

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan pesat. Dimulai dari era akuntansi tahun 1950, sampai ke era jejaring global di mulai tahun 1990, sistem teknologi telah banyak sekali mengalami perubahan (Jogiyanto, 2014:1).

Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi, dan internet menyebabkan mulai munculnya aplikasi berbasis internet. Khususnya pada sistem aplikasi dan sosial media telah melahirkan berbagai industry kreatif baru salah satunya adalah di bidang jasa maupun transportasi. Teknologi informasi dan komunikasi membuat segala aktivitas manusia menjadi lebih mudah baik di bidang ekonomi maupun sosial.

Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan financial technology (*fintech*) dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran (Bank Indonesia, 2016). *Industry financial technology (fintech)* merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan yang mulai populer di era digital sekarang ini. Sektor inilah yang diharapkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong masyarakat memiliki akses kepada layanan keuangan. Industry teknologi finansial beberapa tahun belakangan ini berkembang pesat di Indonesia.

Menurut data dari OJK POJK No.77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi sampai bulan Januari 2019, penyaluran pinjaman fintech mencapai Rp.25,92 triliun. Jumlah penyaluran tersebut naik 14,36% dari awal tahun 2018 yang tercatat senilai Rp.22,67 triliun. Angka ini masih tergolong kecil, karena berdasarkan penelitian OJK pada tahun 2016, terdapat kesenjangan pendanaan di Indonesia sebesar Rp.989 triliun per

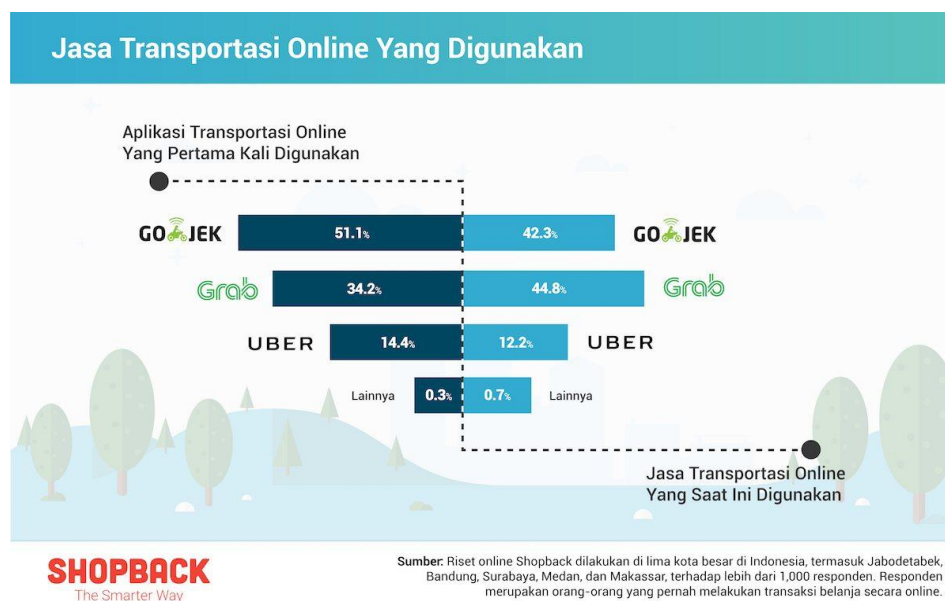
tahunnya. Kesenjangan tersebut disebabkan kebutuhan pendanaan sebesar Rp.1.649 triliun tak mampu dipenuhi oleh lembaga keuangan yang hanya memiliki total aliran dana Rp.660 triliun. Oleh karena itu, industri fintech di Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk berkembang lagi ke depannya mengingat masih banyaknya kebutuhan pendanaan yang diperlukan oleh masyarakat belum terpenuhi. Sampai saat ini, berdasarkan data statistik OJK per tanggal 1 Februari 2019, terdapat 99 perusahaan fintech lending yang telah terdaftar dan berizin di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan 54 fintech sistem pembayaran yang terdaftar di Bank Indonesia (BI). Masih terdapat beberapa perusahaan lagi yang masih dalam proses perizinan sehingga jumlah perusahaan fintech ini juga akan terus bertambah. (Bank Indonesia, 2019).

Namun menurut Arner *et al.* (2015) dalam Rahayu (2018) dalam kuliah umum tentang Financial Technology (*fintech*) oleh ketua Dewan Komisiner OJK, Muliawan D. Hadad, Ph.D di Indonesia Banking School, Fintech merupakan mengacu pada penggunaan teknologi untuk memberikan solusi finansial. “Sehingga Fintech merupakan lini bisnis yang berbasis perangkat lunak untuk menyediakan layanan keuangan. Keberadaan Fintech di Indonesia terus mengoptimalkan peran sektor jasa keuangan dalam mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi nasional, stabil menjaga stabilitas system keuangan sebagai landasan bagi pembangunan yang berkelanjutan, serta membuka akses keuangan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan kalangan masyarakat”.

Salah satu perusahaan Fintech yang tengah berkembang saat ini yaitu PT. Gojek Indonesia merupakan perusahaan penyedia aplikasi mobil yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistic, layanan pembayaran, dan layanan lengkap lainnya (www.gojekindonesia.com). PT. Gojek Indonesia didirikan oleh Nadiem Karim pada tahun 2011. PT. Gojek menjadi mitra para pengendara untuk berinteraksi dengan para konsumennya dalam rangka mempermudah masyarakat menghadapi kemacetan di Ibu Kota Jakarta. Gojek telah memiliki mitra dengan lebih dari 10.000 pengendara ojek di Jakarta, Surabaya, Bandung, hingga Provinsi Bali. Persentase aplikasi Gojek menduduki rating tertinggi dipilih oleh konsumen, yaitu sebanyak 72,6 persen dan frekuensi penggunaan masyarakat dalam menggunakan layanan transportasi online

sebanyak 2 – 3 kali dalam seminggu adalah 31,6 kemacetan dan kepadatan penduduk Ibu Kota Jakarta. Data tersebut menunjukkan bahwa gojek adalah transportasi umum yang banyak diminati masyarakat ditengah persaingan transportasi online saat ini.

Di Indonesia, Gojek, Uber dan Grab merupakan tiga pemain utama penyedia jasa transportasi online. Kemunculan aplikasi pertama kali pada tahun 2015, menjadi awal mula maraknya transportasi online di Indonesia. Ternyata lebih dari setengah (51,1%) responden mengaku Gojek sebagai transportasi online yang pertama kali mereka gunakan, lalu diikuti oleh grab (34,2%) dan Uber (14,4%). Booming aplikasi ojek online ini juga tidak lepas dari semakin meningkatnya penetrasi internet serta pengguna smartphone di Indonesia. Alasan mereka memilih Gojek, karena ojek online ini yang pertama kali muncul di daerah mereka. Selain itu, dampak pemberitaan di media massa serta harga yang murah pun turut menjadi alasan dibalik penggunaan ojek online tersebut pertama kalinya.



Gambar 1.1 Grafik Jasa Transportasi Online yang digunakan

Dalam penelitian Arini (2017) Fakta menarik lain dari hasil riset menunjukkan penggunaan aplikasi Gojek untuk kebutuhan transportasi perlahan mulai menurun. Saat responden ditanyakan aplikasi ojek online yang digunakan saat ini, sebanyak 44,8% memilih menggunakan Grab terpaut tipis dengan Gojek yang mendapatkan persentase 42,3%. Mereka menilai, saat ini Grab lebih

menawarkan harga yang lebih murah ketimbang kedua platform lainnya. Selain harga yang lebih murah, kuantitas jumlah driver serta promo mingguan yang lebih banyak juga menjadi alasan responden untuk menggunakan transportasi online ini.

Gojek kemudian melakukan banyak inovasi dalam jasa dan layanan, seperti (GO-RIDE) jasa layanan ojek online, Pengiriman barang atau paket (Go-Send), layanan pesan antar makanan (Go-Food), layanan belanja baik toko online maupun offline (Go-Mart). Go-Ride adalah layanan transportasi sepeda motor yang sebelumnya adalah ojek-ojek konvensional yang dijadikan mitra untuk bersama-sama memberikan manfaat lebih dengan menggunakan mobile service sehingga seluruh pemesanan dapat dikendalikan dengan aplikasi Gojek. Seiring perkembangan waktu, Gojek telah menambah jasa dan layanannya untuk memudahkan para pelanggan. Layanan tersebut adalah GO-Massage, Go-Box, GO-Clean, GO-Tix, Go-Car, Go-Auto, *Gopay* dan lain-lain yang banyak diminati konsumennya.

Beberapa saat setelah kemunculannya, Gojek menyertakan fitur *Gopay* yang merupakan dompet virtual guna mempermudah transaksi secara online pada aplikasi Gojek. Mulai dari transportasi seperti Go-Ride, dan Go-Car, Go-BlueBird, membeli makanan dengan Go-Food, berbelanja dengan Go-Mart atau Go-Shop, mengirim barang dengan Go-Send atau Go-Box, membeli pulsa dan paket data dengan Go-Pulsa, sampai pembelian tiket bioskop atau acara dengan Go-Tix, semua bisa dibayar menggunakan *Gopay*.

Sebagai upaya memperluas jumlah pengguna *Gopay*, Gojek bekerja sama dengan sejumlah bank besar untuk mempermudah penggunaannya untuk melakukan pengisian saldo. Bank tersebut antara lain, BNI, BRI, Mandiri, BCA, CIMB Niaga, dan Bank Permata serta jaringan bank seperti ATM Prima dan ATM Bersama. Pada opsi offline, memanfaatkan armada pengemudi mereka yang diklaim jumlahnya lebih besar dari pada perusahaan transportasi online lainnya. Pengguna Gojek bias dengan mudah meminta Driver untuk mengisi saldo *Gopay* secara manual. Dengan batas nominal sebesar Rp.2.000.000,- dan tambahan biaya untuk Driver sebesar Rp.2.000.000,- (CNN Indonesia, 2016).

Pendiri Gojek Nadiem Makarim menuturkan, fitur *Gopay* merupakan jawaban dari kebutuhan pelanggan maupun pengemudi Gojek dalam

mengintegrasikan sistem pembayaran untuk semua layanan Gojek. Menariknya lagi penggunaan *Gopay* dinilai lebih aman ketimbang uang tunai, karena tidak perlu repot membawa dompet dan hanya perlu membawa smartphone. Selain itu jika smartphone hilang, *Gopay* tidak bisa digunakan sembarangan karena dilindungi dengan pin khusus yang sudah di setting sebelumnya. Terlebih lagi saat ini harga Gojek dengan pembayaran melalui *Gopay* sangat murah daripada pembayaran tunai dan menggunakan transportasi lainnya. Hal inilah yang mengakibatkan masalah seperti kesenjangan sehingga masyarakat lebih memilih menggunakan Gojek dengan pembayaran *Gopay*.

Menurut Nadiem Makarim CEO Gojek mengatakan bahwa saat ini layanan pengantaran makanan dan pembayaran telah menghasilkan US\$2 miliar (Rp. 28,7 triliun) dan US\$6,3 miliar (Rp.90,4 triliun) per tahun. Sehingga, perusahaan itu berencana untuk mencari keuntungan dari layanan pengantaran makanan dan keuangan. Jika kami membangun bisnis ini dengan asumsi kalau transportasi online hanya akan mencapai titik impas (*break even point*), dalam CNN Indonesia (2019). Bagi gojek, layanan transportasi online adalah awal pendapatan mereka, terutama untuk layanan ojek online. Sebab, itu adalah layanan yang paling sering dipakai dan yang paling banyak menarik pengguna bagi mereka.

Dompet elektronik termasuk teknologi yang belum banyak digunakan meskipun pengguna tak cukup mengenal berbagai metode pembayaran elektronik. Resiko yang mungkin dalam penerapan teknologi adalah kejahatan dalam teknologi itu sendiri. Berdasarkan kajian pustaka yang dilakukan oleh peneliti, belum ada satupun penelitian yang membahas tingkat penerimaan *Gopay* oleh pelanggan di Indonesia. Penelitian dengan konteks lokal di Indonesia ini penting mengingat produk yang ditawarkan oleh layanan sejenis di tiap negara diorganisir oleh perusahaan yang berbeda (Priyono, 2017). Kini Gojek mampu melanjutkan perekonomian kota di mana bisnis-bisnis UMKM terbantu dengan adanya *Gopay*. Hal ini untuk mempermudah akses layanan keuangan bagi jutaan keluarga di tanah air terutama masyarakat yang memiliki akses terhadap layanan keuangan formal.

Persaingan bisnis pembayaran elektronik semakin lama semakin ketat. Pertumbuhan *merchant* selaku penyedia layanan dan pengguna layanan itu sendiri pun begitu pesat seiring meningkatnya kesadaran dan kebutuhan masyarakat akan transaksi elektronik. Para penyedia layanan dituntut untuk terus berinovasi, memberi kemudahan dan melengkapi kebutuhan pasar. Dengan begitu, para penyedia layanan wajib menjaga kualitas kinerjanya jika tidak ingin ditinggalkan oleh pelanggannya. Persaingan tersebut pun semakin menantang kreativitas untuk senantiasa memberikan yang terbaik. Dengan terus berinovasi memperbaiki dan menambah kualitas pelayanan, Gojek mampu bertahan dan bersaing dengan dua perusahaan transportasi online mancanegara yang merambah Indonesia sejak 2014 (Hartawan, 2017).

Dalam penelitian (Davis, 2010) dan di modifikasi oleh Budiman (2019) bahwa *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah sebuah teori sistem informasi yang di design guna menerangkan bagaimana pengguna mengerti dan mengaplikasikan sebuah teknologi informasi. Model dasar TAM menyatakan *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan) dan *Perceived Usefulness* (Persepsi Kemanfaatan) adalah faktor utama yang mempengaruhi niat untuk menggunakan teknologi.

Pada model dasar pertama adalah *perceived ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Model dasar kedua adalah *perceived usefulness* adalah sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan sistem teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Dalam penelitian (Chun Liu, 2015 dalam Regyna, 2018) Sehingga jika pengguna menggunakan layanan *Gopay* secara intensif maka dapat dikatakan para pengguna mengetahui sistem pembayaran *Gopay* dengan baik.

Menurut penelitian Pratama dan Suputra (2019) menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana untuk menggunakan uang elektronik. Sementara Rahayu (2018) menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan inovasi teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *gopay*. Sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan

terhadap minat menggunakan *gopay*. Hasil dari penelitian Marchelina dan Pratiwi (2016) menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-money*, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan fitur layanan berpengaruh positif secara parsial terhadap minat penggunaan *e-money*. Sementara hasil penelitian Sakti dan Astuti (2017) menunjukkan bahwa persepsi pengguna teknologi informasi, kemudahan, fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah bank dalam menggunakan ATM. Sedangkan persepsi minat nasabah Bank dalam menggunakan ATM berpengaruh terhadap penggunaan ATM. Kemudian persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan ATM. Sedangkan penelitian Bayu Pratama dan Suputra (2019) menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan pada minat mahasiswa untuk menggunakan uang elektronik

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan Sistem Pembayaran *Gopay* (Studi kasus pengguna *Gopay* di Kecamatan Cempaka Putih DKI Jakarta).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *gopay* di kecamatan Cempaka Putih?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan *gopay* di Kecamatan Cempaka Putih?
3. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap penggunaan *gopay* di Kecamatan Cempaka Putih?
4. Apakah pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan *gopay* di Kecamatan Cempaka Putih?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan *gopay*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan *gopay*.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap penggunaan *gopay*.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan persepsi risiko secara simultan terhadap penggunaan *gopay*.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi pihak Gojek
Secara teoritis dapat memberikan ilmu pengetahuan tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko, dan inovasi teknologi terhadap minat penggunaan *e-money*
2. Bagi Penulis
Bagi penulis, penelitian ini merupakan salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan serta melatih berpikir secara ilmiah sehingga dapat memperluas wawasan yang berhubungan dengan sistem informasi. Dengan penelitian ini penulis mengharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu sistem informasi akuntansi serta menambah literasi dalam ilmu pengetahuan terutama tentang pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi risiko terhadap penggunaan sesungguhnya *electronic money* berupa *Gopay*.

