

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), uang adalah alat tukar atau standar pengukur nilai (kesatuan hitungan) yang sah, dikeluarkan oleh pemerintah suatu negara berupa kertas, emas, perak, atau logam lain yang dicetak dengan bentuk dan gambar tertentu. Perkembangan teknologi dan informasi saat ini banyak memberi dampak ke berbagai bidang, salah satunya pada bidang sistem pembayaran dengan munculnya teknologi *electronic money* (Hidayati *et al.*, 2006:1).

Uang elektronik (*electronic money*) atau *e-money* menurut Serfianto *et al* (2012) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut, yaitu diterbitkan atas dasar nilai uang yang di setor 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 yang dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Menurut *Bank For International Settlement* (BIS) dalam Hidayati *et al* (2006:2), *e-money* merupakan produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronis yang dimiliki seseorang. Dalam ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 3, “Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.”

*E-money* pertama kali muncul sebagai instrument pembayaran baru pada awal dekade 1990-an (Westland *et al.*, 1998), dan diperkenalkan di Indonesia sejak tahun 2007 (Bank Indonesia, 2011). Untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap uang elektronik atau *e-money* ini, Pemerintah Indonesia secara resmi dan sah menyetujui dan mengatur hal-hal terkait penyelenggaraan, penggunaan, dan transaksi dengan uang elektronik (*e-money*) di Indonesia terhitung sejak tanggal 13 April 2009, melalui Peraturan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2009 ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)).

Banyak manfaat kelebihan yang didapatkan dari penggunaan *e-money* dibandingkan dengan uang tunai maupun alat pembayaran non-tunai lainnya, antara lain :

- Lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang tunai, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), dikarenakan nasabah tidak perlu lagi menyediakan sejumlah uang pas untuk melakukan suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Selain dari itu, penggunaan *e-money* dapat menghilangkan kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi.
- Dengan menggunakan *e-money*, waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dapat dilakukan dengan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit karena tidak harus memerlukan proses otorisasi *on-line*, tanda tangan maupun PIN. Selain dari itu, dengan transaksi *off-line* biaya komunikasi dapat dikurangi.
- *Electronic value* dapat diisi ulang ke dalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh *issuer* atau penerbit *e-money*.

Berikut daftar penerbit *e-money* di Indonesia :

**Tabel 1.1 Daftar Penerbit *E-money* di Indonesia**

<b>No.</b>	<b>Issuer</b>
1.	BPD DKI JAKARTA
2.	BANK MANDIRI
3.	BANK CENTRAL ASIA
4.	PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA
5.	PT. TELEKOMUNIKASI SELULAR
6.	BANK MEGA
7.	PT. SKYE SAB INDONESIA
8.	PT. INDOSAT
9.	BANK NEGARA INDONESIA
10.	BANK RAKYAT INDONESIA
11.	PT. XL AXIATA
12.	PT. FINNET INDONESIA
13.	PT. ARTAJASA PEMBAYARAN
14.	BANK PERMATA
15.	BANK CIMB NIAGA
16.	PT. NUSA SATU INTI ARTHA
17.	PT. BANK NATIONALNOBU
18.	PT. SMARTFREN TELECOM
19.	PT. MVCOMMERCE INDONESIA
20.	PT. WITAMI TUNAI MANDIRI

*Sumber : Bank Indonesia, 2016*

( [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) )

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Sistem pembayaran sangat dekat kaitannya dengan kehidupan kita sehari-hari. Dapat dikatakan hampir setiap saat para pelaku ekonomi serta masyarakat umum lainnya melakukan kegiatan transaksi perekonomian. Kegiatan transaksi tersebut juga memiliki kaitan yang sangat erat dengan sistem pembayaran. Pembayaran dapat diartikan sebagai perpindahan nilai antara dua belah pihak, dimana secara bersamaan terjadi perpindahan barang dan jasa (Biro Pengembangan dan Kebijakan Sistem Pembayaran, 2006).

Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1999, sistem pembayaran merupakan sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipergunakan untuk dilakukannya pemindahan dana guna memenuhi kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Perkembangan teknologi pada saat ini tidak dapat dipungkiri telah mengalami pertumbuhan yang pesat, khususnya di Indonesia. Hal tersebut tentunya membawa banyak dampak perubahan pada kehidupan masyarakat Indonesia serta turut mempengaruhi gaya hidup masyarakat masa kini. Banyak manfaat dan kemudahan yang masyarakat rasakan berkat kemajuan teknologi ini, salah satunya dalam bidang industri keuangan. Kini sistem pembayaran yang semula hanya menggunakan uang tunai (*cash based*), dapat menggunakan alat pembayaran berbasis non tunai (*non cash based*).

Penggunaan dan pemanfaatan teknologi dalam industri keuangan telah merambah di segala aspek dan telah mampu mengubah tatanan sistem keuangan modern. Melalui kemampuan yang ditawarkannya, Teknologi Informasi terbukti dapat menekan biaya, menciptakan proses kerja yang lebih cepat dan efisien, serta menawarkan tingkat fleksibilitas yang tinggi (Prihatin, 2010). Sejarah membuktikan perkembangan alat pembayaran terus berubah-ubah bentuknya, mulai dari bentuk logam, uang kertas konvensional, hingga kini alat pembayaran telah mengalami evolusi berupa data yang dapat ditempatkan pada suatu wadah atau disebut dengan alat pembayaran elektronik / non tunai (Adiyanti, 2015). Adanya peningkatan volume dan nilai transaksi pembayaran non tunai, antara lain

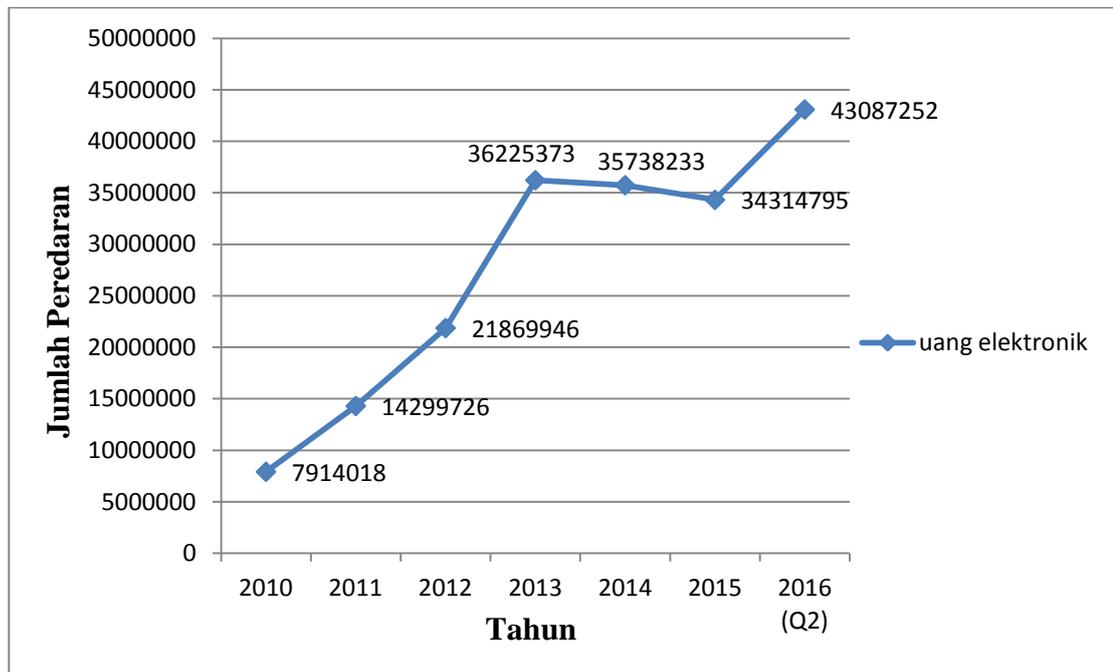
didorong oleh meningkatnya pembangunan, penggunaan teknologi, dan pertumbuhan ekonomi (Nirmala dan Widodo, 2011:37).

Bank Indonesia (2011) menyatakan bahwa uang tunai masih menjadi alat pembayaran utama di masyarakat, namun dalam hal efisiensi dan keamanan uang tunai masih memiliki kendala. Penggunaan alat pembayaran non-tunai menawarkan berbagai kemudahan kepada masyarakat antara lain melakukan transaksi dapat lebih aman, cepat, dan efisien. Hal tersebut dinilai lebih praktis dan ekonomis. Alat pembayaran non-tunai saat ini sudah semakin berkembang dan semakin banyak dipakai masyarakat khususnya masyarakat Indonesia. Sistem pembayaran non-tunai pada umumnya dilakukan dengan cara transfer dengan fasilitas sistem pembayaran non-tunai yang diberikan oleh bank seperti dengan menggunakan kartu ATM, kartu debit, kartu kredit, dan uang elektronik.

Uang elektronik atau lebih dikenal dengan *e-money* merupakan alat/instrument pembayaran non tunai yang relatif baru. Menurut *Bank for International Settlement* (BIS) merupakan salah satu produk alat pembayaran non tunai *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang. *Electronic money* memiliki beberapa kelebihan jika dibandingkan dengan alat pembayaran elektronik lainnya, yaitu mengedepankan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam melakukan berbagai transaksi. Sebagai alat pembayaran elektronik yang relatif baru, khususnya di Indonesia, *e-money* bertujuan untuk mengurangi tingkat penggunaan uang tunai. Perkembangan *e-money* mampu menciptakan *trend less cash society*, yaitu perilaku masyarakat yang menggunakan transaksi non tunai dengan memanfaatkan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh alat-alat transaksi tersebut (Waspada, Ikaputera. 2012).

Penerapan penggunaan sistem pembayaran *e-money* khususnya di Indonesia saat ini semakin meningkat pesat. Minat masyarakat Indonesia dalam menggunakan *e-money* dari tahun ke tahun juga meningkat. Hal tersebut didukung

dengan data dari Bank Indonesia yang menunjukkan jumlah *e-money* yang beredar di Indonesia.



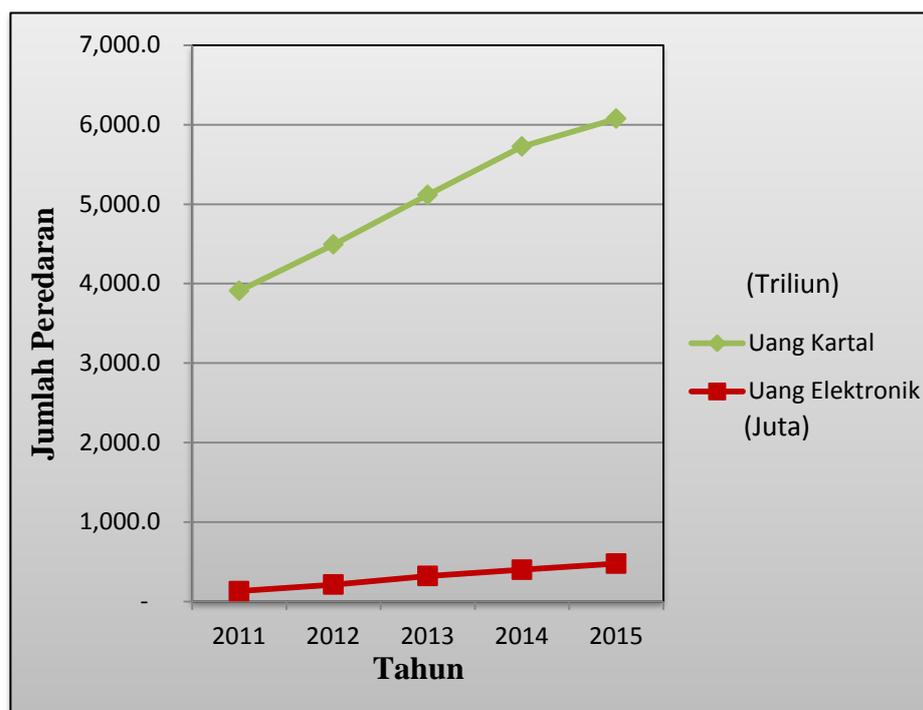
**Gambar 1.1 Jumlah Peredaran *E-Money* di Indonesia**

*Sumber : Bank Indonesia, 2016*

( [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) )

Menurut gambar 1.1 di atas menunjukkan jumlah uang elektronik dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan yang pesat. Pada tahun 2010 jumlah *e-money* yang beredar di Indonesia dari hanya berjumlah 7.914.018, meningkat signifikan di tahun 2013 dengan mencapai jumlah 36.225.373. Namun pada tahun 2014, jumlah peredaran *e-money* di Indonesia mengalami penurunan sebesar 487.140 menjadi 35.738.233 dan pada tahun 2015 jumlah peredaran *e-money* kembali mengalami penurunan yang lebih besar dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 1.423.438 menjadi 34.314.795. Di tahun 2016 per bulan Agustus, penggunaan uang elektronik atau *e-money* di Indonesia kembali mengalami kenaikan yang cukup besar yaitu sebesar 8.772.457 menjadi 43.087.252.

Dari awal peluncuran *e-money* hingga sekarang jumlah peredaran *e-money* cukup menunjukkan pertumbuhan yang baik. Hal tersebut menunjukkan masyarakat Indonesia memiliki ketertarikan dalam menggunakan alat pembayaran *e-money*. Namun jika dibandingkan dengan statistik peredaran uang kartal di Indonesia, jumlah peredaran uang elektronik masih jauh berada dibawah jumlah penggunaan uang kartal. Berikut perbandingan jumlah peredaran uang kartal dengan jumlah peredaran uang elektronik.



**Gambar 1.2 Perbandingan Jumlah Peredaran Uang Kartal dan Uang Elektronik di Indonesia**

*Sumber : Bank Indonesia, 2015*

Berdasarkan gambar 1.2 di atas, jumlah peredaran uang elektronik di Indonesia masih tertinggal jauh dibandingkan dengan jumlah peredaran uang kartal di Indonesia. Jumlah peredaran uang kartal mencapai angka triliun, sedangkan jumlah peredaran uang elektronik masih berada pada angka jutaan. Dari data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik (*e-money*) di

Indonesia masih begitu rendah dan belum maksimal jika dibandingkan dengan penggunaan uang kartal.

Walaupun masih relative baru dibandingkan dengan alat pembayaran non tunai lainnya seperti kartu kredit dan atm, *e-money* memiliki jumlah dan nilai transaksi yang cukup besar. Berikut perbandingan antara uang elektronik (*e-money*) dengan alat pembayaran non-tunai lainnya :

**Tabel 1.2 Jumlah dan Nilai Transaksi Alat Pembayaran Non Tunai di Indonesia**

Tipe	Periode	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Kartu Debit / ATM</b>	Volume	1,812,075,881	2,262,299,433	2,824,108,310	3,461,149,865	4,077,696,164	4,574,387,633
	Nomina 1	2,001,853,202	2,477,041,450	3,065,080,042	3,797,370,438	4,445,073,437	4,897,794,435
<b>Kartu Kredit</b>	Volume	199,036,427	209,352,197	221,579,851	239,098,519	254,320,061	281,325,840
	Nomina 1	163,208,491	182,602,331	201,840,736	223,369,577	255,057,458	280,543,930
<b>Uang Elektronik</b>	Volume	26,541,982	41,060,149	100,623,916	137,900,779	203,369,990	535,579,528
	Nomina 1	693,467	981,297	1,971,550	2,907,432	3,319,556	5,283,018

\* Nominal dalam juta, volume dalam unit dari transaksi

Sumber : Bank Indonesia, 2015

( [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) )

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dapat diketahui bahwa transaksi uang elektronik atau *e-money* dari tahun 2010 hingga 2015 mengalami peningkatan, baik dilihat dari volume transaksi maupun nominal transaksi. Namun, Kartu debit/ATM memiliki jumlah terbanyak dengan jumlah volume transaksi sebesar 4.574.387.633 dan jumlah nominal transaksi mencapai Rp. 4.897.794.435 (dalam juta) . Sedangkan *e-money* memiliki jumlah transaksi sebesar 535.579.528 dengan jumlah nominal transaksi sebesar Rp. 5.283.018 (dalam juta). Jika dilihat dari segi pertumbuhan dari awal tahun 2010 hingga 2015, *e-money* mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Berdasarkan data tersebut dapat diambil

kesimpulan bahwa jumlah transaksi *e-money* baik dilihat dari volume transaksi maupun nominal transaksi juga dari segi pertumbuhan dari tahun ke tahun mengalami kenaikan yang cukup pesat, tetapi jumlahnya masih kalah jauh dibandingkan dengan jumlah transaksi kartu debit/ATM.

Sampai pada tahun 2016, ada 20 lembaga baik bank maupun non bank yang menerbitkan uang elektronik atau *e-money* diantaranya BPD DKI Jakarta, Bank Mandiri, Bank Central Asia (BCA), PT. Telekomunikasi Indonesia, PT. Telekomunikasi Selular, Bank Mega, PT. SKYE SAB Indonesia, PT. Indosat, Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), PT. XL Axiata, PT. Finnet Indonesia, PT. Artajasa Pembayaran Elektronik, Bank Permata, Bank CIMB Niaga, PT. Nusa Satu Inti Artha, PT. Bank Nationalnobu, PT. Smartfren Telecom (Bank Indonesia, 2016).

Suzianti, Hidayati, dan Muslim (2015) mengatakan bahwa penggunaan *e-money* memberikan keuntungan bagi berbagai pihak antara lain, bagi masyarakat akan mempermudah transaksi pembayaran secara cepat dan aman, bagi industry dapat membantu menyelesaikan masalah *cash handling* yang selama ini dialami saat menggunakan uang tunai sebagai metode pembayaran. Selain itu, penggunaan *e-money* juga memberikan keuntungan bagi Bank Indonesia, yaitu dapat meningkatkan efisiensi pencetakan uang dan mengurangi pengandangan uang.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa pertumbuhan *e-money* baik dari segi jumlah pengguna maupun dari segi jumlah transaksi sangatlah pesat. Namun jika dilihat dari perbandingan antara jumlah pengguna uang elektronik atau *e-money* dengan jumlah rekening yang ada dalam industri perbankan dan jumlah pengguna nomor telepon seluler dalam industri telekomunikasi, jumlah pengguna *e-money* masih sangat sedikit.

**Tabel 1.3 Perbandingan Jumlah Pengguna *E-Money* Dengan Jumlah Pemilik Nomor Telepon Selular dan Rekening Bank**

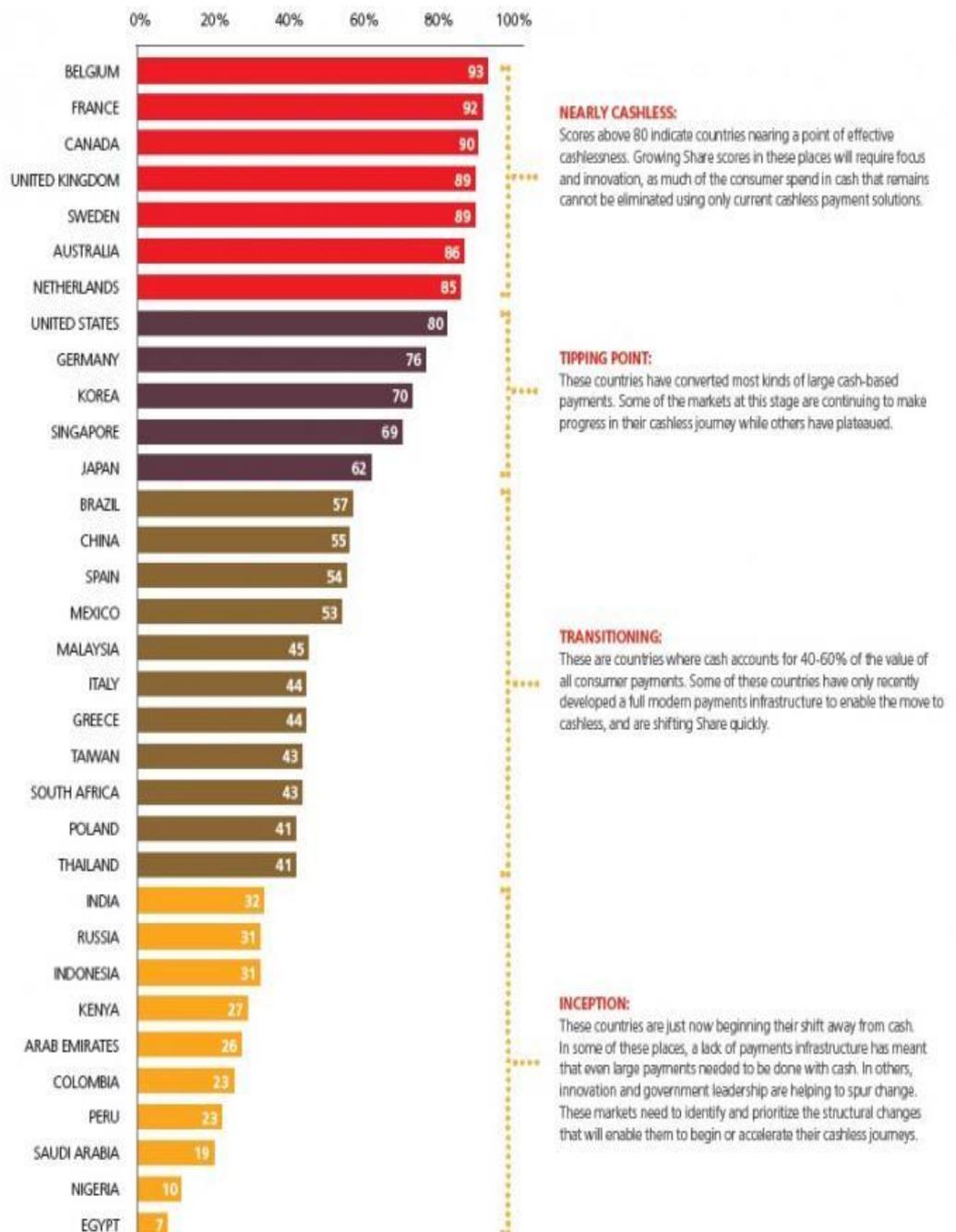
Jumlah Rekening (Bank) Tahun 2014	Jumlah <i>e-money</i> Tahun 2014	Jumlah Pengguna Nomor Telepon (Telekomunikasi) Tahun 2014	Jumlah <i>e-money</i> Tahun 2014
152.8 Juta Rekening	Tidak Lebih dari 36 Juta	281 Juta Pengguna	Tidak Lebih dari 36 Juta

*Sumber : Data Diolah Peneliti*

Menurut tabel 1.3 diatas pada tahun 2014, perbankan mencatat ada sekitar 152.8 juta rekening di Indonesia (Wansyah, 2014) dan industri Telekomunikasi mencatat pada tahun 2014 terdapat sekitar 281 juta pengguna nomor telepon seluler (Simamora, 2014). Namun jika dibandingkan dengan jumlah pengguna *e-money*, perbandingan jumlah nya sangat jauh tidak lebih dari 36 juta pengguna *e-money* (Bank Indonesia, 2014). Hal tersebut menunjukkan bahwa masih kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan alat pembayaran elektronik *e-money*. Pihak Bank Indonesia juga telah mengakui bahwa masyarakat di Indonesia telat terbiasa memakai uang fisik, sehingga sulit untuk berpindah ke uang digital (Mahardi, 2014).

Dalam mendukung terciptanya *trend less cash society*, Bank Indonesia mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada 14 Agustus 2014 (Bank Indonesia, 2014). Dicanangkannya GNNT bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrument non tunai, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang menggunakan instrument non tunai (*Less Cash Society*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya (Bank Indonesia, 2014).

Negara-Negara lain pun saat ini sedang mencanangkan gerakan *Trend Cashless* demi terciptanya efisiensi penggunaan uang elektronik (*e-money*). Berikut beberapa Negara yang menerapkan gerakan *Trend Cashless*.



**Gambar 1.3 Negara-Negara Trend Cashless**

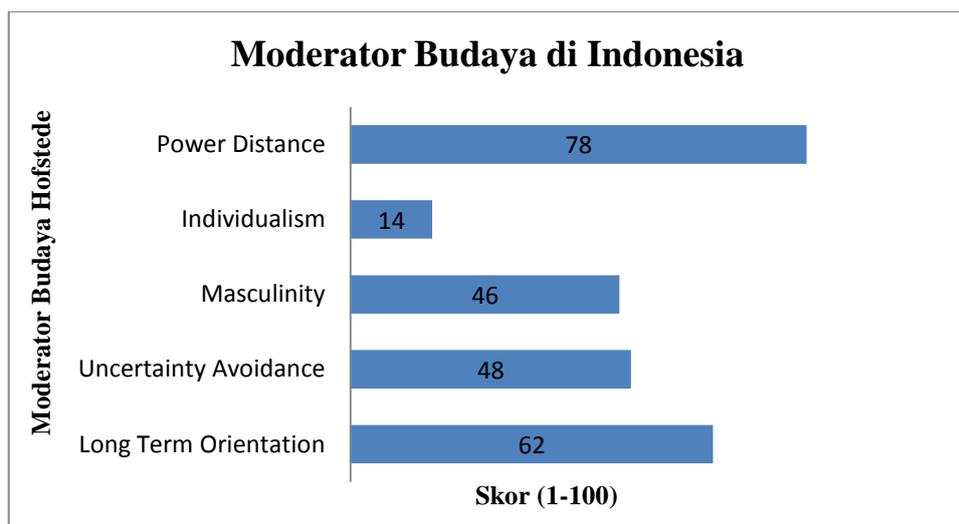
*Sumber : World Beyond Cash , 2013*

Pada gambar 1.3 di atas menjelaskan bahwa terdapat 4 tingkatan Negara-negara yang dikelompokkan dalam beberapa kategori antara lain *nearly cashless*, *tipping point*, *transitioning*, dan *inception*. Negara-negara yang masuk kategori *nearly cashless* menunjukkan bahwa Negara-negara tersebut telah mendekati titik efektif dalam penerapan *trend cashless society*. Pada kategori *tipping point* menunjukkan bahwa penerapan *trend cashless society* sudah cukup banyak namun belum se efektif kategori *nearly cashless*. Pada kategori *transitioning* ini Negara-negara baru dalam tahap masa transisi perpindahan dari menggunakan system pembayaran uang tunai ke uang elektronik. Dan yang terakhir, pada kategori *inception* ini dapat dikatakan bahwa Negara-negara tersebut baru menerapkan system pembayaran *cashless* dan masih sangat didominasi oleh system pembayaran *cash* atau tunai. Jika dilihat pada gambar 1 diatas, Indonesia masuk dalam kategori *inception*. Hal tersebut mempertegas bahwa penerapan sistem pembayaran non tunai khususnya uang elektronik di Indonesia masih sangat kurang di minati masyarakat.

Budaya (*culture*) merupakan keseluruhan pola pemikiran, perasaan dan tindakan dari suatu kelompok sosial, yang membedakan dengan kelompok sosial yang lain (Tjahjono, 2010). Teori budaya menurut Hofstede yaitu teori dimensi budaya dimana teori ini membahas dimensi-dimensi budaya nasional yang termasuk dalam budaya kerja untuk menghubungkan nilai-nilai budaya tersebut dengan perilaku (Tjahjono, 2010).

Hofstede & Bond (1988) dalam Baptista & Oliveira (2015) mengklasifikasikan budaya menjadi lima dimensi yaitu : *Power Distance* (tingkat dimana individu dapat menerima perbedaan tingkat kekuasaan atau berjuang dalam kesetaraan tingkat hierarki), *Individualism / Collectivism* (sejauh mana individu dapat terhubung dengan kelompok), *Masculinity / Femininity* (tingkat nilai social berdasarkan sudut pandang gender), *Uncertainty Avoidance* (tingkat toleransi masyarakat terhadap ambiguitas) dan *Long/ Short Term Orientation* (kaitan hubungan masa lalu dengan tindakan saat ini dan masa depan).

Menurut Park *et al* (2006) dalam Baptista dan Oliveira (2015) , beberapa penelitian menyatakan bahwa faktor budaya harus termasuk dalam model penerimaan teknologi. Hal tersebut didukung oleh Srite & Karahanna (2006) dalam Baptista dan Oliveira (2015) yang menyatakan bahwa nilai-nilai budaya memiliki peran yang penting sebagai moderator dalam penerimaan teknologi. Berikut adalah gambaran moderator budaya di Indonesia menurut Hofstede (1980) yang dikutip dalam website resmi Hofstede.



**Gambar 1.4 Moderator Budaya di Indonesia**

Sumber : [www.geert-hofstede.com](http://www.geert-hofstede.com)

Gambar 1.4 menggambarkan bahwa budaya di Indonesia menurut Hofstede yang dikutip dalam website resminya, dari skor 1-100 *power distance* memiliki angka tertinggi. Dimensi *power distance* ini berkaitan dengan fakta bahwa semua individu dalam masyarakat itu tidak sama, yang berarti terdapat kesenjangan diantara masyarakat. Dimensi *power distance* ini merupakan dimensi yang tertinggi dengan skor (78), yang berarti bahwa dimensi ini lebih dominan dalam mencerminkan Indonesia ([www.geert-hofstede.com/indonesia](http://www.geert-hofstede.com/indonesia)).

Dimensi *individualism* ini berkaitan dengan tingkat ketergantungan masyarakat dalam mempertahankan diantara anggotanya. Dimensi ini memiliki

tingkat skor yang rendah, yaitu (14) yang menyatakan bahwa masyarakat Indonesia merupakan masyarakat kolektivis. Dengan demikian, ada preferensi tinggi untuk kerangka sosial yang didefinisikan kuat dimana individu diharapkan sesuai dengan cita-cita masyarakat dan di kelompok mana mereka berasal. Misalnya, di Indonesia jika seseorang ingin menikah, maka menjadi sesuatu yang penting untuk bertemu terlebih dahulu dengan keluarga calon pasangan karena keluarga sangat penting bagi pengantin ([www.geert-hofstede.com/indonesia](http://www.geert-hofstede.com/indonesia)).

Pada dimensi *masculinity*, Indonesia mendapatkan skor (46). Skor yang rendah pada dimensi ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia dianggap rendah dalam hal maskulinitas. Status Indonesia dan simbol terlihat dari keberhasilan yang penting tetapi tidak selalu dilihat dari keuntungan materi yang membawanya pada motivasi. Sering kali posisi bahwa seseorang memegang yang lebih penting bagi mereka karena konsep Indonesia disebut "gengsi" atau diterjemahkan menjadi, "penampilan luar". Hal ini penting bahwa "gengsi" akan sangat dipertahankan sehingga memproyeksikan penampilan luar yang berbeda yang bertujuan untuk mengesankan dan menciptakan aura status ([www.geerthofstede.com/indonesia](http://www.geerthofstede.com/indonesia)).

Indonesia memiliki skor (48) pada dimensi *uncertainty avoidance*. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki preferensi yang rendah untuk menghindari kepastian karena pengaruh budaya Jawa (Hofstede dan Bond, 1988). Dimensi yang terakhir yaitu *long term orientation*, Indonesia memiliki skor (62). Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki budaya pragmatis, dimana segala sesuatu terjadi tergantung situasi, konteks, dan waktu (Hofstede, 2010).

Dari beberapa model yang digunakan untuk mengetahui perilaku penerimaan atau penolakan terhadap teknologi baru, salah satu yang sering digunakan adalah Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang dibuat oleh Venkatesh et al.,(2003). UTAUT merupakan penyempurnaan beberapa model penerimaan teknologi baru seperti TRA, TPB, TAM, kombinasi TPB-TAM, DOI, SCT, MM dan MPCU (Al-Qeisi, 2009).

Model UTAUT menjadi faktor kritis yang saling berhubungan untuk memprediksi perilaku dalam penggunaan teknologi dalam konteks organisasi (Venkatesh et al., 2012). Menurut Venkatesh et. al., (2003) model UTAUT menggabungkan empat variabel inti yaitu effort expectancy, performance expectancy, social influences dan facilitating conditions. Usia (age), kerelaan untuk menggunakan (voluntariness of use), pengalaman (experience) dan jenis kelamin (gender) menjadi variabel moderat yang mempengaruhi keyakinan dan niat untuk mengadopsi sistem.

Pada penelitian ini akan difokuskan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong penggunaan uang elektronik menggunakan moderasi budaya Hofstede pada masyarakat Indonesia dengan mengadopsi model modifikasi UTAUT penelitian dari Junadi dan Sfenrianto (2015), Huang et al. (2010), dan Kim et al. (2009). Layanan sistem pembayaran uang elektronik dipilih karena masih rendahnya jumlah transaksi, jumlah peredaran, hingga jumlah pengguna uang elektronik di Indonesia, dimana tingkat *awareness* dan tingkat penggunaan yang masih rendah dibandingkan dengan negara-negara lainnya. Hasil penelitian ini akan mengetahui faktor-faktor yang mendorong penggunaan uang elektronik terhadap 5 variabel yang akan diuji, yaitu *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Perceived Security*, *Social Influence*, dan *Trust* dengan variabel moderasi *culture* Hofstede antara lain *Masculinity*, *Uncertainty Avoidance*, *Individualism*, *Power Distance*, dan *Long Term Orientation*. Variabel - variabel ini diadopsi dari berbagai penelitian dan jurnal internasional.

Setelah mengamati fenomena yang terjadi, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“ANALISIS MODEL MODIFIKASI UTAUT DENGAN MODERASI BUDAYA HOFSTEDE TERHADAP MINAT PENGGUNAAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK (E-MONEY) DI INDONESIA.”**

### 1.3 Perumusan Masalah

Penggunaan dan pemanfaatan teknologi dalam industri keuangan telah merambah di segala aspek dan telah mampu mengubah tatanan sistem keuangan modern. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi dalam industri keuangan yaitu uang elektronik atau *e-money*. Hadirnya layanan uang elektronik tentunya memberikan dampak positif dalam industri keuangan di Indonesia. Banyaknya kemudahan dari berbagai aspek yang ditawarkan layanan uang elektronik membuat jumlah peredaran, jumlah transaksi, hingga jumlah pengguna uang elektronik di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Namun jumlah peredaran, jumlah transaksi, dan jumlah pengguna uang elektronik (*e-money*) masih kalah bersaing dengan alat pembayaran tunai dan non tunai lainnya. Jumlah peredaran uang kartal atau tunai (cash) mencapai angka triliun, sedangkan jumlah peredaran uang elektronik masih berada pada angka jutaan (Bank Indonesia, 2015). Kartu debit/ATM memiliki jumlah terbanyak dengan jumlah volume transaksi sebesar 4.574.387.633 dan jumlah nominal transaksi mencapai Rp. 4.897.794.435 (dalam juta) . Sedangkan *e-money* memiliki jumlah transaksi sebesar 535.579.528 dengan jumlah nominal transaksi sebesar Rp. 5.283.018 (dalam juta) (Bank Indonesia, 2015). pada tahun 2014, perbankan mencatat ada sekitar 152.8 juta rekening di Indonesia dan industri Telekomunikasi mencatat pada tahun 2014 terdapat sekitar 281 juta pengguna nomor telepon seluler Namun jika dibandingkan dengan jumlah pengguna *e-money*, perbandingan jumlah nya sangat jauh tidak lebih dari 36 juta pengguna *e-money*. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih kurangnya minat masyarakat dalam menggunakan alat pembayaran elektronik *e-money*.

Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam penggunaan uang elektronik (*e-money*) di Indonesia belum dipahami secara baik. Beberapa studi terdahulu yang terkait masalah masih rendahnya tingkat adopsi layanan uang elektronik (*e-money*) belum dapat dipastikan karena lingkup penelitian yang terbatas. Dari hasil pencarian literatur, studi mengenai analisis faktor-faktor yang

memengaruhi minat penggunaan layanan uang elektronik (*e-money*) belum di temukan di Indonesia.

## **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan model modifikasi UTAUT, faktor-faktor apakah yang memengaruhi minat penggunaan layanan uang elektronik (*e-money*) dengan moderasi budaya hofstede di Indonesia ?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan layanan uang elektronik (*e-money*) dengan moderasi Hofstede di Indonesia.

## **1.6 Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memperdalam dan menambah ilmu manajemen pada bidang pemasaran khususnya mengenai *e-money*. Selain itu dengan adanya penelitian ini dapat menerapkan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian.

Sedangkan untuk manfaat praktis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada perusahaan-perusahaan penerbit *e-money* sebagai penyedia layanan *e-money* di Indonesia yang dapat dijadikan acuan dalam menerapkan strategi agar dapat menjangkau calon pengguna *e-money* yang berpotensi lebih banyak lagi, serta dapat melakukan inovasi lebih baik lagi.

## **1.7 Ruang Lingkup Penelitian**

### **1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian**

Lokasi penelitian : Indonesia

Objek penelitian : Masyarakat Indonesia

### **1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian**

Waktu yang digunakan untuk penelitian ini adalah : September 2016 – Februari 2017

## **1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan dibuat untuk memberi gambaran umum tentang penelitian dan hasil penelitian yang dilakukan. Berikut ini urutan penulisannya :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi uraian secara singkat mengenai gambaran umum perusahaan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batas penelitian dan sistematika penelitian tugas akhir.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini akan diuraikan teori-teori yang melandasi penelitian serta mendukung pemecahan masalah, kerangka pemikiran dan hipotesis, dan ruang lingkup penelitian

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai jenis penelitian variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai cara pengumpulan, pengolahan dan analisa data yang telah melalui proses pengolahan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang disertai dengan rekomendasi atau perusahaan yang diteliti.