

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi membawa dampak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan. Hal yang paling dirasakan oleh masyarakat ialah penggunaan internet yang semakin masif dan intens diyakini membawa perubahan dengan memberikan kemudahan dalam kehidupan serta telah mengubah pola hidup masyarakat. Salah satu perubahan yang tengah dirasakan saat ini ialah kemajuan sistem pembayaran dalam transaksi perekonomian di seluruh dunia. Kemajuan sistem teknologi dalam sistem pembayaran yang tengah berkembang di dunia termasuk di Indonesia nampaknya perlahan mulai menggeser peranan uang tunai yang semula sebagai alat pembayaran tunai ke dalam bentuk pembayaran non tunai dengan bentuk yang lebih efisien. Kemajuan perkembangan transaksi ekonomi saat ini mengarah pada budaya non tunai atau yang biasa disebut dengan *Cashless*.

Salah satu instrumen pembayaran nontunai yang saat ini sedang berkembang di Indonesia adalah uang elektronik (*electronic money*) atau yang biasa disebut dengan istilah *e-money*, di Indonesia sendiri sejak Agustus 2014 secara resmi Bank Indonesia telah turut serta dalam mengatur dan mengawasi laju perkembangan sistem pembayaran yang aman dengan mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang disampaikan oleh Gubernur Bank Indonesia Agus D.W.Martowardojo. Dukungan penyelenggaraan uang elektronik ini diperkuat dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) dan dalam Surat Edaran Bank Indonesia No.11/11/DASP tanggal 13 April 2009 perihal Uang Elektronik (*Electronic Money*). Peraturan ini diterbitkan guna menyaring penyelenggara Uang Elektronik yang kredibel. PBI ini juga ditujukan untuk memisahkan peraturan tentang Uang Elektronik dengan peraturan tentang alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu (AMPK) yang mana keduanya memiliki karakteristik yang berbeda.

Pengertian Uang Elektronik itu sendiri menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit. Uang elektronik merupakan alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Penggunaanya harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi.

Walaupun memuat karakteristik yang sedikit berbeda dengan instrumen pembayaran lainnya seperti kartu kredit dan kartu ATM/Debit, namun tujuan penggunaan instrumen ini tetap sama yaitu ditujukan sebagai alat pembayaran. Media elektronik untuk menyimpan nilai uang elektronik dapat berupa *chip* atau *server*. Uang elektronik *chip based* sejauh ini tampil dalam bentuk kartu. Berikut antara lain adalah produk uang elektronik *chip based* yang telah mendapatkan izin resmi dari Bank Indonesia dan saat ini telah beredar di pasar yaitu Flazz BCA, E-Money Mandiri, Brizzi BRI, Tap *Cash* BNI, Blink BTN, Mega *Cash*, Nobu E-Money, JakCard Bank DKI dan Skye Mobile Money, iVas Card, Tap Izy, dan BSB *Cash*. Sedangkan

uang elektronik berbasis *server* atau yang dikenal sebagai *e-wallet* dalam proses pemakaiannya perlu terkoneksi terlebih dahulu dengan *server* penerbit.

Di Indonesia, produk uang elektronik *server based* yang telah mendapat izin resmi dari Bank Indonesia antara lain OVO *Cash*, T-*Cash* Telkomsel, Go-Pay, Sakuku BCA, Dana, XL Tunai, MYNT E-Money, Mandiri E- *Cash*, Mega Virtual, UnikQu, Nobu E-Money, PayPro, FinnChannel, Rekening Ponsel CIMB Niaga, BBM Money Permata Bank, DOKU, dan lain sebagainya.

Tabel 1.1 Data Jumlah Uang Elektronik Beredar dan Volume Transaksi Uang Elektronik Tahun 2013 s/d Tahun 2018

Periode	Jumlah Uang Elektronik Beredar	Volume Transaksi Uang Elektronik
Tahun 2014	35.738.233	203.369.990
Tahun 2015	34.314.795	535.579.528
Tahun 2016	51.204.580	683.133.352
Tahun 2017	90.003.848	943.319.933
Tahun 2018	1.166.125.393	4.806.445.533

Sumber : Bank Indonesia, Data diolah 2019.

Pada tabel diatas berdasarkan data yang diperoleh dari laporan melalui website resmi Bank Indonesia menunjukkan akumulasi jumlah uang yang beredar dalam lima tahun terakhir yakni dari tahun 2014 hingga tahun 2018. Dalam data tersebut terlihat dominasi peningkatan yang terus terjadi dari tahun ke tahun pada transaksi uang elektronik diikuti dengan naiknya jumlah uang elektronik yang beredar di masyarakat. Lonjakan kenaikan yang jelas terlihat terjadi pada tiga tahun terakhir, dimana terjadi kenaikan ditahun 2017 sebesar 75,77% dari tahun 2016 dan kemudian mengalami kenaikan yang meroket menginjak tahun 2018 dengan kenaikan mencapai 1195,6%. Tingginya jumlah uang elektronik yang beredar ini diikuti dengan melambungnya volume transaksi uang elektronik dari 2017 ke tahun 2018 sebesar 409,5%. Hal ini menunjukkan antusiasme masyarakat yang tinggi dalam minat menggunakan uang elektronik yang didasari oleh kemudahan serta kemanfaatan yang dirasakan oleh masyarakat dalam menggunakan uang elektronik sebagai pengganti alat pembayaran yang modern. *Intention* atau suatu keinginan (minat) seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya (Jogiyanto, 2007).

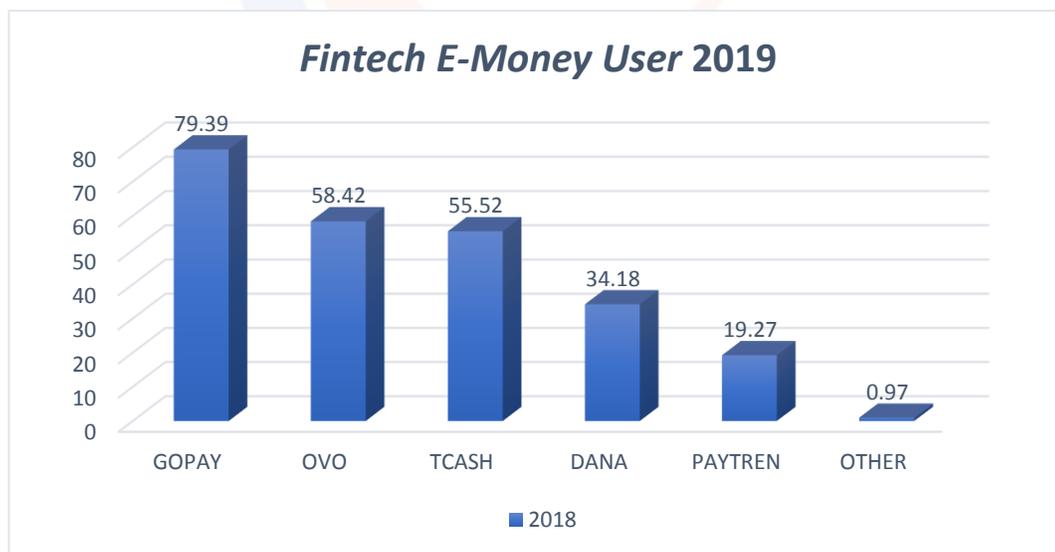
Penggunaan uang elektronik dinilai memiliki kelebihan dibandingkan membayar dengan menggunakan uang tunai di antaranya lebih praktis di mana nasabah tidak perlu lagi membawa uang tunai untuk berbelanja yang memiliki resiko untuk memicu tindak kriminal, kartu pembayaran juga dinilai lebih efektif karena tidak memerlukan uang receh untuk kembalian (Yudhistira, 2014).

Menurut hasil Laporan dari Survey Penggunaan Terkini dalam Kepemilikan Uang Elektronik yang dilakukan oleh Jakpat 2018 dengan jumlah responden sebanyak 2384 responden yang tersebar di seluruh Indonesia, menunjukkan bahwa

kecenderungan masyarakat paling banyak menggunakan Uang elektronik untuk membeli *mobile reload* seperti *top-up* pulsa, dan paket data. Penggunaan Uang Elektronik terbanyak kedua adalah untuk membayar jasa sarana transportasi seperti bus, kereta, membayar tarif *e-toll*, dan *food delivery*. Seseorang individu apabila menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya maka disaat itulah dia akan berniat untuk menggunakannya lagi dan akan mendatangkan kepuasan (Sartika dan Baridwan, 2013).

Penyedia Uang elektronik juga bekerja sama dengan berbagai *online shop* dalam penggunaan uang elektronik sebagai sarana pembayaran sehingga memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi secara *online* dan *real time*. Uang elektronik juga semakin memperluas kegunaannya hingga mencakup ke dalam pembayaran tagihan, pembelian tiket, pembayaran di berbagai *minimarket*, *booking hotel*, dan lain sebagainya. Penggunaan uang elektronik yang beredar ini diprediksi pasar akan terus mengalami kenaikan dilihat dari antusiasme penggunaan uang elektronik oleh masyarakat luas yang mendapat kemudahan serta kemanfaatan dari transaksi menggunakan uang elektronik yaitu seperti lebih cepat dan efisien, mendapat berbagai penawaran istimewa, potongan harga, *point reward* dan penawaran menarik lainnya yang hanya didapatkan apabila bertransaksi menggunakan platform uang elektronik yang ditentukan.

Davis dalam Nurmalasari (2018) menyatakan, bahwa pengertian dari manfaat itu merupakan kemampuan dari teknologi tersebut untuk menghasilkan keuntungan. Sehingga persepsi kebermanfaatannya didefinisikan sebagai ukuran terhadap kesanggupan atau kemampuan dari sebuah teknologi dalam mendatangkan manfaat bagi penggunanya.



Gambar 1.1 Fintech E-Money User 2019

Sumber: *DailySocial.id Fintech Report*, 2018

Berdasarkan hasil laporan dari survey yang dilakukan oleh *DailySocial.id* bersama dengan OJK dan Jakpat dalam *Fintech Report 2018* dengan responden sebanyak 825 orang yang telah menggunakan *fintech* dalam mobile mereka menunjukkan bahwa sebanyak 79,39% menggunakan Gopay sebagai alat transaksi, hal

ini menunjukkan bahwa Go-pay masih menduduki peringkat pertama dalam kepopuleran dan penggunaan jenis uang elektronik *server based*. OVO yang meroket dalam dua tahun terakhir menduduki posisi kedua dengan perolehan 58,42% responden yang memilih OVO sebagai *mobile payment provider* mereka. Diikuti dengan TCash dari telkomsel yang telah berdiri sejak tahun 2007, dan disusul berbagai *emoney server based* lainnya.

Beragam penyedia uang elektronik yang beredar di masyarakat membuat masyarakat selektif dalam memilih uang elektronik yang memberikan manfaat terbesar bagi dirinya. Menurut Davis dalam Nurmalasari (2018) Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) yaitu tingkat keyakinan seseorang terhadap sesuatu, bahwa dalam penggunaannya akan terbebas dari segala bentuk usaha. Sehingga kemudahan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan uang elektronik.

Penggunaan uang elektronik ini sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis diharapkan dapat membantu kelancaran pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai kegiatan ekonomi yang bersifat massal, cepat dan mikro, sehingga perkembangannya dapat membantu kelancaran transaksi. Dari segi penjual juga dimudahkan karena tidak perlu menyediakan uang kecil untuk memberikan kembalian sehingga proses transaksi akan berjalan lebih cepat dan akurat, dan juga memberikan manfaat untuk Bank Indonesia selaku pemegang otoritas penyedia uang kartal yaitu dapat meminimalisir penyediaan uang kartal yang nilainya cukup besar sehingga akan menjadi lebih efisien dan ekonomis.

Seperti yang ditawarkan oleh salah satu platform penyedia uang elektronik OVO *Cash* yang tengah populer di masyarakat yang dikelola oleh PT. Visionet Internasional dibawah naungan LippoX, OVO *Cash* berdiri sebagai perusahaan *digital payment* dalam bentuk sebuah *smart financial apps* mencoba mengakomodasi berbagai kebutuhan terkait dengan *Cashless* dan *mobile payment*. OVO telah bekerja sama dengan 350.000 *merchant* ternama yang tersebar di 212 kota di Indonesia antara lain seperti Hypermart, Agoda, First Media, Maxx Coffe, MatahariMall.com dan hampir di semua gerai bisnis Lippo. OVO juga telah membangun kemitraan dengan Grab Indonesia, Bank Mandiri, Alfamart, dan MOKA, dari kerja sama ini diharapkan OVO bisa mengantongi hingga 60 juta pengguna aktif. OVO memberikan penawaran menarik serta keuntungan lainnya melalui *merchant* rekanan OVO yang dapat berbentuk *discount*, *point reward*, *Cashback* dan berbagai promosi menarik lainnya. Namun, terlepas dari keuntungan serta penawaran menarik yang dijanjikan oleh OVO, masih banyak terdapat keluhan-keluhan nyata yang ditemukan dari para pengguna OVO.

Salah satu contoh laporan keluhan nyata dalam menggunakan OVO dialami oleh pemilik akun Kaskus bernama m.efendy17 dalam surat pembaca kaskus pada Agustus 2018 yang mengeluhkan bahwa saldo OVO miliknya tidak kunjung bertambah namun saldo rekening pengirim sudah terpotong. Pihaknya juga mengeluhkan tentang respon bantuan dari pihak OVO yang dirasa kurang. Uang elektronik seharusnya diyakini dapat mampu memberikan kemudahan dan manfaat bagi para pelakunya, namun manfaat yang dirasakan dari penggunaan uang elektronik ini akan menjadi tidak maksimal apabila para pengguna tidak memaksimalkan

penggunaannya dan juga dari segi penyedia uang elektronik tidak membuat kemajuan perbaikan dalam peningkatan platform uang elektronik tersebut.

Peneliti melakukan pra survey dengan tujuan untuk mengetahui permasalahan serta kondisi langsung yang dialami dilapangan pada OVO *Cash* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara dengan perolehan sebagai berikut.



Sumber: Data diolah, Penulis 2019.

Gambar 1.2 Pra Survey *Perceived Ease Of Use*

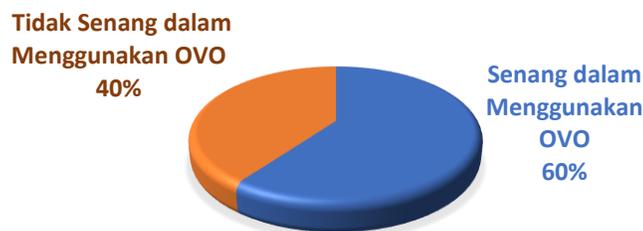
Pra survey dilakukan pada 30 responden di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara, dengan kriteria berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang berusia 17-50 tahun telah menggunakan OVO dalam 1 bulan terakhir nyatanya belum menunjukkan hasil yang maksimal. Dalam kemudahan penggunaan dengan kriteria sebanyak 40% responden (12 orang) mengeluhkan tentang transaksi yang sering bermasalah, diantaranya adalah saldo pengguna telah terpotong saat melakukan *Top Up* namun tidak berhasil masuk ke OVO *Cash* akun pengguna. Transaksi yang dilakukan di *Merchant* OVO maupun pada aplikasi OVO sendiri sering mengalami kendala. Sebanyak 33% Responden atau (10 orang) mengatakan seringnya terjadi gangguan pada *server* OVO yaitu diantaranya aplikasi tidak bisa dibuka atau tidak bisa *Log in* di akun pengguna, aplikasi sering tertutup paksa, dan mesin *EDC portable* di gerai rekanan OVO sering lambat karena adanya gangguan koneksi pada *server* dan 8 orang atau 27% masih mengeluhkan tentang rumitnya aplikasi saat digunakan.



Sumber : Data diolah, Penulis, 2019

Gambar 1.3 Pra Survey *Perceived Usefulness*

Dalam *Perceived Usefulness* responden mengaku masih belum mendapatkan manfaat yang maksimal dari penggunaan OVO Cash di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara, sebanyak 50 % responden (15 orang) mengeluhkan perihal *Reward* atau poin yang gagal masuk ke akun pengguna padahal pengguna telah menyelesaikan transaksi. Lalu sebanyak 30% atau 9 responden mengeluhkan saldo atau OVO *Points* mereka hilang secara tiba-tiba. Dan sebanyak 20% atau 6 responden menyatakan bahwa mereka tidak mendapat keuntungan sesuai yang dijanjikan oleh OVO. Hal ini tentunya membuat pengguna merasa sangat tidak nyaman.



Sumber : Data diolah, Penulis, 2019

Gambar 1.4 Pra Survey *Attitude Toward Using*

Pra survey terhadap *Attitude Toward Using* sebanyak 60% responden menyatakan senang dalam menggunakan dan bertransaksi menggunakan OVO Cash namun sebanyak 40% responden didapati tidak merasa senang dalam bertransaksi menggunakan OVO Cash akibat dari pengalaman-pengalaman buruk yang dialami saat melakukan transaksi menggunakan uang elektronik OVO.

Dapat disimpulkan dari hasil pra survey menunjukkan masih terdapat responden yang tidak merasakan kemudahan dalam menggunakan OVO, manfaat dari penggunaan OVO sehingga menimbulkan sikap yang negatif sehingga akan berdampak pada niat menggunakan OVO Cash, padahal peran uang elektronik diharapkan mampu diterima serta digunakan secara terus menerus oleh seluruh masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

“Pengaruh *Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness* Terhadap *Intention to Use* dengan *Attitude Toward Using* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna OVO Cash di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara)”.

1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas, maka peneliti mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pra survey masih terdapat berbagai kendala dan kesulitan dalam bertransaksi menggunakan OVO *Cash* sehingga hal tersebut dapat menurunkan minat masyarakat untuk menggunakan OVO *Cash*.
2. Berdasarkan pra survey terdapat pengguna yang tidak mendapatkan keuntungan yang sesuai dari hasil transaksi menggunakan OVO *Cash* sehingga menimbulkan keraguan untuk terus menggunakan OVO *Cash*.
3. Pengalaman buruk yang dialami pengguna selama bertransaksi menggunakan OVO *Cash* menumbuhkan kesan dan sikap negatif terhadap penggunaan OVO *Cash*.
4. OVO *Cash* belum mampu menduduki peringkat pertama dalam menjadi pilihan pengguna dalam menggunakan uang elektronik.
5. Persaingan tinggi pada penyedia uang elektronik membuat masyarakat bersikap sangat selektif dan pengguna OVO *Cash* menjadi mudah beralih.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah dengan melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* dengan *Attitude Toward Using* sebagai Variabel Intervening pada Pengguna OVO *Cash* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using* pada pengguna OVO *Cash* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara?
2. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using* pada pengguna OVO *Cash* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara?
3. Apakah *Attitude Toward Using* berpengaruh terhadap *Intention to Use* pada pengguna OVO *Cash* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara?
4. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh langsung terhadap *Intention to Use* pada pengguna OVO *Cash* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara?
5. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh langsung terhadap *Intention to Use* pada pengguna OVO *Cash* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara?
6. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap *Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using* pada pengguna OVO *Cash* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara?
7. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using* pada pengguna OVO *Cash* di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Attitude Toward Using* pada pengguna OVO Cash di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Attitude Toward Using* pada pengguna OVO Cash di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara
3. Untuk mengetahui pengaruh *Attitude Toward Using* terhadap *Intention to Use* pada pengguna OVO Cash di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* pada pengguna OVO Cash di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* pada pengguna OVO Cash di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap *Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using* sebagai variabel intervening pada pengguna OVO Cash di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.
7. Untuk mengetahui *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* melalui *Attitude Toward Using* sebagai variabel intervening pada pengguna OVO Cash di Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan
Diharapkan dapat menjadi informasi dan masukan penting pada perusahaan untuk meningkatkan kemudahan dalam penggunaan, kemanfaatan, serta menganalisis sikap penggunaan dan sehingga berdampak pada niat penggunaan OVO Cash di Jakarta.
2. Bagi Penulis
Sebagai tambahan ilmu pengetahuan bagi penulis agar dapat membandingkan ilmu secara teoritis yang di peroleh selama perkuliahan dengan yang terjadi dalam kehidupan bermasyarakat sehari-hari. Serta dapat mengimplementasikan kemampuan penulis dalam pengetahuannya mengenai objek yang akan dibahas pada penelitian ini.
3. Bagi Pihak Lain
Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai sarana acuan, referensi, pustaka bagi penelitian selanjutnya maupun menjadi studi perbandingan untuk penelitian sejenis.