

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### 1.1.1. Sejarah PT. Telekomunikasi Seluler

PT. Telekomunikasi Seluler atau telkomsel berdiri pada tahun 1995, telkomsel secara konsisten melayani negeri, menghadirkan akses telekomunikasi kepada masyarakat Indonesia yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Pada tahun 2015 telkomsel adalah operator selular terbesar di Indonesia dan memiliki jaringan terluas yang mampu menjangkau lebih dari 95% populasi Indonesia di seluruh penjuru Nusantara untuk melayani kebutuhan komunikasi berbagai lapisan masyarakat mulai dari kawasan perkotaan, ibukota kecamatan, daerah perintis, hingga desa perbatasan negeri, baik di gugusan pulau kecil ataupun di hutan pedalaman.

Saat ini dunia semakin terhubung, dan pertukaran informasi terjadi amat cepat. Kebutuhan komunikasi tidak lagi sebatas suara dan *Short Message Service* (SMS), namun juga dalam format lainnya seperti video dan foto. Kebutuhan masyarakat akan layanan data dan *broadband* (pita lebar) akan terus berkembang dalam beberapa tahun ke depan. Untuk memberikan layanan yang prima kepada masyarakat di dalam menikmati gaya hidup digital (*digital lifestyle*), telkomsel turut membangun ekosistem digital di tanah air melalui berbagai upaya pengembangan DNA (*Device, Network and Applications*), yang diharapkan akan mempercepat terbentuknya masyarakat digital Indonesia.

Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan *roadmap* teknologi selular, mulai dari 3G, HSDPA, HSPA+, serta menjadi yang pertama meluncurkan secara komersial layanan *mobile* 4G LTE di Indonesia yang akan memberikan pelanggan akses yang lebih cepat di dalam menikmati layanan data

serta memungkinkan penerapan teknologi selular dalam skala yang lebih besar, seperti untuk pengembangan kota pintar (*smart city*) ([www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com), diakses pada 24 Januari 2016).

#### 1.1.2. Visi Dan Misi Perusahaan

Visi: Menjadi penyedia layanan dan solusi *mobile digital lifestyle* kelas dunia yang terpercaya.

Misi: Memberikan layanan dan solusi *mobile digital* yang melebihi ekspektasi pelanggan, memberikan nilai tambah kepada para *stakeholders*, dan mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa ([www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com), diakses pada 24 Januari 2016).

#### 1.1.3. Logo PT. Telekomunikasi Seluler



Gambar 1.1 Logo Telkomsel

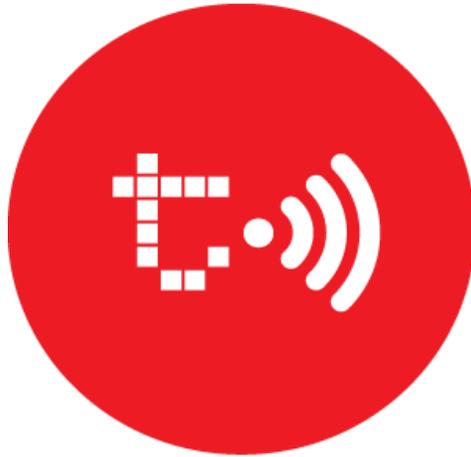
(<http://www.mitratel.co.id/>, diakses pada 24 Januari 2016).

#### 1.1.4. TCash

TCash adalah salah satu produk jasa dari telkomsel, TCash adalah layanan uang elektronik dari Telkomsel. TCash berbeda dengan pulsa, dengan menggunakan TCash konsumen bisa menyimpan uang dan menggunakannya untuk digunakan sebagai metode pembayaran. telkomsel telah memiliki izin dari Bank Indonesia sebagai penyedia layanan uang elektronik. TCash bisa

digunakan oleh semua pelanggan telkomsel, baik pascabayar ataupun Prabayar (<http://digitalpayment.telkomsel.com/>, diakses pada 24 Januari 2016).

#### 1.1.5. Logo TCash



Gambar 1.2 Logo TCash

(<http://markastekno.com/>, diakses pada 24 Januari 2016)

## 1.2. LATAR BELAKANG PENELITIAN

Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) merupakan salah satu program untuk melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat melalui praktik penggunaan instrumen non tunai secara langsung sehingga pengguna menjadi terbiasa dan merasa nyaman untuk menggunakan instrumen pembayaran non tunai. Gerakan yang dicanangkan oleh Bank Indonesia bersama pemerintah, pada 14 Agustus 2014 dengan memberikan peran masing-masing seperti di bawah ini:

1. Mendorong perubahan perilaku: kewajiban penggunaan uang elektronik
2. Rencana pembatasan transaksi tunai
3. Program bantuan pemerintah secara non tunai

4. Lembaga pemerintah menggunakan pembayaran non tunai untuk PNB (Pendapatan Negara Bukan Pajak), dari posisi potensi APBD tahun 2003 yang mencapai besar Rp 300T menjadi posisi 2013 sebesar Rp1.800T.

Dengan ditandatanganinya *Memorandum of Understanding* (MoU) dan deklarasi GNNT 14 Agustus 2014, peluang mempengaruhi transaksi non tunai yang dilakukan oleh pemerintah semakin terbuka lebar (<http://www.gerakannasionalnontunai.com/>, diakses pada 24 Januari 2016).

Adapun tujuan dari Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) :

1. Memberikan pengalaman menggunakan APMK (Alat Pembayaran Menggunakan Kartu) dan uang elektronik bagi masyarakat yang baru mulai menggunakan instrumen pembayaran non tunai tersebut, sehingga dapat menimbulkan kebiasaan dalam bertransaksi secara rutin.
2. Mendorong peningkatan frekuensi penggunaan APMK dan uang elektronik dalam kegiatan transaksi masyarakat.
3. Mempelajari perilaku dari masyarakat yang telah memiliki rekening di bank dan telah memiliki APMK maupun uang elektronik namun penggunaan untuk bertransaksi cenderung masih minim. Dengan program ini diharapkan dapat memperoleh informasi yang tepat mengenai apakah akan terjadi perubahan perilaku masyarakat untuk menggunakan instrumen tersebut apabila masyarakat difasilitasi dengan berbagai kemudahan seperti keberadaan *merchant* yang lebih banyak serta infrastruktur yang lebih merata dan berbagai program yang menarik.
4. Memberikan edukasi tentang uang elektronik baik melalui sosialisasi, pusat informasi, lomba, seminar, *talkshow* non tunai dan bazar.
5. Mendorong peningkatan frekuensi penggunaan uang elektronik (<http://www.gerakannasionalnontunai.com/>, diakses pada 24 Januari 2016).

Adapun Jenis-jenis dari Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yaitu **Cek** (*Cheque*), **Bilyet Giro (BG)**, **Mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri)**,

**Internet Banking, Mobile Banking, Mesin EDC (Electronic Data Capture), e-Parking Card, e-Ticketing Commuter Line , e-Ticketing Transjakarta, On Board Unit, Electronic Road Pricing, MyBank dan Phone To Phone Transfer** menggunakan teknologi NFC (*Near Field Communication*) atau komunikasi jarak dekat. NFC umumnya dipasang pada ponsel, keuangan non tunai. Area transaksi non tunai saat ini, banyak ditemukan di area tertentu seperti pusat perbelanjaan, kantin, atau *foodcourt* yang hanya menerima pembayaran secara non tunai. Model ini dikenalkan dalam program *less cash society* (LCS) yang merupakan suatu kawasan non tunai untuk mendorong tumbuh berkembangnya transaksi non tunai sebagaimana digagas dalam GNNT 2014. Fenomena ini muncul karena adanya kebutuhan transaksi yang praktis dan cepat tanpa perlu menggunakan uang tunai (<http://www.gerakannasionalnontunai.com/>, diakses pada 24 Januari 2016).

Telkomsel selaku operator telekomunikasi terbesar di Indonesia mempunyai produk jasa yaitu TCash, TCash adalah layanan uang elektronik yang dimana uang elektronik ini nantinya dapat digunakan sebagai alat pembayaran, baik digunakan secara pascabayar atau prabayar. Dengan lisensi dari Bank Indonesia, TCash kini hadir dengan teknologi *Near Field Communication* (NFC), yang dinamakan TCash *TAP*. Hal ini akan memberikan kemudahan dan pengalaman unik kepada pelanggan dalam melakukan transaksi. Layanan ini dapat digunakan di semua jenis ponsel baik *feature phone* maupun *smartphone*. Penggunaan layanan ini amat mudah, cukup dengan menempelkan *sticker* NFC ke ponsel, mengaktifkan layanan, dan pelanggan dapat melakukan *TAP* di mesin NFC *merchants*. Transaksi TCash pun sangat aman karena menggunakan PIN 6 digit PIN. Beberapa *merchant* ternama yang telah menggunakan layanan TCash di antaranya *Coffee Bean*, Baskin Robbins, Wendys, McDonalds, Bakmi GM, 7Eleven, Indomaret dan

Cinema XXI (<http://www.merdeka.com/>, dibuat oleh Fauzan Jamaludin, diakses pada 24 Januari 2016).

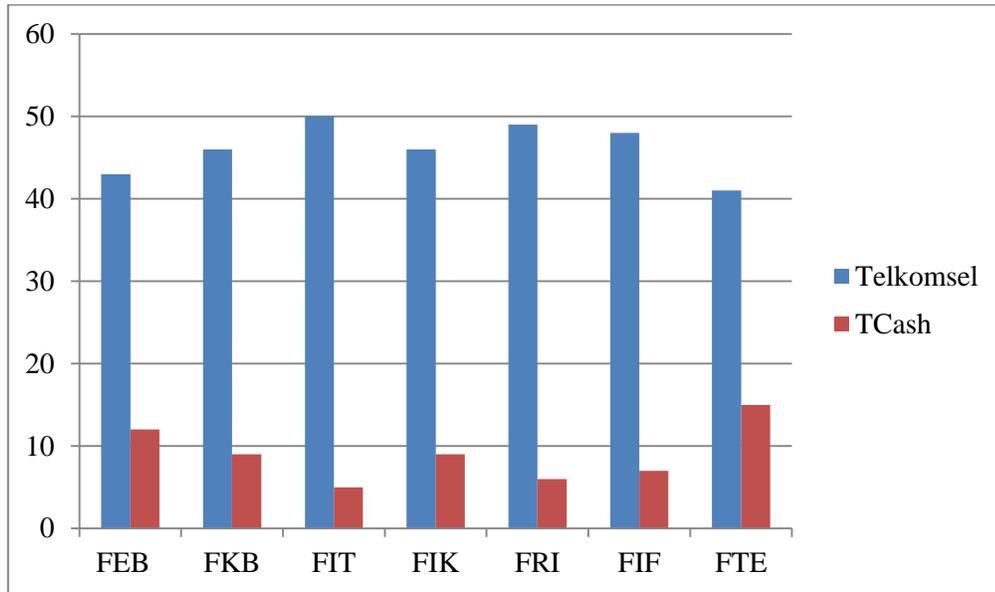
Ririek Adriansyah, Direktur utama telkomsel menjelaskan dengan memiliki lebih dari 149 juta pelanggan dan 400.000 jaringan distribusi sampai akhir tahun 2015, menjadikan telkomsel sebagai operator seluler yang memiliki potensi besar untuk menjangkau berbagai tingkatan masyarakat di berbagai wilayah. Versi baru TCash dengan menggunakan teknologi NFC merupakan peningkatan dari TCash yang pertama kali diluncurkan pada tahun 2007 lalu dengan sistem berbentuk pesan singkat alias SMS. Hingga sekarang, pengguna TCash diklaim mencapai 20 juta dari total 149 juta pelanggan telkomsel di seluruh Indonesia (<http://www.techno.id/>, dibuat oleh Denny Mahardy, diakses pada 15 Maret 2016).

Syarat bagi pelanggan telkomsel yang ingin menggunakan TCash adalah memiliki dompet elektronik (*e-wallet*) TCash yang saldonya sudah terisi (bisa dilakukan di GraPARI, ATM Bersama, dan *merchant* terpilih). Kemudian, dapatkan dan aktifkan stiker NFC di GraPARI terdekat. Setelah itu, pelanggan bisa langsung melakukan transaksi di toko-toko yang sudah bekerja sama dengan telkomsel, cukup dengan menyentuh *smartphone* pada mesin NFC yang tersedia di kasir. Untuk menerapkan solusi TCash *tap* ini, Telkomsel bekerjasama dengan Verifone *Mobile Money* dan Finnet Indonesia, perangkat lunak Verifone *Mobile Money* memungkinkan telepon seluler dan terminal merchant untuk terhubung dengan dompet TCash sehingga memungkinkan aksi *tap* dan bayar dengan menggunakan telepon seluler untuk pembelian sehari-hari. (<http://www.infokomputer.com/>, diakses pada 24 Januari 2016).

Untuk memperkenalkan gaya hidup digital ke lebih banyak lagi masyarakat, Telkomsel terus mendorong adopsi TCash sebagai layanan *mobile money* yang dapat meningkatkan kenyamanan dan kemudahan pelanggan dalam

bertransaksi sehari-hari. Menutup tahun 2015, layanan TCash semakin diminati oleh masyarakat, terlihat dari peningkatan trafik transaksi hingga 150% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Bahkan selama masa liburan Natal dan Tahun Baru 2015, terjadi peningkatan trafik transaksi TCash hingga 100% dibandingkan hari normal. Hal ini berkaitan dengan tingginya angka kunjungan masyarakat ke pusat-pusat perbelanjaan, dimana di lokasi-lokasi tersebut layanan TCash telah digunakan oleh beberapa *merchant* ternama diantaranya Coffee Bean, Baskin Robbins, Wendy's, McDonald's, Bakmi GM, 7Eleven, Indomaret dan Cinema XXI. *General Manager Digital Payment and Banking* telkomsel, Herman Suharto mengatakan, Kenaikan trafik TCash yang cukup signifikan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya menunjukkan adanya sambutan positif dari masyarakat terhadap layanan *mobile money* yang ditawarkan (<http://www.telkomsel.com>, diakses pada 24 Januari 2016).

Universitas Telkom adalah sebuah kampus yang bertempat di kawasan Bandung *Technoplex*. Kampus tersebut merupakan pengembangan kampus STT Telkom yang diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia Soeharto pada tahun 24 Maret 1994. Universitas Telkom berdiri pada tanggal 14 Agustus 2013 berdasarkan surat keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Kemendikbud Nomor 309/E/0/2013. Universitas Telkom adalah Perguruan Tinggi Swasta yang diselenggarakan oleh Yayasan Pendidikan Telkom, merupakan penggabungan dari empat perguruan tinggi swasta, yaitu Institut Teknologi Telkom (IT Telkom), Institut Manajemen Telkom (IM Telkom), Politeknik Telkom, dan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia Telkom (STISI Telkom) (<http://telkomuniversity.ac.id>). Peneliti melakukan survei di Universitas Telkom tentang jumlah perbandingan antara jumlah mahasiswa pengguna TCash dengan mahasiswa pengguna telkomsel yang ada di Universitas Telkom. Hasil survei dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.



Tabel 1.1 Survei Perbandingan Antara Mahasiswa Pengguna Telkomsel dan TCash di Universitas Telkom

Sumber: Data Olahan Peneliti

Pada tabel 1.1 merupakan tabel survei perbandingan antara jumlah pengguna Telkomsel dan TCash di Universitas Telkom, Jumlah sampel yang diambil yaitu 385 orang yang didapatkan dari tabel Isaac dan Michael dalam Sugiyono (2015) penggunaan rumus dari Isaac dan Michael dikarenakan tidak diketahui dengan pasti jumlah populasi pengguna Telkomsel dan TCash yang ada di Universitas Telkom, kemudian setelah diketahui jumlah sampel yang akan diambil lalu dilakukan pembagian menjadi 7 karena populasi penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Telkom yang terbagi menjadi 7 fakultas, tujuan pembagian menjadi tersebut untuk pemerataan sampel pada setiap fakultas. Setelah dibagi didapatkan pembagian 55 sampel per fakultas di Universitas Telkom. Cara mendapatkan data survei dilakukan dengan cara membagikan kuesioner langsung kepada mahasiswa Universitas Telkom yang menggunakan

Telkomsel dan TCash dan dengan menggunakan media *online* seperti line dan google *drive* untuk membantu responden mengisi survei.

Hasil survei yang didapatkan yaitu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis dari 55 sampel terdapat 43 orang (78,18%) pengguna telkomsel dan 12 orang (21,82%) pengguna TCash, Fakultas Komunikasi dan Bisnis terdapat 46 (83,63%) pengguna telkomsel dan 9 orang (16,37%) pengguna TCash, pada Fakultas Ilmu Terapan terdapat 50 orang (90,9%) pengguna telkomsel dan 5 orang (9,1%), pada Fakultas Industri Kreatif dari 55 sampel yang diambil terdapat 46 orang (83,63%) pengguna Telkomsel dan 9 orang (16,37%) pengguna TCash, pada Fakultas Rekayasa Industri terdapat 49 orang (89,09%) pengguna telkomsel dan 6 orang pengguna (10,91%) TCash. Pada Fakultas Informatika (FIF) dari 55 sampel yang diambil terdapat 48 orang (87,27%) pengguna Telkomsel dan 7 orang (12,73%) pengguna TCash serta pada Fakultas Teknik Elektro (FTE) terdapat 41 orang (74,54%) pengguna telkomsel dan 14 orang (25,46%) pengguna TCash.

Dari hasil survei tersebut peneliti memutuskan untuk memilih mahasiswa Universitas Telkom sebagai objek penelitian, dikarenakan setelah peneliti melakukan survei mengenai tingkat perbandingan antara pengguna telkomsel dan TCash peneliti mendapatkan hasil bahwa di Universitas Telkom terdapat tingkat perbedaan yang cukup signifikan antara jumlah pengguna telkomsel dan TCash hal ini menyebabkan peneliti memutuskan memilih mahasiswa Universitas Telkom sebagai objek penelitian karena faktor yang memegang peranan penting dalam penerapan sebuah teknologi informasi salah satu faktornya adalah faktor pengguna, seperti yang di kemukakan oleh Jogiyanto (2007) faktor yang memegang peranan penting dalam penerapan sebuah teknologi informasi salah satunya adalah faktor pengguna. Pengguna merupakan salah satu aspek yang penting untuk diperhatikan dalam penerapan teknologi informasi, kesiapan pengguna untuk menerima teknologi mempunyai

pengaruh besar dalam menentukan sukses atau tidaknya penerapan teknologi tersebut. Jogiyanto (2007) juga menjelaskan bahwa manusia berinteraksi menggunakan sistem informasi yang dimana interaksi ini dapat menimbulkan masalah keprilakuan, hal ini yang menyebabkan adanya penolakan akan penggunaan teknologi informasi tersebut yang berakibat gagalnya penerapan sebuah sistem informasi.

Untuk itu agar sebuah sistem informasi dapat diterima dengan baik oleh pemakainya, maka diperlukan sebuah metode agar teknologi tersebut dapat diterima, untuk mengetahui pengaruh penggunaan TCash pada penelitian ini, penelitian ini menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* atau disingkat UTAUT2.

UTAUT2 adalah sebuah pengembangan dari model yang sudah ada sebelumnya seperti TRA, TAM, TPB, dan UTAUT sehingga dapat dikatakan bahwa UTAUT2 adalah sebuah teori yang sesuai untuk mengetahui pengaruh penggunaan sebuah teknologi pada saat ini. Variabel yang terdapat dalam UTAUT2 yaitu variabel *independen* atau X (*performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedovonic motivation, price value, habit*), variabel *intervening* atau Y (*behavioral intention*) dan variabel *dependen* atau Z (*use behavior*) serta variabel moderator (*age, gender, experience*).

Dari uraian latar belakang penelitian tersebut maka peneliti memutuskan menganalisis dan mengambil judul penelitian tentang **“ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN TCASH MENGGUNAKAN UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY2 (UTAUT2) STUDI PADA MAHASISWA PENGGUNA TCASH DI UNIVERSITAS TELKOM”**.

### 1.3. RUMUSAN MASALAH

Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) merupakan salah satu program untuk melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat melalui praktik penggunaan instrumen pembayaran non tunai. Telkomsel selaku operator telekomunikasi terbesar di Indonesia mempunyai produk jasa yaitu TCash, TCash adalah layanan uang elektronik yang dimana uang elektronik ini nantinya dapat digunakan sebagai alat pembayaran.

Universitas Telkom adalah sebuah kampus yang bertempat di kawasan Bandung *Technoplex*. Merupakan penggabungan dari empat perguruan tinggi swasta, yaitu Institut Teknologi Telkom (IT Telkom), Institut Manajemen Telkom (IM Telkom), Politeknik Telkom, dan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Indonesia Telkom (STISI Telkom) (<http://telkomuniversity.ac.id>). Peneliti melakukan survei di Universitas Telkom tentang jumlah perbandingan antara jumlah mahasiswa pengguna TCash dengan mahasiswa pengguna telkomsel yang ada di Universitas Telkomsel. Hasil survei mengenai tingkat perbandingan antara pengguna telkomsel dan TCash, peneliti mendapatkan hasil bahwa di Universitas Telkom terdapat tingkat perbedaan yang cukup signifikan antara jumlah pengguna Telkomsel dan TCash. Hal ini menyebabkan peneliti memutuskan memilih mahasiswa Universitas Telkom sebagai objek penelitian karena faktor yang memegang peranan penting dalam penerapan sebuah teknologi informasi salah satu faktornya adalah faktor pengguna, Jogiyanto (2007) menjelaskan bahwa manusia berinteraksi menggunakan sistem informasi yang dimana interaksi ini dapat menimbulkan masalah keprilakuan, hal ini yang menyebabkan adanya penolakan akan penggunaan teknologi informasi tersebut yang berakibat gagalnya penerapan sebuah sistem informasi.

Untuk itu agar sebuah sistem informasi dapat diterima dengan baik oleh pemakainya, maka diperlukan sebuah pendekatan agar teknologi tersebut dapat diterima, untuk mengetahui pengaruh penggunaan TCash pada penelitian ini,

penelitian ini menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* atau disingkat UTAUT2. Variabel yang terdapat dalam UTAUT2 yaitu variabel *independen* atau X (*performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedovonic motivation, price value, habit*), variabel *intervening* atau Y (*behavioral intention*) dan variabel *dependen* atau Z (*use behavior*) serta variabel moderator (*age, gender, experience*).

#### **1.4. PERTANYAAN PENELITIAN**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini

1. Apakah *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedovonic motivation, price value, dan habit* berpengaruh terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* mahasiswa Universitas Telkom untuk menggunakan TCash?.
2. Apakah *facilitating condition, habit, dan behavioral intention* berpengaruh terhadap *use behavior* mahasiswa Universitas Telkom untuk menggunakan TCash?.
3. Apakah *age, gender dan experience* memoderasi *use behavior* mahasiswa Universitas Telkom untuk menggunakan TCash?.

#### **1.5 TUJUAN PENELITIAN**

Dari rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini yaitu

1. Mengetahui apakah *performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedovonic motivation, price value, dan habit* berpengaruh terhadap terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* mahasiswa Universitas Telkom untuk menggunakan TCash.

2. Mengetahui apakah *facilitating condition*, *habit*, dan *behavioral intention* berpengaruh terhadap *use behavior* mahasiswa Universitas Telkom untuk menggunakan TCash.
3. Mengetahui apakah *age*, *gender* dan *experience* memoderasi *use behavior* mahasiswa Universitas Telkom untuk menggunakan TCash?.

## **1..6 MANFAAT PENELITIAN**

### a. Manfaat secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan akan memperkaya dan melengkapi khazanah keilmuan bidang pemasaran dan memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh konsumen menggunakan *e-money* khususnya TCash.

### b. Manfaat secara praktis

Penelitian ini secara praktis dapat menjadi pertimbangan untuk melakukan pengembangan mengenai penggunaan perangkat lunak TCash serta dapat memberikan pemahaman mendalam dan mendorong penggunaan instrumen pembayaran non tunai, bukan hanya mahasiswa Universitas Telkom tetapi masyarakat juga untuk menggunakan instrumen pembayaran non tunai seperti TCash.

## **1..7 SISTEMATIKA PENELITIAN**

Untuk memudahkan dalam pembacaan, penelitian ini akan dibuat dalam 5 bab, yang terdiri dari :

### BAB II : Tinjauan Pustaka dan Lingkup Penelitian

Tinjauan pustaka berisikan tentang tentang konsep konsep teoritis sebagai dasar untuk menganalisis permasalahan yang merupakan hasil dari studi pustaka, kerangka pemikiran dan ruang lingkup.

### BAB III : Metode Penelitian

Metode penelitian berisikan tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

### BAB IV : Pembahasan Hasil Penelitian

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. bab ini akan menguraikan karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

### BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap analisis temuan peneliti yang merupakan implikasi kesimpulan dan berhubungan dengan masalah dan alternatif pemecahan masalah.