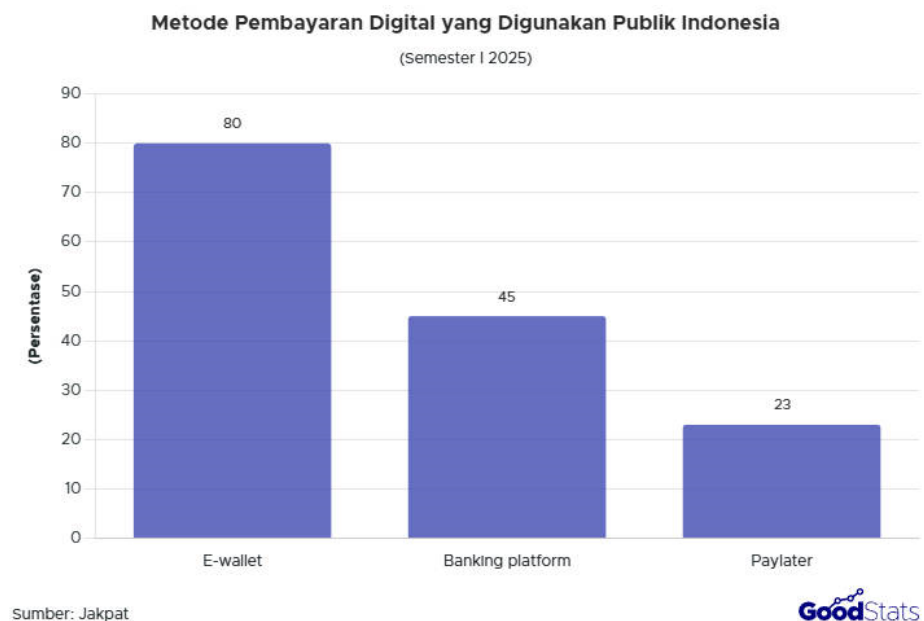


# BAB I

## PENDAHULUAN

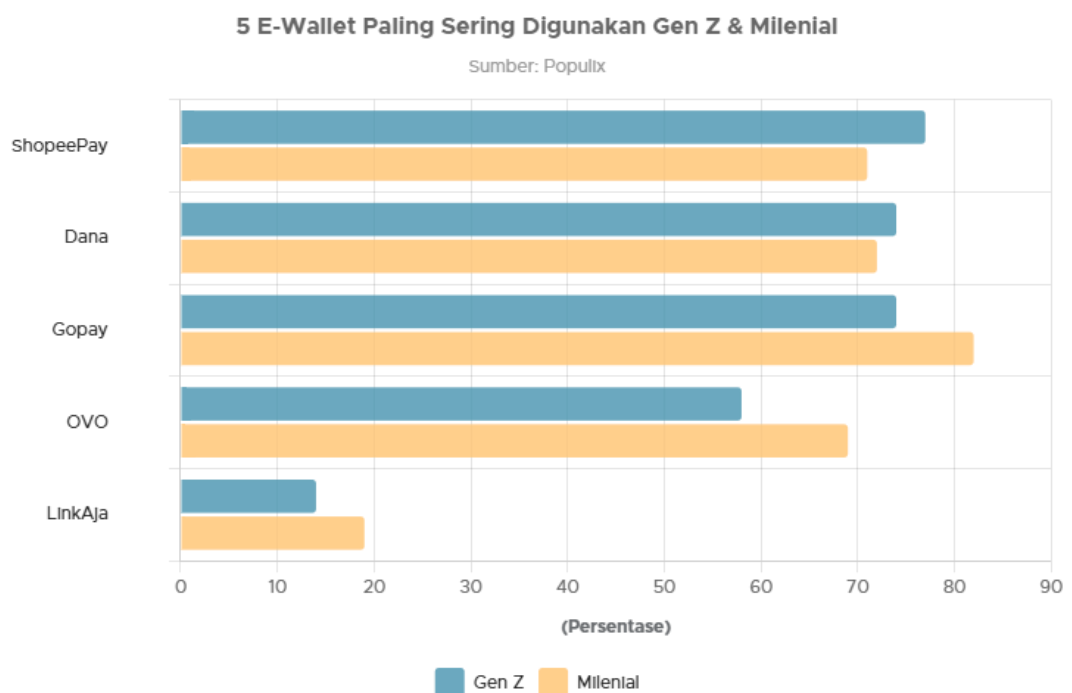
### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi di era revolusi industri 4.0 telah menciptakan perubahan fundamental dalam transaksi keuangan melalui akselerasi *Financial Technology (Fintech)* (Priambodo et al., 2024). Di Indonesia, fenomena ini diwujudkan dalam popularitas dompet digital atau *e-wallet* sebagai sarana pembayaran non-tunai yang menawarkan kemudahan dan efisiensi (Permana et al., 2025). Kelompok yang paling responsif terhadap adopsi teknologi ini adalah generasi z (*digital natives*), yang memiliki kedekatan intrinsik dengan teknologi. Peran gen z sangat signifikan dalam mendorong peningkatan penggunaan *e-wallet* (Mahendra et al., 2025)(Triyandi Nugroho & Sundari, 2025), meskipun kemudahan transaksi ini juga berpotensi memengaruhi perilaku konsumen, seperti meningkatkan pola konsumsi di kalangan mahasiswa (Permana et al., 2025).



**Gambar 1. 1** Metode Pembayaran Digital di Indonesia

Fenomena tingginya adopsi *e-wallet* ini juga tercermin dalam data empiris terkini. Survei nasional menunjukkan bahwa sekitar 80% masyarakat Indonesia menjadikan *e-wallet* sebagai metode pembayaran digital favorit pada tahun 2025. Selain itu, di kalangan Generasi Z dan milenial, terdapat kecenderungan preferensi yang kuat terhadap platform *e-wallet* tertentu, seperti ShopeePay, dibandingkan dengan aplikasi *e-wallet* lainnya. Data ini menunjukkan bahwa meskipun penggunaan *e-wallet* telah meluas, terdapat variasi preferensi dan pola adopsi yang menarik untuk ditelaah lebih lanjut, khususnya pada segmen Generasi Z yang menjadi pengguna dominan layanan pembayaran digital.



**Gambar 1. 2 E-wallet Paling Sering Digunakan Gen z & Milenial**

Berbagai penelitian telah menguji faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi dan niat adopsi *e-wallet* di kalangan Generasi Z. Studi mengenai preferensi konsumen Gen Z terhadap aplikasi *e-wallet* telah dilakukan menggunakan kerangka seperti UTAUT 1 (Shofura & Rahmayanti, 2024). Selain itu, faktor persepsi sistem seperti *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* juga terbukti kuat mempengaruhi niat penggunaan *e-payment* seperti DANA (S. N. Putri & Paleni, 2025), serta memengaruhi kepuasan

pengguna *e-wallet* seperti ShopeePay pada mahasiswa (Muhammad et al., 2025; Triyandi Nugroho & Sundari, 2025). Temuan-temuan ini menegaskan bahwa faktor-faktor penerimaan teknologi memegang peranan krusial, namun masih terdapat kebutuhan untuk mengintegrasikan faktor psikologis individu dalam model adopsi, terutama pada segmen Gen Z yang dikenal memiliki karakteristik kesiapan teknologi yang unik.

Temuan mengenai dominasi Generasi Z dalam penggunaan *e-wallet* diperkuat oleh penelitian Lumban Gaol et al. (2025) yang menganalisis pemanfaatan *fintech* pada Generasi Z dalam belanja online. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z memanfaatkan *fintech*, khususnya dompet digital, secara efektif dan efisien karena faktor kemudahan, kenyamanan, serta kecepatan transaksi. Sebagai *digital native*, Generasi Z cenderung menjadikan pembayaran digital sebagai pilihan utama dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, baik untuk berbelanja, membayar layanan, maupun mengelola keuangan. Keberadaan fitur-fitur pendukung seperti promo, *cashback*, dan sistem autentikasi ganda turut meningkatkan rasa nyaman dan kepercayaan pengguna terhadap layanan *fintech*, meskipun di sisi lain berpotensi mendorong perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang bijak (Lumban Gaol et al., 2025).

Temuan tersebut relevan dengan konteks adopsi *e-wallet* di Indonesia karena menegaskan bahwa keputusan penggunaan *fintech* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknis sistem, tetapi juga oleh kesiapan psikologis pengguna dalam menerima teknologi digital. Hal ini menunjukkan bahwa model adopsi teknologi yang hanya menekankan pada persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) belum sepenuhnya mampu menjelaskan perilaku Generasi Z secara komprehensif. Oleh karena itu, integrasi faktor kesiapan teknologi individu (*Technology Readiness*) dengan faktor penerimaan sistem (*Technology Acceptance Model*) melalui kerangka *Technology Readiness Acceptance Model*

(*TRAM*) menjadi semakin relevan untuk menganalisis adopsi *e-wallet*, khususnya pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian Leasa et al. (2025) menunjukkan bahwa konstruk utama dalam *Technology Acceptance Model*, yaitu *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness*, tidak hanya berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet*, tetapi juga berdampak langsung terhadap perilaku pengeluaran (*spending behavior*) Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi terhadap sistem *e-wallet* dapat memengaruhi keputusan ekonomi pengguna secara lebih luas, melampaui sekadar niat penggunaan awal. Dengan demikian, karakteristik Generasi Z sebagai pengguna *fintech* yang adaptif, pragmatis, dan berorientasi pada kemudahan membutuhkan pendekatan model adopsi yang mampu menangkap dimensi psikologis dan persepsi sistem secara simultan, sehingga semakin memperkuat urgensi penelitian ini dalam mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi adopsi *e-wallet* menggunakan model *TRAM* pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan.

Konteks lokal di Kabupaten Kuningan sendiri telah menjadi subjek penelitian adopsi *e-wallet*. Penelitian terdahulu di Kabupaten Kuningan menggunakan model UTAUT 2 menemukan bahwa faktor seperti kondisi yang memfasilitasi dan kebiasaan memiliki pengaruh kuat, tetapi faktor keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *e-wallet* (Syamfithriani et al., 2024). Temuan ini mengindikasikan adanya celah bahwa model penerimaan teknologi yang hanya berfokus pada faktor lingkungan dan persepsi sistem mungkin belum sepenuhnya menangkap seluruh dimensi yang memengaruhi perilaku adopsi di wilayah tersebut. Secara spesifik, aspek kesiapan psikologis pengguna (*Technology Readiness*), yang sangat relevan untuk *digital native* seperti Gen Z, belum teruji secara mendalam dalam konteks Kabupaten Kuningan.

Secara demografis, Kabupaten Kuningan tercatat memiliki total penduduk sebanyak 1.225.493 jiwa berdasarkan Proyeksi Penduduk Menurut Kecamatan dan Kelompok Umur BPS tahun 2025. Dari jumlah tersebut, kelompok usia yang masuk dalam kategori Generasi Z (rentang usia 13–28 tahun pada 2025, atau lahir antara tahun 1997–2012) mencapai 370.970 jiwa, yakni gabungan dari kelompok usia 10–14 tahun (87.496 jiwa), 15–19 tahun (96.455 jiwa), 20–24 tahun (95.182 jiwa), dan 25–29 tahun (91.837 jiwa). Angka ini setara dengan sekitar 30,3% dari total penduduk Kabupaten Kuningan, menjadikan Gen Z sebagai segmen demografis terbesar dan paling dominan di wilayah ini. Besarnya populasi Gen Z ini seharusnya menjadi pendorong utama penetrasi teknologi keuangan digital, termasuk *e-wallet*, mengingat karakteristik mereka sebagai *digital native* yang tumbuh beriringan dengan perkembangan teknologi. Namun kenyataannya, data tingkat adopsi di level rumah tangga justru menunjukkan gambaran yang berbeda.

Berdasarkan data BPS (2025), dari total 298.965 rumah tangga, hanya 113.201 yang menggunakan uang elektronik berbasis server (*e-wallet*), artinya lebih dari 60% rumah tangga (sekitar 185.764 dari 298.965) belum mengadopsi layanan dompet digital (*e-wallet*). Kondisi ini menunjukkan bahwa terdapat kontradiksi di mana jumlah populasi usia muda/Gen Z yang sangat besar (370.970 jiwa) dan berstatus digital native ternyata belum mampu mendongkrak angka adopsi non-tunai secara signifikan di lingkungan keluarga/rumah tangga mereka. Oleh karena itu, penelitian ini mengusulkan penggunaan *Technology Readiness Acceptance Model (TRAM)*. *TRAM* merupakan kerangka komprehensif yang mengintegrasikan kesiapan psikologis individu (*Technology Readiness*) dengan persepsi sistem (*Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*), menjadikannya model yang ideal untuk segmen pengguna seperti Generasi Z (Priambodo et al., 2024). Model *TRAM* telah terbukti efektif dan memiliki kekuatan prediktif yang tinggi dalam menganalisis adopsi teknologi pembayaran digital.

Misalnya, *TRAM* berhasil diterapkan untuk mengukur kesiapan dan penerimaan teknologi *cashless* di Semarang (Priambodo et al., 2024) dan memprediksi minat penggunaan QRIS pada UMKM dan pengguna umum, di mana faktor kesiapan teknologi (TR) memiliki peran signifikan terhadap niat adopsi (Nurqamarani et al., 2024 & Rostati et al., 2025). Demikian pula, faktor *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* juga terbukti mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS (Haris Nasution et al., 2025).

Dengan latar belakang ini, *research gap* yang ingin diisi adalah rendahnya penetrasi pembayaran non-tunai serta belum adanya studi yang mengeksplorasi secara spesifik pengaruh faktor *Technology Readiness Acceptance Model (TRAM)* terhadap adopsi *e-wallet* oleh Generasi Z sebagai *consumer segment* di wilayah Kabupaten Kuningan. Dan oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-wallet* pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan menggunakan model *TRAM*, dengan harapan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku pengguna *e-wallet* dari sudut pandang sistem informasi dan memberikan rekomendasi strategis yang sesuai dengan karakteristik pengguna di wilayah tersebut.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan pokok yang menjadi dasar penelitian ini, yaitu:

- a. Rendahnya Penetrasi Pembayaran Non-Tunai di Tingkat Rumah Tangga: Meskipun infrastruktur digital terus berkembang, faktanya lebih dari 60% rumah tangga (sekitar 185.764 dari 298.965) belum mengadopsi layanan dompet digital (*e-wallet*).
- b. Demografi Gen Z: Terdapat kontradiksi di mana jumlah populasi usia muda/Gen Z yang sangat besar (370.970 jiwa) dan berstatus *digital native* ternyata belum mampu mendongkrak angka adopsi non-tunai secara signifikan di lingkungan keluarga/rumah tangga mereka.

- c. Urgensi Analisis Psikologis dan Persepsi Sistem: Belum diketahui secara pasti apakah hambatan adopsi ini disebabkan oleh faktor kesiapan mental/psikologis individu (*Technology Readiness*) atau karena persepsi terhadap sistem itu sendiri (*Usefulness* dan *Ease of Use*), sehingga memerlukan kerangka model *TRAM* untuk membedahnya.

### 1.3 Batasan Masalah

Batasan Mengingat luasnya cakupan permasalahan dalam adopsi teknologi finansial, serta keterbatasan waktu dan sumber daya peneliti, maka penelitian ini dibatasi pada ruang lingkup sebagai berikut:

1. Objek Penelitian: Penelitian ini hanya berfokus pada aplikasi *e-wallet* (Shopeepay, Dana, Gopay, OVO, LinkAja dan *e-wallet* lainnya). Penelitian ini tidak membahas metode pembayaran digital lain seperti *Mobile Banking* (*m-banking*) atau *Paylater*.
2. Subjek Penelitian: Responden dalam penelitian ini dibatasi pada Generasi Z dengan rentang usia 14 sampai dengan 29 tahun yang berdomisili di wilayah Kabupaten Kuningan. Responden diwajibkan merupakan pengguna aktif yang pernah melakukan transaksi menggunakan salah satu *E-wallet* yang diteliti minimal satu kali dalam kurun waktu satu bulan terakhir sebelum pengisian kuesioner (Permana et al., 2025).
3. Metode yang Digunakan: kuantitatif menggunakan smartPLS dengan analisis PLS-SEM.
4. Model Penelitian: Evaluasi sistem yang menggunakan gabungan Kesiapan Pengguna (*Technology Readiness Index*), Penerimaan Pengguna (*Technology Acceptance Model*) yang disebut *TRAM*.

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan dan ruang lingkup penelitian yang difokuskan pada adopsi teknologi finansial oleh Generasi Z, maka disusun rumusan masalah yang bersifat operasional untuk mengukur hubungan kausalitas antar variabel dalam model *Technology Readiness*

*Acceptance Model (TRAM)*. Adapun pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kesiapan teknologi (*Technology Readiness*) yang terdiri dari dimensi *Optimism*, *Innovativeness*, *Discomfort*, dan *Insecurity* terhadap persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) penggunaan *e-wallet* pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan?
2. Bagaimana pengaruh persepsi teknologi dalam kerangka TAM (*Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*) terhadap niat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) *e-wallet* pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan?
3. Sejauh mana dimensi *Technology Readiness* secara tidak langsung memengaruhi niat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) melalui mediasi *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan?
4. Variabel manakah dalam model *TRAM* yang memiliki pengaruh paling dominan dalam menentukan niat Generasi Z di Kabupaten Kuningan untuk mengadopsi sistem pembayaran non-tunai?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan membuktikan model *Technology Readiness Acceptance Model (TRAM)* dalam menjelaskan niat adopsi pembayaran non-tunai (*e-wallet*) pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan guna memberikan dasar keputusan statistik.

#### a) Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk menguji dan membuktikan model *Technology Readiness Acceptance Model (TRAM)* dalam menjelaskan niat adopsi pembayaran non-tunai (*e-wallet*) pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan guna memberikan dasar pengambilan keputusan berbasis bukti statistik.

#### b) Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *Technology Readiness* (yang meliputi *Optimism*, *Innovativeness*, *Discomfort*, dan *Insecurity*) terhadap *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* pada Generasi Z pengguna *e-wallet* di Kabupaten Kuningan.
2. Untuk mengetahui pengaruh dimensi TAM (*Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*) terhadap niat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) *e-wallet* pada Generasi Z di Kabupaten Kuningan.
3. Untuk mengetahui peran mediasi dari *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* dalam menghubungkan kesiapan teknologi (*Technology Readiness*) terhadap niat penggunaan (*Behavioral Intention to Use*) *e-wallet*.
4. Untuk mengetahui variabel mana dalam model *TRAM* yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap niat Generasi Z di Kabupaten Kuningan dalam mengadopsi sistem pembayaran non-tunai.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian adalah:

- a. Manfaat Teoritis :
  - a) Menambah wawasan penulis dibidang evaluasi sistem informasi, karena dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh dari kuliah terkait kesuksesan sistem informasi.
  - b) Menjadi rujukan rujukan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji faktor non-sistem (faktor internal psikologis) yang mempengaruhi adopsi teknologi di wilayah berkembang (non-metropolitan).
- b. Manfaat Praktis :
  - a) Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberi masukan-masukan yang mungkin dapat di terapkan pada objek penelitian seperti pada perusahaan/organisasi.

- b) Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian dan bacaan serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut bagi pihak-pihak lain.
- c) Bagi Penyedia Layanan *E-wallet* (*Industri Fintech*) dan Developer *E-wallet*: Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan strategis mengenai variabel mana (apakah optimisme, inovasi, ketidakamanan, ketidaknyamanan atau kemudahan penggunaan maupun kegunaan) yang paling dominan mempengaruhi niat Generasi Z. Informasi ini berguna untuk merancang antarmuka aplikasi (*User Interface*) yang lebih ramah pengguna dan menyusun strategi pemasaran yang lebih relevan dengan profil psikologis pengguna di Kabupaten Kuningan.
- d) Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan dan regulator (seperti OJK), memberikan rekomendasi untuk program literasi keuangan digital dan inklusi *fintech* bagi Generasi Z di wilayah semi-urban/pedesaan.

## 1.7 Jadwal Penelitian

Bagian Jadwal Penelitian berisi rencana waktu pelaksanaan setiap tahapan penelitian dari awal sampai akhir. Jadwal ini dibuat agar penelitian terarah, terorganisir, dan realistis sesuai waktu pengerjaan.

**Tabel 1. 1** *Jadwal Penelitian*

[illegible]

[illegible]