

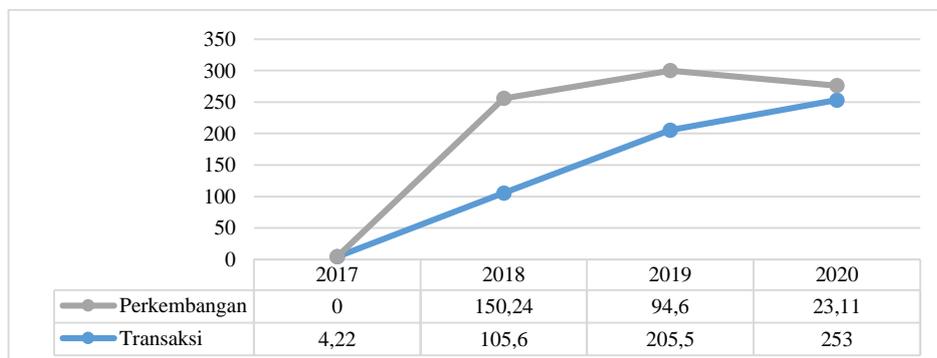
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

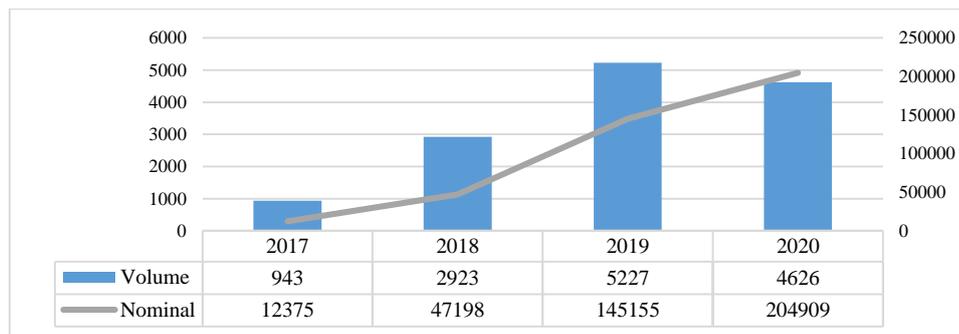
Perkembangan teknologi yang mengarah pada inovasi finansial salah satunya adalah alat pembayaran (Adiyanti, 2015). Alat pembayaran mengalami perkembangan seiring dengan meningkatnya mobilitas serta kebutuhan masyarakat. Selain itu, tingginya jumlah uang yang beredar serta maraknya kasus pemalsuan uang menjadi latar belakang Bank Indonesia dalam mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) (Rafida, 2020). Langkah ini diambil Bank Indonesia untuk mulai membiasakan masyarakat beralih menggunakan pembayaran *non* tunai pada setiap kegiatan ekonominya (Rahmawati dan Maika, 2021). Selain itu, dengan hadirnya *financial technology* menjadi inovasi di bidang jasa keuangan sehingga masyarakat tidak perlu lagi menggunakan uang kertas (Hiyanti et al., 2019).

Dengan jumlah penduduk 273 juta jiwa yang ada di Indonesia, jumlah penetrasi transaksi uang elektronik terhadap keseluruhan transaksi hanya berkisar 25%. Angka tersebut sangat jauh berbeda jika dibandingkan dengan angka di Korea Selatan, yang telah mencapai *cashless society* dengan tingkat transaksi 83% (Eastspring Investment, 2019). Meski demikian Indonesia cukup berpeluang untuk menuju masyarakat yang melakukan pembayaran *non* tunai. Hal ini didukung oleh laporan tahunan yang diterbitkan Bank Indonesia periode 2017 hingga 2020 menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan pembayaran *non* tunai yang signifikan sebesar 162% (Bank Indonesia, 2020).



**Gambar 1.1**  
**Transaksi e-Commerce (dalam triliun rupiah)**  
*Sumber: Laporan Tahunan Bank Indonesia (BI) (2020)*

Dapat dilihat pada Gambar 1.1 bahwa transaksi *e-Commerce* setiap tahunnya mengalami kenaikan. Meskipun pada tahun 2020 perkembangan *e-commerce* mengalami penurunan sebesar 23.11%, tetapi transaksi pada tahun sebelumnya mengalami kenaikan sebesar Rp 253 triliun. Hal yang sama ditunjukkan dalam laporan keuangan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (2020) mengenai transaksi uang elektronik pada tahun 2017-2020 (Gambar 1.2).

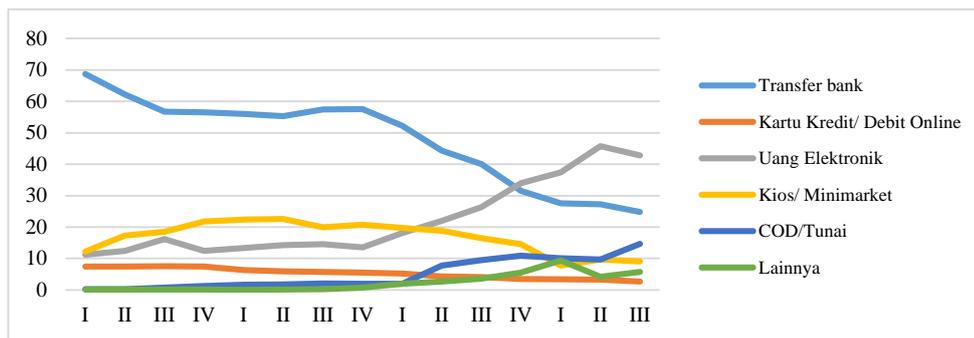


**Gambar 1.2**  
**Transaksi Uang Elektronik (per transaksi)**

*Sumber: Laporan Tahunan Bank Indonesia (BI) (2020)*

Berdasarkan Gambar 1.2 transaksi uang elektronik dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi. Pada tahun 2020 transaksi uang elektronik secara nominal mengalami kenaikan sebesar 204.909 transaksi, meskipun secara *volume* mengalami penurunan sebesar Rp 4.626 juta. Perubahan tersebut telah mengubah perilaku masyarakat dalam melakukan pembayaran.

Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah pengguna internet tertinggi di Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia per 9 November 2020, Jabar mempunyai 35,1 juta pengguna internet (Abdussalam, 2022). Dengan tingginya pengguna internet ini berimplikasi pada pertumbuhan ekonomi di Jawa Barat salah satunya dapat memacu masifnya transaksi *e-commerce* (Ramadhan, 2022). Adapun jenis-jenis metode pembayaran *e-Commerce* dapat dilihat pada Gambar 1.3 sebagai berikut:



**Gambar 1.3**

**Metode Pembayaran *e-Commerce* (dalam persen)**

*Sumber: Bank Indonesia (2020)*

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat dikatakan bahwa metode transfer bank setiap tahunnya mengalami penurunan sedangkan pembayaran menggunakan uang elektronik setiap tahunnya mengalami kenaikan. Perubahan dalam penggunaan metode pembayaran maka dapat mengubah perilaku masyarakat dalam menggunakan pembayaran *non* tunai.

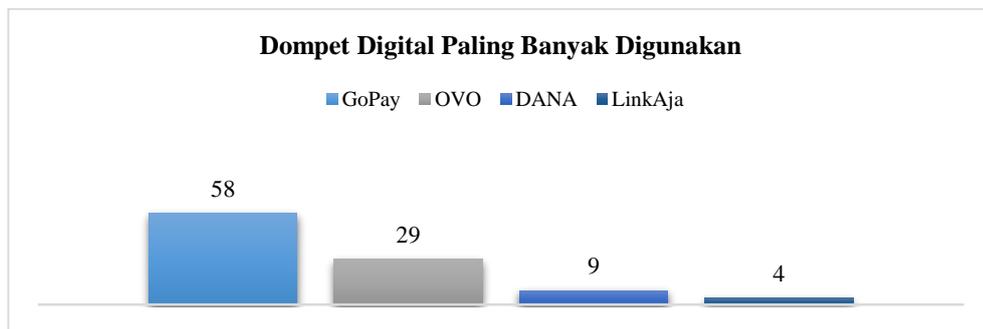
Berdasarkan survei yang telah dilakukan zigi.id (2021) ditemukan bahwa produk perbankan dan keuangan yang banyak digunakan adalah dompet digital, ATM Bank dan Rekening Bank Konvensional. Dikutip dari IPSOS (2020) bahwa target dari pasar dompet digital didominasi oleh generasi muda. Tingkat pengguna tersebut dapat dilihat dari jumlah nominal pengisian saldo yang terus meningkat. Riset pasar yang dilakukan oleh IPSOS (2020) memaparkan bahwa pengguna dompet digital sebanyak 19% generasi z dan sebanyak 81% adalah generasi milenial.

Namun tanpa disadari, dengan meningkatnya *volume* transaksi dompet digital dikhawatirkan dapat membawa dampak negatif bagi generasi milenial dan z berupa berperilaku konsumtif (Zulni, 2021). Perilaku konsumtif dalam ekonomi konvensional tidak membedakan antara keinginan dengan kebutuhan. Islam mengajarkan manusia untuk hidup sederhana dan kelebihan pendapatan yang dimiliki dapat disalurkan untuk investasi yang positif (Habibullah, 2018). Generasi milenial dan z sebaiknya dapat mengaplikasikan pola konsumsi ekonomi Islam tersebut dalam kehidupannya (Thoyibah et al., 2021).

Selain itu, generasi milenial yang mendominasi masyarakat saat ini memiliki *financial planer* yang kurang baik. Dikutip dari Iqbal (2019) menunjukkan bahwa

69% dari generasi milenial Indonesia tidak memiliki rencana keuangan. Survei yang dilakukan oleh zigi.id (2021) menyatakan bahwa hanya 12,1% responden yang memiliki jasa penasihat keuangan yang membantu arah pengelolaan keuangan menjadi lebih terarah. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengambilan keputusan dalam menggunakan pembayaran *non* tunai yang digunakan kehidupan sehari-hari (Khairunnisa et al., 2020).

Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh IPSOS (2020b) dompet digital yang paling banyak digunakan oleh generasi milenial dan z adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.4**  
**Dompet Digital yang Paling Banyak Digunakan**  
*Sumber: IPSOS (2020b)*

GoPay merupakan dompet digital paling banyak digunakan sedangkan dompet digital yang paling sedikit digunakan adalah LinkAja. LinkAja sesungguhnya memiliki fungsi dan bentuk yang tidak jauh beda dengan GoPay, OVO dan DANA (Panggabean, 2021). Dikutip dari yoursay.id (2020), aspek yang membedakan LinkAja dengan ketiga dompet digital lainnya adalah bahwa LinkAja merupakan satu-satunya dompet digital yang telah memasuki segmen pasar keuangan syariah. GoPay, OVO, dan DANA belum menyasar segmentasi tersebut karena mereka masih melakukan kajian untuk kemudian mengarah pada segmen syariah. Dikutip dari Kontan.co.id (2019), *Managing Director* GoPay Budi Gandasoebrata menyatakan bahwa GoPay saat ini masih melakukan pertimbangan mengenai segmen syariah. Meski demikian, GoPay telah menjalin kerja sama dengan Badan Amil Zakat (BAZNAS) sebagai salah satu bentuk donasi digital (Walfajri, 2019). Perbedaan layanan LinkAja dengan OVO yang dikutip dari duwitmu.com (2022) sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Perbedaan Layanan LinkAja dengan OVO**

Fitur Aplikasi	LinkAja	OVO
<b>Izin</b>	Bank Indonesia	Bank Indonesia
<b>Afiliasi Ekosistem</b>	Tidak Ada	Tidak Ada
<b>Fitur Pembayaran</b>	Banyak	Banyak
<b>Merchant Mitra</b>	Lebih Banyak	Banyak
<b>Aman</b>	Ya	Ya
<b>Promo</b>	Banyak	Terbatas
<b>Syariah</b>	Ada	Tidak Ada

*Sumber: duwitmu.com (2022)*

Seperti terdapat pada Tabel 1.1, perbedaan LinkAja dengan OVO tidak begitu signifikan. Perbedaan terdapat pada fitur aplikasi seperti *merchant mitra*, promo dan layanan syariah. Meskipun fitur layanan tidak terlalu berbeda namun jumlah pengguna dari LinkAja dengan OVO perbedaannya signifikan. Dapat dikatakan bahwa pangsa pasar LinkAja masih menjadi yang terkecil, maka potensi masyarakat untuk menggunakan LinkAja Syariah juga akan semakin berkurang (Rizaldi et al, 2020).

Meskipun pengguna LinkAja Syariah masih sedikit LinkAja Syariah telah digunakan lebih dari 2,5 juta pengguna yang tersebar di seluruh Indonesia (Rahardyan, 2021). Namun, hal ini belum bisa dikatakan optimal karena jumlah pengguna total layanan LinkAja sebesar 61 juta pengguna (Walfajri, 2021). Padahal LinkAja dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan prinsip syariah didalamnya (Alfarizi et al., 2021). Berkembangnya *financial technology (fintech)* jika tidak dapat dimanfaatkan dengan baik akan mengancam pengembangan industri perbankan syariah (Komite Nasional Keuangan Syariah, 2018).

Dikutip dari Komite Nasional Keuangan Syariah (2018), menyatakan bahwa muslim adalah konsumen strategi dunia karena pada tahun 2014 muslim melakukan transaksi sebanyak Rp 1.522 T dan diperkirakan akan tumbuh 17% pada tahun 2020. Walaupun muslim merupakan konsumen terbanyak dalam melakukan transaksi, akan tetapi pengguna LinkAja Syariah masih sedikit dibandingkan dengan dompet digital yang lain. Dengan jumlah umat muslim yang banyak seharusnya bisa menjadi suatu peluang dan kemudahan bagi pemerintah dan para pelaku *fintech syariah* untuk menyebarkan *fintech syariah* di Indonesia (Hiyanti et al., 2019). Dikutip dari KNEKS (2019) dengan adanya *digital payment syariah*

diharapkan dapat meningkatkan pelayanan keuangan syariah dan mendukung berkembangnya halal *lifestyle* di masyarakat dalam bidang *financial*, serta menjadi solusi untuk menurunkan *cost of fund* perbankan syariah.

Dalam implementasinya LinkAja Syariah mengedepankan beberapa prinsip dasar, yaitu *floating fund* (saldo) disimpan di bank syariah, mengaplikasikan tata cara transaksi yang sesuai dengan kaidah syariah, serta dapat diterima di seluruh *merchant* LinkAja (Ramdana, 2020). Adanya LinkAja Syariah diharapkan dapat mendukung pemerintah dalam mewujudkan visi *masterplan* ekonomi syariah Indonesia (Komite Nasional Keuangan Syariah, 2018). Akan tetapi, langkah strategis yang dilakukan KNEKS dan LinkAja tersebut kurang efektif, jika minat dan perilaku untuk menggunakan LinkAja masih rendah. Berkembangnya *financial technology* (*fintech*) jika tidak dapat dimanfaatkan dengan baik akan mengancam pengembangan industri perbankan syariah.

Jika pembayaran *non* tunai dapat secara efektif digunakan oleh masyarakat untuk bertransaksi maka dapat mengurangi permintaan pada uang kartal sehingga dapat memangkas biaya pengeluaran uang kartal yang relatif tinggi (Diana, 2018). Selain itu, menggunakan pembayaran *non* tunai dapat meningkatkan Indonesia sebagai negara yang modern dan terwujudnya *less cash society* di Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada penerapan *e-money* yang telah merambah ke dalam dunia pesantren. Dengan kemajuan perkembangan teknologi yang mendukung industri halal seperti *e-commerce* dan *fintech* (Komite Nasional Keuangan Syariah, 2018).

Permasalahan-permasalahan mengenai pembayaran *non* tunai akhir-akhir ini semakin banyak dikaji dalam jurnal dan menarik untuk dijadikan topik dalam penelitian. Masalah yang dikaji adalah terkait faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi. Oleh karena itu, mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku generasi muslim milenial dan z dalam menggunakan LinkAja Syariah menjadi penting untuk diteliti sebab terkait dengan melakukan pembayaran *non* tunai telah mengantarkan masyarakat kepada perubahan perilaku dalam melakukan pembayaran. Menurut Kim dalam Rizaldi et al (2020) menyatakan bahwa hubungan antara minat dan perilaku dilatar belakangi oleh anggapan bahwa seseorang berusaha untuk menciptakan keputusan yang rasional atas dasar informasi yang dimiliki.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mohd dan Thaker (2020), Sivathanu (2019), serta Rahmi et al (2017) menyatakan bahwa minat dan perilaku dipengaruhi oleh semakin tinggi *performance expectancy*, *social influence*, dan *habit* yang telah terpenuhi maka akan semakin tinggi pula *behavioral intention* terhadap suatu teknologi dan sistem informasi. Dalam penelitian Venkatesh et al (2003), Jorge et al (2015), Mohd dan Thaker (2020), Sivathanu (2019), Bhatiasevi (2017), Putri dan Mahendra (2017), serta Ramdhani et al (2017) menyatakan bahwa dengan terpenuhinya *effort expectancy* maka akan dapat mempengaruhi *behavioral intention* seseorang untuk mulai menggunakan teknologi dan sistem informasi.

Penelitian Mohd dan Thaker (2020), Ramdhani et al (2017), Putranto dan Pramudiana (2015), serta Oktafani dan Sisilia (2020) menyatakan bahwa dengan hadirnya *facilitating conditions* dan *Hedonic motivation* yang mendukung maka dapat mendorong seseorang untuk memiliki kebiasaan baru dalam menggunakan teknologi sistem informasi guna menunjang aktivitasnya menjadi lebih baik. Kemudian, dalam penelitian Jorge et al (2015), Megadewandanu (2016), Mohd dan Thaker (2020), Ramdhani et al (2017), Putranto dan Pramudiana, (2015), serta Oktafani dan Sisilia (2020) menyatakan bahwa dengan hadirnya *Price value* yang mendukung maka dapat mendorong seseorang untuk memiliki kebiasaan baru dalam menggunakan teknologi sistem informasi guna menunjang aktivitasnya menjadi lebih baik.

Megadewandanu (2016) serta Pertiwi dan Ariyanto (2017) menolak *performance expectancy* dan *facilitating conditions* hal ini dikarenakan dompet digital masih dalam tahap pengenalan produk dan infrastruktur layanan untuk mendukung dompet digital masih terbatas. Kemudian Pertiwi dan Ariyanto (2017), Fauzi et al (2018), serta Onibala et al (2021) menyatakan bahwa *effort expectancy*, *hedonic motivation*, dan *price value* tidak memiliki pengaruh hal ini dikarenakan pengguna mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi. Selain itu, tanpa adanya kesenangan yang didapat, pengguna tetap merasakan manfaat dari teknologi serta minat pengguna tidak akan meningkat walaupun harga yang ditawarkan oleh teknologi telah sesuai dengan layanannya. Mohd dan Thaker (2020), Pertiwi dan Ariyanto (2017), Fauzi et al (2018), serta Onibala et al (2021) menolak *social*

*influence* karena tanpa adanya pengaruh dari orang lain dan lingkungan pengguna tetap berminat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Teori yang menjelaskan perilaku seseorang mengenai penerimaan dan penggunaan teknologi menurut Venkatesh et al (2003) adalah *Unified Theory of Acceptance and Use Technology* (UTAUT) 2. Model UTAUT 2 dikembangkan untuk mengukur perilaku konsumen dalam konteks individu (Indrawati, 2017). Teori ini terdiri dari tujuh variabel yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy* (kemudahan dalam menggunakan sistem dapat mengurangi tenaga dan waktu), *social influence* (pengaruh lingkungan dalam menggunakan sistem baru), *facilitating condition* (infrastruktur yang ada dapat membantu pengguna dalam menggunakan sistem), *hedonic motivation* (kesenangan dalam menggunakan teknologi), *price value* (kesenjangan antara manfaat penggunaan dengan tarif yang dikenakan), dan *habit* (kebiasaan dalam melakukan tindakan berulang) yang akan mempengaruhi *behaviour intention* (keinginan untuk menggunakan teknologi secara terus menerus) dan diaktualisasikan kepada *use behaviour* (intensitas dalam menggunakan teknologi) suatu teknologi tertentu.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji mengenai perilaku seseorang dalam menggunakan LinkAja Syariah di Jawa Barat dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya. Penelitian tentang perilaku generasi muslim milenial dan z dalam menggunakan LinkAja Syariah belum banyak ditemukan di Indonesia sehingga diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmiah terbaru sesuai dengan fenomena teknologi keuangan masa kini dengan judul topik “**Perilaku Generasi Muslim Milenial dan Z dalam Menggunakan LinkAja Syariah dengan Pendekatan UTAUT 2**”.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diketahui bahwa permasalahan perilaku menggunakan LinkAja Syariah disebabkan oleh berbagai macam faktor. Oleh karena itu, penulis akan mengidentifikasi beberapa masalah yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Perkembangan teknologi yang mengarah pada inovasi finansial, lalu tingginya jumlah uang yang beredar disertai maraknya kasus pemalsuan uang menjadi

latar belakang Bank Indonesia dalam mencanangkan Gerakan Nasional *Non Tunai* (GNNT) (Rafida, 2020).

2. Jumlah penetrasi transaksi uang elektronik di Indonesia masih kecil, dibandingkan Korea Selatan (*Eastspring Investment*, 2019).
3. Meningkatnya *volume* transaksi dompet digital, dikhawatirkan dapat membawa dampak negatif generasi milenial dan z untuk berperilaku konsumtif dan memiliki *financial planer* yang kurang baik (Zulni, 2021).
4. Dompet digital LinkAja masih sedikit peminatnya apabila dibandingkan dengan dompet digital yang lainnya (IPSOS, 2020). Sehingga hal ini mengindikasikan dompet digital Syariah masih kalah saing dengan dompet digital konvensional.

### 1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat *use behavior*, tingkat *behavioral intention*, tingkat *performance expectancy*, tingkat *effort expectancy*, tingkat *social influence*, tingkat *facilitating conditions*, tingkat *hedonic motivation*, tingkat *price value*, dan tingkat *habit* dalam penggunaan LinkAja Syariah pada generasi muslim milenial dan z?
2. Bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah?
3. Bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah?
4. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah?
5. Bagaimana pengaruh *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah?
6. Bagaimana pengaruh *facilitating conditions* terhadap *use behavior* LinkAja Syariah?
7. Bagaimana pengaruh *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah?
8. Bagaimana pengaruh *price value* terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah?

9. Bagaimana pengaruh *habit* terhadap *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah?
10. Bagaimana pengaruh *habit* terhadap *use behavior* LinkAja Syariah?
11. Bagaimana pengaruh *behavioral intention* menggunakan LinkAja Syariah terhadap *use behavior* LinkAja Syariah?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku pengguna dalam menerima dan menggunakan LinkAja Syariah melalui pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) 2 dengan menggunakan beberapa variabel dependen dan independen. Di samping itu, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* terhadap *behavioral intention* dan *use behavior* LinkAja Syariah.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yang diharapkan penulis adalah bermanfaat baik secara teoretis maupun praktis. Kegunaan dari penelitian ini adalah, sebagai berikut:

##### **1. Manfaat teoretis**

Secara teoretis penelitian ini diharapkan menambah khasanah keilmuan khususnya bagi penulis sendiri dan umumnya bagi para pembaca hasil dari penelitian ini yang terkait dengan perilaku generasi muslim milenial dan z dalam menggunakan LinkAja Syariah di Jawa Barat.

##### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan kepada konsumen bahwa LinkAja Syariah merupakan alat transaksi keuangan *non* tunai yang dapat memberikan manfaat bagi konsumen baik dari segi waktu, biaya, dan tenaga yang sama-sama memiliki fasilitas sebagai *e-payment* yang beroperasi dengan prinsip syariah.