

# BAB I

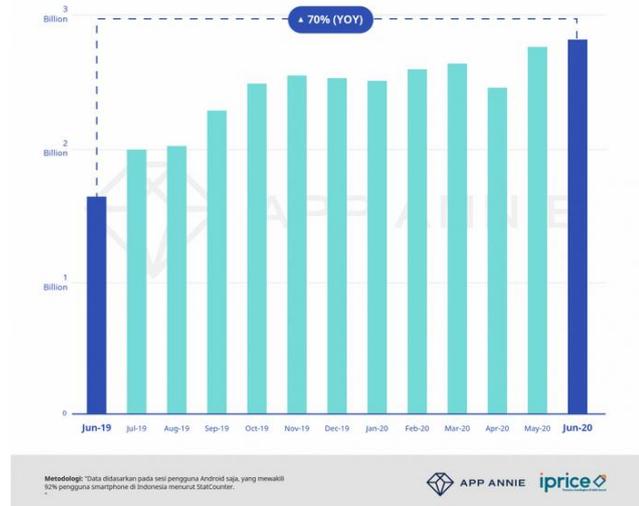
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Era digitalisasi berdampak pada kemajuan teknologi di masa ini yang semakin meningkat pada seluruh aktivitas kehidupan manusia. Mulai dari gaya bertransaksi, administrasi hingga komunikasi. Dimana perkembangan tersebut juga diiringi oleh pesatnya perkembangan *interconnection networking* (internet). Rata-rata penduduk Indonesia yang berusia 16 (enam belas) tahun hingga (enam puluh empat) 64 tahun terjun di *interconnection networking* (dalam setiap perangkat) dalam satu hari rata-rata dapat mencapai tujuh jam lima puluh sembilan menit. Adapun pengguna *interconnection networking* di Indonesia hingga mencapai 175,3 juta atau sekitar 64 (enam puluh empat) persen dari keseluruhan jumlah penduduk Indonesia secara mutlak. Sebagian besar pengguna *interconnection networking* memakai ponsel, yakni sejumlah 171 juta atau setara dengan 98 persen dari jumlah keseluruhan pengguna *interconnection networking* Indonesia ([www.databoks.co.id](http://www.databoks.co.id)). Perkembangan teknologi komputerisasi telah menghadirkan inovasi di bidang keuangan yang disebut dengan *Fintech* (*Financial Technology*). *Fintech* (*Financial Technology*) sebagai sarana teknologi pada sistem keuangan yang menciptakan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis inovatif serta memiliki dampak terhadap stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, serta keandalan

(Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017). Kehadiran fintech tersebut begitu bermanfaat bagi masyarakat untuk mengakses berbagai produk keuangan dan memudahkan untuk aktivitas transaksi keuangan menggunakan sentuhan jari (Rahma, 2018). Kegiatan transaksi keuangan yang dulunya harus menggunakan berupa uang cash dan bertatap muka, namun saat ini dapat memanfaatkan kemajuan teknologi untuk bertransaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran digital yang jauh lebih praktis. Dengan demikian, pengaplikasian teknologi keuangan dapat dijadikan sebagai solusi terbaik untuk membantu memutar roda perekonomian bisnis agar tetap berjalan di tengah pandemi (Sumarni, 2020).

Penggunaan aplikasi keuangan dalam fintech mengalami peningkatan yang sangat spesifik dari suatu periode ke periode lain. iPrice Group berkerjasama dengan App Annie untuk melakukan analisis guna mendapat informasi mengenai tingkat besaran jumlah peningkatan yang ada dengan dibandingkan data Year over Year (YoY). Analisis sesi yang terdapat di aplikasi keuangan di Indonesia menjelaskan terdapat peningkatan yang mencapai 70 persen sejak bulan Juni 2019 hingga bulan Juni 2020. Jumlah keseluruhan sesi di tahun 2019 terhadap pemanfaatan aplikasi keuangan setara 1.67 Miliar dan mengalami peningkatan sampai dengan mencapai angka 2.83 Miliar periode bulan Juni 2020 (iPrice.co.id, 2020).



**Gambar 1.1**  
**Surveri oleh iPrice dan AppAnnies**  
*(Sumber: Website iPrice, 2020)*

Fintech terbagi menjadi beberapa kategori. Menurut Bank Indonesia terdapat 4 kategori Fintech, di antaranya Peer-to-Peer Lending (P2P) dan Crowdfunding; Manajemen Risiko Investasi; Payment, Clearing, dan Settlement; dan Market Aggregator. Kategori payment menjadi primadona di situasi phsycal distancing ini untuk solusi transaksi praktis, aman, cepat, dan cashless. Dimana kategori tersebut dibagi ke dalam dua jenis yang meliputi payment gateway dan electronic wallet (dompet digital). E-wallet atau biasa disebut dompet elektronik merupakan media menyimpan nominal uang sementara atau akun yang terdapat uang di beberapa aplikasi digital dan dimanfaatkan guna mempermudah pelanggan dalam bertransaksi atau melakukan pelunasan berbagai produk secara non-tunai (Hutami dan Epsilandri, 2018). Menurut Akbar dan Sitti (2020:62), uang atau nominal saldo yang terdapat pada e-wallet merupakan harta yang di masa lalu telah disimpan pada dompet digital terkait. Pada perkara lain, guna melakukan top up e-wallet tetap dapat diterapkan melalui cara menghubungkan rekening Bank dengan akun dompet digital yang bersangkutan. Lantaran pada

dompet digital masih ada uang elektronik, maka jelas tiap akun akan dilengkapi menggunakan data bukti diri secara menyeluruh mengenai pengguna dompet elektronik. Setelah hal tersebut, eksistensi pengaplikasian e-wallet (dompet digital) mempunyai fungsi yang begitu banyak ragam, tidak cuma berfungsi sebagai media pelunasan saja, akan tetapi juga dapat dipergunakan untuk media guna melakukan verifikasi pada suatu kegiatan berbagai transaksi. Misalkan guna melakukan verifikasi usia calon pelanggan ketika hendak membeli suatu produk seperti alkohol. Disamping hal tersebut, penggunaan media internet sebagai salah satu alternatif pembayaran membantu memudahkan semua kalangan untuk mengakses e-wallet sehingga memberikan peluang yang begitu menjanjikan pada era industri 4.0 terhadap industri perbankan dan e-commerce guna mengembangkan usaha mereka (Nawawi, 2020).

Global Web Index menyatakan bahwa Indonesia mempunyai jumlah pemakai e-commerce paling tinggi di dunia. Laporan yang dikeluarkan oleh We Are Social tersebut memperlihatkan 96 persen pemakai layanan internet terkadang mencari produk atau layanan guna diperoleh via digital. Tingkat penggunaan yang begitu tinggi bukan berarti selalu berbanding lurus terhadap market value atau nilai pasar e-commerce yang terdapat di Indonesia. Kondisi terkait diakibatkan karena market value atau nilai pasar yang terdapat di dalam negeri masih bisa dikatakan atau tergolong rendah dibandingkan dengan nilai pasar rata-rata di dunia. Rata-rata kebanyakan pemakai layanan internet di Indonesia mengeluarkan biaya US\$ 89 dolar dengan tujuan bertransaksi pada e-commerce. Biaya tersebut tergolong masih lebih rendah dibandingkan rata-rata pemakai layanan internet dunia dengan biaya mencapai US\$ 634 ([www.databoks.co.id](http://www.databoks.co.id))

Berdasarkan data Bank Indonesia transaksi pada sektor ekonomi dan keuangan secara digital hingga saat ini masih tumbuh positif sejalan dengan pemanfaatan media dan instrumen digital dimasa pandemik covid-19, serta terjaminnya preferensi dan akseptasi masyarakat terhadap transaksi komputerisasi dimasa digitalisasi ini. Hal tersebut tercermin pada nominal transaksi Uang Elektronik (e-money) di bulan November 2020 yang tetap mengalami pertumbuhan positif, sebesar 20,27 persen (yoy). Selain hal tersebut, dengan jumlah dan nominal transaksi digital banking yang juga mengalami pertumbuhan positif di bulan Oktober 2020 senilai 29,98 persen (yoy) dan 2,11 persen (yoy). Meningkatnya transaksi pembayaran menggunakan layanan uang elektronik tersebut diindikasikan karena meningkatnya perkembangan e-wallet (dompet digital) ataupun fintech yang begitu besar disenangi masyarakat di Indonesia masa kini (cnbcindonesia.com).

Berdasarkan dari data yang iPrice dan Jakpat (2020) kumpulkan 26 persen dari jumlah keseluruhan sebanyak 1.000 responden menyatakan memilih untuk memanfaatkan e-wallet untuk metode transaksi pelunasan saat melakukan belanja online di e-commerce (iPrice.co.id, 2020). Survei sejenis oleh Snapcart yang dilaksanakan berbasis online selama periode tiga bulan (Juni, Juli dan Agustus) di tahun 2020 mendapatkan bahwa ShopeePay saat ini adalah e-wallet yang mempunyai tingkat pertumbuhan begitu pesat sejak awal tahun 2020 yang disusul oleh OVO, GoPay, Dana, dan Link Aja. Selain itu, hasil survei yang dilakukan oleh Ipsos (2020) terkait pendapat generasi muda usia produktif tentang e-wallet dan dampaknya bagi kehidupan mereka sehari-hari menjelaskan penetrasi jumlah pengguna e-wallet di Indonesia paling tinggi diduduki oleh generasi milenial

sebesar 81 persen dan generasi z sebesar 19 persen. Pesatnya pertumbuhan e-wallet tersebut sebagian besar dimotivasi oleh kepraktisan, kenyamanan, dan kemudahan dalam penggunaan e-wallet itu sendiri. Disamping fungsional, pengaplikasian e-wallet secara emosional juga dapat memberikan rasa dan pengalaman yang membuat pengguna nyaman.

Dengan berkembangnya fintech pembayaran dan meningkatnya pertumbuhan pengguna e-wallet maka akan berpengaruh terhadap literasi keuangan karena era digitalisasi yang ditandai dengan begitu majunya teknologi khususnya pada bidang keuangan tersebut begitu membutuhkan pengetahuan atau literasi keuangan yang cukup (Herawati, dkk, 2018). Literasi keuangan sebagai tingkat pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan yang berpengaruh terhadap sikap dan perilaku individu guna memperbaiki kualitas sebagai calon konsumen pada tiap pengambilan keputusan guna tercapai kesejahteraan. Menurut Chen dan Volpe (dalam Apriliana, 2020), ada berbagai indikator yang tergolong pada literasi keuangan di antaranya: pengetahuan dasar keuangan pribadi, tabungan dan pinjaman, asuransi dan investasi.

Merujuk pada Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) ketiga yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di tahun 2019 menggambarkan indeks literasi keuangan yang mencapai nilai 38,03 persen, sedangkan indeks inklusi keuangan yang mencapai nilai 76,19 persen. Nilai itu memperoleh peningkatan apabila diperbandingkan terhadap hasil survei OJK di tahun 2016 yaitu indeks literasi keuangan senilai 29,7 persen, sedangkan indeks inklusi keuangan senilai 67,8 persen (ojk.go.id). Pencapaian indeks literasi keuangan akan terus berlanjut hingga mencapai hasil maksimal dan merata ke

masyarakat luas. Hal ini karena pola kehidupan yang kian berkembang menyebabkan timbulnya kebiasaan-kebiasan baru yang bersifat konsumtif, sehingga pemberian pemahaman mengenai literasi keuangan akan terus perlu untuk dilakukan.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Apriliana di tahun 2020 serta Awalina di tahun 2019, menyatakan jika literasi keuangan mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada minat mempergunakan e-wallet, pernyataan tersebut mencerminkan bahwa tingginya pengetahuan akan keuangan dari seseorang mendorong mereka untuk menggunakan teknologi seperti Go-Pay. Penelitian sejenis yang dilakukan oleh Lestari (2019) menyatakan jika literasi keuangan mahasiswa memiliki pengaruh positif pada inklusi keuangan produk Perbankan Syariah. Kondisi tersebut mengindikasikan jika tidak memiliki pengetahuan yang cukup pada produk dan ranah Perbankan Syariah maka kemungkinan mahasiswa ataupun individu lainnya tidak akan tertarik terhadap pemakaian produk Bank Syariah.

Di tengah pandemi, berbelanja online merupakan sebuah solusi dalam rangka meminimalisasi menyebarnya pandemi covid-19 serta merupakan langkah yang tepat sebagai bentuk patuh pada prokes atau protokol kesehatan. Fintech yang didukung dengan penggunaan internet memicu penggunaan seluruh masyarakat untuk mengaksesnya. Selain itu berbagai manfaat dan kemudahan dalam layanan yang diberikan saat menggunakan fintech. Dari sudut pandang konsumen, teknologi dan penggunaannya bisa memberi tawaran untuk kemudahan maupun efisiensi guna melakukan berbagai transaksi. Namun disisi lain, keuntungan untuk instansi terkait kemajuan teknologi tersebut meliputi;

dapat dijadikan jalan keluar yang terjangkau dari segi biaya dan mempermudah dalam pengembangan infrastruktur apabila disandingkan dengan pemanfaatan transaksi yang berbasis manual atau tradisional (Sijabat, Heni, dan Exel, 2020).

Penerimaan teknologi oleh masyarakat dapat diuji dengan TAM. Model TAM memberi kejelasan yang pasti dan mudah pada penerimaan teknologi dan perilaku bagi tiap pemakainya. Dalam menguji perilaku penggunaan, TAM mempergunakan faktor sikap terhadap berbagai variabel yang diantaranya persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Menurut Ahmad dan Bambang (2014), persepsi kemanfaatan adalah suatu tingkatan terhadap individu yang yakin jika mempergunakan sebuah teknologi dapat meningkatkan kinerja orang bersangkutan ketika bekerja. Hal tersebut mengartikan bahwa dengan terdapat manfaat dari sarana keuangan mampu meningkatkan produktivitas kinerja pada individu yang memanfaatkan sarana terkait. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan bentuk dari pengaplikasian teknologi yang bisa dipahami bagi individu (Bayu & Dewa, 2019). Ketika menggunakan e-wallet, persepsi kemudahan penggunaan menjadi sesuatu yang perlu dipertimbangkan pada suatu perusahaan, karena dapat meningkatkan minat pengguna untuk tujuan memenuhi kebutuhannya. Terdapat berbagai indikator persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi yang terdiri dari : Teknologi informasi begitu mudah dipelajari; Teknologi informasi mengaplikasikan begitu praktis banyak hal yang dibutuhkan bagi pemakai layanan; Keterampilan pemakai layanan dapat meningkat jika mengaplikasikan teknologi informasi; dan Teknologi informasi begitu praktis untuk diaplikasikan.

Gardner dan Amoroso (dalam Kurniawati dkk, 2017) mengembangkan model TAM dengan menambahkan 4 faktor eksternal untuk digunakan dalam pengujian. Empat faktor eksternal tersebut adalah pengalaman (*experience*), kompleksitas (*complexity*), gender, dan kesukarelaan (*voluntariness*). Pengalaman menggunakan teknologi dapat diartikan sebagai wujud wawasan pengguna (*user*) yang didapatnya disaat *user* bersangkutan sudah dapat mengaplikasikan teknologi terkait dimasa lalu. Disaat individu pemakai layanan teknologi sudah dapat mengaplikasikan teknologi dimasa lalu, maka mereka yang bersangkutan dapat memberikan evaluasi agar pengguna bisa memutuskan apakah mereka akan berminat terhadap penggunaan teknologi tersebut di masa yang akan datang (Sugihanti, 2011).

Penelitian relevan terkait 4 faktor eksternal yang dikembangkan oleh Gardner dan Amoroso, yaitu yang dilakukan oleh Kurniawati, Wahyu dan Agus (2017) mengemukakan pendapat bahwa variabel pengalaman mempunyai pengaruh positif pada persepsi kegunaan. Persepsi kegunaan mempunyai pengaruh positif pada minat penggunaan. Penelitian lain oleh Sufa'atin, Riani, dan Ferry (2017) menjelaskan bahwa pengalaman tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada kegunaan sistem. Penelitian oleh Sugihanti (2011) menghasilkan pengalaman tidak mempunyai pengaruh positif pada minat penggunaan. Dyanrosi (2015) mengatakan bahwa pengalaman menggunakan memiliki pengaruh pada minat perilaku wajib pajak guna mengaplikasikan e-filing untuk sarana melaporkan pajak.

Menurut Hidayatullah (2018), generasi milenial adalah generasi yang terlahir di transisi milenium. Dengan kata lain, generasi milenial menjadi saksi

perkembangan tatanan kehidupan modern. Dalam hal fundamental, generasi milenial hidup di masa transisi dari transaksi tunai atau tradisional ke modern yaitu digitalisasi. Generasi muda yang dikatakan sebagai generasi milenial merupakan individu yang terlahir di tahun 1980 hingga tahun 2000. Oleh karena itu, yang bisa disebut sebagai generasi milenial saat ini merupakan individu yang berusia 11 – 21 tahun. Dalam kisaran usia tersebut, yang berusia 11-21 tahun merupakan generasi milenial yang tengah menempuh jenjang pendidikan setingkat perguruan tinggi atau dikenal dengan mahasiswa. Pernyataan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), rentangan usia remaja terdapat diantara kisaran 10 sampai 24 tahun serta berstatus masih belum menikah. Jadi mahasiswa umur 11-21 merupakan fase remaja akhir yang memungkinkan seseorang memiliki keinginan lebih besar, mulai dari gaya hidup, tren, dan lainnya. Selain itu, mahasiswa pada semester akhir akan mulai mempersiapkan dirinya untuk terjun ke dunia kerja. Dengan pola pikir demikian mahasiswa semester akhir semestinya sudah memikirkan cara pengelolaan keuangan yang baik sehingga mendapatkan keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran saat benar-benar telah mendapatkan penghasilan sendiri. Oleh karena itu, mahasiswa semester akhir membutuhkan lebih banyak membutuhkan wawasan mengenai literasi keuangan.

Berdasarkan hasil survei awal mengenai minat penggunaan *e-wallet* di lingkungan mahasiswa akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner menggunakan media *google form* menyimpulkan bahwa dari 62 responden sebesar 51,6 persen atau 32 mahasiswa menyatakan tidak menggunakan *e-wallet*. Hal itu tidak sejalan dengan data Bank Indonesia

yang mengatakan transaksi nilai uang elektronik tetap tumbuh positif karena disinyalir oleh perkembangan *e-wallet*. Selain itu, survei oleh iPrice dan Jakpat menunjukkan *e-wallet* sebagai salah satu pilihan transaksi via digital sebagai bukti peningkatan transaksi *cashless*. Dengan adanya kesenjangan survei awal dengan data Bank Indonesia serta survei oleh iPrice dan Jakpat tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengetahui berbagai faktor yang memiliki pengaruh pada minat penggunaan *e-wallet* bagi mahasiswa akuntansi se-Bali.

Berdasarkan dari penyajian latar belakang tersebut di atas, peneliti berminat menganalisis berbagai faktor yang mempunyai pengaruh pada minat penggunaan *e-wallet* dengan menggunakan faktor literasi keuangan dan kesiapan teknologi sebagai variabel independen (bebas). Peneliti menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai dasar guna mengetahui penerimaan pengguna pada teknologi informasi khususnya penggunaan *e-wallet*. Sehingga penelitian ini berjudul “PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMUDAHAN DAN PENGALAMAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *E-WALLET*”.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang yang disajikan, peneliti berhasil melakukan identifikasi berupa rendahnya minat penggunaan *e-wallet* oleh mahasiswa Akuntansi se-Bali.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang disajikan, peneliti memberi batasan masalah yang diteliti terfokus terhadap pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, dan pengalaman menggunakan teknologi terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

#### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang disajikan, maka dapat diambil rumusan masalah yang meliputi :

1. Apakah literasi keuangan mahasiswa berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* ?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* ?
3. Apakah pengalaman menggunakan teknologi berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-wallet* ?

#### 1.5 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan utama penelitian ini meliputi, antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan mahasiswa terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *e-wallet*.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman menggunakan teknologi terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

#### 1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian meliputi.

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan sehingga bisa dijadikan sebagai sumber ilmu serta dapat memahami lebih jauh lagi tentang

pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, dan pengalaman menggunakan teknologi terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

- b. Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sumber relevan terhadap penelitian berikutnya terkhusus pada pihak yang tertarik pada kajian mengenai pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, dan pengalaman menggunakan teknologi terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan semakin meningkatkan ilmu pengetahuan atau wawasan penulis terutama pada lingkup yang berkaitan dengan pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, dan pengalaman menggunakan teknologi terhadap minat penggunaan *e-wallet*.

### b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu menjadikan sumber bacaan akurat bagi pembaca khususnya mahasiswa dalam hal literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, dan pengalaman menggunakan teknologi yang sekiranya dapat diterapkan untuk membantu pengetahuan pengelolaan keuangan mahasiswa dalam hal penggunaan *e-wallet*.

### c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dan informasi sebagai pertimbangan untuk perusahaan penyedia layanan aplikasi *e-wallet* mengenai berbagai faktor yang berpengaruh pada minat penggunaan *e-wallet* di kalangan generasi milenial khususnya mahasiswa akuntansi. Dengan demikian perusahaan dapat menyusun strategi yang

seharusnya dilakukan untuk meningkatkan minat penggunaan *e-wallet* oleh calon pengguna.

