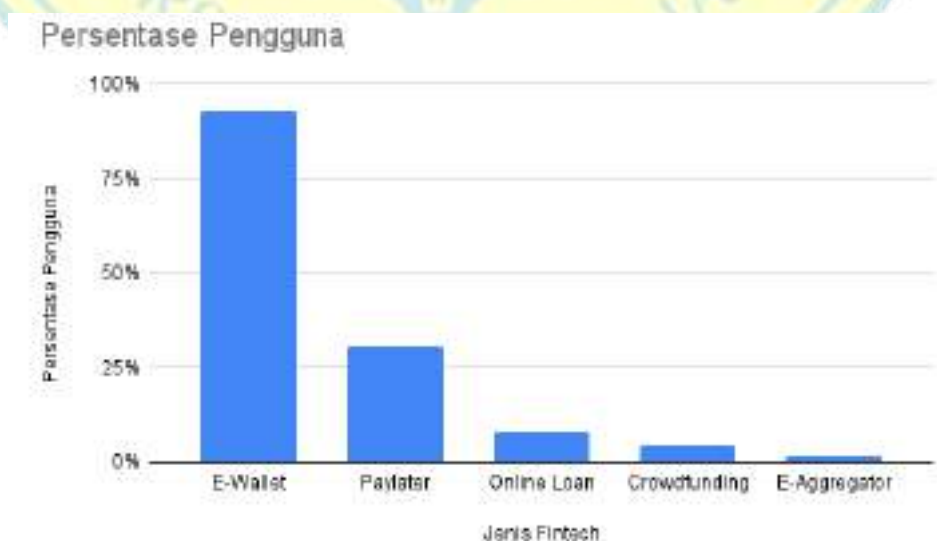


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri financial technology (*fintech*) sudah bertumbuh pesat di beberapa waktu ke belakang, terutama dalam layanan *e-wallet*. *E-wallet* sudah menjadi alat pembayaran digital yang kian umum karena kemudahan akses, efisiensi transaksi, serta integrasi dengan berbagai layanan keuangan lainnya (Arvyana et al., 2022). Berdasarkan data yang ditampilkan pada grafik di bawah, *e-wallet* (93%) merupakan platform fintech yang umum dimiliki oleh masyarakat Indonesia, jauh melampaui platform lainnya seperti *pay-later* (32%), *online loan* (8%), *crowdfunding* (5%), dan *E-Aggregator* (2%) (Goodstat, 2024). Dominasi *e-wallet* dalam industri fintech menunjukkan bahwa pengguna semakin bergantung pada layanan ini untuk memenuhi kebutuhan transaksi digital mereka. Namun, meskipun tingkat adopsi *e-wallet* tinggi, tantangan utama bagi penyedia layanan adalah mempertahankan loyalitas pengguna agar terus menggunakan *platform* tersebut (*intention to continue use*). Maka, memahami faktor yang bisa mempengaruhi keberlanjutan pemanfaatan *e-wallet* menjadi isu krusial dalam riset fintech.



**Gambar 1.1 Platform Fintech Paling Banyak Digunakan di Indonesia**

Sumber: Diolah oleh Penulis (2025)

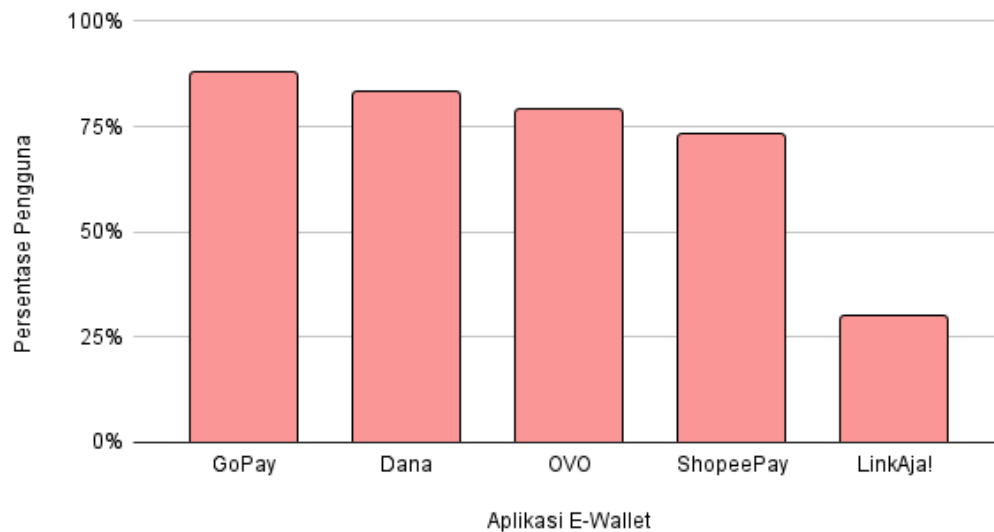
Sebuah model yang kerap dimanfaatkan dalam menganalisis adopsi teknologi ialah *Technology Acceptance Model* (TAM). Model ini mengemukakan bahwa faktor dasar yang menentukan penerimaan teknologi adalah “*perceived ease of use* dan *perceived usefulness*” (Davis, 1989). Namun, studi-studi baru menunjukkan aspek penting lainnya, seperti kualitas layanan elektronik, yang menentukan berapa lama orang akan terus menggunakan dompet elektronik. Meskipun beberapa studi telah meneliti bagaimana persepsi pengguna dompet elektronik tentang kemudahan penggunaan layanan mempengaruhi niat mereka untuk menggunakannya, hanya sedikit yang meneliti bagaimana kualitas layanan digital memengaruhi kebahagiaan pelanggan dan kemungkinan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut (Jusuf, 2023). Dengan semakin ketatnya persaingan di industri *e-wallet*, faktor kualitas layanan digital menjadi semakin penting untuk memastikan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas pengguna dan mendorong mereka untuk terus menggunakan suatu layanan digital. Namun, studi yang meneliti peran kepuasan pelanggan dalam hubungan antara *e-service quality* dan niat untuk terus memanfaatkan *e-wallet* masih terbatas (Ariffin et al., 2021). Data dalam grafik menunjukkan bahwa dominasi *e-wallet* di industri fintech menuntut adanya peningkatan kualitas layanan untuk mempertahankan basis pengguna yang besar. Penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti bagaimana kepuasan pelanggan terbentuk dari pengalaman pengguna dalam aspek kemudahan penggunaan, sementara aspek kualitas layanan seperti kecepatan transaksi, keamanan, dan dukungan pelanggan seringkali belum mendapatkan perhatian yang memadai dalam penelitian terkait *e-wallet*. Maka, studi ini akan mengisi kesenjangan penelitian (*research gap*) melalui tahap mengkaji bagaimana kualitas layanan digital berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap niat berkelanjutan pengguna *e-wallet*.

Selain itu, konteks Indonesia memiliki dinamika pengguna yang berbeda dibandingkan negara lain. Beberapa penelitian tentang *e-wallet* lebih banyak dilakukan di negara-negara dengan ekosistem digital yang lebih matang seperti Amerika Serikat dan Tiongkok (Rahmawaty et al., 2021). Jika dibandingkan dengan negara lain, Indonesia mungkin memiliki norma budaya, tingkat literasi keuangan, dan kepercayaan pengguna terhadap layanan digital yang berbeda. Oleh karena itu, ada kemungkinan hasil penelitian asing tidak memiliki relevansi langsung di Indonesia (Sunarya, 2022). Akibatnya, tujuan penelitian ini adalah untuk menawarkan data empiris yang lebih sesuai dengan situasi masyarakat Indonesia yang menggunakan dompet elektronik. Data menunjukkan bahwa dompet elektronik populer di Indonesia, tetapi bukan berarti orang akan terus menggunakannya jika layanannya tidak baik. Dengan demikian, penyedia layanan dompet elektronik dapat memanfaatkan implikasi praktis dari penelitian ini untuk meningkatkan pengalaman pengguna mereka, di samping kontribusi akademis terhadap model TAM yang lebih komprehensif.

Dengan mempertimbangkan hal-hal tersebut di atas, penelitian ini akan melihat hubungan antara kebahagiaan pelanggan, kemudahan penggunaan layanan elektronik yang dirasakan, dan keinginan pengguna untuk terus menggunakan dompet elektronik. Dalam konteks industri fintech Indonesia, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pentingnya kualitas layanan digital dalam mempertahankan pelanggan dompet elektronik. Selain itu, penyedia layanan dompet elektronik dapat mengantisipasi saran untuk peningkatan layanan berdasarkan temuan studi ini, yang seharusnya mengarah pada pengalaman pengguna yang lebih baik dan tahan lama (Purnama & Sari, n.d.). Data dalam grafik memperkuat urgensi penelitian ini, mengingat dominasi *e-wallet* dalam ekosistem fintech Indonesia menuntut pemahaman lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan penggunaannya.

## Persentase Pengguna



**Gambar 1.2 Aplikasi E-Wallet Terpopuler di Indonesia**

Sumber: Diolah oleh Penulis (2025)

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan dompet digital di Indonesia meningkat pesat. Gopay memiliki 88% pangsa pasar dompet digital Indonesia, diikuti oleh DANA dengan 83%, OVO dengan 79%, dan ShopeePay dengan 76%, menurut data terbaru dari studi Populix (2024). Sementara itu, LinkAja hanya memiliki 30 persen pengguna, dengan aplikasi lain seperti iSaku, OCTO Mobile, DOKU, Sakuku, dan JakOne Mobile memiliki tingkat adopsi yang jauh lebih rendah. Berdasarkan angka-angka ini, jelas bahwa dompet digital telah tumbuh pesat dalam pentingnya ekosistem keuangan digital Indonesia, dengan hanya segelintir perusahaan yang memegang kendali. Mengingat penggunaan dompet digital yang meluas, studi yang meneliti apa yang membuat penggunaannya berkelanjutan semakin penting dalam industri fintech Indonesia (Ruslim & Alexandra, 2023).

Keberhasilan *e-wallet* dalam menarik pengguna tidak hanya bergantung pada faktor kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), tetapi juga pada kualitas layanan elektronik (*e-service quality*). Sebagian besar *e-wallet* yang memiliki tingkat adopsi tinggi, seperti Gopay, DANA, OVO, dan ShopeePay,



menawarkan fitur yang mudah digunakan, pengalaman transaksi yang cepat, serta integrasi dengan berbagai platform lain, seperti layanan transportasi, e-commerce, dan pembayaran tagihan (Nasution, 2022). Namun, meskipun angka adopsi tinggi, tantangan yang dihadapi penyedia layanan *e-wallet* adalah bagaimana mempertahankan kepuasan pelanggan agar mereka tetap menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang (*intention to continue use*). Studi terdahulu menjabarkan “kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna dalam mengakses layanan digital, seperti kecepatan transaksi, kemudahan navigasi, serta keamanan data pengguna” (Asmarina et al., 2022). Oleh karena itu, studi ini akan mengkaji “bagaimana faktor *perceived ease of use* dan *e-service quality* berkontribusi dalam membentuk kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap keberlanjutan penggunaan *e-wallet*.”

Analisis terhadap dominasi Gopay sebagai *e-wallet* terpopuler menunjukkan bahwa layanan ini telah berhasil menciptakan pengalaman pengguna yang unggul dibandingkan pesaingnya. Keberhasilan Gopay dapat dikaitkan dengan ekosistem layanan yang luas, termasuk integrasi terhadap layanan transportasi daring dan merchant offline yang luas. Di sisi lain, DANA, OVO, dan ShopeePay juga memiliki keunggulan masing-masing dalam menarik pengguna, seperti promosi cashback dan program loyalitas yang menarik (Purnama & Sari, n.d.). Namun, dominasi beberapa merek besar ini juga menunjukkan adanya persaingan ketat dalam industri *e-wallet*. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pengguna di tengah kompetisi yang semakin sengit.

Penyedia layanan menghadapi kesulitan signifikan dalam mempertahankan pengguna di tengah meluasnya penggunaan dompet elektronik: menarik pelanggan baru. Pengguna cenderung beralih ke layanan lain jika mereka tidak puas dengan bagian mana pun dari layanan tersebut, menurut penelitian (Novyantri & Setiawardani, n.d.). Hal ini terutama berlaku untuk indikator kualitas layanan seperti kecepatan transaksi, kemudahan penyelesaian masalah, dan keamanan data. Untuk mengatasi kesenjangan pengetahuan ini, studi ini

menyelidiki dampak kepuasan pelanggan sebagai variabel moderasi dalam reaksi berantai antara kualitas layanan elektronik dan kemudahan penggunaan yang dirasakan serta keinginan mereka untuk tetap menggunakan layanan tersebut. Sederhananya, studi ini menggali cara-cara layanan digital dapat meningkatkan kebahagiaan pelanggan dan menumbuhkan loyalitas pengguna jangka panjang, di samping kemudahan penggunaan.

Sebagai contoh semisal pengguna memberikan rating 1 bintang karena merasa kesulitan saat ingin login ke aplikasi. Pengguna sudah memasukkan PIN dan kode OTP dengan benar, tetapi tetap tidak bisa login. Selain itu, pengguna harus menunggu selama 60 menit untuk mencoba kembali, yang dianggap sangat lama dan tidak efisien. Hal ini menyebabkan kerugian karena pengguna hendak mengambil uang namun terhambat oleh sistem aplikasi. Nada dari ulasan menunjukkan frustrasi tinggi dan ketidakpuasan terhadap aplikasi tersebut.

Jika ditinjau dari perspektif penelitian saya, Ulasan ini secara jelas menunjukkan bahwa pengguna tidak merasakan kemudahan dalam penggunaan sistem. Proses login yang semestinya sederhana justru menjadi kompleks karena verifikasi OTP yang gagal meskipun data sudah benar. Masalah dalam sistem login mengindikasikan bahwa kualitas layanan elektronik sangat rendah, terutama pada aspek *system reliability* dan *responsiveness*. Lalu, Ulasan ini menunjukkan ketidakpuasan pengguna secara ekstrem. Rasa frustrasi karena sistem tidak responsif, tidak efisien, dan menyebabkan kerugian finansial, "saya harus nombok", menjelaskan bahwa pengalaman pengguna sangat negatif, sehingga tingkat kepuasan sangat rendah

Dalam ulasan tersebut, seorang pengguna menyampaikan kekecewaannya terhadap kualitas layanan aplikasi Gopay, khususnya dalam proses transaksi yang berkaitan dengan input voucher. Pengguna menyebutkan bahwa setiap kali ingin memasukkan voucher, selalu terjadi kendala yang membuat proses pembayaran terganggu. Bahkan, pengguna merasa ada aktivitas yang tidak wajar atau mencurigakan ketika melakukan transaksi. Meskipun pengguna menganggap

masalah ini tampak sepele, ia menegaskan bahwa gangguan tersebut memberikan dampak yang sangat buruk terhadap pengalaman penggunaan aplikasi Gopay secara keseluruhan. Ulasan ini disampaikan secara emosional dengan permintaan agar pihak pengembang segera melakukan perbaikan.

Jika dilihat dari penelitian saya, Pengguna merasa bahwa sistem tidak mudah digunakan. Kendala teknis saat input voucher menandakan bahwa aplikasi tidak memberikan pengalaman yang intuitif atau efisien (PEOU). Lalu, dari segi kualitas servis layanan digital juga terlihat buruk. Ketika sistem gagal mendeteksi atau memproses voucher dengan baik, ini menunjukkan adanya masalah dalam reliabilitas sistem (*system reliability*) dan ketersediaan layanan (*system availability*). Respons sistem terhadap tindakan pengguna juga tampaknya lambat atau tidak akurat, yang mengindikasikan bahwa dimensi *responsiveness* dan *technical functionality* dari *e-service quality* belum terpenuhi. Ketidakpuasan sangat jelas tergambar dalam ulasan. Pemberian satu bintang dan nada keluhan yang emosional menunjukkan bahwa pengguna tidak merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Berdasarkan data yang tersedia, dapat disimpulkan bahwa *e-wallet* sudah menjelma sebagai platform fintech yang sangat populer di Indonesia, dengan persaingan yang semakin ketat antara beberapa pemain utama. Maka, pemahaman mengenai faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keberlanjutan penggunaan *e-wallet* menjadi sangat penting. Penelitian ini akan berkontribusi dalam menjabarkan wawasan yang kian komprehensif terkait bagaimana penyedia layanan *e-wallet* bisa menumbuhkan kualitas layanan mereka guna mempertahankan loyalitas pengguna. Kemudian, hasil studi ini turut diproyeksikan bisa menyediakan masukan untuk industri fintech dalam mengembangkan strategi yang kian efektif untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memastikan keberlanjutan penggunaan *e-wallet* dalam jangka panjang (Kumar et al., 2024). Berdasarkan data yang tersedia, dapat disimpulkan bahwa *e-wallet* sudah menjelma sebagai platform fintech yang sangat populer di Indonesia, dengan persaingan yang semakin ketat antara beberapa pemain utama.



Maka, pemahaman mengenai faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keberlanjutan penggunaan *e-wallet* menjadi sangat penting. Penelitian ini akan berkontribusi dalam menjabarkan wawasan yang kian komprehensif terkait bagaimana penyedia layanan *e-wallet* bisa menumbuhkan kualitas layanan mereka guna mempertahankan loyalitas pengguna. Kemudian, hasil studi ini turut diproyeksikan bisa menyediakan masukan untuk industri fintech dalam mengembangkan strategi yang kian efektif untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memastikan keberlanjutan penggunaan *e-wallet* dalam jangka panjang (Kumar et al., 2024)

## 1.2 Pertanyaan Penelitian

Dari penjabaran latar belakang di bagian sebelumnya, berikut adalah pertanyaan yang digunakan oleh penulis:

1. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to continue use*?
2. Bagaimana pengaruh *e-service quality* terhadap *intention to continue use*?
3. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan *e-wallet* di Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan *e-wallet* di Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap *intention to continue use* dalam penggunaan *e-wallet* di Indonesia?



### 1.3 Tujuan Penelitian

Dari pertanyaan masalah yang diajukan, penelitian ini dilangsungkan dengan tujuan :

1. Menguji pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to continue use* pada platform *e-wallet*.
2. Menguji pengaruh *e-service quality* terhadap *intention to continue use* pada platform *e-wallet*.
3. Menguji pengaruh *perceived ease of use* terhadap *customer satisfaction* pada platform *e-wallet*.
4. Menguji pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* pada platform *e-wallet*.
5. Menguji pengaruh *customer satisfaction* terhadap *intention to continue use* pada platform *e-wallet*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang sudah ditentukan pada sebelumnya, berikut adalah kontribusi yang diproyeksikan bisa didapat dari penelitian ini:

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Temuan studi ini diproyeksikan bisa menyediakan wawasan lebih lanjut terkait hubungan antara aspek yang dikaji yaitu *perceived ease of use*, *e-service quality*, *customer satisfaction*, dan *intention to continue use*. Menambah pengetahuan tentang instrumen fintech yaitu *e-wallet*.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

##### a. Bagi Peneliti

Temuan studi ini diproyeksikan bisa acuan dan dasar pada studi selanjutnya yang berkorelasi terhadap *e-wallet* dan sikap konsumen pada layanan keuangan digital.

#### **b. Bagi Universitas Negeri Jakarta**

Temuan studi ini diproyeksikan bisa menumbuhkan mutu riset yang dilakukan di bidang fintech terkhusus *e-wallet*, dan bisa berkontribusi pada pembaharuan kurikulum yang relevan terhadap tren teknologi dan perilaku konsumen digital.



*Intelligentia - Dignitas*