

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teori

2.1.1 E-wallet

2.1.2.1 Pengertian E-wallet

Dompot digital atau e-wallet adalah sebuah perangkat elektronik, layanan jasa, atau bahkan program perangkat lunak (aplikasi) yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi secara online dengan pengguna lainnya untuk membeli barang dan jasa.

Uang atau saldo yang ada di dalam e-wallet adalah uang yang sebelumnya memang sudah disimpan dalam dompet digital tersebut. Dalam kasus yang lain, untuk top up e-wallet juga bisa dilakukan dengan cara menautkan rekening bank ke akun dompet digitalnya.

Karena didalamnya terdapat uang elektronik, tentu saja setiap akun juga dilengkapi dengan data identitas yang lengkap terkait pemilik akun. Selanjutnya, keberadaan aplikasi dompet digital memiliki fungsi yang sangat beragam, tidak hanya untuk alat pembayaran saja, namun juga bisa digunakan sebagai alat untuk memverifikasi terhadap suatu aktivitas jual beli. Misalnya untuk memverifikasi usia pembeli saat hendak membeli produk seperti alkohol.

Menurut Rahmayani (2018), dompet elektronik (e-wallet) adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Sedangkan dalam Nugroho (2016) dijelaskan bahwa E-wallet adalah bentuk pembayaran secara elektronik menggunakan smartphone atau gadget, menggantikan penggunaan dompet secara fisik.

Dalam peraturan Bank Indonesia nomor 18/40/PBI/2016 pasal 1 Ayat 7 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran menjelaskan bahwa E-wallet (dompet digital) adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran (Magrifa,2018).

Hutami dan Septyarini (2018) menjelaskan bahwa E-wallet (electronic wallet) merujuk pada “dompet” sementara atau sebuah akun yang berisi dana pada suatu aplikasi online yang digunakan untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi dengan cara non tunai Berdasarkan pengertian dari beberapa sumber tersebut maka dapat disimpulkan bahwa E-wallet (dompet elektronik) adalah sebuah layanan elektronik Untuk menjadi salah satu metode pembayaran yang menyimpan data instrumen pembayaran maupun data pribadi yang memiliki batas maksimum saldo melalui aplikasi yang tersedia di Smartphone atau Gadget sesuai peraturan Bank Indonesia.

Berdasarkan data dari Bank Indonesia, terdapat 51 E-wallet yeang mendapat licenci. Pada tahun 2020 sampai dengan quartal 3 total transaksi yang uang elektronik sebesar 144.640.175 (nominal dalam juta Rp).

Tabel 2.1

Jumlah E-wallet yang mendapat Licenci dari BI

No.	Nama	Surat dan Tanggal Izin	Tanggal Efektif Operasional	Keterangan	Nama Produk Server Based
1.	PT Artajasa Pembayaran Elektronik	No. 14/327/DASP tanggal 9 Mei 2012	21 November 2012	Penerbit	MYNT E-Money

2.	PT Bank Central Asia Tbk	No. 11/424/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009	Penerbit	Sakuku
3.	PT Bank CIMB Niaga	No. 15/119/DASP tanggal 13 Februari 2013	27 Maret 2013	Penerbit	Rekening Ponsel
4.	PT Bank DKI	No. 11/429/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009	Penerbit	Jakarta One (JakOne)
5.	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	No. 11/434/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009	Penerbit	Mandiri e-Cash
6.	PT Bank Mega Tbk	No. 11/443/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009	Penerbit	Mega Virtual
7.	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	No. 11/438/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009	Penerbit	UnikQu
8.	PT Bank Nationalnobu	No. 15/148/DASP tanggal 26 Februari 2013	29 April 2013	Penerbit	Nobu e-Money
9.	PT Bank Permata	No. 15/26/DASP tanggal 11 Januari 2013	23 Januari 2013	Penerbit	BBM Money
10.	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	No. 12/691/DASP tanggal 13 Agustus 2010	29 Desember 2010	Penerbit	T bank
11.	PT Finnet Indonesia	No. 14/277/DASP tanggal 16 April 2012	1 Juni 2012	Penerbit	Finpay Money (d/h Mobile Cash)
12.	PT Indosat, Tbk	No. 11/512/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009	Penerbit	IMkas (d/h PayPro d/h Dometku)
13.	PT Nusa Satu Inti Artha	No. 14/898/DASP tanggal 20 Desember 2012	25 Maret 2013	Penerbit	DokuPay
14.	PT Skye Sab Indonesia	No. 11/431/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009	Penerbit	Skye Mobile Money
15.	PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	No. 11/432/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009	Penerbit	Flexy Cash
16.	PT Telekomunikasi Selular	No. 11/513/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009	Penerbit	T-Cash

17.	PT XL Axiata, Tbk	No. 12/816/DASP tanggal 6 Oktober 2010	29 Maret 2011	Penerbit	XL Tunai
18.	PT Smartfren Telecom Tbk	No. 16/85/DKSP tanggal 26 Mei 2014	16 Juni 2014	Penerbit	Uangku
19.	PT Dompnet Anak Bangsa (d/h PT MV Comme rce Indonesia)	No. 16/98/DKSP tanggal 17 Juni 2014	29 September 2014	Penerbit	Gopay
20.	PT Witami Tunai Mandiri	No.16/129/DKSP tanggal 18 Juli 2014	5 Januari 2015	Penerbit	Truemoney
21.	PT Espay Debit Indonesia Koe	No. 18/262/DKSP/Srt/ B tanggal 29 Februari 2016	20 Juli 2016	Penerbit	Dana (d/h Unik)
22.	PT Bank QNB Indonesia Tbk	No. 19/129/DKSP/Srt/ B tanggal 13 Februari 2017	1 Maret 2017	Penerbit	Dooet
23.	PT BPD Sumsel Babel	No. 19/250/DKSP/Srt/ B tanggal 13 Maret 2017	4 April 2017	Penerbit	-
24.	PT Buana Media Teknologi	No. 19/468/DKSP/Srt/ B tanggal 23 Mei 2017	29 Mei 2017	Penerbit	Gudang Voucher
25.	PT Bimasakti Multi Sinergi	No. 19/467/DKSP/Srt/ B tanggal 23 Mei 2017	14 Juni 2017	Penerbit	Speed Cash
26.	PT Visionet Internasiona l	No. 19/661/DKSP/Srt/ B tanggal 7 Agustus 2017	22 Agustus 2017	Penerbit	OVO Cash
27.	PT Inti Dunia Sukses	No. 19/672/DKSP/Srt/ B tanggal 10 Agustus 2017	10 Oktober 2017	Penerbit	iSaku
28.	PT Veritra Sentosa Internasiona l	No. 20/207/DKSP/Srt/ B tanggal 22 Mei 2018	1 Juni 2018	Penerbit	Paytren
29.	PT Solusi Pasti Indonesia	No. 20/209/DKSP/Srt/ B tanggal 22 Mei 2018	20 Juli 2018	Penerbit	KasPro (d/h PayU)

30.	PT Bluepay Digital Internasional	No. 20/286/DKSP/Srt/B tanggal 31 Juli 2018	8 Agustus 2018	Penerbit	Bluepay Cash
31.	PT Ezeelink Indonesia	No. 20/210/DKSP/Srt/B tanggal 22 Mei 2018	8 Agustus 2018	Penerbit	Ezeelink
32.	PT E2Pay Global Utama	No. 20/208/DKSP/Srt/B tanggal 22 Mei 2018	4 September 2018	Penerbit	M-Bayar
33.	PT Cakra Ultima Sejahtera	No. 20/211/DKSP/Srt/B tanggal 22 Mei 2018	5 November 2018	Penerbit	DUWIT
34.	PT Airpay International Indonesia	No.20/293/DKSP/Srt/B tanggal 8 Agustus 2018	28 November 2018	Penerbit	SHOPEEPAY
35.	PT Bank Sinarmas Tbk	No. 20/416/DKSP/Srt/B tanggal 26 November 2018	6 Desember 2018	Penerbit	Simas E-Money
36.	PT Transaksi Artha Gemilang	No. 20/477/DKSP/Srt/B tanggal 31 Desember 2018	11 Februari 2019	Penerbit	OttoCash
37.	PT Fintek Karya Nusantara	No. 21/65/DKSP/Srt/B tanggal 21 Februari 2019	22 Februari 2019	Penerbit	LinkAja
38.	PT Max Interactives Technologies	No. 20/454/DKSP/Srt/B tanggal 18 Desember 2018	6 Mei 2019	Penerbit	Zipay
39.	PT Sarana Pactindo	No. 21/261/DKSP/Srt/B tanggal 13 Agustus 2019	30 Agustus 2019	Penerbit	PACCash
40.	PT Datacell Infomedia	No. 21/354/DKSP/Srt/B tanggal 2 Oktober 2019	7 November 2019	Penerbit	PAYDIA
41.	PT Netzme Kreasi Indonesia	No. 21/584/DKSP/Srt/B tanggal 19 Desember 2019	23 Desember 2019	Penerbit	Netzme
42.	PT Bank BNI Syariah	No. 21/216/DKSP/Srt/B tanggal 24 Juli 2019	30 Desember 2019	Penerbit	Hasanahku
43.	PT MNC Teknologi Nusantara	No. 21/392/DKSP/Srt/B tanggal 23 Oktober 2019	1 Desember 2019	Penerbit	Spinpay

44.	PT Kereta Commuter Indonesia	No. 21/446/DKSP/Srt/ B tanggal 14 November 2019	14 November 2019	Penerbit	-
45.	PT Mass Rapid Transit	No. 21/447/DKSP/Srt/ B tanggal 14 November 2019	25 November 2019	Penerbit	-
46.	PT Paprika Multi Media	No. 22/7/DKSP/Srt/B tanggal 8 Januari 2020	6 Februari 2020	Penerbit	Paprika
47.	PT Astra Digital Arta	No. 22/59/DKSP/Srt/ B tanggal 28 Januari 2020	18 Februari 2020	Penerbit	AstraPay
48.	PT Bank OCBC NISP	No. 21/582/DKSP/Srt/ B tanggal 19 Desember 2019	2 Maret 2020	Penerbit	One Wallet
49.	PT Rpay Finansial Digital Indonesia	No. 21/586/DKSP/Srt/ B tanggal 19 Desember 2019	18 Maret 2020	Penerbit	Yourpay
50.	PT Visi Jaya Indonesia	No. 22/174/DKSP/Srt/ B tanggal 9 Maret 2020	6 April 2020	Penerbit	Eidupay
51.	PT Bank Jabar dan Banten	No. 22/156/DKSP/Srt/ B tanggal 16 Maret 2020	5 Maret 2020	Penerbit	DigiCash

Sumber : Bank Indonesia

Dari data di atas terdapat banyak E-wallet yang tersebar di Indonesia. Tetapi tidak semua E-wallet benar – benar digunakan oleh masyarakat. Berikut ini merupakan beberapa aplikasi E-wallet (dompet elektronik) terkenal di Indonesia yang dirangkum oleh liputan6 29 Juni 2020 yaitu;

1. Gopay

Seperti yang kita tahu, Gopay adalah sebuah dompet digital yang ada dalam aplikasi Gojek yang dapat digunakan untuk melakukan pembayaran layanan dalam aplikasi Gojek. Tidak hanya digunakan untuk transaksi layanan Gojek, Gopay juga dapat digunakan untuk transaksi non – tunai di berbagai merchant. Dengan Gopay juga bisa melakukan pembayaran untuk pulsa dan bayar tagihan seperti BPJS, PLN, Wifi, cicilan kredit, PDAM, TV berbayar, pembayaran toko online bahkan toko offline, dan masih banyak lagi. Tak heran jika aplikasi ini dianugrahi sebagai e-wallet paling populer, hal ini senada dengan apa yang diterbitkan oleh Gojek melalui medium, dimana 30% dari seluruh transaksi e-money yang ada di Indonesia berasal dari dompet digital satu ini.

2. OVO

OVO merupakan aplikasi pembayaran elektronik yang dapat melayani segala transaksi finansial. OVO sendiri merupakan Dompet Elektronik yang disusng oleh PT Visionet untuk berbagai macam pembayaran pada gerai yang telah bekerja sama.

OVO juga dapat diunduh di Playstore dan AppStore, pengguna dapat melakukan top up saldo melalui bank yang bekerja sama dengan OVO seperti BCA, Mandiri, CIMB Niaga, BNI, BRI, Permata, Bank Mega, BTN, Danamon, Panin Bank, NOBU, BTPN,

Maybank, dan DBS. Tidak hanya itu OVO juga bisa melakukan top up melalui gerai rekanan OVO seperti Alfamart, Hypermart, Matari, Boston, Book&Beyond, dan sebagainya.

3. DANA

DANA merupakan platform pembayaran digital yang langsung open platform dan dapat digunakan oleh berbagai aplikasi, gerai-gerai online maupun konvensional manapun. Aplikasi DANA hanya bisa digunakan dengan Smartphone saja. Dompet digital ini mengembangkan infrastruktur pembayaran digital dengan mempelajari best practice yang telah digunakan dan melayani ratusan juta pengguna dan telah terbukti keamanannya secara global. DANA sudah menjadi aplikasi resmi dan legal yang telah mendapat izin resmi dari Bank Indonesia sesuai syarat yang telah ditetapkan.

4. LinkAja

LinkAja adalah layanan uang elektronik oleh telkomsel yang dapat digunakan oleh semua operator di Indonesia untuk melakukan berbagai transaksi finansial, seperti membeli pulsa, token listrik, tagihan BPJS, isi bahan bakar kendaraan, dan lain-lain. LinkAja merupakan sebuah dompet digital hasil dari merger dari BUMN seperti T-Cash, Unikqu, Mandiri e-cash, T-Bank, dan juga T-Money.

5. ShopeePay

ShopeePay merupakan bagian dari e-commerce Shopee yang terintegrasi untuk berbagai pembayaran, mulai dari membayar belanja di aplikasi e-commerce Shopee hingga membeli di gerai yang telah bekerja sama dengan Shopee. Selain itu, ShopeePay juga memberikan berbagai promosi menarik jika membayar belanjaan menggunakan e-wallet ini.

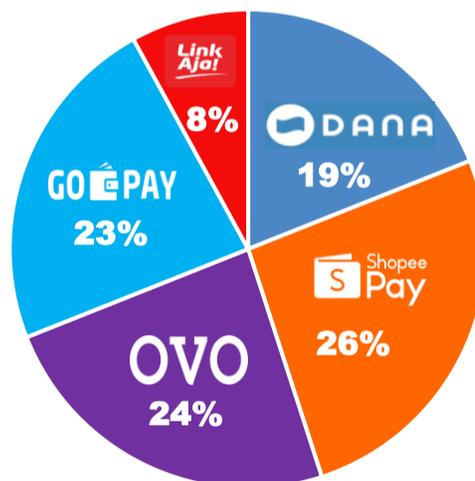
2.1.2.2 Faktor yang mempengaruhi Peningkatan penggunaan E-wallet

Sejak diberlakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), BI mencatat terjadi kenaikan transaksi digital atau uang elektronik mencapai 64,41%. Dengan meningkatnya transaksi digital pada saat ini, menurut MarkPlus, Inc yang telah melakukan survei penggunaan dompet digital dalam tiga bulan terakhir. Survei diikuti sekitar 502 responden dari kota-kota besar dengan penetrasi penggunaan smartphone tertinggi di Indonesia (Industri.Kontan.id).

Rhesa Dwi Prabowo, Head of High Tech, Property & Consumer Goods Industry MarkPlus, Inc. Mengungkapkan kecenderungan peningkatan transaksi secara digital, karena masyarakat lebih memilih memenuhi kebutuhan secara online.

Gambar 1.1

Transaksi E-Wallet selama Quartal 3



Sumber : Industri.Kontan.id

Dari data di atas ShopeePay unggul dengan pangsa pasar sebesar 26% dari total volume transaksi e-wallet di Indonesia, disusul OVO (24% dari total), GoPay (23% dari total), kemudian DANA (19% dari total) dan LinkAja (8% dari total),” ujarnya

lebih lanjut dalam konferensi pers virtual Rabu, 2 September 2020 (Industri.Kontan.id).

PSBB yang telah dijalankan sejak pertengahan maret lalu, hal ini juga mempengaruhi jumlah kunjungan orang ke pusat perbelanjaan. Banyak individu yang memutuskan untuk tidak berbelanja pada pusat perbelanjaan, untuk mengurangi Covid-19. Menurut Kirill Mankovski, Managing Director ADA di Indonesia, Penerapan langkah – langkah social distancing dan gerakan social tidak membuat hidup kita berhenti. Banyak konsumen telah beradaptasi dengan cepat dan terus melakukan apa yang telah mereka lakukan, tetapi dengan cara digital. ADA telah mengidentifikasi 6 *crisis persone* baru yang muncul di Indonesia akibat pandemi Covid-19 ini

1. Adaptive shopper
2. The brave one
3. The market observer
4. The bored homebody
5. The health nut
6. The yeaming traveller

Dalam bidang ekonomi kebiasaan masyarakat banyak berubah dari yang biasanya konsumen senang berbelanja fisik, berubah menjadi berbelanja online atau dengan menggunakan E-money atau disebut electronic payment adalah model pembayaran yang memudahkan dan menawarkan kenyamanan kepada penggunanya dalam melakukan transaksi pembayaran. Pengguna hanya perlu melakukan transaksi dengan memanfaatkan internet yaitu secara online, tanpa harus bertemu melakukan transaksi dengan memanfaatkan internet secara online, tanpa harus bertemu atau datang jauh – jauh untuk menemui penjual. Electronic payment merupakan wakil dari pembaaran non-tunai E-payment sendiri dibedakan dalam dua jenis yaitu terhubung dengan akun bank dan yang tidak terhubung dengan akun bank. E-payment sendiri dibedakan dengan enam jenis metode pembayaran yaitu;

1. Kartu pembayaran elektronik (electronic payment card)
2. Dompet elektronik (elektronik wallet/e-wallet)
3. Kartu kredit virtual (virtual credit card)
4. Pembayaran via ponsel (mobile payment)
5. Loyalty, and smart cards electronic cash (e-cash)
6. Stored-value card payment

Berdasarkan data ADA (Analytic Data Advertising) pada akhir februari 2020 hingga minggu ketiga maret, aktivitas di kawasan pusat perbelanjaan mengalami penurunan sebesar 53%. Hal itu berdampak pada penggunaan transaksi yang sebelumnya tunai, kini lazim memanfaatkan e-wallet.

Menurut BI, transaksi yang dilakukan melalui QRIS (Quick Response Code/QR Code) terus meningkat baik secara volume atau nomina. Sementara transaksi melalui (Electronic Data Capture) EDC debit mengalami penurunan yang di tenggarai meningkatnya peningkatan QRIS dan penurunan aktivitas transaksi tunai di tengah pandemi.(Industri.Kontan.id)

Penggunaan E-wallet saat ini mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan penggunaan internet sebagai alat transaksi mereka. setidaknya akibat perubahan perilaku konsumen dari pembelian fisik menjadi online menyebabkan penjualan di bidang e-commerce semakin meningkat. Perubahan pola perilaku konsumen ini disebut dengan “the adaptive shopper”. Dimana setiap orang bereaksi sesuai dengan cara yang berbeda terhadap keadaan baru selama pandemi covid-19 ini.

Hal itu dapat dilihat dari penggunaan beberapa aplikasi yang digunakan dari berbagai reaksi mereka terhadap krisis pandemi ini.

Penggunaan aplikasi keuangan secara signifikan ini semakin memperkuat bukti bahwa memang masyarakat semakin aktif menggunakan aplikasi e-wallet dalam keuangan.

2.1.2 Kemudahan

2.1.2.3 *Pengertian kemudahan*

Menurut Jogiyanto (2019:934) Persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Sedangkan Menurut Davis (2019:30) Kemudahan penggunaan merupakan tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Sikap individu yang mendukung penggunaan teknologi sistem informasi akan secara otomatis mendorong pemanfaatan serta penggunaan teknologi sistem informasi..

Persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha. Semakin mudah suatu sistem tersebut dalam penggunaannya maka lebih sedikit upaya yang harus dikerjakan seseorang sehingga dapat meningkatkan kinerja seseorang ketika menggunakan teknologi tersebut. Karena kemudahan penggunaan merupakan usaha yang tidak memberatkan atau tidak membutuhkan kemampuan yang tinggi ketika seseorang menggunakan suatu sistem tersebut.

Menurut Davis (2018:701) Kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha berat dari pemakainya untuk bisa menggunakannya. Sehingga kemudahan dapat diartikan bahwa suatu sistem dibuat bukan untuk mempersulit penggunaannya, tetapi suatu sistem dibuat dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi para penggunanya. Oleh karena itu, seseorang yang menggunakan suatu sistem tertentu akan bekerja lebih mudah jika dibandingkan dengan seseorang yang bekerja secara manual. Kemudahan menjelaskan bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.

Menurut Jogiyanto (2007: 115) Kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya (Jogiyanto, 2007: 129).

Dari beberapa definisi diatas, kemudahan dapat diartikan sebagai sejauh mana seorang dapat bebas dari usaha karena memanfaatkan suatu teknologi atau sistem.

2.1.2.2 *Unsur kemudahan E-wallet*

Vankatesh dan Davis (2003:427-436), Membagi kemudahan penggunaan menjadi beberapa unsur, yang bila ditarik korelasinya dengan E-wallet menjadi sebagai berikut :

1. Mudah, Praktis dan Efien

Dengan E-wallet dapat memudahkan ketika harus membayar berbagai macam transaksi seperti isi uang pulsa dan data internet, belanja online, tranfer uang, tagihan listrik dan tagihan lainnya, layanan antar makanan, transportasi umum dan online, makan di restoran, belanja di toko retail, prepaid uang digital, tiket pesawat dan kereta, bayar pajak dan masih banyak lagi.

Semua kebutuhan transaksi pembayarn bisa dipenuhi di waktu itu juga dan dilakukan dalam satu aplikasi dompet digital saja.

2. Lebih aman dan resiko lebih rendah

Jika ponsel hilang atau dicuri, uang didalam dompet elektronik tak akan raib selama password ataupun PIN dirahasiakan dengan baik. Dengan begitu, saldo yang tersimpan dalam dompet digital akan terjaga dengan baik di sistem.

3. Terdapat historis transaksi

Hampir semua layanan pembayaran digital menyajikan historis transaksi pada aplikasinya. Mulai dari Go-Pay, OVO, T-Cash, Doku dan Lainnya sebagainya.

Historis transaksi yang ada pada aplikasi E-wallet mempermudah penggunaan untuk melacak dan menganalisis pengeluaran mereka dalam sebulan. Sehingga keuangan menjadi lebih mudah diatur dan diawasi pengeluarannya.

4. Top-Up saldo bisa dilakukan dimana saja

Selain melalui mobile banking atau ATM, top-up saldo dompet digital juga bisa dilakukan di gerai-gerai seperti Alfamart, Indomaret, Hypermart, ataupun lewat mitra driver Gojek dan Grab. Jadi untuk memiliki E-wallet tidak harus punya rekening bank, dan siapapun bisa menggunakan aplikasi E-wallet asal mengerti aturan dan cara pakainya.

5. Keuntungan implisit

Kemudahan lainnya, pengguna E-wallet dapat membayar jumlah yang tepat tanpa khawatir tidak ada kembalian dari pihak merchant. Dari sisi penjual pun tidak perlu repot menyediakan uang kembalian karena pembayaran pasti dilakukan dengan nominal yang sesuai.

2.1.2.3 Indikator Kemudahan Penggunaan E-wallet

Menurut Elsa Silaen dan Bulan Prabawani (2019) Variabel kemudahan dapat diukur dengan indikator:

1. E-wallet mudah dipelajari
2. E-wallet bekerja dengan mudah sesuai dengan yang diinginkan oleh pengguna
3. E-wallet mudah untuk meningkatkan keterampilan pengguna
4. E-wallet mudah dioperasikan

2.1.3 Gaya hidup

2.1.3.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan kata lain dari Life Style, yang didefinisikan sebagai bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah sesuai zaman atau keinginan seorang untuk berubah gaya hidupnya.

Gaya hidup dapat diketahui dari cara berpakaian, kebiasaan dan lain sebagainya. Dan juga, gaya hidup dapat dinilai relatif bergantung dari penilaian orang lain.

Gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Gaya hidup menjadi upaya untuk membuat diri menjadi eksis dengan cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain. Berdasarkan pengalaman sendiri yang diperbandingkan dengan realitas sosial, individu memilih rangkaian tindakan dan penampilan mana yang menurutnya sesuai dan mana yang tidak sesuai untuk ditampilkan dengan ruang social. Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Rianton, 2012) adalah pola hidup seorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan.

Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seorang (activities, interest, and opinions) gaya hidup seorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya (Sumarwan, 2004:57).

Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang mengatur kehidupan pribadinya, kehidupan masyarakat, perilaku di depan umum, dan upaya membedakan statusnya dari orang lain melalui lambang-lambang sosial.

Menurut Adler gaya hidup ditentukan oleh inferioritas yang khusus, gaya hidup merupakan kompensasi dari kekurangan sempurna tertentu dan didasari pada kekuatan seorang untuk menanggulangi inferioritas dan meraih superioritas. Kotler berpendapat bahwa gaya hidup adalah gaya hidup pola interaksi hidup seorang yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat seorang (Martha 2008).

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya namun bukan atas dasar kebutuhan tetapi atas dasar keinginan untuk bermewah-mewahan atau berlebihan-lebihan. Gaya hidup berbeda dengan kepribadian. Kepribadian lebih menggambarkan karakteristik

terdalam yang ada pada diri manusia. Walaupun kedua konsep tersebut berbeda, namun gaya hidup dan kepribadian saling berhubungan. Kepribadian merefleksikan karakteristik internal dari konsumen, gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut, yaitu perilaku seorang.

2.1.3.2 *Macam-macam Gaya Hidup*

Macam-macam gaya hidup meliputi

a. Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan tersebut. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap resiko yang akan terjadi setiap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memisahkan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

b. Gaya Hidup Modern

Di jaman sekarang ini yang serba modern dan praktis, menuntun masyarakat untuk tidak ketinggalan dalam segala hal termasuk dalam bidang teknologi. Banyak orang yang berlomba-lomba ingin menjadi yang terbaik dalam hal pemahaman teknologi. Gaya hidup digital (*digital lifestyle*) adalah istilah yang seringkali digunakan untuk menggambarkan gaya hidup modern yang sarat dengan teknologi informasi. Teknologi informasi sangat berperan untuk mengoptimalkan segala sesuatu yang kita lakukan, baik di masa kini maupun masa depan, dengan satu tujuan yaitu mencapai efisiensi dan produktivitas maksimum. Tentu tidak dibantah lagi, bahwa teknologi informasi memang berperan besar dalam meningkatkan efisiensi dalam kehidupan.

c. Gaya hidup sehat

Gaya hidup sehat adalah pilihan sederhana yang tepat untuk dijalankan. Hidup dengan dijalankan. Hidup dengan pola makan, pikiran, kebiasaan dan lingkungan yang sehat. Sehat dalam arti kata mendasar adalah segala hal yang kita kerjakan memberikan hasil yang baik dan positif.

d. Gaya Hidup Hemat

Hidup hemat bukan proses mengurangi konsumsi, hidup hemat adalah mengurangi konsumsi saat ini guna mengkonsumsi lebih banyak di masa depan. Dengan mengkonsumsi lebih banyak di masa depan maka kita bisa dikatakan berhemat. Hidup sesuai kemampuan lebih tepat daripada hidup hemat sesuai dengan kemampuan juga bukan hidup boros.

e. Gaya Hidup Bebas

Gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang mengenaikannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat disekitarnya. Atau juga, gaya hidup adalah suatu seni yang dibudayakan oleh setiap orang. Gaya hidup adalah suatu seni yang dibudayakan oleh setiap orang. Gaya hidup juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Dalam arti lain, gaya hidup dapat memberikan pengaruh positif atau negatif bagi yang menjalankannya.

Apalagi para remaja yang berada dalam kota metropolitan. Mereka cenderung bergaya hidup dengan mengikuti mode masa kini. Tentu saja mode yang mereka tiru adalah mode dari orang barat. Salah satu contoh gaya hidup para remaja yang mengikuti mode orang barat dalam kehidupan sehari-hari adalah masalah "berpakaian". Karena sebagian remaja Indonesia khususnya, dalam berpakaian selalu mengikuti mode yang berlaku. Bahkan yang lebih menyedihkan, distasiun-stasiun TV banyak ditampilkan contoh gaya hidup dalam berpakaian para remaja yang mengikuti mode tersebut, tetapi juga orang-orang berada dalam perkampungan atau pedalaman. Sebagian besar remaja Indonesia belum dapat memfilter budaya tersebut dengan baik. Jadi, pengaruh negatiflah yang di timbul dari dalam diri remaja itu sendiri.

2.1.3.3 *Faktor-Faktor Gaya Hidup*

Menurut Armstrong faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, persepsi, kelompok referensi, kelas sosial, keluarga dan kebudayaan (Nugraheni, 2003:15). Adapun penjelasan untuk masing-masing faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah sebagai berikut:

1. **Sikap.** Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.
2. **Pengalaman dan pengamatan.** Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.
3. **Kepribadian.** Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.
4. **Konsep Diri.** Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya.
5. **Motif.** Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.
6. **Persepsi.** Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

2.1.3.4 *Aspek-Aspek Gaya Hidup*

Menurut Reynold dan Darden dalam Engel, dkk (1990:385) membagi aspek-aspek gaya hidup sebagai berikut,

1. Kegiatan (activities) yaitu tindakan nyata yang dilakukan seseorang. Kegiatan ini meliputi kerja, rutinitas sehari-hari, olahraga, dan lain-lain.
2. Minat (interest) adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus. Minat meliputi keluarga, pekerjaan, komunitas, pola makan, penampilan, lawan jenis dan sebagainya.
3. Pendapat (opinion) merupakan jawaban lisan atau tertulis yang individu berikan sebagai respons terhadap situasi stimulus dimana semacam pertanyaan diajukan. Pendapat digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa yang akan datang dan pertimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.
4. Demografi meliputi usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan tempat tinggal. menggunakan angka.

2.1.3.5 *Indikator Gaya Hidup*

Menurut Sunarto dalam Silvy (2009:93) indikator gaya hidup diantaranya :

1. activities (kegiatan) adalah mengungkapkan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
2. Interest (minat) mengemukakan apa minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.
3. Opinion (opini) adalah berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orol ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan pertimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

2.1.4 Perilaku Konsumtif

2.1.4.1 *Pengertian Perilaku Konsumtif*

Erich Fromm (2008) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku membeli barang yang berlebihan sebagai usaha untuk mendapat kesenangan dan kebahagiaan yang bersifat semu atau tidak pasti. Lebih lanjut, Fromm menambahkan bahwa seorang dikatakan konsumtif apabila memiliki barang tidak sesuai dengan kebutuhan secara berlebihan, hanya yang diinginkan saja, dan untuk menunjukkan status dirinya.

Menurut Sumartono (dalam Rombe, 2014) adalah tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas yang artinya bahwa belum habis suatu produk dipakai, seorang secara tidak tuntas yang artinya bahwa belum habis suatu produk dipakai, seorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek yang lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak yang menggunakan produk tersebut.

Perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku membeli menggunakan barang yang tidak didasarkan atas pertimbangan secara rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kebutuhan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik (Triyaningsih, 2011)

Dari beberapa penjelasan mengenai perilaku konsumtif di atas, maka dapat ditegaskan bahwa yang dimaksud perilaku konsumtif dalam konteks penelitian ini adalah perilaku membeli dan menggunakan barang yang berdasarkan pada faktor keinginan tanpa mempertimbangkan manfaat dari barang tersebut yang bertujuan untuk memberikan kepuasan dalam dirinya.

2.1.4.2 *Faktor-faktor Perilaku Konsumtif*

Menurut Suyasa dan Fransisca (dalam Triyaningsih 2011) faktor-faktor yang mempengaruhi konsumtif adalah :

1. Hadirnya iklan merupakan pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan pada khalayak melalui media massa yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan.
2. Konformitas terjadi disebabkan karena keinginan yang kuat pada individu untuk tampil menarik dan tidak berbeda dari kelompoknya serta dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya.
3. Gaya hidup merupakan salah satu faktor utama yang munculnya perilaku konsumtif. Gaya hidup yang dimaksud adalah gaya hidup yang meniru orang luar negeri yang memakai produk mewah dari luar negeri yang dianggap meningkatkan status sosial seseorang.
4. Kartu kredit digunakan oleh penggunaan tanpa takut tidak mempunyai uang untuk berbelanja

2.1.4.3 *Aspek-aspek Perilaku Konsumtif*

menurut Lina dan Rosyid (dalam Imawati dkk, 2013) menjelaskan bahwa aspek-aspek Perilaku konsumtif merupakan indikator perilaku konsumtif. Adapun indikator tersebut yaitu :

a. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba / keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

b. Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas serta perilaku membeli yang tidak hanya satu barang tetapi lebih dari satu barang

c. Mencari Kesenangan (*Non rational buying*)

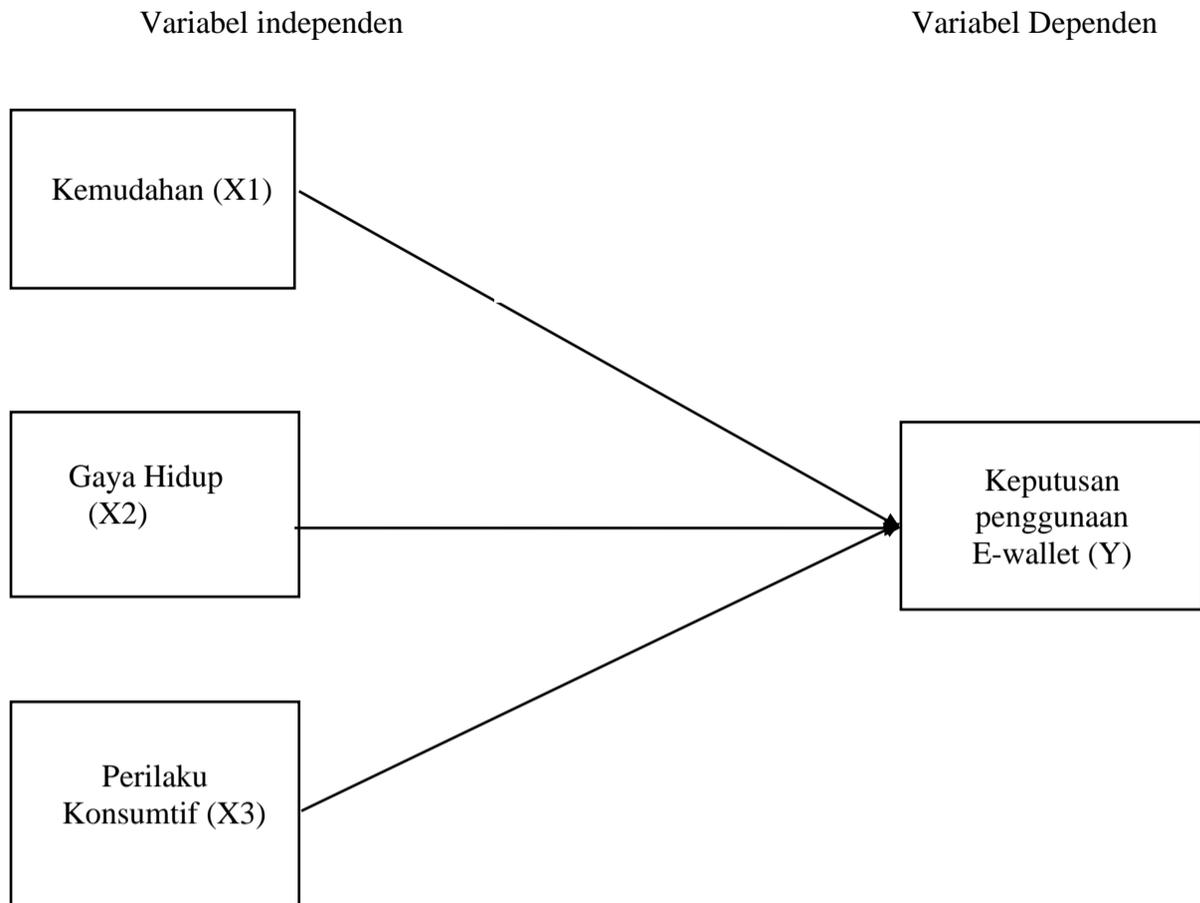
Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan dan kepuasan serta konsumen membeli karena faktor hobi.

2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu

- | |
|---|
| 1. Penelitian Siti (2020) yang berjudul “ Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Resiko, dan Kepercayaan terhadap minat menggunakan E-wallet pada generasi milenial kota Semarang” Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan e-wallet. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-wallet. Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi risiko, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet. |
| 2. Penelitian Gemala (2019) yang berjudul “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Perceived Risk, Dan Additional Value Terhadap Intention To Use Dan Perceived Satisfaction Pada Aplikasi E-Wallet Di Kota Padang” mendapat kesimpulan terdapat beberapa implikasi yang diperoleh bagi penyedia jasa layanan e-wallet dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah penggunaan aktif yang melakukan transaksi dengan e-wallet. Implikasi yang dapat disimpulkan yaitu sebaiknya penyedia layanan e-wallet lebih memperhatikan hal-hal yang menarik minat seorang untuk bertransaksi secara cashless dengan e-wallet. |
| 3. Penelitian Ahmad (2020) yang berjudul “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Electronic Wallet di Kota Semarang”. Diperoleh kesimpulan ada hubungan negatif antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa penggunaan e-wallet di Kota Semarang. Semakin tinggi kontrol diri maka akan semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna e-wallet. Serta sebaliknya, apabila kontrol diri semakin rendah maka perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna e-wallet akan semakin tinggi. |
| 4. Penelitian Putri (2019) “Pengaruh information value, transaction value, social value terhadap user attitude dan behavioral intention pada pengguna OVO digital wallet di Surabaya” mendapat kesimpulan. <i>Information value (IV)</i> , <i>transaction (TV)</i> , <i>Social value (SV)</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>User attitude (UA)</i> sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semakin baik <i>social value</i> yang dirasakan pelanggan OVO digital wallet di Surabaya, maka semakin baik pula perasaan yang dirasakan pelanggan terhadap OVO. sedangkan <i>User attitude (UA)</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>behavioral intention to use (BI)</i> semakin baik perasaan yang dirasakan oleh penggunaan OVO dan baik pula tindakan yang akan dilakukan oleh pelanggan terhadap OVO. |

2.3. Model Hipotesis

Kerangka konseptual bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai konsep pemikiran dalam menjalankan penelitian ini. Penyusunan kerangka konseptual dilakukan atas dasar pemahaman peneliti terhadap tinjauan teoritis serta penelitian terdahulu yang telah dikaji penulis pada bagian sebelumnya. Kerangka konseptual ini akan dijadikan dasar oleh peneliti untuk membentuk hipotesis dan instrument penelitian yang akan digunakan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan tentang pengaruh Covid-19, perilaku konsumtif dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan E-wallet.



2.4. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis adalah suatu dugaan atau perkiraan sementara yang mungkin benar dan/atau mungkin juga salah satu yang kemudian harus dibuktikan kebenrannya dengan melakukan suatu penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka hipotesis yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Persepsi kemudahan merupakan tingkat dimana penggunaan teknologi dapat dimengerti oleh seseorang (Davis et al dalam jurnal Bayu & Dewa, 2019). Persepsi kemudahan adalah terbebasnya suatu usaha yang dapat diukur apabila sejauh mana seseorang menggunakan suatu teknologi (Jogiyanto dalam Marchelina & Pratiwi, 2016). Berdasarkan definisi dapat disimpulkan bahwa kemudahan dapat mempermudah seseorang jika seseorang itu percaya bahwa sistem informasi tidak mempersulit penggunaannya maka seseorang akan menggunakannya e-wallet dan dapat diterima dengan baik, jika menurut seseorang sistem itu sulit digunakan maka seseorang tidak akan menggunakan e-wallet.

H¹ : Variabel persepsi kemudahan (X₁) berpengaruh terhadap peningkatan penggunaan E-wallet (Y).

2. Faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan E-wallet adalah gaya hidup. Kotler dan Keller (Kotler & Keller, 2009) menyatakan gaya hidup merupakan pola hidup diekspresikan dalam bentuk aktivitas, minat, dan pendapat oleh seseorang di dunia ini . Solomon (Solomon, 2012) menyatakan bahwa gaya hidup ialah pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang dalam hal bagaimana menghabiskan uang dan waktu. Gaya hidup seseorang tidak akan bersifat permanen dan cepat berubah seperti halnya perubahan gaya hidup keputusan menggunakan E-wallet.

H² : Variabel gaya hidup(X₂) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan E-wallet (Y).

3. Ramadani (2016) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah perkembangan teknologi, yang mana

perkembangan teknologi ini memicu arus transaksi non tunai. Ulayya dan Mujiasih (2020) menyebutkan semakin mudahnya transaksi jual beli dengan E-wallet saat ini membuat masyarakat rentan dengan perilaku konsumtif, khususnya pada remaja, yang mana mereka harus mengontrol diri dari budaya konsumtif yang semakin berkembang.

H³ : Variabel perilaku konsumtif (X₃) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan E-wallet (Y).

4. Keputusan berarti memilih salah satu diantara banyak pilihan dari alternatif yang ada. Pada umumnya keputusan dibuat dalam rangka untuk memecahkan masalah atau persoalan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002), keputusan adalah sesuatu yang berkaitan dengan putusan, segala sesuatu yang telah ditetapkan. Menurut Peter dan Olson Christiana (2008) pengambilan keputusan adalah proses pengintegrasian yang melibatkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan dalam arti yang umum adalah "a decision is the selection of an option from two or more alternative choices" yaitu suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa keputusan Penggunaan adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

H⁴ : Variabel Persepsi kemudahan (X₁), Gaya hidup(X₂), dan Perilaku konsumtif (X₃) tidak berpengaruh pada keputusan penggunaan E-wallet (Y).