

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sekarang ini ilmu pengetahuan dan teknologi telah berkembang semakin canggih, teknologi seluler menjadi salah satu tren yang telah menggemparkan dunia bisnis dalam era revolusi industri. Penetrasi perangkat seluler berlangsung cepat dan monumental. Bahkan, jumlah pengguna ponsel diperkirakan meningkat menjadi 4,77 miliar pada 2017. Pergeseran ke arah seluler telah mengubah lanskap ekonomi selama bertahun-tahun. Komunikasi dan konektivitas seluler telah mengubah cara komunikator bisnis membuat, merencanakan, dan mendistribusikan pesan. Perkembangan terkini dalam teknologi komunikasi seluler telah menghasilkan peningkatan besar-besaran di berbagai domain bisnis.

Aplikasi mobile di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Aplikasi mobile terdiri dari perangkat lunak atau set program yang berjalan pada perangkat seluler dan melakukan tugas-tugas tertentu untuk pengguna. Aplikasi *mobile* adalah Segmen yang baru dan berkembang pesat dari Teknologi Informasi dan Komunikasi global. Aplikasi seluler itu mudah, ramah pengguna, murah, dapat diunduh, dan dapat dijalankan di sebagian besar ponsel termasuk telepon murah dan entry level. Aplikasi mobile memiliki kegunaan yang luas untuk area fungsinya yang luas seperti panggilan, olahpesan, *browsing*, *chatting*, komunikasi jaringan sosial, audio, video, game dan *payment*. Dalam jumlah besar aplikasi mobile, beberapa sudah diinstal sebelumnya di telepon dan yang lainnya dapat

diunduh oleh pengguna dari internet dan pasang di ponsel (Wang, Liao, & Yang, 2013).

Saat ini perkembangan di industri transportasi berkembang dengan sangat pesat. Setiap tahun terjadi peningkatan jumlah kendaraan baik kendaraan mobil penumpang, mobil bis, mobil barang, maupun sepeda motor. Dari keempat moda transportasi tersebut peningkatan jumlah sepeda motor dari tahun ketahun adalah yang paling tinggi. Transportasi online muncul di tengah kondisi sistem transportasi di Indonesia yang belum tertata dengan baik. Beberapa perusahaan besar berlomba untuk membentuk perusahaan transportasi berbasis aplikasi online, beberapa di antaranya adalah Gojek, Grab maupun Uber. Bagi sebagian orang transportasi online merupakan solusi atas sistem transportasi yang masih buruk, namun di sisi lain merupakan masalah bagi orang-orang yang menggantungkan hidup dari jasa transportasi yang tidak mengandalkan teknologi. Transportasi online menawarkan kemudahan, biaya yang lebih murah, kenyamanan dan keamanan yang lebih terjamin, maka tidak mengherankan jika banyak orang yang beralih dari moda transportasi konvensional ke moda transportasi online. Seiring dengan waktu, kehadiran transportasi online ini menimbulkan kecemburuan sosial bagi transportasi konvensional yang sudah ada sebelumnya, baik ojek, taksi, bus dan lain sebagainya.

Aplikasi mobile yang semakin marak digunakan ini, juga mendorong peningkatan penggunaan *e-money*. Penggunaan *e-money* sekarang ini mulai menjadi budaya alat pembayaran non-tunai di Indonesia karena memberikan keuntungan dan manfaat dibandingkan alat pembayaran tunai. Hal ini terbukti dari

perubahan pembayaran tunai menjadi pembayaran non-tunai. Ditambah lagi dengan hasil survey dari 235 senior bankir dalam *Temenos Community Forum* tahun 2016, para bankir dunia memprioritaskan investasi mereka dalam digitalisasi, inovasi, dan modernisasi teknologi informasi (Kartono, 2017).

Jika melihat pada negara-negara lain yang sudah maju, alat pembayaran non-tunai lebih cepat berkembang karena mereka sangat mementingkan efektifitas dan efisiensi. Contohnya: Hong Kong sudah menggunakan *e-money* sejak tahun 1997 dan dapat digunakan untuk berbelanja maupun restoran, serta sudah terhubung langsung dengan rekening ATM pengguna. Negara maju lainnya adalah Jepang yang menggunakan *Suica Card* yang sudah digunakan sejak tahun 2001. Dengan banyak bermunculnya teknologi informasi masyarakat dapat menggunakan teknologi yang modern lebih efektif dan efisien (McGrath, 2006).

Uang elektronik atau *e-money* adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Biasanya transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan komputer (seperti internet dan sistem penyimpanan harga digital). *Electronic Fund Transfer* adalah sebuah contoh uang elektronik. Uang elektronik atau *e-money* memiliki nilai tersimpan atau prabayar dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang. Media tersebut berupa *server based* atau *chip based*, *server based* merupakan uang elektronik dengan media penyimpanan berupa server sedangkan *chip based* merupakan elektronik dengan media penyimpanan berupa chip. Nilai uang elektronik akan berkurang pada saat konsumen menggunakan untuk alat transaksi

pembayaran online. Uang elektronik dapat digunakan untuk melakukan berbagai jenis pembayaran online. (rifqy Tazkiyyaturrohmah, 2018)

Di Indonesia, e-money banyak ditemui dalam bentuk *mobile payment* dan sudah menjadi *trend* dalam pembayaran karena banyaknya keuntungan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan aplikasi *e-wallet* terhadap para pengguna aplikasi atau dapat dibidang customer *e-wallet* tersebut. Beberapa contoh e-money di Indonesia adalah Flazz BCA, E-money mandiri, Brizzi dan sebagainya. Salah satu aplikasi *e-wallet* dalam bentuk *mobile payment* atau E-money di trend dikalangan masyarakat Indonesia sekarang ini adalah OVO dan Go-Pay.

*E-wallet* merupakan aplikasi yang menghubungkan berbagai jenis metode pembayaran, seperti kartu kredit, kartu debit dan mata uang digital. Ini juga membantu dalam menghubungkan hal-hal tambahan seperti kode kupon, kartu loyalitas dll. Saat ini, konsumen bergantung pada perangkat seluler mereka. Mereka lebih suka menggunakan perangkat mobile mereka sebagai dompet mereka. Baik itu menyimpan kartu atau voucher atau membeli produk, pengguna ingin perangkat mereka bertindak bisa menjangkau apapun yang bisa di beli melalui pembelian online dengan cara praktis.

Keunggulan dari *e-wallet* yaitu memberi cara terbaik dan termudah untuk melakukan pembayaran dalam proses pembelian. Pengembangan aplikasi *e-wallet* dapat mengubah perangkat pintar apa pun menjadi *e-wallet*. Selain melakukan pembayaran, *e-wallet* memungkinkan pengguna untuk menyimpan kupon, kartu loyalitas, dan voucher untuk memprosesnya lebih cepat. Fitur *e-wallet* ini sangat bermanfaat bagi pengguna.

Semua transaksi yang menggunakan teknologi aplikasi *e-wallet* dengan mencatat semua transaksi yang digunakan pada saat melakukan pembelian dan juga topup saldo secara online atau langsung. Hal ini dianggap sangat praktis dan sangat efisien waktu karena dalam transaksi ini tidak dibutuhkan uang tunai. Transaksi dalam pembelian online ini sangat praktis dan banyak disukai masyarakat saat ini, transaksi online ini juga termasuk dalam pencatatan keuangan dalam sebuah perusahaan yang berdampak pada kinerja keuangan dalam perusahaan tersebut.

Fenomena masalah yang muncul adalah apakah masyarakat pengguna transportasi online ini lebih memilih menggunakan e-money atau uang tunai dan factor-faktor apa saja yang mempengaruhinya. Hal tersebut menjadi masalah atau problem yang menarik untuk diteliti.

Dalam konteks ini, teknologi sistem informasi dapat dikatakan menjadi kunci untuk mendukung dan meningkatkan manajemen perusahaan agar dapat memenangkan persaingan yang semakin lama akan semakin meningkat. Perusahaan dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin beragam dan perkembangan pasar yang semakin meluas. Teknologi informasi merupakan suatu faktor dalam menentukan apakah produk yang dipasarkan tersebut dapat bersaing di pasar lokal maupun internasional. Sistem informasi merupakan sebuah kombinasi antara orang, teknologi informasi, dan proses bisnis untuk mencapai tujuan bisnis. Pada penelitian ini difokuskan pada penggunaan aplikasi e-wallet transportasi online dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).



Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang memprediksi penerimaan penggunaan terhadap teknologi berdasarkan pengaruh dari dua faktor kognitif yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) (Davis, 1989). Teori yang menjelaskan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan teknologi informasi adalah teori TAM (*Technology Acceptance Model*). Model TAM memiliki lima konstruksi utama yaitu *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *attitude toward using*, *behavioral intention to use*, dan *actual use*. Dalam lima konstruk tersebut saling berkaitan satu sama lain. Apabila *perceived ease of use* makin tinggi maka *perceived usefulness* akan meningkat dan *attitude toward using* juga meningkat, sehingga akan meningkatkan intensi menggunakan atau *behavioural intention to use* dan akhirnya berdampak pada *actual use*.

Penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan e-wallet dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang mendukung pernyataan diatas diantaranya telah dilakukan oleh (Rahmatsyah, 2011) memberikan hasil bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan e-money.

Teguh (2013) yang dilakukan di Yogyakarta menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *e-wallet*. Tetapi hasil yang berbeda ditemukan oleh penelitian. Priyono (2017) yang dilakukan di Yogyakarta dengan hasil bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi *e-wallet*.

Persepsi kegunaan atau manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk melakukan belanja online melalui aplikasi online, ditunjukkan oleh penelitian Juniwati (2014) yang dilakukan di Pontianak, Kalimantan Barat, namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Wardhani (2016) yang dilakukan di wilayah hunian Puri Botanical Residence dan wilayah sekitar hunian tersebut di daerah Jakarta Barat, yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan atau manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hidayat dan Junianto (2017) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *attitude toward using*. Penelitian yang dilakukan oleh Indarsin dan Ali (2017) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *attitude toward using*.

Penelitian yang dilakukan oleh Juhri dan Dewi (2017) menyatakan bahwa *attitude toward using* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention to use*. Penelitian yang dilakukan oleh Suyanto dan Kurniawan (2019) menyatakan bahwa *attitude toward using* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *behavioral intention to use*.

Penelitian yang dilakukan oleh Siaputra dan Isaac (2020) menunjukkan bahwa *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*. Dalam penelitian Juhri Kurniatul dan Citra Kusuma Dewi (2017) *Perceived Usefulness* atau Persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan dari layanan *mobile money* T-Cash.

Inkonsistensi riset mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan variabel yang sama tetapi dengan objek yang berbeda, maka penelitian ini menjadi bahan pertimbangan peneliti untuk melakukan penelitian mengenai analisis perbedaan dan berjudul: “**Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Wallet Terhadap Konsumen Transportasi Online Di Kota Semarang Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)***”. Penelitian ini dilakukan di Semarang, kota Semarang dipilih oleh peneliti sebagai lokasi penelitian karena dari penelitian diatas belum ada yang melakukan penelitian dengan topik yang sama di kota Semarang.

## 1.2 PERUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- 1) Apakah persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) *e-wallet* berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) *e-wallet* dalam transaksi layanan transportasi online di kota Semarang?
- 2) Apakah persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) *e-wallet* berpengaruh positif terhadap sikap (*Attitude Toward Using*) *e-wallet* dalam transaksi layanan transportasi online di kota Semarang?
- 3) Apakah persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) *e-wallet* berpengaruh positif terhadap sikap (*Attitude Toward Using*) *e-wallet* dalam transaksi layanan transportasi online di kota Semarang?



- 4) Apakah sikap (*Attitude Toward Using*) *e-wallet* berpengaruh positif terhadap minat berperilaku (*Behavioral Intention to Use*) *e-wallet* dalam transaksi layanan transportasi online di kota Semarang?
- 5) Apakah minat berperilaku (*Behavioral Intention to Use*) *e-wallet* berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem (*Actual Use*) *e-wallet* dalam transaksi layanan transportasi online di kota Semarang?

### 1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Memperoleh bukti empiris tentang pengaruh positif persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) terhadap persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) dalam penggunaan *e-wallet* transportasi online di kota Semarang.
- 2) Memperoleh bukti empiris tentang pengaruh positif persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) terhadap sikap (*Attitude Toward Using*) dalam penggunaan *e-wallet* transportasi online di kota Semarang
- 3) Memperoleh bukti empiris tentang pengaruh positif persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) terhadap sikap (*Attitude Toward Using*) dalam penggunaan *e-wallet* transportasi online di kota Semarang.
- 4) Memperoleh bukti empiris tentang pengaruh positif sikap (*Attitude Toward Using*) terhadap minat berperilaku (*Behavioral Intention to Use*) dalam penggunaan *e-wallet* transportasi online di kota Semarang.

- 5) Memperoleh bukti empiris tentang pengaruh positif minat berperilaku (*Behavioral Intention to Use*) terhadap sistem penggunaan (*Actual Use*) secara nyata *e-wallet* transportasi online di kota Semarang.

#### 1.4 MANFAAT PENELITIAN

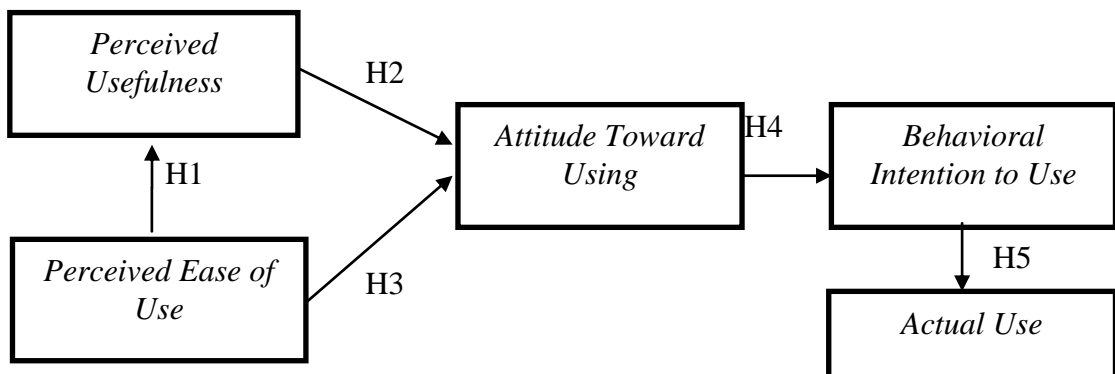
1. Manfaat bagi perusahaan :

Penelitian atau riset ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak perusahaan *e-wallet* untuk meningkatkan layanan transaksi transportasi online sehingga perusahaan *e-wallet* bisa lebih dapat dipercaya oleh masyarakat.

2. Manfaat bagi masyarakat :

Untuk menambah pengetahuan/wawasan masyarakat mengenai faktor faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan layanan transaksi transportasi *e-wallet*.

#### 1.5 KERANGKA PIKIR



Gambar 1. Kerangka Pikir

Gambar kerangka pikir tersebut menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) mempengaruhi sikap (*Attitude Toward Using*) pengguna transportasi *online* di kota Semarang dan akan berdampak pada minat berperilaku (*Behavioral Intention to Use*) serta sistem penggunaan (*Actual Use*) secara nyata *e-wallet* transportasi *online* di kota Semarang. Jika semakin berpengaruh positif persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dan persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) maka akan mempengaruhi ketertarikan sikap (*Attitude Toward Using*) pengguna transportasi *online* di kota Semarang dan berdampak positif pada peningkatan minat berperilaku (*Behavioral Intention to Use*) kemudian sistem penggunaan (*Actual Use*) tersebut akan digunakan secara nyata dalam layanan *e-wallet* transportasi *online* di kota Semarang.

## 1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika dalam penelitian ini dibagi dalam tiga, yaitu:

### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, kerangka pikir dan sistematika penulisan dalam penelitian ini.

### **BAB II : Landasan Teori**

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang berisikan teori dasar dan pengembangan hipotesis.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang metode penelitian yang memuat sumber dan data yang akan digunakan, objek, lokasi penelitian, populasi dan sample, definisi dan pengukuran variable, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

**BAB IV : Analisis dan Hasil penelitian**

Bab ini berisi analisis dan hasil pengujian hipotesis.

**BAB V : Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran yang berkaitan dengan hasil penelitian.

