

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangatlah beragam dan begitu pesat. Teknologi adalah alat yang memudahkan manusia untuk menggunakan sumber daya. Perkembangan teknologi pada masa ini sangat pesat dan tentunya disertai dengan banyak perubahan.¹ Pertumbuhan gadget dan internet telah memberikan kontribusi terhadap kemajuan teknologi informasi. Indonesia memiliki 210 juta pengguna internet yang mengejutkan, yang terdiri dari sekitar 77,02% dari populasi negara, seperti yang dilaporkan oleh survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).² Dengan berkembangnya zaman, teknologi saat ini mulai merambah tidak hanya dalam bidang pendidikan, masyarakat dan politik, tetapi juga dalam bidang ekonomi. Dalam bidang ekonomi, kemajuan teknologi membuka jalan bagi inovasi keuangan yang modern dan efisien berkat integrasi teknologi mutakhir di sektor jasa yang disebut *financial technology (fintech)*.³

Financial Technology atau yang lebih dikenal dengan *Fintech* kini menjadi salah satu pilihan transaksi finansial. *Fintech* telah menjadi bagian dari aktivitas keuangan sehari-hari seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang serba pragmatis dan didominasi oleh pengguna teknologi.⁴ *Fintech* merupakan kombinasi layanan keuangan dan teknologi yang mengubah proses transaksi manual secara tradisional, menjadikannya lebih efisien dari waktu ke waktu. Penerapan *Financial Technology* menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 meliputi pemanfaatan teknologi

¹ Syafitri, "Kepercayaan , Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Pada Aplikasi Ovo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Upgris Angkatan 2016-2019)," *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (Kimu) 4*, 2020, 1008–36.

² APJII, "Survei Profil Internet Indonesia 2022," 2022, <https://apjii.or.id/survei>.

³ Raihanah Basalamah et al., "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu," *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2022): 57–71, <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i1.93.57-71>.

⁴ Oktafalia Marisa, "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology," *Jurnal Administrasi Kantor* 8, no. 2 (2020): 139–52, <http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1448>.

dalam sistem keuangan untuk menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru. Selain itu, teknologi ini diimplementasikan untuk menjaga stabilitas mata uang, sistem keuangan, dan memastikan efektivitas, fluiditas, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran.⁵ Penyedia teknologi finansial meliputi sistem pembayaran, dukungan pasar, manajemen investasi dan manajemen risiko, kredit, pinjaman dan penyedia modal, dan layanan keuangan lainnya.⁶

Menurut Bank Indonesia terdapat empat kategori *fintech* di Indonesia, yaitu: (1) pinjaman kepada masyarakat dari komunitas dimungkinkan melalui *peer-to-peer lending* dan *crowdfunding*, (2) *Market Aggregator* adalah layanan *fintech* yang menyediakan berbagai informasi layanan keuangan, (3) perencanaan keuangan mencakup investasi dan manajemen risiko seperti model investasi yang tepat dalam bentuk digital, (4) produk *fintech* yang menawarkan *e-wallet* dan *gateway* pembayaran berada di bawah domain layanan pembayaran, kliring, dan *settlement*.⁷

Dengan berkembangnya *financial technology* dalam kehidupan masyarakat, banyak pebisnis dan *start-up* yang mengembangkan bisnisnya dan menggalakkan *cashless society* dengan menciptakan inovasi uang elektronik yang terdapat pada platform aplikasi bernama *e-wallet*. *E-wallet* dapat didefinisikan sebagai metode pembayaran atau transaksi menggunakan aplikasi yang terhubung ke internet. Dengan menggunakan *smartphone*, *e-wallet* dapat digunakan untuk transaksi baik *offline* maupun *online*. Keberadaan *e-wallet* dinilai lebih efektif dan aman untuk digunakan, sehingga mulai banyak digunakan dalam sistem pembayaran masyarakat. Dompot elektronik (*e-wallet*) adalah pilihan alternatif yang bisa digunakan untuk bertransaksi lewat komputer, seperti

⁵ By Marzuki Marzuki, "The Influence of Halal Product Expectation, Social Environment, and Fiqih Knowledge on Intention to Use Shariah Financial Technology Products.," *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 13, no. 1 (2020): 171–93.

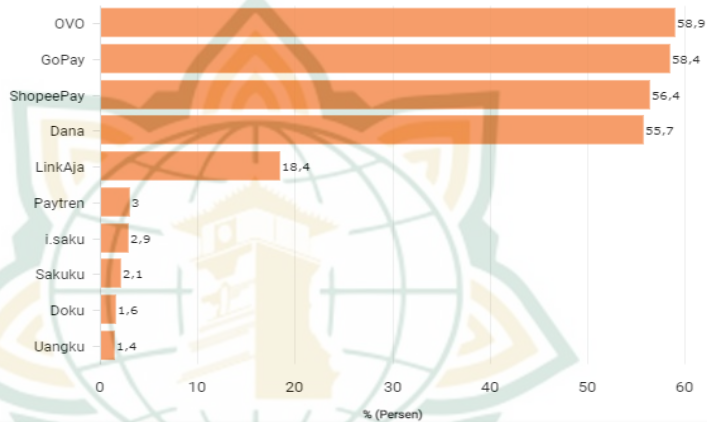
⁶ Nurdin, Winda Nur Azizah, and Rusli, "Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu," *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2, no. 2 (2020): 199–222, <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>.

⁷ Rakhmat Dwi Pambudi, "Perkembangan Fintech Di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo," *Harmony: Jurnal Pembelajaran IPS Dan PKN* 4, no. 2 (2019): 74–81, <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/harmony/article/view/36456/15100>.

personal computer (PC), laptop, bahkan *smartphone*. Pesatnya pertumbuhan *e-wallet* telah menjadi perlombaan bagi perusahaan manajemen keuangan untuk menarik pengguna menggunakan dompet digital.

Gambar 1.1 Daftar Dompet Digital di Indonesia

Penggunaan Dompet Digital Menurut Survei, 2021



(Sumber : <https://databoks.katadata.co.id> diakses 1 November 2022)

Di Indonesia, ada kecenderungan mengadopsi *e-wallet* sebagai sistem pembayaran non tunai. Transformasi dalam perilaku dan pengetahuan pembayaran ini merupakan fenomena penting. Menurut catatan, mayoritas dari mereka yang disurvei 58,9% dilaporkan menggunakan dompet digital OVO, dengan GoPay mengekor di belakangnya dengan 58,4%. Selanjutnya, ShopeePay mengamankan tempat ketiga dengan tingkat pengguna 56,4% menurut responden. Dana berada di posisi keempat dengan pengguna sebanyak 55,7% responden. Pengguna beberapa dompet digital lainnya berada di bawah angka 50%. Dari responden yang disurvei, 18,4% menggunakan LinkAja, sedangkan PayTren dan i.saku masing-masing menggunakan 3% dan 2,9%.⁸

Sedangkan menurut Riset Neurosensus menunjukkan bahwa ShopeePay memiliki pangsa pasar tertinggi (68%), diikuti oleh OVO

⁸ Rohman Fathnur, "Mengenal 6 Dompet Digital Terbaik Di Indonesia," April 3, 2022, accessed November 1, 2022, <https://katadata.co.id/intan/berita/6249b508a22ca/mengenal-6-dompet-digital-terbaik-di-indonesia>.

(62%), DANA (54%), GoPay (53%) dan LinkAja (23%). Transaksi offline dan online tertinggi adalah ShopeePay (33%), OVO (24%), GoPay (19%), DANA (18%), LinkAja (6%). Di sisi lain, ShopeePay juga sukses menjadi dompet digital yang paling sering digunakan (14,4 kali per bulan). Peringkat brand lainnya antara lain OVO (13,5 kali per bulan), GoPay (13,1 kali per bulan), DANA (12,2 kali per bulan), LinkAja (8,2 kali per bulan).⁹

Berdasarkan hasil riset menurut Neurosensus bahwa dengan adanya *E-wallet* di Indonesia tumbuh seiring dengan pengembangan *e-commerce* dan *marketplace* misalnya seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak.¹⁰ ShopeePay menjadi salah satu penyedia *e-wallet* yang terintegrasi dengan sistem pembayaran layanan *e-commerce* Shopee.¹¹ Hal ini didukung riset yang dilakukan oleh Snapcart, kelompok usia yang berbelanja di Shopee menggunakan ShopeePay berbeda-beda. Kelompok tersebut mencakup rentang usia 19-24, yang memiliki persentase tertinggi sebesar 72%. Kelompok usia 25-30 mengikuti di belakang dengan 69%. Kelompok umur kurang dari 19 tahun juga terdiri dari 69%. Rentang usia 31-35 tahun sebesar 63%, sedangkan kelompok usia 35 tahun ke atas sebesar 53%. Berdasarkan hasil tersebut, terbukti bahwa Generasi Z merupakan kelompok usia yang paling banyak menggunakan ShopeePay.¹²

ShopeePay sangat aktif dalam menawarkan berbagai program promosi dan diskon, sehingga banyak diminati oleh konsumen. ShopeePay juga serbaguna dan dapat digunakan untuk belanja *online* melalui aplikasi belanja Shopee yang merupakan platform *e-*

⁹ Ahmi Ahmad Burhan, "Riset Awal 2021: Dompet Digital ShopeePay Kalahkan GoPay Dan OVO," *Katadata.Co.Id*, 2021, <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/603e0bea85b36/riset-awal-2021-dompet-digital-shopeepay-kalahkan-gopay-dan-ovo>.

¹⁰ Laila Ramadya Sari et al., "Dampak Keamanan, Manfaat, Kepercayaan, Promosi, Serta Kemudahan Pada Keputusan Pemanfaatan Dompet Elektronik ShopeePay," *METIK JURNAL* 6, no. 1 (2022): 59–69, <https://doi.org/10.47002/metik.v6i1.335>.

¹¹ Mira Gustiana Pangestu, Yosi Fadhillah, and Nelson Pandiangan, "Pengaruh E-Service Quality Dan Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna E-Wallet ShopeePay Di Kota Jambi," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan* 1 (2022): 68–76.

¹² Hayyi Farhan Taqiyuddin and Agus Abdurrahman, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan E-Wallet ShopeePay: Studi Generasi Z Di Indonesia," *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 01, no. 05 (2022): 203–18.

commerce terpopuler dan terbesar di Indonesia saat ini. ShopeePay bisa digunakan untuk pembayaran *offline* di berbagai gerai. Oleh karena itu, sangat populer dan banyak digunakan di kalangan konsumen.¹³

Shopee merupakan situs web *e-commerce* komersial yang berbasis di Singapura, dimiliki oleh Sea Limited. Forest Li mendirikan perusahaan Sea Limited pada tahun 2009. ShopeePay merupakan fitur layanan uang elektronik yang dapat digunakan secara *offline* di *merchant-merchant* ShopeePay dan sebagai metode pembayaran *online* di aplikasi Shopee serta pengembalian dana yang dapat digunakan untuk membayar pesanan.¹⁴ Dompot elektronik ini terintegrasi dengan mulus ke dalam aplikasi Shopee, yang berarti pengguna tidak perlu mengunduh aplikasi terpisah. Dengan fitur ini, transaksi dapat dilakukan dengan mudah tanpa harus mencari metode pembayaran alternatif seperti ATM atau minimarket terdekat. Cukup menggunakan aplikasi Shopee untuk pengalaman berbelanja dengan mudah.

ShopeePay memiliki banyak kegunaan dalam kehidupan sehari-hari, seperti pembayaran transaksi belanja online, tiket hiburan, tagihan listrik, transaksi toko *offline*. ShopeePay juga menawarkan *cashback* dan gratis ongkir, gratis transfer ke pengguna ShopeePay lainnya, *top up* saldo ShopeePay di minimarket, dan layanan pinjaman ShopeePayLater.¹⁵ Pengenalan ShopeePay bertujuan untuk mempermudah prosedur pembayaran bagi pengguna aplikasi Shopee. Meskipun ShopeePay menawarkan banyak keuntungan, ada juga beberapa kekurangan yang tidak dapat diabaikan dalam *e-wallet* ini. Beberapa batasan saat menggunakan ShopeePay yaitu aplikasi ini eksklusif hanya untuk aplikasi Shopee

¹³ Dita Anjani, Husni Awali, and Dwi Novaria Misidawati, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet," *Jurnal Sahmiyya* 1 (2022): 124–34, <https://doi.org/https://doi.org/10.28918/sahmiyya.v1i1.5415>.

¹⁴ Gita Nadia and Driya Wiryawan, "Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Studi Pada Pengguna ShopeePay Di Bandar Lampung)," *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)* 3, no. 2 (2022): 185–98, <https://doi.org/10.17977/um066v2i12022p11-25>.

¹⁵ Besse Wediawati et al., "Determinan Kepuasan Keuangan (Financial Satisfaction) Berbasis Literasi Keuangan Pada Pengguna Fintech ShopeePay," *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)* 11, no. 02 (2022): 526–40.

atau dengan *merchant* rekanan, dan transaksi hanya dapat diselesaikan jika pengguna memiliki koneksi internet aktif.¹⁶

Kemudahan penggunaan adalah suatu hal yang dipertimbangkan konsumen ketika membuat keputusan dalam penggunaan *e-wallet* ShopeePay. Model Penerimaan Teknologi (TAM) adalah kerangka kerja yang populer untuk memahami adopsi teknologi. Teori ini berpendapat bahwa penerimaan individu terhadap teknologi informasi terdapat dua faktor kunci yang secara signifikan mempengaruhi bidang teknologi informasi yaitu *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi kemudahan penggunaan).¹⁷

Persepsi kemudahan penggunaan atau yang biasa dikenal dengan *Ease of Use*, mengacu pada tingkat kepercayaan yang dimiliki orang atau individu saat menggunakan teknologi informasi untuk tidak mengeluarkan usaha lebih.¹⁸ Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada kepercayaan individu pada kemampuan mereka untuk menggunakan sistem tertentu tanpa menghadapi tantangan apa pun. Pemahamannya adalah, dengan asumsi teknologi mudah digunakan maka seseorang akan menggunakannya. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi diciptakan untuk memudahkan pengguna daripada mempersulit pengguna.¹⁹ Indikator yang mengklasifikasikan suatu teknologi sebagai *user-friendly* meliputi: 1) kemahiran dalam menggunakan teknologi dengan mudah, 2) kesederhanaan dalam mempelajari teknologi, dan 3) penggunaan teknologi yang mudah. Kemudahan sikap individu dapat dipengaruhi dan didasarkan pada dua mekanisme yaitu *self-efficacy* dan *instrumentally*. Ketika teknologinya sederhana dan

¹⁶ Fauziah Hanum et al., “Pengaruh Penggunaan Pembayaran ShopeePay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 03 (2021): 1905–15.

¹⁷ Novia Alistriwahyuni, “Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna i-Saku Di Indomaret,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 07, no. 02 (2019): 473–78.

¹⁸ Sekar Ayu Kinanti and Imam Mukhlis, “Analisis Pengaruh Faktor Persepsi Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay,” *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)* 2, no. 1 (2022): 11–25, <https://doi.org/10.17977/um066v2i12022p11-25>.

¹⁹ Nadia and Wiryawan, “Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Studi Pada Pengguna ShopeePay Di Bandar Lampung).”

mudah dinavigasi, *sel efficacy* pengguna cenderung meningkat.²⁰ Persepsi kemudahan juga mempengaruhi peningkatan kinerja. Hal ini menunjukkan bahwa semakin seseorang merasa nyaman melalui kemudahan penggunaan teknologi dan sistem, semakin besar kemungkinan untuk mempengaruhi minat seseorang.²¹

Efektivitas dapat didefinisikan sebagai daya guna, aktivitas, dan adanya kesepakatan dalam tindakan di antara mereka yang melakukan tugas dengan tujuan yang ingin dicapai. Efektivitas yang dimaksud yaitu hasil yang diperoleh dengan menggunakan teknologi sebagaimana yang dimaksud.²² Efektivitas merupakan ukuran keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya. Sebuah organisasi beroperasi secara efektif ketika mencapai tujuannya. Dalam hal ini, efektivitas yang diharapkan adalah hasil yang diperoleh melalui penggunaan teknologi yang selaras dengan tujuan pengguna. ukuran manfaat yang dirasakan mengacu pada keyakinan individu bahwa memanfaatkan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka.²³

Salah satu faktor penting yang memberikan kontribusi signifikan terhadap keseluruhan pengalaman adalah berbagai fitur layanan yang ditawarkan. Fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk membangun rasa kepercayaan di antara konsumen saat melakukan keputusan untuk melakukan transaksi secara online atau tidak.²⁴ Fitur layanan menjadi salah satu pertimbangan dalam memutuskan untuk menggunakan produk *e-wallet*. Fitur layanan menjadi alat kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dari

²⁰ Marisa, “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology.”

²¹ Marisa.

²² Akhnes Noviyanti and Teguh Erawati, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan Dan Efektivitas Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: Umkm Di Kabupaten Bantul),” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia* 4, no. 2 (2021): 65–74, <https://doi.org/10.31629/jiafi.v4i2.3253>.

²³ Heru Susanto, Hubbul Wathan, and Diena Fadhillah, “Pengaruh Efektivitas Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Pada Fintech,” *Jurnal Konferensi Nasional Dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, no. April (2021): 257–62.

²⁴ Gilang Rizky Amijaya, “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking,” *Interfaces* (Universitas Diponegoro, 2010), http://eprints.undip.ac.id/22558/1/GILANG_RIZKY_AMIJAYA.pdf.

produk sejenis pesaing.²⁵ Fitur adalah karakteristik yang meningkatkan fungsionalitas dasar suatu produk. Fitur merupakan alat penting bagi pemasar tradisional untuk membedakan produk dengan produk luar, daya tarik produk kepada konsumen berasal dari fitur khusus ini.²⁶ Pengukuran fitur layanan adalah kemudahan akses informasi, keragaman layanan perdagangan, keragaman karakteristik, dan inovasi produk.²⁷

Terdapat beberapa fitur layanan yang tersedia di *e-wallet* ShopeePay. Fitur layanan lengkap *e-wallet* ShopeePay adalah *e-wallet* dengan fitur teknis yang memudahkan transaksi. Pemanfaatan layanan ini tidak memerlukan pertemuan dengan *customer service* atau *teller* dan harus diperhatikan dalam penggunaannya oleh pengguna *e-wallet* ShopeePay melalui transaksi *online* dan *offline*. Fitur layanan yang dimiliki *e-wallet* ShopeePay yaitu dengan transfer sesama pengguna ShopeePay, transfer bank, minta dana, fitur *top up*, SPinjam, dan SPayLater. Fitur layanan ShopeePay membutuhkan fungsionalitas yang lengkap agar kebutuhan pengguna dapat terpenuhi dan keamanan yang tinggi dapat terjamin saat menggunakan ShopeePay.²⁸

Minat adalah keadaan pikiran di mana seseorang terpesona atau tertarik dengan subjek atau topik tertentu tanpa terpengaruh eksternal atau intervensi dari orang lain, disertai dengan keinginan untuk mengetahui lebih banyak, untuk belajar, untuk terus membuktikan diri. Jika seseorang berminat memperhatikan suatu kegiatan dan tertarik untuk melakukannya, itu harus didasarkan pada

²⁵ Alistriwahyuni, “Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna i-Saku Di Indomaret.”

²⁶ Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, and Usep Suhud, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta),” *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 6, no. 1 (2015): 440–56, <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>.

²⁷ Alistriwahyuni, “Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, Dan Fitur Layanan i-Saku Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna i-Saku Di Indomaret.”

²⁸ Nurya Dina Abrilia and Sudarwanto Tri, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya,” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga* 8, no. 3 (2020): 1006–12.

perasaan dalam melakukannya.²⁹ Fungsi minat berkaitan erat dengan perasaan dan pikiran. Setelah mengambil keputusan dengan langsung memilih opsi yang mereka inginkan, seseorang membuat penilaian penting. Realitas kepentingan minat yang sebenarnya dapat berubah tergantung pada keinginan pihak-pihak yang terlibat.³⁰ Salah satu faktor penting yang dapat memotivasi seseorang untuk melakukan transaksi adalah minat. Minat timbul karena adanya perhatian yang akrab terhadap suatu objek, dimana minat ini didorong oleh keinginan untuk mengetahui lebih banyak tentang objek yang dimaksud. Selain fokus yang diberikan, minat juga dapat melibatkan upaya untuk memperoleh sesuatu dari objek.³¹ Pada penelitian ini mendefinisikan minat sebagai keinginan individu untuk terlibat dalam transaksi menggunakan *financial technology* (*fintech*).

Pengguna *e-wallet* di Indonesia berasal dari Generasi X, Y dan Generasi Z. Individu yang lahir antara tahun 1965 dan 1980 diklasifikasikan sebagai anggota Generasi X. Generasi Y atau yang disebut milenial lahir antara tahun 1980-an dan awal 2000-an. Sedangkan individu yang lahir antara tahun 1997 dan 2012 diklasifikasikan sebagai anggota Generasi Z.³² Meskipun usia mereka masih muda, tetapi mereka memiliki tingkat kemahiran dan keakraban yang mengesankan dengan *e-wallet*. Mengingat kecenderungan mereka terhadap kepraktisan dan ketergantungan.³³ Generasi Z merupakan generasi yang dari lahir berinteraksi dengan

²⁹ Marisa, “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology.”

³⁰ Basalamah et al., “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu.”

³¹ Imam Yahya and Retnandi Meita Putri, “Pengaruh Perubahan Biaya Transaksi Kartu Atm (Anjungan Tunai Mandiri) Pada Tabungan Faedah Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Di Brisyariah Kc Semarang,” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2016): 51–72, <https://doi.org/10.21580/economica.2016.7.1.1032>.

³² Anjani, Awali, and Misidawati, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet.”

³³ Dila Indriyani, Hardianti Sartika, and Informasi Artikel, “Persepsi Generasi Z Pada Penggunaan E-Wallet Selama Pandemi Covid-19,” *Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 6, no. 1 (2022): 68–74, <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/widyacipta>.

perkembangan teknologi. Bahkan teknologi dan internet banyak membantu dalam keseharian mereka. Perkembangan teknologi dan pesatnya arus informasi melalui internet memungkinkan hal tersebut mempengaruhi kehidupan Generasi Z. Mereka terbiasa berkomunikasi menggunakan *gadget* yang mereka miliki, mereka dapat melihat informasi tentang berbagai hal dengan dunia luar melalui internet, bermain game bahkan berbelanja dalam genggaman yaitu *smartphone (gadget)*.³⁴ Penelitian ini mengambil studi kasus pada Generasi Z di Kudus karena penduduk didominasi oleh Generasi Z sebanyak 196.843 jiwa.³⁵

Menurut penelitian Trisna dan Mahyuni dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech” studi ini menunjukkan bahwa semakin banyak fasilitas yang disediakan dan dialami oleh pengguna teknologi atau sistem, semakin tinggi tingkat minat dan keinginan mereka untuk memanfaatkannya.³⁶ Sedangkan hasil penelitian dari Nurmalia dan Wijayanti dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Secara Online” menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak mempengaruhi minat beli secara online. Bagi generasi mahasiswa yang menjadi responden, masalah kemudahan bukanlah pertimbangan untuk melakukan transaksi.³⁷

Kajian terbaru Marisa (2020), berjudul “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, dan Risiko yang Mempengaruhi Minat Transaksi Teknologi Finansial” menunjukkan bahwa kesuksesan

³⁴ Lasti Yossi Hastini, Rahmi Fahmi, and Hendra Lukito, “Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia?,” *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)* 10, no. 1 (2020): 12–28, <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>.

³⁵ “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Di Kabupaten Kudus, 2022,” *Badan Pusat Statistik Kabupaten Kudus, 2022*, <https://kuduskab.bps.go.id/statictable/2023/03/01/381/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-kudus-2022.html>.

³⁶ Trisna Aditya and Luh Putu Mahyuni, “Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Kemudahan , Manfaat , Keamanan Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan Fintech,” *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 24, no. 2 (2022): 245–58, <https://doi.org/10.29264/jfor.v24i2.10330>.

³⁷ Vera Desy Nurmalia and Lilis Endang Wijaya, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Secara Online,” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis* 13, no. 1 (2018): 69, <https://doi.org/10.21460/jrmb.2018.131.305>.

platform OVO dan Gopay berdampak signifikan terhadap minat konsumen dalam bertransaksi di Tomang Barat pasar tradisional di Jakarta Barat.³⁸

Penelitian oleh Abrilia dan Tri (2020) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *e-wallet* pada Aplikasi Dana di Surabaya” menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan pada minat menggunakan pada aplikasi Dana di Surabaya dengan memakai 4 indikator yaitu kemudahan akses informasi, keragaman layanan transaksi, keragaman fitur, dan inovasi produk.³⁹ Namun demikian, temuan penelitian berbeda dari Wahyu dan Dewi (2020) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan *E-Money*” yang menyimpulkan bahwa fitur layanan tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan *e-money*.⁴⁰

Berdasarkan uraian latar belakang dan memperhatikan fenomena serta gap penelitian terdahulu, maka diperlukan penelitian lebih lanjut tentang penggunaan *e-money* ataupun *e-wallet* ShopeePay. Berdasarkan beberapa pencarian untuk penelitian terdahulu, terlihat bahwa penelitian tentang penggunaan ShopeePay masih jarang dilakukan. Selanjutnya penelitian ini akan dilakukan pada Generasi Z di Kabupaten Kudus mengingat kalangan Generasi Z yang tentunya mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengangkat judul penelitian yaitu **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, dan Fitur Layanan terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Financial Technology* (Fintech) ShopeePay pada Generasi Z”**. Penelitian ini berfokus pada penduduk Kabupaten Kudus dan minat mereka terhadap transaksi *fintech* yang dilambangkan sebagai variabel independen (Y). Studi ini juga mempertimbangkan persepsi kemudahan penggunaan (X1), efektivitas (X2), dan fitur layanan (X3) sebagai variabel independen.

³⁸ Marisa, “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology.”

³⁹ Abrilia and Tri, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya.”

⁴⁰ Wahyu Prastiwi Umaningsih and Dewi Kusuma Wardani, “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan E-Money,” *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi* 5, no. 21 (2020): 113–19, <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dikemukakan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay di Kudus?
2. Bagaimana pengaruh efektivitas terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay di Kudus?
3. Bagaimana pengaruh fitur layanan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay di Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dilakukannya dilakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay di Kudus
2. Untuk mengetahui pengaruh efektivitas terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay di Kudus
3. Untuk mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* ShopeePay di Kudus

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan tentang *e-wallet*, khususnya tentang minat generasi milenial dalam menggunakan ShopeePay pada aplikasi Shopee dengan melihat dari persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan fitur layanan yang terdapat pada ShopeePay. Serta dapat dijadikan bahan acuan dan bahan pustaka bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan kesempatan bagi penulis untuk mempraktikkan ilmu yang didapat pada masa perkuliahan
- b. Bagi instansi terkait, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi terkait minat penggunaan ShopeePay pada aplikasi Shopee sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk kedepannya agar dapat meningkatkan performa dan pelayanannya kepada pengguna.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas skripsi ini, maka materi yang tertera dalam skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian yang berisi mengenai fenomena yang ada dan *research gap*, rumusan masalah, tujuan perumusan masalah, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, dan sistematika dalam penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memberikan penjelasan dari beberapa teori yang dipakai sebagai landasan dalam pelaksanaan penelitian yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku atau jurnal yang berkaitan dengan laporan skripsi, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka berfikir serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, ada penyelidikan menyeluruh tentang metode dan pendekatan penelitian yang berbeda. Kajian populasi dan sampel juga dibahas, serta identifikasi variabel dan operasional variabel. Teknik pengumpulan data juga diperiksa, dan berbagai metode analisis data dijelaskan secara rinci.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini disajikan temuan-temuan penelitian yang meliputi uraian secara menyeluruh tentang objek penelitian dan analisis rinci terhadap data yang terkumpul, yang meliputi uji validitas, reliabilitas, prasyarat, dan hipotesis. Selanjutnya, hasil penelitian dibahas berdasarkan perbandingan A2 dengan teori dan penelitian lain.

BAB V PENUTUP

Bab ini merinci kesimpulan hasil pembahasan yang merupakan pernyataan singkat dan akurat mengenai hasil pembahasan dan saran yang bersifat membangun untuk kepentingan pengembangan riset selanjutnya atau perbaikan terhadap hal-hal yang ditemukan sehubungan dengan temuan studi yang dikomunikasikan kepada pemangku kepentingan terkait.