

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi saat ini terus berkembang mengikuti pergerakan zaman yang semakin modern terbukti dengan banyaknya inovasi-inovasi di berbagai aspek. Salah satunya berkembangnya layanan *mobile money* yang mana banyak masyarakat yang aktif menggunakan ponsel untuk sekedar internet, namun seiring berjalanya waktu perangkat mobile yang canggih ini mampu memberikan kemudahan bagi sebuah perusahaan untuk mengenalkan dan menerapkan layanan *mobile money*.

Perkembangan semakin maju diwujudkan dalam bisnis digital dengan munculnya layanan *mobile money*. Transaksi yang dapat digunakan setiap saat ini dapat diakses dengan mudah dan tergolong efisien dengan menggunakan handphone yang tentunya sudah terhubung pada jaringan internet. Layanan *mobile money* memiliki fasilitas sebagai alat transaksi keuangan seperti pengiriman uang dan mentransfer tagihan. Kemajuan ini diharapkan dapat memberikan kemudahan dalam proses membayar ataupun jika melakukan transaksi jual beli secara online/offline.

Dengan sistem informasi yang mengalami kemajuan dapat membuat perubahan pola hidup atau pola berpikir masyarakat mengenai *m-money*. Reska K Nistanto, 2018 dalam Kompas.Com (2018) Seiring berjalannya waktu proses pembaharuan *m-money* oleh perusahaan-perusahaan akan semakin berkembang dengan pembaharuan aplikasi pada operator seluler seperti *T-Cash* yang dikeluarkan

oleh telkomsel, *Dompetku* yang dikeluarkan oleh indosat, *XL Tunai* yang dikeluarkan oleh XL Axiata, dll. Selain itu di bidang perbankan juga mengeluarkan layanan *m-money*, dengan berbentuk kartu ATM disertai design yang unik berupa aplikasi BNI T-Cash, Mandiri *e-money*, Flazz BCA, dll yang juga memiliki fungsi untuk pembayaran seperti di indomaret, alfamart juga tiket Trans Jakarta berdasarkan Reska K Nistanto, 2018 dalam Kompas.Com (2018).

Teknologi pada dasarnya akan memberikan dampak yang baik dan buruk tetapi perlu adanya penyesuaian terhadap masuknya teknologi baru agar dapat memberikan dampak yang baik dan dapat diterima oleh masyarakat banyak. Mobile Money pada T-Cash Telkomsel contohnya yang masih tergolong dalam produk baru namun sudah memiliki pelanggan mencapai 17 juta hingga akhir tahun 2015. Layanan Mobile Money ini berbeda dengan pulsa, karena dengan menggunakan ini dapat digunakan untuk semua transaksi selain digunakan sebagai tempat penyimpanan uang. Kegunaan dari layanan ini yaitu dapat digunakan sebagai bayar merchant, bayar beli melalui HP, belanja online, membayar tagihan, isi pulsa, dan kirim uang. Untuk proses penggunaan *m-money* ini khususnya harus sudah terdaftar dan terlebih dahulu perlu melakukan adanya Top-up awal.

Keberhasilan suatu perusahaan penyedia layanan *m-money* dapat dicapai apabila teknologi terbaru tersebut dapat diterima dengan baik, meskipun berbagai keuntungan ditawarkan namun sejauh mana seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tersebut mudah digunakan, dan apabila seseorang percaya maka akan terus menggunakan (Jogiyanto, 2007). Penelitian ini bermaksud untuk memahami dan mempelajari hubungan layanan *m-money* di Kota Semarang dengan menggunakan Model Penerimaan Teknologi serta 2 variabel tambahan.

Penelitian ini berisi tentang Pengaruh *Kategori Adopter, Trust, Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use* terhadap layanan *Mobile Money* di Kota Semarang dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* berdasarkan teori yang telah dikembangkan oleh Davis, 1989 dalam Jogiyanto (2007). Teori yang dikembangkan oleh Davis, 1989 dalam Jogiyanto (2007) ini memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat dari seseorang untuk menggunakan suatu sistem teknologi baru, yaitu Presepsi kebermanfaatan atau *Perceived usefulness*, Presepsi kemudahan atau *perceived ease of used*, serta Sikap terhadap pengguna atau *attitude toward using*. Model TAM juga dimodifikasi dengan menambahkan variabel-variabel eksternal, adapun variabel-variabel tersebut dikategorikan seperti variabel-variabel individual, organisasi, kultur dan karakteristik-karakteristik tugas (Jogiyanto, 2007). Dalam penelitian ini peneliti mengambil 2 variabel eksternal yaitu *Kategori Adopter* dan Kepercayaan atau *trust*.

Kepercayaan adalah hal yang penting dalam seseorang melakukan suatu kegiatan yang menghasilkan uang, kepercayaan didasari oleh rasa dan sikap yang aman diantara atau beberapa pihak khususnya hubungan antara penjual dan pembeli. Menurut Juhri Kurniatul dan Citra Kusuma Dewi (2017). Fenomena yang terjadi di masyarakat ialah masyarakat sudah terbiasa dengan menggunakan transaksi secara tunai maka kehadiran *m-money* sebagai sebuah cara baru untuk bertransaksi, apakah layanan *m-money* tersebut bisa diterima oleh masyarakat dan dapat terbangun kepercayaan dalam menggunakan layanan *m-money* ini. Dan berdasarkan hasil studi empiris yang telah dilakukan oleh Juhri Kurniatul dan Citra Kusuma Dewi (2017) Yang menyatakan bahwa kepercayaan atau *trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat perilaku untuk menggunakan layanan *Mobile Money T-Cash*

Telkomsel di Bandung. Hal inilah yang menjadi sorotan peneliti terkait kepercayaan terhadap layanan *Mobile Money* di Kota Semarang.

Menurut Rogers 1983 dalam Gede Sedana (2012) terdapat 5 kategori adopter teknologi yang merupakan suatu pengelompokan anggota sistem sosial khususnya dimasyarakat Semarang, kedalam kelompok-kelompok penerima inovasi agar suatu ide kreatif dapat tersampaikan dan dapat diterima yang kemudian akan digunakan. Fenomena yang terjadi dimasyarakat ialah belum diketahuinya jumlah individu yang termasuk ke dalam 5 kelompok kategori adopter tersebut sehingga para perusahaan teknologi belum mengetahui apa tindakan serta solusi yang baru terhadap kelompok-kelompok tersebut agar juga bisa menggunakan ide dan inovasi yang mereka keluarkan. Makna atau pengertian dari inovasi itu adalah suatu pemikiran atau gambaran dan tindakan yang dapat dikatakan hal yang baru muncul dan fresh dari seseorang (Gede Sedana, 2012). Sehingga perlu adanya pengelompokan ke dalam 5 kategori ini agar tahu seberapa besar tingkat Innovator dalam sebuah lingkungan yang merupakan seseorang yang berani mengambil resiko dan mampu menangkap dan memahami masuknya teknologi, ataupun kelompok *Early Majority* dan *Late Majority* yang memiliki jumlah rata-rata banyak di masyarakat. Peneliti ingin mengetahui gambaran mengenai jumlah banyaknya adopter dari waktu ke waktu terhadap masuknya teknologi baru *M-Money*. Dengan ke 5 kategori adopter yaitu : *Innovator*, *Early Adopter*, *Early Majority*, *Late Majority* dan *Laggard* yang diharapkan dapat memberikan gambaran kelompok mana yang masih sering ada di lingkungan masyarakat.

Presepsi kebermanfaatan *M-Money* dapat memberikan peluang bagi para pengguna layanan *M-Money* untuk dapat melakukan aktivitas-aktivitas transaksi

seperti pembayaran, pembelian barang maupun jasa, transfer dan juga layanan yang dapat diakses melalui handphone. Dalam penelitian Juhri Kurniatul dan Citra Kusuma Dewi (2017) *Perceived Usefulness* atau Presepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan dari layanan *mobile money* T-Cash.

Era modern harus dapat memberikan dampak kemudahan bagi para pengguna baru terhadap layanan dan produk yang baru muncul. Apakah dengan perbedaan cara penggunaan dapat memberikan tanggapan negatif maupun positif bagi masyarakat luas karena dianggap terlalu rumit dan sulit digunakan atau mungkin malah dapat memudahkan dalam melakukan proses transaksi yang dimana pun seseorang dapat melakukannya dengan mudah dan tentunya dengan menggunakan *jaringan internet*. Dengan kemudahan dalam penggunaan diharapkan dapat semakin meningkatkan minat perilaku untuk menggunakan layanan *m-money*. Sehingga peneliti mengambil variabel *Perceive ease of use* pada teori pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada layanan *M-money* pada di Kota Semarang.

Berkaitan dengan kepercayaan dan kategori adopter menjadi suatu permasalahan yang perlu diperhatikan oleh perusahaan penyedia layanan *mobile money* apabila dilihat dari penyajian informasi, sistem pembayaran dan cara penggunaan. Sehingga kepercayaan dan kategori adopter ini dapat menjadi salah satu faktor penting dalam memprediksi penerimaan teknologi *m-money*. Suatu penyedia layanan *m-money* perlu mengetahui apakah faktor-faktor kepercayaan dan kategori adopter ini memiliki pengaruh terhadap teknologi sehingga penyedia layanan *m-money* dapat memberikan fasilitas transaksi pembayaran dengan sistem yang dapat diterima secara umum dan dapat memberikan kenyamanan sehingga layanan ini

dapat memberikan dan meningkatkan jumlah pelanggan agar seseorang tidak lagi merasa ragu untuk tetap menggunakan dan merasakan fasilitas *m-money*.

Berdasarkan Latar Belakang tersebut sehingga perlu dilakukan penelitian dengan menggunakan teori pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan menambahkan variabel eksternal yaitu Kategori Adopter dan Kepercayaan. Sehingga peneliti menarik judul **“Pengaruh *Kategori Adopter, Trust, Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use* terhadap layanan *Mobile Money* di Kota Semarang”**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang ada ialah sebagai berikut.

1. Apakah Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using Mobile Money* di Kota Semarang?
2. Apakah Presepsi Kebermanfaatan (*Perceived usefulness*) berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using Mobile Money* di Kota Semarang?
3. Apakah Presepsi Kemudahan (*Perceived ease of use*) berpengaruh terhadap *Perceived Usefulness* di Kota Semarang?
4. Apakah Presepsi Kemudahan (*Perceived ease of use*) berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using Mobile Money* di Kota Semarang?
5. Apakah Kategori Adopter berpengaruh terhadap *Attitude Toward Using Mobile Money* di Kota Semarang?
6. Apakah Kategori Adopter berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use Mobile Money* di Kota Semarang?

7. Apakah Sikap Terhadap Pengguna (*Attitude toward using*) berpengaruh terhadap *Behavioral Intention to Use Mobile Money* di Kota Semarang?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk dapat mengetahui pengaruh trust terhadap *attitude toward using* dalam menggunakan *Mobile Money* di Kota Semarang.
2. Untuk dapat mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude toward using* dalam menggunakan *Mobile Money* di Kota Semarang.
3. Untuk dapat mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *perceived usefulness* dalam menggunakan *Mobile Money* di Kota Semarang.
4. Untuk dapat mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* dalam menggunakan *Mobile Money* di Kota Semarang.
5. Untuk dapat mengetahui pengaruh kategori adopter terhadap *attitude toward using* dalam menggunakan *Mobile Money* di Kota Semarang.
6. Untuk dapat mengetahui pengaruh kategori adopter terhadap *behavioral intention to use* dalam menggunakan *Mobile Money* di Kota Semarang.
7. Untuk dapat mengetahui pengaruh *attitude toward using* terhadap *behavioral intention to use* dalam menggunakan *Mobile Money* di Kota Semarang.

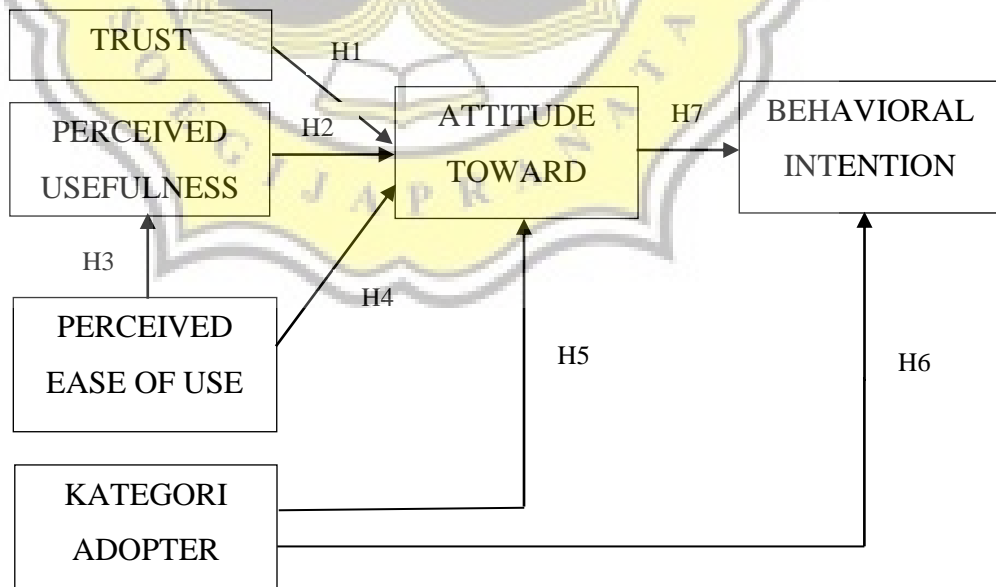
Manfaat dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

## Bagi Akademis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu akuntansi, khususnya untuk pengembangan ilmu akuntansi yang berhubungan dengan Pengaruh Kepercayaan dan Kategori Adopter terhadap layanan Mobile Money di Semarang dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* dan diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur bagi penelitian selanjutnya.

### 1.4 Kerangka Pikir

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat digambarkan kerangka pikir sebagai berikut :





## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penelitian ini diuraikan menjadi lima bab, yaitu :

Bab 1 Memberi penjelasan mengenai pendahuluan yang menguraikan latar belakang, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, kerangka pikir penelitian, serta sistematika penulisan dalam penelitian ini.

Bab 2 Menjelaskan tinjauan pustaka yang akan menguraikan berbagai teori, konsep, serta pemahaman yang mendukung dalam penelitian ini.

Bab 3 Menjelaskan metode penelitian yang berisi tentang sumber dan jenis data yang akan digunakan, gambaran umum obyek penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab 4 Menjelaskan Hasil dari Penelitian dan Analisis data

Bab 5 Menjelaskan Kesimpulan dari hasil penelitian dan berisi saran.