

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Teknologi informasi saat ini berkembang pesat di berbagai belahan dunia. Hal ini telah membawa perubahan di berbagai sektor diantaranya sektor budaya, pertahanan, keamanan, pendidikan dan perekonomian. Teknologi informasi dan komunikasi mempunyai peranan yang sangat kompleks, salah satu perannya adalah sebagai alat bantu manusia untuk menyelesaikan suatu aktivitas atau pekerjaan sehari-hari. Kemudahan mendapatkan informasi dan berkomunikasi merupakan keuntungan yang didapat dari teknologi informasi dan komunikasi.<sup>1</sup>

Informasi memegang peranan penting dalam aspek kehidupan. Perkembangan teknologi dan informasi ditandai dengan maraknya pemakaian internet di berbagai lapisan masyarakat. Pemanfaatan informasi yang optimal dapat memberikan peluang dan ide yang inovatif untuk pengembangan.<sup>2</sup> Perkembangan teknologi internet diadopsi oleh industri bank baik bank pemerintah maupun bank swasta sebagai peluang untuk mengembangkan pelayanan karena media internet adalah suatu inovasi yang memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. Perkembangan pelayanan yang dilakukan perbankan berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking* yang berbasis *handphone* (*phone banking*), penggunaan ATM (*Automatic Teller Machine*), *Credit Card* dan lain sebagainya.<sup>3</sup>

Dengan adanya perkembangan teknologi, perkembangan pengguna internet pun tumbuh semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dari hasil survei nasional pengguna

---

<sup>1</sup>Sutarman, *Pengantar Teknologi Informasi*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009), 58.

<sup>2</sup>Sutarman, *Pengantar Teknologi Informasi*, 10.

<sup>3</sup> Setyo Ferry Wibowo, dkk, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *E-money Card* (Studi pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta), *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 6, No. 1 (2015) : 441, diakses pada tanggal 17 Januari 2019.

internet 2018 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwasannya terjadi peningkatan pengguna internet dari tahun 2017 hingga 2018. Data hasil survei APJII tahun 2017 penetrasi pengguna internet sebanyak 54,68% (143,26 juta jiwa) dari 262 juta populasi penduduk Indonesia. Sedangkan tahun 2018 penetrasi pengguna internet sebanyak 64,8% (171,17 juta jiwa) dari 264,16 juta penduduk Indonesia. (*sumber: [http://apjii.or.id/gudang\\_data/presentasi](http://apjii.or.id/gudang_data/presentasi)*)

Penggunaan internet digunakan juga untuk transaksi ekonomi. Dimana masyarakat dahulu menggunakan alat pembayaran tunai (*cash based*) kini telah mengenal pembayaran non tunai (*non cash*) dalam melakukan transaksi pembayaran. Salah satu instrumen pembayaran non tunai yang berkembang di Indonesia adalah uang elektronik (*electronic money*) atau yang disebut *e-money*. *E-money* merupakan alat pembayaran dengan nilai uang telah tersimpan secara elektronik pada *server* ataupun kartu. Uang elektronik (*electronic money*) diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*electronic money*) yang telah diubah dua kali menjadi Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/17/2016.<sup>4</sup>

Kartu *e-money* dapat digunakan untuk transaksi pembayaran di internet maupun *merchant-merchant* yang telah bekerja sama dengan bank penerbit kartu *e-money*. *E-money* menjadi populer karena telah gencar digunakan untuk bertransaksi di toko *online* maupun *offline*. Diperkirakan pemakaian *e-money* dimasa datang berpotensi menggeser peran uang tunai dalam transaksi pembayaran bersifat *retail*.<sup>5</sup>

Pemakaian *e-money* akan memberikan kelebihan dibanding dengan pemakaian uang tunai dan alat pembayaran non tunai lainnya. Kelebihan *e-money* adalah waktu yang diperlukan untuk transaksi lebih singkat dibandingkan dengan kartu debit, kartu kredit atau ATM. Sebab, pemakaian *e-money* tidak memerlukan otorisasi *online*, tanda tangan atau

---

<sup>4</sup>Yosua Arent Lonardo Aritonang dan Anton Arisman, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan *E-money* (Studi Kasus Pengguna *Go-Pay*) : 1, diakses pada tanggal 19 Maret 2019

<sup>5</sup>Yosua Arent Lonardo Aritonang dan Anton Arisman, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan *E-money* (Studi Kasus Pengguna *Go-Pay*) : 2, diakses pada tanggal 19 Maret 2019

memasukkan kode PIN. Dengan pemakaian *offline* biaya dapat dikurangi dan *electronic value* dapat diisi ulang kedalam kartu *e-money* melalui berbagai sarana yang disediakan oleh *issuer*.<sup>6</sup>

Penggunaan *e-money* semakin meluas di masyarakat. Penggunaan uang elektronik tersebut beragam mencakup pembayaran jalan tol, kereta *commuter line*, MRT *line*, ASDP, parkir, *merchant retail* dan *e-commerce*. Akan tetapi, kontribusi terbesar untuk transaksi *e-money* berasal dari sektor transportasi.<sup>7</sup> Jasa transportasi saat ini dirasa sebagai sarana yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat, transportasi digunakan setiap masyarakat untuk memperlancar aktifitas sehari-harinya dalam berbagai kegiatan seperti bekerja, sekolah ataupun kegiatan lainnya. Salah satu inovasi baru dalam penyedia jasa transportasi adalah transportasi ojek *online*. Diantara ojek *online* yang berkembang di Indonesia adalah Gojek. Alasan masyarakat memilih menggunakan Gojek sebagai ojek *online* adalah persepsi masyarakat yang menilai bahwa ojek *online* lebih praktis dibanding ojek konvensional, para penggunanya dapat memesan via internet tanpa harus terjun kelapangan untuk mencari ojek. Pelanggan juga merasa aman karena Gojek ini telah terintegrasi dibawah naungan institusi sehingga kepercayaan pelanggan akan lebih besar, serta tarif yang telah terstandarkan sehingga pelanggan tidak perlu melakukan tawar menawar dengan *driver*.<sup>8</sup>

Salah satu layanan Gojek adalah *Gopay*. *Gopay* atau yang sebelumnya disebut sebagai *Go-Wallet* merupakan dompet virtual untuk menyimpan *Gojek credit* yang digunakan untuk membayar transaksi yang berkaitan dengan layanan aplikasi Gojek. *Gopay* sudah terintegrasi dengan bank-bank besar di Indonesia diantaranya yang menjadi mitra Gojek dalam layanan *Gopay* adalah BCA, Bank Mandiri, Bank BRI, BNI, Permata Bank, CIMB Niaga serta pengisian saldo via

---

<sup>6</sup>Yosua Arent Lonardo Aritonang dan Anton Arisman, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan *E-money* (Studi Kasus Pengguna *Go-Pay*) : 1-2, diakses pada tanggal 19 Maret 2019.

<sup>7</sup><https://m.bisnis.com/finansial/read/20190711/90/1123152/volume-transaksi-e-money-capai-rp8-triliun-ini-penopangnya>, diakses 3 September 2019.

<sup>8</sup>Yosua Arent Lonardo Aritonang dan Anton Arisman, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan *E-money* (Studi Kasus Pengguna *Go-Pay*) :2, diakses pada tanggal 19 Maret 2019

ATM bersama dan Prima. Gojek memberikan kemudahan bertransaksi dengan memperkenalkan *Gopay* sebagai layanan pembayaran. Selain pembayaran konvensional yang dilakukan secara tunai, pembayaran nontunai atau *cashless* tentu akan memudahkan pengguna saat tidak membawa cukup uang untuk membayar jasa Gojek.

Perkembangan teknologi informasi menimbulkan pro dan kontra, untuk itu dilakukan berbagai penelitian untuk menciptakan model yang dapat mengukur serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi informasi (TI). Salah satu model yang banyak digunakan yaitu TAM (*Technology Acceptance Model*).

TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah salah satu teori perilaku yang menjelaskan tentang pendekatan pemanfaatan teknologi informasi. TAM (*Technology Acceptance Model*) ini diperkenalkan oleh Davis et al. (1989) yang mengembangkan kerangka pemikiran mengenai minat untuk menggunakan teknologi informasi berdasarkan persepsi manfaat (*perceived of usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*).<sup>9</sup>

TAM (*Technology Acceptance Model*) berasumsi bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua konstruk tersebut. Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) keduanya mempunyai pengaruh ke niat perilaku (*behavioral intention*). Pemakai teknologi akan mempunyai niat menggunakan teknologi (niat perilaku) jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) mempengaruhi kegunaan persepsian (*perceived usefulness*). Pemakai sistem akan menggunakan sistem jika merasa bahwa sistem tersebut mudah digunakan.<sup>10</sup>

Persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use*) merupakan suatu keyakinan seseorang dalam

---

<sup>9</sup>Singgih Priambodo, Bulan Prabawani, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang) : 1, diakses pada tanggal 19 Maret 2019

<sup>10</sup>Jogiyanto H.M, *Sistem Informasi Keperilakuan (Edisi Revisi)*, (Yogyakarta:CV ANDI OFFSET,2008), 112.

menggunakan suatu sistem teknologi tanpa harus memerlukan usaha apapun atau bebas dari usaha. Adapun dimensi persepsi kemudahan penggunaan yaitu interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut, serta sistem mudah digunakan. Persepsi kemudahan terhadap penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. *Perceived Ease of Use* (persepsi tentang kemudahan penggunaan) berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar saat digunakan (*free of effort*).<sup>11</sup> Jika suatu teknologi dipersepsikan mudah untuk digunakan, seseorang akan memilih dalam memanfaatkannya. Sebuah teknologi atau aplikasi dapat digunakan dengan mudah apabila memiliki karakteristik mudah untuk dipelajari dan dioperasikan, pengguna dapat melakukan pekerjaan dengan lebih mudah dan menambah keterampilan para penggunanya.<sup>12</sup>

Pemanfaatan teknologi berhubungan dengan cara perusahaan merencanakan dan mengatur teknologi informasi dalam mencapai manfaat potensial dan efektif. Teknologi informasi yang handal akan menyajikan informasi yang berkualitas sehingga memudahkan setiap proses kerja yang dilakukan maupun dalam penggunaannya. Kualitas informasi dapat terwujud dari perancangan sistem informasi yang baik. Sistem informasi yang baik akan memudahkan pengguna untuk memperoleh informasi yang diinginkan. Sehingga konsumen akan merasakan adanya pelayanan yang baik dari perusahaan melalui sistem informasi yang ada.

Dalam TAM, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi informasi berhubungan dengan sikap

---

<sup>11</sup>Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan,Keamanan dan Ketersediaan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi pada Program Layanan *Internet Banking*)”, *Jurnal Studi Manajemen* 8, No.1 (2014) : 4, diakses pada tanggal 19 Maret 2019.

<sup>12</sup>Jogiyanto H.M, *Sistem Informasi Keperilakuan (Edisi Revisi)*, (Yogyakarta:CV ANDI OFFSET,2008), 113.



seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada pengguna sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk atau layanan. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk atau layanan ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku dan niat seseorang untuk menggunakan atau tidak suatu produk atau layanan.

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) menurut Jogiyanto adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Menurut Davis persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya dalam bekerja. Menurut Wijaya persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi dapat diukur dari beberapa faktor yaitu dapat meningkatkan produktivitas pengguna, dapat meningkatkan kinerja pengguna serta dapat meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pengguna.<sup>13</sup> Maka dapat disimpulkan yang dimaksud dengan persepsi manfaat adalah pandangan pengguna adanya manfaat yang diperoleh dari menggunakan layanan uang elektronik (*e money*).

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi kemanfaatan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya.<sup>14</sup>

Manfaat dan kemudahan yang ditawarkan uang elektronik dapat memengaruhi peningkatan penggunaannya. Ketika sebuah produk memiliki manfaat dan kemudahan ketika

---

<sup>13</sup>Ahmad dan Bambang Setiyo Pambudi, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan,Keamanan dan Ketersediaan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi pada Program Layanan *Internet Banking*)” : 4.

<sup>14</sup>Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang)” : 2.

digunakan dalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas. Begitu pula dengan uang elektronik yang dirasa sangat membantu untuk kepentingan transaksi perekonomiannya, masyarakat akan berminat menggunakan uang elektronik.

Selain faktor kemudahan dan manfaat, faktor tingkat kepercayaan terhadap produk juga berpengaruh dalam minat menggunakan uang elektronik. Menurut Jogiyanto kepercayaan adalah penilaian seorang individu setelah memperoleh, memproses, dan mensintesis informasi dan menghasilkan berbagai penilaian dan anggapan.<sup>15</sup>

Data Bank Indonesia (BI) menunjukkan volume transaksi uang elektronik mengalami kenaikan. Volume transaksi uang elektronik pada akhir 2018 melonjak 209,8% menjadi 2,9 miliar transaksi dibandingkan 2017 sebesar 943,3 juta transaksi. Hingga Juli 2019 volume transaksi uang elektronik telah mencapai 2,7 miliar transaksi.<sup>16</sup> Meskipun penggunaan uang elektronik meningkat, namun masih banyak masyarakat yang menggunakan uang *cash* dalam bertransaksi.

Pada penelitian dari Setyo Ferry Wibowo, dkk menghasilkan kesimpulan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan produk *e-money*. Minat dalam penelitian ini adalah sesuatu yang timbul setelah pihak perusahaan penyedia layanan jasa memberikan informasi tentang persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan kepada masyarakat sehingga masyarakat tertarik untuk ikut menggunakan layanan yang ada dalam hal ini adalah penggunaan *e-money*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Singgih Priambodo, dkk dengan hasil bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik.

---

<sup>15</sup>Andhika Bayu Pratama dan I Dewa Gede Dharma Saputra, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan pada Minat Menggunakan Uang Elektronik", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 27, 2 (2019) : 930, diakses pada tanggal 30 Agustus 2019.

<sup>16</sup><https://tirto.id/5090-masyarakat-khawatirkan-penggunaan-data-e-money-cy41>, diakses pada 14 Oktober 2020.

Pada penelitian Yosua Arent Lonardo Aritonang, dkk menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat menggunakan aplikasi *go-pay*. Penelitian Muhammad Adi Wibowo, dkk menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat, tarif dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan produk *e-money*.

Pada penelitian Dwi Marchelina, dkk menunjukkan bahwa hasil penelitiannya persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* sedangkan persepsi kemudahan, persepsi resiko dan fitur layanan berpengaruh positif secara parsial terhadap minat menggunakan *e-money*.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan tersebut, peneliti mengangkat judul “**Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Minat menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Gopay di Kudus)**”.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*?

## C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *e-money*
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *e-money*
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money*



#### D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, manfaat penelitian ini adalah:

- a. Sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan teori terutama yang berkaitan dengan persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan dan minat menggunakan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dalam pengaplikasian teknologi informasi dalam dunia bisnis.

##### 2. Manfaat praktis

###### a. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman mengenai perkembangan teknologi informasi terutama dalam penggunaan *e-money*.

###### b. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat dijadikan acuan dalam menyusun sebuah penelitian yang memiliki tema serupa serta dapat menambah pengetahuan dengan sudut pandang yang berbeda.

#### E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara umum dari masing-masing bagian. Untuk memperoleh gambaran yang cukup jelas mengenai penelitian ini, maka sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagian Awal berisi mengenai halaman judul, halaman pengesahan proposal, halaman daftar isi, halaman daftar gambar dan halaman daftar tabel.
2. Bagian Isi terdapat lima bab yang saling berhubungan satu sama lain, karena ketiganya merupakan bentuk satu kesatuan yang utuh, sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab pertama dipaparkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan

penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab kedua menguraikan berbagai macam teori yang berkaitan dengan penelitian yaitu mengenai persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan dan minat menggunakan *e-money*, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ketiga memaparkan tentang jenis dan pendekatan penelitian, *setting* penelitian, sumber data, populasi dan sampel penelitian, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

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

Pada bab keempat menguraikan secara rinci mengenai penggambaran secara umum objek penelitian, gambaran umum mengenai responden, deskripsi angket, hasil data penelitian, uji instrumen berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil uji asumsi klasik berupa, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas, uji normalitas serta mengenai hasil analisis data uji statistik meliputi: uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji regresi linier berganda, uji *t*, serta pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab lima tersusun atas simpulan dan saran.

### 3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir ini meliputi daftar pustaka yakni sumber informasi yang digunakan sebagai rujukan.