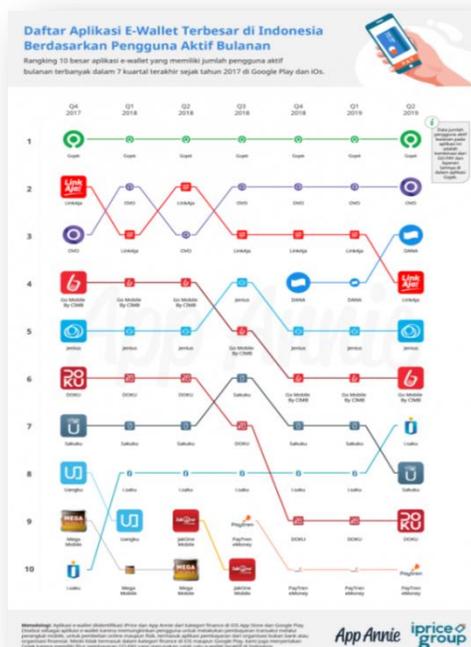


I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

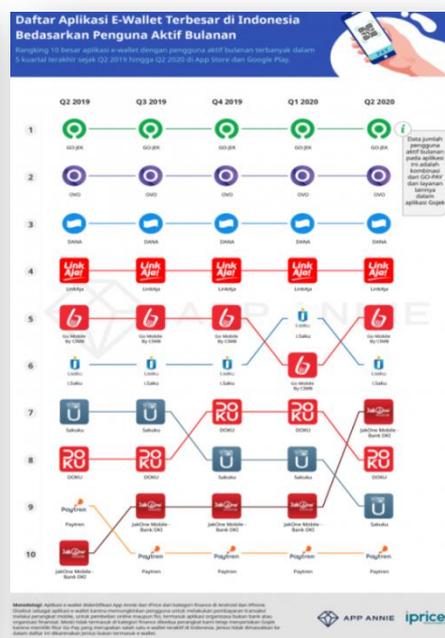
Transaksi pembayaran digital saat ini telah banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia, hal ini didukung oleh program pemerintah bersama Bank Indonesia melalui program GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai) dengan tujuan meningkatkan inklusi keuangan masyarakat, pelaku bisnis, dan lembaga lain untuk menggunakan sarana pembayaran non tunai dalam melakukan transaksi keuangan yang aman, mudah dan efisien (Katadata, 2020). Transaksi pembayaran digital di Indonesia dikenal dengan istilah *e-wallet*. Di Indonesia transaksi pembayaran menggunakan *e-wallet* telah banyak berkembang salah satunya LinkAja (Iprice, 2020). LinkAja merupakan aplikasi yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam memenuhi kebutuhan bertransaksi bagi seluruh lapisan masyarakat (LinkAja, 2020).

LinkAja memiliki hampir 50 juta pengguna yang tersebar di lebih dari 90% wilayah di seluruh Indonesia. Sebanyak 83% pengguna LinkAja tersebar di luar Jakarta, dengan 40% pengguna di antaranya berada di luar pulau Jawa. Sebelumnya, LinkAja menempati posisi ketiga pada kuartal III 2018 sampai kuartal I 2019 sebelum posisi tersebut bergeser dan digantikan oleh DANA yang berhasil naik ke peringkat ketiga. LinkAja pun harus turun ke peringkat empat pada kuartal ke II 2020 (Sumber: IPrice.2020)



Gambar 1. E-wallet Q4 2017 - Q2 2019

Sumber: Iprice (2019)



Gambar 2. E-wallet Q2 2019 - Q2 2020

Sumber: Iprice (2019)

Pergeseran yang terjadi pada LinkAja sebagai salah satu *e-wallet* dapat menjadi motivasi untuk terus meningkatkan layanan agar dapat meningkatkan posisi LinkAja di masa mendatang dan menjadi pemimpin sektor *e-wallet* di Indonesia. Perusahaan LinkAja harus memahami kebutuhan dan keinginan konsumen untuk meningkatkan kualitas layanan, sehingga penting untuk mempelajari perilaku konsumen dalam menggunakan layanan *e-wallet* sebagai dasar penerapan strategi untuk memperoleh pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Untuk memenangkan persaingan, penyedia layanan dompet digital (*e-wallet*) harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku pengguna dalam menggunakan *e-wallet*.

Data survei yang dilakukan Dailysocial & CIMB (2020) terhadap *fintech* dan produknya yang melibatkan 1.434 responden secara nasional menunjukkan bahwa pengguna layanan *e-wallet* saat ini didominasi oleh generasi Y dan Z. Generasi Y (lahir tahun 1981-1994) dan dikenal dengan sebutan generasi millennial atau millennium. Sedangkan menurut (Hidvegi & Erdős, 2016) generasi Z berisi orang-orang yang lahir pada 1995-2009 pada masa transisi perkembangan teknologi. Generasi Z disebut juga *iGeneration*, generasi net atau generasi internet. Waktu yang digunakan untuk online oleh Generasi Z lebih lama daripada Generasi Y. Bagi generasi Z, informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka, karena mereka lahir dimana akses terhadap informasi, khususnya internet sudah menjadi budaya global (Wijoyo et al., 2020).

Generasi muda terutama generasi Z adalah agen pendukung perkembangan dompet digital (*e-wallet*), dimana motivasi terbesar generasi ini menggunakan dompet digital (*e-wallet*) adalah lebih praktis, nyaman, mudah dan merasa aman (Ipsos, 2020). Menurut Damghanian et al., (2016) dalam Sari et al., (2020) keamanan diukur melalui tiga dimensi yaitu *credit*, *reliability*, dan *privacy*. *Credit* merujuk pada akurasi layanan dan ketepatan waktu layanan, *reliability* merujuk pada keamanan saldo saat bertransaksi dan keamanan uang yang tersimpan, sementara *privacy* merujuk pada tidak khawatir memberikan informasi dan kepercayaan informasi dilindungi.

Kepercayaan (*trust*) merupakan faktor fundamental yang mempengaruhi hubungan jangka panjang antar perusahaan dan pelanggan. Salah satu hambatan utama dalam adopsi pelanggan layanan elektronik adalah kurangnya kepercayaan terkait keamanan sistem (Kwateng et al., 2018). Riset KIC menyatakan, pertimbangan utama konsumen memilih layanan pembayaran digital adalah keamanan. Sebanyak 62,2% konsumen menilai faktor ini sangat penting (Katadata, 2020).

Berdasarkan uraian diatas untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku penggunaan teknologi baru peneliti menggunakan model UTAUT 2. Dalam penelitian (Venkatesh et al., 2003) Model UTAUT merupakan model penerimaan dan penggunaan teknologi yang memiliki tingkat prediksi yang mampu menjelaskan pengadopsian teknologi tertinggi dibandingkan dengan model penerimaan teknologi lainnya seperti, *Technology Acceptance Model* (TAM), *Theory of Reasoned Action* (TRA), dan *Theory of Planned Behaviour* (TPB). Penelitian yang dilakukan Venkatesh et al., (2003) diperoleh hasil bahwa faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* atau *use behavioral* adalah *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (pengaruh sosial), *facilitating condition* (kondisi yang memfasilitasi). Selanjutnya Venkatesh et al., (2012) melakukan penelitian lanjutan dari model UTAUT. Hasil dari penelitian tersebut terdapat 3 konstruk tambahan teori pada kerangka model UTAUT2 (Venkatesh et al., 2012). Penambahan 3 konstruk tersebut diantaranya yaitu motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*), dan kebiasaan (*habit*).

Penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan pedoman untuk penelitian skripsi ini adalah penelitian (Zulfauzy & Rachmawati 2018) yang mengembangkan model UTAUT2 dengan menambahkan variabel trust pada penelitian penggunaan *mobile banking* diperoleh hasil bahwa variable *performance expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, *price value* dan *trust* memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Penelitian serupa juga dilakukan (Rembulan & Firmansyah 2020). Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *trust* memang berpengaruh positif signifikan terhadap pengadopsian dompet digital. Hal ini menunjukkan bahwa perasaan kemudahan dalam menggunakan dompet digital tidak hanya mempengaruhi kebiasaan penggunaannya tapi juga mempengaruhi perasaan kebermanfaatan dan juga kepercayaan *user* dari dompet digital. Fasilitas pendukung dan penyesuaian antara teknologi baru dengan gaya hidup orang juga memiliki pengaruh terhadap perilaku pengadopsian dompet digital.

Dalam penelitian (Alalwan et al., 2017) yang berjudul "*Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust*" menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *price value* dan *trust* berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku (*behavior intention*) menggunakan *mobile banking*. *Behavior intention* dan *facilitating condition* menjadi faktor penting pengguna mengadopsi *mobile banking*.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Oktafani & Sisilia 2020) dengan judul “Analisis Penerapan Model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* 2 (UTAUT2) Pada Adopsi Penggunaan Dompet Digital Ovo Dayeuh Kolot Bandung (Studi Kasus Pada Generasi Z Sebagai Pengguna Ovo)” hasil evaluasi yang dilakukan adalah *social influence, facilitating condition, hedonic motivation* dan *price value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *behavior intention*. Yang mana nilai t-statistik tertinggi yaitu *price value* 2,405. Generasi Z yang sebagai responden pada penelitian ini memiliki keyakinan bahwa persepsi adopsi penggunaan dari dompet digital tumbuh berdasarkan dari lingkungan eksternalnya. Jadi persepsi dari orang lain dan sekitarnya mempengaruhi adopsi penggunaan layanan pembayaran dompet digital.

Berdasarkan latar belakang diatas, Maka topik yang di angkat penelitian dengan judul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Dan Perilaku Penggunaan Aplikasi Linkaja Pada Generasi Z Menggunakan *Extended Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) 2 ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku penggunaan aplikasi LinkAja pada generasi Z berdasarkan *extended* model UTAUT 2?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Penelitian hanya dilakukan pada generasi Z pengguna aplikasi LinkAja dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*.
2. Penelitian ini menggunakan model *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) 2 dengan menambahkan variabel *Trust*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai berdasarkan judul penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku menggunakan aplikasi LinkAja pada generasi Z berdasarkan *extended* model UTAUT 2?

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah memberikan informasi dan pengetahuan tentang pengaruh model UTAUT 2 terhadap minat dan perilaku penggunaan aplikasi LinkAja pada Z dengan menambahkan variabel *trust* dan faktor apa saja yang mempengaruhi, sehingga bisa dijadikan dasar untuk penelitian selanjutnya.