

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Pengertian *E-money*

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tanggal 13 April tentang uang elektronik (*Electronic Money*), yang dimaksud dengan *E-money* adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur - unsur :

- 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. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit *E-money* tersebut.
- c. Nilai *E-money* yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

1.1.2. Lembaga Penerbit *E-money*

Penerbit *E-money* adalah lembaga bank maupun bukan bank. Berikut adalah daftar penerbit *E-money* di Indonesia.

Tabel 1.1

PENERBIT *E-MONEY* DI INDONESIA

No	Nama Perusahaan	Nama <i>E-money</i> Berbasis Server	Nama <i>E-money</i> Berbasis Chip
1	PT artajasa Pembayaran Elektronik	MYNT E-Money	-
2	PT Bank Central Asia	Sakuku	Flazz
3	PT Bank CIMB Niaga	Rekening ponsel	-
4	PT Bank DKI	-	Jak Card
5	PT Bank Mandiri	Mandiri E-Cash	Mandiri E-money
6	PT Bank Mega Tbk	Mega Virtual	Mega Cash

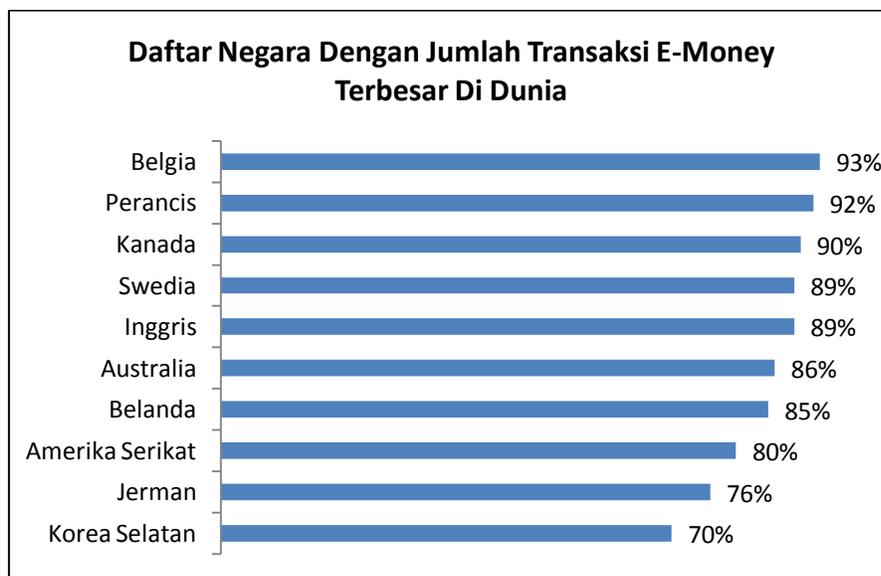
(Sambungan)

No	Nama Perusahaan	Nama <i>E-money</i> Berbasis Server	Nama <i>E-money</i> Berbasis Chip
7	PT Bank Negara Indonesia	UnikQu	Tap Cash
8	PT Bank Nationalnobu	Nobu E-money	Nobu E-money
9	PT Bank Permata	BBM Money	-
10	PT Bank Rakyat Indonesia	T Bank	Brizzi
11	PT Finnet Indonesia	Finn Channel	-
12	PT Indosat Tbk	Pay Pro (Dompetku)	-
13	PT Nusa Satu Inti Artha	Doku Pay	-
14	PT Skye Sab	Skye mobile Money	Skye Card
15	PT Telekomunikasi Indonesia	Flexy Cash	iVas Card
16	PT Telekomunikasi Selular	T-Cash	Tap Izy
17	PT XL Axiata Tbk	XL Tunai	-
18	PT Smartfren Telecom Tbk	Uangku	-
19	PT Dompot Anak Bangsa	Go-Pay	-
20	PT Witami Tunai Mandiri	True money	-
21	PT Espay Debit Indonesia Koe	Dana	-
22	PT Bank QNB Indonesia Tbk	Dooet	-
23	PT BPD Sumsel Babel	-	BSB Cash
24	PT Buana Media Teknologi	Gudang Voucher	-
25	PT Bimasakti Multi Sinergi	Speed Cash	-
26	PT Visionet Internasional	OVO Cash	-
27	PT Inti Dunia Sukses	iSaku	-
28	PT Veritra Sentosa Internasional	Paytren	-
29	PT Solusi Pasti Indonesia	KasPro	-
30	PT Bluepay Digital Internasional	Bluepay Cash	-
31	PT Ezeelink Indonesia	Ezeelink	-
32	PT E2Pay Global Utama	M-Bayar	-

Sumber : Bank Indonesia, 2018

1.2. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi pada era globalisasi menimbulkan peluang serta tantangan bagi perekonomian dunia khususnya Indonesia (Deny, 2018). Perusahaan berkompetisi untuk menyusun strategi dan inovasi agar siap menghadapi perubahan yang akan terjadi (Warni, 2016). Perilaku konsumen pada era digital dalam pemilihan produk adalah mengutamakan sesuatu yang instan dan serba cepat (Mardiyansyah, 2014). Pergerakan ekonomi yang memanfaatkan teknologi mengakibatkan pertukaran barang dan jasa menjadi semakin cepat, sehingga dibutuhkan sistem transaksi yang lebih efisien, cepat dan aman (Syafi'i, 2016). Uang elektronik muncul pada tahun 1994 di dunia dan menjadi solusi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kemudian *E-money* mulai memperkenalkan di Indonesia pada tahun 2007 oleh Bank Indonesia (Wardhana, 2015).

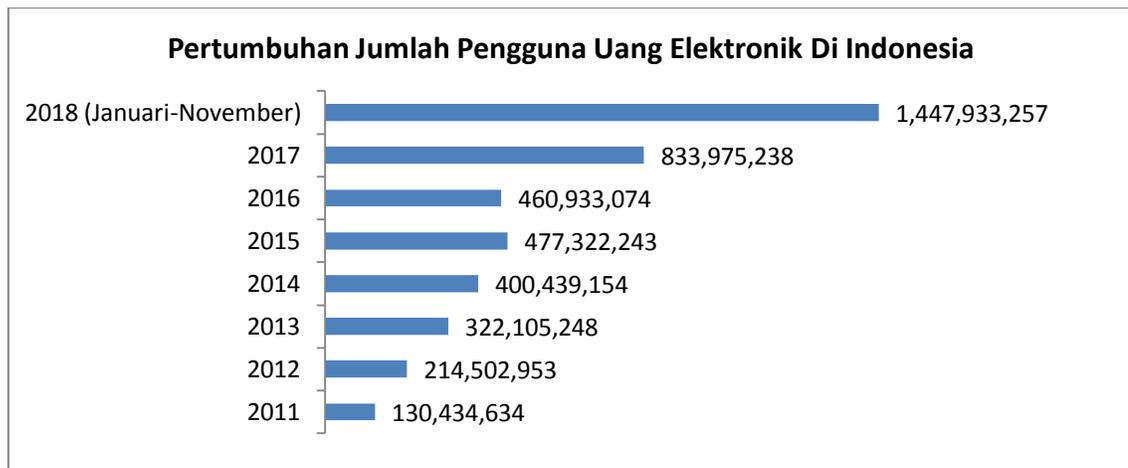


Gambar 1.1 Negara Dengan Jumlah Transaksi E-money Terbesar Di Dunia 2017

Sumber : www.tokopedia.com

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa Mayoritas negara yang telah sukses dalam implementasi *E-money* adalah negara yang telah maju. Kanada adalah negara pengguna *E-money* tertinggi dimana 90% transaksi di negara tersebut telah menggunakan *E-money*. Di Indonesia *E-money* belum menjadi preferensi masyarakat karena uang tunai masih mendominasi dan uang tunai tersebut dinilai memiliki banyak kelemahan sebagai alat transaksi sehingga Bank Indonesia mulai mengenalkan program *Less cash Society* yang

bertujuan untuk mengurangi penggunaan uang tunai kemudian masyarakat diarahkan untuk menggunakan *E-money* yang dinilai lebih efektif dan efisien (Bank Indonesia,2014). Pertumbuhan pengguna jalan tol yang terus meningkat menjadi salah satu strategi pemerintah untuk mendorong pertumbuhan pengguna *E-money* sehingga Pemerintah RI membuat peraturan yang mewajibkan pengguna jalan tol untuk membayar menggunakan *E-money* sejak Oktober 2017 (Bahar, 2017). Budaya cashless society atau era sistem pembayaran tanpa uang tunai terus berkembang di masyarakat Indonesia, hal ini terlihat dari meningkatnya pengguna *E-money* di masyarakat dalam tiga tahun terakhir (detik finance, 2010). Berikut gambar pertumbuhan *E-money* di Indonesia :



Gambar 1.2 Pertumbuhan Jumlah Pengguna *E-money* Di Indonesia

Sumber : Bank Indonesia (2018)

Pada gambar 1.2 *E-money* meningkat 42% dari tahun 2017 hingga November 2018. Namun hanya 25% *E-money* yang aktif digunakan untuk transaksi dan sisanya pasif (Kontan.co.id, 2018). Volume transaksi hingga November tahun 2018 adalah 1,804,383,051 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap pemegang *E-money* rata-rata hanya melakukan satu kali transaksi dalam satu tahun (Bank Indonesia, 2018).

Pertumbuhan pengguna *E-money* terdorong oleh biaya pendaftaran dan pembelian kartu yang relatif murah (Widiyati, 2017). Harga kartu berkisar Rp20.000,00 sedangkan untuk pendaftaran *E-money* berbasis *server* gratis, kemudian biaya pengisian saldo yang ditetapkan oleh Bank Indonesia yaitu gratis jika pengisian saldo melalui bank penerbit untuk nilai

transaksi kurang dari Rp200.000,00 sedangkan jika lebih dari Rp200.000,00 dikenakan biaya Rp750,00 dan pengisian saldo yang bukan melalui bank penerbit dikenakan biaya Rp1.500,00 namun dapat berbeda sesuai kebijakan perusahaan penerbitnya (Kompas.com, 2017).

Faktor keamanan yang dinilai kurang menjadi salah satu alasan masyarakat menjadi kurang tertarik menggunakan *E-money* (Purnamasari, 2017). Uang elektroni berbasis kartu tidak memiliki sistem keamanan berupa PIN sehingga jika terjadi kehilangan maka *E-money* tersebut dapat digunakan oleh orang lain dengan mudah (Daeng, 2018). Selain itu menurut Hidayat (2006) Meskipun penggunaan *E-money* mudah untuk menggantikan transaksi secara tunai, namun aspek keamanan, kepercayaan, dan psikologis masyarakat terhadap uang kartal masih menjadi penghambat pertumbuhan *E-money*.

Hasil survey yang dilakukan Lembaga Riset Telematika Sharing Vision (2017) di Bandung menemukan bahwa sulitnya menemukan tempat isi ulang menjadi kendala yang utama bagi para pengguna *E-money*, kemudian masalah yang lain adalah mesin pembaca *E-money* atau EDC sering tidak berfungsi, masih sedikit merchant yang melayani transaksi menggunakan *E-money* dan sering terjadi kegagalan transaksi.

Minat pemakaian adalah perilaku konsumen berupa respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan untuk melakukan transaksi atau pembelian (Priansa, 2016:164). Faktor – faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah sesuatu yang berhubungan dengan emosi, apabila konsumen merasa senang dan puas saat membeli barang maupun jasa maka hal tersebut akan memperkuat minat beli, sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat (Priansa, 2016:164). Ada empat dimensi Minat pembelian konsumen yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif (Priansa, 2016:165).

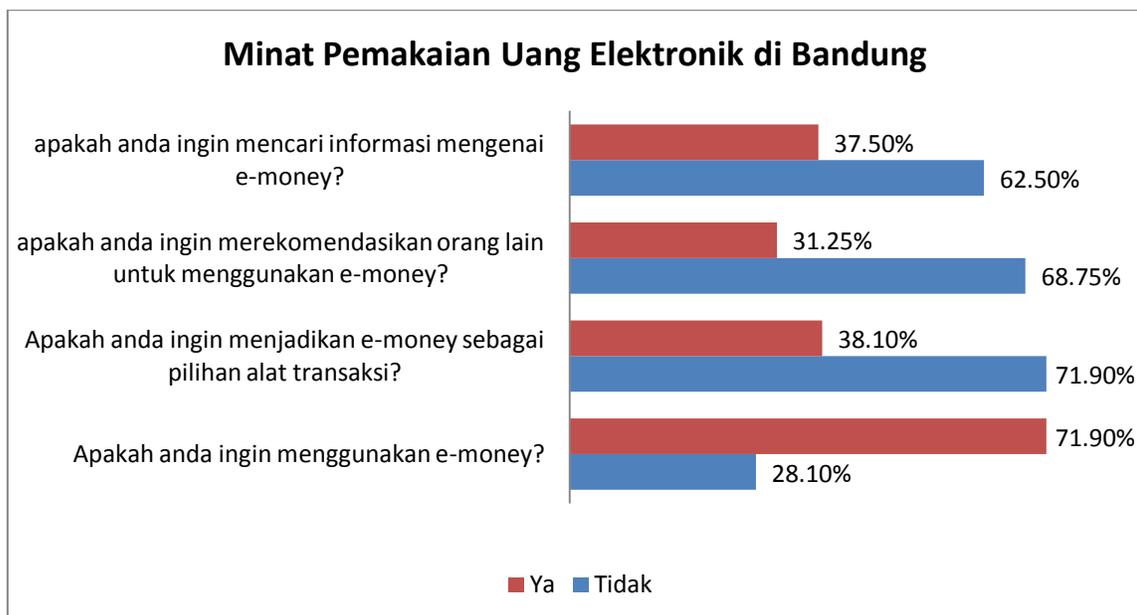
Untuk mendukung penelitian ini, penulis melakukan pra-survey terhadap 34 responden di Bandung dari berbagai latar belakang demografi yang berbeda mengenai *E-money*. Berikut adalah hasil pra-survey yang telah dilakukan:



Gambar 1.3 Daerah Tempat Tinggal Responden

Sumber : Data primer berdasarkan survey

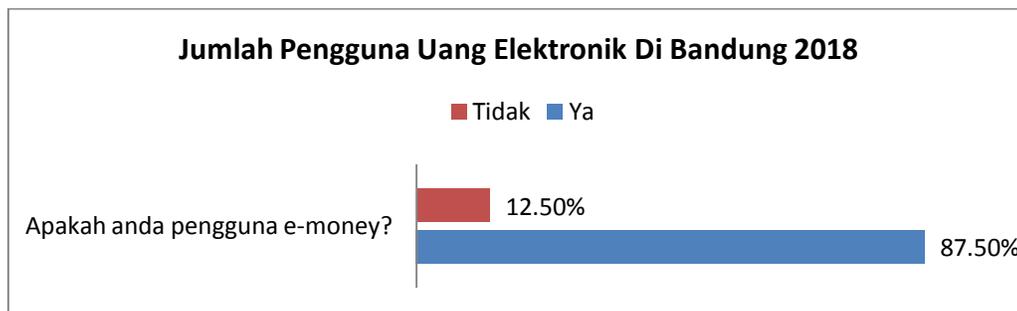
Agar hasil pra-survey dapat mewakili masyarakat kota Bandung maka sampel diambil dari empat bagian kota Bandung yaitu Bandung Barat, Bandung Timur, Bandung Selatan dan Bandung Utara dengan jumlah 8 orang (25%) responden dari masing masing daerah.



Tabel 1.4 Minat Pemakaian *E-money* Di Kota Bandung

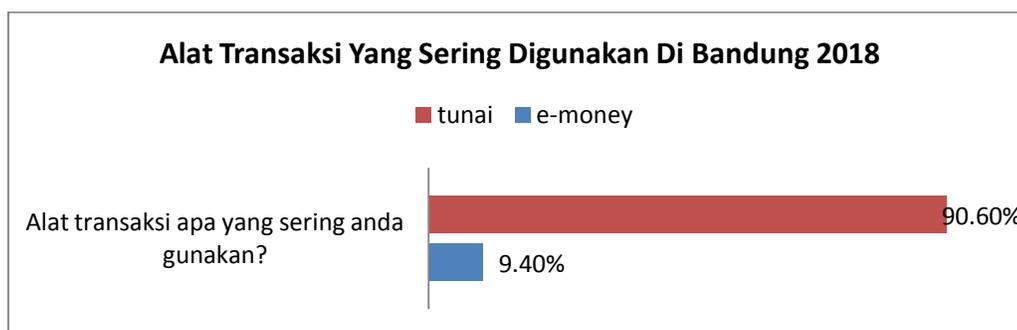
Sumber : Data primer berdasarkan survey, 2018

Gambar 1.4 menjelaskan hasil survey mengenai minat masyarakat Bandung terhadap *E-money*. Sebanyak 71.90% responden memiliki minat untuk menggunakan *E-money* namun hanya 38.10% responden yang ingin menjadikan *E-money* sebagai pilihan alat transaksi hal tersebut berarti sebagian besar masyarakat memiliki minat untuk menggunakan *E-money* tetapi hanya sebagai alat transaksi alternatif saja. Sebanyak 31.25% responden yang ingin merekomendasikan orang lain untuk menggunakan *E-money* dan 37.50% responden ingin mencari informasi lebih lanjut mengenai *E-money* sehingga dapat diartikan bahwa masyarakat masih belum mendukung *E-money* untuk menjadi alat transaksi yang umum digunakan.



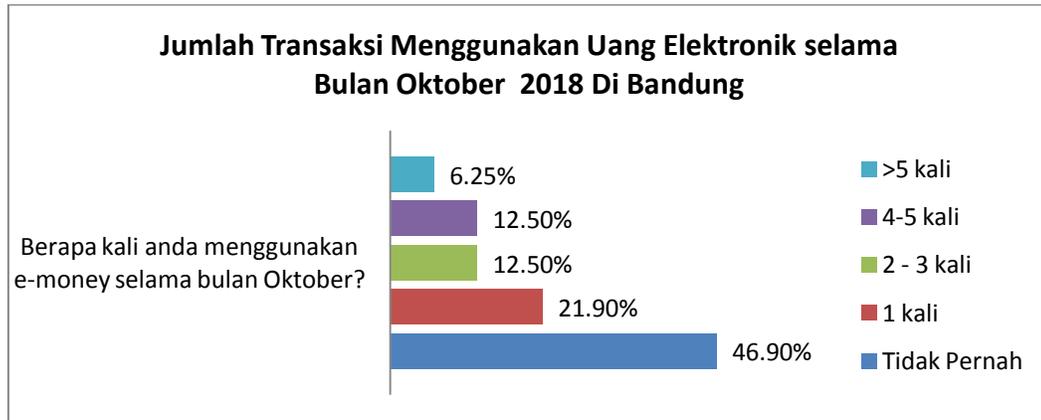
Gambar 1.5 Jumlah Pengguna E-money di Kota Bandung

Sumber : Data primer berdasarkan survey, 2018



Gambar 1.6 Alat Transaksi Yang Sering Digunakan Di Kota Bandung

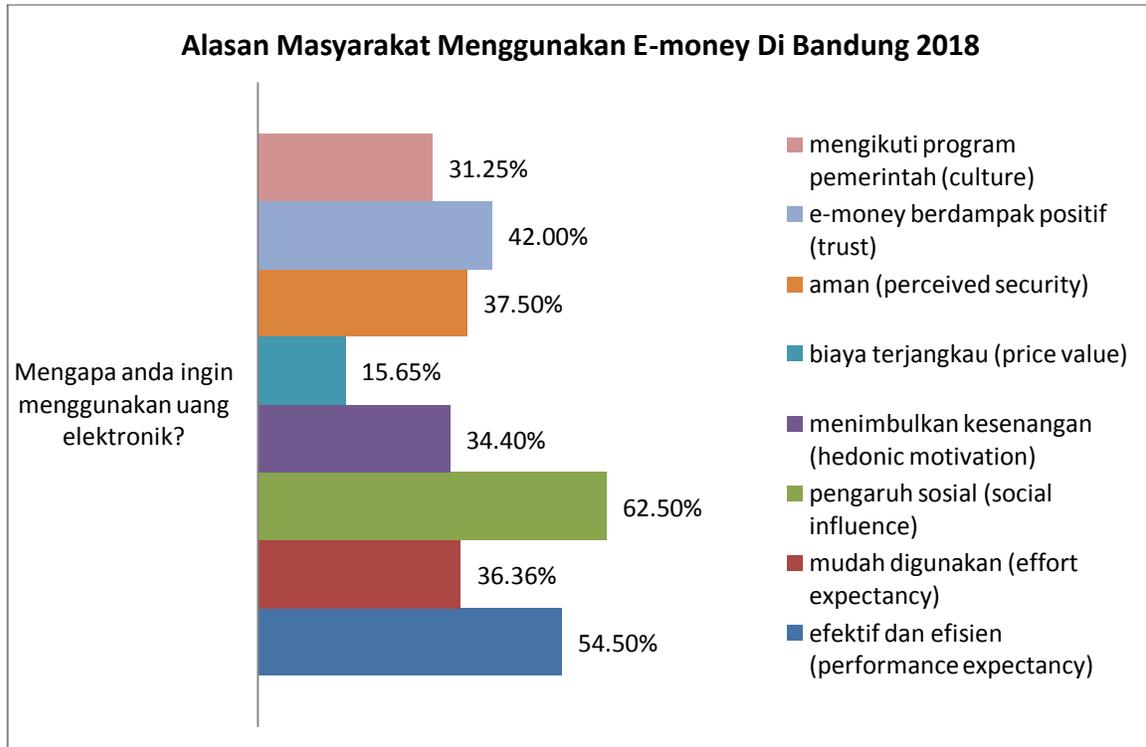
Sumber : Data primer berdasarkan survey, 2018



Gambar 1.7 Jumlah Transaksi E-money Bulan Oktober Di Kota Bandung

Sumber : Data primer berdasarkan survey, 2018

Hasil survey pada gambar 1.5 menjelaskan bahwa 87.5% responden telah menggunakan *E-money* kemudian pada gambar 1.6 sebanyak 90.60% responden biasa menggunakan uang tunai sebagai alat transaksi. Sehingga dapat diartikan bahwa mayoritas masyarakat Bandung sudah menggunakan *E-money* namun masyarakat tersebut lebih memilih dan terbiasa menggunakan uang tunai sebagai alat transaksi hal tersebut terbukti pada gambar 1.7 dimana sebanyak 46.90% responden tidak menggunakan *E-money* dalam satu bulan Oktober 2018. Survey yang serupa juga telah dilakukan oleh Lembaga Riset Telematika Sharing Vision yang menghasilkan bahwa hanya 10% dari total *E-money* yang aktif digunakan untuk bertransaksi (Bisnis Jabar.com, 2017).

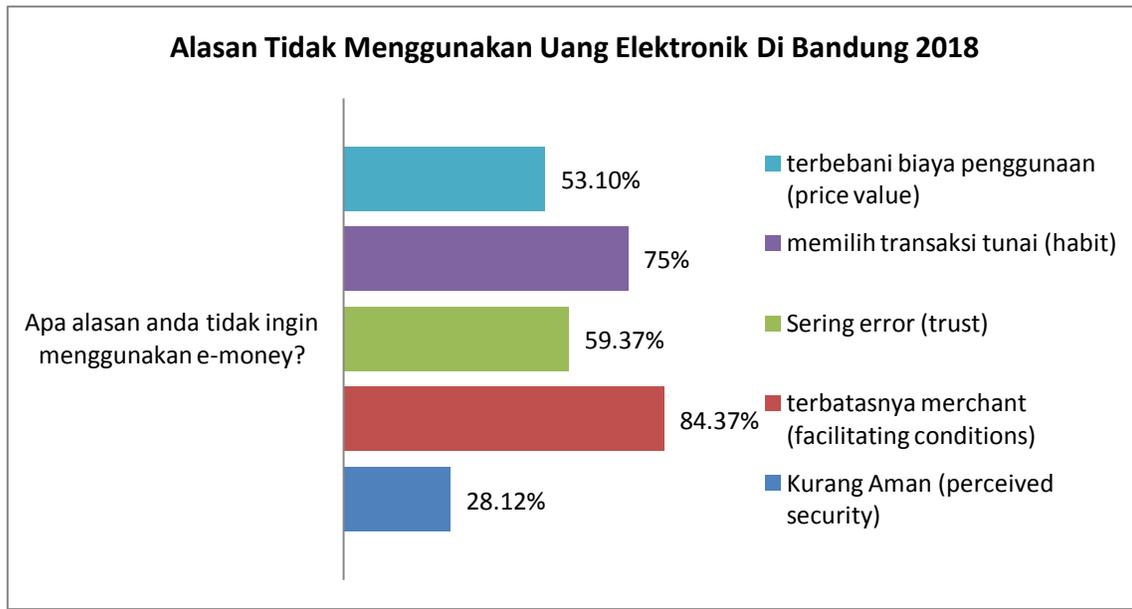


Gambar 1.8 Alasan Menggunakan E-money Di Kota Bandung

Sumber : Data primer berdasarkan survey, 2018

Dari Gambar 1.8 dapat dilihat bahwa faktor utama yang menjadi alasan masyarakat tertarik menggunakan *E-money* yaitu pengaruh sosial yang memiliki presentase 62.50%, responden mengaku menggunakan *E-money* karena mendapatkan saran dari orang – orang terdekat seperti teman dan kerabat. Faktor terbesar kedua adalah karena efektif dan efisien dengan persentase 54.50%. Sebesar 42% responden percaya bahwa penggunaan *E-money* dapat memberikan dampak positif seperti mengurangi kemacetan pada gardu tol, hal ini didukung dengan tanggapan 31.25% responden mengaku menggunakan *E-money* untuk mematuhi peraturan pembayaran tol menggunakan *E-tol* hal ini sejalan dengan *theory of planned behavior* menurut Ajzen dalam Ariyanto (2018) yang mengatakan bahwa seseorang akan memberikan tanggapan positif terhadap sesuatu yang memiliki manfaat. Faktor keamanan memiliki persentase 37.50% karena saat menggunakan *E-money* responden merasa tidak perlu membawa terlalu banyak uang tunai. Terdapat 34.40% responden merasa senang melakukan transaksi menggunakan *E-money* karena lebih modern dan termotivasi untuk melakukan transaksi kembali. Sebesar 15.65% responden menilai bahwa biaya pendaftaran

dan isi ulang saldo *E-money* terjangkau dan menjadi alasan untuk menggunakan *E-money*, namun hal ini berarti sebagian besar responden merasa terbebani dengan biaya tersebut.



Gambar 1.9 Alasan Tidak Menggunakan E-money Di Kota Bandung

Sumber : Data primer berdasarkan survey, 2018

Gambar 1.9 menjelaskan bahwa faktor utama responden tidak ingin menggunakan *E-money* yaitu masih sedikitnya *merchant* atau toko yang melayani transaksi menggunakan *E-money* dengan persentase 84.37% sesuai dengan survey dari Koran Sindo (2016) yang menyatakan Jumlah infrastruktur pendukung penggunaan *E-money* yang masih kurang sering dikeluhkan oleh para pengguna. Faktor terbesar kedua dengan persentase 75% yaitu responden lebih memilih melakukan transaksi secara tunai karena merasa sudah terbiasa, tidak senang dengan beban isi saldo yang ditetapkan dengan jumlah tanggapan 35.10%, dan pernah mengalami kegagalan transaksi atau error saat menggunakan *E-money* yang mendapat tanggapan 53.37%. Sebesar 28.12% responden merasa saldo dalam *E-money* tidak aman jika terjadi kehilangan kartu dan merasa khawatir data pribadi yang terekam dalam *E-money* disalah gunakan, hal ini didukung dengan survey yang dilakukan Tirto.id (2016) sebanyak 50.90% responden mengetahui adanya pencatatan data pribadi dan data transaksi sehingga responden merasa khawatir data tersebut dijual kepada pihak lain.

Dari penjelasan sebelumnya, teori UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*) digunakan untuk penelitian ini karena merupakan model penerimaan teknologi yang dikembangkan oleh Venkatesh (2012). Dan berhubungan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Junadi & Sfrerianto (2015), hasilnya adalah sebuah model modifikasi UTAUT yang mengurangi dan menambahkan faktor eksternal budaya (*culture*) dan kemanan (*perceived security*). Faktor kepercayaan (*trust*) ditambahkan dari penelitian yang dilakukan oleh Adiyanti (2015) dimana faktor keamanan tersebut terbukti berpengaruh terhadap minat pemakaian *E-money*.

Berdasarkan pemaparan diatas, dalam penelitian ini digunakan model UTAUT2 dengan instrumen ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), kondisi fasilitas (*facilitating conditions*), motivasi hedonis (*hedonic motivation*), nilai harga (*price value*) dan kebiasaan (*habit*). Model UTAUT2 tersebut dikolaborasikan dengan faktor-faktor yang didapatkan dari pra-survey yang telah dilakukan yaitu keamanan (*perceived security*), budaya (*culture*) dan kepercayaan (*trust*). Untuk mengetahui hubungan faktor – faktor tersebut dengan minat seseorang dalam menggunakan *E-money* di Bandung maka dilakukan penelitian “**Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pemakaian *E-money* Di Kota Bandung**”

1.3. Rumusan Masalah

Sesuai dengan perilaku konsumen saat ini, *E-money* memberikan solusi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam bertransaksi menjadi lebih efektif dan efisien. Permasalahan yang dihadapi adalah sebagian masyarakat sudah memiliki minat untuk menggunakan *E-money* namun dalam praktiknya masyarakat masih memilih menggunakan uang tunai sebagai alat transaksi. Uraian permasalahan tersebut dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana ekspektasi kinerja *E-money* di kota Bandung?
2. Bagaimana ekspektasi usaha *E-money* di kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh sosial *E-money* di kota Bandung?
4. Bagaimana kondisi fasilitas *E-money* di kota Bandung?
5. Bagaimana motivasi hedonis *E-money* di kota Bandung?

6. Bagaimana nilai harga *E-money* di kota Bandung?
7. Bagaimana kebiasaan *E-money* di kota Bandung
8. Bagaimana keamanan *E-money* di kota Bandung?
9. Bagaimana Budaya *E-money* di kota Bandung?
10. Bagaimana kepercayaan *E-money* di kota Bandung?
11. Apakah ekspektasi kinerja memiliki pengaruh terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung?
12. Apakah ekspektasi usaha memiliki pengaruh terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung?
13. Apakah pengaruh sosial memiliki pengaruh terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung?
14. Apakah kondisi fasilitas memiliki pengaruh terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung?
15. Apakah motivasi hedonis memiliki pengaruh terhadap minat pemakaian *E-money* Di Kota Bandung?
16. Apakah nilai harga memiliki pengaruh yang terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung?
17. Apakah kebiasaan memiliki pengaruh yang terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung?
18. Apakah keamanan memiliki pengaruh terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung?
19. Apakah budaya memiliki pengaruh terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung?
20. Apakah kepercayaan memiliki pengaruh yang terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini antara lain untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Untuk mengetahui ekspektasi kinerja *E-money* di kota Bandung.
2. Untuk mengetahui ekspektasi usaha *E-money* di kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh sosial *E-money* di kota Bandung.

4. Untuk mengetahui kondisi fasilitas *E-money* di kota Bandung.
5. Untuk mengetahui motivasi hedonis *E-money* di kota Bandung.
6. Untuk mengetahui nilai harga *E-money* di kota Bandung.
7. Untuk mengetahui kebiasaan *E-money* di kota Bandung.
8. Untuk mengetahui keamanan *E-money* di kota Bandung.
9. Untuk mengetahui budaya *E-money* di kota Bandung.
10. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi kinerja terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung
11. Untuk mengetahui pengaruh ekspektasi usaha terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung
12. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh sosial terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung
13. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung
14. Untuk mengetahui pengaruh motivasi hedonis terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung
15. Untuk mengetahui pengaruh nilai harga terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung
16. Untuk mengetahui pengaruh kebiasaan terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung
17. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung
18. Untuk mengetahui pengaruh budaya terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung
19. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat pemakaian *E-money* di kota Bandung

1.5. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi :

1.5.1. Aspek Teoritis

a. Bagi penulis

Untuk menambah ilmu dan wawasan dalam bidang yang sesuai dengan penelitian serta kepuasan intelektual.

b. Bagi pembaca

Untuk memberikan ilmu dan wawasan bagi pembaca, memberi informasi seputar *E-money* serta memberi kontribusi dalam *literature* penelitian.

1.5.2. Aspek Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi penerbit *E-money* untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat konsumen sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mencapai tujuan perusahaan.

1.6. Sistematika Penulisan

Pada garis besarnya masalah yang akan dibahas dalam penulisan proposal penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab. Sistematika penulisan proposal penulisan yang dipakai sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan secara umum Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis. Kajian kepustakaan harus mencakup teori-teori yang sudah baku dalam buku teks, maupun temuan-temuan terbaru yang ditulis dalam jurnal, disertasi, tesis dan skripsi yang terpercaya. Hasil kajian tersebut kemudian digunakan untuk menguraikan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan Jenis Penelitian, Variabel Operasional, Populasi dan Sample, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan pada penelitian yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran sebagai pemecahan masalah dan pencapaian yang lebih baik.