

BAB I

PENDAHULUAN

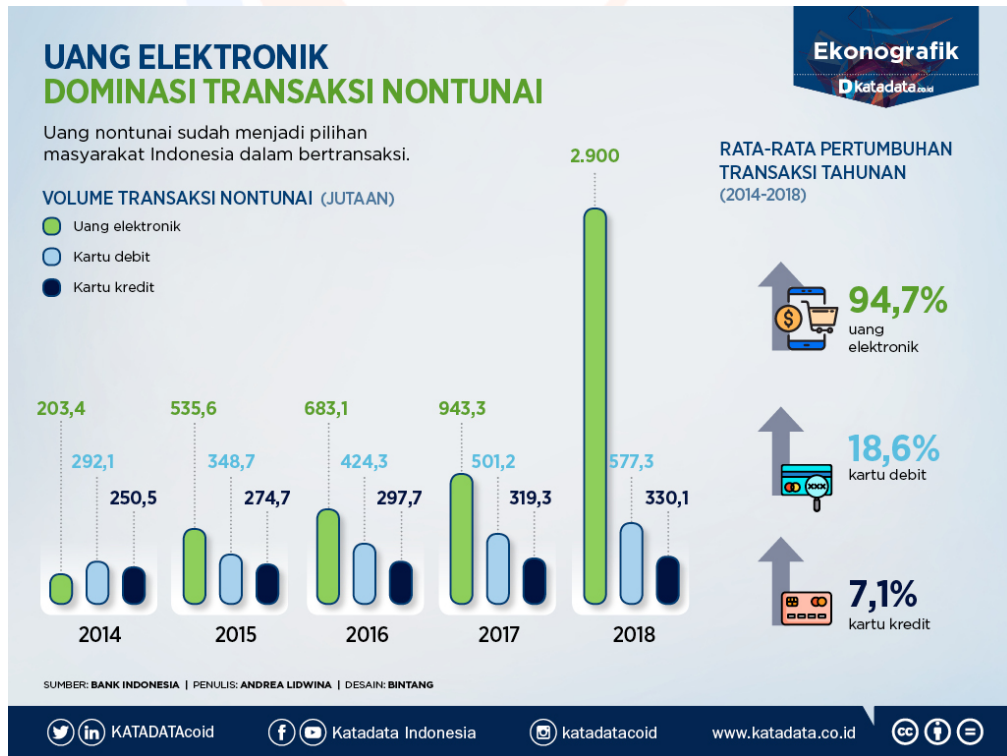
1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi semakin pesat di era modern ini, masyarakat sudah mulai meninggalkan sistem lama dan beralih menuju sistem teknologi baru. Perkembangan teknologi di dalam dunia *fintech* (*financial teknologi*) juga mengalami peningkatan. Faktor *internal* berupa heterogenitas perusahaan dan tingkat persaingan serta faktor eksternal berupa peraturan pemerintah dan standar teknologi turut membentuk terjadinya inovasi pembayaran dari metode konvensional menjadi mobile payment (Liu, Kauffman, & Ma, 2015). *M-Payment* sendiri bisa diartikan sebagai salah satu jenis dari aktivitas bisnis yang melibatkan perangkat elektronik yang memiliki koneksi dengan *mobile network* agar dapat berjalan (Liébana-Cabanillas, Sánchez-Fernández, & Muñoz-Leiva, 2014). Tingkat penerimaan *mobile payment* mengalami peningkatan dari tahun ke tahun di berbagai negara (Flood, West, & Wheadon, 2013). Beberapa negara menawarkan *e-wallet* yang berbeda-beda, seperti PayPal yang mendominasi pembayaran di Amerika Serikat, menghadapi tantangan yang kuat dari *Goggle wallet* dan *Apple pay* (Hong Zhu & Ying L. Y. P. Chang, 2017).

Pada penelitian Chandra, Srivastava, Kim, & Theng (2010) menjelaskan bahwa konsep *e-wallet* sudah ada sejak dahulu dimana pembayaran dilakukan untuk membayar tagihan ketika pengguna ponsel menggunakan nada dering di ponsel mereka. Pembayaran tagihan tersebut dibayar dengan pulsa, pengguna mengaktifkan nada dering dan setelahnya operator masing-masing provider memotong pulsa seluler pengguna. Seiring perkembangan teknologi yang sudah berbasis elektronik pada akhirnya melakukan pembayaran dengan menggunakan dompet elektronik diperluas kembali.

Pesatnya perkembangan teknologi di era digital menyebabkan paksaan terhadap bank dan intuisi keuangan untuk megadopsi sistem yang mendunia. Pemanfaatan internet di dunia perbankan tidak hanya sebatas melakukan transfer melalui *mobile banking* namun berkembang lebih jauh lagi yaitu untuk melakukan pembayaran melalui *digital payment*. Pembayaran non tunai (*cashless*) sudah hadir di Indonesia yang pada awalnya diperkenalkan oleh Bank Indonesia (BI) sejak tahun 2014, dimana pada tahun itu BI sudah mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai atau yang biasa disingkat GNNT. Perancangan tersebut dibuat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, pelaku bisnis, dan juga lembaga masyarakat untuk menyarakan pembayaran melalui non tunai. Sejak adanya peraturan tersebut maka secara serempak bank-bank konvensional yang berada di bawah pengawasan BI mengeluarkan *e-money*. Bisa dijumpai beberapa bank yang telah mengeluarkan *e-money* tersebut yaitu Bank Mandiri e-Money, BNI Tapcash, BRI Brizzi, dan Bank BCA flazz. Namun, pembayaran

melalui online yang dikeluarkan bank konvensional dikalahkan dengan pembayaran melalui *e-wallet* (dompet elektronik) yang dikeluarkan beberapa perusahaan *fintech*.



Sumber : katadata

Gambar 1.1 Grafik pemakaian uang elektronik di Indonesia

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa kenaikan transaksi menggunakan dompet elektronik di Indonesia mengalami peningkatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Dilansir dari data Bank Indonesia (BI) transaksi menggunakan dompet elektronik mengalami peningkatan pada tahun 2018 hingga 2.900 dibandingkan dengan tahun sebelumnya hanya mencapai 943,3. Hal ini meningkat sebesar Rp 47,19 triliun sepanjang 2018. Angka itu meningkat empat kali lipat dibandingkan nilai transaksi tahun sebelumnya Rp 12,37 triliun. Penggunaan elektronik semakin tinggi dari tahun ketahun tetapi penggunaan kartu debit dan kartu kredit dari bank konvensional mengalami penurunan. Hal ini selaras dengan munculnya *e-wallet* yang bekerja sama dengan beberapa *e-commerce* dalam melakukan transaksi pembayaran. Riset Morgan Stanley yang dipublikasikan bulan february lalu mengatakan bahwa penggunaan transaksi pembayaran digital di Indonesia terhadap 1.582 responden, 20% dari survey tersebut menggunakan layanan pembayaran digital dari perusahaan *fintech* dibandingkan dengan milik bank, perusahaan telekomunikasi, dan lain-lain. 90% responden dari survey yang dilakukan mengaku menggunakan dompet elektronik, pengguna dompet digital milik bank

hanya sebesar 65%, provider telekomunikasi 39%, dan yang terakhir layanan digital milik *e-commerce* sebesar 35%. Dari persentase tersebut terjadinya kesenjangan terhadap penggunaan *e-wallet* yang diterbitkan oleh fintech dengan *e-money* yang diterbitkan oleh bank. Walaupun *e-money* yang diterbitkan oleh bank-bank nasional sudah dapat digunakan untuk bertransaksi namun pengguna tidak mendapat keuntungan yang besar seperti saat menggunakan *e-wallet* yang menghadirkan kemudahan, dan beberapa keuntungan seperti promosi dan *cashback* yang sangat besar.

Salah satu *e-wallet* yang hadir di Indonesia adalah DANA yang berasal dari perusahaan PT Espay Debit Indonesia. DANA memperkenalkan pembayaran melalui dompet digital serta transaksi secara non tunai dan non kartu. Konsep dompet digital DANA berbeda dengan dompet digital lain yang sudah hadir di pasar Indonesia, yaitu dengan konsep *open platform*. Dengan hal ini berarti DANA dapat dapat masuk dan digunakan dalam berbagai *platform* yang berbeda baik *offline* maupun *online* namun tetap terintegrasi. Konsep *open platform* yang diusung oleh DANA memungkinkan dompet digital ini dapat terhubung dengan berbagai bentuk alat pembayaran seperti; saldo *online*, kartu debit, dan kartu kredit.

Walaupun DANA sudah memberikan konsep yang berbeda dengan *e-wallet* yang sudah ada di Indonesia sebelumnya, tidak hanya itu DANA juga mengembangkan fasilitas serta fitur pembayaran dengan membuat metode baru yaitu pemindai QR Scan Code. Fitur itu memudahkan konsumen dalam menggunakan DANA dan sangat *user friendly*. Pengguna cukup membuka aplikasi DANA pada *smartphone* pengguna dan klik 'pay' yang belogo *QR Code* yang terdapat dibagian bawah aplikasi kemudian layar ponsel ditempelkan pada mesin yang telah disediakan. Tidak seperti layanan pada *mobilephone*, melakukan pembayaran dengan *e-wallet* melibatkan informasi pribadi, seperti data rekening bank, shopping list, dan aliran uang yang masuk di dalam rekening. Karena alasan ini, pengguna harus berhati-hati dalam memutuskan apakah akan terus menggunakan layanan pembayaran melalui *e-wallet* atau dompet digital. Oleh karena itu sangat penting dalam mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi *intention to continue use*.

Tella & Olasina (2014) dalam penelitiannya telah memeriksa faktor dari *e-payment intention to continue use* dengan menambahkan beberapa variabel untuk memperluas model penerimaan teknologi dengan Sembilan variabel atau faktor yang dimodifikasi, dua diantaranya didapatkan dari *information system success model*. Hasilnya terbukti bahwa Sembilan variabel yang diuji termasuk *attitude*, *satisfaction*, dan *actual use* semuanya terkait dengan *intention to continue use*, dan semua variabel secara bersamaan memprediksi secara signifikan pada penggunaan secara terus menerus pada *e-payment*.

Pada penelitian Hong Zhu & Ying L. Y. P. Chang (2017) dijelaskan bahwa faktor yang menentukan seseorang dalam *intention to continue use*, adanya

subjective norms, dan *competitor marketing efforts*. Dalam penelitian ini juga dijelaskan bahwa kepercayaan merupakan mediator yang sangat berpengaruh terhadap *intention to continue use*. *Competitor marketing* bisa jadi merupakan upaya pemasaran yang paling efektif, namun hal tersebut bisa membuat seseorang berhenti menggunakan suatu teknologi. Pengguna layanan *e-wallet* bisa membandingkan setelah menggunakan konsumen mendapatkan informasi internal terkait yang membantu mereka dalam mengevaluasi terhadap *intention to continue use e-wallet*. Dalam lingkungan pasar yang ketat ini maka upaya pesaing pasar merupakan faktor eksternal dalam pengambilan keputusan. Secara singkat dalam penelitian ini dijelaskan bahwa *intention to continue use* dipengaruhi oleh pengalaman (faktor internal) dan faktor eksternal yaitu pesaing pasar. Perilaku konsumen juga biasanya dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal (Pornsakulvanich & Dumrongsiri, 2013).

Munculnya pembayaran menggunakan dompet *digital* menimbulkan pertanyaan apakah suatu aplikasi tersebut bisa diterima atau tidak di dalam masyarakat. Davis (1989) mengungkapkan dalam penelitiannya apakah suatu teknologi yang hadir di masyarakat bisa diterima atau tidak dengan teori yang dikenal *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut model TAM, perilaku adopsi suatu teknologi ditentukan berdasarkan dua variabel yang paling menentukan yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. *Perceived usefulness* memberikan efek secara langsung terhadap keinginan untuk mengadopsi penggunaan, sedangkan *perceived ease of use* memiliki efek secara langsung atau tidak dalam menerima penerimaan teknologi (Hadikusuma *et al*, 2019). Salah satu penelitian yang mengkonfirmasi keunggulan *Technology Acceptance Model* dengan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memiliki hasil yang mempengaruhi satu sama lain dalam *intention to continue use* (Tella & Olasina, 2014).

Chutimaskul & Papisratorn (2008) penelitiannya mengungkapkan bahwa *perceived usefulness dan perceived ease of use pada situs e-government secara langsung meningkatkan intention to continue use situs e-Government*.

Subjective norms merupakan salah satu variabel yang diteliti pada penelitian (Hong Zhu & Ying L. Y. P. Chang, 2017). *Subjective norms* merupakan persepsi konsumen tentang sikap orang lain disekitar pengguna terkait penyedia layanan *e-wallet*. Sudah banyak digunakan dalam penelitian penerimaan difusi teknologi. *Subjective norms* telah dominan dalam mengungkap pengaruh sosial. Namun, *social influence* merupakan salah satu faktor yang harus diteliti lebih jauh dalam penerimaan difusi suatu teknologi. Karena *subjective norm* belum sepenuhnya menjelaskan pengaruh sosial dalam mempengaruhi penerimaan teknologi. Karena *subjective norms* merupakan salah satu dimensi dari *social influence*.

Sedangkan jika *social influence* merupakan bagaimana orang lain mempengaruhi keputusan perilaku seseorang. Pengaruh sosial terkait dengan

tekanan eksternal (dari orang-orang penting dalam hidup seseorang, seperti keluarga, teman, dan supervisor di tempat kerja). Pengaruh sosial adalah sejauh mana jaringan sosial mempengaruhi perilaku masyarakat melalui pesan dan sinyal dari orang lain yang memfasilitasi pembentukan nilai masyarakat yang dirasakan dari sistem teknologi. Selain itu, pengaruh sosial mempengaruhi individu melalui kedua pesan tentang harapan sosial dan perilaku yang diamati dari orang lain (Wang & Chou, 2014).

Karena masih sedikitnya penelitian yang membahas *social influence* dalam mempengaruhi *intention to continue use*, maka peneliti menambahkan variabel *social influence* pada penelitian ini yang diharapkan dapat menambah dimensi baru pada model TAM. *Social influence* atau pengaruh orang sekitar dalam menggunakan suatu teknologi sangat berpengaruh kepada pengguna. Dengan mendapat pengaruh dari orang-orang sekitar pengguna, apakah pengguna akan menggunakan suatu sistem aplikasi tersebut atau tidak. Karena tindakan orang sekitar, apa yang digunakan, dan dikonsumsi sangat berpengaruh kepada pengguna. Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) aplikasi DANA merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan perusahaan, karena dengan kemudahan penggunaan memungkinkan pengguna akan terus menerus menggunakan DANA. Karena kemudahan penggunaan merupakan yang diinginkan pengguna dalam memakai aplikasi. Selain kemudahan penggunaan. Manfaat (*perceived usefulness*) yang diberikan DANA sangat berperan penting terhadap *intention to continue use*, jika pengguna DANA merasakan manfaat secara terus menerus ketika menggunakan aplikasi DANA, maka pengguna akan menggunakan DANA secara *continue*.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka hal inilah yang membuat peneliti tertarik meneliti faktor-faktor yang menentukan *intention to continue use* pada DANA. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Social Influence* Terhadap *Intention to Continue Use* Melalui *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* (STUDI PADA E-WALLET DANA)”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah dijelaskan diatas maka dapat ditarik beberapa permasalahan yang timbul, diantaranya sebagai berikut :

1. Munculnya teknologi berbasis digital dalam melakukan transaksi pembayaran dengan hadirnya *e-wallet*. DANA merupakan salah satu *e-wallet* yang hadir di Indonesia, mengusung tema berbeda dengan *e-wallet* yang hadir sebelumnya. Penggunaan transaksi dengan DANA berbeda karena menggunakan *Scan QR Code* yang memberikan kemudahan kepada pengguna *e-wallet*. Sehingga dengan adanya teknologi yang diberikan pada

fitur-fitur dalam aplikasi DANA memudahkan pengguna dalam menggunakan DANA.

2. DANA merupakan salah satu e-wallet yang hadir di Indonesia yang mengusung tema “#GANTIDOMPET” dengan tema ini maka DANA hadir sebagai dompet elektronik di Indonesia. Dengan menggunakan DANA pengguna bisa melakukan transaksi *online* atau *offline* dengan *scan QR code* dengan menggunakan saldo DANA yang bisa di top up melalui mobile banking, transfer di atm, atau di beberapa minimarket kemudian dengan DANA bisa menggunakan kartu Bank; Kartu Debit dan Kartu Kredit yang memudahkan penggunaan dalam melakukan transaksi. Dimana kartu kredit dan kartu debit pengguna bisa disimpan di aplikasi DANA dengan melakukan hal ini maka pengguna bisa melakukan transaksi lebih mudah.
3. Adanya pengaruh yang dirasakan pengguna melalui keluarga, teman-teman, kerabat atau kolega memungkinkan penggunaan DANA secara terus menerus karena adanya pengaruh yang diberikan kepada pengguna. orang-orang disekitar pengguna meyakinkan bahwa menggunakan DANA memberikan kemudahan dalam pembayaran transaksi, sehingga dengan adanya pengaruh-pengaruh yang dirasakan pengguna dari teman-teman, keluarga, ataupun rekan kantor menjadikan pengguna menggunakan DANA dan memungkinkan pengguna menggunakan DANA secara terus menerus.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dipaparkan, untuk memberikan hasil yang lebih efektif, maka penulis membatasi penelitian yaitu :

1. Penelitian akan dilakukan kepada pengguna aplikasi DANA dan menggunakan DANA sebagai alat transaksi pembayaran.
2. Fokus penelitian ini terdapat pada *social influence*, *perceived usefulness*, *perceived ease of use* terhadap *intention to continue use*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis tulis maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *social influence* terhadap *perceived usefulness* penggunaan DANA?
2. Apakah terdapat pengaruh *social influence* terhadap *perceived ease of use* terhadap penggunaan DANA?
3. Apakah terdapat pengaruh *perceived usefulness* terhadap *intention to continue use* penggunaan DANA?
4. Apakah terdapat pengaruh *perceived ease of use* terhadap *intention to continue use* penggunaan DANA?
5. Apakah terdapat pengaruh *social influence* terhadap *intention to continue use* penggunaan DANA?

1.5 Tujuan penelitian

Dari permasalahan yang telah dirumuskan diatas maka tujuan yang ingini dicapai dalam penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh *social influence* terhadap *perceived usefulness* DANA
2. Untuk mengetahui pengaruh *social influence* terhadap *perceived ease of use* DANA
3. Untuk mengatahui pengaruh antara *perceived usefulness* terhadap *intention to continue use* DANA
4. Untuk mengetahui pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *intention to continue use* DANA
5. Untuk mengetahui pengaruh antara *Social influence* terhadap *intention to continue use* DANA

1.6 Perbedaan dengan penelitian sebelumnya

Di dalam membuat penelitian, penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi dan acuan bagi penulis untuk membangun hipotesis penelitian dalam menyusun penelitian yang akan dilakukan. Terdapat beberapa perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu :

1. Perbedaan pada model penelitian
2. Perbedaan pada variabel yang digunakan baik variabel independen maupun variabel dependen
3. Terdapat perbedaan objek yang diteliti dengan penelitian sebelumnya
4. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya
5. Ada beberapa variabel lain yang mendukung penelitian sebelumnya, namun tidak ada dalam penelitian ini.

1.7 Manfaat penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat bagi banyak pihak, yaitu :

1. Bagi penulis
Penelitian ini diharapkan dapat mempraktikan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan dan menambah referensi serta ilmu pengetahuan tentang topik yang dibahas
2. Bagi perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan untuk mempertahankan dan menarik konsumen untuk tetap menggunakan aplikasi DANA
3. Bagi pembaca
Hasil penelitian ini diharapkan pengetahuan dan sebagai dasar acuan bagi peneliti selanjutnya memberikan penjelasan tentang topik yang dibicarakan.