

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Inti Dunia Sukses didirikan pada tahun 2017 merupakan bagian dari PT Indoritel Makmur Internasional atau yang dikenal sebagai Indoritel merupakan perusahaan publik yang bergerak dalam bidang investasi ritel dan telekomunikasi dan merupakan perusahaan yang mengelola gerai retail Indomaret. PT Indoritel Makmur Internasional termasuk dalam anak perusahaan dari Salim Group. Dalam mengembangkan perusahaan dan menjalin kerja sama dengan Indomaret, PT Inti Dunia Sukses mengembangkan produk i.saku yang merupakan *platform* uang elektronik di Indonesia. PT Inti Dunia Sukses sudah tercatat sebagai pemegang lisensi penerbit uang digital i.Saku di Bank Indonesia per 10 Oktober 2017. PT Inti Dunia Sukses berlokasi di Jl. Ancol barat I No.9, RT.1/RW.2, Ancol, Kec. Pademangan, Kota Jakarta Utara, Indonesia. (Aria, 2018)

I.saku dibentuk dengan tujuan sebagai alat pembayaran elektronik yang mendukung program non-tunai dari pemerintah. Aplikasi i.saku memungkinkan semua pengguna, baik *merchant* maupun konsumen untuk melakukan transaksi nontunai dan non-kartu dengan mudah, aman dan efisien serta semua dapat dilakukan dalam satu aplikasi. Oleh karena itu, aplikasi i.saku dapat diunduh dari *smartphone* melalui iOS dan Android. i.saku bekerja sama dengan sebanyak 17.300 gerai Indomaret sebagai salah satu alat pembayaran di Indomaret (Jamil, 2019)



**Gambar 1.1 Logo Isaku**

*Sumber:* i-saku.com (2021)

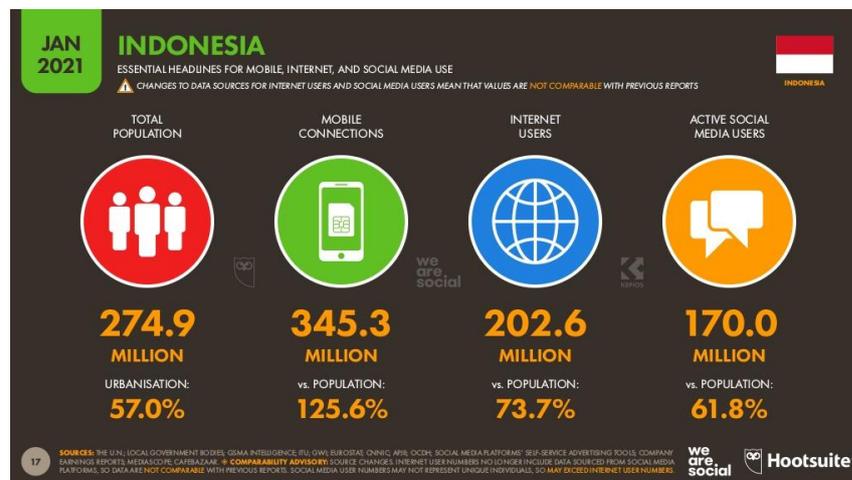
I.saku memberikan layanan uang elektronik bagi penggunanya dalam melakukan transaksi keuangan seperti *Cash In, Purchase, Cash Out* dan *Transfer* melalui media *handphone* dengan nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server. i.Saku melayani pembayaran makanan, minuman, barang atau jasa yang tersedia dan sudah bekerja sama dengan i.saku. Aplikasi i.Saku menawarkan dua tipe layanan yaitu *Standard Service* dan *Full Service*. Di dalam layanan *Standard Service* terdapat pilihan isi saldo dan bayar merchant dengan saldo maksimum sebesar Rp 2.000.000. Sedangkan dalam layanan *Full Service* terdapat pilihan isi saldo, bayar *merchant*, tarik saldo, dan *transfer* dengan saldo maksimum Rp 10.000.000. I.saku sudah bekerja sama dengan beberapa merchant seperti di sektor ritel ada Indomaret, KlikIndomaret, Superindo, indogrosir, Ceriamart dan Lotte. Di sector kuliner i.saku bekerja sama dengan Mister Donut, Washoku Sato, dan Point Coffee. (i.saku, 2021)

## **1.2 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi saat ini merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari. Teknologi akan terus berkembang sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Teknologi telah memberikan banyak kemudahan, dan cara baru dalam melakukan berbagai aktivitas. Teknologi informasi seperti internet merupakan hal yang dibutuhkan oleh manusia di era globalisasi ini. Saat ini, internet merupakan media jaringan *virtual* yang dapat terhubung dan digunakan di berbagai perangkat. Ini memungkinkan pengguna untuk mengirim, menerima, mengumpulkan, menyimpan, memperbarui, menghapus, dan banyak operasi data lainnya di seluruh dunia. Penggunaan internet memperluas batasnya setiap hari, karena pertumbuhan teknologi sangat besar. Beberapa penggunaan utama internet adalah *e-commerce, e-learning*, berbagi pengetahuan, konektivitas sosial, berbagai media, *transfer file*, komunikasi, dan sebagainya (Sathyanarayanan, 2020).

Teknologi informasi telah membawa perubahan dan mendorong untuk maju dari era industri ke era jaringan. Internet telah mengubah bisnis, pendidikan, pemerintahan, perawatan kesehatan, dan bahkan cara berinteraksi dengan orang sekitar. Hal ini telah menjadi salah satu pendorong utama evolusi sosial (Dentzel,

2021). Menurut Data Digital 2021 oleh We Are Social Hootsuite 2021, pengguna internet di dunia sudah mencapai 4,5 Milyar pengguna yang berarti hampir 60% dari populasi di bumi telah mengakses jaringan internet. Di Indonesia perkembangan teknologi informasi juga semakin berkembang dan banyak orang yang menggunakan internet di kehidupan sehari-hari. Dengan membaiknya infrastruktur di Indonesia, negara ini kini menghadirkan banyak peluang untuk teknologi informasi, terutama *e-commerce* dan *fintech*, di antara negara-negara berkembang lainnya di kawasan Asia (hootsuite.com, 2021)



**Gambar 1.2 Data Pengguna Internet Indonesia**

*Sumber:* Hootsuite.com (2021)

Berdasarkan gambar 1.2 dapat dilihat bahwa penggunaan internet di Indonesia terhitung hingga Januari 2021 mencapai 202,6 juta pengguna atau sekitar 73,7% dari populasi warga Indonesia yang menggunakan internet. Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat 27 juta di antara tahun 2020 dan 2021. Dengan 170 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2021. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat 10 juta di antara tahun 2020 dan 2021. Dengan adanya data tersebut penggunaan internet akan terus meningkat tidak hanya di Indonesia tapi di seluruh dunia. Di era sekarang ini internet tidak hanya digunakan untuk akses hiburan tapi bisa digunakan juga untuk akses finansial seperti mengatur keuangan, melakukan transaksi dan melakukan pinjaman *online*. Banyak faktor-faktor yang bagi individu dalam akses keuangan. Seperti pada gambar berikut faktor finansial dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.



**Gambar 1.3 Faktor Inklusi Keuangan Indonesia**

*Sumber:* Hootsuite.com (2021)

Berdasarkan gambar 1.3 dapat dilihat persentase penduduk berusia 15 tahun lebih yang melaporkan memiliki atau menggunakan setiap produk atau layanan keuangan. Sebanyak 48,9% memiliki rekening di Lembaga keuangan. 2,4% memiliki kartu kredit. 3,1% memiliki akun uang seluler. 11,2% melakukan pembelian online dan membayar tagihan secara online. Dari data tersebut dapat terlihat bahwa saat ini orang-orang mulai menggunakan internet untuk mengakses keuangan dan juga melakukan transaksi keuangan secara online. (hootsuite.com, 2021)

Teknologi Finansial (*fintech*) merupakan salah satu teknologi yang sedang disorot oleh kalangan akademisi, juga pelaku bisnis. *Fintech* sendiri memiliki 4 kategori yang salah satunya dan paling dominan di Indonesia adalah sistem pembayaran (Novi, 2019), Ada dua jenis sistem pembayaran yaitu dompet elektronik (e-wallet) dan uang tunai digital (*digital cash*) yang memiliki karakteristik berbeda, pelayanan dan penerimaan pengguna dari masing-masing jenis tentu berbeda. Di Indonesia *fintech* terjadi sejak tahun 2006. Namun, perusahaan *fintech* Indonesia baru memperoleh kepercayaan masyarakat sejak berdiri Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFI) pada September 2015. Selama tahun 2006 sampai dengan 2017, jumlah perusahaan *fintech* di Indonesia sudah mengalami pertumbuhan sebesar 78%. Pada 2017 tercatat 140 perusahaan *fintech* terdaftar di OJK. Termasuk pula bank negeri dan swasta yang merilis layanan *fintech* khusus nasabahnya (LinovHR.com, 2020)

*FinTech* di Indonesia menjadi harapan baru bagi masyarakat dan pemerintah untuk mendorong keuangan yang inklusif. Kebijakan keuangan inklusif adalah suatu bentuk pendalaman layanan keuangan (*financial service deepening*) untuk mengurangi hambatan bagi masyarakat berpendapatan rendah dan tidak teratur, tinggal di daerah terpencil, orang cacat, buruh yang tidak mempunyai dokumen identitas legal, dan masyarakat pinggiran (Muzdalifa *et al.*, 2018). Di Asia Tenggara, negara Indonesia merupakan yang terbesar dalam menggunakan metode pembayaran *fintech*. Pada 2019, transaksi *e-money* di Indonesia mencapai US\$ 10 miliar. Sedangkan *e-wallet* menyumbang 72% dari transaksi *e-money* di Indonesia. (katadata.com,2021). Metode pembayaran menggunakan *e-wallet* yang merupakan system dari *fintech* yang saat ini banyak digunakan. Bisa dilihat pada data berikut yang diambil oleh iPrice di Indonesia.



**Gambar 1.4 Data Metode Pembayaran Transaksi Online**

*Sumber:* iprice.co.id (2020)

Berdasarkan data survey dari iPrice yang disebar kepada 1000 responden di tahun 2020 pada tanggal 13-14 Mei. Sebanyak 26% memilih untuk menggunakan *mobile payment* atau *e-money* saat melakukan transaksi pembayaran. Dari hasil survei tersebut hanya 3% dari responden yang menggunakan kartu debit sebagai metode pembayaran mereka saat melakukan *online shopping*. Sedangkan untuk kartu kredit hanya 2% dari responden yang menggunakan metode ini untuk transaksi online saat berbelanja di *platform e-commerce*. (Devita, 2021)

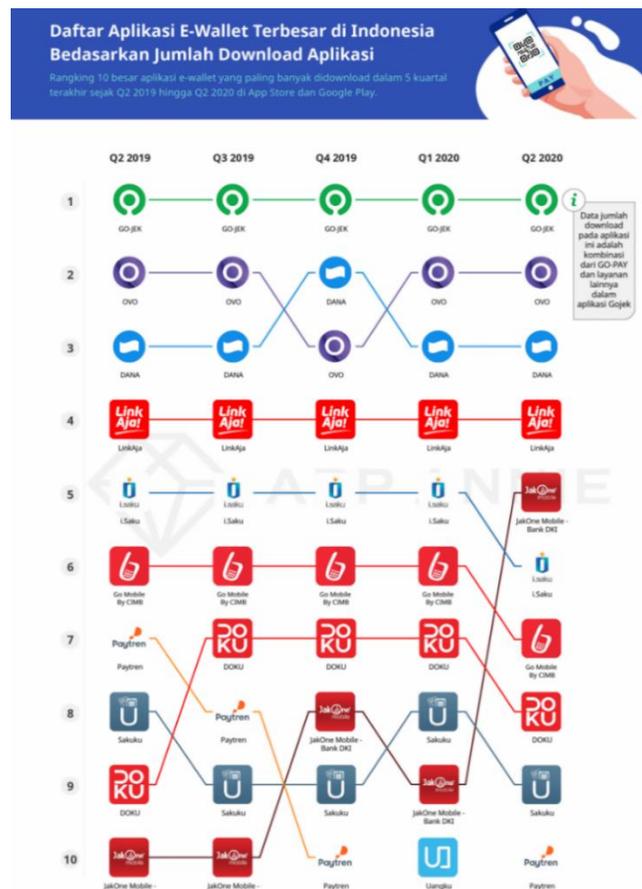
Pemerintah Indonesia sendiri sudah merencanakan upaya untuk menggunakan alat pembayaran non-tunai sejak lama. Pada tahun 2014, Bank Indonesia mencanangkan program bernama Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) agar masyarakat Indonesia menjadi *Less Cash Society* (LCS) (Ariyan, 2017). Dengan keterbukaan masyarakat Indonesia yang mulai menggunakan transaksi non-tunai, mulai banyak berbagai bisnis dan layanan menawarkan untuk menggunakan e-wallet sebagai alternatif pembayaran. Sudah sekitar 38 aplikasi dompet elektronik sudah terdaftar di Bank Indonesia dan *e-wallet* saat ini menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk melakukan transaksi baik secara online maupun offline. *E-wallet* adalah aplikasi berbasis smartphone yang memungkinkan pengguna menyimpan uang dan melakukan transaksi secara digital (Thejakartapost, 2019)

Transaksi menggunakan metode dompet digital atau *e-wallet* terus meningkat. Metode tersebut semakin populer digunakan dalam berbagai bentuk transaksi sehari-hari. Selain menawarkan aspek lebih praktis, aman, cepat, dan menguntungkan, penggunaan layanan *e-wallet* dianggap sesuai protokol kesehatan di pandemi Covid-19 (Widiyanto, 2021). Saat ini di Indonesia sudah semakin banyak perusahaan yang membuat aplikasi *e-wallet* yang bisa digunakan oleh masyarakat untuk bertransaksi. Berbagai contoh *e-wallet* yang banyak digunakan di Indonesia adalah OVO, Go-pay, Dana, ShopeePay, LinkAja, i.saku yang dapat dimanfaatkan untuk pembelian pulsa, pembayaran listrik, tagihan makan di restoran, dan BPJS. *E-wallet* tidak hanya menggantikan peran uang tunai sebagai alat pembayaran tetapi dalam menggunakan *e-wallet* ada kelebihannya sendiri seperti terhindar uang palsu, transaksi lebih cepat dan menghindari penyebaran bakteri dari uang tunai. Adapun kekurangannya seperti merchant masih terbatas, ada biaya transaksi dan menjadi lebih konsumtif (Ita Nur Safitri, 2021)

Di Indonesia sudah banyak perusahaan yang membuat aplikasi yang memberikan layanan *e-wallet*. Aplikasi *e-wallet* Go-pay merupakan dompet virtual atau *e-wallet* yang bisa digunakan untuk bertransaksi di dalam aplikasi Go-Jek. Saat ini Go-Pay sudah bekerja sama dengan berbagai bank dan *merchant* di Indonesia (gojek.com,2021) Aplikasi OVO berada di naungan PT Visionet Internasional merupakan layanan pembayaran digital yang sudah bekerja sama dengan beberapa perusahaan seperti Hypermart, Bank Mandiri, grab, dan beberapa *merchant* lainnya

(ovo.com, 2021). Aplikasi Dana adalah *e-wallet* yang dikembangkan oleh perusahaan startup yang telah berbadan hukum Indonesia. Investor utama dari Dana adalah PT Elang Sejahtera Mandiri dengan porsi kepemilikan mencapai 99 persen (dana.id, 2021). Aplikasi LinkAja Merupakan uang elektronik berbasis server yang merupakan produk dari PT Fintek Karya Nusantara (Finarya) yang telah terdaftar di Bank Indonesia (linkaja.id, 2021). Aplikasi i.saku sebagai layanan uang elektronik dalam bertransaksi yang dinaungi oleh PT Inti Dunia Sukses. (i-saku.com, 2021)

Seiring banyaknya *startup fintech* di Indonesia yang mengembangkan aplikasi alat transaksi non-tunai maka masyarakat tentu mulai terbiasa menggunakan dompet digital yang membuat *e-wallet* lokal mendominasi pasar di Indonesia. Hal tersebut juga dibantu dengan suksesnya promosi dan *campaign* yang dilakukan oleh pengembang *e-wallet* Indonesia dan dukungan dari pemerintah dalam membawa Indonesia untuk lebih menjadi *cashless society* (iprice.co.id, 2020). Berikut adalah daftar aplikasi *e-wallet*.



**Gambar 1.5 Daftar Aplikasi E-Wallet di Indonesia**

Sumber: iprice.co.id (2020)

Berdasarkan data di atas, Go-Pay/Go-Jek berada di posisi teratas sebagai aplikasi yang banyak didownload melalui App Store dan Google Play. Diposisi kedua ada Ovo dan diposisi ketiga ada Dana. Diposisi ke 5 ada i.Saku yang stabil dari kuartal 1 tahun 2019 sampai kuartal 1 tahun 2020 namun mengalami penurunan di kuartal 2 tahun 2020 dan turun ke posisi 6 dan disusul oleh JakOne Mobile Bank DKI yang sebelumnya berada di posisi ke-10 (iprice.co.id, 2020)

Aplikasi *e-wallet* i.saku dikembangkan oleh PT Inti Dunia Sukses yang tercatat sebagai pemegang lisensi penerbit uang elektronik dengan *brand name* i.saku di Bank Indonesia per 10 Oktober 2017. Aplikasi tersebut juga dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi, termasuk setor tunai, belanja, maupun tarik saldo dengan berbasis token pada aplikasi. Semua transaksi tersebut bisa dilakukan dengan memanfaatkan kemitraan retail *offline* mereka. Saat ini i.saku telah bekerja sama dengan beberapa retail seperti Ceriamart, Indomaret, Indogrosir, KlikIndomaret, Superindo, dan iLotte.com. i.saku juga bekerja sama dengan beberapa *merchant* seperti Mister Donut, Point Coffe, dan Washoku Sato. (i-saku.com,2021)

Dalam penggunaan *e-wallet*, i.saku memberikan pelayanan yang bisa digunakan oleh penggunanya dalam melakukan transaksi. Aplikasi i.saku menawarkan 2 layanan yaitu *Standard Service* dan *Full Service*.

Layanan i.saku		
Jenis Layanan	Standard Service	Full Service
Isi Saldo	✓	✓
Bayar Merchant	✓	✓
Tarik Saldo	✗	✓
Transfer	✗	✓
Saldo Maksimum	2.000.000	10.000.000

\* Untuk meningkatkan layanan menjadi Full service silakan datang ke toko Indomaret.

**Gambar 1.6 Layanan i.saku**

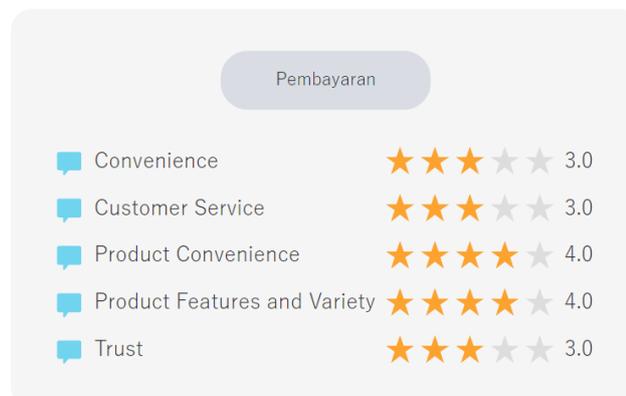
*Sumber:* i-saku.com (2021)

Pada Gambar 1.6, dialam layanan *Standard Service* terdapat pilihan isi saldo dan bayar *merchant* dengan saldo maksimum sebesar Rp 2.000.000. Sedangkan

dalam layanan *Full Service* terdapat pilihan isi saldo, bayar merchant, Tarik saldo, dan transfer dengan saldo maksimum Rp 10.000.000. Untuk ditingkatkan menjadi layanan *Full Service* pengguna diharuskan untuk datang ke Indomaret (i-price.com, 2021).

Dalam strategi untuk terus berkembang menjadi *e-wallet* yang digunakan masyarakat Indonesia, i.saku yang telah bekerja sama dengan lebih dari 18.000 gerai Indomaret memberikan keuntungan bagi pengguna yang melakukan transaksi di Indomaret melalui i.saku dengan mendapatkan poin dengan akumulasi setiap belanja kelipatan 200 rupiah akan mendapatkan 1 *point*. Dengan poin tersebut pengguna akan mendapatkan diskon dari berbagai produk tertentu yang hanya berlaku pada pembelian menggunakan i.saku di Indomaret dan juga pengguna akan mendapatkan cashback dari transaksinya. Selain di Indomaret tentu i.saku juga melayani transaksi di gerai-gerai yang bekerja sama dengan i.saku dan juga layanan pembayaran lainnya seperti pembelian pulsa, BPJS. Dalam memperluas Kerjasama dan pengembangan aplikasinya pada November tahun 2020 i.saku bekerja sama dengan PT Blue Bird Tbk sebagai salah satu alternatif pembayaran non-tunai di aplikasi My Bluebird. Hal ini merupakan kerja sama pertama i.saku di sektor otomotif (keuangan.kontan.co.id, 2020)

Saat ini aplikasi i.saku sudah mencapai 5 juta unduhan melalui Google Play Store (play.google.com, 2020). Melalui Money Duck, i.saku mendapat penilaian dengan rata-rata 3 bintang untuk pelayanan dan kegunaan dari aplikasinya seperti dalam gambar berikut.



**Gambar 1.7 Penilaian i.saku**

*Sumber:* moneyduck.com (2021)

Dari Gambar 1.7 pada aplikasi i.saku menurut pengguna dari segi *Convenience* atau Kenyamanan mendapat nilai 3 dari 5, pada *Customer Service* atau Pelayanan Pelanggan mendapat nilai 3, pada *Product Convenience* atau Kenyamanan Produk mendapat nilai 4, pada *Product Features and Variety* atau Fitur dan Variasi Produk mendapat nilai 4 dan pada *Trust* atau kepercayaan mendapat nilai 3.

Penerimaan masyarakat terhadap aplikasi i.saku cukup beragam ada yang merasa diuntungkan dan ada yang tidak. Beberapa konsumen memberikan tanggapan mengenai aplikasi i.saku melalui forum Money Ducks seperti berikut.

### **Pemasukan dan Pengeluaran Jelas**

2019.12.10

Salah satu alasan utama saya mendaftar di i.saku jelas karena saya selalu belanja kebutuhan sehari-hari di Indomaret. Berkat i.saku ini, belanja saya semakin mudah dan juga murah. Banyak potongan-potongan belanja yang saya dapatkan di Indomaret karena membayar dengan i.saku. Terima kasih untuk i.saku.



**Reza M.**

Dompot digital iSaku yang merupakan produk keluaran indomaret ini, tentunya memiliki keunggulan lebih dari dompet digital lainnya jika melakukan transaksi pembelian pada merchant indomaret. Dengan melakukan pembayaran pada pembelian di indomaret, maka anda akan mendapatkan point setiap transaksi, point dapat digunakan untuk mendapatkan harga yang lebih murah lagi

2019.11.21 22:39

### **Terbatasnya partner dan mitra yang bekerjasama**



2019.12.10

Produk ini melayani transaksi belanja di jaringan terbatas indomaret dengan layanan yang tersedia hampir serupa dengan transaksi yang dapat dilakukan oleh kasir. Tersedia promo untuk user tetapi masih sangat terbatas dan kurang menarik.

## **Gambar 1.8 Tanggapan Pengguna Produk i.saku**

*Sumber: moneyduck.com (2021)*

Pada Gambar 1.8 dapat dilihat beberapa tanggapan pengguna mengenai produk i.saku melalui forum Moneyduck. Pada tanggal 10 Desember 2019, seorang user

memberi tanggapan bahwa alasannya menggunakan aplikasi i.saku karena selalu berbelanja kebutuhan sehari-hari di Indomaret dan karena menggunakan i.saku banyak mendapat potongan dan kemudahan dalam belanja. M Reza pada tanggal 21 November 2019 mengatakan bahwa keunggulan i.saku dibanding *e-wallet* lainnya adalah jika melakukan transaksi di Indomaret pengguna akan mendapatkan poin setiap transaksinya. Adapun yang merasa *e-wallet* ini masih kurang menarik seperti tanggapan user pada tanggal 10 Desember 2019, menurutnya pelayanan i.saku di Indomaret tidak ada bedanya dengan pelayanan melalui kasir dan terbatasnya mitra yang bekerjasama dirasa kurang menarik (moneyduck.com, 2019).

Jika dilihat pada data di Gambar 1.5, menurut *survey* yang dilakukan oleh IPrice, i.saku menempati urutan ke 5 dari 10 sebagai *e-wallet* yang banyak diunduh dari kuartal 2 tahun 2019 sampai kuartal 2 tahun 2020 namun i.saku mengalami penurunan peminat dan mengalami penurunan dari urutan ke 5 menuju ke urutan ke 6 pada akhir 2020. Menurut *Commercial Project Executive* PT Inti Dunia Sukses, Handi Kurniawan, ia mengatakan bahwa dengan uang elektronik dapat bertransaksi dengan mudah dimana saja namun tentu ada resiko keamanan dan kepercayaan dalam menggunakan aplikasi. Meskipun begitu dengan jaringan yang semakin banyak dan juga untuk membangun *cashless society* i.saku diharapkan akan berkembang dan menjadi alternatif dalam bertransaksi (ayobandung.com, 2019).

Penggunaan aplikasi *e-wallet* dapat digunakan melalui minimarket yang bekerja sama seperti Indomaret dan supermarket seperti Lotte dan sebagainya. Menurut data dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2018 jumlah toko modern seperti minimarket, supermarket atau department store berjumlah 1.131 unit dengan jumlah toko modern terbanyak dari Jawa Barat sebanyak 232 unit, Jawa Tengah sebanyak 161 unit, dan DKI Jakarta sebanyak 52 unit (databoks, 2019). Pada Oktober 2019, i.saku mengenalkan produknya di festival Gedung Sate Bandung. Pengenalan produk i.saku merupakan suatu upaya untuk memudahkan masyarakat Jawa Barat dalam bertransaksi secara digital. Adanya i.saku sebagai salah satu alternatif alat pembayaran elektronik di Indonesia. Pihak i.saku berharap supaya masyarakat Jawa Barat mulai menggunakan i.saku supaya bisa memenuhi angka 6.5 juta pelanggan i.saku di akhir tahun 2019 (jabarprov.go.id, 2019),

Berdasarkan data perkembangan i.saku saat ini, penulis melakukan pra-kuesioner terhadap pengguna metode pembayaran i.saku. Pra-penelitian ini dilakukan melalui platform *Google Form* yang disebar kepada 30 orang responden pengguna i.saku di wilayah Jawa Barat dan pernah melakukan transaksi pada i.saku minimal 1 kali. Berikut ini merupakan tabel dari hasil pra-penelitian mengenai aplikasi i.saku.

**Tabel 1.1 Pra-Kuesioner Penggunaan I.saku**

No	Variabel	Pernyataan	Jawaban				
			STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)
1.	<i>Performance Expectancy</i>	Teknologi I.saku membantu mempermudah sistem pembayaran dibandingkan uang tunai.	1	11	6	9	3
		Menggunakan i.saku membantu mempercepat urusan sehari-hari saya	2	11	7	9	1
		Menggunakan i.saku meningkatkan produktivitas saya dalam bertransaksi	3	16	6	3	2
2.	<i>Effort Expentancy</i>	Aplikasi i.saku mudah dipahami selama proses transaksi	0	2	7	14	7
		<i>Top up</i> I.saku mudah untuk dilakukan. ( <i>M-banking</i> /Indomaret)	3	4	3	14	6
		<i>Scan QR Code</i> I.saku mudah untuk dilakukan ketika proses pembayaran	0	5	6	13	6
3.	<i>Social Influence</i>	Orang sekitar merekomendasikan untuk menggunakan aplikasi I.saku	9	7	6	7	1
		Saya merasa harus menggunakan layanan I.saku yang menjadi <i>trend</i> di lingkungan saya, jika tidak saya akan merasa tertinggal	18	11	1	0	0
		<i>Influencer</i> di media sosial mempengaruhi saya untuk menggunakan aplikasi I.saku	20	7	3	0	0

(bersambung)

4.	<i>Facilitating Condition</i>	Smartphone saya mendukung adanya aplikasi I.saku (tidak lag/error)	0	0	2	12	16
		Saya mengerti dalam menggunakan aplikasi I.saku	0	0	2	21	7
		Menggunakan aplikasi I.saku sudah sesuai dengan gaya kerja saya	0	4	11	14	1
5.	<i>Hedonic Motivation</i>	Saya nyaman ketika melakukan transaksi I.saku dalam pembelian berbagai jenis produk.	1	10	11	7	1
		Tampilan aplikasi I-saku menarik	0	1	6	21	2
		Saya mendapatkan manfaat dari kegunaan fitur-fitur I.saku	1	11	11	7	0
6.	<i>Price Value</i>	Biaya yang dikenakan saat bertransaksi melalui I.saku sebanding dengan manfaat yang dirasakan	1	9	8	12	0
		Saya dapat menghemat uang dengan menggunakan I.saku	2	20	2	5	1
		I.saku menawarkan nilai uang lebih baik dari <i>e-wallet</i> lainnya karena bisa menawarkan harga banding dari partnernya	0	4	8	15	2
7.	<i>Habit</i>	Menggunakan aplikasi I.saku sudah menjadi kebiasaan bagi saya	11	13	4	2	0
		Menggunakan I.saku adalah sesuatu yang saya lakukan tanpa pemikiran panjang dalam bertransaksi apapun	13	13	2	2	0
		Selalu memilih I.saku untuk bertransaksi dibandingkan produk <i>e-wallet</i> lainnya	11	17	2	0	0

(bersambung)

8.	<i>Behavioral Intention</i>	Saya berniat menggunakan I.saku dalam waktu yang lama (1 tahun ke depan)	2	9	14	5	0
		Saya akan selalu mencoba menggunakan I.saku sebagai aplikasi utama bertransaksi	1	16	11	2	0
		Saya berencana merekomendasikan I.saku kepada kerabat dekat saya	2	16	9	3	0
9.	<i>Use Behavior</i>	Saya selalu menggunakan I.saku setiap bertransaksi di <i>merchant</i> yang bekerja sama dengan I.saku	0	2	2	19	7
		Saya selalu melakukan pembayaran kebutuhan melalui aplikasi I.saku (PLN, Pulsa, Shopee, Lainnya)	9	15	3	3	0
		Setiap minggu saya selalu melakukan transaksi melalui aplikasi I.saku	7	12	6	5	0

*Sumber:* Hasil Olah Data Peneliti (2021)

Berdasarkan hasil *pra-survei* pada tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa, *Performance expectancy, Effort expectancy, Social influence, Facilitating condition, Hedonic motivation, Price Value, Habit, Behavior intention* dan *Use behavior* dari pengguna i.saku belum sepenuhnya baik. Dari 30 responden, Pada variabel *performance expectancy* item PE3 16 orang (53,3%) berpendapat bahwa tidak setuju dalam “menggunakan i.saku meningkatkan produktivitas saya dalam bertransaksi”, pada *effort expectancy* item EE1 14 orang (46.7%) berpendapat setuju dengan “cara penggunaan aplikasi I.saku mudah dipahami selama proses transaksi”, pada *social influence* item SI3 20 orang (66.7%) sangat tidak setuju dengan “*influencer* di media sosial mempengaruhi saya untuk menggunakan aplikasi I.saku” pada *facilitating condition* item FC2 21 orang (70%) setuju dengan “saya mengerti dalam menggunakan aplikasi I.saku” pada *hedonic motivation* item HM2 21 orang (70%) setuju dengan “tampilan aplikasi I-saku menarik” pada *price value* item PV2 20 orang tidak setuju dengan “saya dapat menghemat uang dengan menggunakan I.saku” pada *habit* item H3 17 orang tidak setuju dengan “selalu memilih I.saku untuk bertransaksi dibandingkan produk *e-wallet* lainnya” pada *behavior intention* item BI2 16 orang

(53.3%) tidak setuju dengan “Saya akan selalu mencoba menggunakan I.saku sebagai aplikasi utama bertransaksi” dan pada *use behavior* item UB2 15 orang (50%) tidak setuju dengan “Saya selalu melakukan pembayaran kebutuhan melalui aplikasi I.saku (PLN, Pulsa, Shopee, Lainnya)”.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widodo, Irawan, & Sukmawati (2019) tentang UTAUT2 untuk mengkaji adopsi dompet digital di Indonesia. Dalam penelitiannya, variabel *Habit*, *Performance Expectancy*, dan *Facilitating Condition* memiliki pengaruh besar pada *behavioral intention* dompet digital di Indonesia, dengan *habit* sebagai faktor yang paling berpengaruh dalam menggerakkan *behavioral intention*. Menurut Widodo, Fauziati, & Nugroho (2015) kesuksesan dalam implementasi dari teknologi informasi pada suatu organisasi bergantung pada kemauan pengguna untuk memakai dan memanfaatkan hal tersebut.

Aplikasi sering bermasalah dan kurang interaktif juga menjadi penyebab beberapa orang jarang menggunakan i.Saku karena tidak memudahkan pengguna dalam penggunaan sehari-hari. Beberapa dari responden juga mengatakan pernah kehilangan saldo mereka ketika mereka gagal bertransaksi menggunakan i.saku. Menurut Amijaya yang dikutip (Gendady, 2018) kemudahan penggunaan (*easy of use*) akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan dalam penggunaan sistem, maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi tersebut.

Transaksi harus didukung oleh sistem otentikasi untuk memastikan keamanan dan kenyamanan dalam setiap pelaksanaan transaksi (Karsen, 2019). Suatu manajemen dapat disebut baik apabila perencanaan tersebut dapat ditindaklanjuti secara praktis ke dalam program-program operasional yang berorientasi kepada keamanan dan nyaman (Kurniasari, 2017). Menurut Vankantesh et al (2003) *effort expectancy* didefinisikan sebagai tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna dengan menggunakan suatu teknologi, apabila teknologi mudah digunakan maka usaha yang dilakukan tidak terlalu tinggi dan sebaliknya apabila suatu sistem sulit digunakan maka diperlukan usaha yang tinggi untuk menggunakannya

Pengaruh pertemanan, keluarga, dan lingkungan sosial juga menjadi penyebab bagi beberapa orang yang jarang dalam menggunakan i.saku. Menurut Haryono (2015) pengaruh sosial menunjukkan sejauh mana persepsi individu atas sesuatu yang

dipercaya orang lain atas penggunaan sistem baru, pengaruh sosial terkait dengan tekanan eksternal (dari orang-orang penting dalam hidup seseorang, seperti keluarga, teman, dan supervisor di tempat kerja). *Social influence* didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang merasa bahwa orang-orang penting disekitar percaya bahwa seorang individu harus menggunakan teknologi (Venkatesh, 2003)

Berdasarkan penjelasan di atas, manfaat yang i.saku tawarkan akan mempengaruhi konsumen i.saku untuk terus menggunakan i.saku secara terus menerus. Banyaknya *competitor* dalam bidang yang sama juga memengaruhi perkembangan i.saku. Maka peneliti akan melakukan penelitian tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan dari suatu teknologi ini sehingga bisa mempengaruhi minat dan perilaku mereka dalam menggunakan teknologi tersebut. Berbagai macam model penelitian telah dikembangkan untuk menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat dan penggunaan suatu sistem teknologi, salah satunya yang terbaru adalah model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al pada tahun 2003. Dalam penelitian ini, untuk mengidentifikasi masalah digunakan Model UTAUT2 yang dimodifikasi dalam penelitian ini. Berdasarkan Venkatesh (2012), model UTAUT2 diadopsi dari UTAUT. UTAUT sendiri adalah untuk memprediksi perilaku konsumen terhadap adopsi teknologi. Venkatesh pada tahun 2012 memperluas model menjadi model UTAUT2 sehingga lebih sesuai dalam konteks individu pada konsumen. Berdasarkan Venkatesh terdapat 7 variabel independen yaitu *performance expectancy* (PE), *effort expectancy* (EE), *social influence* (SI), *facilitation condition* (FC), *hedonic motivation* (HM), *price value* (PV), dan *habit* (H). Dengan variabel sedang yaitu Umur, Jenis Kelamin dan Pengalaman. Variabel Intervening yaitu *Behavioral Intention* 1 variabel dependen adalah *Use Behavior*. Yang mana faktor-faktor yang terdapat pada model UTAUT2 ini sesuai dengan faktor-faktor yang ditemukan pada pra penelitian sebelumnya. Pada variabel dari mode UTAUT2 terdapat fenomena fenomena masalah dari responden, sehingga diperlukannya penelitian mengenai faktor-faktor tersebut.

I.saku perlu menyadari pentingnya faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna dalam menggunakan i.saku secara terus menerus untuk meningkatkan posisi layanan i.saku di masa depan. i.saku akan mampu meraih posisi yang lebih tinggi di

Indonesia khususnya dalam layanan dompet elektronik. Selain itu, i.saku akan lebih memahami preferensi pengguna untuk terus mengadopsi i.saku. Dengan demikian, hingga saat ini belum ada penelitian sebelumnya yang menganalisis niat berkelanjutan pengguna i.saku untuk mengadopsi i.saku di Indonesia. Untuk itu perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi *continuance intention* dalam mengadopsi i.saku. Penelitian ini juga ingin tahu dan ingin mengetahui lebih lanjut tentang kelanjutan niat adopsi i.saku di Indonesia. Maka peneliti memutuskan melakukan penelitian dengan menggunakan mode UTAUT2. Karena UTAUT2 terbukti menghasilkan tingkat signifikan dalam menjelaskan variabel terhadap niat perilaku dan penggunaan teknologi. Berdasarkan fenomena diatas dan berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Vankatesh et al., (2012), Deny (2019), Muhardi Saputra et.al (2021) dan Oktafani (2020). Dengan demikian dari uraian latar belakang penelitian tersebut maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Penerapan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology2 (Utaut2) Pada Adopsi Penggunaan E-Wallet I.Saku”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah analisis pengaruh *performance expectancy* (PE), *effort expectancy* (EE), *social influence* (SI), *facilitation condition* (FC), *hedonic motivation* (HM), *price value* (PV), dan *habit* (H) pada adopsi penggunaan layanan dompet digital i.saku
2. Bagaimanakah analisis pengaruh *Behavior Intention* (BI) dan *Use Behavior* (UB) pada adopsi penggunaan layanan dompet digital i.saku.
3. Bagaimanakah analisis pengaruh *performance expectancy* (PE), *effort expectancy* (EE), *social influence* (SI), *facilitation condition* (FC), *hedonic motivation* (HM), *price value* (PV), dan *habit* (H) Terhadap *Behavior Intention* (BI) pada adopsi penggunaan dompet digital i.saku.
4. Bagaimanakah analisis pengaruh *Behavior Intention* (BI), *facilitating condition* (FC) dan *habit* (H) terhadap *Use Behavior* (UB) pada adopsi peenggunaan dompet digital i.saku.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Pada penelitian kali ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui analisis pengaruh *performance expectancy* (PE), *effort expectancy* (EE), *social influence* (SI), *facilitation condition* (FC), *hedonic motivation* (HM), *price value* (PV), dan *habit* (H) pada adopsi penggunaan layanan dompet digital i.saku.
2. Untuk mengetahui analisis pengaruh *Behavior Intention* (BI) dan *Use Behavior* (UB) pada adopsi penggunaan layanan dompet digital i.saku.
3. Untuk mengetahui analisis pengaruh *performance expectancy* (PE), *effort expectancy* (EE), *social influence* (SI), *facilitation condition* (FC), *hedonic motivation* (HM), *price value* (PV), dan *habit* (H) pada *Behavior Intention* (BI) dalam adopsi penggunaan dompet digital i.saku.
4. Untuk mengetahui analisis pengaruh *Behavior Intention* (BI), *facilitating condition* (FC) dan *habit* (H) terhadap *Use Behavior* (UB) pada adopsi penggunaan dompet digital i.saku.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1.5.1 Aspek Akademis**

Dari segi akademis, penulisan ini diharapkan dapat menjadi acuan serta referensi untuk penulisan berikutnya yang akan dilakukan oleh penulis lainnya, terutama yang berkaitan dengan financial technology (*fintech*) khususnya mengenai aspek layanan pengguna aplikasi mobile payment, melalui model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* atau yang disingkat dengan UTAUT2 dalam mengetahui penggunaan layanan *mobile payment* i.saku.

#### **1.5.2 Aspek Praktis**

1. Bagi industri yang berkaitan dengan layanan pembayaran elektronik, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan mengenai faktor yang dapat mempengaruhi pengguna untuk menerima dan menggunakan layanan pembayaran elektronik dalam melakukan transaksi secara *online*.

2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat untuk perusahaan yang bergerak dibidang layanan pembayaran elektronik khususnya i.saku sehingga dapat memberikan masukan dalam mengembangkan inovasi terbaru di masa yang akan datang.