

BAB 1

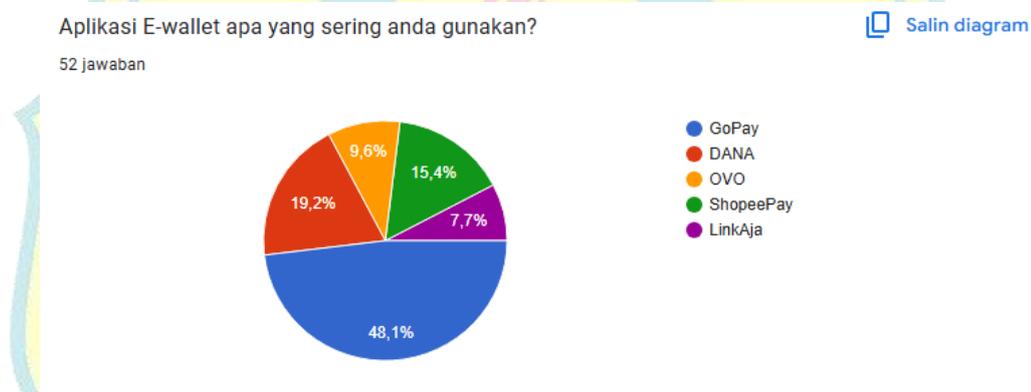
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Era digital dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat telah membawa membawa perubahan besar di berbagai bidang kehidupan manusia, salah satunya adalah bidang keuangan. Layanan digital memberikan kemudahan kepada pengguna dalam mengelola keuangan seperti fitur pembayaran tagihan dan fitur pembayaran belanja, transfer uang, tarik tunai, pembelian pulsa dan PPOB pembelian pulsa dan, serta dapat melakukan transfer antar bank Maulidiya et al., (2025). *E-wallet* (dompet digital) adalah salah satu fintech yang paling banyak digunakan yang paling banyak digunakan di Indonesia. *E-wallet* adalah layanan elektronik berbasis aplikasi berbasis aplikasi yang menggunakan internet yang memiliki fungsi untuk menyimpan dan membayar alat pembayaran (Hidayat & Heryatno, 2024.). Pertumbuhan layanan keuangan digital di Indonesia, terutama *e-wallet*, mengalami peningkatan signifikan seiring dengan kemajuan teknologi dan kebutuhan masyarakat akan transaksi yang cepat dan praktis. Menurut data dari Red Seer, nilai transaksi *e-wallet* di Indonesia diproyeksikan mencapai US\$70,1 miliar pada tahun 2025, menunjukkan adopsi digital yang masif di berbagai lapisan masyarakat dan didukung oleh pertumbuhan *e-commerce* serta UMKM yang beralih ke platform digital Diva et al, (2024)

Instrumen pembayaran non tunai yang berbasis server saat ini lebih banyak digunakan di masyarakat. Ada sebanyak 40 perusahaan telah menerbitkan uang elektronik server. Hal ini menjadi beberapa alasan juga bahwa penggunaan aplikasi- aplikasi *e-wallet* lebih dominan dan para pedagang telah menyediakan banyak *QR Code* yang dapat digunakan untuk sistem pembayaran berbasis server, seperti *e-wallet* Kartika et al.

(2022). Namun, di balik pertumbuhan tersebut, terdapat tantangan besar terkait persepsi risiko finansial dan kualitas layanan yang dirasakan pengguna. *Financial risk*, seperti potensi kehilangan dana akibat kesalahan sistem, penipuan, atau kebocoran data pribadi, menjadi perhatian utama yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan dan kenyamanan pengguna dalam menggunakan *e-wallet*. Oleh karena itu, agar dompet elektronik dapat berkembang, pemerintah, penyedia layanan, dan pemangku kepentingan harus mengatasi masalah-masalah penting, seperti mendefinisikan faktor-faktor kunci yang mempengaruhi adopsi dompet elektronik Esawe, Ahmed Taher (2021).

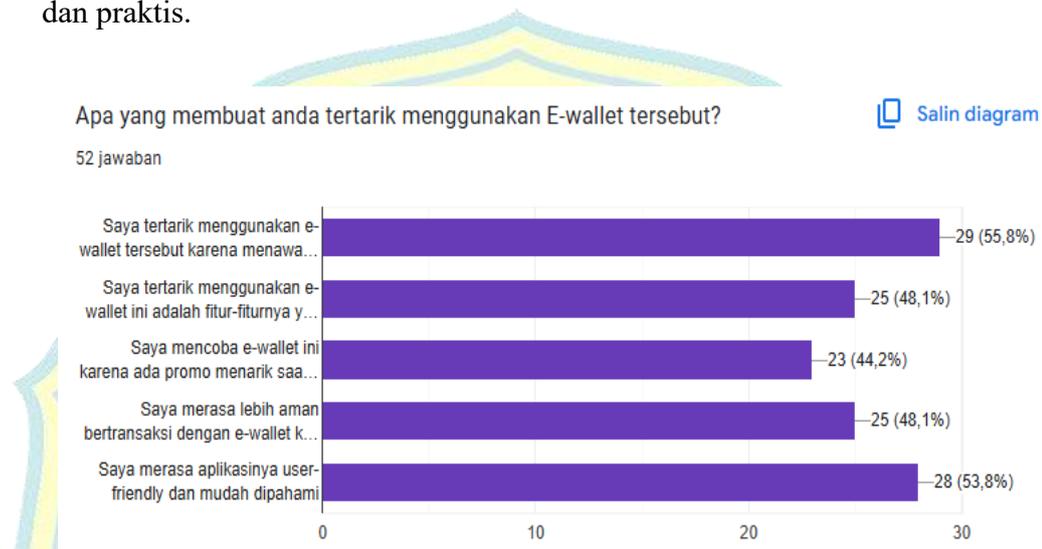


Gambar 1.1 Aplikasi *E-wallet* Yang Sering Banyak Digunakan

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan data pada gambar 1.1, dapat disimpulkan bahwa GoPay merupakan *e-wallet* yang paling banyak digunakan oleh responden, dengan persentase sebesar 48,1%. Hal ini menunjukkan dominasi GoPay sebagai pilihan utama masyarakat dalam bertransaksi digital, kemungkinan karena integrasinya dengan layanan Gojek dan kemudahan penggunaannya. Di posisi kedua, DANA digunakan oleh 19,2% responden, diikuti oleh ShopeePay sebesar 15,4%, yang menunjukkan bahwa kedua aplikasi ini juga memiliki pengguna yang cukup besar karena fitur promo dan kemudahan pembayaran di

platform masing-masing. Sementara itu, OVO dipilih oleh 9,6% responden, dan LinkAja hanya digunakan oleh 7,7% responden, menjadikannya sebagai *e-wallet* dengan jumlah pengguna paling sedikit dalam survei ini. Secara keseluruhan, data ini mencerminkan bahwa masyarakat lebih cenderung menggunakan *e-wallet* yang terintegrasi dengan layanan transportasi, *e-commerce*, dan memiliki fitur yang mendukung transaksi harian dengan cepat dan praktis.



Gambar 1.2 Alasan Menggunakan E-Wallet

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti (2025)

Dari hasil survei gambar 1.2, alasan utama yang membuat responden tertarik menggunakan *e-wallet* adalah karena kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, dengan 29 orang (55,8%) memilih alasan tersebut. Ini menunjukkan bahwa aspek efisiensi menjadi faktor paling dominan dalam penggunaan *e-wallet*. Alasan kedua terbanyak adalah tampilan aplikasi yang *user-friendly* dan mudah dipahami, dipilih oleh 28 responden (53,8%), menandakan bahwa kenyamanan penggunaan juga menjadi pertimbangan penting. Selanjutnya, sebanyak 25 responden (48,1%) tertarik karena fitur-fitur lengkap yang ditawarkan, dan jumlah yang sama merasa lebih aman bertransaksi karena adanya sistem keamanan seperti PIN dan verifikasi. Terakhir, 23 responden (44,2%) menyatakan mereka menggunakan

e-wallet karena adanya promo menarik saat belanja, yang menunjukkan bahwa strategi promosi tetap berperan dalam menarik pengguna, meskipun bukan faktor utama.

Survei pendahuluan ini menunjukkan bahwa aspek kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, dan tampilan aplikasi yang user-friendly sangat memengaruhi adopsi awal *e-wallet* di kalangan masyarakat. GoPay, sebagai *e-wallet* yang paling banyak digunakan oleh responden, mencerminkan bagaimana integrasi layanan, kecepatan transaksi, dan kenyamanan memainkan peran penting dalam menarik pengguna awal. Namun demikian, untuk menciptakan keberlanjutan penggunaan *e-wallet*, diperlukan pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mendorong loyalitas pengguna dalam jangka panjang. Terlebih lagi, dengan semakin banyaknya layanan dompet digital yang tersedia di pasar, persaingan antar penyedia *e-wallet* dalam mempertahankan pengguna menjadi semakin kompetitif.

Financial Risk, terutama kekhawatiran kehilangan saldo atau informasi kartu, memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pengguna dalam mengadopsi *e-wallet*, khususnya di kalangan generasi dewasa Handoyo et al.,(2023.), *financial risk* juga berhubungan erat dengan *service quality*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*. Sebuah layanan *e-wallet* dengan sistem keamanan yang andal, fitur yang transparan, dan proses penyelesaian masalah yang cepat akan meningkatkan kepercayaan pengguna, sehingga berdampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas jangka panjang.

Service Quality menjadi faktor penting dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang meliputi kecepatan transaksi, kemudahan penggunaan aplikasi, keandalan sistem, serta tanggapan cepat dari layanan pelanggan terbukti dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna. Studi yang dilakukan oleh Abdillah, Malkan Yahya., (2024) mengungkapkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang kemudian mempengaruhi loyalitas pengguna *e-wallet* secara langsung maupun tidak langsung. Abdillah, Malkan

Yahya., (2024). Performa layanan, termasuk faktor-faktor seperti keramahan pengguna, aplikasi efisiensi, dan keamanan, sangatlah penting. Sebagai contoh, meningkatkan kualitas pengalaman layanan dompet digital telah terbukti meningkatkan kepuasan pengguna dan, secara tidak langsung, loyalitas, menggaris bawahi pentingnya mekanisme penyampaian layanan yang kuat Lubaba et al., (2022).

Perusahaan harus meningkatkan kualitas layanan untuk mencegah meningkatnya jumlah keluhan agar dapat bertahan dari persaingan dengan perusahaan lain. Pelayanan yang baik harus menjadi misi perusahaan untuk menang dalam persaingan. Perusahaan harus terus menerus meningkatkan kualitas layanan karena diyakini sebagai aspek penting bagi keberhasilan *Service Quality* memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan Ulkhaq et al .,(2021). Lebih jauh lagi, layanan yang sangat baik mengarah pada retensi pelanggan serta perilaku pembelian pelanggan yang berulang. Hal ini dapat meningkatkan pangsa pasar dan menghasilkan pendapatan yang tinggi pula.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Jayantari et al., (2021) menemukan bahwa Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan dan terpenuhi dengan baik. Selain itu, kepuasan juga akan menciptakan niat untuk membeli kembali suatu produk atau jasa. Adopsi teknologi yang diakses melalui mobile didorong oleh persepsi manfaat atau manfaat atau persepsi kegunaan yang mendukung kecepatan transaksi

Penelitian yang dilakukan Nurmalia et al .,(2024) oleh bahwa pelanggan yang setia yakni mereka yang sangat puas sekali dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan kepada siapapun yang mereka kenal. Berikutnya pada tahap selanjutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas “kesetiaan” mereka pada produk-produk lain buatan produsen yang sama. Serta pada akhirnya mereka

merupakan pelanggan yang setia pada produsen atau perusahaan tertentu untuk selamanya..

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode *SERVQUAL Modified* yang difokuskan pada pengaruh *financial risk* dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* dalam konteks penggunaan layanan e-wallet di Indonesia. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana risiko keuangan yang dirasakan serta persepsi terhadap kualitas layanan yang meliputi keandalan, keamanan, kecepatan layanan, dan kenyamanan penggunaan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna *e-wallet*.

Penelitian ini secara khusus menargetkan pengguna generasi milenial dan Gen Z sebagai kelompok dominan dalam adopsi teknologi keuangan digital. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi secara teoritis terhadap pengembangan studi perilaku konsumen di era digital, tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi penyedia layanan *e-wallet* dalam meningkatkan kepercayaan, kepuasan, dan retensi pengguna. Dengan semakin berkembangnya ekonomi digital, temuan dari penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merancang strategi layanan yang lebih aman, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna modern.

1.2 Pertanyaan Penelitian

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

1. Bagaimana pengaruh *financial risk* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna layanan *e-wallet* di Indonesia?
2. Apakah *customer satisfaction* memediasi pengaruh *financial risk* terhadap *Customer loyalty* pengguna layanan *e-wallet*?
3. Bagaimana *Service Quality* terhadap penggunaan layanan *e-wallet* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*?
4. Apakah kepuasan pelanggan mempengaruhi *Customer Loyalty* pengguna layanan *e-wallet*?

5. Apakah *financial Risk* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan *e-wallet*?
6. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada layanan *e-wallet*?
7. Apakah *Customer Satisfaction* memediasi pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada penggunaan *e-wallet*?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Menganalisis pengaruh langsung *financial risk* terhadap *Customer Satisfaction* layanan *e-wallet*.
2. Menganalisis pengaruh langsung *service quality* terhadap *Customer Satisfaction* layanan *e-wallet*.
3. Menganalisis pengaruh langsung *financial risk* terhadap *Loyalty* pengguna layanan *e-wallet*.
4. Menganalisis pengaruh langsung *service quality* terhadap *Loyalty* pengguna layanan *e-wallet*.
5. Menganalisis pengaruh langsung *Customer Satisfaction* terhadap *Loyalty* pengguna layanan *e-wallet*.
6. Menganalisis pengaruh tidak langsung *financial risk* terhadap *Customer Satisfaction* layanan *e-wallet*.
7. Menganalisis pengaruh tidak langsung *service quality* terhadap *Customer Satisfaction* layanan *e-wallet*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berlandaskan pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan, berikut berbagai manfaat yang diharapkan dapat diberikan dari penelitian ini:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Memberikan wawasan lebih lanjut mengenai pengaruh *financial risk* dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* dan *Customer loyalty* dalam penggunaan layanan e-wallet di Indonesia. Menambah pemahaman teoritis mengenai bagaimana risiko keuangan dan kualitas layanan berperan dalam membentuk sikap, kepuasan, dan loyalitas pengguna dalam konteks layanan keuangan digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi referensi dan dasar bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada aplikasi digital, khususnya layanan *e-wallet*, serta perilaku dan kepuasan konsumen dalam konteks layanan keuangan digital.

b. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kualitas penelitian di lingkungan Universitas Negeri Jakarta, sekaligus mendukung penyusunan kurikulum yang selaras dengan perkembangan teknologi digital dan perilaku konsumen dalam sektor layanan keuangan.