

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini teknologi telah berkembang cukup pesat untuk mempengaruhi kehidupan sehari-hari dengan cara yang selalu terhubung dengannya. Banyak orang percaya bahwa teknologi dapat membantu menyelesaikan masalah sehari-hari di era digital, seperti masalah pembayaran. Seiring berjalannya waktu, pembayaran uang elektronik sebagai lawan dari pembayaran tradisional mulai mengubah budaya Indonesia. Dompot digital tumbuh dan menjadi populer karena penggunaannya yang meluas di Indonesia dan seluruh dunia. Masyarakat dapat menggunakan dompet digital untuk membayar hal-hal seperti angkutan umum, pembelian online, berbelanja di mall, dan barang dagangan dari toko yang telah bermitra dengan penyedia *e-wallet*. Dompot digital telah tersedia di Indonesia sejak tahun 2009, pada saat itu PT Indosat Tbk Paypro merupakan dompet digital yang pertama kali diizinkan dan dioperasikan oleh Bank Indonesia (Bank Indonesia, 2019). Akan tetapi pada saat itu, dompet elektronik masih relatif belum dikenal sebagai alat transaksi, hanya sedikit yang sudah mengenal dan menggunakannya. Selain kurangnya promosi, pertumbuhan *e-wallet* pada saat itu juga dibatasi oleh fasilitas pendukung yang kurang memadai.

Kemajuan dan perkembangan teknologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap berbagai industri serta seluruh aspek kehidupan manusia salah satu sektor tersebut adalah sektor industri keuangan khususnya perbankan. Kondisi ini memotivasi sektor perbankan untuk melakukan sejumlah perubahan dengan

memanfaatkan perkembangan teknologi untuk menyediakan berbagai peningkatan baik dalam hal barang maupun jasa keuangan (Winarto, 2020). Bank menyediakan opsi pembayaran baru sebagai bagian dari inovasi layanan. Berbagai hal ini dapat dilakukan tanpa menggunakan uang tunai atau cara tradisional seperti di masa lalu. Menurut Nursari (2019) pembayaran non tunai dilakukan dengan menggunakan instrumen pembayaran alternatif daripada uang tunai yang sudah beredar. Kartu pembayaran (kartu debit, kartu kredit), uang elektronik, dan metode pembayaran non-tunai lainnya saat ini sudah umum digunakan di Indonesia untuk melakukan pembayaran. Pembayaran non tunai yang umum digunakan di Indonesia, yaitu menggunakan kartu debit dan kartu kredit untuk pembayaran serta uang elektronik (*e-money*) seperti brizzi (BRI), sakuku (BCA), *e-Cash* (Bank Mandiri), *M-Money* (Bank Mega), *TapCash* Bank BNI, dan lain-lain. Selain itu, terdapat sejumlah lembaga non perbankan yang mengembangkan sistem pembayaran non-tunai yang berbeda dalam bentuk dompet elektronik, seperti Indomaret Card, Gopay, Grabpay, Doku Wallet, OVO, Link Aja, DANA, ShopeePay, dan lain-lain (Lintangsari dkk, 2018).

Penggunaan instrumen pembayaran non tunai memberikan kemudahan bagi seseorang dalam melakukan transaksi. Menurut situs resmi Bank Indonesia (www.bi.go.id) pada tanggal 14 Agustus 2014 telah diluncurkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan untuk mewujudkan sistem pembayaran yang aman, andal, dan lancar dalam rangka mendorong kelancaran sistem keuangan negara (Achmad, 2020). Bank Indonesia masih terus berupaya untuk memperkenalkan *Central Bank Digital Currency* (CBDC), yang akan meringankan masyarakat umum

dalam bertransaksi. Keuntungan lain dari penggunaan transaksi non-tunai adalah berkurangnya jumlah mata uang yang beredar, yang dapat menurunkan anggaran yang dibutuhkan untuk menciptakan uang setiap tahunnya. Transaksi non-tunai juga lebih efektif, praktis, dan sederhana dibandingkan dengan transaksi tunai. Penggunaan transaksi non-tunai juga dianggap dapat memberikan keamanan dan kenyamanan dengan mengurungkan niat mereka yang ingin melakukan pencurian uang, membuat uang palsu, mencuci uang, atau membiayai terorisme. Rekening pengirim dan penerima akan mendapatkan catatan yang akurat atas semua transaksi non-tunai (Sapitri, 2021). Di bawah ini merupakan data perkembangan peredaran uang elektronik selama lima tahun terakhir :

Tabel 1. 1 Data Perkembangan Peredaran *e-money* di Indonesia

No	Tahun	Nilai
1	2018	167,2 juta
2	2019	292,3 juta
3	2020	432,3 juta
4	2021	575,3 juta
5	2022	772,6 juta

Sumber : databoks (2022)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa peredaran *e-money* mengalami kenaikan setiap tahun. Statistik ini menunjukkan bahwa *e-money* mengalami peningkatan secara bertahap dan konsisten setiap tahunnya dan menawarkan sejumlah keuntungan yang memudahkan konsumen dalam bertransaksi. Keuntungan menggunakan pembayaran elektronik adalah transaksi bisa lebih cepat, mudah, praktis, efisien, simpel, dan fleksibel. Banyak promo yang tersedia, dan transaksi bisa lebih aman (karena menggunakan password atau PIN yang bisa diakses oleh

pengguna), serta membebaskan pembeli dan penjual dari kerepotan menyiapkan uang tunai dan juga tidak perlu khawatir akan adanya uang palsu. Selain keuntungan, penggunaan pembayaran elektronik juga memiliki beberapa kekurangan, antara lain kecenderungan boros dalam berbelanja, ketergantungan terhadap teknologi dan jaringan, kerentanan terhadap penipuan, dan tidak semua toko menerima pembayaran digital (Bimo, 2021).

Dompot digital berfungsi sebagai perangkat elektronik layanan untuk mengirim uang, atau bahkan perangkat aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi online dengan pengguna lainnya untuk membeli barang dan jasa. Setiap jenis transaksi dapat diselesaikan dengan mudah dan cepat karena adanya teknologi, dan kehadiran *e-wallet* membantu apa yang di inginkan. Pembayaran menggunakan dompet digital memengaruhi pola perilaku seseorang dalam mengelola keuangan mereka. Penelitian pada konsumen dan kemajuan sistem informasi menunjukkan bahwa metode pembayaran *cashless* memiliki dampak besar pada perilaku konsumen (See-To dan Ngai, 2019). Pembayaran digital atau yang disebut *cashless* saat ini telah berkembang pesat di masyarakat. Pembayaran digital memiliki dua jenis yaitu *e-money* dan *e-wallet*. Uang elektronik adalah alat pembayaran yang berfokus pada chip (*offline*) sedangkan dompet digital atau juga yang dikenal sebagai dompet digital, merupakan metode pembayaran berbasis server yang digunakan secara *online* seperti Gopay, Ovo, Dana, ShopeePay dan LinkAja (mayanti et al, 2020). Di bawah ini adalah data penggunaan dompet digital di Indonesia :

Tabel 1. 2 Data penggunaan dompet digital di Indonesia

No	Nama	Persentase
1.	OVO	58,9%
2.	Gopay	58,4%
3.	Dana	56,4%
4.	ShopeePay	55,7%
5.	LinkAja	18,4%

Sumber : Databoks.id (2021)

Menurut survey yang dilakukan katadata tahun 2021, ada beberapa produk digital yang sering digunakan masyarakat Indonesia. Ovo pengguna terbanyak pangsa pasar (58,9%) disusul Gopay (58,4%), Dana (56,4%), ShopeePay (55,7%), dan LinkAja (18,4%). Perbandingannya dengan uang tunai, *e-wallet* menawarkan transaksi yang lebih cepat dan nyaman, terutama untuk transaksi bernilai kecil (*micro payment*), karena memudahkan dan lebih murah untuk menyelesaikan transaksi tersebut sekaligus menjamin keamanan dan kecepatan transaksi baik bagi pelanggan maupun pelaku usaha. Keamanan dan kecepatan transaksi tidak diragukan lagi dikarenakan komoditas esensial yang berubah menjadi bentuk fasilitator yang sangat membantu perkembangan *cashless society*, (Susanto dan Arif, 2019). Beberapa aplikasi dompet digital yang dapat menarik perhatian para konsumen antara lain OVO, Gopay, Dana, ShopeePay, dan LinkAja.

Dompet digital pertama yang paling ramai digunakan di Indonesia yaitu OVO, Pada tahun 2017 perusahaan Lippo Grup menciptakan OVO. OVO menawarkan kemudahan untuk bertransaksi dan banyak poin saat sedang menggunakannya. Saat ini 500.000 bisnis telah menggunakan platform pembayaran digital OVO, baik online maupun offline. Selain itu juga Grab, Tokopedia, Blibli, Layanan Disney Plus, dan

Spotify, OVO dapat digunakan untuk melakukan pembayaran tidak hanya itu OVO juga menawarkan OVO Points yang dapat digunakan untuk membeli dan menukarkan dengan kartu hadiah lainnya. Berbeda dengan aplikasi lain untuk pembayaran nontunai, OVO kerap menawarkan promo dan diskon kepada pelanggannya (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021)

Dompot digital kedua yang ramai digunakan di Indonesia yaitu Gopay, Go-Jek menciptakan solusi *Fintech* Go-Pay untuk merampingkan sistem keuangan bisnis. Aplikasi Go-Jek Indonesia menawarkan layanan *e-money* Go-Pay. Semua layanan Go-Jek (Go-Ride, Go-Car, Go-Send, dll) serta transaksi bisnis non tunai dengan mitra bisnis fisik dan online dapat dibayar menggunakan Go-Pay (Liu et al., 2015). Gopay merupakan alat pembayaran tunai yang sah, dan juga melakukan fungsi yang sama seperti uang tunai serta memiliki nilai yang sama dengan uang tunai yang pertama kali dimasukkan ke dalam akun Go-Pay. Layanan yang ditawarkan oleh Go-Pay meliputi top up dana, pembayaran, dan transfer dana.

Selain OVO dan Gopay dompet digital yang banyak digunakan saat ini adalah DANA. DANA adalah nama dompet digital terbaru di Indonesia. DANA merupakan bisnis yang menawarkan infrastruktur yang dibutuhkan masyarakat Indonesia untuk melakukan transaksi nontunai dan nonkartu serta melakukan pembayaran digital. DANA menjadi salah satu startup di industri *financial technology*, khususnya tech firm yang mengembangkan teknologinya untuk industri *financial*. Dengan menciptakan teknologi dompet digital yang terintegrasi secara mulus dengan sistem merchant mitra seperti Bukalapak, TixID, BBM, dan Ramayana, DANA memajukan kecanggihannya. Pengguna dapat dengan mudah dan aman menerima pembayaran

menggunakan DANA untuk layanan online tanpa meninggalkan platform merchant karena layanan ini tergabung dalam platform merchant. Meskipun *e-wallet* DANA memberikan kemudahan, keuntungan, promosi, dan keamanan bagi penggunanya, namun tetap ada kendala yang harus mereka hadapi. Kendala tersebut antara lain upaya top up gagal, *cashback* yang tidak dibayarkan sesuai dengan insentif yang ditawarkan, upaya transaksi gagal, dan kerusakan pada *QR Code reader*.

Layanan dompet digital yang selanjutnya adalah shopeepay. Dengan 127.000.000 web pengunjung yang diakses setiap tahunan, ShopeePay menjadi situs *e-commerce* yang cukup signifikan. Shopeepay saat ini menjadi metode pembayaran yang populer di banyak lokasi ritel. Pada saat yang sama, Shopeepay berada di urutan ketiga penggunaan uang *e-wallet* dalam hal volume transaksi, berdasarkan statistik yang tersedia. Selain mudah digunakan dan nyaman untuk pengisian saldo, penggunaan uang elektronik shopeepay juga dapat dilakukan di berbagai toko sehingga memudahkan pengguna sekaligus memberikan keuntungan bagi pengguna. Menggunakan shopeepay juga memiliki risiko yang rendah terhadap keamanan data dan uang pengguna, sehingga menyebabkan minat yang tinggi untuk menggunakan uang elektronik shopeepay di berbagai toko (Sekar & Imam, 2022)

Dompet digital LinkAja adalah salah satu dari beberapa jenis produk dompet digital yang menggabungkan kategori BUMN yaitu BTN, BRI, BNI, dan Mandiri. Finarya atau PT. Fintek Karya Nusantara sebagai pengelola aplikasi LinkAja memiliki dukungan finansial yang kuat sehingga mampu bersaing dengan penyedia aplikasi lainnya (Safira & Rahmanto, 2022). Menurut survei keuangan OJK tahun 2022 indeks literasi keuangan syariah di Indonesia masih berada di bawah 10%, pada

tahun 2019 hanya 8,93% sedangkan pada tahun 2022 mengalami kenaikan menjadi 9,14%. Meskipun Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, hanya ada 100 orang yang memiliki pengetahuan tentang produk keuangan syariah. Dengan adanya layanan LinkAja Syariah ini, diharapkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi dan keuangan syariah. Untuk menjaga persaingan dengan kompetitor lainnya, LinkAja perlu mengambil inisiatif strategis untuk memperkuat posisinya. Oleh karena itu, penting untuk melihat alasan mengapa masyarakat memilih menggunakan layanan LinkAja Syariah. Pemilihan menggunakan layanan Syariah LinkAja dapat mendengar masukan dari pelanggan dan melakukan perbaikan terhadap penawarannya selain itu respon pelanggan untuk membantu LinkAja berkembang dan memajukan layanan syariah sehingga layanan syariah harus ditingkatkan (Putri & Yeti, 2022).

Dengan hadirnya layanan LinkAja Syariah diharapkan dapat menjadi contoh di masa mendatang. Metode pembayaran syariah digital banyak digunakan, Selain sebagai alat pembayaran, layanan Linkaja Syariah dapat dimanfaatkan di SPBU, untuk membayar tol, belanja eceran, dan angkutan umum. Jika aplikasi Link Aja Syariah memiliki manfaat, tentu ada kekurangannya juga apalagi mengingat pengguna yang banyak khususnya umat Islam yang kurang memahami atau mengetahui program tersebut. Meskipun bertentangan dengan hukum Islam untuk melakukan transaksi yang mengandung unsur ribawi, mayoritas orang sebenarnya belum menggunakan aplikasi tersebut karena berbagai alasan, antara lain karena seseorang belum terbiasa memanfaatkannya atau karena lingkungan saat ini tidak

menerima transaksi yang dilakukan menggunakan aplikasi LinkAja Syariah (Irawati & Mushlihah, 2023).

Menurut website resmi LinkAja, aplikasi LinkAja adalah layanan keuangan elektronik berbasis aplikasi yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran, pengiriman uang, serta pembelian dan pembayaran berbagai macam kebutuhan bagi para penggunanya. Survey yang dilakukan oleh Ipsos (2020) penggunaan aktual LinkAja berada di bawah persaingan ShopeePay, OVO, GOPAY, dan DANA salah satunya disebabkan oleh rendahnya minat penggunaan. Peningkatan ini dibuat berdasarkan persepsi merek terhadap kenyamanan, penawaran promosi, dan pertumbuhan. Selain itu, hal ini juga didasarkan pada kinerja real time atau lamanya jeda waktu antara pengisian saldo, kegunaan atau kemudahan penggunaan, serta frekuensi penggunaan. Peringkat ini dibuat dengan sesuai persepsi kemudahan, penawaran promosi, dan metrik pertumbuhan untuk mengevaluasi persepsi merek. Hal ini diperkuat oleh adanya keluhan pengguna mengenai dompet digital LinkAja, yang dikaitkan dengan indikator rendahnya minat penggunaan dompet digital LinkAja dan pendahulunya. Norma subjektif yang rendah di antara pengguna kemungkinan besar menjadi penyebabnya, yang jika tidak terkendali akan berdampak pada berkembangnya sentimen yang negatif. Hal ini disebabkan oleh berkembangnya opini yang kurang baik serta pandangan pengguna yang kurang baik terhadap keamanan mereka sendiri (Widodo & Putri, 2021).

Penelitian sejenis juga dilakukan oleh Amalia Khairunisa (2022) yang berjudul “Analisis Pengaruh *E-Service Quality* dan *Trust* Terhadap Minat Penggunaan LinkAja Syariah Sebagai Dompet Digital (Studi pada Mahasiswa FEBI

UIN Raden Mas Said Surakarta)” yang menyatakan bahwa minat mahasiswa menggunakan LinkAja Syariah terbilang masih rendah, mahasiswa lebih percaya pada dompet digital lain yang dianggap lebih mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka daripada layanan syariah Linkaja, sehingga berdampak pada kurangnya minat transaksi dengan Linkaja Syariah. Selain itu perusahaan belum mampu menawarkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka sehari-hari. Kapasitas perusahaan untuk menyediakan atau mengiklankan layanan ini masih belum memadai, karena ada beberapa contoh di mana mahasiswa tidak mengetahui adanya layanan Linkaja yang berbasis syariah.

Layanan Syariah LinkAja harus mampu mengidentifikasi faktor – faktor yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi pembayaran digital agar dapat menarik lebih banyak pengguna. Kenyamanan yang dirasakan merupakan salah satu dari sekian banyak aspek yang mempengaruhi antusiasme Generasi Z dalam menggunakan pembayaran digital. Menurut penelitian oleh Yogananda dan Dirgantara (2017), minat penggunaan uang elektronik secara signifikan dipengaruhi oleh kenyamanan yang dirasakan. Penggunaan aplikasi Layanan Syariah LinkAja sangat mudah pengguna hanya perlu mengunduhnya dari PlayStore atau Appstore dan mengaktifkannya di sana (Ipsos, 2020). Karena banyaknya pilihan dan persaingan dari produk dompet digital lain yang menawarkan fitur layanan yang sebanding dan tidak kalah memikat, pengguna memiliki banyak pilihan tempat untuk melakukan transaksi, yang membuat pengalaman pengguna Layanan Syariah LinkAja tidak menjadi yang terbaik.

Technology Acceptance Model (TAM), yang diciptakan Davis pada tahun 1986, bertujuan untuk menjelaskan bagaimana seseorang menerima teknologi informasi. Dua komponen utama dari konsep ini adalah kegunaan dan kebermanfaatan, oleh sebab itu kedua komponen ini dapat memengaruhi sikap orang dalam menggunakan teknologi. Hal ini dibuktikan bahwa kedua variabel ini merupakan prediktor yang sangat valid dan signifikan terhadap penerimaan teknologi informasi.

Kemudahan penggunaan merupakan kesederhanaan yang dapat membuat seseorang memahami dan menggunakan sebuah teknologi. Pengguna akan merasa lebih mudah menggunakan *e-wallet* karena kemudahan transaksinya. Sebuah sistem dirancang untuk mempermudah setiap orang dalam melakukan tugasnya, bukan untuk mempersulit mereka dalam menggunakannya, sesuai dengan perspektif kenyamanan. Dengan kata lain, menggunakan sistem akan memudahkan orang dalam bekerja daripada bekerja secara manual dan tanpa menggunakan sistem. Sedangkan persepsi manfaat merupakan keyakinan akan keuntungan menggunakan sistem atau teknologi yang dapat meningkatkan kinerja mereka dapat dilihat sebagai manfaat yang dirasakan. Mereka akan menggunakan teknologi informasi jika mereka menerima efek yang menguntungkan. Manfaat teknologi juga akan terbatas jika orang hanya dapat menggunakannya pada tingkat tertentu, oleh karena itu manfaat yang dirasakan oleh setiap individu pasti akan berbeda berdasarkan seberapa baik mereka dapat menggunakan dan mengoperasikan teknologi tersebut (Rizaldi, et al, 2021).

Ketika seseorang merasakan kemudahan dan manfaat dalam menggunakan teknologi digital yang semakin besar maka minat dalam mengadopsinya juga akan semakin tinggi. Adanya kemudahan dan manfaat ini dikarenakan pengguna merasa transaksi menggunakan *e-wallet* menjadi mudah untuk dipelajari dan dipahami sehingga membuat pengguna memiliki ketertarikan untuk terus menggunakan *e-wallet* (Chawla dan Joshi, 2019). Hal ini diperkuat oleh Aritonang dan Arisman (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay) yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* Go-pay. Namun penelitian yang dilakukan oleh Ernawati (2020) bahwa variabel kemudahan dan manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-money* pada aplikasi OVO. Hal tersebut dikarenakan adanya kesulitan yang dialami pengguna maka membutuhkan waktu untuk menyesuaikan dalam mengoperasikan OVO.

Kemampuan finansial adalah ukuran pemahaman seseorang tentang keuangan, kapasitasnya dalam mengelola keuangan, dan tingkat pengendalian diri. Individu yang berhasil mengelola sumber daya keuangannya akan dapat memenuhi kebutuhan mereka saat ini dan masa depan, yang akan menghasilkan kepuasan finansial. Selain itu, jika seseorang memiliki kemampuan keuangan yang cukup tinggi, akan lebih mudah bagi mereka untuk mengisi dana atau saldo sehingga akses ke uang elektronik (*cashless payment*) tidak terhalang. Lebih lanjut beberapa penelitian mengatakan bahwa jumlah uang yang disimpan secara langsung meningkat seiring dengan kemampuan finansial seseorang. Oleh karena itu, menyimpan uang

dalam dompet digital memiliki kecenderungan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi. Penjelasan ini menunjukkan bahwa minat konsumen dalam menggunakan dompet digital berpengaruh secara positif karena kemampuan keuangannya.

Berdasarkan penelitian Islamiah Kamil (2020) terdapat pengaruh positif kemampuan *financial* terhadap perilaku sistem penggunaan pembayaran digital. Hal ini dapat diasumsikan karena semakin besar kemampuan keuangan seseorang maka semakin tinggi kemungkinan orang tersebut untuk berminat menggunakan dompet digital. Lebih lanjut penelitian dari Rismadayanti, dkk (2023) dengan judul “Pengaruh Persepsi Keamanan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kemampuan Finansial Terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Elektronik (Studi Pada: Mahasiswa Pengguna ShopeePay di Universitas Muhammadiyah Malang)” menghasilkan bahwa variabel kemampuan finansial berpengaruh parsial dan signifikan terhadap pembayaran elektronik. Sedangkan pada penelitian Asrifah, dkk (2022) yang berjudul “Pengaruh pengetahuan investasi, Kemampuan Finansial, Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Investasi Mahasiswa” menyatakan bahwa variabel kemampuan finansial tidak berpengaruh terhadap minat investasi terhadap mahasiswa. Artinya meningkat atau menurunnya kemampuan finansial tidak berpengaruh terhadap naik turunnya minat berinvestasi.

Pengaruh sosial muncul dari keinginan untuk memanfaatkan teknologi, yang dipengaruhi oleh media sosial. Singh (2018) menunjukkan bahwa pengaruh sosial berkaitan dengan kesan individu dari pendapat orang lain ketika melakukan kegiatan tertentu, tetapi dampak sosial tidak secara signifikan mempengaruhi keputusan di masa depan untuk merangkul penggunaan pembayaran digital. Antusiasme generasi

milennial saat ini dalam mengadopsi aplikasi pembayaran digital dipengaruhi oleh dampak sosial. Hal mendukung gagasan bahwa pengaruh sosial dan keinginan dalam memanfaatkannya saling berhubungan artinya semakin banyak pengaruh sosial yang dimiliki seseorang, maka semakin tertarik orang tersebut menggunakan sistem pembayaran digital. Tingkat pengaruh sosial di lingkungan seseorang menentukan seberapa persamaan suatu kelompok dengan dirinya sendiri.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyogumilang (2020) menyatakan bahwa *Social influence* dan *Self-efficacy* memiliki pengaruh positif pada minat menggunakan sistem *mobile payment*. Namun penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya dari Pangestu & Pasaribu (2022) yang menyatakan bahwa *social influence* berpengaruh tidak signifikan terhadap *behavior intention* penggunaan *digital payment QRIS* pada UMKM. Tidak berpengaruhnya *social influence* terhadap *behavior intention* dikarenakan QRIS tidak memiliki pengaruh dari lingkungan sekitar melainkan dorongan dari diri sendiri.

Faktor yang terakhir yaitu persepsi risiko yang dijelaskan oleh Abrar, dkk (2017), risiko dianggap sebagai pengetahuan konsumen tentang ketidakpastian dan dampak yang bertentangan sebagai hasil dari membeli yang barang dan jasa. Persepsi konsumen tentang ketidakpastian dan hasil yang tidak menguntungkan ketika terlibat dalam suatu kegiatan disebut sebagai risiko. Bahkan jika kita menggunakan layanan *e-wallet* untuk melakukan transaksi, tetap saja ada risiko yang terlibat. Karena transaksi *e-wallet* pada dasarnya tidak meninggalkan transaksi dalam bentuk nyata, hal ini mendorong spekulasi yang mungkin meresahkan.

Pengguna biasanya akan lebih berhati-hati untuk menggunakan layanan dompet digital ketika mereka menjadi lebih sadar akan bahaya yang ada. Sebaliknya, jika seseorang tidak menyadari bahaya yang terkait dengan penggunaan layanan dompet digital dan belum menerima edukasi yang memadai tentang hal tersebut, maka kemungkinan besar mereka akan menjauhinya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa minat seseorang untuk menggunakan layanan dompet digital bergantung pada persepsi mereka terhadap bahaya (Rizaldi, et al, 2021). Hal ini sesuai dengan penelitian Prasetya dan Putra (2020) persepsi risiko mempunyai pengaruh signifikan dan arahnya negatif pada minat penggunaan *e-money* di Surabaya. Hal ini berlawanan dengan penelitian Wahyuni et al. (2019) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Dapat diketahui meskipun terdapat banyak pengaruh dari risiko kinerja, risiko sosial, risiko waktu, risiko keuangan, dan risiko keamanan tidak mempengaruhi minat orang menggunakan pembayaran digital yang dirasa memiliki manfaat untuk memudahkan proses pembayaran.

Berdasarkan *gap reseach* diatas masih terdapat ketidakkonsistenan penelitian maka penulis memilih objek penelitian LinkAja Syariah karena LinkAja Syariah menduduki peringkat paling rendah penggunaannya, sehingga dalam penelitian ini perlu mengetahui apa yang menyebabkan LinkAja lebih sedikit penggunaanya di bandingkan dengan dompet digital lain. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel statistik di atas yang menunjukkan jika LinkAja hanya memiliki presentase 18,4% apabila pangsa pasar dari LinkAja masih sedikit, maka masyarakat dalam menggunakan layanan *e-wallet* tersebut juga akan menurun. Oleh sebab itu perlunya mengukur

faktor-faktor yang dapat mengarah pada pembentukan minat publik dalam memanfaatkan LinkAja Syariah. Dalam pemilihan variabel, penulis memilih variabel *TAM*, *Financial of capability*, *social influence* dan *risk* dikarenakan penulis ingin mengukur faktor-faktor apa saja yang dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat Yogyakarta dalam menggunakan layanan LinkAja Syariah sebagai instrumen pembayaran non tunai.

Kebaruan dari penelitian ini adalah temuan penelitian terkait dengan faktor minat penggunaan layanan LinkAja Syariah di Yogyakarta, yang mana belum ada penelitian yang membahas spesifik tentang pengaruh *TAM*, *Financial of capability*, *social influence*, serta *perceive risk* terhadap minat penggunaan layanan LinkAja syariah di wilayah tersebut.

Dompot digital kini telah digunakan oleh masyarakat Yogyakarta. Hal ini membuktikan bahwa dompet digital sudah tersebar di Yogyakarta. Menurut bank Indonesia pada tahun 2019 kota yang paling banyak menggunakan dompet digital diantaranya adalah Bandung (69,4%) kemudian posisi kedua diikuti Jakarta (65,9%), Yogyakarta (63,8%), dan terakhir Surabaya (37,5%). Penggunaan jasa transportasi, belanja online, dan pembelian kebutuhan pokok adalah contohnya. Hal inilah yang memacu perkembangan masyarakat Yogyakarta menggunakan *e-wallet*. Penulis memilih lokasi penelitian kota Yogyakarta karena kota Yogyakarta merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia. Berikut ini adalah data jumlah penduduk di Kota Yogyakarta :

Tabel 1. 3 Data Jumlah Penduduk di Kota Yogyakarta

No	Kabupaten/Kota	Jumlah penduduk
1.	Kulon Progo	448.113
2	Bantul	1.064.286
3	Gunungkidul	776.705
4	Sleman	1.282.804
5	Yogyakarta	449.890
	Jumlah	4.021.816

Sumber : Data BPS Provinsi D.I.Yogyakarta (2022)

Berdasarkan data tabel di atas dapat dilihat bahwa Yogyakarta memiliki jumlah penduduk sebanyak 4.021.816 jiwa. Yogyakarta sebagai kota yang memiliki perkembangan pesat di bidang pariwisata, kebudayaan, dan pendidikan pastinya memiliki berbagai macam metode pembayaran salah satunya menggunakan layanan dompet digital yang mana pasti digunakan oleh setiap orang. Masyarakat Yogyakarta tentunya mempertimbangkan beberapa alasan saat memutuskan penggunaan layanan dompet digital yang mana akan digunakan karena masing-masing layanan tersebut memiliki karakteristik tersendiri. Dalam penelitian ini masih diperlukan lebih banyak analisis untuk menghasilkan temuan baru tentang subjek analisis persepsi *TAM*, *financial of capability*, *social influence*, dan *perceive risk* khususnya pada layanan dompet digital LinkAja Syariah pada masyarakat pengguna LinkAja Syariah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik rumusan masalah yaitu :

1. Apakah *Technology Acceptance Model (TAM)* berpengaruh terhadap minat penggunaan LinkAja syariah sebagai instrumen pembayaran non tunai terhadap masyarakat Yogyakarta?
2. Apakah *financial of capability* berpengaruh terhadap minat penggunaan LinkAja syariah sebagai instrumen pembayaran non tunai terhadap masyarakat Yogyakarta?
3. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap minat penggunaan LinkAja syariah sebagai instrumen pembayaran non tunai terhadap masyarakat Yogyakarta?
4. Apakah *perceive risk* berpengaruh terhadap minat penggunaan LinkAja syariah sebagai instrumen pembayaran non tunai terhadap masyarakat Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Technology Acceptance Model (TAM)* terhadap minat penggunaan LinkAja syariah sebagai instrumen pembayaran non tunai terhadap masyarakat Yogyakarta.

2. Untuk mengetahui pengaruh *financial of capability* terhadap minat penggunaan LinkAja syariah sebagai instrumen pembayaran non tunai bagi masyarakat Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *social influence* terhadap minat penggunaan LinkAja syariah sebagai instrument pembayaran non tunai bagi masyarakat Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh *perceive risk* terhadap minat penggunaan LinkAja syariah sebagai instrumen pembayaran non tunai bagi masyarakat Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis yaitu :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan terkait manajemen pemasaran atau perilaku konsumen, khususnya mengenai pengaruh *TAM*, *financial capability*, *social influence* dan *perceive risk* terhadap minat penggunaan dompet digital sebagai instrument pembayaran non tunai. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan keputusan terhadap masyarakat dalam hal penggunaan dompet digital LinkAja syariah untuk mewujudkan cashless society di Indonesia, bagi perusahaan penerbit LinkAja syariah untuk memberikan layanan yang lebih baik mengenai keunggulan LinkAja syariah.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan penjelasan tentang isi yang terkandung pada masing – masing bab secara singkat dari keseluruhan skripsi ini. Adapun sistematika dalam skripsi ini disajikan sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah yang mendefinisikan landasan teoritis dan empiris dari asumsi dasar penelitian. Perumusan masalah berkaitan dengan latar belakang masalah masalah, serta terdapat pertanyaan tentang keberadaan suatu hal, fenomena, atau konsep yang perlu dijawab dari pertanyaan-pertanyaan tersebut melalui penelitian ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas studi literatur, yang mencakup deskripsi teori dan berfungsi sebagai dasar untuk pembuatan hipotesis dan bantuan dalam analisis hasil penelitian, serta hipotesis, yang merupakan dugaan sementara para peneliti tentang topik penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup metode penelitian, populasi, dan sampel, dan menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan dalam perkembangan sistem informasi. prosedur yang digunakan untuk pengambilan sampel, pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, dan analisis data.

BAB 1V : ANALISI DATA

Bab ini mencakup ringkasan karakteristik data serta penjelasan tentang bagaimana pengujian hipotesis. Dalam bab ini menguraikan metodologi yang digunakan untuk penelitian serta diskusi tentang temuan.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini mencakup data yang menguatkan dan relevan, seperti nama penulis, judul penelitian, penerbit, identitas penerbit, dan tahun publikasi sebagai referensi ke penulis.

LAMPIRAN :

Bagian ini berisi lampiran pada dokumen utama dan berisi bahan pendukung isi penelitian.