

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Mobile payment adalah salah satu bentuk inovasi teknologi finansial dalam bentuk pembayaran elektronik yang dapat digunakan melalui perangkat seluler seperti smartphone, tablet, dan PDA (personal digital assistant). *Mobile payment* menggabungkan sistem pembayaran dengan perangkat dan layanan seluler untuk memberikan pengguna kemampuan untuk memulai, mengotorisasi, dan menyelesaikan transaksi keuangan melalui jaringan komunikasi. Sistem pembayaran ini dapat memberikan manfaat seperti, kemudahan dalam mencakup mobilitas yang dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, penggunaan yang mudah pada metode pembayaran, cepat, aman, serta efisien pada proses transaksinya (Johnson & Joseph, 2017).

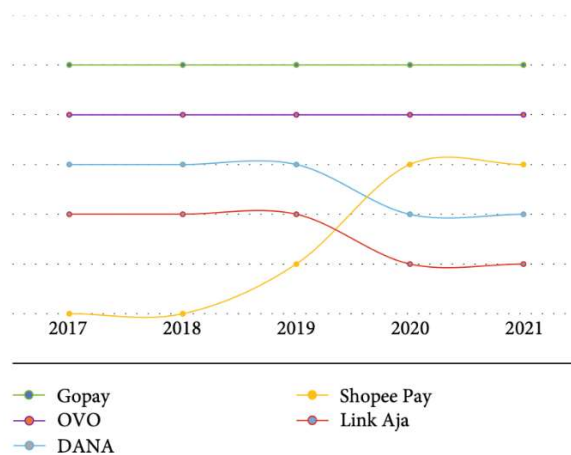


FIGURE 1: Ranking of active users of e-wallet in Indonesian competition.

Gambar 1. 1 Pemeringkatan Pengguna Aktif E-wallet di Kompetisi Indonesia

Sumber: (Nurchahyo et al., 2023)

E-wallet merupakan salah satu layanan dari inovasi teknologi finansial yang memungkinkan pengguna dalam menyimpan, mengirim, dan menerima uang secara elektronik. E-wallet atau dompet digital ini dapat diakses melalui perangkat seluler yang dapat terhubung langsung dengan rekening bank. Pengguna dapat memilih metode yang sesuai untuk mengisi saldo dompet digital mereka, seperti transfer bank, kartu kredit, atau metode pembayaran

lainnya, dan kemudian menggunakan saldo tersebut untuk melakukan pembayaran di berbagai layanan atau e-commerce lainnya. Pada tahun 2022, E-wallet yang populer di kalangan masyarakat Indonesia saat ini antara lain, GoPay, DANA, LinkAja, OVO, dan ShopeePay.



Gambar 1. 2 Logo GoPay

Sumber: www.cermati.com

GoPay adalah e-wallet yang dapat digunakan untuk bertransaksi di dalam aplikasi GoJek. GoPay merupakan produk dari PT Aplikasi Karya Anak Bangsa atau yang saat ini dikenal dengan PT GoTo yang merupakan perusahaan di bawah payung PT Gojek Indonesia. PT Aplikasi Karya Anak Bangsa, yang didirikan oleh Nadiem Makarim di Jakarta pada tahun 2010, saat ini beroperasi di 50 kota di Indonesia. Adanya layanan dari Gopay yang memudahkan aktivitas sehari-hari, mulai dari pembayaran pada transportasi sepeda motor dan mobil yang terhubung langsung dengan GoJek, memesan makanan favorit, menonton film tanpa antri, membeli pulsa, mengirim barang secara instan, dan lain sebagainya. Selain itu, GoPay juga terhubung dengan aplikasi Tokopedia karena kedua perusahaan melakukan merger di tahun 2021 yang membuat GoPay menjadi salah satu alternatif layanan pembayaran pada aplikasi platform e-commerce Tokopedia.



Gambar 1. 3 Logo OVO

Sumber: id.wikipedia.org

OVO merupakan e-wallet yang dapat digunakan untuk berbagai transaksi, antara lain membayar tagihan, membeli pulsa, serta melakukan pembayaran *online* dan *offline*. OVO didirikan pada tahun 2017 oleh PT Visionet Internasional dan kini menjadi salah satu e-wallet terpopuler di Indonesia. OVO menawarkan berbagai fitur, antara lain *cashback*, diskon, dan *reward* bagi penggunanya. OVO dapat digunakan untuk melakukan pembayaran di berbagai merchant, antara lain restoran, supermarket, dan *merchant* lain yang berlogo OVO. Selain itu, OVO juga menawarkan fitur bernama OVOInvest yang memungkinkan pengguna menginvestasikan uangnya di reksa dana.



Gambar 1. 4 Logo ShopeePay

Sumber: shopeepay.co.id

ShopeePay adalah dompet digital yang merupakan bagian dari aplikasi Shopee. Shopee adalah platform e-commerce yang didirikan pada tahun 2015 oleh SEA Group di Singapura. Shopee kini sudah tersedia di beberapa negara, termasuk Indonesia. Shopee menawarkan berbagai produk dan layanan, antara lain fashion, kesehatan, otomotif, olahraga, dan ShopeePay. ShopeePay adalah e-wallet pembayaran seluler yang dapat digunakan untuk transaksi *online* dan *offline* yang menerima pembayaran melalui scan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*). ShopeePay dapat digunakan untuk melakukan pembayaran di berbagai *merchant*, termasuk restoran, supermarket, dan toko lainnya yang bekerjasama dengan ShopeePay. ShopeePay juga menawarkan berbagai fitur, antara lain *cashback*, diskon, dan *reward* gratis ongkos kirim (ongkir) bagi pengguna yang berbelanja di Shopee. ShopeePay dapat diakses dengan dua cara yaitu, dari aplikasi Shopee dengan memilih saldo ShopeePay dari e-wallet pengguna saat membeli barang di Platform Shopee, atau pengguna dapat mengetuk "ShopeePay" agar dapat mengakses saldo ShopeePay untuk

melakukan transaksi pembayaran selain dari Platform Shopee seperti membayar makanan di sebuah restoran atau transfer uang ke bank.



Gambar 1. 5 Logo DANA

Sumber: www.dana.id

DANA merupakan e-wallet yang dapat digunakan untuk berbagai transaksi, antara lain membayar tagihan, membeli pulsa, serta melakukan pembayaran secara *online* dan *offline*. DANA didirikan pada tahun 2018 oleh PT Espay Debit Indonesia Koe yang merupakan anak perusahaan Emtek Group. DANA menawarkan fitur bernama DANA Investasi yang memungkinkan pengguna menginvestasikan uangnya di reksa dana. DANA juga memiliki fitur bernama DANAcconnect yang dapat menangani, mengirimkan, mengotomatiskan, dan memungkinkan pelanggan dengan dokumen digital mandiri melalui pembuatan izin dan pembatasan akses. Fokus utama DANA adalah memungkinkan banyak mitra menawarkan akses terhadap pembiayaan kepada pedagang UMKM dan pengecer mereka agar mudah dalam bertransaksi.



Gambar 1. 6 Logo LinkAja

Sumber: id.wikipedia.org

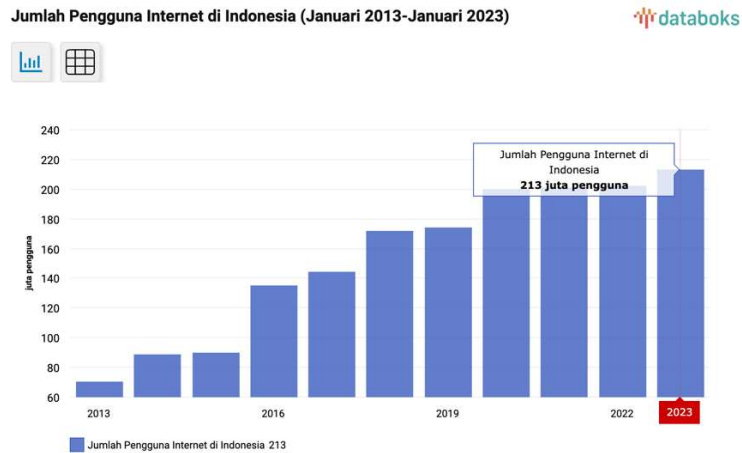
LinkAja merupakan e-wallet yang dapat digunakan untuk berbagai transaksi, antara lain membayar tagihan, membeli pulsa, *top-up* saldo dari

berbagai bank transfer, *mobile banking*, maupun alfamart, serta LinkAja dapat melakukan pembayaran *online* dan *offline*. LinkAja merupakan produk PT Fintek Karya Nusantara yang merupakan anak perusahaan Telkomsel dan Himpunan Bank-bank Milik Negara (HIMBARA). LinkAja diluncurkan pada tahun 2019 dan kini menjadi salah satu e-wallet terpopuler di Indonesia. LinkAja adalah layanan e-wallet terintegrasi yang dibuat melalui penggabungan e-wallet Telkomsel Indonesia dan pemberi pinjaman Bank Mandiri, BRI, dan BNI. LinkAja juga dapat digunakan untuk melakukan transfer ke seluruh rekening bank, melakukan pembayaran berbagai kebutuhan sehari-hari seperti pulsa, tagihan listrik, dan lainnya, premi BPJS, hingga pembelian berbagai layanan keuangan seperti reksa dana dan produk asuransi mikro. LinkAja juga telah bermitra dengan berbagai penyedia transportasi, antara lain Kereta Commuter Indonesia, LRT Jakarta, MRT Jakarta, TransJakarta, Railink, dan Bluebird.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Teknologi saat ini berkembang dengan sangat cepat yang dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai tugas dilakukan dengan cepat, akurat, dan efisien, meningkatkan produktivitas masyarakat. Munculnya berbagai jenis kegiatan yang berbasis teknologi juga mengakibatkan perkembangan teknologi komunikasi yang semakin mendukung kegiatan berbasis elektronik. Salah satu perkembangan teknologi komunikasi yaitu, *smartphone*.

Meningkatnya jumlah pengguna *smartphone* dan penetrasi *internet mobile* telah membuka banyak peluang baru dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk komunikasi, hiburan, perdagangan elektronik, dan akses informasi.



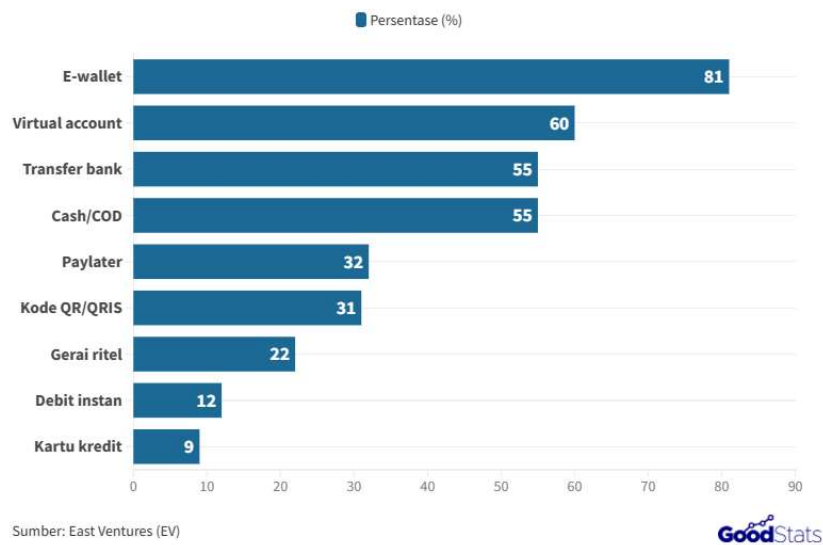
Gambar 1. 7 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Awal Tahun 2023
Sumber: databoks.id

Bahkan, saat ini Jumlah pengguna internet di Indonesia di awal tahun mencapai 213 juta pengguna (M. Annur, 2023). Hal tersebut didukung juga dengan kemunculan *smartphone* dengan kualifikasi yang bagus dan mampu menyeimbangkan kebutuhan dalam mendukung perkembangan teknologi di Indonesia. Sebagai negara yang wilayahnya luas, Indonesia masuk ke dalam peringkat keempat dengan kategori pengguna *smartphone* terbanyak di dunia pada tahun 2020 (J. V. Dewi et al., 2024). Berbagai aplikasi muncul sebagai kemajuan teknologi *smartphone* dan internet yang berdampak pada berbagai industri (J. V. Dewi et al., 2024). Jumlah aplikasi seluler yang banyak bermunculan dan meningkatnya internet mendorong pengguna *smartphone* dapat mengakses berbagai layanan digital, seperti layanan transportasi *online*, layanan pengiriman makanan, dan layanan keuangan digital yang mana tersedia pada platform *e-commerce* maupun platform lain yang bekerjasama dengan layanan tersebut. Hal ini menjadi bentuk peralihan dari pembayaran berbasis tunai ke pembayaran berbasis elektronik (Ramli & Hamzah, 2021). Selain itu, munculnya aplikasi dan platform *e-commerce* ini juga telah mengubah cara orang berbelanja yang dapat mempengaruhi perkembangan industri keuangan, salah satunya pada sistem pembayaran. Sistem pembayaran pun menjadi dasar terbuatnya suatu platform *e-commerce* (Zaid Kilani et al., 2023). Hal ini telah menciptakan peluang baru bagi pelaku usaha dan mengubah lanskap bisnis

secara keseluruhan. Yang demikian menyebabkan munculnya berbagai jenis aplikasi yang dapat digunakan untuk menunjang berbagai aktivitas di atas, termasuk metode pembayaran.

Salah satu metode pembayaran saat ini yang sangat berkembang secara pesat adalah *mobile payment*. *Mobile payment* adalah salah satu metode pembayaran non tunai yang menggunakan *smartphone* sebagai media untuk bertransaksi. Menurut (Alotaibi & Alghamdi, 2022), *Mobile payment* adalah salah satu metode pembayaran yang menggunakan perangkat seluler, termasuk asisten digital pribadi, telepon genggam, perangkat berbasis NFC, dan perangkat frekuensi radio. Peningkatan penggunaan layanan *mobile payment* mengakibatkan hilangnya sistem pembayaran tradisional (Alotaibi & Alghamdi, 2022). Hal ini disebabkan oleh penerapan sistem pembayaran seluler memiliki jangkauan yang luas dalam penggunaannya, kemudahan, dan efisien dalam bertransaksi (Handayani & Ariyanti, n.d.). Selain memberikan manfaat bagi pelanggan dan bisnis, *mobile payment* dapat menjadi kekuatan pendorong bagi pemerintah negara-negara di seluruh dunia untuk mempercepat laju transformasi digital, menuju pembentukan pemerintahan yang cerdas, kota yang cerdas, warga negara yang cerdas, serta infrastruktur teknologi komunikasi dan informasi modern untuk membuat semua transaksi ekonomi dan nonekonomi menjadi transparan (Changchit et al., 2023). Perkembangan *mobile payment* ini juga mendorong adanya aplikasi pembayaran digital yang disebut dengan e-wallet.

Menurut (Ramli & Hamzah, 2021), e-wallet ini merupakan salah satu bagian dari *mobile payment* yang mana penggunaannya harus membuat akun berdasarkan informasi pribadi seperti, nama, nomor telepon, email (Novitasari, 2022), serta memiliki saldo agar e-wallet dapat berfungsi. Selain itu, e-wallet ini biasanya juga mengharuskan penggunaannya untuk menyimpan rincian bank dan kartu tertentu agar dapat menerima, menyimpan dan mentransfer uang antar rekening (Ramli & Hamzah, 2021).



Gambar 1. 8 Metode Pembayaran yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia

Sumber: goodstats.id

Penggunaan e-wallet di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini diperkuat dengan penggunaan e-wallet yang paling banyak digunakan dalam metode pembayaran di Indonesia. Dilansir dari GoodStats, Tahun 2022, metode pembayaran yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah e-wallet dengan nilai sebesar 81%. E-wallet semakin populer saat ini karena menyediakan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan, seperti pembayaran *online*, transfer uang, pembelian barang, dan layanan keuangan lainnya (Naurah, 2023). IPSOS sebagai perusahaan riset pemasaran menyatakan bahwa Indonesia akan menjadi negara “The Next Cashless Society” yang mana penelitian ini didukung dengan sebanyak 4,7 juta transaksi cashless dan 128 triliun volume transaksi *cashless*. Fenomena ini juga mendukung program pemerintah yakni, Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) melalui perbankan Indonesia pada tahun 2014 untuk mewujudkan *cashless society* bagi masyarakat (Shalihah et al., 2023).

Berdasarkan hasil survei penelitian dari PT Visa World Indonesia (Visa) menunjukkan bahwa dari 1.000 responden, 93% memilih metode pembayaran e-wallet (Ss, 2023). Hal yang mendorong penggunaan metode pembayaran e-wallet karena pengguna merasa nyaman, aman, dan cepat dibandingkan dengan pembayaran tunai. Perubahan perilaku pun juga ikut mengubah kebiasaan

konsumen karena sebelumnya merasa penting harus membawa dompet kemanapun, namun sekarang semua bisa dilakukan dengan *smartphone* dalam bertransaksi tanpa harus membawa uang tunai (Nurchahyo et al., 2023). Persepsi manfaat seperti kemudahan penggunaan, efisiensi, dan penghematan biaya dapat meningkatkan keinginan pengguna untuk menggunakan mobile payment secara berkelanjutan (Chaiyasoonthorn, 2019). Berbagai macam kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh layanan e-wallet seperti, semua transaksi akan disimpan dan tercatat secara otomatis dalam riwayat transaksi pembayaran, serta pengguna e-wallet tidak perlu mencari atau menghitung uang (Ramli & Hamzah, 2021). Kecepatan transaksi dapat menghemat waktu dan dapat dilakukan secara fleksibel di mana saja (Nguyen et al., 2020; Tan & Renata, 2023). Dengan layanan yang inovatif, e-wallet sebagai *mobile payment* dapat memberikan kenyamanan dan kepercayaan bagi pengguna seperti akses, kemudahan penggunaan, konektivitas dengan layanan keuangan lainnya, kemudahan pelacakan riwayat transaksi, dan memiliki fitur keamanan yang canggih (Fathiya et al., 2022; Indarini et al., 2024; Van Son et al., 2023). E-wallet juga cocok untuk pembayaran tagihan, belanja online, transportasi, dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Hal ini menjadikannya opsi pembayaran yang populer di Indonesia (Nurchahyo et al., 2023).

Lima e-wallet paling populer di Indonesia adalah GoPay, OVO, DANA, Shopee-Pay, dan LinkAja, dengan masing-masing platform menawarkan keuntungan kepada pelanggan seperti cashback, diskon voucher, dan program loyalitas lainnya (Nurchahyo et al., 2023; Shalihah et al., 2023).

Selain itu, pandemi Covid-19 juga menjadi salah satu faktor dalam pengadopsian transaksi secara *online* untuk menghindari paparan langsung terhadap virus Covid-19 dan menjaga diri agar terlindungi dari penyakit tersebut melalui pembayaran secara *contactless* (Purwandari et al., 2022). Menurut Hammam Riza, penyebab terjadinya adopsi teknologi secara besar-besaran karena urgensi pemulihan ekonomi yang bergantung pada kemampuan masyarakat dalam beradaptasi melalui transformasi digital (Riza et al., 2020) berupa kemudahan bertransaksi melalui *mobile payment*.

Seperti hal yang disebut di atas, transaksi yang dilakukan oleh pengguna e-wallet perlu melibatkan pengungkapan informasi pribadi pengguna (F. K. Dewi & Ariyanti, 2020), seperti nama, alamat, nomor telepon, dan data keuangan. Menurut (Lee & Kim, 2017) dalam penelitian (Siahaan et al., 2022) menyatakan bahwa *personal information disclosure* merupakan suatu interaksi yang terbentuk ketika pengguna berpartisipasi secara aktif pada platform dengan menggunakan berbagai fitur yang diberikan pada platform tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Alalwan et al., 2023) membuktikan bahwa pengguna menganggap bahwa informasi seperti nomor telepon, alamat rumah, atau tanggal lahir bersifat pribadi dan termasuk dalam tingkat sensitivitas yang tinggi. Hal ini menimbulkan kekhawatiran terkait dengan privasi dan keamanan data pribadi pengguna. Menurut Asosiasi Financial Technology Indonesia tahun 2022/2023 menyatakan bahwa 13% e-wallet di Indonesia masih mengalami kegagalan sistem dan ancaman keamanan siber. Bahkan survei yang dilakukan oleh databoks.id mengatakan bahwa e-wallet merupakan layanan dari produk keuangan digital yang dianggap rentan terhadap kebocoran data (Mutia, 2022). Pembayaran seluler ini memang menawarkan banyak kemudahan dan kenyamanan, tetapi ada juga beberapa risiko keamanan yang perlu dipertimbangkan oleh konsumen. Hal ini disebabkan karena pembayaran seluler tidak dibatasi oleh ruang dan waktu sehingga konsumen khawatir bahwa informasi pribadi dan keuangan mereka dapat digunakan atau dijual kepada pihak ketiga tanpa persetujuan mereka. Mereka juga mungkin khawatir tentang rekening bank atau akun mereka di aplikasi pembayaran seluler diretas (Changchit et al., 2023). Persepsi privasi yang mengacu pada bagaimana individu menginterpretasikan dan mengevaluasi tingkat privasi yang mereka rasakan dalam interaksi dengan teknologi atau layanan tertentu sehingga pengguna merasakan sejauh mana informasi pribadi mereka dilindungi dan aman saat mereka menggunakan *contactless payment* (Alalwan et al., 2023).

Kemajuan Internet seluler dan popularitas ponsel pintar, penggunaan internet seluler telah menjadi sangat luas sehingga upaya penipuan dan phishing melalui perangkat seluler berkembang dengan cepat dan mengambil bentuk

yang lebih beragam. Dengan meluasnya penggunaan e-wallet sebagai metode pembayaran, para penipu berusaha menyamar sebagai bank *online*, toko *online*, pedagang *online*, atau perusahaan kartu kredit untuk menipu pengguna (Chen, 2019). Menurut Katadata.co.id, penipuan phishing termasuk permintaan *one-time password* (OTP) oleh penipu yang berharap bisa mendapatkan akses ke akun pengguna aplikasi ojek *online* mengakibatkan kerugian sebesar Rp 2 miliar untuk layanan transaksi e-wallet pada akun tersebut (Burhan, 2021). Bahkan phishing yang dilakukan oleh penipu pun sudah mulai bervariasi, ada yang menggunakan protokol https untuk menipu korban agar percaya bahwa domain pengirim dapat dipercaya dan aman untuk diakses. Menurut IDADX (Indonesian Anti-Phishing Data Exchange), setidaknya terdapat 26.675 laporan phishing pada kuartal pertama tahun 2023, yang sebagian besar ditujukan ke media sosial (Situmorang, 2023).

Dilansir dari CNN Indonesia, platform e-commerce Tokopedia pernah diretas di tahun 2020 oleh *hacker* yang mengambil data berupa user ID, email, nama lengkap, tanggal lahir, jenis kelamin, nomor *handphone* dan *password* yang masih ter-*hash* atau tersandi. Kebocoran data ini cukup mengkhawatirkan karena hampir 91 juta datanya terungkap yang mana di tahun 2019 pengguna aktif di tokopedia mencapai angka 91 juta. Bahkan, Bukalapak sempat mengalami kebocoran data juga sebanyak 13 juta data pengguna dicuri oleh peretas yang mengambil jenis data kurang lebih sama dengan peretas Tokopedia. Hal ini dapat meningkatkan potensi orang yang membeli data tersebut melakukan penipuan kepada pengguna dengan cara melakukan phishing kepada pengguna untuk memancing pengguna agar memberikan data sensitif seperti, kode OTP (One-Time Password) (Wicaksono, 2020).

Dilansir dari Katadata.co.id, Kepolisian menyatakan bahwa terdapat 2.300 laporan penipuan dengan pembobolan akun GoPay yang kerugiannya dari Rp300 ribu hingga jutaan rupiah. Salah satu kasus ini dialami oleh selebriti Maia Estianty yang diminta untuk memasukkan nomor telepon disertai dengan kode “21”. Langkah tersebut mengakibatkan peretas dapat memindahkan data

nomor telepon kepada pelaku, termasuk kode OTP melalui pesan sms yang mengakibatkan saldo GoPay terkuras (M. Annur, 2020).

Dilansir dari infobanknews.com, kasus yang terjadi adalah pengguna ShopeePay asal Palembang. Kasus ini menunjukkan bahwa pembobolan akun Shopee dengan meretas saldo ShopeePay sebesar Rp16 Juta (Ibrahim, 2023). Hal ini tentunya merugikan pengguna yang tidak menggunakan akunnya tetapi ada pelaku yang menggunakan akun secara paksa dengan melakukan kejahatan dan mengatasnamakan akun pengguna tersebut. Selain itu, Kebocoran data yang terjadi ini membuat privasi data pengguna terganggu yang menimbulkan kerugian secara finansial dan menimbulkan dampak yang begitu besar juga terhadap penyedia layanan seperti kehilangan kredibilitas, reputasi, kepercayaan konsumen, dan bisa menimbulkan kerugian keuangan yang besar (Setiawan & Yulianto, 2020).

Penyalahgunaan data pribadi ini membuktikan bahwa sistem yang digunakan masih lemah dan kurang pengawasan pada sistem keamanannya. Selain itu, pihak penyedia layanan pun tidak memiliki langkah preventif yang konkret dan korektif berupa solusi saat terjadi masalah tersebut. Maka dari itu, kesadaran terhadap pengungkapan informasi pribadi ini penting dan perlu ditingkatkan mengingat pertumbuhan industri fintech yang pesat dan peningkatan penggunaan e-wallet di berbagai sektor, seperti perdagangan *online*, transportasi, dan pembayaran digital.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di atas mengenai privasi data, kesadaran keamanan informasi dan pengungkapan informasi pribadi. Oleh karena itu, perlu adanya analisis terkait kesediaan pengguna dalam pengungkapan informasi pribadi dengan mempertimbangkan keuntungan dan privasi yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan e-wallet.

1.3 Perumusan Masalah

E-wallet sebagai salah satu bentuk dari *mobile payment* yang menawarkan layanan dengan memberikan kemudahan untuk pengguna dalam layanan transaksi yang cepat, efisien, dan mudah untuk digunakan. Hadirnya e-wallet ini juga

mengubah perilaku masyarakat Indonesia dengan tidak perlu membawa uang tunai karena semua transaksi bisa dilakukan melalui *smartphone* yang mereka gunakan.

Sejak data menjadi hal yang sangat penting dalam kehidupan di era digital ini, tentunya ancaman terhadap data juga akan meningkat (Setiawan & Yulianto, 2020). Berdasarkan fenomena di atas, Ancaman dapat terjadi karena kejahatan orang lain yang memonetisasi data korban untuk mendapatkan keuntungan melalui kejahatan *phishing* ataupun meretas saldo pengguna e-wallet. Hal tersebut tentunya menimbulkan pengguna mempertimbangkan masalah privasi dengan manfaat yang dirasakan ketika memutuskan apakah akan mengungkapkan informasi pribadi mereka (T. Wang et al., 2016). Berdasarkan fenomena di atas dan jurnal acuan yang berjudul “*An Empirical Investigation of Factors Affecting Personal Information’s Disclosure on Mobile Payment (E-Wallet) Platforms*” dan jurnal “*intention to disclose personal information via mobile applications: A privacy calculus perspective*”, maka penulis merancang pertanyaan yang mendasari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *self-presentation* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *intention to disclose personal information*?
2. Apakah *personalized service* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *intention to disclose personal information*?
3. Apakah *convenience* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *intention to disclose personal information*?
4. Apakah *privacy setting control* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *intention to disclose personal information*?
5. Apakah *familiarity* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *intention to disclose personal information*?
6. Apakah *perceived benefit* berpengaruh terhadap *intention to disclose personal information*?
7. Apakah *perceived privacy* berpengaruh terhadap *intention to disclose personal information*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah memperoleh hasil kajian mengenai:

1. Untuk mengetahui *self-presentation* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *intention to disclose personal information*.
2. Untuk mengetahui *personalized service* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *intention to disclose personal information*.
3. Untuk mengetahui *convenience* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *intention to disclose personal information*.
4. Untuk mengetahui *privacy setting control* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *intention to disclose personal information*.
5. Untuk mengetahui *familiarity* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *intention to disclose personal information*.
6. Untuk mengetahui *perceived benefit* berpengaruh terhadap *intention to disclose personal information*.
7. Untuk mengetahui *perceived privacy* berpengaruh terhadap *intention to disclose personal information*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana variabel penelitian (*self-presentation, personalized service, convenience, perceived benefit, privacy setting control, dan familiarity*) mempengaruhi keputusan pengguna e-wallet dalam niat untuk mengungkapkan informasi pribadi pada platform e-wallet.

1.5.1 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan perlindungan dan kesadaran pengguna terkait pentingnya privasi dan keamanan data pengguna e-wallet. Selain itu, Penyedia layanan e-wallet dapat mengembangkan dan mengimplementasikan langkah-langkah keamanan yang lebih baik untuk melindungi informasi pribadi dengan mempertimbangkan *perceived benefit* dan *perceived privacy* yang dirasakan agar pengguna menjadi lebih sadar akan risiko yang terkait dengan niat pengguna dalam mengungkap informasi pribadi mereka

dan dapat mengambil tindakan yang lebih bijaksana dalam mengelola informasi pribadi pengguna saat menggunakan e-wallet.

1.5.2 Aspek Akademis

Aspek Akademis dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang privasi dan keamanan data dalam konteks e-wallet. Penelitian ini dapat mengidentifikasi hal-hal yang mempengaruhi *personal information disclosure* melalui *perceived benefit* dan *perceived privacy*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mendorong peneliti lain untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam, melibatkan populasi pengguna yang lebih luas, atau menguji hipotesis lebih lanjut. Dengan memahami aspek akademis tersebut, penelitian tentang *personal information disclosure* terhadap e-wallet dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori dan praktik di bidang keuangan digital.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan gambaran umum tentang penelitian, menjustifikasi pentingnya penelitian, dan mengarahkan pembaca pada apa yang akan dibahas dalam bab-bab selanjutnya. Struktur yang terdapat dalam bab ini yaitu, Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan landasan teori dan penelitian terdahulu yang relevan dengan memberikan dasar teoritis bagi penelitian dan menunjukkan pemahaman mendalam tentang topik berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab 3 merupakan bagian yang menjelaskan secara rinci bagaimana penelitian akan dilakukan berdasarkan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis hasil temuan untuk

menjawab masalah penelitian. Bab ini terdiri dari, Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab 4 merupakan bagian inti dari sebuah penelitian yang menyajikan hasil analisis data secara objektif dan interpretasinya yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bagian ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama membahas atau menganalisis hasil penelitian, dan bagian kedua berupa pembahasan atau interpretasi hasil penelitian. Setiap bagian diskusi harus dimulai dengan analisis data, interpretasi, dan penarikan kesimpulan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini merupakan penutup dari sebuah penelitian yang memberikan ringkasan jelas dan padat tentang apa yang telah dicapai oleh penelitian, implikasinya, dan arah untuk penelitian masa depan. Kesimpulan merupakan ringkasan singkat tentang tujuan penelitian. Sedangkan saran memberikan rekomendasi praktis berdasarkan temuan penelitian dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.