

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dewasa ini telah mencapai tingkat yang sangat mengagumkan. Jarak dan waktu sekarang ini, bukan lagi menjadi masalah karena adanya bantuan dari teknologi yang ada. Perkembangan ini tidak hanya terjadi pada satu bidang saja, namun telah terjadi di semua segi kehidupan manusia. Pengaruh globalisasi dengan penggunaan sarana teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola hidup masyarakat, dan berkembang dalam tatanan kehidupan baru sehingga mendorong terjadinya perubahan sosial, ekonomi, budaya, pertanahan, keamanan, dan penegakan hukum (Sunarso, 2015:2).

Uang yang dikenal oleh masyarakat adalah uang kartal dan uang giral. Perkembangannya teknologi informasi membuat adanya perubahan pada kebutuhan masyarakat atas alat pembayaran yang lebih cepat dan fleksibel. Hal tersebut membawa suatu perubahan terhadap munculnya inovasi-inovasi baru dalam penggunaan alat pembayaran. Salah satu inovasi tersebut adalah munculnya alat pembayaran elektronik yang menggunakan perkembangan teknologi saat ini, yang dikenal dengan uang elektronik.

Dalam ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 3 menerangkan “Uang Elektronik adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit; nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip; digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksudkan dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.” Saat ini terdapat 20

(dua puluh) lembaga baik bank ataupun bukan bank yang menerbitkan produk uang elektronik dan telah disahkan oleh Bank Indonesia. Perkembangan uang elektronik di Indonesia tergolong cepat, hal tersebut dapat dilihat dari jumlah uang elektronik yang beredar di Indonesia dan jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia yang terus meningkat dari tahun ke tahun.

Tabel 1.1. Perkembangan Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) selama bulan Januari 2016 sampai dengan September 2019

Bulan	2016	2017	2018	2019
Januari	35.084.652	52.703.350	97.163.539	173.825.919
Februari	35.876.523	53.953.303	103.707.405	189.222.546
Maret	36.813.643	56.056.861	109.775.772	199.174.153
April	37.372.532	57.768.225	113.837.552	197.413.945
Mei	38.350.023	60.130.482	118.650.970	198.790.786
Juni	39.575.555	63.707.377	125.182.806	209.891.847
Juli	40.875.095	69.457.592	131.806.962	232.348.971
Agustus	43.087.252	68.841.316	135.812.593	250.477.938
September	45.045.204	71.783.618	142.477.296	257.078.749
Oktober	46.587.285	75.846.689	144.361.292	-
Nopember	49.410.753	113.722.577	152.073.288	-
Desember	51.204.580	90.003.848	167.205.578	-
TOTAL	499.283.097	833.975.238	1.542.055.053	1.908.224.854

Sumber : *bi.go.id* (2019)

Berdasarkan tabel 1.1. menggambarkan bahwa perkembangan uang elektronik (*e-money*) pada bulan Januari 2016 sampai dengan September 2019 mengalami peningkatan, sehingga uang elektronik cenderung dicari dan dibutuhkan oleh masyarakat untuk kebutuhan sehari-hari, baik untuk pembayaran tagihan, transaksi, berbelanja dan sejenisnya.

Uang elektronik (*e-money*) atau *digital money* (uang digital) adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Biasanya, transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan komputer (seperti internet dan

sistem penyimpanan harga digital). Uang elektronik (E-money) yaitu alat pembayaran yang menggunakan media elektronik, yaitu jaringan komputer dan juga internet. Nilai uang dari nasabah tersimpan dalam media elektronik tertentu.

Ibrahim (2016:12) menyatakan bahwa perkembangan sistem pembayaran yang berbasis teknologi telah mengubah secara signifikan arsitektur sistem pembayaran konvensional yang mengandalkan fisik uang sebagai instrument pembayaran. Meski fisik uang sampai saat ini masih banyak digunakan masyarakat dunia sebagai alat pembayaran, namun sejalan dengan perkembangan teknologi sistem pembayaran yang pesat, pola pembayaran tunai (cash) secara berangsur beralih menuju pembayaran non tunai (*non cash*).

Munculnya uang elektronik sebagai sistem pembayaran berbasis teknologi, maka Metropolitan Land bekerja dengan Bank Mandiri mengeluarkan Metland Card yaitu sebagai kartu uang elektronik yang dapat digunakan untuk transaksi maupun mendapatkan diskon tertentu. Metland memiliki proyek komersial berupa Mall atau Shopping Center, yang mana Metland Card bisa digunakan untuk segala macam transaksi ketika berbelanja dan juga adanya diskon khusus, serta Metland Card juga bisa diisi saldonya seperti Kartu ATM.

Kelemahan Metland Card yaitu jumlah tenant yang berpartisipasi terbatas, sebagian besar sistem masih manual (pengecekan terkait jumlah poin ataupun posting masih harus dilakukan CS dan tidak dapat terintegrasi otomatis dari WEB), diskon yang diperoleh dari setiap toko tidak besar, perolehan diskon masih dengan cara manual yakni menunjukkan kartu ke toko yang berpartisipasi (tidak seperti multipayment yang lain, bisa dengan cara QR code scan), rentan terjadi human error karena sebagian besar sistem masih dilakukan dengan cara manual, tidak semua toko (*tenant*) bisa memakai e-money dan mendukung e-money, diskon hanya dapat diperoleh di tenant yang bekerja sama dengan Metland Card.

Jumlah pengguna uang elektronik meningkat, tetapi uang elektronik (*e-money*) memiliki beberapa permasalahan selama penggunaannya diantaranya (1) sinyal harus stabil jika ingin melakukan transaksi karena e-money berbasis internet, maka ketika melakukan sebuah transaksi sinyal ponsel anda harus stabil (2) Belanja menggunakan e-money lebih boros (3) e-money hadir tanpa dilengkapi dengan fitur keamanan dan (4) Tidak semua minimarket bisa bertransaksi menggunakan e-money (<https://tirto.id/dhls>, 2019).

Kim, et., al (2015:21) berpendapat bahwa persepsi manfaat (*perceived benefit*) merupakan keyakinan konsumen tentang sejauh mana ia akan menjadi lebih baik setelah bertransaksi online dengan Situs web tertentu. Menurut Margherio (2015:98) menyatakan bahwa konsumen internet melaporkan bahwa mereka melakukan pembelian di situs web karena adanya persepsi manfaat (misalnya, kenyamanan meningkat, penghematan biaya, penghematan waktu, peningkatan berbagai produk untuk memilih dari) dibandingkan dengan modus belanja tradisional. Manfaat yang dirasakan konsumen memberikan insentif yang besar untuk melakukan pembelian secara online.

Rahmatsyah (2016:11) mengartikan persepsi kemanfaatan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial yang menggunakan suatu aplikasi tertentu untuk mempermudah kinerja atas pekerjaannya. Kinerja yang dipermudah ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari segi fisik maupun non fisik, seperti hasil yang diperoleh akan lebih cepat dan dengan hasil yang lebih memuaskan dibandingkan dengan tidak menggunakan produk dengan teknologi baru tersebut.

Persepsi kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi masyarakat dalam menggunakan layanan uang elektronik. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha yang berat (Davis et., al., 2016:89).

Widyarini dan Putro (2016:80) menjelaskan bahwa konsep kepercayaan disini adalah kepercayaan pada penyelenggaraan transaksi online dan kepercayaan pada mekanisme operasional dari transaksi yang dilakukan.

Persepsi resiko adalah persepsi atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi setelah melakukan aktivitas tertentu (Hsu dan Chiu, 2015:62). Resiko disini dapat berupa penipuan produk, produk yang tidak sampai, dan penyalahgunaan informasi pelanggan yang sifatnya pribadi. Pemahaman akan resiko sangat dibutuhkan, khususnya saat melakukan pembelian online.

Menurut Kotler (2016:77) menyatakan bahwa minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut.

Menurut Ajzen (2015:10) menjelaskan bahwa minat adalah suatu keadaan dalam diri seseorang pada dimensi kemungkinan subyektif yang meliputi hubungan antara orang itu sendiri dengan beberapa tindakan.

Beberapa penelitian terdahulu menyatakan bahwa minat untuk menggunakan dipengaruhi oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Yogananda dan Dirgantara (2017) bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Wibowo, Rosmauli dan Suhud (2015) bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan e-money card.

1.2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dijabarkan dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan E-Money pada konsumen yang menggunakan Metland Card ?

2. Apakah terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan E-Money pada konsumen yang menggunakan Metland Card ?
3. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan E-Money pada konsumen yang menggunakan Metland Card ?
4. Apakah terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan E-Money pada konsumen yang menggunakan Metland Card ?
5. Apakah terdapat pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan E-Money pada konsumen yang menggunakan Metland Card ?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan E-Money pada konsumen yang menggunakan Metland Card.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan E-Money pada konsumen yang menggunakan Metland Card.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan E-Money pada konsumen yang menggunakan Metland Card.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat menggunakan E-Money pada konsumen yang menggunakan Metland Card.
5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan E-Money pada konsumen yang menggunakan Metland Card.

1.4. Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagi Dunia Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan pendidikan ataupun referensi dan pengetahuan bagi peneliti yang melakukan pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Bagi Peneliti

Sebagai referensi dan bahan pertimbangan khususnya untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan upaya meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan E-Money (uang elektronik).

3. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan perilaku konsumen dan menentukan kebijakan secara tepat guna mencapai minat konsumen untuk menggunakan E-Money (uang elektronik).