

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 TCASH (Telkomsel)

TCASH adalah uang elektronik yang diselenggarakan oleh Telkomsel yang terdaftar dan diawasi oleh Bank Indonesia, Memiliki fungsi yang sama dengan uang tunai sebagai alat pembayaran yang sah, dimana nilainya setara dengan nilai uang tunai yang disetorkan terlebih dahulu ke rekening TCASH. Berbeda dengan pulsa, dana yang diisikan kedalam TCASH dapat digunakan untuk pembayar di *merchant*, berbelanja online, kirim uang, bayar tagihan dan isi pulsa.

TCASH terbagi atas dua layanan, yaitu TCASH Basic Service dan TCASH Full Service. TCASH Basic Service adalah jenis layanan TCASH yang data identitas pemegangnya tidak terdaftar dan tidak tercatat di Telkomsel. Sedangkan TCASH Full Service adalah jenis layanan TCASH yang data identitas pemegangnya terdaftar dan tercatat di Telkomsel.

1.1.2 Dompetku (Indosat)

Dompetku adalah layanan *electronic money (e-money)* Indosat Ooredoo yang telah mendapatkan izi dari Bank Indonesia sejak tahun 2008. Dompetku memiliki layanan yang inovatif yang memudahkan pelanggan Indosat Ooredoo untuk melakukan berbagai transaksi finansial sehari-hari (pembelian di *merchant*, pembayaran tagihan, pengisian pulsa, P2P transfer, pengiriman uang melalui ponsel yang telah didaftarkan) melalui *mobile phone*. Layanan ini dapat diakses semua jenis ponsel dimana saja dan kapan saja tanpa perlu membawa uang tunai. Dompetku terbagi oleh dua tipe pelanggan, yaitu Regular dan Premium.

1.1.3 XL Tunai (XL)

XL Tunai adalah suatu layanan Uang Elektronik dari XL yang memungkinkan pelanggan XL melakukan transaksi keuangan hanya dengan menggunakan ponsel. Jenis transaksi yang bias digunakan adalah beli pulsa XL, bayar tagihan, belanja di took, belanja online, serta kirim uang dalam negeri dan luar negeri yang semuanya dapat dilakukan kapan saja maupun dimana saja. Tipe pelanggan XL Tunai dibagi menjadi dua, yaitu Non Register dan Full Register. Non register adalah pelanggan XL yang belum melakukan registrasi XL Tunai. Sedangkan Full Register adalah pelanggan XL yang sudah melakukan registrasi XL Tunai dengan mengisi formulir registrasi XL Tunai.

1.2 Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya teknologi, manusia terpacu untuk melakukan inovasi-inovasi terbaru untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan hidupnya. inovasi tersebut menciptakan kemajuan dibidang perekonomian khususnya pada sistem pembayaran. Pada awalnya sistem pembayaran di Indonesia menggunakan sistem barter, yakni sistem pembelian atau penjualan barang dengan cara menukarkan dengan barang yang lain. Saat ini sistem barter sudah tidak dipakai oleh masyarakat Indonesia dengan menggantinya menjadi sistem uang sebagai nilai ukur harga dari suatu barang. Namun, sistem uang yang terjadi di masyarakat terasa masih ada kekurangan. Seperti halnya ketidaknyamanan manusia ketika membawa uang dengan jumlah yang banyak, kesulitan dalam mengirim uang, serta kesulitan dalam membayar tagihan.

Keadaan tersebut membuat manusia semakin terpacu dalam berinovasi yang memungkinkan dilakukannya pembayaran secara cepat, aman, dan efisien. Indonesia merupakan salah satu populasi terbesar di dunia dan pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat sehingga menjadikan salah satu faktor yang mempengaruhi berbagai industri untuk tumbuh berkembang menciptakan teknologi baru yang mendukung sistem pembayaran di Indonesia.

Tabel 1.1

Negara Populasi Terbanyak pada 2015 (juta orang)

Negara	Populasi
China	1.372
India	1.314
Amerika Serikat	321
Indonesia	256
Brazil	205
Pakistan	199
Nigeria	182
Banglades	160
Rusia	144
Meksiko	127

Sumber: Population Reference Bureau

Dapat dilihat pada **Tabel 1.1** , Indonesia berada di posisi ke empat dari sepuluh Negara dengan populasi terbesar di dunia. Hal ini merupakan suatu peluang besar untuk dapat mengembangkan sistem pembayaran secara non tunai.

Bank Indonesia selaku otoritas sistem pembayaran membagi dua jenis instrumen sistem pembayaran yaitu tunai dan non-tunai. Instrumen pembayaran tunai berupa uang kertas sebagai alat transaksi pembayaran memiliki banyak sekali keterbatasan sehingga tidak lagi dapat memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini (Mulyanto, 2015). Berbagai kebijakan dan pengembangan sistem pembayaran non tunai di tempuh Bank Indonesia dengan meluncurkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dengan menggandeng pemerintah, perbankan, dan juga industri telekomunikasi, hal itu bertujuan agar masyarakat mulai mengurangi transaksi dengan menggunakan uang tunai.

Terdapat lima instrument pembayaran secara non tunai, yaitu kartu kredit / debit, cek, bilyet giro, nota debit, dan uang elektronik (*e-money*). Instrumen pembayaran non tunai yang sedang berkembang saat ini yaitu uang elektronik (*e-*

money). *Bank of International Settlement* (BIS) mendefinisikan *e-money* sebagai produk *stored value* atau *prepaid* dimana sejumlah nilai uang (*monetary value*) disimpan secara elektronik dalam suatu peralatan elektronik yang dimiliki seseorang. E-money menurut Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik (*e-money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit;
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip;
- c. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan
- d. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Saat ini industri telekomunikasi di Indonesia telah mengembangkan *e-money* sebagai media pembayaran melalui ponsel. Industri telekomunikasi melihat adanya potensi yang besar dalam mengembangkan *e-money* melalui ponsel, hal ini dikarenakan budaya masyarakat Indonesia saat ini tidak dapat terlepas dari penggunaan ponsel. Terlebih lagi, jumlah kepemilikan rekening bank di Indonesia baru sebesar 45,1% (www.marsindonesia.com, 2015) artinya, belum separuh masyarakat di Indonesia memiliki rekening bank. Berikut jumlah pelanggan dari tiga operator terbesar di Indonesia:

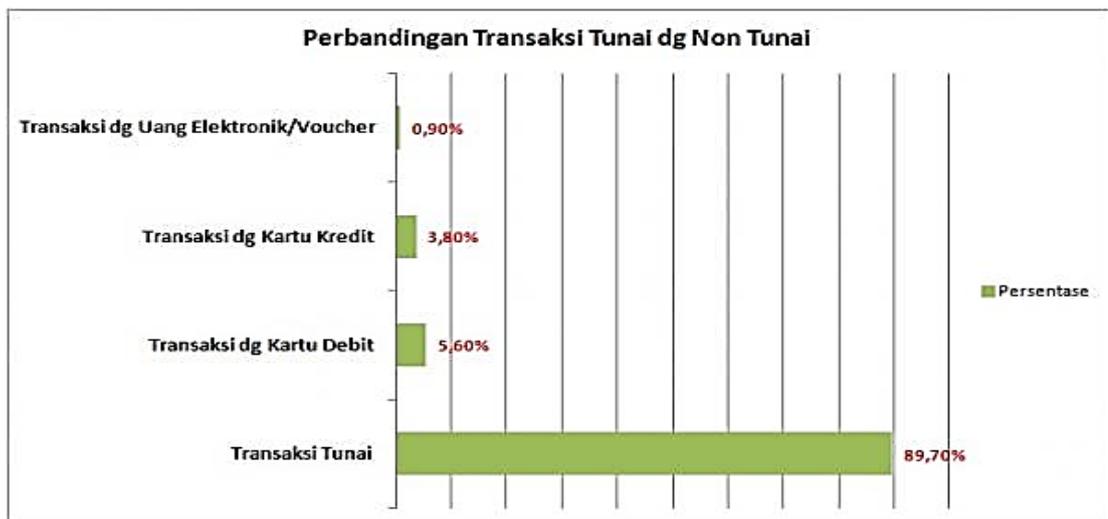
Tabel 1.2 Jumlah Pelanggan Tiga Operator Terbesar

Perusahaan	Pelanggan	
Telkomsel	144	Juta
Indosat	68,5	Juta
XL Axiata	46	Juta

sumber: www.indotelko.com, 2015

Dapat dilihat pada **Tabel 1.2** jumlah pelanggan dari tiga operator terbesar di Indonesia mencapai 258,5 juta pengguna atau sebesar 100,9% dari jumlah populasi penduduk Indonesia. Dengan besarnya jumlah ini, menunjukkan bahwa adanya potensi besar untuk industri telekomunikasi untuk dapat mengembangkan ponsel sebagai media pembayaran dalam melakukan transaksi.

Di Indonesia sendiri, *e-money* sudah ada pada tahun 2007, namun dengan kondisi infrastruktur di Indonesia, dibutuhkan waktu yang cukup lama agar masyarakat terbiasa menggunakan *e-money*. Meskipun *e-money* banyak memiliki manfaat dalam penggunaannya, masih banyak masyarakat yang beranggapan menggunakan uang tunai masih lebih mudah daripada menggunakan *e-money*. dapat dilihat pada **Gambar 1.1** dibawah ini:



Gambar 1.1 Perbandingan Transaksi Tunai Dengan Non Tunai di Indonesia

Sumber : Task Force Program Elektronifikasi dan Keuangan Inklusif Bank Indonesia

Persentase jumlah masyarakat yang bertransaksi secara tunai lebih besar yaitu (89,7%) dibandingkan dengan persentase jumlah masyarakat yang bertransaksi secara non tunai yaitu (10,3%) yang terdiri dari uang elektronik / voucher, kartu kredit, dan kartu debit. Jika dibandingkan dengan tiga instrumen transaksi non tunai pada **Gambar 1.1** transaksi dengan uang elektronik menempati

urutan terbawah dengan persentase 0,90% sedangkan instrumen lainnya seperti kartu kredit dan kartu debit masing-masing 3,80% dan 5,60%.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa adanya ketidak siapan masyarakat untuk beralih dari transaksi menggunakan uang tunai ke transaksi menggunakan *e-money*. Jika dilihat dari data pengguna *e-money* dari masing-masing operator

Tabel 1.3

Tiga Operator Terbesar Di Indonesia Yang Menerbitkan E-Money

	Telkomsel	Indosat	XL Axiata	
E-Money	T-Cash	Dometku	XL Tunai	
Pengguna	15	1,5	1,5	Juta

Sumber: Indonesia Finance Today 2015

Berdasarkan data yang tercantum pada **Tabel 1.3**, dapat dilihat bahwa jumlah pengguna *e-money* dari masing-masing operator masih terbilang sangat sedikit apabila dibandingkan dengan jumlah pelanggan seluler masing-masing operator. Untuk lebih jelasnya mengenai persentase pengguna *e-money* masing-masing operator dibandingkan dengan jumlah pengguna operator seluler itu sendiri dapat dilihat pada **Tabel 1.4** dibawah ini:

Tabel 1.4

Persentase Pengguna E-money Masing-masing Operator

Telkomsel Cash	
Jumlah pengguna Telkomsel	144 juta
Jumlah pengguna Telkomsel Cash	15 juta
Persentase pengguna Telkomsel Cash	10,4% dari total pengguna telkomsel
Dometku	
Jumlah pengguna Indosat	68,5 juta
Jumlah pengguna Dometku	1,5 juta
Persentase pengguna Dometku	2,2% dari total pengguna indosat

XL Tunai	
Jumlah pengguna XL	46 juta
Jumlah pengguna XL Tunai	1,5 juta
Persentase pengguna XL Tunai	3,3% dari total pengguna XL

Sumber: Pengolahan data

Apabila dilihat pada **Tabel 1.4** diatas, persentase pengguna layanan *e-money* masih sedikit dibandingkan dengan total jumlah pelanggan seluler pada masing-masing operator, rata-rata pengguna layanan *e-money* dari masing-masing operator tidak lebih dari 15% dari total masing-masing operator tersebut. Meskipun demikian, ketiga operator telekomunikasi tersebut terus mengembangkan layanannya dengan mengeluarkan berbagai fitur yang berbeda-beda yang dapat dinikmati penggunanya. Berikut fitur-fitur dari masing-masing *e-money*:

Tabel 1.5

Produk dan Fitur

PRODUK	FITUR
	<ul style="list-style-type: none"> • Bayar cepat dengan NFC Sticker (TCASH TAP) • Belanja online • Pembayaran tagihan dan pembelian melalui ponsel • Kirim uang • Penarikan tunai

	<ul style="list-style-type: none"> • Setor tunai (cash in), Penarikan tunai (cash out) • Pembelian / pembelian, pembayaran tagihan, pengisian pulsa ke semua operator • Pengiriman uang melalui handphone ke sesama pengguna Dompotku dengan melakukan pendaftaran terlebih dahulu
	<ul style="list-style-type: none"> • Bayar tagihan & beli tiket • Belanja di toko yang bekerjasama dengan XL Tunai • Belanja online • Pencairan uang • Isi saldo XL tunai • Kirim & terima uang

Sumber: digitalpayment.telkomsel.com; www.xl.co.id; <http://www.dompotku.com>, 2015

Permasalahan yang ada yaitu, beberapa operator terbesar di Indonesia sudah menyediakan layanan tersebut, namun jumlah pelanggan yang menggunakan *e-money* masih sangat sedikit. Dengan jumlah yang masih sedikit ini, para penyedia layanan harus mampu memenuhi keinginan konsumen terutama dalam kaitannya dengan pendapat konsumen akan variable *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* dalam hubungannya dengan niat dan penggunaan *e-money*. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan layanan *e-money*. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul “Analisis Perilaku Pengguna *E-money* Yang Dikeluarkan Oleh Operator Telekomunikasi Dengan Menggunakan Model *Unified Theory of Acceptance and Use Technology 2* di Indonesia (Studi Kasus: *TCash*, *Dompotku*, dan *XL Tunai*)”.

1.3 Perumusan masalah

Berbagai kebijakan dan pengembangan sistem pembayaran non tunai di tempuh Bank Indonesia dengan meluncurkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dengan menggandeng pemerintah, perbankan, dan juga industri telekomunikasi, hal itu bertujuan agar masyarakat mulai mengurangi transaksi dengan menggunakan uang tunai. Tiga operator terbesar (Telkomsel, Indosat, XL Axiata) di Indonesia telah menciptakan layanan e-money sebagai salah satu lini bisnisnya. Tiga operator tersebut melihat adanya potensi besar dikarenakan budaya masyarakat Indonesia saat ini tidak dapat terlepas dari penggunaan ponsel. Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan (*problem statement*) yang akan dibahas pada penelitian ini antara lain:

- 1) Banyaknya jumlah pengguna e-money (Tcash, Dompetku, dan XL Tunai) lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah pengguna dari masing-masing operator (Telkomsel, Indosat, dan XL Axiata), padahal *e-money* menawarkan banyak keuntungan kepada pengguna dalam melakukan aktivitas transaksi.
- 2) Belum ada penelitian yang menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi dan perilaku penggunaan *e-money* yang dikeluarkan oleh operator telekomunikasi.

1.4 Pertanyaan Penelitian

- 1) Berdasarkan model UTAUT2, adakah pengaruh dari variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* terhadap perilaku pengguna *e-money* yang dikeluarkan oleh operator telekomunikasi di Indonesia?
- 2) Berdasarkan model UTAUT 2, adakah pengaruh variabel moderator *Age* dan *Gender* yang dapat memperkuat atau memperlemah perilaku penggunaan *e-money* yang dikeluarkan oleh operator telekomunikasi di Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

- 1) Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan *e-money* yang dikeluarkan oleh operator telekomunikasi di Indonesia berdasarkan model UTAUT2
- 2) Mengidentifikasi faktor moderator yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh terhadap perilaku penggunaan *e-money* yang dikeluarkan oleh operator telekomunikasi di Indonesia berdasarkan model UTAUT2

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan. Adapun manfaat yang diharapkan yaitu pertama, manfaat teoritis, yaitu penelitian ini bermanfaat untuk menguji, apakah model UTAUT2 ini dapat dipakai dalam konteks adopsi layanan *e-money* di Indonesia. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu menambah pemahaman tentang perilaku pengguna teknologi dengan menguji model UTAUT 2 pada penelitian selanjutnya.

Kedua, manfaat praktis, yaitu penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kepada ketiga operator besar di Indonesia yang menyediakan layanan *e-money* dalam menyusun strategi bisnisnya, dengan melibatkan pemahaman terhadap perilaku pengguna teknologi dalam mengadopsi *e-money*. Terutama dalam kaitannya dengan pendapat konsumen akan variable *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic Motivation*, *Price Value*, dan *Habit* dalam hubungannya dengan niat dan penggunaan e-money.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Lingkup penelitian ini adalah mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku pengguna operator telekomunikasi (Telkomsel, Indosat, XL) di Indonesia terhadap layanan *e-money* (TCASH, Dompetku, XL Tunai). Didalam penelitian ini tidak ada karakteristik khusus dalam menentukan kota sebagai sampel, dikarenakan e-money yang dikeluarkan oleh operator telekomunikasi memanfaatkan jaringan dan ponsel sebagai perangkat untuk melakukan transaksi keuangan sehingga setiap

orang yang menggunakan ketiga operator tersebut dapat menikmati transaksi pembayaran dengan e-money. Untuk memastikan adanya keterwakilan di seluruh wilayah Indonesia, maka peneliti mengambil sampel dari 7 kota besar yang mewakili Indonesia yaitu:

Jakarta	Merupakan ibu kota dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia (ilmupengetahuan.com, 2015)
Bandung	Kota Bandung terpilih menjadi finalis smart city di Barcelona (portal.bandung.go.id, 2015)
	Tcash melakukan ekspansi kekota Bandung (gadgetplus.id, 2016)
Lampung	Kota Bandar Lampung masuk kota melek digital se Indonesia (bandarlampungkota.go, 2015)
Balikpapan	Balikpapan mengembangkan konsep smart city (kaltim.prokal.co, 2016)
	Tcash di Samarinda tidak sebanyak di Balikpapan (kaltim.prokal.co, 2016)
	XL dan pemkot Balikpapan kerjasama program Xmart City (gadgetgaul.com, 2015)
Yogyakarta	Kalangan mahasiswa dan pelajar di Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi sasaran gerakan nasional transaksi non tunai (jogja.antaranews.com, 2014)
	Telkomsel luncurkan t-cash kirim uang di Yogyakarta (antaranews.com, 2015)
Surabaya	Kota dengan populasi terbanyak kedua di Indonesia (Ilmupengetahuanumum.com, 2015)
	Transaksi non tunai jatim naik dua kali lipat (Surabaya.tribunnews.com, 2015)
Makassar	Makassar jadi kota percontohan pembayaran non-tunai (tempo.co, 2015)

Penelitian ini dilakukan dengan metode pengisian kuesioner secara *online* menggunakan *googledocs* dikarenakan penyebaran kuesioner secara *online* dapat menghemat waktu, dan biaya dari penelitian.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I berisi mengenai latar belakang masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II berisi mengenai dasar-dasar teori yang digunakan terkait dengan topik dan variable sebagai penunjang penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III berisi mengenai metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang di dapat sehingga mampu menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV berisi mengenai hasil dan pembahasan yang diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V berisi mengenai kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian serta saran-saran kepada pihak yang berkaitan dalam penelitian