

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan Teknologi Informasi (TI) saat ini telah mengalami kemajuan dan menjadi salah satu penyebab perubahan yang dramatis dalam beberapa aspek, salah satunya adalah pasar finansial. Dengan adanya internet sebagai jalur komunikasi dan bisnis, membuat persaingan bisnis yang ketat menuntut setiap pelaku bisnis agar mampu mengikuti kemajuan teknologi. Indonesia terus berkembang dengan menggunakan teknologi terbaru dalam segi bertransaksi. Uang elektronik atau *e-money* merupakan salah satu bentuk uang digital, dimana kegiatan pembayarannya dengan menghubungkan beberapa jaringan internet (*e-commerce*) sehingga barang yang diinginkan terbeli tanpa mengeluarkan tambahan uang *cash*. Dengan adanya transaksi secara *online* memudahkan masyarakat dalam berbelanja ditengah kesibukan yang padat, karena kegiatan tersebut dapat dilakukan ditempat.

Saat ini perkembangan instrumen pembayaran non tunai berjalan sangat pesat seiring dengan perkembangan teknologi sistem pembayaran yang pada akhir-akhir ini telah membawa dampak yang besar terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam sistem pembayaran tersebut. Perubahan pola hidup masyarakat yang disertai peningkatan efisiensi pola hidup menuntut tersedianya sarana telekomunikasi dan transportasi yang cepat sehingga hambatan jarak dan waktu dapat dikurangi. Perkembangan telekomunikasi dan transportasi ini juga memberikan pengaruh yang besar terhadap transaksi keuangan terutama terkait dengan cara antar pihak melakukan pembayaran (Abidin, 2015). Dengan kemudahan dan kemajuan teknologi seperti ini konsumen akan lebih mudah dalam melakukan jual beli kapanpun dan dimanapun.

Di Indonesia tersedia beberapa perusahaan yang menawarkan layanan pembayaran digital, diantaranya PT. Dompot Anak Bangsa dengan layanan pembayaran digital Go-Pay, PT. Visionet Internasional (Lippo *Group*) dengan layanan pembayaran digital OVO, PT. Espay Debit Indonesia Koe dengan layanan pembayaran digital Dana, dan PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya) dengan layanan pembayaran digital LinkAja. LinkAja merupakan gabungan dari

layanan keuangan elektronik milik PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, dan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. (*YouTube.com/CNBC Indonesia*, 26/02/2019)

PT. Dompot Anak Bangsa mengeluarkan sistem pembayaran digital Go-Pay yang berada dalam aplikasi Go-Jek. Perusahaan teknologi asal Indonesia ini didirikan pada tahun 2010, dalam cuplikan acara Mata Najwa mengenai Republik Digital pengemudi Go-Jek telah tersedia di 100 kota di Indonesia dengan jumlah sekitar 1 (satu) juta pengemudi (*YouTube.com/najwashihab*, 20/05/2018). Go-Pay merupakan dompet digital yang bisa digunakan untuk melakukan semua pembayaran transaksi dalam aplikasi Go-Jek. Go-Jek bekerjasama dengan beberapa bank di Indonesia di antaranya Bank Mandiri, Bank BNI, Bank Central Asia, CIMB Niaga dan beberapa bank lainnya yang memiliki dukungan teknologi. Hal tersebut untuk memberi kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dan mitra pengemudi (*driver*) Go-Jek dalam melakukan transaksi. Melalui transaksi Go-Pay, permintaan dari pengguna layanan Go-Jek dapat terselesaikan tanpa harus meminta tagihan dan konsumen cukup melakukan konfirmasi pada jumlah saldo yang berkurang untuk pembayaran/transaksi.

Sampai bulan Februari 2018 tercatat transaksi yang menggunakan Go-Pay yaitu sebanyak 1 (satu) miliar transaksi. Dengan mengusung konsep *speed*, *simplicity* dan *security*, Go-Pay menawarkan berbagai kemudahan bagi pelanggannya. *Speed*, dengan menyediakan sistem *top-up* yang cepat dan sederhana melalui ATM, *mobile banking*, dan *internet banking*. *Simplicity*, integrasi langsung untuk semua transaksi layanan di dalam aplikasi Go-Jek dengan menggunakan saldo Go-Pay. *Security*, dengan tingkat keamanan yang tinggi tanpa uang dalam bentuk fisik, semua saldo Go-Pay pelanggan akan tersimpan dengan aman di dalam sistem Go-Jek (*YouTube.com/CNBC Indonesia*, 26/02/2019).



**Gambar 1.1 Layanan Go-Pay**

Sumber: Website Go-Jek. Terdapat pada [www.go-jek.com](http://www.go-jek.com)

Pembayaran digital lain yang berada dalam aplikasi transportasi yaitu OVO. OVO *cash* merupakan *mobile payment* yang disediakan dan dikembangkan oleh perusahaan Grab sebagai alat pembayaran berbasis elektronik (Fitra, 2019). OVO *cash* dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi keuangan, seperti pembayaran diberbagai *merchant* rekanan, isi ulang (*top up*) dan pengecekan saldo. Tidak hanya bekerjasama dengan Grab, OVO melakukan kerjasama dengan berbagai pusat pembelanjaan, *online shop*, *e-commerce* dan transaksi perbankan berbasis non tunai. Aplikasi OVO diluncurkan sejak awal tahun 2017 dengan memberikan banyak kemudahan dan manfaat dalam bertransaksi secara *online* (Oktaviani, Astuti, & Firdiansjah, 2019).

Menurut Presiden Direktur PT. OVO, Adrian Suherman menyebutkan jumlah pengguna aplikasi OVO mencapai 5-6 juta pengguna di seluruh Indonesia dan menargetkan akan mencapai 20 juta pengguna di akhir tahun 2018. Informasi tentang produk OVO sudah sangat mudah diperoleh baik dari promosi yang dilakukan oleh perusahaan maupun informasi yang bersumber dari konsumen yang telah menggunakannya melalui media sosial. Saat ini OVO sudah tersedia di 212 kota dan telah bekerjasama dengan 350.000 *merchant* di seluruh Indonesia ([surabaya.bisnis.com](http://surabaya.bisnis.com), 07/06/2018).

Pembayaran non tunai atau *cashless* semakin digandrungi masyarakat Indonesia. Beberapa keperluan, misalnya beli pulsa, tiket, hingga bayar tagihan kini bisa dipenuhi dengan transaksi non tunai lewat aplikasi *smartphone*. *Startup fintech* Dana (Dompot Digital Indonesia) pun tak mau ketinggalan. Selain membayar tagihan, pulsa, tiket, aplikasi Dana bisa digunakan sebagai dompet digital untuk menyimpan uang e-money di akun yang terdaftar. Aplikasi Dana juga bisa dipakai mentransfer uang yang telah di *top-up* ke akun sesama pengguna.

Layanan pembayaran digital Dana diluncurkan pada 5 Desember 2018. *Chief Communication Officer* Dana yaitu Chrisma Albanjar menjelaskan, dompet digital Dana menggunakan bank domestik dalam melakukan transaksinya. Dengan begitu tidak ada aliran dana dari Indonesia ke luar maupun penguasaan dan pengendalian transaksi yang dilakukan oleh orang asing. Dana merupakan *platform* pembayaran digital yang mengusung *open platform* dan dapat digunakan oleh berbagai aplikasi, gerai-gerai online maupun konvensional manapun (*liputan6.com*, 08/12/2018).

Layanan dompet digital milik operator seluler Telkomsel yaitu T-Cash, akan bertransformasi menjadi LinkAja mulai 21 Februari 2019. LinkAja merupakan peleburan dari layanan keuangan elektronik yang dimiliki berbagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Pengguna bisa melakukan berbagai transaksi seperti sebelumnya, seperti membayar tagihan internet, listrik, air, melakukan transaksi di *merchant* lokal atau nasional, pembelian online dan sebagainya (*kompas.com*, 06/02/2019).

Berbeda dengan Go-Pay dan OVO, dompet digital BUMN LinkAja akan bisa langsung terhubung dengan dana milik pengguna yang memiliki tabungan atau kartu kredit di bank BUMN. Jadi pengguna LinkAja tidak perlu melakukan isi ulang atau *top up*. Dengan adanya sistem ini nantinya akan tercipta keuntungan dua arah. Nasabah yang punya tabungan di Bank BUMN ketika memiliki LinkAja tidak perlu lagi melakukan *top up*. Sementara yang mempunyai LinkAja tetapi belum punya tabungan bisa membuka tabungan dengan sistem ini (*cnbcindonesia.com*, 09/04/2019).

Tingginya pertumbuhan transaksi dengan menggunakan pembayaran elektronik tidak akan bertahan jika tidak diikuti dengan upaya kualitas pelayanan dan memahami preferensi konsumen dalam menggunakan *e-money*. Berdasarkan hal tersebut, perlu dilihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan sistem pembayaran *e-money* sebagai alat pembayaran khususnya di kota Bandung.

Kota Bandung merupakan kota yang sangat peka dengan perkembangan teknologi. Hal ini terbukti dengan terpilihnya kota Bandung sebagai juara pertama dalam Indonesia *Digital Economy Award* pada tahun 2016 ([www.pikiran-rakyat.com](http://www.pikiran-rakyat.com), 12/05/2016). Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan kota Bandung sedang gencar dalam upaya mewujudkan Bandung *Smart City*, dimana teknologi bukan lagi menjadi gaya hidup melainkan suatu kebutuhan. Kota Bandung juga merupakan finalis 6 (enam) besar di dunia untuk Inovasi *Smart City* dari *World Smart City Organization*, sehingga akan sangat tepat jika penelitian ini dilakukan di kota Bandung. ([www.kbknews.id](http://www.kbknews.id), 18/11/2015)

Sistem pembayaran *e-money* memberikan banyak manfaat daripada menggunakan uang tunai maupun non-tunai diantaranya menghindari dari kesalahan penghitungan kembalian, waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi menggunakan *e-money* lebih cepat dibandingkan dengan alat pembayaran seperti ATM, kartu debit, kartu kredit yang memerlukan otorisasi PIN atau tandatangan.

Penelitian ini menggunakan model pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dimana persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) menjadi dua faktor penting yang mempengaruhi pengguna dalam penerimaan teknologi. Ratuolivia (2012) menjelaskan bahwa TAM adalah teori sistem informasi yang membuat model tentang bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi. Model ini mengusulkan bahwa ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru, sejumlah faktor mempengaruhi perilaku mereka tentang bagaimana dan kapan akan menggunakan sistem tersebut, khususnya dalam hal *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Hal ini didukung dengan penelitian dari Purnama & Widiyanto (2012) dan Langelo (2013) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan persepsi

kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Menurut Romadloniyah & Prayitno (2018) persepsi kemudahan penggunaan menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi minat nasabah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Fitra (2019) bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan teknologi. Berbeda dengan penelitian dari Juhri & Dewi (2016), persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan sistem pembayaran elektronik.

Meskipun penggunaan *e-money* sangat cepat, mudah dan efisien namun tidak sedikit masyarakat yang lebih memilih menggunakan uang *cash* dalam bertransaksi. Kendala di masyarakat akan *e-money* yaitu masyarakat belum percaya 100% terhadap konsep dan mekanisme dompet digital atau *e-money* dan sebagian besar masyarakat belum paham cara isi ulang uang elektronik. Dalam implementasinya, perkembangan uang elektronik masih memiliki kendala dalam kesiapan masyarakat dalam menghadapi era *cashless society*. Menerapkan *cashless society* tidaklah mudah. Upaya mengurangi penggunaan instrumen tunai belakangan gencar diperkenalkan yang tidak luput dari sebuah risiko dalam menggunakan sistem pembayaran yang baru. ([www.iprice.co.id](http://www.iprice.co.id), 29/12/2017)

Persepsi risiko adalah sebuah kekhawatiran pengguna akan ketidakpastian atau kemungkinan yang mungkin akan timbul saat menggunakan sistem pembayaran elektronik (Santosa, 2014). Banyak orang memandang bahwa teknologi ini memiliki risiko, terutama karena disebabkan terkait sistem pembayaran. Faktor risiko penggunaan ini perlu diperhatikan oleh pihak penerbit uang elektronik/*e-money* untuk meminimalisir persepsi masyarakat akan risiko transaksi yang dapat terjadi.

Terhindar dari berbagai kekhawatiran pada saat bertransaksi menggunakan uang elektronik. Beberapa faktor risiko yang dapat terjadi oleh pengguna uang elektronik diantaranya ialah kesalahan dalam memasukan nomor atau kode saat pengisian ulang uang elektronik (*top up*) akibat kesalahan pengguna sendiri (*human error*) atau karena fasilitas yang belum maksimal dan hanya terfokus pada beberapa kota besar saja (Priambodo & Prabawani, 2016).

Dalam kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian, secara otomatis mengandung risiko, dalam kondisi yang berisiko, diperlukan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan (Mayer *et al.*, 1995). Kepercayaan dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kinerja individu dalam melakukan kegiatan organisasi atau perusahaan. Kepercayaan juga membantu pengguna untuk mengurangi kompleksitas sosial dalam menghadapi kemungkinan yang tidak diinginkan (Hadri & Rendha, 2011).

Konsumen masih lebih nyaman untuk menggunakan uang fisik, uang *cash* atau kartu. Hal ini dikarenakan masih rendahnya faktor kepercayaan pengguna yang melakukan pembayaran melalui *e-money*. Untuk itu tentunya perlu dilakukan tahap penyempurnaan dalam metode pembayaran *e-money* dan adanya edukasi dari pelaku *e-commerce*, operator, perusahaan keuangan, juga pemerintah untuk meningkatkan penggunaan uang elektronik di Indonesia (*Liputan6.com*, 29/04/2014).

Masalah tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari Langelo (2013) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem pembayaran elektronik. Juhri & Dewi (2016) menyatakan bahwa kepercayaan/*trust* berpengaruh signifikan terhadap penerimaan sistem pembayaran elektronik. Didukung dengan penelitian dari Priyono (2017) yang menyatakan bahwa risiko dan kepercayaan mempengaruhi penerimaan teknologi dengan menggunakan sistem pembayaran elektronik. Penelitian dari Langelo (2013) memiliki perbedaan pendapat dengan hasil penelitian dari Priambodo & Prabawani (2016) yang mengatakan bahwa risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan sistem. Berbeda dengan Panggabean (2018), risiko dan kepercayaan bukan menjadi faktor yang menentukan seseorang untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik di Indonesia.

Dengan melihat adanya masalah-masalah dan inkonsistensi dari hasil penelitian-penelitian terdahulu, maka perlu dianalisis lebih lanjut mengenai pengaruh dari persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi kepercayaan terhadap penggunaan sistem pembayaran *e-money*. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis termotivasi untuk melakukan penelitian

yang berjudul “**Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Penggunaan Sistem Pembayaran *E-Money* (Survey berdasarkan persepsi pengguna *e-money* di Kota Bandung).**”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan sistem pembayaran *e-money*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan sistem pembayaran *e-money*?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap penggunaan sistem pembayaran *e-money*?
4. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan sistem pembayaran *e-money*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan sistem pembayaran *e-money*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan sistem pembayaran *e-money*.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap penggunaan sistem pembayaran *e-money*.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap penggunaan sistem pembayaran *e-money*.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan yang memakai sistem pembayaran *e-money* mengenai persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan persepsi



kepercayaan yang mempengaruhi penggunaan sistem pembayaran *e-money* di Kota Bandung sehingga pihak terkait dapat meningkatkan pelayanan *e-money* yang mereka sediakan.

b. Bagi Penulis

Bagi penulis, penelitian ini adalah untuk menerapkan metode atau ilmu yang didapat selama perkuliahan dan melatih berfikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan. Penulis juga mengharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu sistem informasi akuntansi dan menambah ilmu pengetahuan terutama tentang pengaruh manfaat, kemudahan, risiko dan kepercayaan terhadap penggunaan sistem pembayaran *e-money*.