

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sistem pembayaran di masyarakat telah mengalami perubahan sebagai akibat dari pesatnya perkembangan teknologi keuangan. Perubahan tersebut ditandai dengan munculnya *Financial Technology (Fintech)*. Dengan adanya *fintech*, mampu memunculkan sebuah kebiasaan baru di masyarakat yakni sebuah fenomena pada perubahan metode yang digunakan dalam transaksi konvensional atau tunai menuju transaksi online (Marsela dkk., 2022). Hadirnya *fintech* juga merupakan tembusan dari Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang digaungkan oleh pemerintah dan telah dimulai sejak tahun 2014 guna mempercepat penggunaan instrument pembayaran non tunai kalangan masyarakat (Manurung, 2021). Alat pembayaran non tunai tersebut, diharapkan akan memudahkan pembayaran serta dapat mempercepat perkembangan ekonomi di Masyarakat.

Salah satu *fintech* yang berkembang dan menjadi primadona sebagai alat pembayaran di Indonesia saat ialah uang elektronik (*e-wallet*). Menurut laporan *State of Finance App Marketing* edisi 2021 yang dirilis AppsFlyer, Indonesia menempati urutan ketiga sebagai negara dengan instalasi aplikasi keuangan terbanyak diantara 15 negara lainnya (Sari, 2021). Hal ini sejalan dengan meningkatnya jumlah transaksi elektronik masyarakat Indonesia per tahun 2021.

Tabel 1.1
Jumlah Transaksi Uang Elektronik 2021

Bulan	Volume	Nominal
Januari	381.705.947	20.746.479,38
Februari	360.064.302	19.189.083,10
Maret	420.510.634	21.420.774,89
April	421.606.419	22.848.143,59
Mei	450.414.342	23.659.837,71
Juni	444.336.707	24.160.774,80
Juli	415.258.589	25.390.247,20
Agustus	439.015.177	24.754.101,87
September	470.906.025	27.637.429,79
Oktober	514.266.736	29.231.098,99
November	530.022.350	31.297.757,70
Desember	602.239.039	35.100.099,84

Sumber: bi.go.id (2021)

Menurut Bank Indonesia (2020) alat pembayaran dalam bentuk elektronik disebut uang elektronik. Pada media elektronik tertentu, nilai uang dalam uang elektronik tersebut akan disimpan. Pengguna menukarkan nilai uangnya dengan cara menyetorkan kepada penerbit terlebih dahulu, kemudian nilai uangnya akan disimpan pada media elektronik untuk selanjutnya digunakan dalam keperluan bertransaksi. *Chip* atau *server* merupakan media penyimpanan nilai uang elektronik. *E-money* adalah uang elektronik yang didasarkan pada *chip*, yang mana transaksinya menggunakan kartu. Sedangkan uang elektronik berbasis *server* disebut *e-wallet*. Salah satu teknologi finansial yang dapat dimanfaatkan sebagai opsi pembayaran alternatif adalah *e-wallet*, yang menggunakan media online sebagai alur pembayaran. Berdasarkan Data Katadata Insight Centre (2020) Go Pay, OVO, DANA, LinkAja, dan Shopee Pay merupakan lima produk *e-wallet* dengan intensitas penggunaan tertinggi selama lima tahun terakhir. Dimana kelima produk tersebut mampu mempertahankan posisi terdepan secara harian, mingguan, dan bulanan. Setiap produk digunakan dalam berbagai transaksi yang terjadi dalam

kehidupan sehari-hari. LinkAja sering ditemukan di kantin kampus atau sekolah, OVO terintegrasi dengan *platform* transportasi *online* Grab, GoPay terintegrasi dengan *platform* transportasi *online* GoJek, DANA terintegrasi dengan *e-commerce* Bukalapak, dan Shopee Pay terintegrasi dengan *e-commerce* Shopee (Putra & Roekhudin, 2022). Setiap produk menawarkan manfaat dan kemudahan untuk berbagai macam transaksi, menjadikan *e-wallet* sebagai salah satu metode pembayaran paling populer dan menarik antusiasme dalam kegiatan transaksi Indonesia.

Antusiasme penggunaan *e-wallet* yang meningkat beberapa tahun ke belakang didominasi oleh kalangan muda. Kalangan muda yang dimaksud ialah Millennial yang lahir tahun 1980 hingga 1996 dan generasi Z yang merupakan yang lahir pada tahun 1997 hingga 2002. Tidak diragukan lagi, kedua generasi ini memiliki banyak pengalaman menggunakan teknologi, termasuk komputer, laptop, ponsel, dan internet. Kalangan muda sangat tertarik menggunakan sistem pembayaran *e-wallet* ini karena sangat nyaman dan menawarkan banyak keunggulan dibandingkan metode pembayaran lainnya karena hanya membutuhkan penggunaan *smartphone* (Jannah, 2023). Minat kalangan muda menggunakan *e-wallet* juga diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Director Customer Experience Ipsos Indonesia, yang mengatakan bahwa 68% kalangan muda menggunakan *e-wallet*, karena mereka lebih produktif daripada kelompok usia lainnya (Nadhilah et al., 2021).

Mahasiswa sebagai salah satu kalangan muda yang memiliki pengetahuan dan ketertarikan yang tinggi terhadap sebuah perkembangan teknologi saat ini, contohnya pada pemakaian media sosial, pemesanan barang via *e-commerce*,

investasi online dan tak terkecuali pada pengaplikasian teknologi untuk transaksi. Selain itu jumlah mahasiswa yang stabil tentu sangat berpengaruh kepada kegiatan transaksi online yang mendorong naiknya penggunaan *e-wallet*. Mahasiswa saat ini identik dengan *lifestyle* yang *up to date*, sehingga dapat dikatakan bahwa mereka merupakan konsumen yang banyak melakukan aktifitas jual-beli di pasaran. Perkembangan teknologi khususnya pada *fintech* membuat mahasiswa mulai beralih pada produk seperti *e-wallet* yang bisa mereka akses kapanpun saat hendak melakukan transaksi (Nawawi, 2020).

Dengan antusiasme yang tinggi yang ditunjukkan oleh mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet*, nyatanya Prasetya & Purnamawati (2020) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa penggunaan *e-wallet* di lingkungan kampus terutama pada Universitas Pendidikan Ganesha, saat ini masih tergolong jarang. Hal tersebut diperkuat dengan survei yang dilakukan oleh Putri P. (2023) yang menemukan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha kurang berminat menggunakan aplikasi *e-wallet* dan cenderung masih mempertahankan cara bertransaksi secara konvensional dengan uang tunai.

Meskipun rata-rata hampir semua mahasiswa awam dan pernah menggunakan produk layanan yang *e-wallet*, para mahasiswa lebih memilih untuk menggunakan pembayaran tunai lantaran dinilai lebih praktis. Sejalan dengan fenomena tersebut survei Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dengan Katadata Insight Center (KIC) yang berjudul Status Literasi Digital di Indonesia menemukan bahwa sebanyak 65,4% responden paling sering menggunakan *e-wallet*. Namun sayangnya frekuensi penggunaan *e-wallet* mahasiswa masih rendah dimana berdasarkan hasil survey mencatat bahwa 26,4 %

mahasiswa menggunakan *e-wallet* sebulan sekali, selain itu 22,8 % menggunakan *e-wallet* beberapa bulan sekali, selanjutnya 16,8% menggunakan *e-wallet* sebanyak 2-3 kali sebulan. Diikuti oleh frekuensi pengguna *e-wallet* seminggu sekali sebesar 14,5%, dua sampai tiga hari sebesar 9,1%, setiap hari 6,4% dan tidak menggunakan *e-wallet* sama sekali sebesar 4% (Vania, 2022).

Hal ini mengindikasikan bahwa *e-wallet* juga belum sepenuhnya digunakan oleh mahasiswa. Pendapatan yang belum stabil mempengaruhi mahasiswa lebih senang untuk melakukan transaksi secara konvensional (tunai), lantaran banyak dari mereka yang menganggap bahwa *e-wallet* memiliki risiko dan dinilai tidak efektif dibanding uang tunai. Akibatnya pemanfaatan *e-wallet* di sekitar lingkup daerah tersebut menjadi rendah dan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dari upaya pemerintah dan perusahaan yang mendorong penerapan digitalisasi sektor ekonomi melalui sistem uang elektronik.

Tabel 1.2
Rata-rata Konsumsi per Kapita Sebulan Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota (Rupiah), 2019-2021

Kabupaten/Kota	Jumlah		
	2019	2020	2021
Kab. Jembrana	946.424	1.088.252	1.114.672
Kab. Tabanan	1.198.185	1.303.664	1.304.744
Kab. Badung	1.839.555	1.913.831	1.811.807
Kab. Gianyar	1.438.465	1.503.838	1.613.103
Kab. Klungkung	1.115.170	1.185.690	970.829
Kab. Bangli	981.098	1.105.238	1.086.908
Kab. Karangasem	769.337	884.539	803.683
Kab. Buleleng	930.018	969.964	961.202
Kota Denpasar	2.000.258	2.247.722	2.125.061
Provinsi Bali	1.387.154	1.509.666	1.468.624

Sumber: bali.bps.go.id (2021).

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2021 Kota Denpasar memiliki rata-rata konsumsi perkapita tertinggi, dan diikuti oleh

Kabupaten Badung, serta Kabupaten Gianyar pada urutan ketiga. Darma dan Devi (2022) mengungkapkan bahwa tingginya rata-rata konsumsi Masyarakat Kota Denpasar secara tidak langsung dipengaruhi oleh penggunaan *e-wallet*. Jumlah konsumsi masyarakat akan meningkat jika transaksi *e-wallet* mengalami pertumbuhan. Sementara itu Minta (2021) mengungkapkan bahwa jumlah penduduk juga dapat mempengaruhi konsumsi masyarakat, banyaknya jumlah penduduk yang berada dalam suatu wilayah maka berbanding dengan banyaknya pula kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi. Dalam hal ini berdasarkan data Jumlah Penduduk di Kabupaten/Kota di Bali per Juni 2022 Kabupaten Buleleng memiliki proyeksi penduduk terbanyak di bandingkan Kota Denpasar yakni sebesar 827.642 jiwa. Namun nyatanya rata-rata konsumsi penduduk di kabupaten Buleleng justru lebih rendah dibandingkan Kota Denpasar. Hal ini menandakan bahwa penggunaan *e-wallet* sebagai sarana bertransaksi di daerah tersebut masih rendah.

Buleleng sebagai salah satu kabupaten yang terkenal dengan label daerah pendidikan memiliki potensi yang tinggi untuk mempercepat proses digitalisasi sektor ekonomi yang selama ini masih cenderung rendah dibanding kabupaten/kota lainnya di Bali dengan mendorong kalangan mudanya. Kabupaten Buleleng yang merupakan daerah Pendidikan, memiliki berbagai universitas, sekolah tinggi, politeknik, maupun akademi yang dapat menampung ribuan mahasiswa tiap tahunnya. Hal tersebut didorong dengan adanya salah satu perguruan tinggi terbesar di Bali terpatnya di Kabupaten Buleleng yang bernama Universitas Pendidikan Ganesha.

Univeristas Pendidikan Ganesha yang hadir menjadi salah satu perguruan tinggi favorit di Bali memiliki ribuan mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah.

Dengan adanya potensi dari mahasiswa tersebut tentu diharapkan dapat membantu perkembangan bagi daerah tersebut di berbagai sektor, tak terkecuali dengan sektor ekonomi. Hadirnya mahasiswa membuat arus ekonomi di daerah tersebut meningkat. Mahasiswa tentunya memiliki banyak kebutuhan sehingga tingkat konsumsi yang mereka butuhkan juga tinggi. Dengan hadirnya inovasi pada *fintech* yakni *e-wallet*, mahasiswa merasa sangat terbantu. Mereka beranggapan bahwa tidak perlu bersusah payah untuk melakukan berbagai transaksi. Hanya dengan sebuah aplikasi mereka dapat melakukan transaksi sewaktu-waktu dan dimana saja dengan syarat harus memiliki akses internet.

Fenomena perkembangan penggunaan *e-wallet* telah berkembang dikalangan mahasiswa, tidak terkecuali pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha, banyak juga dari mereka yang memiliki minat dan juga cukup antusias dalam menggunakan *e-wallet* dalam melakukan aktivitasnya, seperti memesan transportasi online, makanan, investasi, pembelian barang via *e-commerce* maupun *offline* pada *merchant* secara langsung, kini mereka tidak harus membawa uang tunai, lantaran mereka bisa melakukan transaksi pembayarannya dengan menggunakan *e-wallet*. Dengan adanya *e-wallet* dapat membantu pengguna dalam memperoleh kebutuhan secara cepat dan mudah dengan menggunakan teknologi dan jaringan internet yang dimiliki oleh pengguna juga dapat membantu pengguna dalam penggunaan teknologi yang positif (Silaban, 2021).

Dengan berbagai manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh adanya *e-wallet* sebagai alat pembayaran, *e-wallet* juga memiliki efek negatif yang dapat merugikan penggunanya. Efek negatif ini nantinya bisa berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* di kalangan pengguna, tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa

sebagai remaja tanggung bisanya mudah panik dan trauma dengan pengalaman buruk yang mereka alami saat menggunakan *e-wallet*. Selain itu, dalam wawancara singkat dengan salah satu mahasiswa Undiksha bernama Ni Luh Putu Ayu Pramesti Dewi menuturkan bahwa ia pernah bertransaksi menggunakan *e-wallet*, tetapi jarang sekali ia gunakan, lantaran dirinya harus berhemat karena uang yang dimiliki sangat terbatas. Sebagai mahasiswa yang merantau dan belum memiliki pendapatan tetap, ia harus pintar mengatur keuangannya, dengan adanya hal tersebut tentu bisa mempengaruhi minatnya dalam menggunakan *e-wallet*.

Sebagai tindak lanjut untuk lebih mengetahui permasalahan maupun kendala yang dialami mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha dalam minat penggunaan *e-wallet* penulis juga melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa secara acak sebagai berikut. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan I Putu Bagus Dharma Satrya Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha mengungkapkan bahwa telah memiliki aplikasi *e-wallet* di handphonenya namun jarang digunakan karena lebih banyak bertransaksi secara tunai. Selain itu Ni Putu Ayu Maharini Pratiwi dan Putu Widiari yang merupakan mahasiswa pada salah satu perguruan tinggi di Kabupaten Buleleng mengungkapkan jika *e-wallet* sangat membantu dalam kegiatan bertransaksi namun penggunaan *e-wallet* tidak selalu dapat dimanfaatkan hal ini karena beberapa pedagang terkadang tidak menyediakan fasilitas untuk bertransaksi menggunakan uang elektronik. Mereka juga mengungkapkan bahwa menggunakan *e-wallet* hanya sesekali ketika dibutuhkan untuk berbelanja *online* saja.

Perilaku pengguna yang mengecualikan sistem teknologi informasi sebagai sarana potensial pemecahan masalah merupakan salah satu faktor yang

berkontribusi terhadap rendahnya tingkat penggunaan sistem informasi. Sikap dan persepsi pengguna terhadap sistem informasi membentuk perilaku pengguna sistem. Banyak orang memiliki keraguan tentang kemampuan teknologi informasi untuk memberi manfaat bagi manusia dan membuat hal-hal sederhana untuk dipelajari. Studi dan penelitian tentang teori atau model penerimaan teknologi informasi adalah salah satu cara untuk mencoba memahami fenomena dan pertanyaan tersebut (Rodiah, 2020).

Adopsi dan penggunaan teknologi di lingkungan konsumen dikaji menggunakan model UTAUT 2, yang memperhitungkan hedonisme, nilai harga, faktor sosial, harapan bisnis, harapan kinerja, dan kebiasaan. Motivasi hedonis, juga dikenal sebagai hedonisme, adalah mengejar kesenangan atau kenikmatan melalui penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2012). Jika dikaitkan dengan teknologi keuangan, maka inovasi pada teknologi keuangan yang berlangsung secara terus menerus seperti *e-wallet* akan menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna untuk mencari kesenangan dalam menggunakan *e-wallet*. Mahasiswa merupakan bagian dari masa remaja yang mana dapat disebut juga dengan generasi milenial. Generasi ini identik dengan adanya perkembangan teknologi, khususnya penggunaan internet dan media social. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pew Research Center Generasi milenial dan teknologi tidak bisa dipisahkan karena, teknologi sudah menjadi kebutuhan pokok di era sekarang (Irkham, 2020). Hal ini menyebabkan kebanyakan orang yang melek teknologi lebih senang menggunakan fasilitas bertransaksi *online* menggunakan *e-wallet* karena dirasa lebih praktis dan mudah. Perkembangan *e-wallet* saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat.

Beberapa aplikasi *e-wallet* menawarkan banyak promo dan hadiah bagi para penggunanya untuk menarik perhatian.

Namun pada prakteknya penggunaan *e-wallet* terkadang menimbulkan kebingungan bagi penggunanya, lantaran adanya batasan penggunaan jenis *e-wallet* disetiap transaksi dimana transaksi pada masing-masing *marketplace* menggunakan jenis *e-wallet* yang berbeda. Seperti *marketplace* shopee yang memanfaatkan shopeepay dan tokopedia yang hanya menggunakan gopay sebagai *e-wallet* dalam melakukan transaksi. Hal ini tentunya dapat mempengaruhi kepuasan seseorang dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet*.

Pada penelitian ini variabel hedonisme digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh hedonisme terhadap niat perilaku ketika menggunakan *e-wallet*. Semakin meningkat motivasi hedonis seseorang akan menimbulkan minat untuk menggunakan *mobile payment* yang lebih tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Herdadi (2022) menemukan bahwa *hedonic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan *e-wallet*. Selain itu, Hanifah & Mukhlis (2022) mengungkapkan bahwa hedonis memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan shopeepay. Serta penelitian Diana (2018) menyatakan bahwa motivasi hedonis berpengaruh sangat positif signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Hasil berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Putra & Roekhudin (2022) yang menyatakan bahwa hedonisme tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

Social influence diartikan sebagai tingkat di mana konsumen memandang bahwa orang lain yang penting (seperti keluarga dan teman) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh et al., 2012). Pengaruh sosial

yang dirasakan dan dukungan-dukungan yang diperoleh seseorang pengguna teknologi ini dapat dinyatakan sebagai aspek *social influence* (Davis, 1989). Sejahtera mana seseorang percaya orang lain membujuknya untuk mengadopsi sistem baru dikenal sebagai *social influence*. Perilaku individu sering berubah seiring dengan pengaruh lingkungan sosial yang akan diterimanya. Dengan berkembangnya teknologi informasi, terutama media sosial di kalangan anak muda memunculkan sebuah fenomena yakni para *influencer*, berupaya mempengaruhi para pengikutnya untuk membeli dan menggunakan produk yang ia tawarkan. Biasanya produk tersebut diiklankan dengan menggunakan jasa dari *influencer* (*endorsement*) untuk meningkatkan penjualan dan popularitas produk tersebut. Sama halnya dengan penggunaan aplikasi *e-wallet*, para *influencer* yang memiliki banyak pengikut ini menggunakan jasa *endorsement* untuk mempromosikan bahwa mereka menggunakan *e-wallet* melalui media sosial mereka untuk menarik minat calon pengguna guna berbondong-bondong menggunakan *e-wallet* tersebut. Dengan adanya hal tersebut tentu dapat menarik minat, terutama kalangan muda yang sangat aktif bersosial media untuk menggunakan aplikasi *e-wallet* lantaran orang terdekat atau orang yang mereka anggap penting juga telah menggunakan *e-wallet* dapat mempengaruhi orang lain untuk menggunakannya (Endrica & Sari, 2021).

Saat ini *e-wallet* telah menawarkan berbagai sistem dalam bertransaksi salah satunya yaitu *paylater*. Sekar Putih Djarot selaku juru bicara OJK menjelaskan bahwa *paylater* adalah salah satu istilah yang merujuk pada transaksi pembayaran atau jasa yang mana ini merupakan layanan untuk menunda pembayaran atau berhutang yang wajib dilunasi dikemudian hari (www.djkn.kemenkeu.go.id, 2022). Namun terkadang tanpa disadari penggunaan

paylater ini dapat menimbulkan berbagai masalah keuangan, berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan kepada Kadek Nila Ambarwati mengungkapkan bahwa melakukan pembatasan dalam bertransaksi menggunakan *paylater* hal ini lantaran adanya cerita mengenai pengalaman temannya yang menggunakan fitur ini. Dimana rekan kadek mengalami kehilangan akun pada *marketplace* shopee dan tidak bisa login kembali, sementara ia masih memiliki hutang untuk dilunasi. Sebagai salah satu produk keuangan yang diawasi oleh OJK adanya permasalahan keuangan sebagai akibat dari penggunaan *e-wallet* tentunya akan mempengaruhi seseorang dikemudian hari ketika akan melakukan pengajuan kredit. Cerita dari teman terdekat mengenai pengalaman dalam menggunakan *e-wallet* tentunya dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan atau tidak menggunakan *e-wallet* dalam bertransaksi. Ketika kita berada dalam lingkungan dimana orang-orangnya sudah mendominasi menggunakan layanan *mobile payment*, secara tidak langsung kita akan mengikuti penggunaan *mobile payment* tersebut (Umiyati, 2021).

Social influence pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat perilaku dalam menggunakan *e-wallet*. Penelitian yang dilakukan oleh Herdadi (2022) menemukan bahwa *social influence* berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Selain itu, penelitian Naufal (2021) juga menemukan bahwa pengaruh sosial, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet DANA. Serta Kusuma (2020) menemukan bahwa *social influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan uang elektronik. Hasil berbeda ditemukan pada penelitian Putra & Roekhudin (2022) dimana pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan e-wallet.

Menurut Kotler (2011) dalam Kaharu dan Budiarti (2016) gaya hidup ialah pola kehidupan sehari-hari seseorang berdasarkan aktifitas, minat dan opini. Gaya hidup menggambarkan kepribadian seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Setiap masyarakat akan memiliki cara hidupnya sendiri, bahkan gaya hidup individu dan kelompok masyarakat kadang-kadang akan berubah secara dramatis. Tetapi gaya hidup tidak berubah dengan cepat, setelah beberapa saat mereka akan memiliki gaya hidup yang permanen (Simanjuntak, 2020). Dilihat dari semakin maraknya penggunaan uang elektronik seperti *e-wallet* sebagai platform dalam bertransaksi maka penulis mengasumsikan bahwa *e-wallet* telah menjadi gaya hidup sebagian besar orang.

Era digital yang semakin masif, mendorong perubahan gaya hidup masyarakat yang serba cepat & *instant*. Penggunaan *e-wallet* sekarang menjadi aspek umum dari kehidupan sehari-hari. Catriana dalam Nadhilah dkk., (2021) mengungkapkan bahwa gaya hidup kalangan anak muda saat ini khususnya mahasiswa memang lebih mengedepankan hal-hal yang *up to date*. Akibatnya, mahasiswa mulai memanfaatkan kemajuan teknologi, khususnya di *fintech* (teknologi keuangan), untuk melakukan pembelian. Mahasiswa merasa lebih nyaman menggunakan *e-wallet* lebih sering, sehingga mereka lebih cenderung untuk tetap menggunakannya bahkan tanpa adanya penawaran promosi yang memikat. Mahasiswa sering dijadikan sebagai target pemasaran berbagai produk industri, hal ini karena mahasiswa memiliki karakteristik yang labil, spesifik, dan mudah untuk dipengaruhi sehingga menciptakan berbagai tanda perilaku pembelian yang tidak wajar. Resstiani dalam Irkham (2020) mengungkapkan bahwa kegiatan berbelanja menjadi pelampiasan yang pada akhirnya menjadikan mahasiswa

sebagai generasi yang konsumtif, terlebih bagi mahasiswa yang berasal dari luar daerah dengan status ekonomi kuat akan menjadi semakin konsumtif ketika sedang berada diluar kota karena adanya fasilitas dan tuntutan pergaulannya.

Semakin meningkat dan semakin canggih perkembangan teknologi dan semakin mudah transaksi jual beli saat ini membuat masyarakat khususnya remaja akan rentan terhadap perilaku konsumtif. Sehingga mendorong perilaku yang semakin boros dan susah mengontrol pengeluarannya. Berbelanja dengan *e-wallet* atau dompet digital ternyata dapat juga mempengaruhi gaya hidup sebagian besar orang yang mengarah ke konsumerisme, karena ketika bertransaksi secara tidak langsung telah melakukan pembayaran namun merasa seperti tidak sedang bertransaksi dan tidak merasa mengeluarkan uang sehingga menimbulkan perilaku konsumtif (Lubis, 2022). Tresna dalam Irkham (2020) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif yang tinggi mengakibatkan beberapa dampak negatif, seperti ketergantungan untuk membeli suatu produk, lebih boros dalam pengeluaran, semakin mudah terbujuk dengan iklan produk, dan tidak pernah merasa puas dengan segala yang telah dicapainya. Heni dalam Irkham (2020) menyatakan bahwa generasi milenial yang berkembang dengan perilaku konsumtif tinggi sebaiknya diimbangi dengan kemampuan kontrol keuangan yang baik. Akan terjadi permasalahan apabila kedua hal tersebut tidak seimbang. Banyak tindak kriminal yang akan dilakukan oleh kalangan milenial demi mencapai keinginan mereka. Karena perkembangan sistem pembayaran yang menawarkan berbagai kemudahan fasilitas harus memungkinkan orang untuk mengelola gaya hidup mereka dengan cara yang lebih efisien dan sederhana untuk mengelola keuangan khususnya

mahasiswa, memiliki pilihan untuk menilai penawaran gaya hidup yang diterima atau ditolak sesuai dengan kebutuhan mereka (Wati, 2020).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Christover (2019) menunjukkan bahwa kesesuaian gaya hidup secara signifikan mempengaruhi minat menggunakan *e-money*. Selain itu hasil penelitian Simanjuntak (2020) menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan ulang *e-money*. Hasil berbeda ditemukan pada penelitian Nurjanah (2022) dimana gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan alat pembayaran transaksi non tunai.

Risiko merupakan apa yang dirasakan sebagai keyakinan pengguna tentang potensi konsekuensi negatif atau ketidakpastian hasil atau konsekuensi dari transaksi online dengan situs web tertentu (Farivar et al., 2017). Risiko yang dirasakan persepsi oleh konsumen adalah ketidakpastian yang dirasakan oleh konsumen dalam belanja online ketika konsumen bisa tidak memprediksi apa konsekuensi dan kerugian akan dialami dari keputusan pembelian mereka (Schiffman & Wisenblit, 2015).

Penggunaan aplikasi dompet digital sangat erat kaitannya dengan resiko dikarenakan dalam melakukan transaksi di internet pastinya ada beberapa resiko yang mungkin terjadi, seperti resiko finansial, resiko kenyamanan, resiko kondisi produk yang dibeli, resiko psikologis, dan lain-lain (Ong & Nuryasman, 2022). Persepsi konsumen tentang resiko dapat bervariasi satu sama lain dan mungkin tidak selaras dengan proyeksi perusahaan. Meskipun pertumbuhan *e-wallet* beberapa tahun kebelakang sangat pesat dengan pembaharuan layanan dan tampilan yang semakin berkembang dan menarik, penggunaan *e-wallet* juga tidak terlepas dari resiko yang akan disebabkan akibat pemakaian aplikasi tersebut. Menurut Adamson

& Shine dalam Susanti & Putra (2023) risiko merupakan faktor tambahan yang mempengaruhi adopsi suatu teknologi. Dalam hal ini, risiko keamanan yang dialami oleh seseorang dapat mempengaruhi keputusan orang tersebut untuk menggunakan layanan *fintech*. Mereka akan lebih memilih untuk menggunakan layanan teknologi jika tingkat risikonya rendah. Tiga puluh tiga persen responden *The Vesta Online Payment Survey* menyatakan keprihatinan terhadap risiko keamanan siber pengguna (Fatmawati, 2022).

Sebuah layanan teknologi yang berisiko tinggi dianggap memiliki tingkat risiko keamanan yang rendah, sehingga risiko digunakan menjadi pertimbangan lain dalam menentukan penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran. Pada era digital seperti sekarang, risiko keamanan menjadi hal penting untuk dipertimbangkan terutama berkaitan dengan data pribadi. Penyalahgunaan data pribadi marak dilakukan akibat kebocoran sistem yang memiliki keamanan rendah. Dalam hal ini risiko juga dapat berkaitan dengan nominal *e-wallet* yang bisa saja berkurang atau bahkan hilang ketika terjadi kegagalan dalam melakukan transaksi. Sebuah layanan yang baik akan memberikan rasa aman kepada penggunanya. Begitupula *e-wallet* yang memberikan rasa aman bagi pengguna akan menjadi pilihan utama dalam melakukan pembayaran ditengah banyaknya pilihan alat pembayaran. Masyarakat harus selektif didalam menggunakan *e-wallet* agar tidak mendapatkan kerugian besar dimasa mendatang (Aisyah, dkk, 2022).

Dampak risiko yang diterima oleh user produk layanan *e-wallet* tersebut nantinya dapat mempengaruhi penggunaan dompet elektronik. Apabila risiko yang di perkirakan akan diterima oleh pengguna *e-wallet* tersebut tinggi maka, hal tersebut akan menurunkan minat penggunaan dompet elektronik (Rahayu, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Iffat & Laksmi (2023) menunjukkan bahwa risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet elektronik. Selain itu Fawzi & Sulistyowati (2022) mengungkapkan bahwa risiko berpengaruh positif terhadap penggunaan e-wallet. Sedangkan hasil berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan Yudisthira (2023) dimana risiko tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan Shopeepay.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Pendidikan Ganesha yang berada di Kabupaten Buleleng karena dianggap memiliki salah satu sumber daya mahasiswa terbanyak namun penggunaan *e-wallet* di daerahnya masih tergolong rendah. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yudisthira (2022), dimana riset tersebut hanya berfokus pada penggunaan *e-wallet* shopee pay di kalangan mahasiswa akuntansi. Sementara penelitian ini mengukur lebih dari satu penggunaan e-wallet diantaranya gopay, ovo, dana, linkaja, dan shopee pay, Selain itu penelitian ini mengukur minat penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa di Universitas Pendidikan Ganesha. Selanjutnya, dari segi variabel independen yang digunakan pada penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dimana penelitian ini memadukan variabel motivasi hedonis, *social influence*, gaya hidup dan risiko untuk mengukur minat penggunaan *e-wallet*. Selain itu, penelitian sebelumnya menggunakan *grand theory* TAM dalam menjelaskan minat penggunaan *e-wallet* mahasiswa, sementara penelitian ini menggunakan *grand theory* UTAUT 2, hal ini karena model ini merupakan gabungan dari teori-teori perilaku yang digabung menjadi satu sehingga lebih kompleks dalam menjelaskan pengaruh variabel-variabel independent terhadap variable dependen yaitu minat minat penggunaan *e-wallet* dikalangan mahasiswa.

Dengan adanya permasalahan di lapangan dan inkonsistensi hasil dari penelitian terdahulu maka akan dilakukan pengujian pada variabel penelitian yang mempengaruhi minat penggunaan *e-wallet*. Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka peneliti mengambil judul “Pengaruh Motivasi Hedonis, *Social Influence*, Gaya Hidup dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan *E-Wallet*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Rendahnya frekuensi penggunaan *e-wallet* mahasiswa.
2. Banyaknya inovasi-inovasi pada *e-wallet* yang mendorong perilaku hedonisme di kalangan mahasiswa.
3. Faktor sosial yang belum optimal dalam mensosialisasikan penggunaan *e-wallet*.
4. Terjadinya perubahan gaya hidup mahasiswa dalam bertransaksi.
5. Munculnya beberapa risiko penggunaan *e-wallet* di kalangan mahasiswa.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk memudahkan penelitian, peneliti memfokuskan untuk meneliti faktor-faktor yang diduga mempengaruhi minat *e-wallet* yaitu motivasi hedonis, *social influence*, gaya hidup dan risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, adapun rumusan masalah pada penelitian ini diantaranya yaitu:

1. Apakah motivasi hedonis berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*?

2. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*?
4. Apakah risiko berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisa pengaruh motivasi hedonis terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
2. Untuk menganalisa pengaruh *social influence* terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
3. Untuk menganalisa pengaruh gaya hidup terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
4. Untuk menganalisa pengaruh risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

1.6 Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi bagi penulis maupun pihak lainnya yang berkepentingan terhadap penelitian ini. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari hasil penelitian ini yaitu diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mendukung pengembangan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT 2) dalam minat penggunaan *e-wallet*. Dengan adanya penelitian juga diharapkan dapat menjadi tolak ukur untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini digunakan sebagai wadah untuk pengembangan dan menambah wawasan terkait pengaruh motivasi hedonis, *social influence*, gaya hidup dan risiko terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

b. Bagi Perusahaan Dompot Digital di Indonesia

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan kepada pihak perusahaan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi yang akan digunakan dalam pengembangan aplikasi dompet digital sehingga dapat menambah minat dalam menggunakan aplikasi dompet digital tersebut di masyarakat.

c. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori akuntansi serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

