

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital berperan sebagai pendorong utama dalam transformasi ekonomi global, terutama di bidang sistem transaksi dan pembayaran. Masyarakat dunia telah mengalami perubahan besar dari transaksi berbasis tunai menjadi transaksi digital yang lebih cepat, efisien, dan aman. Tren ini didukung oleh kemajuan kapasitas jaringan internet, penyebaran luas penggunaan smartphone, serta inovasi dalam teknologi finansial. Di Indonesia, perkembangan yang serupa juga tampak jelas. Ardianto (2021) menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran telah menjadi bagian dari pola hidup masyarakat perkotaan, yang semakin bergantung pada layanan digital untuk memenuhi kebutuhan transaksi sehari-hari. Digitalisasi ini kemudian menghasilkan dampak berupa peningkatan ketergantungan pada aplikasi dompet digital, yang akhirnya berkembang menjadi fenomena nasional.

Seiring dengan berkembangnya ekosistem digital nasional, penggunaan dompet digital (e-wallet) meningkat sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Dompet digital menjadi salah satu layanan fintech yang paling banyak digunakan karena memberikan pengalaman transaksi yang mudah, cepat, dan minim hambatan. Mayoritas pengguna beralih ke e-wallet karena kemudahan operasional dan fleksibilitas yang ditawarkan dibandingkan metode pembayaran tradisional. Pertumbuhan ini konsisten dengan data Bank Indonesia yang menunjukkan bahwa nilai transaksi uang elektronik meningkat

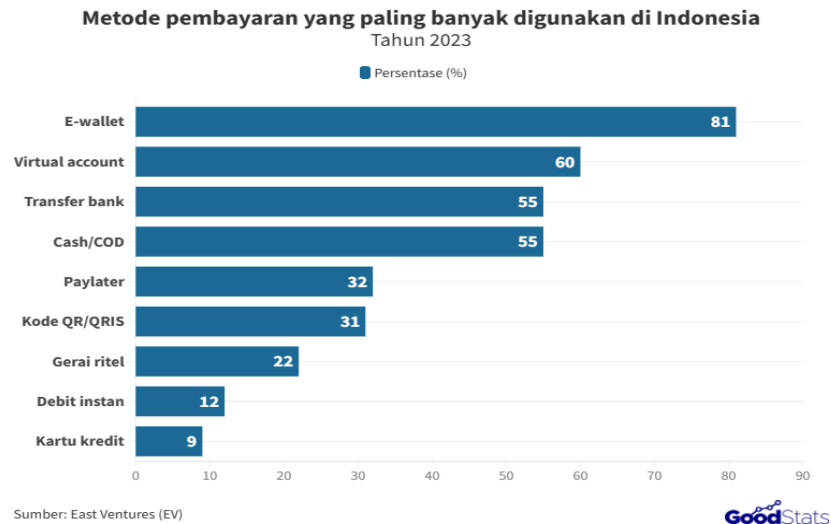
dari tahun ke tahun, menandakan bahwa dompet digital semakin menjadi pilihan utama masyarakat (Ramadhanti, 2023)

Berdasarkan perilaku pengguna di Indonesia, lebih dari 90% pengguna aktif internet di negara ini menggunakan dompet digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti membayar makanan, transportasi, dan belanja online. Alasan utama mereka memilih dompet digital bukan hanya karena kenyamanannya, melainkan juga karena fitur-fitur seperti promo, cashback, dan efisiensi waktu yang disediakan oleh berbagai platform e-wallet. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi dompet digital telah menjadi komponen penting dalam sistem transaksi modern, dengan perilaku konsumen yang semakin bergerak ke arah *digital-first* (Putri dan Ompusunggu, 2023).

Bank Indonesia mencatat bahwa nilai transaksi digital banking pada tahun 2023 mencapai Rp 58.478,24 triliun dan diproyeksikan meningkat menjadi Rp 63.803,77 triliun pada tahun 2024, menunjukkan pergeseran kuat menuju pemanfaatan layanan keuangan digital dalam aktivitas ekonomi nasional. Salah satu instrumen penting dalam ekosistem sistem pembayaran digital adalah uang elektronik dan dompet digital (e-wallet). Menurut Indonesia.go.id, nilai transaksi uang elektronik di Indonesia pada tahun 2023 diproyeksikan mencapai sekitar Rp 495,2 triliun, meningkat sekitar 23,9% dibandingkan tahun sebelumnya. Data ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbiasa menggunakan instrumen pembayaran berbasis elektronik dalam berbagai transaksi. Ramadhanti (2023) menegaskan bahwa dompet digital menjadi salah satu produk fintech yang paling banyak diadopsi oleh

masyarakat Indonesia karena menawarkan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam transaksi harian.

Gambar 1. 1 Metode Pembayaran di Indonesia



(Sumber: goodstats.id, 2023)

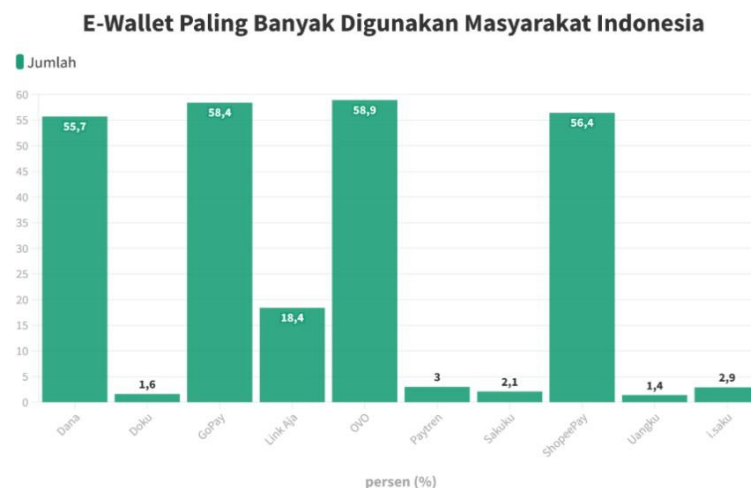
Penggunaan dompet digital atau *e-wallet* di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan dan kini menjadi pilihan utama masyarakat untuk melakukan transaksi digital. Berdasarkan survei GoodStats pada tahun 2023, sebanyak 81% responden menyatakan bahwa e-wallet adalah metode pembayaran digital yang paling sering mereka gunakan, melampaui metode lain seperti perbankan digital dan layanan paylater. Data ini diperoleh dari survei nasional yang melibatkan lebih dari 2.000 responden dari berbagai wilayah di Indonesia.

Selain itu, temuan dari Katadata Insight Center pada tahun 2025 mengungkapkan bahwa e-wallet merupakan jenis layanan fintech yang paling dikenal oleh masyarakat, dengan 94,6% responden menyatakan mengetahui layanan tersebut. Di antara merek-mereknya, GoPay dikenal oleh 93,8%

responden, sedangkan DANA oleh 91,5%. Temuan ini memperkuat bahwa dompet digital telah menjadi fenomena utama dalam ekosistem pembayaran digital Indonesia, berkat penetrasi pasar yang luas dan tingkat adopsi masyarakat yang tinggi.

Penggunaan dompet digital (e-wallet) telah mengalami peningkatan yang signifikan dan kini menjadi komponen penting dalam aktivitas transaksi masyarakat. Berdasarkan laporan GoodStats pada tahun 2025, penggunaan dompet digital berkembang pesat, khususnya di kalangan pengguna internet. Hasil survei mengungkapkan bahwa 9 dari 10 pengguna internet di Indonesia adalah pengguna aktif dompet digital, dengan pertumbuhan jumlah pengguna melebihi 300% sejak awal tahun 2021. Data tersebut juga menunjukkan bahwa e-wallet telah mendominasi transaksi keuangan digital, mengungguli penggunaan kartu kredit dan metode pembayaran tradisional lainnya.

Gambar 1. 2 E-wallet paling banyak digunakan masyarakat Indonesia



(Sumber : DailySocial.id, 2021)

Dalam survei yang sama, DailySocial mencatat bahwa aplikasi seperti OVO (58,9%), GoPay (58,4%), ShopeePay (56,4%), dan DANA (55,7%)

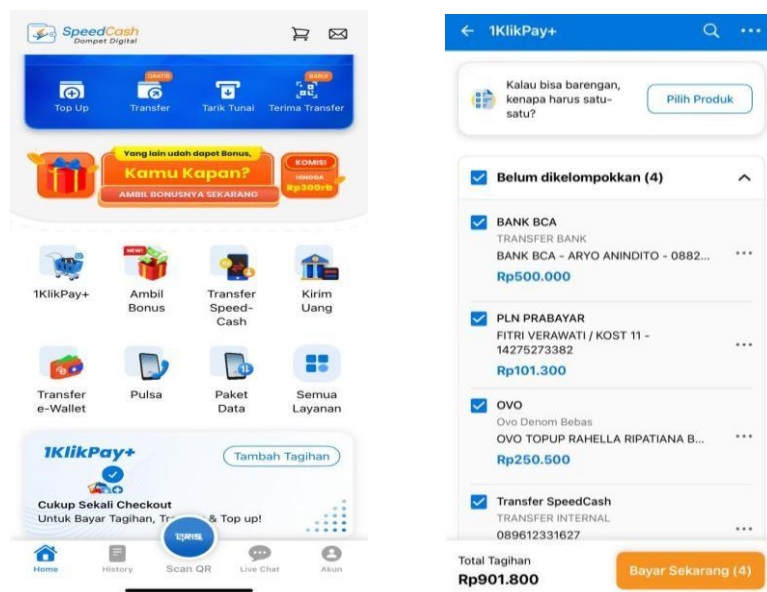
merupakan platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Temuan ini menunjukkan bahwa e-wallet tidak hanya populer, tetapi telah menjadi metode pembayaran utama bagi masyarakat modern Indonesia, berkat kemudahan, kecepatan, dan berbagai manfaat yang ditawarkannya dalam transaksi sehari-hari.

Pada level regional, khususnya di kota Surabaya, adopsi dompet digital juga menunjukkan tren yang kuat. Surabaya sebagai kota metropolitan kedua terbesar di Indonesia memiliki karakteristik masyarakat urban dengan tingkat literasi digital yang tinggi. Penelitian Chandra et al. (2021) mengkaji faktor penggunaan dompet digital dengan studi kasus di kota Surabaya dan menyimpulkan bahwa mayoritas responden sudah menggunakan e-wallet dalam transaksi sehari-hari, didorong oleh persepsi kemudahan, keamanan, dan kepraktisan. Hasil ini sejalan dengan temuan Permana (2021) yang meneliti penggunaan dompet digital di kalangan mahasiswa perguruan tinggi Surabaya dan menemukan bahwa hampir seluruh responden merupakan pengguna e-wallet, menjadikan dompet digital sebagai bagian integral dari aktivitas transaksi di kota tersebut.

Di tengah dominasi pemain besar seperti DANA, ShopeePay, GoPay, dan OVO di Indonesia, SpeedCash hadir sebagai salah satu aplikasi e-wallet lokal yang semakin menunjukkan eksistensinya dalam ekosistem pembayaran digital nasional. Berdasarkan informasi resmi perusahaan, SpeedCash hadir pada tahun 2015 dan telah digunakan oleh lebih dari 3 juta pengguna di seluruh Indonesia, dengan total nilai transaksi yang telah diproses mencapai Rp 3,6 triliun. Data ini menunjukkan bahwa SpeedCash bukan sekadar pemain baru,

tetapi telah menjadi platform pembayaran digital yang mampu bersaing dengan layanan serupa di pasar nasional.

Keberadaan SpeedCash semakin diperkuat oleh lisensi Bank Indonesia sebagai Penyelenggara Transfer Dana, Penerbit Uang Elektronik, Dompot Digital, dan Penyelenggara QRIS, yang menandakan bahwa operasionalnya telah memenuhi standar regulasi sistem pembayaran nasional. Selain itu, SpeedCash menawarkan berbagai layanan unggulan seperti transfer gratis ke berbagai bank, pembayaran tagihan, top-up e-wallet lain, pembelian pulsa dan paket data, serta fitur 1KlikPay+ yang memungkinkan pembayaran berbagai tagihan hanya dengan satu kali proses. Fenomena meningkatnya jumlah pengguna dan fitur yang inovatif ini menunjukkan bahwa SpeedCash memiliki potensi pertumbuhan yang kuat dalam industri dompet digital Indonesia.



Gambar 1.3 Tampilan Aplikasi SpeedCash

(Sumber : Penulis, 2026)

Secara nasional SpeedCash mengklaim memiliki jutaan pengguna, akan tetapi hingga saat ini ketersediaan data pengguna di tingkat kota masih terbatas. Publikasi resmi maupun laporan statistik pemerintah belum memisahkan data penetrasi e-wallet per merek di tingkat kota. Mayoritas penelitian di Surabaya masih berfokus pada e-wallet besar seperti GoPay, OVO, DANA atau ShopeePay, baik dalam konteks mahasiswa maupun masyarakat umum. Kondisi ini menimbulkan adanya *research gap* keterbatasan kajian empiris yang secara khusus membahas SpeedCash di Surabaya, serta faktor apa saja yang mendorong atau menghambat minat tersebut.

Berbagai penelitian mencoba menjelaskan faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi tersebut oleh pengguna dengan *grand theory* yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan Fred D. Davis. Model ini menjelaskan bahwa penerimaan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan dari teknologi. Dalam perkembangannya, model TAM juga sering dikembangkan dengan menambahkan variabel lain yang relevan dengan konteks penelitian, seperti kepercayaan pengguna terhadap sistem dan pengaruh sosial dari lingkungan pengguna.

Dalam kerangka Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*), minat penggunaan (*intention to use*) merupakan variabel utama yang menentukan apakah seseorang akan terus menggunakan suatu teknologi. Pada konteks dompet digital dalam penelitian ini, minat penggunaan dipengaruhi oleh faktor internal seperti persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of*

Use) dan kepercayaan (*Perceived Trust*), serta ditambahkan pula variabel *Key Opinion Leader* (KOL) sebagai faktor yang memengaruhi minat penggunaan dompet digital. Wahyuningrum et al., (2025) menyatakan persepsi kemudahan dan kepercayaan merupakan dua faktor utama yang memengaruhi niat masyarakat untuk menggunakan dompet digital OVO. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa pengguna hanya akan memilih aplikasi yang memberikan rasa aman dan kemudahan penggunaan.

Perceived Ease of Use (PEOU), didefinisikan sebagai tingkat di mana pengguna merasa bahwa penggunaan suatu sistem tidak memerlukan upaya yang besar. Wiratama et al. (2025) menunjukkan bahwa PEOU memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pengguna untuk menggunakan kembali e-wallet di Indonesia. Ketika aplikasi memiliki tampilan yang sederhana, cepat, dan intuitif, pengguna akan lebih mudah menerima serta terus menggunakannya. Dalam konteks SpeedCash, *perceived ease of use* ini sangat penting karena persaingan ketat di antara penyedia e-wallet di Indonesia, sehingga aplikasi harus mampu memberikan pengalaman pengguna yang unggul untuk menarik minat pengguna.

Perceived Trust yang berkaitan dengan tingkat keyakinan pengguna bahwa aplikasi dompet digital aman, andal, dan mampu melindungi data pribadi serta transaksi pengguna. Kepercayaan merupakan faktor inti dalam hubungan pengguna dengan sistem digital, terutama ketika melibatkan data keuangan. Dalam konteks Indonesia, kepercayaan menjadi isu penting karena masih banyak pengguna yang mempertimbangkan risiko keamanan digital sebuah kondisi yang juga ditemukan oleh Wahyuningrum et al. (2025). Dengan

demikian, tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap SpeedCash sangat berperan dalam menentukan apakah masyarakat Surabaya berminat menggunakannya.

Key Opinion Leader (KOL) atau *influencer*, memiliki peranan penting dalam membentuk persepsi dan keputusan penggunaan aplikasi digital. Meskipun belum banyak penelitian yang secara khusus membahas pengaruh KOL pada adopsi *e-wallet*, penelitian pemasaran digital menunjukkan bahwa rekomendasi dari figur publik dapat memengaruhi persepsi kualitas dan kepercayaan konsumen terhadap suatu aplikasi. Riset mengenai pengaruh *influencer* dalam studi digital marketing secara umum menunjukkan bahwa KOL mampu membangun antusiasme, meningkatkan kesadaran merek, dan memengaruhi minat penggunaan layanan digital.

Meskipun penelitian mengenai adopsi dompet digital di Indonesia telah banyak dilakukan, sebagian besar studi masih berfokus pada merek besar seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay. Penelitian empiris secara khusus mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan aplikasi dompet digital SpeedCash, khususnya di Kota Surabaya, masih terbatas. Selain itu, studi berbasis *Technology Acceptance Model* (TAM) umumnya hanya menekankan *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use*, sementara *Perceived Trust* dan *Key Opinion Leader* (KOL) sebagai faktor sosial belum banyak diintegrasikan. Kondisi tersebut menyebabkan kesenjangan penelitian (*research gap*) untuk menguji pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Trust* dan *Key Opinion Leader* terhadap *Intention to Use* aplikasi SpeedCash di Surabaya.

Sebagai upaya untuk mengisi kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mnegkaji pengaruh *perceived ease of use*, *perceived trust*, dan *key opinion leader* terhadap *intention to use* aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada penggunaan SpeedCash sebagai objek penelitian, yang masih jarang dikaji dalam penelitian akademik dibanding dengan dompet digital lain yang lebih dominan di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga mengembangkan model *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan memasukkan variabel *perceived trust* dan *key opinion leader* (KOL) sebagai faktor yang berpotensi memengaruhi minat penggunaan teknologi finansial.

Berdasarkan *research gap* dan uraian fenomena makro hingga mikro, mulai dari perkembangan teknologi digital, pertumbuhan e-wallet nasional, perilaku masyarakat Surabaya, perkembangan SpeedCash sebagai dompet digital lokal, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai **“Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Trust* dan *Key Opinion Leader* terhadap *Intention to Use* Aplikasi Dompet Digital SpeedCash di Surabaya”** menjadi sangat relevan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memahami faktor penerimaan teknologi digital lokal, serta memberikan implikasi praktis bagi SpeedCash dalam meningkatkan adopsi pengguna di kota Surabaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu :

1. Apakah *Perceived Ease of Use*, *Perceived Trust*, *Key Opinion Leader* (KOL) secara simultan berpengaruh terhadap *Intention to Use* aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya?
2. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Intention to Use* aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya?
3. Apakah *Perceived Trust* berpengaruh terhadap *Intention to Use* aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya?
4. Apakah *Key Opinion Leader* (KOL) berpengaruh terhadap *Intention to Use* aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengingat rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini, yaitu :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Trust*, *Key Opinion Leader* (KOL) secara simultan berpengaruh terhadap *Intention to Use* aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Perceived Trust* terhadap *Intention to Use* aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Key Opinion Leader* (KOL) terhadap *Intention to Use* aplikasi dompet digital SpeedCash di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis dan praktis. Berikut adalah manfaat yang diharapkan dari penelitian ini:

1) Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang teknologi finansial. Penelitian ini memperkaya literatur mengenai pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Trust*, *Key Opinion Leader (KOL)* terhadap *Intention to Use* dompet digital serta memperluas penerapan *Technology Accpetance Model* (TAM) pada konteks aplikasi fintech lokal seperti SpeedCash.

2) Secara Praktis

a. Bagi SpeedCash

Memberikan informasi empiris untuk meningkatkan kemudahan penggunaan, keamanan layanan, serta efektivitas strategi pemasaran berbasis KOL

b. Bagi Pelaku Industri Fintech

Menjadi referensi untuk memahami preferensi dan perilaku pengguna dalam memilih dompet digital, sehingga dapat digunakan dalam pengembangan produk dan layanan.

c. Bagi Masyarakat

Memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan dompet digital agar lebih cermat dalam memilih aplikasi yang aman dan sesuai kebutuhan.