

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

Bank Indonesia (BI) adalah bank sentral Republik Indonesia. Bank ini memiliki nama lain De Javasche Bank yang dipergunakan pada masa Hindia-Belanda. Sebagai bank sentral, BI mempunyai satu tujuan tunggal, yaitu mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Kestabilan nilai rupiah ini mengandung dua aspek, yaitu kestabilan nilai mata uang terhadap barang dan jasa, serta kestabilan terhadap mata uang negara lain. (Bank Indonesia, 2016)

Untuk mencapai tujuan tersebut BI didukung oleh tiga pilar yang merupakan tiga bidang tugasnya. Ketiga bidang tugas ini adalah menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter, mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran, serta mengatur dan mengawasi perbankan di Indonesia. Ketiganya perlu diintegrasikan agar tujuan mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah dapat dicapai secara efektif dan efisien. Setelah tugas mengatur dan mengawasi perbankan dialihkan kepada Otoritas Jasa Keuangan, tugas BI dalam mengatur dan mengawasi perbankan tetap berlaku, namun difokuskan pada aspek makroprudensial sistem perbankan secara makro. (Bank Indonesia, 2016)

BI juga menjadi satu-satunya lembaga yang memiliki hak untuk mengedarkan uang di Indonesia. Dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya BI dipimpin oleh Dewan Gubernur. Sejak 2013, Agus Martowardojo menjabat sebagai Gubernur BI menggantikan Darmin Nasution. (Bank Indonesia, 2016)

1.1.1 Profil PT Bank Mandiri (Persero) Tbk

Bank Mandiri didirikan pada 2 Oktober 1998, sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah-- yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia dilebur

menjadi Bank Mandiri, dimana masing-masing bank tersebut memiliki peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Sampai dengan hari ini, Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia.

1.1.2 Logo PT Bank Mandiri, Tbk



Gambar 1.1 Logo PT Bank Mandiri, Tbk

(Sumber: Bank Mandiri, 2016)

1.1.3 Visi dan Misi PT Bank Mandiri, Tbk

1.1.3.1 Visi PT. Bank Mandiri, Tbk

Visi PT Jasa Marga, Tbk adalah :

Menjadi Lembaga Keuangan Indonesia yang paling dikagumi dan selalu progresi.

1.1.3.2 Misi PT Bank Mandiri, Tbk

Misi PT Jasa Marga, Tbk adalah :

- a. Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar.
- b. Mengembangkan sumber daya manusia professional.
- c. Memberi keuntungan yang maksimal bagi stakeholder.
- d. Melaksanakan manajemen terbuka.
- e. Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan.

1.1.4 Bidang Usaha PT Bank Mandiri, Tbk

Bidang Usaha PT Bank Mandiri, Tbk adalah Perbankan.

1.1.5 Produk PT Bank Mandiri, Tbk

PT Bank Mandiri, Tbk mempunyai berbagai produk, antara lain:

1. Simpanan
 - Mandiri Tabungan Rupiah.
 - Mandiri Tabungan Asing.

- Mandiri Giro Rupiah.
 - Mandiri Giro Asing.
 - Mandiri Deposito Rupiah.
 - Mandiri Deposito Asing.
2. E-Banking.
- Mandiri ATM.
 - Mandiri Debit.
 - Mandiri Prabayar (e-Money).
 - Mandiri SMS.
 - Mandiri Call: 14000 atau (021) 5299-7777.
 - Mandiri Internet Banking.
 - Mandiri Mobile.
 - Mandiri Mobile iPhone.
 - Mandiri Mobile Android.
 - Mandiri Mobile BlackBerry.
 - Mandiri e-Cash.
3. Kartu Kredit
- Mandiri MasterCard.
 - Feng Shui Card Platinum.
 - Skyz Card Titanium.
 - Everyday Card.
 - Mandiri Visa.
 - Visa Platinum Golf Card.
 - Visa Platinum Card.
 - Golf Card.
 - Gold Card.
 - Silver Card.
 - Kartu Hypermart Gold.
 - Kartu Hypermart Regular.
 - Platinum Corporate Carda.

1.2 Latarbelakang

Uang atau alat tukar menukar adalah elemen penting pada kehidupan manusia. Perubahan alat pembayaran berkembang sangat pesat mengikuti perkembangan ilmu dan teknologi serta kebutuhan manusia. Dewasa ini masyarakat telah menyadari akan pentingnya alat tukar non tunai, baik kertas maupun logam, yaitu dengan alat tukar elektronik. (Purnama,Cahaya Agung & Ibnu Widiyanto,2012:1)

Uang sebagai sesuatu yang secara umum diterima dalam pembayaran barang dan jasa atau pembayaran atas utang”. Berbagai kelebihan yang dimilikinya membuat uang akhirnya menjadi sangat populer saat ini. Semakin beredar luasnya penggunaan uang dalam perekonomian dunia kemudian melatarbelakangi munculnya teori-teori yang membahas tentang uang dalam kaitannya dengan sistem perekonomian suatu negara, salah satunya teori *velocity of money* (perputaran uang). (Mishkin,2004:8)

Uang Elektronik atau *e-Money* adalah uang yang disimpan menggunakan suatu chip atau biasa dikenal *RFID (Radio Frequency Identification)* dan terkoneksi dengan jaringan komputer dan internet. Cara melakukan transaksi dengan uang elektronik ialah dengan menempelkan kartu yang merupakan bentuk dari *e-Money* tersebut pada alat yang bernama *EDC* atau *Electronic Data Capture*. Kartu yang berfungsi sebagai pengganti uang Anda sudah tertanam sebuah chip *RFID* yang disebutkan diawal dan terkoneksi dengan jaringan komputer & Internet, sebagai penyimpanan media digitalnya menggunakan *EFT* atau *Electronic Funds Transfer*. (Bank Indonesia,2016)

Definisi *e-money* menurut “(Serfianto,2010;Purnama,2012:2) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut, yaitu diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang terhadap penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*, digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut, dan yang terakhir nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan

sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Uang Elektronik (*electronic money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit;
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip;
- c. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut;
- d. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. (Bank Indonesia, 2016)

Hingga saat ini terdapat dua basis penerbit uang elektronik yaitu dari perbankan dan telekomunikasi. Bank Indonesia sendiri memagari arti uang elektronik sebagai alat pembayaran yang digunakan untuk transaksi di lembaga yang berbeda. Oleh sebab itu kartu pelanggan tiket kereta tidak tergolong uang elektronik karena diterbitkan dan digunakan hanya di PT Kereta Api Indonesia saja. Begitu pula dengan kartu pelanggan, kartu diskon, atau kartu voucher yang banyak diterbitkan pengusaha retail (seperti kartu Matahari, Timezone, dan sejenisnya) sebab kartu jenis ini tidak mensyaratkan adanya pengisian uang melalui pulsa atau rekening di bank. (Purnama, Cahaya Agung & Widiyanto, 2012:3)

Transaksi Uang elektronik di Indonesia masih terbilang rendah yaitu sekitar 0,3 persen baik secara volume maupun nilai, pemerintah terus melakukan inovasi serta terobosan baru untuk meningkatkan transaksi uang elektronik di Indonesia salah satunya dengan cara meluncurkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) sehingga dapat mengurangi sistem pembayaran dan transaksi yang didominasi transaksi tunai. Salah satu sektor yang telah mengaplikasikan penggunaan uang elektronik adalah transportasi. Sebagai contoh adalah transaksi

untuk menggunakan TransJakarta yang diharuskan menggunakan uang elektronik. (Kompas, 2014)

Bank Indonesia menyebutkan, rata-rata harian penggunaan uang elektronik di Indonesia, saat ini mencapai Rp 8,7 miliar dengan volume transaksinya mencapai sekitar 420.000 per hari. Penggunaan uang elektronik yang makin masif diharapkan dapat mengurangi peredaran uang tunai. Cara ini diharapkan bisa menjangkau masyarakat luas. (Kompas, 2014)

Meski kurang begitu populer, tetapi PT Bank Mandiri Tbk (BMRI) mencatat, hingga Maret 2012 jumlah e-toll card yang telah diterbitkan mencapai lebih dari 693.000 kartu atau meningkat 239 persen dibandingkan dengan posisi Maret 2011. Sedangkan jumlah transaksinya mencapai 4,8 juta transaksi per bulan, meningkat 300 persen dari jumlah transaksi pada periode Maret 2011 yang tercatat sebanyak 1,2 juta transaksi. (Sindonews.com, 2012)

Tabel 1.1

Jumlah Pengguna Uang Elektronik di Indonesia

Tahun	Jumlah Penggunaan Uang Elektronik(Transaksi)
2012	21,869,946
2013	36,225,373
2014	35,738,233
2015	44,540,498

(sumber : Bank Indonesia, 2016)

Jumlah pengguna uang elektronik setiap tahun mengalami peningkatan secara konsisten namun peningkatan yang paling drastis adalah pada tahun 2012 ke tahun 2013 karena pada tahun itu awal uang elektronik dalam promosi dan sosialisasi besar-besaran.

Penerbit uang elektronik didominasi oleh lembaga selain bank sebanyak 11 penerbit diikuti oleh bank umum konvensional sebanyak sembilan penerbit. Adapun daftar tabel dari penerbit *e-money* adalah seperti berikut ini:

Tabel 1.2

Daftar Penyelenggara Uang Elektronik yang Telah Memperoleh Izin dari Bank Indonesia Per Agustus 2016

No.	Nama	Surat dan Tanggal Izin	Tanggal Efektif Operasional
1.	PT. Artajasa Pembayaran Elektronik	No. 14/327/DASP tanggal 9 Mei 2012	21 November 2012
2.	PT. Bank Central Asia Tbk	No. 11/424/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009
3.	PT. Bank CIMB Niaga	No. 15/119/DASP tanggal 13 Februari 2013	27 Maret 2013
4.	PT. Bank DKI	No. 11/429/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009
5.	PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk	No. 11/434/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009
6.	PT. Bank Mega Tbk	No. 11/443/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009
7.	PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	No. 11/438/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009
8.	PT. Bank Nationalnobu	No. 15/148/DASP tanggal 26 Februari 2013	29 April 2013
9.	PT. Bank Permata	No. 15/26/DASP tanggal 11 Januari 2013	23 Januari 2013
10.	PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	No. 12/691/DASP tanggal 13 Agustus 2010	29 Desember 2010

11.	PT. Finnet Indonesia	No. 14/277/DASP tanggal 16 April 2012	1 Juni 2012
12.	PT. Indosat, Tbk	No. 11/513/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009
13.	PT. Nusa Satu Inti Artha	No. 14/898/DASP tanggal 20 Desember 2012	25 Maret 2013
14.	PT. Skye Sab Indonesia	No. 11/431/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009
15.	PT. Telekomunikasi Indonesia	No. 11/432/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009
16.	PT. Telekomunikasi Seluler	No. 11/513/DASP tanggal 3 Juli 2009	3 Juli 2009
17.	PT. XL Axiata, Tbk	No. 12/816/DASP tanggal 6 Oktober 2010	29 Maret 2011
18.	PT. Smartfren Telecom Tbk	No. 16/85/DKSP tanggal 26 Mei 2014	16 Juni 2014
19.	PT. MVCommerce Indonesia	No. 16/98/DKSP tanggal 17 Juni 2014	29 September 2014
20.	PT. Witami Tunai Mandiri	No.16/129/DKSP tanggal 18 Juli 2014	5 Januari 2015
21.	PT. Espay Debit Indonesia Koe	No. 18/262/DKSP/Srt/B tanggal 29 Februari 2016	20 Juli 2016

(sumber : Bank Indonesia, 2016)

Bank Mandiri merupakan salah satu lembaga penerbit *e-money* yang cukup serius untuk ambil bagian dalam pengembangannya. Hal ini terbukti dengan PT Bank Mandiri Tbk menargetkan pengguna Mandiri e-cash sebanyak 50 juta pengguna sampai tahun 2020. Target tersebut terhitung tinggi mengingat sampai Desember 2015 baru mencapai 1,7 juta dengan nilai transaksi Rp 1,7 triliun. Sementara, untuk mengembangkan Mandiri e-cash, Bank Mandiri

menggelar acara bertajuk Mandiri e-cash Hackaton 2016. Acara tersebut diramaikan oleh 800 programmer yang beradu ide di sisi teknis dan bisnis ini. (liputan6,2016)

Mandiri Prabayar adalah kartu prabayar *contactless*/nirsentuh yang diterbitkan oleh Bank Mandiri. Jenis kartu mandiri prabayar yang saat ini dimiliki oleh Bank Mandiri adalah GazCard, Indomaret Card, dan e-Toll Card. Sedangkan e-Toll Card adalah kartu prabayar *contactless smartcard* yang diterbitkan oleh Bank Mandiri bekerja sama dengan Operator Tol. Saat ini operator tol yang telah bekerja sama yaitu Jasa Marga, Cipta Marga Nusaphala Persada, Marga Mandala Sakti dan Jalan tol Lingkar Luar Jakarta (JLJ). E-Toll Card digunakan untuk transaksi pembayaran tol dan selanjutnya dapat digunakan untuk transaksi di luar *merchant tol*. (Bank Mandiri, 2016)

Menurut Bank Mandiri, manfaat e-Toll Card bagi pemegang kartu atau pengguna adalah :

1. Sebagai pengganti uang tunai.
2. Transaksi pembayaran tol lebih cepat dibandingkan dengan menggunakan *cash*.
3. Dapat digunakan untuk transaksi di luar *merchant tol* (Indomaret, SPBU, beberapa *merchant F&B*, dsb).

Menurut Direktur Utama PT. Jasa Marga Tbk, Frans S Sunito, Pembayaran dengan menggunakan kartu elektronik (*e-toll card*) mampu mempercepat waktu transaksi di pintu tol dari tujuh detik dengan cara tunai menjadi kurang dari empat detik. Hal tersebut dapat mengurangi antrian kendaraan khususnya saat jam sibuk. Kerjasama penggunaan kartu tol elektronik ini telah ditandatangani PT Jasa Marga Tbk dengan PT. Citra Marga Nusaphala Persada Tbk (CMNP), PT. Bintaro Serpong Damai (BSD), dan PT. Marga Mandala Sakti (MMS) serta Bank Mandiri. Kerjasama ini sebagai langkah awal dari modernisasi pengumpulan uang PT Jasa Marga Tbk dan sejumlah operator agar lebih efisien dengan mengurangi pembayaran tunai. "Selain itu dengan metoda pembayaran elektronik akan

mengurangi pelanggaran (*moral hazard*) karena petugas tol tidak menerima langsung pembayaran. (Kompas, 2008)

Dengan demikian para pelanggan tol tidak perlu lagi membawa uang tunai namun cukup menempelkan kartunya (*e-toll card*) untuk transaksi. Menyusul *e-Toll Card* akan dapat dipergunakan di *restaurant* dan toko *retailer* di *rest area toll*, *e-Toll Card* juga dapat akan dipergunakan sebagai alat pembayaran parkir dan *merchant* transportasi lainnya. (Bank Mandiri, 2016).

E-Toll Card Bank Mandiri dipasarkan umum sejak 2009 dan masyarakat dapat membeli e-toll card bank Mandiri di seluruh Cabang Bank Mandiri, Outlet Indomaret di wilayah JABODETABEK dan Kantor gerbang tol di Jabodetabek dan nasabah dapat melakukan isi ulang (*top up*) e-Toll Card di EDC Mandiri prabayar, e-Banking (Mandiri Internet, Mandiri SMS, MandiriATM) atau secara tunai di Cabang Bank Mandiri dan seluruh outlet Indomaret. Khusus untuk transaksi isi ulang (*top up*) melalui Mandiri e-Banking, Pemegang Kartu harus melakukan proses UpdateSaldo di EDC Mandiriprabayar, kecuali di ATM Non-Tunai yang telah dilengkapi *reader* dapat langsung meng-*update* saldo kartu (isi kartu langsung bertambah). (Mandiri, 2016)

Menurut Direktur Utama Jasa Marga, Frans. S. Sunito, program transaksi *e-toll card* ini merupakan salah satu bentuk modernisasi perusahaan untuk meningkatkan pelayanan yang mendapat sambutan positif dari masyarakat, terutama pengguna jalan. Pada tahun 2009 lalu jumlah pengguna kartu prabayar *E-Toll* baru sebesar 1 persen, maka 2010 pertumbuhannya menanjak pesat yakni tumbuh sebesar 6 persen. (Jasamarga, 2016)

Menurut Supratowokepala cabang Jasa Marga Semarang, mengemukakan modernisasi pelayanan pembayaran tol akan terus dikembangkan sebagai wujud komitmen peningkatan pelayanan kepada pengguna jalan tol, khususnya transaksi. “Bagi Jasa Marga, kerjasama ini diharapkan dapat mendukung kelancaran transaksi pembayaran di gerbang tol dan peningkatan efisiensi pengelolaan transaksi pembayaran tol. (Jasamarga, 2012)

Tabel 1.3
Jumlah Kendaraan yang Melewati Jalan Tol di Indonesia

No	Tahun	Jumlah Kendaraan
1	2011	1,091,779,125
2	2012	1,201,365,781
3	2013	1,259,005,028
4	2014	1,313,175,469
5	2015	1,373,572,586

(Sumber : Jasamarga, 2016)

Perusahaan operator tol plat merah, PT Jasa Marga Tbk mengumumkan jumlah transaksi kartu elektronik (*e-toll card*) di gerbang tol pada 2012 meningkat tiga kali lipat dibanding 2011. Hal ini diungkapkan oleh *Corporate Secretary* PT Jasa Marga Tbk, David Wijayatno dalam siaran pers di Jakarta, Kamis, 24 Juli 2013. Ia mengungkapkan peningkatan ini terjadi hampir di semua ruas tol yang mempunyai gerbang tol otomatis. "Ini merupakan respon positif terhadap penambahan jumlah gerbang tol otomatis pada ruas-ruas tol Jasa Marga," kata David. Disebutkan David, transaksi elektronik yang bekerjasama dengan Bank Mandiri ini pada 2012 menjadi 76,35 juta transaksi. Angka ini meningkat tiga kali lipat jika dibandingkan tahun sebelumnya yakni 24,62 juta transaksi. Untuk 2013, pada Juni transaksi *e-toll* telah mencapai 7,9 juta transaksi dengan penetrasi mencapai 12 persen. Angka ini, menurut David, meningkat pada beberapa gerbang yang dekat dengan pemukiman penduduk yang mencapai mencapai lebih dari 20 persen. (Bisnis news viva, 2016)

Tingginya penggunaan *e-toll card* oleh pengguna jalan tol ini tidak lepas dari gencarnya promosi dan edukasi yang terus dilakukan oleh Bank mandiri selaku penerbit maupun sosialisasi yang sudah dilakukan PT Jasa Marga sebagai pengguna. "(Lamb, 2001; Purnama, Agung Cahaya, 2012:2), promosi adalah komunikasi oleh pemasar yang menginformasikan, dan mengingatkan calon pembeli mengenai sebuah produk untuk mempengaruhi suatu pendapat atau memperoleh suatu respon.

Meskipun begitu *e-toll card* masih tergolong produk baru atau inovasi, yaitu setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru “(Kotler,2007; dalam Purnama,2012:2). Oleh karena itu calon penggunaanya biasanya mempertimbangkan aspek kemudahannya untuk mulai memakainya. Rogers mendefinisikan proses penyebaran inovasi (*innovation diffusion process*) sebagai perpencaran gagasan baru dari sumber penemu atau penciptanya ke pengguna atau pemakai akhir. Proses penggunaan konsumen terfokus pada proses mental dan melalui proses ini seseorang akan beralih dari mendengarkan pertama kali tentang inovasi hingga akhirnya menggunakannya.

Minat beli merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan sejauh mana komitmennya untuk melakukan pembelian. Kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap barang dan jasa berkembang dari masa ke masa dan mempengaruhi perilaku mereka dalam pembelian produk. Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka “(Schiffman dan Kanuk, 2000; dalam Purnama, Cahaya Agung, 2012:2). Pengertian perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana suatu pihak yang terlibat dari pemasaran berupa individu, kelompok, atau organisasi dalam melakukan kegiatan pemasarannya seperti memilih, membeli, dan menggunakan barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. (Kotler dan Keller, 2009 : 166)

Menurut Senior Vice President Head of Electronic banking, Rico Frans, Pemegang e-Toll Card Mandiri telah mencapai 1,2 juta orang. Kartu prabayar khusus untuk masuk tol ini terus mengalami peningkatan dari jumlah pemegangnya dan nilai transaksinya. "Total volume transaksinya telah mencapai 8 juta transaksi per bulan di Oktober 2012. (Detik Finance, 2016)

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti minat membeli *e-toll card* di Indonesia. Hal ini disebabkan perilaku konsumen pada masyarakat Indonesia yang hampir sama dengan perilaku konsumen di Negara-negara besar lainnya karena Indonesia merupakan salah satu negara besar yang memiliki ruas jalan tol yang sudah menggunakan *e-toll card*. Kendaraan di kota Indonesia

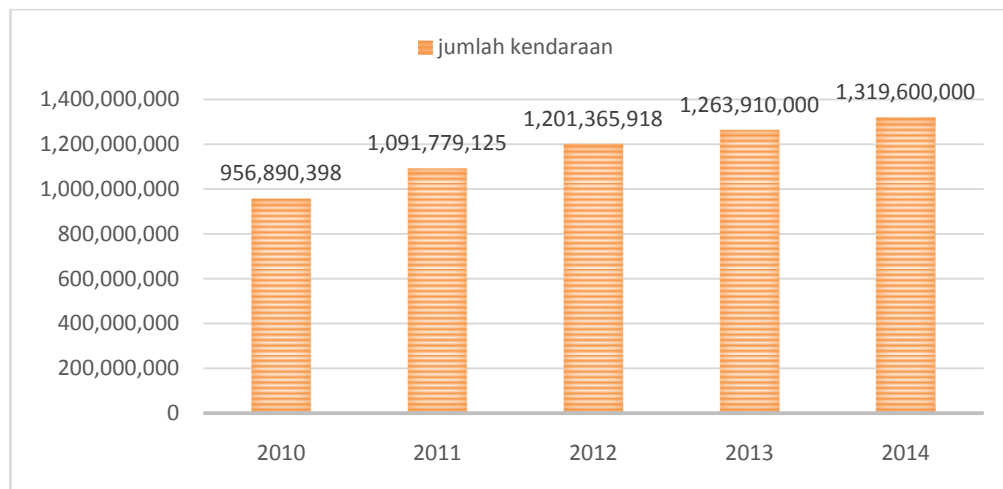
jumlahnya terus meningkat dari tahun ke tahun, dan itu akan menjadi pengguna potensial ruas jalan tol di Indonesia.

Tabel 1.4

Jumlah Kendaraan di Indonesia

Tahun	Mobil Penumpang	Bis	Truk	Sepeda Motor	Total
2009	7 910 407	2 160 973	4 498 171	52767093	67336644
2010	8 891 041	2 250 109	4 687 789	61078188	76907127
2011	9 548 866	2 254 406	4 958 738	68839341	85601351
2012	10 432 259	2 273 821	5 286 061	76381183	94373324
2013	11 484 514	2 286 309	5 615 494	84732652	104118969

(Sumber : BPS, 2014)#tidak termasuk Timor-Timur



Gambar 1.2: Jumlah Kendaraan yang Melewati Jalan Tol di Indonesia

(Sumber: Jasa Marga, 2015)

Data di atas berbanding lurus dengan jumlah penggunaan transaksi elektronik menggunakan *E-Toll Card* di seluruh Indonesia, yang juga mengalami peningkatan, yaitu dari tahun 2009 dimana *E-Toll Card* pertama kali diterapkan di ruas tol dalam kota. Seperti dapat dilihat pada data berikut:

No	Toll Road Section	Year of Implementation	2009	2010	2011	2012	2013	2014	3Q2015
1	Cawang-Tomang-Pluit (Jakarta Inner Ring Road)	2009	2.46%	5.57%	7.36%	11.69%	13.32%	14.72%	22.62%
2	Prof. Dr. Ir. Sedyatmo (Airport)	2009	2.32%	6.21%	8.11%	12.26%	14.45%	16.35%	23.50%
3	Purbaleunyi	2014						0.67%	4.91%
4	Jakarta-Cikampek	2010		1.13%	0.46%	6.78%	8.53%	9.01%	8.77%
5	Palikanci	2012				0.78%	0.68%	0.75%	2.27%
6	Jagorawi	2011			3.22%	9.97%	11.80%	14.90%	11.88%
7	Surabaya-Gempol	2012				3.54%	3.30%	3.05%	6.25%
8	Semarang	2012				1.59%	1.32%	2.13%	8.75%
9	Jakarta Outer Ring Road	2010				11.78%	14.25%	16.04%	21.44%
10	Jakarta-Tangerang	2012				8.42%	13.51%	14.72%	19.95%
11	Belmera	2012				2.29%	2.52%	3.35%	3.54%
12	Bogor Outer Ring Road	2013					5.06%	6.57%	16.44%
13	Semarang-Bawen	2014						2.44%	11.80%
14	Nusa Dua-Ngurah Rai-Benoa	2013					2.93%	1.95%	3.14%
TOTAL			2.42%	5.55%	5.17%	9.25%	10.92%	11.57%	14.57%

Gambar 1.3 Implementasi E-Toll Card di Indonesia

(Sumber: Jasa Marga,2015)

Meskipun pengguna *E-Toll Card* di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, tetapi dapat dilihat pada gambar 1.3 jumlah pengguna *E-Toll Card* sampai saat ini hanya sebesar 14,57% dari seluruh pengguna jalan tol di Indonesia. Tentu ini belum sebanding dan masih berpeluang besar untuk timbulnya antrian yang panjang di gerbang tol saat akan melakukan transaksi pembayaran tarif tol.

Penjualan *E-Toll Card* masih rendah dan kurang peminat. Pada tahun 2012, di Jakarta meskipun Menteri BUMN Dahlan Iskan sudah turun jualan di pintu tol, hasilnya bisa dibilang minim. Dahlan hanya sanggup meraup penjualan Rp 2,05 juta. Artinya jika satu kartu dijual Rp 50 ribu, maka *E-Toll Card* ini terjual sekitar 41 buah. (detikFinance.com,2016)

Menurut industri.kontan.co.id, PT Jasa Marga (Persero) Tbk menargetkan penetrasi penggunaan kartu elektronik (*e-toll card*) untuk konsumen di atas 30%. "Target kita mestinya hingga saat ini sudah di atas 30%, tetapi nyatanya,

Bank Mandiri sebagai pihak ketiga, hanya mampu 14%," kata Direktur Operasi PT Jasa Marga Hasanudin di sela peresmian fasilitas isi ulang *e-Toll Card* di gerbang tol Jakarta. Bank Mandiri harus lakukan sejumlah terobosan, salah satunya adalah mengatasi kendala penetrasi *e-Toll Card* itu dengan cara layanan isi ulang di gerbang tol. "Dominan keluhan pengguna *e-Toll Card* itu adalah susahnya *top up* (isi ulang)," katanya. Selain itu, lanjut Hasan, pekerjaan rumah lainnya adalah agar Bank Mandiri bersedia menggandeng perbankan lainnya agar nasabah bank itu juga bisa menggunakan kartu layanannya di gerbang tol. "Itu sangat simpel dari sisi teknologi, agar penetrasi pengguna *e-Toll Card* lebih banyak lagi," katanya. Hasanudin juga menyebut, total transaksi kendaraan per hari di jalan tol se-Jabotabek sudah mencapai 3,6 juta dan yang bisa dilayani di gerbang tol dengan baik hanya 2,6 juta. "Sehingga sekitar 800.000 hingga 1 juta pengguna jalan tol yang belum bisa akses gerbang tol dengan baik. Ini yang sebabkan, antrean di gerbang tol," katanya. Oleh karena itu, tambahnya, melalui layanan isi ulang di gerbang tol tersebut, maka akan makin mempercepat penetrasi pengguna *e-Toll Card*. "Jika pengguna *e-Toll Card* makin banyak, maka, antrean di gerbang tol makin bisa dikurangi," katanya. (industrykontan, 2016)

Meskipun memiliki banyak keuntungan, kurangnya kepercayaan pada suatu sistem juga dapat bertindak sebagai hambatan potensial untuk penggunaannya dari setiap inovasi yang ada (Dahlberg et al, 2003; Bélanger dan Carter, 2008). Kepercayaan adalah harapan bahwa suatu partai dapat dipercaya akan menyelesaikan tugas dengan baik (Sitkin dan Roth, 1993). Beberapa penelitian telah mempelajari efek kepercayaan pada penerimaan suatu sistem informasi. Namun, masih terdapat kelangkaan penelitian tentang pemahaman implikasi kepercayaan pada penerimaan *e-money* di Indonesia membuat hal tersebut perlu untuk diteliti.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian guna menganalisis mengenai faktor Pengaruh daya Tarik Promosi, Persesi Kemudahan, Persesi Kemanfaatan dan Harga Terhadap Minat Beli *E-Toll Card* Bank Mandiri.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang yang telah dipaparkan sebelumnya maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Perkembangan penjualan *E-Toll card* bank mandiri meningkat tetapi Minat Beli konsumen belum seperti yang diharapkan karena sebagian konsumen masihbertahanuntuk menggunakan pintu gerbang *nontoll electronic*.
2. Minat Beli E-Toll Card Bank Mandiri di duga di pengaruhi oleh daya tarik promosi, persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan dan harga.

1.4 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah daya tarik promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk membeli *e-toll card* mandiri?
2. Apakah persepsi kemudahan (*percieved ease of use*) penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk membeli *e-toll card* mandiri?
3. Apakah persepsi kemanfaatan (*percieved usefulness*) berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk membeli *e-toll card* mandiri?
4. Apakah harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat untuk membeli *e-toll card* mandiri?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat untuk membeli *e-toll card* mandiri.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan (*percieved ease of use*) terhadap minat untuk membeli *e-toll card* mandiri.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemanfaatan (*percieved usefulness*) penggunaan terhadap minat untuk membeli *e-toll card* mandiri.
4. Untuk menganalisis pengaruh harga produk terhadap minat membeli *e-toll card* mandiri.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

a. Bagi penulis:

Menambah wawasan dan keilmuan dalam bidang penelitian yang dilakukan serta menambah kepuasan intelektual.

b. Bagi pembaca:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan keilmuan bagi pembaca serta dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan literatur dalam bidang penelitian.

c. Bagi PT Bank Mandiri, Tbk :

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan data mengenai kesiapan masyarakat terkait dengan penerapan *e-toll card* dan memberikan dasar untuk penerapan *E-Toll Card*. Bagi penerbit uang elektronik, pada khususnya Bank Mandiri dan PT Jasa Marga selaku objek pengguna, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen menggunakan *e-Toll Card*.

1.6.2 Aspek Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan sehingga apa yang menjadi kebutuhan bagi konsumen dapat terpenuhi dan dapat mempengaruhi tercapainya tujuan perusahaan.

1.7 Ruang lingkup penelitian

Pemelitian ini adalah tentang kecenderungan minat beli konsumen akan *e-toll member card* di Indonesia. Penelitian ini dikhususkan untuk meneliti daya tarik promosi, persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan harga terhadap minat beli *e-toll member card* Mandiri. Penelitian ini menggunakan sampel dari konsumen yang pernah melakukan pembelian *e-toll member card*.

1.7.1 Lokasi Penelitian Objek Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Indonesia. Objek penelitian ini dilakukan secara online terhadap para pengguna atau seseorang yang pernah membeli e-toll member card di Indonesia.

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Berdasarkan waktu yang digunakan, penelitian ini merupakan jenis penelitian *Cross Sectional Time*, karena penelitian hanya dilakukan satu kali waktu dan tidak membutuhkan waktu yang lama.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang landasan teori yang menerangkan tentang perilaku konsumen dan teori-teori lain yang berhubungan dengan penelitian ini, selain itu juga terdapat kerangka pemikiran teoritis, penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang definisi variabel operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang hasil penelitian secara sistematika kemudian dianalisis dengan menggunakan metode penelitian yang telah ditetapkan untuk selanjutnya diadakan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan yang merupakan ringkasan dari keseluruhan hasil penelitian yang diperoleh dalam pembahasan dan saran dari hasil penelitian yang dapat dijadikan masukan bagi para pembuat kejadian dan para peneliti selanjutnya.