

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pengguna internet di Indonesia semakin meningkat di setiap tahunnya seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang mengalami kemajuan dengan kecepatan yang tinggi dalam beberapa tahun terakhir. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022 menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 210,03 juta jiwa dari total 275,77 juta jiwa populasi penduduk di Indonesia. Jumlah itu meningkat 6,78% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta orang. Hal itu pun membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02%. Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat merubah pola gaya hidup masyarakat menjadi semakin bergantung pada kehadiran teknologi informasi yang mempermudah segalanya menjadi lebih efektif, efisien, dan dinilai lebih ekonomis dibanding dengan gaya hidup sebelum adanya teknologi informasi (Suwandi & Elvira dalam Indah & Agustin, 2022).

Tabel I-1
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Tahun	Pengguna Internet di Indonesia
2015	110,2 Juta
2016	132,7 Juta
2017	138,3 Juta
2018	171,17 Juta
2019	196,7 Juta
2020	196,7 Juta
2021	196,7 Juta
2022	210 Juta

(Sumber : APPJI)

Semakin terus berkembangnya kecanggihan teknologi, berbagai hal dalam bertransaksi pun semakin mudah. Pada masa sekarang ini telah banyak dikeluarkan dan digunakan uang elektronik atau yang biasa disebut *e-money*, yaitu alat pembayaran yang dilakukan secara elektronik berupa nilai uang yang sebelumnya telah dimasukkan dan disimpan dalam *server* ataupun kartu (Aritonang & Arisman, 2018). Candraditya (2013) mendefinisikan *e-money* sebagai suatu alat yang digunakan dalam pembayaran yang diterbitkan dengan nilai uang yang sebelumnya telah disetorkan, kemudian disimpan di dalam sebuah *server* atau *chip*, digunakannya untuk pembayaran pada penjual atau pemilik usaha yang bukan merupakan penerbit *e-money* tersebut, serta nilai uang dalam bentuk elektronik yang telah disetorkan oleh pemegang tersebut dan bukan merupakan simpanan seperti yang diatur dalam undang – undang yang berlaku untuk perbankan.

Uang elektronik mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan efisiensi ketika melakukan transaksi dan bertujuan mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai. Perkembangannya mendorong *less cash society*,

yaitu suatu perilaku masyarakat yang memanfaatkan kemudahan - kemudahan yang ditawarkan oleh alat – alat transaksi non – tunai (Parastiti, Mukhlis, & Haryono, 2015). Industri dalam sektor telekomunikasi dan perbankan terus bersaing dalam mengeluarkan produk *e-money*. Pelaku *fintech startup* yang memiliki skala kecil juga terus mengikuti dengan pergerakan yang sangat lincah. Doku, Kartuku, Midtrans, Kesles dan go-pay adalah contoh dari beberapa *fintech startup* yang bergerak dalam sektor pembayaran. Dengan cepatnya pertumbuhan dalam industri ini dalam mengeluarkan produk uang berbentuk elektronik dan walaupun terus meningkatnya pengguna masih tidak bisa lepas dari pro dan kontra dari masyarakat. Sebagai contoh, tentang kewajiban baru yang diberlakukan pemerintah yang dianggap merugikan yaitu penggunaan *e-money* pada pembayaran jalan tol dan bea isi ulangnya (Anjelina, 2018).

Electronic wallet atau dompet elektronik merupakan suatu akun yang berisi dana pada aplikasi online yang digunakan konsumen untuk melakukan transaksi atau pembayaran dalam bentuk non-tunai. Go-pay adalah salah satu layanan dompet elektronik yang ditawarkan oleh Go-jek. Mereka memulai layanannya dengan layanan transportasi dan selanjutnya diperluas ke cakupan bisnis lainnya termasuk go-pay. Jasa atau pelayanan lainnya yang ditawarkan dalam aplikasi go-jek adalah go-med, go-massage, go-food, go-tix dan lain – lain. Beberapa bank dalam negeri yang memiliki dukungan teknologi juga bekerja sama dengan go-pay, seperti Bank Mandiri dan Bank BNI (Priyono, 2017).

Go-Pay merupakan salah satu *e-wallet* yang berbeda dengan *e-wallet* lain karena menawarkan fitur-fitur kelebihan lain yang berbeda dari *e-wallet* lain seperti *user experience* yang lebih mudah karena lebih dulu dikenal, pembayaran cashless yang lebih mudah, menawarkan lebih banyak promo baik minuman maupun makanan. Sebanyak 53% pengguna dompet digital menggunakan go-pay berulang kali.(Ipsos,2020).Kami juga menemukan bahwa loyalitas konsumen untuk tetap menggunakan dompet digital tanpa promo tergantung pada kualitas layanan. Hasil penelitian mengatakan GoPay mempunyai pengguna organik tertinggi karena konsumen menilai GoPay paling unggul dalam aspek keamanan (76%), kepraktisan (77%), inovasi (72%), layanan pelanggan (73%), serta dapat diterima di mana-mana (76%).(Olivia,2020)

Fenomena penggunaan *mobile payment* yang begitu masif telah menyebabkan sejumlah akademisi melakukan riset untuk memahami *mobile payment*, diantaranya adalah (Ariyanto, 2018).Masifnya penggunaan *mobile payment* juga terjadi di Indonesia, namun ternyata masih minim riset yang membahas mengapa masyarakat dapat dengan mudah menerima dan menggunakan *mobile payment* sebagai salah satu aplikasi layanan pembayaran *mobile*.

Riset yang telah ada menunjukkan bahwa mayoritas peneliti masih menggunakan teori lama, yakni TAM (*Technology Acceptance Model*). Sementara menurut penulis lebih baik menggunakan teori baru karena lebih mampu menggambarkan secara luas bagaimana perilaku seseorang terhadap

penerimaan teknologi baru. Dalam model-model dasar sikap penerimaan oleh pengguna (*attitude*) terhadap suatu teknologi yang telah dikembangkan, niat menggunakan (*behavioural intention*) menjadi konstruk perantara dari persepsi atas penggunaan teknologi. Peran *behavioural intention* sebagai prediktor telah diterima secara luas dalam berbagai model penerimaan pengguna teknologi. (Venkatesh,2012) *Behavioural Intention* didefinisikan sebagai ukuran kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, atau dengan kata lain, *behavioural intention* adalah seberapa besar keinginan seseorang dalam mengupayakan penggunaan teknologi dalam suatu lingkungan untuk mendukung kinerjanya. (Venkatesh ,2012).

Behavioural intention dapat mengukur kemungkinan bahwa konsumen akan bertindak dengan cara tertentu di masa depan, seperti membeli/menggunakan produk lagi dan merekomendasikan kepada orang lain. (Venkatesh, 2012). Layanan *mobile payment* yang beredar di Indonesia cukup banyak, namun berdasarkan survei yang dilakukan oleh Jakpat pada tahun 2018, ternyata penggunaan layanan *mobile payment* oleh masyarakat Indonesia didominasi oleh Go-Pay, kemudian *Mobile banking* di posisi kedua, dan OVO di posisi ketiga. Hal yang menarik disini adalah bahwa Go-Pay telah berhasil menjadi *brand mobile payment* terfavorit di tahun 2017 (MDI, 2017) dan di tahun 2018 (Jakpat, 2018).

Penelitian ini menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Teori ini merupakan penyempurnaan dari teori penerimaan teknologi yang yang telah ada sebelumnya. UTAUT

dikembangkan oleh Venkatesh *et al.*, (2003) untuk menjelaskan bagaimana perilaku pengguna terhadap teknologi informasi (Venkatesh *et al.*, 2012). UTAUT merupakan penyempurnaan dari delapan teori penerimaan sistem informasi yang telah ada, yaitu *theory of reasoned action* (TRA), *the Technology Acceptance Model* (TAM), *motivational models* (MM), *theory of planned behavior* (TPB), *combined TAM and TPB* (C-TAMTPB), *the model of the PC utilization* (MPCU), *innovation diffusion theory* (IDT) dan *social cognitive theory* (SCT). (Venkatesh, 2012).

UTAUT menunjukkan bahwa niat menggunakan (*behavior intention*) dipengaruhi oleh harapan kinerja (*Performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan syarat kondisi (*facilitating conditions*) (Venkatesh, 2003) dengan dihubungkan dengan sikap atau *attitude* yang juga dipengaruhi oleh dari ke 4 variabel tersebut. Peneliti melakukan observasi faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* dengan sampel 30 responden. Berikut adalah data observasi pada *e-wallet go-pay* di Kabupaten Kebumen

Peneliti melakukan observasi faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* dengan sampel 30 responden. Berikut ini adalah data hasil observasi pada *e-wallet go-pay* di Kabupaten Kebumen.

Tabel I-2
Hasil Observasi pada *E-wallet* Go-Pay di Kebumen

No	Variabel	Jumlah Jawaban Responden	Prosentase
1.	<i>Performance expectancy</i>	9 Responden	26%
2.	<i>Effort expectancy</i>	5 Responden	18%
3.	<i>Social influence</i>	5 Responden	18%
4.	<i>Facilitating condition</i>	6 Responden	20%
5.	<i>Attitude</i>	5 Responden	18%
Jumlah		30 Responden	100%

Sumber : *E-wallet* Go-Pay tahun 2022

Berdasarkan observasi diatas, memunculkan beberapa fenomena yang mempengaruhi tingkat Niat Menggunakan atau *behavioral intention* pada *e-wallet* Go-Pay salah satunya yaitu dari fenomena *Performance expectancy*. Harapan kinerja (*Performance expectancy*) yaitu tingkat kepercayaan seorang individu bahwa menggunakan sistem dapat membantu dan memberikan keuntungan dalam melakukan pekerjaan. Seseorang akan menggunakan suatu sistem jika sistem tersebut mampu memberikan keuntungan dalam pembayaran yang mereka lakukan sehingga dapat menimbulkan niat untuk menggunakan sistem atau teknologi tersebut. harapan usaha. (Venkatesh.2012). Hal ini dapat diartikan sebagai tingkat dimana masyarakat meyakini bahwa menggunakan Go-Pay akan memberikan keuntungan seperti dalam hal kecepatan, keamanan, dan kenyamanan sehingga seseorang akan merasakan transaksi pembayaran menjadi lebih efektif, efisien dan ekonomis dibanding dengan pembayaran tunai. Keuntungan tersebut dapat menimbulkan niat seseorang untuk menggunakan Go-Pay sebagai layanan mobile payment.

Harapan Usaha (*Effort expectancy*) yaitu tingkat kemudahan terkait penggunaan sistem. Kemudahan dalam mengoperasikan sistem dapat mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan sistem atau teknologi. Seseorang akan menggunakan suatu sistem jika mereka merasa sistem tersebut dapat dipahami dengan mudah. (Venkatesh, 2012). Kemudahan penggunaan tersebut dapat meningkatkan niat seseorang untuk menggunakan Go-Pay dalam melakukan transaksi pembayaran dibandingkan dengan pembayaran secara tunai. Ketika pengguna merasa bahwa suatu teknologi mudah digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha, mereka akan mempunyai ekspektasi yang tinggi untuk mendapatkan kinerja yang diharapkan, jika tidak, harapan kinerja mereka akan rendah.

Pengaruh sosial (*Social influence*) yaitu pentingnya lingkungan sosial dalam mempengaruhi dan meyakinkan seorang individu untuk juga menggunakan sistem baru. Hal ini berarti bahwa salah satu yang mempengaruhi niat seseorang dalam menggunakan sistem adalah jika mendapat anjuran dari orang-orang di sekitarnya, terutama orang terdekatnya. (Venkatesh, 2012). Hal ini menunjukkan bahwa salah satu faktor dari niat seseorang untuk menggunakan teknologi baru adalah jika mendapat dukungan atau anjuran dari orang terdekatnya. Hubungan persaudaraan dan pertemanan dapat memberikan dampak yang kuat terhadap niat menggunakan suatu sistem bagi seorang individu seperti ketika seseorang mendapat suatu rekomendasi dari saudaranya untuk

melakukan transaksi pembayaran menggunakan *mobile payment*, maka ia akan dengan lebih mudah menerima rekomendasi tersebut karena ia mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi kepada orang terdekatnya bahwa segala sesuatu yang disarankan oleh orang terdekatnya adalah yang terbaik.

Syarat kondisi (*Facilitating conditions*) merupakan tingkat kepercayaan seorang individu terhadap ketersediaan infrastruktur untuk mendukung penggunaan sistem (Venkatesh, 2003). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aktual seseorang dalam menggunakan layanan Go-Pay sebagai layanan *mobile payment* didukung oleh infrastruktur dan teknis yang memadai seperti smartphone berbasis android, pulsa data, dan jaringan internet. Penggunaan sistem juga mengharuskan pengguna untuk memiliki keterampilan khusus seperti mengoperasikan smartphone berbasis android dan menghubungkannya ke internet. Biaya akses data juga 1956 diperlukan oleh pengguna saat mengoperasikan sistem. Hal tersebut berarti bahwa pengguna tidak akan menggunakan suatu sistem jika tidak memiliki infrastruktur dan sumber daya seperti finansial dan keterampilan operasional (Amrullah & Anjar, 2018).

Menurut teori *planned behavior* (Dewi, 2016), *Attitude* secara langsung mempengaruhi intensi. Keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu terpengaruh apakah seseorang memiliki penilaian positif (bermanfaat, penting, menyenangkan, nyaman, dan sebagainya) atau memiliki penilaian negatif (mengganggu, tidak penting, buruk, dan

sebagainya). Dalam kaitannya dengan penggunaan *e-wallet* go-pay, maka yang dievaluasi oleh subjek adalah objek go-pay sendiri. Apakah para pengguna memandang baik penggunaan go-pay atau sebaliknya justru memandang buruk mengenai segala seluk beluk serta konsekuensi yang muncul dari penggunaan go-pay yang pada akhirnya menentukan intensi mereka.

Ada beberapa alasan memasukkan variabel sikap sebagai pemediasi, yaitu: 1) sikap merupakan faktor yang mendorong niat dan perilaku pembelian dan menggunakan suatu produk; 2) dengan memiliki sikap positif, konsumen pada umumnya akan meningkatkan niat beli dan menggunakannya; 3) dari beberapa kajian empiris yang variabel sikap mampu meningkatkan niat beli atau menggunakan. (Dewi, 2016). Beberapa variabel di atas merupakan rincian dari model UTAUT.

UTAUT telah banyak digunakan dalam literatur di atas tahun 2010 baik di dalam maupun luar negeri guna memahami penerimaan terhadap produk sistem informasi yang tidak wajib (*Voluntary*). Penelitian dari dalam negeri beberapa diantaranya yaitu digunakan oleh Bendi & Sri (2013) dalam penelitiannya untuk memahami perilaku pengguna sistem informasi akademik di Sekolah Tinggi Teknik Musi, Palembang menyatakan bahwa harapan kinerja, harapan usaha, dan memfasilitasi kondisi berpengaruh terhadap niat menggunakan, sedangkan pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan.

Penulis mencoba mengkaitkan fenomena mengapa masyarakat

Indonesia sangat antusias menggunakan layanan *mobile payment* khususnya Go-Pay dengan menggunakan UTAUT karena berdasarkan penelusuran yang telah dilakukan penulis, riset yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu belum ada yang menggunakan UTAUT untuk memahami penerimaan masyarakat terhadap penggunaan *mobile payment* di Indonesia. Venkatesh, (2003) dalam penelitiannya menyatakan bahwa model UTAUT terbukti berhasil hingga 70% varian dalam menentukan niat berperilaku pengguna teknologi informasi dibandingkan teori lainnya sehingga peneliti yakin UTAUT mampu membantu peneliti untuk memahami niat menggunakan Go-Pay di Kota Kebumen, sehingga peneliti mengambil judul **“Menguji Niat Konsumen Untuk Mengadopsi *E-wallet* Go-Pay dengan (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) Model”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat diajukan pertanyaan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *Performance expectancy* berpengaruh terhadap *Attitude* pada aplikasi mobile *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
2. Apakah *Effort expectancy* berpengaruh terhadap *Attitude* pada aplikasi mobile *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
3. Apakah *Social influence* berpengaruh terhadap *Attitude* pada aplikasi mobile *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
4. Apakah *Facilitating condition* berpengaruh terhadap *Attitude* pada aplikasi mobile *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?

5. Apakah *Performance expectancy* berpengaruh terhadap *Behaviour Intention* pada aplikasi mobile *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
6. Apakah *Effort expectancy* berpengaruh terhadap *Behaviour Intention* pada aplikasi mobile *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
7. Apakah *Social influence* berpengaruh terhadap *Behaviour Intention* pada aplikasi mobile *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
8. Apakah *Facilitating condition* berpengaruh terhadap *Behaviour Intention* pada aplikasi mobile *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
9. Apakah *Attitude* berpengaruh terhadap *Behaviour Intention* pada aplikasi mobile *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara lebih fokus, maka penulis memandang batasan masalah perlu dibatasi variabelnya dengan variabel *behavioral intention* sebagai variabel y dan *performance expectancy, effort expectancy, social influence, dan facilitating condition* sebagai variabel x kemudian *attitude* sebagai variabel mediasi. Beberapa batasan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Subjek pada penelitian ini yaitu masyarakat kebumen yang intensif menggunakan *E-wallet* go-pay. Berdasarkan observasi secara langsung, yang dilakukan terhadap 30 orang,

2. Menurut penulis permasalahan penelitian yang diangkat perlu menggunakan teori baru yaitu teori UTAUT. Karena lebih baik menggunakan teori baru karena lebih mampu menggambarkan secara luas bagaimana perilaku seseorang terhadap penerimaan teknologi baru.

Permasalahan tersebut selanjutnya akan dianalisis dengan pendekatan model UTAUT. Konstruk-konstruk dari UTAUT yang digunakan untuk menganalisis penerimaan pengguna pada penelitian ini merupakan konstruk yang sudah di sesuaikan dengan kondisi di lapangan. Model UTAUT memiliki empat konstruk yang memainkan peran penting sebagai determinan langsung terhadap *Behavioral intention* yaitu, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*, dan *attitude* sebagai variable mediasi.

- a. *Behavioral intention*

Behavioral intention adalah sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi informasi dalam pekerjaannya (Venkatesh,2003). Beberapa indikator *behavioral intention* :

1. *intend to use in the future* (keinginan untuk menggunakan di masa mendatang)
2. *use on a regular basis* (menggunakan secara intensif)
3. *recommend others to use* (mengajak teman lain untuk menggunakan)

- b. *Performance expectancy*

Performance expectancy merupakan kepercayaan seseorang bahwa apabila dia menggunakan teknologi maka akan meningkatkan kinerja di pekerjaannya (Venkatesh,2003). Terdapat 5 indikator didalam *performance expectancy* yaitu :

1. *Perceived usefulness*
2. *Extrinsic Motivation*
3. *Job-fit*
4. *Relative Advantage*
5. *Outcome Expectation*

c. *Effort expectancy*

Effort expectancy atau ekspektasi usaha yang merupakan penggunaan teknologi atas dasar kemudahan (Venkatesh,2003). Indikator dalam *effort expectancy* yaitu :

1. *Perceived Ease of Use*
2. *Complexity*
3. *Ease of Use*

d. *Social influence* atau pengaruh sosial merupakan penggunaan teknologi atas dasar dukungan atau adanya pengaruh dari luar diri individu lain (Venkatesh,2003). Adapun indikator dari *social influence* yaitu :

1. *Subyektive Norm*
2. *Social Factors*
3. *Image*

e. *Facilitating condition*

Facilitating condition diartikan sebagai persepsi seseorang terhadap infrastruktur, sumber daya, dan teknis untuk penggunaan teknologi (Venkantesh, 2012). indikator dari *facilitating condition* yaitu :

1. *Perceived Behavioral Control*
2. *Facilitating conditions*
3. *Compability*

f. *Attitude*

Attitude (Sikap) adalah evaluasi dan kecenderungan seseorang yang relatif konsisten untuk bereaksi atau berespon terhadap suatu objek sikap. Terdapat 2 indikator *attitude* dalam teori *planned behavior* (Ajzen, 2006) yaitu :

1. *behavioral belief*
2. *evaluation outcome*

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis Pengaruh *performance expectancy* terhadap *attitude* pada Aplikasi *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
2. Menganalisis pengaruh *effort expectancy* terhadap *attitude* pada Aplikasi *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
3. Menganalisis pengaruh *social influence* terhadap terhadap *attitude* pada Aplikasi *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?

4. Menganalisis pengaruh *facilitating condition* terhadap *attitude* pada Aplikasi *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
5. Menganalisis pengaruh *performance expectancy* terhadap *behavior intention* Aplikasi *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
6. Menganalisis pengaruh *effort expectancy* terhadap *behavior intention* Aplikasi *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
7. Menganalisis pengaruh *social influence* terhadap *behavior intention* Aplikasi *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
8. Menganalisis pengaruh *facilitating condition* terhadap *behavior intention* Aplikasi *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?
9. Menganalisis pengaruh *attitude* terhadap *behavior intention* Aplikasi *E-wallet* Go-Pay di Kabupaten Kebumen?

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi pembaca yang tertarik mendalami penelitian-penelitian yang berkaitan dengan model UTAUT 1 *behavior intention* dan *attitude* sebagai dependen variabel.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang pengembangan dompet elektronik dapat berguna sebagai referensi atau evaluasi terhadap sistem informasi yang akan di kembangkan.

b. Bagi Konsumen

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen mengenai aplikasi mobile *e-wallet go-pay*.

