

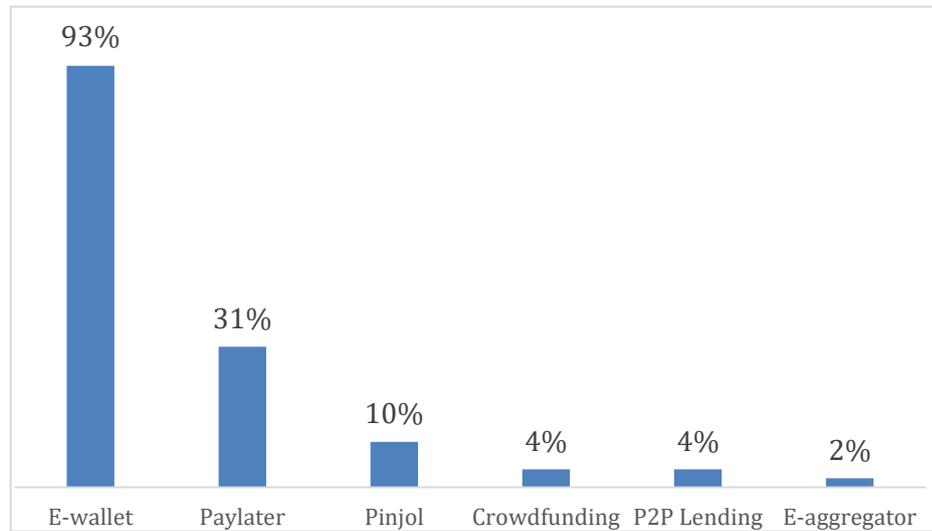
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sistem pembayaran merupakan salah satu dari banyak aspek kehidupan manusia yang telah mengalami perubahan signifikan akibat pertumbuhan pesat teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir. (Fadhilah et al., 2021). *E-Wallet* merupakan salah satu inovasi dalam transaksi keuangan yang banyak digunakan oleh para individu. *E-wallet* adalah layanan atau aplikasi digital yang memungkinkan pengguna bertransaksi secara praktis melalui smartphone yang terhubung ke internet, tanpa perlu membawa uang tunai, menjadikannya sebagai inovasi penting dalam sistem pembayaran modern serta salah satu metode transaksi yang semakin populer di Indonesia (Diva & Anshori, 2024).

Dengan *E-wallet*, pengguna dapat melakukan pembayaran di berbagai platform, baik *online* maupun *offline*, tanpa perlu membawa kartu kredit atau debit fisik atau uang tunai. Hal ini menjadikan *E-wallet* sebagai solusi pembayaran yang lebih praktis, aman, dan efisien dibandingkan dengan metode konvensional.



Gambar 1.1 Platform Fintech yang Paling Banyak Dimiliki di Indonesia

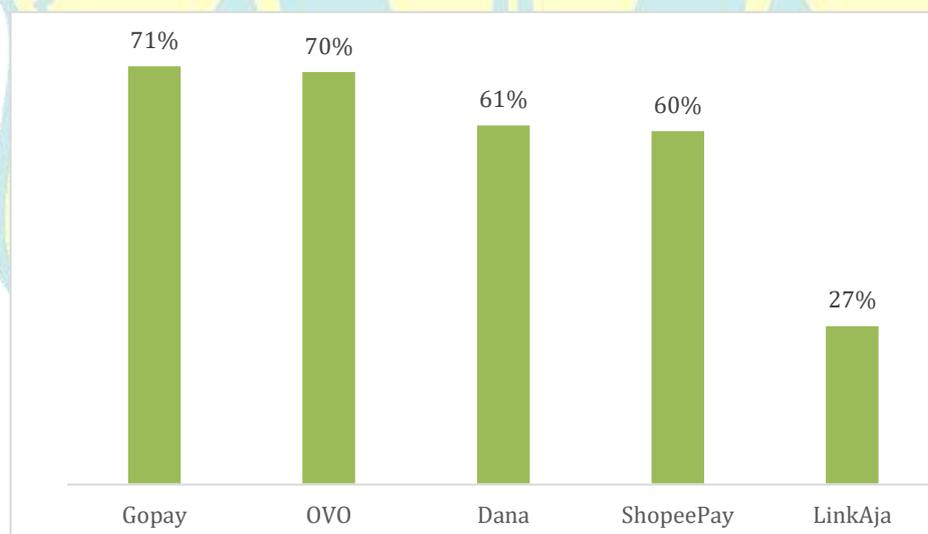
Sumber: Jakpat, goodstats.id (2025)

Hasil survei pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa 93% responden di Indonesia telah memiliki atau menggunakan *E-wallet*. Peningkatan penggunaan ini didorong oleh berbagai faktor, seperti kebijakan pemerintah, inovasi dari sektor swasta, dan kemudahan akses yang ditawarkan. Saat ini, semakin banyak merchant dan platform e-commerce yang menyediakan opsi pembayaran dengan *E-wallet*, sehingga mendorong masyarakat untuk bertransaksi secara digital. Penggunaan *E-wallet* di Indonesia juga mengalami pertumbuhan signifikan, khususnya di kalangan generasi muda seperti mahasiswa (Reynaldy, 2024). Selain itu, menurut laporan riset Populix berjudul *Consumer Preference Towards Banking and E-wallet Apps*, pengguna *E-wallet* terbanyak berasal dari Jakarta, yakni sebesar 43% (Detik Finance, 2022).

Kemajuan teknologi dalam sektor keuangan ini turut didorong oleh meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone di Indonesia.

Mahasiswa termasuk dalam kelompok pengguna potensial untuk dompet digital karena mereka merupakan bagian dari generasi muda yang terbiasa dengan teknologi.

Mahasiswa tidak hanya menggunakan *E-wallet* untuk transaksi sehari-hari seperti pembelian makanan dan transportasi, tetapi juga untuk aktivitas akademik dan sosial. Mahasiswa merupakan kelompok sasaran yang penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan terkait penggunaan dompet digital, karena mereka merupakan bagian dari generasi digital dan memiliki akses yang luas terhadap teknologi dan informasi.



Gambar 1.2 Data Pengguna Aplikasi E-wallet

Sumber: Databoks, (2023)

Dari gambar 1.2, dapat dijelaskan bahwa data pada diagram tersebut menunjukkan preferensi pengguna dalam menggunakan layanan *E-wallet* berdasarkan persentase responden. Dari data yang disajikan, *E-Wallet* yang paling banyak digunakan yaitu Gopay, dengan tingkat preferensi sebesar 71%. Posisi

kedua ditempati oleh OVO yang memiliki persentase hampir sama, yaitu 70%, menunjukkan bahwa kedua layanan ini sangat populer di kalangan pengguna. Selanjutnya, Dana berada di posisi ketiga dengan 61% responden yang memilihnya, sedikit lebih rendah dibandingkan Gopay dan OVO tetapi masih cukup signifikan. ShopeePay, sebagai *E-wallet* yang terintegrasi dengan platform *e-commerce* Shopee, mendapatkan dukungan dari 60% responden, menandakan bahwa layanan ini juga cukup banyak digunakan, terutama oleh pengguna Shopee. Di sisi lain, LinkAja memiliki tingkat penggunaan yang paling rendah, hanya 27%, yang menunjukkan bahwa *E-wallet* ini masih kurang diminati dibandingkan kompetitornya. Secara keseluruhan, data ini menggambarkan persaingan yang ketat antara Gopay dan OVO sebagai pemimpin pasar, sementara ShopeePay dan Dana tetap memiliki basis pengguna yang kuat, sedangkan LinkAja masih tertinggal dalam hal popularitas di kalangan responden.

Meskipun *E-wallet* menawarkan berbagai kemudahan, masih terdapat tantangan dalam keputusan penggunaan di kalangan mahasiswa, seperti tingkat *Financial Literacy*, *Friend Influence*, *Perceived Ease of Use*, serta *Perceived Enjoyment* dalam menggunakan aplikasi *E-wallet* (Fadhillah *et al.*, 2025; Verma *et al.*, 2025; Ayu *et al.*, 2025). *Financial Literacy* merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi *Decision to Use E-wallet*. Mahasiswa sebagai generasi yang memahami teknologi, diharapkan memiliki tingkat pengetahuan *Financial Literacy* yang baik. Namun, faktanya hanya sebagian mahasiswa yang memiliki pengetahuan memadai mengenai produk dan layanan keuangan digital, termasuk *E-wallet*. Hal ini didukung oleh Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan

(SNLIK) tahun 2024 yang dilakukan oleh OJK, tingkat literasi keuangan di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa, masih tergolong rendah, dengan indeks literasi keuangan nasional sebesar 65,43% (ojk.go.id). Mahasiswa dengan *Financial Literacy* yang baik akan memahami manfaat dan risiko penggunaan *E-wallet*, sehingga lebih bijak dalam mengambil keputusan. Selain itu, *Friend Influence* juga memainkan peran dalam keputusan penggunaan *E-wallet*. Mahasiswa seringkali dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya dalam mengambil keputusan, termasuk dalam penggunaan teknologi finansial. Ketika teman-teman sebaya menggunakan *E-wallet*, individu cenderung terdorong untuk mengikuti agar tidak merasa tertinggal atau berbeda. Faktor lain yang berperan adalah *Perceived Ease of Use*. Jika mahasiswa merasa bahwa *E-wallet* mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha ekstra untuk mempelajarinya, mereka akan lebih cenderung untuk mengadopsinya. Faktor yang tidak kalah penting yaitu *Perceived Enjoyment*. Ketika mahasiswa merasa bahwa menggunakan *E-wallet* memberikan pengalaman yang menyenangkan, seperti antarmuka yang menarik atau fitur-fitur yang interaktif, hal ini dapat meningkatkan keinginan mereka untuk terus menggunakannya. Dari faktor-faktor tersebut, Keputusan untuk menggunakan *E-wallet* merupakan hasil dari interaksi kompleks antara berbagai faktor tersebut. Memahami bagaimana *Financial Literacy*, *Friend Influence*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Enjoyment* mempengaruhi keputusan ini dapat memberikan wawasan bagi penyedia layanan *E-wallet* guna membentuk strategi pemasaran dan edukasi yang efektif.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana *Financial Literacy*, *Friend Influence* dan *Perceived Ease of Use* mempengaruhi *decision to use E-wallet*. Fokus pada mahasiswa di Jakarta dipilih karena kota ini merupakan pusat pendidikan dan teknologi, sehingga relevan untuk studi ini. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, diharapkan penyedia layanan *E-wallet* dapat merancang program edukasi dan promosi yang lebih tepat sasaran. Misalnya, meningkatkan *Financial Literacy* mahasiswa melalui seminar atau workshop, menciptakan fitur-fitur yang meningkatkan kenikmatan penggunaan, serta memanfaatkan pengaruh teman dalam strategi pemasaran.

Selain itu, temuan penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan teori mengenai adopsi teknologi keuangan, terutama ketika mempertimbangkan generasi muda dan lingkungan pendidikan tinggi. Penelitian ini tidak hanya memiliki implikasi praktis tetapi juga akademis.

Banyak pihak dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan, termasuk penyedia layanan *E-wallet*, institusi pendidikan, dan peneliti lain yang tertarik pada topik adopsi teknologi keuangan. Memahami lebih lanjut tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan untuk menggunakan *E-wallet* dapat membantu dalam membuat rencana yang lebih baik untuk mendorong mahasiswa untuk menggunakan teknologi ini. Secara keseluruhan, diharapkan penelitian ini dapat membantu meningkatkan literasi keuangan, penggunaan teknologi keuangan yang bijak, dan kualitas layanan dompet digital di Indonesia.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, berikut adalah pertanyaan penelitian yang digunakan oleh peneliti :

1. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap *Decision to Use* pada layanan *E-wallet*?
2. Apakah *Friend Influence* berpengaruh terhadap *Decision to Use* pada layanan *E-wallet*?
3. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Perceived Enjoyment* pada layanan *E-wallet*?
4. Apakah *Perceived Enjoyment* berpengaruh terhadap *Decision to Use* pada layanan *E-wallet*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah diatas, penelitian ini akan menguji:

1. Untuk menguji pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Decision to Use* pada layanan *E-wallet*.
2. Untuk menguji pengaruh *Friend Influence* terhadap *Decision to Use* pada layanan *E-wallet*.
3. Untuk menguji pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Perceived Enjoyment* pada layanan *E-wallet*.
4. Untuk menguji pengaruh *Perceived Enjoyment* terhadap *Decision to Use* pada layanan *E-wallet*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi riset selanjutnya serta memperkaya pemahaman teoritis dalam bidang yang dikaji mengenai “Antesenden Keputusan Penggunaan *E-wallet*: Studi pada Mahasiswa di Jakarta.”

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi acuan serta landasan bagi riset berikutnya yang berfokus dalam keputusan menggunakan layanan *E-wallet*.

b. Bagi Industri

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi industri keuangan dalam menciptakan strategi yang efektif dan efisien untuk meningkatkan keputusan penggunaan pada platform *E-wallet*.