

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membuat sistem pembayaran mengalami perkembangan dari awalnya menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran hingga menjadi pembayaran non tunai seperti *e-money*. Terdapat beberapa *e-money* di Indonesia, salah satunya yaitu TCASH. Telkomsel TCASH merupakan produk *e-money* yang dapat memberikan kemudahan bertransaksi kepada berbagai kalangan masyarakat dari perkotaan ke pedesaan, termasuk masyarakat yang belum terlayani oleh lembaga keuangan resmi. Telkomsel menawarkan berbagai kemudahan dan manfaat akan TCASH. Pada tahun 2015, layanan TCASH semakin diminati oleh masyarakat, hal tersebut terlihat dari peningkatan trafik transaksi hingga 150% dibandingkan dengan tahun sebelumnya serta hingga tahun 2015 TCASH memiliki jumlah pengguna terbanyak dibanding beberapa *e-money* lainnya. Tidak semua teknologi yang tercipta dapat diterima. Terdapat penyebab yang membuat orang untuk menerima atau menolak teknologi. Salah satunya yaitu dengan menggunakan faktor-faktor penentu penerimaan sebuah sistem yang ada di dalam *Technology Accpetance Model* (TAM).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan konsumen serta melihat pengaruh antar variabel mengenai *Perceived Ease Of Use* (PEOU), *Perceived Usefulness* (PU), *Behavioral Intention to Use* (BI) dan *System Usage* (SU) dari TCASH dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan tujuan penelitian deskriptif dan konklusif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 384 responden dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan SEM-PLS dengan menggunakan *outer model* dan *inner model*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) TCASH dianggap sangat baik, persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) TCASH dianggap baik, niat untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) TCASH tinggi dan *System Usage* TCASH tinggi. PEOU memiliki pengaruh secara signifikan terhadap PU, PEOU memiliki pengaruh secara signifikan terhadap BI, PU memiliki pengaruh secara signifikan terhadap BI, dan BI memiliki pengaruh secara signifikan terhadap SU.

Telkomsel sebaiknya lebih meningkatkan sosialisasi mengenai cara penggunaan TCASH seperti dengan membuat iklan mengenai cara penggunaan TCASH yang mudah dimengerti oleh pelanggan serta mengganti PIN yang dimasukkan ke mesin EDC menjadi pesan notifikasi berupa konfirmasi pembelian ke nomor yang telah terdaftar pada saat registrasi TCASH. Dimana notifikasi tersebut hanya terdapat pilihan YES/NO agar mempercepat pembelian barang/jasa. Selain itu, Telkomsel juga sebaiknya tetap mempertahankan kemudahan dan manfaat dari TCASH. Ketika pelanggan merasa TCASH mudah digunakan dan bermanfaat, maka hal tersebut akan mempengaruhi niat untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) TCASH. Dimana niat untuk

menggunakan (*Behavioral Intention to Use*) akan mempengaruhi *System Usage* pengguna TCASH.

Kata kunci: *E-money*, TCASH, *Technology Acceptance Model* (TAM)