

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, tidak bisa dipungkiri bahwa teknologi berkembang dengan sangat pesat dan semakin canggih. Hal ini tentunya menyebabkan teknologi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Kemajuan teknologi yang pesat tentunya membawa berbagai dampak dalam kehidupan manusia, baik itu positif maupun negatif dan beberapa aspek kehidupan manusia juga terpengaruh dari perkembangan teknologi, contohnya dalam hal sosial dan budaya, dimana perubahan tersebut berdampak terhadap cara berkomunikasi, cara berpakaian ataupun gaya berbahasa. Selain itu, kemajuan teknologi juga membawa berbagai macam kemudahan, contohnya seperti cara berkomunikasi yang dulu harus dilakukan dengan bertatap muka atau janji-janji terlebih dahulu, kini bisa dilakukan melalui *email* atau aplikasi *chat* lain, tak terkecuali mengenai cara pembayaran yang dulunya dilakukan melalui uang tunai, kini mulai beralih menjadi uang elektronik atau biasa disebut *e-money* (<https://www.kompas.com/>, diunduh pada tanggal 5 Februari 2022).

E-money mengalami perkembangan yang pesat, salah satunya di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi khususnya di dalam transaksi non-tunai. Di Indonesia, *e-money* pertama kali disahkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2009 melalui peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009. *E-money* pertama yang masuk ke Indonesia berbasis *chip*, dan hingga kini terus berkembang hingga berbentuk aplikasi yang berbasis *server*. Pertumbuhan ke arah

transaksi non tunai atau *e-money* ini sendiri juga didukung oleh Bank Indonesia melalui Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tahun 2014, dimana melalui program ini secara tidak langsung memaksa masyarakat untuk menggunakan pembayaran *cashless* (<https://www.fastpay.co.id/>, diunduh pada tanggal 6 Februari 2022).

Pengguna *e-money* di Indonesia semakin lama semakin bertambah banyak, dimana hal ini menunjukkan bahwa *e-money* semakin lama semakin diminati. Hal ini dikarenakan *e-money* memberikan berbagai macam manfaat bagi para penggunanya salah satunya adalah kemudahan bertransaksi dimanapun dan kapanpun. *E-money* banyak membawa perubahan dalam hal pembayaran, terutama mengenai kepraktisan, ditambah lagi kini jangkauan penggunaan *e-money* juga terus diperluas sehingga *e-money* bisa digunakan untuk melakukan pembayaran berbagai hal contohnya seperti membayar belanjaan supermarket, membayar parkir, melakukan pembayaran pada merchant-merchant, dan lain sebagainya. Selain itu, dengan membayar menggunakan *e-money*, biasanya pengguna bisa mendapatkan potongan spesial pada *merchant-merchant* yang bekerja sama sehingga hal ini tentu saja menjadi keuntungan tersendiri bagi pengguna *e-money* (<https://www.tokopedia.com/blog/>, diunduh pada tanggal 6 Februari 2022).

Tidak bisa dipungkiri, *e-money* memang membawa banyak keuntungan bagi penggunanya, sehingga tidak sedikit orang yang tertarik dengan *e-money*. Hal ini sesuai dengan data yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dimana pengguna *e-money* terus bertambah terlihat dari jumlah transaksi dan nominal

transaksi. Pada bulan Agustus 2020, jumlah transaksi uang elektronik yaitu sebanyak 386,7 juta transaksi dengan pertumbuhan mencapai 33,8 persen. Nominal transaksi pada bulan Agustus 2020 juga meningkat dari bulan sebelumnya yaitu 17,23 triliun rupiah dengan persentase pertumbuhan 52,69 persen, dibandingkan bulan sebelumnya dengan nominal transaksi 16,09 triliun rupiah. Hingga bulan Agustus 2020, dapat disimpulkan terjadi peningkatan sebesar 31 persen dari tahun 2019, dimana tahun 2019 seringkali dijadikan acuan karena di tahun tersebut transaksi uang elektronik berhasil menembus 100 triliun rupiah. Tidak seperti uang elektronik, pertumbuhan transaksi menggunakan kartu ATM, debit maupun kredit, pada bulan Agustus 2020 malah mengalami penurunan dari 13,94 persen pada bulan Juli 2020 menjadi 6,86 persen (<https://www.bareksa.com/>, diunduh pada tanggal 6 Februari 2022).

Gaya hidup masyarakat yang menyukai kepraktisan, membuat *e-money* terus bertumbuh tahun demi tahun. Tidak berhenti di tahun 2020, perkembangan *e-money* bisa dikatakan terus melonjak bahkan hingga tahun 2021. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, di bulan November 2021, nominal transaksi *e-money* mencapai 31.3 triliun rupiah, dimana hal ini menunjukkan pertumbuhan sebesar 61,82 persen dari tahun sebelumnya. Selain itu, nilai transaksi dari *digital banking* juga mengalami peningkatan yaitu sebesar 47,08 persen dan untuk pembayaran menggunakan ATM, debit maupun kredit, tetap ada peningkatan namun tidak sebesar *e-money*, yaitu sebesar 8,39 persen. Peningkatan *e-money* yang pesat tidak bisa dipungkiri disebabkan oleh beberapa faktor mulai

dari sistem yang lebih siap dan jaringan yang terus diperluas, contohnya dengan hadirnya Qris (<https://www.kompas.com/>, diunduh pada tanggal 6 Februari 2022).

Terdapat faktor lain yang secara tidak langsung ikut berperan dalam meningkatnya penggunaan *e-money* yaitu pandemi. Disaat covid-19 mulai masuk ke Indonesia, penggunaan *e-money* juga turut meningkat bahkan bisa dikatakan drastis. Pada bulan April 2020, nominal transaksi *e-money* mencapai 17,6 triliun atau terjadi peningkatan sebesar 16,7 persen dari bulan sebelumnya dan peningkatan sebesar 64,5 dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan transaksi *e-money* juga terjadi akibat ketentuan *new normal* dan adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Menurut catatan Bank Indonesia, transaksi melalui ATM, kartu debit maupun kredit, mengalami penurunan. Dimasa ini, masyarakat lebih mengandalkan digital banking sehingga menyebabkan peningkatan sebesar 37,5 persen secara bulanan (<https://m.cnnindonesia.com/>, diunduh pada tanggal 6 Februari 2022).

E-money memberikan berbagai kemudahan sebagai alat pembayaran di tengah wabah covid-19. Berbagai peraturan dan kebijakan dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengurangi penyebaran virus covid-19, salah satunya yaitu pembatasan kontak fisik. *E-money* menjadi salah satu solusi untuk melakukan pembayaran tanpa kontak fisik secara langsung, berbeda dengan uang tunai dimana uang yang sebagai alat pembayaran bisa menjadi alat perantara penyebaran virus covid-19. Faktor lain yang menyebabkan peningkatan *e-money* di tengah wabah covid-19 yaitu proses transaksi yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Peraturan yang dikeluarkan pemerintah seperti pembatasan sosial

berskala besar (PSBB) tentunya menyulitkan masyarakat untuk keluar rumah dan menyulitkan dalam hal pembayaran. Oleh karena itu, *e-money* banyak dipilih karena bisa menjadi solusi sebagai alat pembayaran yang aman. Selain itu banyak penawaran dan promo yang tentunya menarik minat pengguna ataupun calon pengguna untuk menggunakan *e-money* (<https://www.payfazz.com/>, diunduh pada tanggal 6 Februari 2022).

Menurut Bank Indonesia uang elektronik adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan kedalam media elektronik tertentu. Untuk menggunakan uang elektronik pengguna harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada pihak penerbit yang terkait dimana nantinya uang tersebut akan disimpan kedalam sebuah media elektronik. Ketika digunakan uang yang tersimpan dalam media elektronik akan berkurang, namun nantinya pengguna dapat melakukan isi ulang atau *top up*. Menurut peraturan No.16/8/PBI/2014 yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, berdasarkan media penyimpanannya *e-money* dibagi menjadi dua yaitu *e-money* berbasis kartu atau *chip* dan *server* (<https://www.bi.go.id/>, diunduh pada tanggal 6 Februari 2022).

Pada era digital ini, transaksi dengan menggunakan *e-money* sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat di Indonesia dan tentunya diminati oleh seluruh kalangan dan tentunya secara tidak langsung memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap perekonomian di Indonesia. Adanya *e-money* membuat perputaran uang menjadi sangat cepat, hal ini tentunya karena *demand* atau peningkatan konsumsi dari masyarakat, ditambah lagi dengan adanya pandemi covid-19, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), menjadi salah satu

faktor yang membuat masyarakat beralih memilih pembayaran digital atau *e-money*. Melalui dampak yang diberikan oleh *e-money*, perusahaan *e-money* menjadi terus berinovasi agar terus berkembang, salah satunya yaitu aplikasi Dana, yang menjadi salah satu *e-money* populer dikalangan masyarakat (<https://www.kompasiana.com/>, diunduh pada tanggal 6 Februari 2022).

Aplikasi Dana merupakan salah satu aplikasi dompet digital dari sekian banyak aplikasi, yang memberikan layanan transaksi yang bisa digunakan baik secara *online* maupun *offline* (dapat digunakan untuk melakukan pembayaran di *merchant-merchant* yang bekerjasama). Aplikasi Dana juga merupakan salah satu aplikasi lembaga teknologi atau dompet digital yang sudah resmi di Indonesia dan diakui oleh Bank Indonesia (BI), hal ini membuat aplikasi Dana menjadi alat pembayaran yang aman. Aplikasi Dana sendiri dapat digunakan dengan mudah, cukup dengan mengisi saldo, para pengguna dapat melakukan transaksi pembayaran di *merchant-merchant* yang bekerjasama. Tidak hanya itu, fitur-fitur yang dimiliki oleh aplikasi Dana juga mudah dipahami dan digunakan oleh para pengguna (<https://www.qoala.app/>, diunduh pada tanggal 6 Februari 2022).

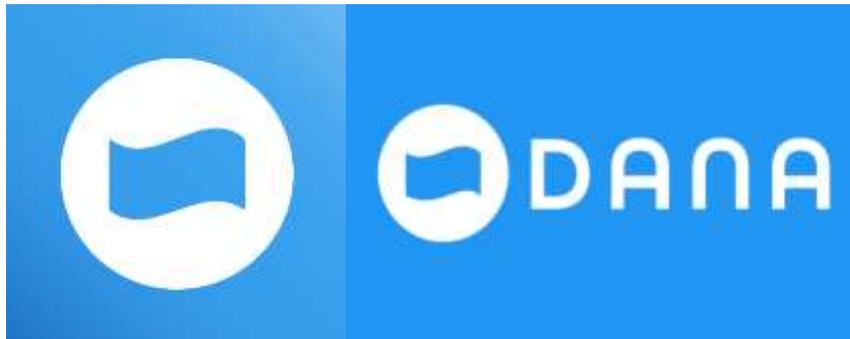
Aplikasi Dana pertama kali diluncurkan pada tahun 2018, dikembangkan oleh *programmer* muda Indonesia yang *startup* pengembangnya sudah berbadan hukum Indonesia, dengan PT Elang Sejahtera Mandiri sebagai *investor* utamanya yang memiliki kepemilikan saham sebesar 99%. PT. Elang Sejahtera mandiri sendiri merupakan anak usaha dari PT. Elang Mahkota Teknologi tbk atau yang biasa disebut dengan EMTEK. PT. Elang Sejahtera Mandiri tbk ini sendiri memiliki hubungan kerjasama dengan Ant Financial sebagai pemilik perusahaan

online payment Alipay. Kerjasama ini sendiri akhirnya membuat aplikasi Dana mendapatkan dukungan secara teknologi dari Ant Financial yang sebenarnya teknologinya juga telah digunakan oleh Alipay yang keandalan dan keamanannya telah diakui di bidang transaksi dunia digital internasional. Walaupun aplikasi Dana bekerjasama dengan perusahaan dari luar negeri, aplikasi ini menjamin bahwa seluruh data transaksi dan penggunanya itu tetap berada di Indonesia. Hal ini dijalankan juga merujuk kepada PP 82/2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE). Selain itu, aplikasi Dana telah terintegrasi dengan sistem Kependudukan Catatan Sipil (Dukcapil) kementerian dalam negeri, sehingga dengan adanya hal ini akan memudahkan *user*-nya untuk melakukan verifikasi dan pendaftaran. CEO aplikasi Dana, Vince iswara mengatakan akun dan aplikasi Dana juga diklaim merupakan satu-satunya *platform* yang dapat melakukan *approval* dan registrasi secara *real time* (<https://www.xdana.com/>, diunduh pada tanggal 6 Februari 2022).

Aplikasi Dana berbeda dengan layanan aplikasi pembayaran elektronik lainnya. Dana hadir dengan konsepnya yaitu *open-platform* yang memiliki arti bahwa Dana dapat digunakan dalam berbagai platform yang berbeda baik secara *offline* maupun *online* tetapi tentunya tetap terintegrasi dengan baik. Konsep ini memungkinkan Dana terhubung ke berbagai macam alat pembayaran seperti kartu kredit maupun kartu debit, voucher. Namun, tidak hanya itu Dana juga dapat dimanfaatkan oleh bermacam sektor meliputi pendidikan, layanan sosial dan publik hingga para pedagang kaki lima. Dengan konsep ini Dana ingin menjadi aplikasi pembayaran elektronik dan infrastruktur teknologi yang akan mampu

membawa masyarakat di Indonesia memasuki ekosistem keuangan yang inklusif (<https://id.technasia.com>, diunduh pada tanggal 09 April 2022).

Pengguna aplikasi Dana mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Pandemi covid - 19 bukan menjadi halangan bagi Dana untuk terus dapat menarik pengguna dan pasar yang baru. Vince Iswara, selaku CEO & *Co-Founder* aplikasi Dana mengatakan bahwa dengan adanya pandemi khususnya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan juga kegiatan tatap muka berdampak baik bagi aplikasi Dana, dimana pada tahun 2021 semester pertama, tercatat bahwa pembayaran online mengalami kenaikan transaksi hingga 91% dan juga pengguna aktif bulanan sebesar 73%. Fitur-Fitur yang memiliki kaitan erat dengan pembayaran yang terkait dengan kebutuhan sehari-hari secara tidak langsung meminimalisir adanya kontak fisik yang semakin diminati dan menjadi andalan bagi para pengguna. Fitur yang dimaksud adalah pembayaran digital dengan QRIS, adanya fitur "*Send Money*", pembayaran pulsa prabayar telepon seluler, biller dan tagihan (listrik, BPJS, air, dan sebagainya). Selain itu Dana juga menyiapkan berbagai macam promo dan penawaran menarik yang dapat dinikmati oleh pengguna. Hal ini menjadikan Dana sebagai alat pembayaran yang dapat diandalkan (<https://newssetup.kontan.co.id/>, diunduh pada tanggal 7 Februari 2022).



Gambar 1.1 Logo Aplikasi Dana

Sumber: <https://images.cermati.com/>, diunduh pada tanggal 7 Februari 2022

Tabel 1.1 Daftar Lima E-money Terpopuler di Indonesia Pada Tahun 2021

No.	E-money	Tahun Launching	Volume Transaksi	Penetrasi Pasar	Nilai Transaksi	Rating Playstore	Jumlah review Playstore
1	Dana	2018	20%	54%	18%	4,3	2.078.249
2	OVO	2017	25%	62%	24%	3,9	758.293
3	Link Aja	2019	6%	23%	6%	4,1	690.225
4	GO-PAY	2018	21%	53%	19%	4,5	4.473.902
5	ShopeePay	2018	29%	68%	33%	4,6	9.730.917

Sumber: www.katadata.co.id/, www.play.google.com, diunduh pada tanggal 7 Februari 2022

Dari tabel 1.1 dapat terlihat bahwa aplikasi Dana merupakan salah satu aplikasi dompet digital yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Terbukti dari penetrasi pasar, *rating* dan jumlah *review* yang bisa dikatakan tergolong tinggi dibandingkan dengan *e-money* lainnya. Oleh karena aplikasi Dana menarik untuk diteliti karena merupakan salah satu aplikasi *e-money* terbaik di Indonesia juga untuk mengetahui apa yang menyebabkan pengguna aplikasi Dana tetap ingin menggunakan layanan dari aplikasi Dana. Namun dari tabel 1.1 juga terlihat bahwa persaingan sangatlah sengit di bidang *e-money* ini. Oleh sebab itu, penting bagi aplikasi Dana untuk terus meningkatkan *use behavior*, tentunya agar dapat tetap bersaing di tengah persaingan yang sengit dibidang *e-money* tersebut.

Adapun alasan pentingnya meneliti *use behaviour* menurut Alazzam et al. (2014) yaitu: (1) Pada era penggunaan media online tanpa batas, bisnis online yang sukses harus menghasilkan kebiasaan pengguna baru agar tetap relevan, (2) Kekuatan dari *use behaviour* perusahaan online akan semakin disamakan dengan nilai ekonominya, (3) Membentuk kebiasaan pengguna (*use behaviour*) yang kuat lebih penting dari pada pertumbuhan viral (*viral growth*), (4) Aplikasi online yang diperhitungkan akan menjalankan suatu kebiasaan

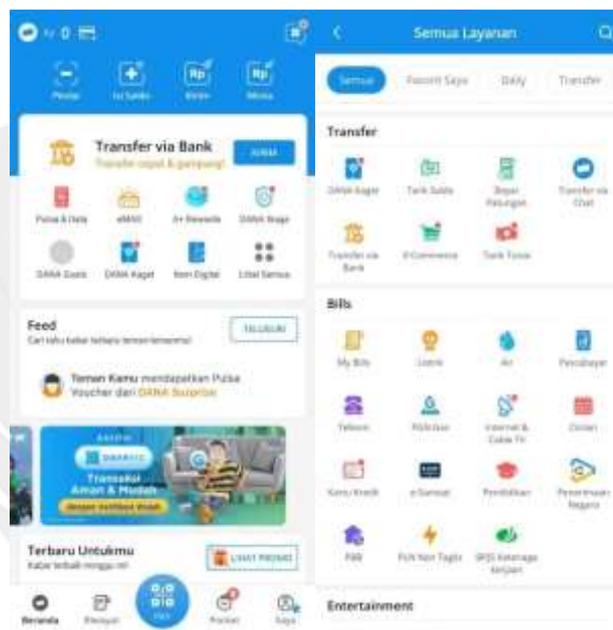
Menurut Venkatesh *et al.* (2012), *use behavior* dapat didefinisikan sebagai seberapa sering pengguna menggunakan teknologi informasi. Adapun bukti bahwa aplikasi Dana telah memiliki variabel *use behavior* dimana dapat terlihat pada tabel 1.1, penetrasi pasar dari aplikasi Dana bisa dikatakan cukup tinggi dibandingkan dengan aplikasi pembayaran yang lainnya. Selain itu, sejak awal kemunculannya pada tahun 2018 hingga bulan Desember tahun 2019, aplikasi Dana telah berhasil memiliki pengguna aktif sebanyak 35 juta dan dengan jumlah transaksi sebanyak 3 juta transaksi per harinya. Tidak hanya itu, aplikasi Dana juga berhasil menggaet 87.500 mitra untuk bekerja sama. Aplikasi dana juga terus berinovasi dan memperbaiki segala infrastruktur yang ada, mulai dari keamanan, ataupun promosi-promosi yang ada. Hal ini terus dilakukan oleh aplikasi Dana sehingga pengguna maupun calon pengguna terus ingin menggunakan aplikasi Dana (<https://www.beritasatu.com/>, diunduh pada tanggal 8 Februari 2022).

Adapun salah satu variabel yang mempengaruhi *use behavior* ialah *behavioral intention*. Menurut Mowen (2012), *behavioral intention* didefinisikan sebagai keinginan pengguna untuk berperilaku menurut cara tertentu dalam

rangka memiliki, membuang dan menggunakan produk atau jasa. Adapun bukti bahwa aplikasi Dana telah memiliki variabel *behavioral intention* yaitu di akhir tahun 2021, aplikasi Dana telah memiliki pengguna sebanyak 95 juta. Jumlah tersebut meningkat hampir dua kali lipat dibandingkan dengan tahun sebelumnya, dimana jumlah pengguna aplikasi Dana yaitu 50 juta. Jumlah transaksi yang ada di aplikasi Dana mengalami peningkatan sebesar 151 persen di tahun 2021 dengan jumlah transaksi perhari yang mencapai 5 juta transaksi. Berdasarkan data *App Annie*, aplikasi Dana menempati peringkat pertama untuk kategori aplikasi finansial di Indonesia pada kuartal kedua 2021 (<https://m.bisnis.com/> , diunduh pada tanggal 8 Februari 2022).

Adapun variabel lain yang dapat mempengaruhi *behavioral intention* adalah *performance expectancy*. *Performance expectancy* didefinisikan sebagai seberapa jauh penggunaan teknologi akan memberikan manfaat bagi pengguna dalam melakukan aktivitas tertentu (Venkatesh et al., 2012). Adapun bukti bahwa aplikasi Dana telah memiliki variabel *performance expectancy* yaitu, di tengah tren pembayaran yang menggunakan aplikasi *cashless*, sejak awal hadir, aplikasi Dana membawa berbagai kelebihan, yang menjadi keuntungan bagi penggunanya. Keuntungan utama aplikasi Dana yaitu terwujudnya pembayaran yang praktis dan cepat, ditambah lagi dengan adanya Dana QRIS. Aplikasi Dana memiliki berbagai fitur lain diantaranya gratis kirim uang antar bank, promo-promo atau *cashback*. Aplikasi Dana juga bekerjasama dengan beberapa pihak sehingga pengguna aplikasi Dana bisa menggunakan aplikasinya untuk mengisi pulsa, membayar tagihan PLN, tagihan BPJS, ataupun bisa melakukan hal lain seperti yang terdapat

pada gambar 1.2 dimana dengan fitur-fitur tersebut, dan dengan pemanfaatan teknologi yang ada dapat meningkatkan kinerja dari pengguna (<https://m.liputan6.com/>, diunduh pada tanggal 8 Februari 2022).



Gambar 1.2 Fitur Aplikasi Dana

Sumber: Data pribadi, diunduh pada tanggal 8 Februari 2022

Selain variabel *performance expectancy*, terdapat variabel lain yang dapat mempengaruhi *behavioral intention* yaitu *effort expectancy*. Menurut Sripalawat et al. (2011) mendefinisikan *effort expectancy* sebagai tingkat keyakinan seseorang mempersepsikan kemudahan terkait dengan adopsi teknologi. Adapun bukti bahwa aplikasi Dana telah memiliki variabel *effort expectancy* dimana sejak kehadirannya, aplikasi Dana membawa berbagai kemudahan bagi penggunanya. Pengguna dapat menggunakan aplikasi ini untuk melakukan pembayaran kapanpun dan dimanapun seperti pada gambar 1.3 dan gambar 1.4. Penggunaan aplikasi Dana tidak sulit, cukup *scan barcode* kemudian ikuti langkah-langkah yang ada. Aplikasi Dana juga memiliki berbagai fitur dimana bisa digunakan

untuk membayar beberapa kebutuhan dan tagihan pengguna. Untuk melakukan *top-up*, aplikasi Dana menyediakan beberapa metode yang memudahkan pengguna untuk mengisi saldo aplikasi Dana (<https://katadata.co.id/>, diunduh pada tanggal 8 Februari 2022).



Gambar 1.3 Kemudahan Menggunakan Aplikasi Dana

Sumber: <https://www.dana.id/>, diunduh pada tanggal 8 Februari 2022



Gambar 1.4 Scan Barcode Menggunakan Aplikasi Dana

Sumber: <https://katadata.co.id/>, diunduh pada tanggal 8 Februari 2022

Social influence menjadi salah satu variabel yang dapat mempengaruhi *behavioral intention*. Tarhini et al. (2016) berpendapat bahwa *social influence* merupakan tekanan sosial yang berasal dari lingkungan eksternal yang mengelilingi individu dan dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku mereka dalam melakukan tindakan tertentu seperti pendapat teman, saudara dan atasan. Adapun bukti bahwa aplikasi Dana telah memiliki variabel *social influence* yaitu, aplikasi Dana bekerja sama dengan *influencer*, salah satunya yaitu Fadil Jaidi

untuk berpartisipasi dalam kampanye aplikasi Dana, "hidup bebas drama". Fadil Jaidi merupakan seorang *influencer*, *youtuber* dan *tiktokers*. Di akun youtube, Fadil Jaidi memiliki sekitar 4 juta *subscribers* dan di akun tiktok, Fadil Jaidi memiliki pengikut sebanyak 7 juta. Melalui kerja sama ini, Aplikasi Dana berharap dapat meyakinkan dan menarik minat para calon pengguna (<https://www.instagram.com/>, diunduh pada tanggal 8 Februari 2022).



Gambar 1.5 Iklan Aplikasi Dana

Sumber: <https://www.instagram.com/>, diunduh pada tanggal 8 Februari 2022

Adapun variabel lain yang dapat mempengaruhi behavioral intention adalah *facilitating condition*. *Facilitating condition* adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa infrastruktur perusahaan dan teknis tersedia untuk mendukung penggunaan sistem (Venkatesh et al., 2003). Adapun bukti bahwa aplikasi Dana telah memiliki variabel *facilitating condition* dimana aplikasi Dana telah menjadi salah satu aplikasi pembayaran digital yang resmi, yang telah memiliki izin dari OJK dan memenuhi persyaratan untuk menjadi alat pembayaran digital. Aplikasi Dana juga memiliki beberapa fitur keamanan diantaranya, menggunakan AI untuk

mendeteksi *fraud detection* yang nantinya setiap transaksi akan diautentikasi menggunakan PIN atau kode OTP. Selanjutnya ada fitur *face verification* dimana untuk menghindari penipuan dan penjualan akun pengguna. Lalu garansi atau jaminan uang kembali ketika ada uang hilang saat transaksi dan fitur ini disebut *Dana Protection*. Aplikasi Dana memiliki sertifikasi PCI-DSS yang merupakan standar keamanan untuk penerbit kartu dan kredit terkemuka di dunia. Melalui bukti tersebut, aplikasi Dana membuktikan bahwa secara teknis telah siap digunakan para pengguna, untuk memfasilitasi kegiatan transaksi digital (<https://dana.id/>, diunduh pada tanggal 9 Februari 2022).

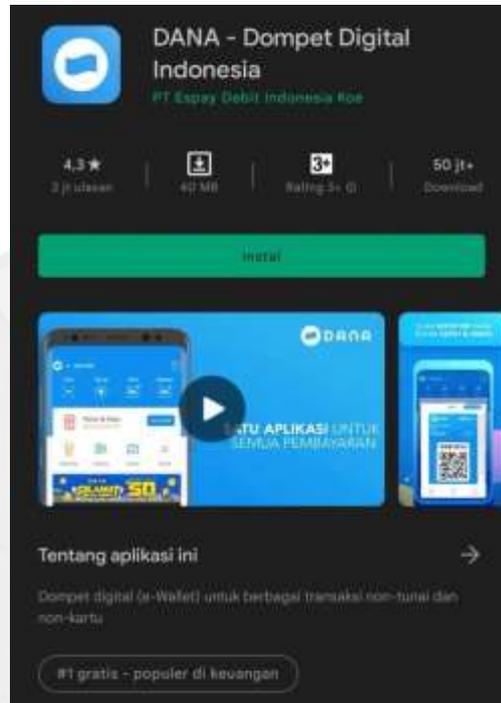


Gambar 1.6 Campaign Aplikasi Dana

Sumber: <https://dana.id/>, diunduh pada tanggal 9 Februari 2022

Variabel selanjutnya yang dapat mempengaruhi *behavioral intention* adalah *hedonic motivation*. Venkatesh et al. (2012) mengungkapkan bahwa *hedonic motivation* merupakan kesenangan yang berasal dari penggunaan teknologi. Adapun bukti bahwa aplikasi Dana telah memiliki variabel *hedonic motivation* yaitu, terlihat melalui gambar 1.7 dimana aplikasi Dana menjadi salah satu aplikasi keuangan yang populer, dengan rating 4,3. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna dari aplikasi Dana merasa puas dan senang dalam menggunakan

aplikasi Dana sebesar alat pembayaran atau alat transaksi digital (<https://play.google.com/>, diunduh pada tanggal 9 Februari 2022).



Gambar 1.7 Review Mengenai Aplikasi Dana

Sumber: <https://play.google.com/>, diunduh pada tanggal 9 Februari 2022.

Variabel terakhir yang dapat mempengaruhi *behavioral intention* adalah habit. Menurut Siagian (2012) *Habit* adalah serangkaian perbuatan seseorang secara berulang-ulang untuk hal yang sama dan berlangsung tanpa proses berpikir lagi. Adapun bukti bahwa aplikasi Dana telah memiliki variabel *habit* yaitu, semenjak di awal peluncurannya di tahun 2018, aplikasi Dana telah menarik perhatian banyak pengguna, hingga pada tahun 2019, di kuartal satu, aplikasi telah memiliki 15 juta pengguna dengan jumlah transaksi sebanyak 1,5 juta per harinya. Hal tersebut bisa menjadi tanda bahwa semakin hari, masyarakat Indonesia semakin terbiasa untuk menggunakan dompet digital, ditambah lagi aplikasi Dana saat ini juga dapat digunakan tidak hanya *merchant-merchant* terkenal atau

perusahaan besar, melainkan UMKM juga. Terlihat dari gambar 1.8 dan gambar 1.9 dimana aplikasi Dana dapat digunakan untuk melakukan pembayaran di pameran ataupun warung makan tradisional. Melalui ini, tentunya akan mendorong pengguna aplikasi Dana untuk menjadi semakin terbiasa untuk selalu melakukan transaksi menggunakan aplikasi Dana karena jangkauannya yang luas (<https://batam.tribunnews.com/>, diunduh pada tanggal 9 Februari 2022).



Gambar 1.8 Aplikasi Dana Sebagai Alat Pembayaran di Pameran
Sumber: <https://dana.id/>, diunduh pada tanggal 9 Februari 2022



Gambar 1.9 Aplikasi Dana Hadir di Warung Tradisional
Sumber: <https://batam.tribunnews.com/>, diunduh pada tanggal 9 Februari 2022

Dari pembahasan yang telah dijabarkan diatas, dapat terlihat bahwa persaingan di bidang pembayaran elektronik sangat ketat. Hal ini dikarenakan banyak pembayaran elektronik lainnya yang menyediakan fitur, promo, *cashback* dan sebagainya yang sangat gencar dan bersaing terutama di tengah pandemi covid-19 saat ini. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjadi suatu terobosan untuk aplikasi Dana yang tidak hanya bersaing dan bertahan namun berkembang

didalam pasar industri. Penelitian ini akan membahas Faktor-faktor yang mempengaruhi *use behavior* aplikasi Dana. Untuk melihat faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap *use behavior*, akan digunakan variabel *behavioral intention* sebagai variabel intervening. Dalam penelitian ini akan diteliti apakah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, dan *habit* memiliki pengaruh signifikan terhadap *use behavior* aplikasi Dana

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka batasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang dibahas dan digunakan dalam penelitian ini adalah *Use Behavior*, *Behavioral Intention*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*. Variabel tersebut digunakan karena paling sesuai dengan objek penelitian.
2. Pengujian terhadap objek yang diteliti menggunakan data hasil pembagian kuesioner mengenai objek yang diteliti.
3. Adapun karakteristik responden yang diteliti sebagai berikut:
 - i. Pria dan Wanita
 - ii. Usia dewasa dini, 18-60 tahun (Kotler dan Armstrong, 2010)
 - iii. Berdomisili di Surabaya
 - iv. Memiliki dan Menggunakan aplikasi Dana

- v. Mengunduh aplikasi Dana secara mandiri
 - vi. Pernah melakukan kontak dengan *customer service* aplikasi Dana
 - vii. Pernah menggunakan fitur aplikasi *Dana surprize*
 - viii. Telah menggunakan aplikasi Dana minimal 2 kali dalam 2 minggu terakhir
4. Perhitungan dan analisis hasil kuesioner menggunakan *software* SPSS.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan data yang ada pada latar belakang dan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Performance Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya?
2. Apakah *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya?
3. Apakah *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya?
4. Apakah *Facilitating Condition* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya?
5. Apakah *Hedonic Motivation* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya?
6. Apakah *Habit* berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya?

7. Apakah *Behavioral Intention* berpengaruh signifikan terhadap *Use Behavior* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian dilakukan dengan tujuan tertentu. Adapun tujuan dari penelitian ini sendiri yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *Performance Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *Effort Expectancy* terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *Social Influence* terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *Facilitating Condition* terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya.
5. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *Hedonic Motivation* terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya.
6. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *Habit* terhadap *Behavioral Intention* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya.

7. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh signifikan *Behavioral Intention* terhadap *Use Behavior* pada pengguna aplikasi Dana di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini tentunya memberikan manfaat kepada berbagai pihak. Manfaat dalam penelitian ini sendiri terbagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis dengan penjelasan sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini mendukung teori-teori yang telah ada mengenai *Use Behavior*, *Behavioral Intention*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*.
2. Penelitian ini dapat mendukung hasil penelitian terdahulu yang membahas mengenai *Use Behavior*, *Behavioral Intention*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*.
3. Penelitian ini juga bisa menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti mengenai *Use Behavior*, *Behavioral Intention*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*.

4. Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian sejenis.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis untuk memperluas wawasan pengetahuan dan menerapkan teori yang didapatkan selama penulisan yang berkaitan dengan faktor *Use Behavior*, *Behavioral Intention*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini nantinya dapat menjadi bahan masukan dalam mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi *Use Behavior* ditinjau dari variabel dengan faktor *Use Behavior*, *Behavioral Intention*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*. Sehingga aplikasi Dana bisa menentukan strategi untuk meningkatkan *Use Behavior* dari produknya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dan dapat memberikan gambaran jelas pada penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada bab ini dijelaskan mengenai teori-teori *Use Behavior*, *Behavioral Intention*, *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, dan *Habit*. Pada bab ini juga berisi mengenai penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian, dan bagan alur penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Berisi mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel serta metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum mengenai objek penelitian yaitu aplikasi DANA, analisis data yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis, serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

BAB V: KONKLUSI, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi teoritis dan manajerial dari hasil penelitian serta rekomendasi untuk mengatasi permasalahan yang ada dalam penelitian ini.