

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

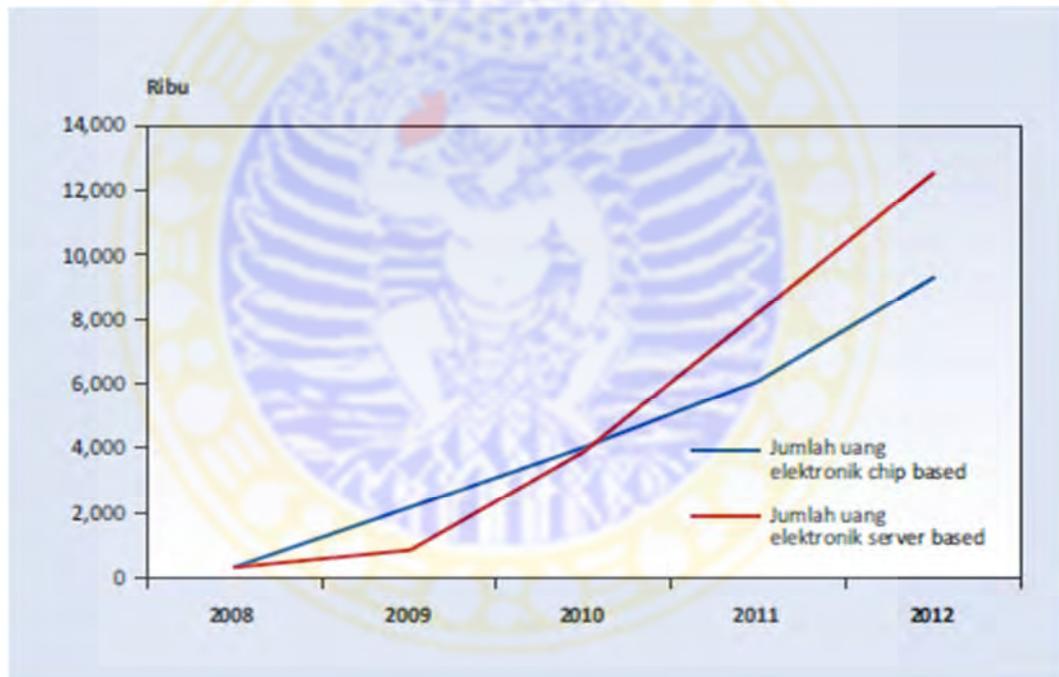
Sistem teknologi yang semakin berkembang menuntut bank untuk melakukan inovasi produk retail jasa keuangan pada perbankan (*retail banking*). Produk *retail banking* itu sendiri meliputi berbagai jenis rekening deposit, berbagai rekening untuk pinjaman perumahan, kartu kredit, kartu debit, ATM, reksa dana, pembayaran tagihan listrik, *internet banking*, dan pialang saham. Sejalan dengan pola masyarakat dan sistem pembayaran dalam transaksi yang terus mengalami perubahan. Sistem pembayaran saat ini mengarah pada budaya *cashless society* atau masa dimana transaksi pembayaran tanpa uang tunai. Pembayaran tanpa tunai biasanya dilakukan dengan menggunakan kartu atau secara *online* artinya tidak menggunakan uang tunai sebagai alat transaksi yang biasa disebut dengan uang elektronik atau *electronic money (e-money)*.

Singh (1999) menjelaskan *electronic money* terdiri dari semua instrumen tidak tunai dan semua instrumen pembayaran tanpa kertas contohnya adalah kartu plastik, transfer langsung, dan seluruh transaksi uang melalui *electronic chanel* seperti *Automated Teller Machines (ATMs)*, *Electronic Funds Transfer at Point of Sale (EFTPOS)*, telepon, fax, dan internet. Sedangkan definisi *electronic money* menurut Bank Indonesia adalah uang yang disimpan dalam media tertentu tidak dijamin dan tidak memperoleh bunga yang fungsi utamanya sebagai alat pembayaran dan disetor di awal (PBI Uang Elektronik No. 16/8/PBI/2014).

Perkembangan teknologi di berbagai negara saat ini dengan pembayaran mikro cukup pesat seiring dengan kebutuhan masyarakat semakin meningkat untuk menggunakan alat pembayaran yang mudah, aman, dan efisien (www.swa.co.id, 2 Oktober 2014). Instrumen pembayaran mikro merupakan instrumen dengan sistem penyimpanan yang memungkinkan terjadinya transaksi lebih cepat karena penyimpanan data informasi dilakukan dalam *smart card* (www.swa.co.id, 2 Oktober 2014). Dengan metode pembayaran melalui *smart card*, menyebabkan bank dapat melakukan ekspansi dan memenuhi kebutuhan nasabah hingga ke daerah terpencil (www.swa.co.id, 2 Oktober 2014). Masyarakat yang biasanya menggunakan *e-money* berupa kartu kredit, kartu debit, dll. Namun saat ini diperkenalkan dengan teknologi baru yaitu alat pembayaran mikro yang sebelumnya tidak tersentuh oleh teknologi yaitu transaksi pembayaran dengan angka nominal kecil seperti tol, parkir, atau tiket. *E-money* merupakan perkembangan teknologi informasi yang menggiring pelaku pasar untuk masuk ke dalam segmen mikro tersebut (www.swa.co.id, 2 Oktober 2014).

Di beberapa negara maju, seperti Amerika Serikat, Jepang dan beberapa negara di Eropa menggunakan konsep *digital society* sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dan dunia usaha (www.swa.co.id, 4 Oktober 2014). Dimana masa depan sebuah negara tergantung kepada bagaimana teknologi informasi didesain dan dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan sosial, ekonomi, dan budaya (www.swa.co.id, 4 Oktober 2014). Saat ini pemerintah bersama Bank Indonesia (BI) sebagai pihak yang mengkampanyekan kegiatan *cashless society* (www.swa.co.id, 4 Oktober 2014). Dalam aturan baru BI,

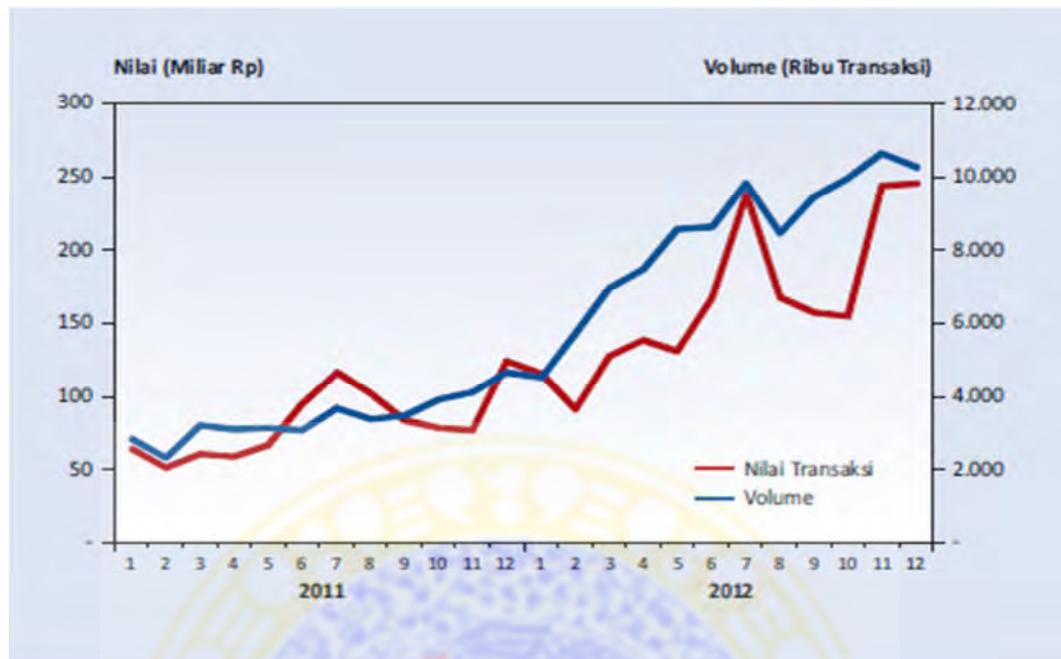
penerbit *e-money* dibagi menjadi tiga lembaga yaitu bank umum, bank pembangunan daerah dan lembaga selain bank (www.swa.co.id, 4 Oktober 2014). Pada Laporan Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang 2012, terdapat 13 penerbit *e-money* yang telah memperoleh izin dari Bank Indonesia yang berbasis *chip* maupun *server*. *E-money* yang beredar mencapai 21,87 juta, angka tersebut meningkat sebesar 52,94% dibandingkan dengan periode sebelumnya yang mencapai 14,30 juta.



Sumber : Laporan Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Bank Indonesia 2012

Grafik 1.1

Perkembangan Jumlah Uang Elektronik



Sumber : Laporan Sistem Pembayaran dan Pengelolaan Uang Bank Indonesia

2012

Grafik 1.2

Perkembangan Transaksi Menggunakan Uang Elektronik

Grafik 1.1 menjelaskan aktivitas transaksi menggunakan *e-money* pada tahun 2012 menunjukkan peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Sedangkan Grafik 1.2 memperlihatkan tahun 2012 nilai transaksi menggunakan *e-money* mencapai Rp 1,97 triliun atau naik 101,02% dibandingkan dengan periode sebelumnya mencapai Rp 981,30 miliar. Volume transaksi mencapai 100,62 juta transaksi atau naik sebesar 145,06% dibandingkan dengan periode sebelumnya sebesar 41,06 juta transaksi. Dengan demikian rata-rata harian transaksi yang dilakukan dengan menggunakan *e-money* pada tahun 2012 mencapai nilai Rp 5,39 miliar dengan volume 274,93 ribu transaksi.

Terkait penjelasan grafik diatas, perkembangan penggunaan kartu *e-money* yang tergolong meningkat, namun penggunaan kartu tersebut masih jauh jika dibandingkan dengan laporan penggunaan kartu debit atau kartu kredit. Pada akhir periode laporan, total kartu ATM dan ATM/Debet yang beredar mencapai 77,75 juta kartu. Jumlah tersebut meningkat sebesar 21,15% dibandingkan dengan akhir periode laporan sebelumnya yang mencapai 63,39 juta kartu (Laporan BI 2012). Adapun masalahnya yaitu tantangan implementasi *cashless society* yang mana masih tingginya budaya *cash society* di Indonesia. Karena tergantung sejauh mana masyarakat dapat menilai teknologi tersebut dapat bermanfaat bagi penggunaannya, kemudahan menggunakannya, risiko penggunaannya, serta pengaruh sosial jika dibandingkan dengan kartu elektronik seperti kartu debit atau kartu debit.

E-money tidak hanya bertujuan untuk mengganti uang kecil secara total. Melainkan begitu masyarakat sudah tertarik menggunakan *e-money* untuk pembayaran, maka mereka tidak perlu lagi membawa uang tunai, cukup dengan menyentuhkan *e-money* pada sensor alatnya (www.swa.co.id, 4 Oktober 2014). *E-money* dapat digunakan pada masyarakat yang tidak mempunyai rekening tetap bisa bertransaksi (www.swa.co.id, 4 Oktober 2014). Dengan membeli *e-money* dengan sejumlah uang tunai, maka pembeli bisa membelanjakannya sebesar uang tersebut dengan mendebetnya setiap kali bertransaksi di *merchant* tertentu atau untuk pembayaran mikro seperti pembayaran tol, naik kereta atau parkir (www.swa.co.id, 4 Oktober 2014). Oleh karena itu, penelitian ini fokus pada *e-money* secara umum yang digunakan untuk pembayaran mikro dan berbasis *smart*

card yang dikeluarkan oleh beberapa lembaga perbankan di Indonesia seperti Flazz (BCA), E-Toll, Indomart Card, Mandiri E-money (Bank Mandiri), Brizzi (BRI), Mega Cash (Bank Mega), TapCash dan Kartuku (Bank BNI). Roger (2001) dan Venkatesh dkk., (2003) menyatakan model yang dapat digunakan untuk menjelaskan kesiapan masyarakat menerima teknologi baru adalah berdasarkan dari teori *Technology Acceptance Model (TAM)* yang berfokus pada penerapan *e-money* dan *The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* yang mengarah pada pengaruh sosial pada penggunaan teknologi *e-money*.

TAM diperkenalkan oleh Davis dalam penelitiannya pada tahun 1986, secara umum menjelaskan bagaimana perilaku masyarakat pengguna teknologi baru dalam menerima dan menggunakannya. (Zhu dan Chang, 2014) menyimpulkan *Technology Acceptance Model (TAM)* memiliki tujuan yaitu memberikan pemahaman tentang faktor yang menentukan penerimaan teknologi secara umum, dan mampu menjelaskan perilaku penggunaannya. *Technology Acceptance Model (TAM)* dipengaruhi oleh beberapa variabel yaitu variabel *perceived usefulness*, variabel *perceived ease to use*, variabel *perceived risk* (Zhu dan Chang, 2014). Pada studi sebelumnya, TAM konsisten berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan informasi teknologi. (Lesceveca dkk., 2013) *The Unified Theory of Acceptance and Use Thechnology (UTAUT)* menjelaskan bahwa variabel *social influence* berpengaruh langsung terhadap *intention to use* teknologi. Latar belakang sebuah teori ini adalah dasar pada *Technology Acceptance Model (TAM)* dan literatur *trust*, seperti yang disarankan pada penelitian sebelumnya untuk menggabungkan dua konteks tersebut terkait dengan

e-commerce (Gefen dkk., 2003). Teori yang berhubungan dengan kepercayaan menyatakan pengaruh sikap percaya, niat, dan perilaku. Selain itu, teori tersebut digunakan untuk mengkonfirmasi adanya dampak kepercayaan, privasi, dan rasa aman pada niat perilaku, secara khusus terhadap penggunaan teknologi elektronik (Yousafzai dkk., 2007)

Peter dan Olson (2010) risiko dianggap sebagai pengetahuan konsumen atau keyakinan tentang konsekuensi yang tidak menguntungkan, termasuk tanggapan pengaruh negatif yang terkait dengan konsekuensi yang tidak menyenangkan. Karena pada kondisi sekarang, konsumen merasa terdapat adanya risiko mengenai penyalahgunaan *e-money* seperti duplikasi dari kartu yang asli, modifikasi data atau aplikasi yang ada pada kartu yang asli, upaya untuk melakukan perubahan ketika data elektronik dikirim pada saat seseorang melakukan transaksi, pencurian, penyangkalan transaksi, malfungsi dari layanan *e-money* berbasis teknologi. Banyak penelitian yang menyebutkan bahwa persepsi risiko berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan *e-commerce* (Yousafzai dkk., 2007).

Disamping *perceived risk* terdapat faktor lain *perceived usefulness* dan *perceived ease to use* yaitu sebagai prediktor perilaku niat dalam konteks penerimaan teknologi (Gefen dkk., 2003). Selanjutnya, sebagian besar studi berbasis TAM berkonsentrasi pada penjelasan niat untuk menggunakan teknologi. Pada *perceived usefulness*, suatu produk dapat diterima oleh konsumen jika produk tersebut memberikan manfaat kepada konsumen. Dalam konteks ini *e-money* memberikan banyak manfaat yaitu proses penyelesaian pembayaran lebih

cepat, menyimpan uang dalam bentuk kartu, dan praktis. Sedangkan pada *perceived ease to use*, selain memberikan manfaat bagi penggunanya maka suatu produk harus dapat digunakan sehingga konsumen tidak merasa kesulitan untuk menggunakannya. Kemudahan menggunakan *e-money* yaitu penggunaannya yang mudah dipelajari dan mudah diingat. Pengisian ulangnya pun sangat mudah yaitu dengan mendatangi mesin atm atau di ritel yang *ter-registered* oleh bank atau lembaga yang mengeluarkan suatu produk *e-money* (www.swa.co.id, 2 Oktober 2014).

Zhu dan Chang (2014) menjelaskan *social influence* terhadap kepercayaan individu yang seharusnya menggunakan teknologi. Upaya terbentuknya masyarakat *cashless society* diperlukan adanya pengaruh sosial karena gerakan ini bertujuan untuk mengubah kebiasaan masyarakat yang biasa menggunakan uang tunai untuk beralih pada pembayaran sistem non tunai. Selain itu, pengaruh sosial sangat kuat terhadap penerimaan teknologi baru. Orang bisa menerima teknologi baru seperti *e-money* bisa jadi karena adanya pengaruh dari orang lain yang menggunakan teknologi tersebut. Fishbein dan Ajzen (1975) menjelaskan *social influence* yaitu persepsi dimana orang yang ingin agar seseorang melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Ketika pengaruh sosial terhadap pelanggan semakin kuat dan motivasi menuruti harapan lingkungan semakin besar, maka niat menggunakan *e-money* semakin tinggi.

Sejauh ini *trusting intention* dalam konteks elektronik yang bersangkutan telah ditetapkan sebagai konstruksi bagi orang tertentu yang mewujudkan kesiapan untuk bergantung pada atau mengandalkan pihak lain dan kemauan yang

tidak didasarkan pada kontrol tertentu atau kekuasaan atas pihak lain (Yousafzai dkk., 2007). Selain itu, *trusting intention* didasarkan mencakup tidak hanya kemauan untuk bergantung, tetapi juga kemungkinan subjektif dari tergantung yaitu *intention to use* (McKnight dan Chervany, 2002).

Berdasarkan fenomena *cashless society* yaitu *e-money* merupakan teknologi baru pada alat pembayaran dalam pasar mikro yang mengarahkan pada budaya masyarakat transaksi tanpa menggunakan uang tunai. Maka apakah teknologi *e-money* tersebut dapat menarik minat calon pengguna untuk menggunakan *e-money*, maka perlu dilakukan penelitian yang membahas tentang teknologi *e-money* tersebut berdasarkan pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived risk*, *trusting intention*, dan *social influence* terhadap *intention to use e-money*. Dengan judul “Niat Menggunakan *Electronic Money* di Surabaya dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model*”.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah ada pengaruh *trusting intention* terhadap *intention to use* kartu *e-money* ?
2. Apakah ada pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived risk* terhadap *trusting intention* dan *intention to use* kartu *e-money* ?
3. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap *intention to use* kartu *e-money* ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh *trusting intention* terhadap *intention to use* kartu *e-money*.
2. Mengetahui pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *perceived risk* terhadap *trusting intention* dan *intention to use* kartu *e-money*.
3. Mengetahui *social influence* berpengaruh terhadap *intention to use* kartu *e-money*.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Memberikan sumbangan ilmu pengetahuan khususnya dalam penerapan *cashless society* di kalangan masyarakat serta penerimaannya dalam minat peralihan pembayaran transaksi pembelian dari uang tunai menjadi non tunai.
2. Penelitian ini merupakan penelitian pertama yang meneliti tentang kesiapan konsumen untuk menggunakan teknologi baru yaitu berupa *electronic money* secara umum pada pasar mikro pada produk *retail banking*.
3. Memberikan sumbangan implikasi manajerial khususnya untuk instansi penerbit *e-money*.

1.5. Sistematika Skripsi

Penulisan ini disusun dengan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari berbagai landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Di dalamnya mencakup uraian mengenai konsep – konsep dasar, penelitian sebelumnya, hipotesis dan model penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan pendekatan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, pengukuran variabel, jenis dan sumber data, prosedur penentuan sampel, prosedur pengumpulan data serta teknik analisis.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum subyek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis dan pengujian hipotesis, pembahasan.

BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan penelitian serta saran bagi pihak yang terkait dengan penelitian dan penelitian yang akan datang.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

