang perilaku konsumen terhadap adopsi teknologi *mobile wallet*. Sejalan dengan Rahi et al. (2019) penelitian mengadopsi dimensi tingkat ancaman dan kerentanan untuk menguji perilaku konsumen terhadap adopsi layanan *mobile wallet*. Literatur sebelumnya tentang adopsi *mobile wallet* meneliti berbagai elemen, hubungan dan dampaknya terhadap adopsi layanan *mobile wallet*. Menurut Oliveira et al. (2016) membuktikan dalam dampak yang signifikan dari kompatibilitas, keamanan teknologi yang dirasakan, ekspektasi kinerja, keinovatifan, dan pengaruh sosial terhadap adopsi *mobile wallet*. Selain itu, penelitian mengklaim bahwa elemen-

elemen tersebut berdampak pada niat untuk merekomendasikan teknologi (Oliveira et al., 2016). (Karjaluoto et al., 2020) dan (Slade et al., 2013) menggunakan elemen yang serupa, berdasarkan model UTAUT2 yang menjelaskan perilaku penerimaan teknologi. Meskipun Karjaluoto et al. (2020) membuktikan adanya dampak signifikan dari EE, PE, dan HA, mereka menolak pengaruh HM terhadap niat untuk mengadopsi *mobile wallet*.

Untuk membuktikan adanya pengaruh tingkat kelompok umur dan *gender* yang mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan *mobile wallet* hingga adopsi *mobile wallet*, penelitian ini mengatur faktor-faktor menjadi tiga kelompok yaitu *Technology Characteristic (compatibility, complexity dan observability)*, *Functional Benefit (Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness)*, *Security concern (Perceived Security dan Perceived Trust)* maka dimasukan moderasi *Age* dan juga *gender* dalam penelitian ini.

Didasarkan pada ciri-cirinya, struktur telah dikelompokkan menjadi kelompok. Kategorisasi akan membantu para praktisi untuk fokus pada fitur *mobile wallet* yang diperlukan, karena tujuan utamanya adalah untuk menyediakan model yang komprehensif dengan cara yang lebih sederhana dan lebih mudah. Penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan serupa untuk mengelompokkan bangunan dengan atribut yang sebanding (W. C. Chen et al., 2019) (Matemba & Li, 2018) (Cocosila & Trabelsi, 2016) namun dengan konstruk yang berbeda.

Kebaruan dalam penelitian ini adalah konsep *mobile wallet adoption* dengan memasukkan *Age* dan *Gender*, lebih spesifik memasukan generasi *Digital Immigrant* sebagai variabel moderator baru, ini adalah tambahan penting karena Venkatesh (2015) menunjukkan bahwa literatur penerimaan teknologi tidak memiliki variabel moderator yang kaya di luar demografi. Sementara studi penelitian sebelumnya telah meneliti adopsi teknologi dalam konteks *mobile wallet* (Amin, H., Hamid, M.R.A., Tanakinjal, G.H., Lada, 2006) (D. H. Shin, 2009) (J. Y. H. Lee & Panteli, 2010) dan pembayaran seluler, tidak banyak penelitian yang ada di *mobile wallet*. Studi ini mengusulkan model yang komprehensif untuk memeriksa pengaruh pada sikap dan juga adopsi. Dalam penelitian ini, model penerimaan teknologi (TAM) dan teori penerimaan dan penggunaan teknologi

terpadu (UTAUT), serta difusi inovasi, digunakan. Penelitian sebelumnya telah meneliti variabel yang mempengaruhi adopsi teknologi, tetapi perhatian lebih besar telah diberikan pada pengaruh variabel demografis pada adopsi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana dua faktor penting, yaitu usia dan jenis kelamin, mempengaruhi hubungan antara anteseden terhadap adopsi *mobile wallet* dan *behavioral intention*.

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena memasukkan beberapa variabel tambahan. Dalam penelitian ini, variabel penelitian dari (Maharsi & Mulyadi, 2007), (Cheng et al., 2005), (Nasri, 2011). Peneliti menggabungkan beberapa variabel yang telah dipelajari oleh peneliti sebelumnya; namun, mereka tidak mengambil semua variabel tersebut. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, Cceptance et al.(2000) menemukan bahwa usia memengaruhi persepsi penggunaan teknologi informasi dalam jangka pendek dan jangka panjang. Kemudian Venkatesh et al. (2003) menemukan bahwa pengaruh usia yang lebih besar bagi pekerja, di mana pekerja dengan usia yang lebih tua cenderung kurang siap atau menerima teknologi informasi baru.

Dalam penelitian Liébana-Cabanillas et al. (2014) mengembangkan dan menguji model teoritis integratif yang berkaitan dengan penerapan teknologi baru untuk sistem pembayaran *mobile* yang didasarkan pada usia pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia pengguna memiliki pengaruh yang signifikan pada hubungan yang diusulkan. Mereka juga menunjukkan bahwa model perilaku yang diusulkan harus diterapkan dengan benar. Ini diperkuat oleh temuan Liébana-Cabanillas et al. (2014) mereka bahwa pengguna berusia tua lebih suka alat-alat yang sederhana dan mudah digunakan dibandingkan dengan pengguna usia muda. Pengguna berusia muda memiliki ikatan pendapat yang lebih kuat, yang mendorong mereka untuk menggunakan teknologi baru berdasarkan apa yang mereka anggap menyenangkan. Ini cukup beralasan karena pengguna berusia muda menggunakan teknologi karena mereka pikir itu mudah untuk digunakan.

Demografi (jenis kelamin dan usia) adalah moderator utama dalam penerimaan teknologi pengguna (Burke, 2002)(Venkatesh et al., 2003)(Sun & Zhang, 2006). Dalam satu studi tentang *mobile wallet adoption* dalam konteks India, jenis kelamin

dan usia dilaporkan mempengaruhi konsumen tingkat kepuasan dan penggunaan (S. Singh & Swait, 2017). Perbedaan *gender* dapat berasal dari perbedaan psikologis (Y. Zhang et al., 2007). Laki-laki lebih cenderung mengadopsi teknologi bank (Wan et al., 2005), *internet banking* (Akinici et al., 2004) dan *mobile banking* (Amin, H., Hamid, M.R.A., Tanakinjal, G.H., Lada, 2006) daripada perempuan. (D. H. Shin, 2009) melaporkan bahwa efek *moderating gender* sehubungan dengan penggunaan teknologi sangat signifikan. Laki-laki diasumsikan memiliki sikap yang lebih positif dan tidak terlalu cemas tentang inovasi teknologi Whitley (1997). J. Y. H. Lee & Panteli (2010) melaporkan bahwa wanita cenderung menunjukkan tingkat kecemasan teknologi yang lebih tinggi, sementara pria lebih cenderung inovatif terhadap teknologi. Onyia & Tagg (2011) dalam contoh nasabah Nigeria menemukan *gender* berpengaruh signifikan terhadap sikap nasabah perbankan ritel.

Selain studi yang disebutkan di atas, efek *moderating gender* (efek lebih banyak dalam kasus laki-laki dari pada perempuan) telah ditunjukkan oleh Liébana-Cabanillas et al.(2014) di mana itu dilaporkan dalam hubungan antara kemudahan penggunaan dan kegunaan, kegunaan dan niat dan kepercayaan dan sikap. Cheung & Lee (2011) menemukan *Perceived Usefulness* mempengaruhi *Behavioral Intention* untuk menggunakan *mobile wallet* lebih kuat untuk siswa laki-laki daripada mempengaruhi siswa perempuan.

Studi ini meneliti bagaimana variabel penelitian berhubungan dengan adopsi *mobile wallet* di Indonesia. Dalam pembentukan model penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan seberapa besar *Technology factor*, *Functional benefit*, *Security Concern*, dan faktor-faktor lain mempengaruhi *Behavioral intention* dan dampaknya pada peningkatan penggunaan *mobile wallet* dengan moderasi usia dan *gender*. Hasil penelitian sebelumnya mungkin berbeda, atau mungkin ada perbedaan dalam penelitian dan teorinya. Penelitian ini menggabungkan berbagai teori untuk melengkapi model teori penerimaan teknologi yang banyak digunakan sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini dapat menawarkan konsep baru yang menjelaskan pengaruh usia pengguna terhadap hubungan antar variabel yang berpengaruh pada model penerjemahan. Dari uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang penelitian agar

dapat mengetahui *Technology factors*, *Functional Benefit*, *Security Concern* terhadap *Behavioral Intention* dan dampaknya terhadap *Mobile Wallet Adoption* dengan mengangkat judul “ **Model Adopsi Mobile Wallet Pada Generasi Digital Immigrant di Indonesia**”

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran *Technology Factors*, *Functional Benefit*, *Security Concern*, *Gender*, *Usia*, *Behavioral Intention*, dan *Mobile Wallet Adoption* pada konsumen *Mobile wallet* pada Generasi *Digital Immigrant* di Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh *Technology Factors* terhadap *Mobile Wallet Adoption* melalui mediasi *Behavioral Intention* konsumen *mobile wallet* pada generasi *digital immigrant* di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh *Functional Benefit* terhadap *Mobile Wallet Adoption* melalui mediasi *Behavioral Intention* pada konsumen *mobile wallet* pada generasi *digital immigrant* di Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh *Security Concern* terhadap *Mobile Wallet Adoption* melalui mediasi *Behavioral Intention* pada konsumen *mobile wallet* pada generasi *digital immigrant* di Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh *Technology Factors*, *Functional Benefit* dan *Security Concern* terhadap *Behavioral Intention* yang di moderasi oleh *Age* dan *Gender* pada konsumen *Mobile wallet* pada Generasi *Digital Immigrant* di Indonesia.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tujuan dari penelitian ini terbagi dua yaitu bersifat umum dan bersifat khusus. Adapun tujuan umumnya adalah untuk membangun sebuah model teoritis mengenai interaksi dan konsekuensi dari ketertarikan emosional masa lalu pengguna *mobile wallet* untuk memaksimalkan *mobile wallet adoption* pada generasi *digital immigrant* di Indonesia, sedangkan tujuan khususnya adalah melakukan pengujian empiris sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis gambaran *Technology Factors*, *Functional Benefit*, *Security Concern*, *Gender*, *Usia*, *Behavioral Intention*, dan *Mobile Wallet Adoption* pada konsumen *Mobile wallet* di Generasi *Digital Immigrant* di Indonesia
2. Untuk menganalisis pengaruh *Technology Factors* terhadap *Mobile Wallet Adoption* melalui mediasi *Behavioral Intention* pada konsumen *Mobile wallet* di Generasi *Digital Immigrant* di Indonesia
3. Untuk menganalisis pengaruh *Functional Benefit* terhadap *Mobile Wallet Adoption* melalui mediasi *Behavioral Intention* pada konsumen *Mobile wallet* di Generasi *Digital Immigrant* di Indonesia
4. Untuk menganalisis pengaruh *Security Concern* terhadap *Mobile Wallet Adoption* melalui mediasi *Behavioral Intention* pada konsumen *Mobile wallet* di Generasi *Digital Immigrant* di Indonesia
5. Untuk menganalisis pengaruh *Technology Factors*, *Functional Benefit*, *Security Concern* terhadap *Behavioral Intention* yang dimoderasi oleh *Age* dan *Gender* pada konsumen *Mobile wallet* pada Generasi *Digital Immigrant* di Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Dalam konteks akademis, penelitian ini diharapkan berfungsi sebagai landasan untuk pengayaan literatur dalam bidang manajemen, khususnya manajemen pemasaran perilaku konsumen, dengan tujuan meningkatkan pasar pengguna *mobile wallet* di Indonesia melalui *technology factor*, *functional benefit*, *security concern*, *behavioral intention*, dan *mobile wallet adoption* pada generasi *digital immigrant* di Indonesia.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Memberikan pengelola aplikasi informasi tambahan tentang cara meningkatkan pasar *mobile wallet* di Indonesia terutama untuk generasi *digital immigrant*.
2. Membantu regulator dalam penyusunan kebijakan untuk mendukung dan

meningkatkan peralihan metode pembayaran dengan *mobile wallet* terutama untuk generasi *digital immigrant*.

3. Sebagai bahan pertimbangan pengelola aplikasi *mobile wallet* di Indonesia, untuk memperhatikan hubungan pemasaran pelanggan dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan *technology factors*, *functional benefit*, *security concern*, *behavioral intention*, dan *mobile wallet adoption* sehingga terjalin hubungan yang baik antara pengguna *mobile wallet* dengan aplikasi *mobile wallet*.

1.5. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dalam disertasi ini dibagi menjadi:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini merinci latar belakang penelitian, masalah yang diidentifikasi dan dirumuskan, tujuan penelitian, keuntungan dari penelitian, dan struktur organisasi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Secara umum, bab ini berisi penjelasan tentang konsep teoritis, termasuk definisi, dimensi, dan model masing-masing variabel, serta kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan proses penelitian yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian ini.

BAB IV : TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi diskusi, termasuk analisis inferensi untuk pengujian hipotesis, serta analisis deskriptif responden dan jawaban mereka.

BAB V : SIMPULAN

Bab ini adalah bab terakhir, yang berisi kesimpulan dan implikasi. Ini mencakup ringkasan penelitian, kesimpulan hipotesis, kesimpulan masalah penelitian, dan implikasi teoritis, manajemen, dan agenda penelitian yang akan datang.