

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 E-money pada KTM Universitas Telkom	3
Gambar 1.2 E-Money Mandiri.....	4
Gambar 1.3 Grafik Pertumbuhan Transaksi Kartu Debit, Kartu Kredit dan e-Money	5
Gambar 2.1 Teori Planned Behavior.....	21
Gambar 2.2 Model UTAUT 1	23
Gambar 2.3 Model UTAUT 2.....	23
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	31
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	40
Gambar 3.2 Garis Kontinum Presentase	50
Gambar 3.3 Model PLS-SEM.....	52
Gambar 3.4 Model Pengukuran	53
Gambar 3.5 Alur Algoritma PLS	53
Gambar 4.4 Garis Kontinum Performance Expectancy	65
Gambar 4.5 Garis Kontinum Effort Expectancy.....	66
Gambar 4.6 Garis Kontinum Social Influence	67
Gambar 4.7 Garis Kontinum Facilitating Conditions	68
Gambar 4.8 Garis Kontinum Hedonic Motivation.....	69
Gambar 4.9 Garis Kontinum Price Value	70
Gambar 4.10 Garis Kontinum Habit	71
Gambar 4.11 Garis Kontinum Behavioral Intention	72
Gambar 4.12 Garis Kontinum Use Behavior	72
Gambar 4.13 Model dan Pengujian Hasil Outer Model.....	74
Gambar 4.14 Nilai Cross Loading	76
Gambar 4.15 Composite Reliability dan Alpha Cronbach.....	77
Gambar 4.16 Model dan Hasil Pengujian Inner Model	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini yaitu *e-money* Mandiri yang terdapat pada Kartu Tanda Mahasiswa 2016 Universitas Telkom.

1.1.1 E-Money

Di era modern sekarang ini, teknologi sudah menjadi kebutuhan, bahkan menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dunia. Seperti misalnya kehadiran internet yang telah memberikan banyak manfaat positif, seperti contohnya mudahnya akses masyarakat mendapatkan beragam informasi, di mana saja, dari mana saja dan kapan saja. Selain itu, internet pun turut ikut andil memberikan kemudahan dalam membantu beragam pekerjaan dengan cepat tanpa batasan waktu dan jarak. Bahkan sekarang, internet juga ikut memberikan manfaat yang positif bagi perkembangan teknologi perbankan sampai transaksi keuangan.

Salah satu produk dari perbankan yang memanfaatkan adanya kemajuan teknologi ini adalah *e-money* (*electronic money*/uang elektronik). Uang elektronik (*e-money*) adalah uang yang digunakan dalam transaksi digital dengan cara elektronik. Biasanya, hal yang terlibat dalam transaksi ini yaitu penggunaan jaringan komputer seperti internet dan sistem penyimpanan uang secara digital. Uang elektronik sendiri memiliki nilai tersimpan (*stored-value*) atau prabayar (*prepaid*), yaitu sejumlah nilai uang yang disimpan dalam suatu media elektronik. Sama seperti halnya simpanan uang yang terdapat pada tabungan, nilai uang dalam *e-money* juga akan berkurang pada saat konsumen menggunakannya untuk transaksi. *E-money* dapat digunakan untuk berbagai macam jenis pembayaran (*multi-purpose*)

E-Money sendiri hadir di Indonesia sejak tahun 2009. Pengeluaran *e-money* dilakukan oleh pihak perbankan dan instansi/lembaga selain bank atas perizinan dari Bank Indonesia. Data dari Bank Indonesia per 14

September 2017 menyebutkan terdapat 26 penerbit *e-money*, yang terdiri dari 11 bank dan 15 instansi/lembaga selain bank. Penggunaan *e-money* tergolong praktis, fleksibel dan mudah digunakan semua orang. Berdasarkan bentuk fisiknya, *e-money* dapat dibedakan menjadi dua jenis, yakni: *Pre-paid Card* untuk *e-money* berbentuk kartu, serta *e-wallet* yang tersedia dalam aplikasi digital.

1.1.2 Mandiri E-Money

Mandiri *e-money* merupakan kartu prabayar multifungsi yang diterbitkan oleh Bank Mandiri sebagai pengganti uang tunai untuk transaksi pembayaran. Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan dari situs resmi Bank Mandiri, berikut merupakan fitur-fitur dari mandiri *e-money*:

- a. Menggunakan teknologi RFID (*radio frequency identification*) yang memungkinkan pemegang kartu melakukan transaksi hanya dengan melakukan tapping (tempel kartu ke *reader*).
- b. Nilai uang yang tersimpan berupa saldo yang tersimpan pada chip kartu.
- c. Pada saat transaksi, kartu cukup di-tap sampai saldo berkurang sesuai dengan nominal transaksi, tidak diperlukan tanda tangan maupun pin.
- d. Saldo dapat diisi ulang (*top up*) melalui berbagai pilihan *channel* yang tersebar, dengan batas maksimum total nilai isi ulang sebesar Rp.20.000.000 (dua puluh juta rupiah) per bulan.
- e. Maksimal saldo tersimpan Rp 1.000.000 (satu juta rupiah) per kartu.
- f. Saldo pada kartu tidak diberikan bunga.
- g. Kartu dapat dimiliki oleh nasabah maupun non-nasabah bank mandiri.
- h. Kartu dapat dipindahtangankan sepanjang fisik kartunya berpindah.

Untuk penggunaannya sendiri, menurut situs www.bankmandiri.co.id kartu mandiri *e-money* dapat digunakan untuk transaksi:

1. Pembayaran Tol (Jabodetabek, Bandung, Medan, Palikanci, Semarang, Bali, Surabaya, Makassar).

2. Pembayaran parkir dan TPE (Terminal Parkir Elektronik).
3. Pembayaran kereta (*Commuterline*, Railink Kualanamu).
4. Pembayaran Transjakarta, Transjogja, Batik Solo Trans.
5. Pembayaran di SPBU Pertamina berlogo *e-money*.
6. Belanja di toko retail (Indomaret, Alfa Group).
7. Pembayaran di toko, wahana hiburan dan restoran berlogo *e-money*.

1.1.3 E-Money Pada Kartu Tanda Mahasiswa Universitas Telkom

E-Money pada Kartu Tanda Mahasiswa Universitas Telkom merupakan salah satu produk dari Bank Mandiri. *E-money* ini sendiri hanya terdapat pada mahasiswa Universitas Telkom angkatan 2016 ke bawah. *E-money* inipun berfungsi sama seperti halnya *e-money* pada umumnya, hanya berbeda dari bentuk desain yang memang tidak seperti *e-money* Mandiri yang lainnya. Agar lebih jelas maka akan diberi contoh gambar dari *e-money* pada Kartu Tanda Mahasiswa Universitas Telkom dan *e-money* Mandiri yang di pasaran sebagai perbandingan.



Gambar 1.1 E-money pada KTM Universitas Telkom

Sumber: Pengolahan Peneliti, 2017



Gambar 1.2 E-Money Mandiri

Sumber: www.bankmandiri.co.id

1.2 Fenomena dan Latar Belakang

Berdasarkan data Bank Indonesia jumlah uang elektronik (*e-money*) yang telah beredar hingga bulan Mei 2016 telah mencapai 38,35 juta keping. Pada bulan Januari di tahun yang sama, jumlah *e-money* yang beredar di kisaran 35,084 juta keping, lalu di bulan Februari naik menjadi 35,876 juta, bulan Maret 2016 terdapat 36,813 juta keping, dan bulan April 37,372 juta keping. Nilai transaksi uang elektronik sendiri pada bulan Januari 2016 sebesar Rp 387,404 miliar, Februari 2016 sebesar Rp 519,364 miliar, bulan Maret 2016 sebesar Rp 492,166 miliar, bulan April 2016 sebesar Rp 515,232 miliar, dan bulan Mei 2016 mencapai Rp 587, 052 miliar. Sedangkan volume transaksi uang elektronik pada Januari ditahun yang sama sebanyak 41,300 juta transaksi, Februari sebesar 46,579 juta transaksi, Maret terdapat 50,700 juta transaksi, April ada 51,016 juta transaksi, dan Mei sebanyak 63.883 juta transaksi. Di Indonesia, nilai transaksi *e-money* menunjukkan peningkatan sejak 2013. Pada 2013 total nilai transaksi *e-money* Rp 2,907,432 triliun, tahun 2014 sebesar Rp 3,319,556 triliun, dan tahun 2015 sebesar Rp 5,283,018 triliun. (<http://www.detikinet.com> [7 September 2017]).

Untuk lebih jelas, maka akan disajikan grafik perkembangan penggunaan antara ATM/Kartu Debit, Kartu Kredit dan *e-Money* dalam gambar 1.3 berikut.



Gambar 1.3 Grafik Pertumbuhan Transaksi Kartu Debit, Kartu Kredit dan e-Money

Sumber: <http://ekonomi.kompas.com> [13 September 2017].

Dapat dilihat pada gambar 1.3 terdapat grafik yang menunjukkan pertumbuhan transaksi antara kartu debit/ATM, kartu kredit dan *e-money* di Indonesia. Grafik tersebut menjelaskan bahwa dari tahun 2012-2016 penggunaan uang non-tunai semakin digemari oleh masyarakat dan terus meningkat nilai transaksinya. Apalagi penggunaan *e-money* yang tergolong lebih baru dibandingkan kartu debit/ATM dan kartu kredit yang sudah ada sebelumnya. Walaupun nilainya tidak sebesar penggunaan kartu debit/ATM namun penggunaan *e-money* menunjukkan pertumbuhan yang baik dari tahun ke tahun.

Pertumbuhan penggunaan *e-money* di Indonesia sendiri merupakan salah satu dampak adanya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Pencanangan ini bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat, pelaku bisnis dan lembaga-lembaga pemerintah untuk menggunakan fasilitas pembayaran non tunai dalam melakukan transaksi keuangan. GNNT dicanangkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan alat pembayaran non tunai, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan alat pembayaran non tunai (*Less Cash Society/LCS*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya. Dalam gerakan ini terdapat 3 bank pemerintah yang telah mengambil langkah serta menandatangani nota kesepahaman mengenai integrasi *Electronic Data*

Capture (EDC), yaitu Bank Mandiri, BRI dan BNI. Bank Indonesia sendiri juga mendorong penyelenggara sistem pembayaran lainnya untuk mengikuti langkah tersebut, demi terwujudnya masyarakat yang menggunakan alat pembayaran non tunai. Hal tersebut diharapkan menjadi cikal bakal penerapan penggunaan *e-money* di Indonesia agar penggunaan uang tunai dapat dikurangi dengan mementingkan efek efisiensi dan ke-efektifan waktu. (www.bi.go.id).

Demi mewujudkan hal tersebut, 3 bank pemerintah yang telah menandatangani nota kesepahaman EDC dan telah melakukan langkah-langkah tertentu seperti adanya *sharing* informasi tentang penggunaan dan keuntungan dari *e-money*. Bank Mandiri misalnya, mengenalkan *e-money* dengan cara menggandeng 20 sekolah di Yogyakarta, yang terdiri dari siswa SMP dan SMA. Kartu *e-money* dikembangkan untuk memberikan kemudahan bagi siswa dalam bertransaksi, sekaligus realisasi memperkenalkan konsep *less cash society* kepada masyarakat khususnya pelajar. Selain Mandiri, Bank BNI juga menggandeng instansi lain dalam menjalankan strateginya, yaitu dengan menggandeng Universitas Indonesia dan BPJS ketenagakerjaan, dengan produknya yang bernama *TapCash*. Untuk pelajar/mahasiswa, *e-money* ini berbentuk *student card* yang bisa dibawa kemana saja dan praktis. Sehingga memudahkan penggunaannya khususnya pelajar dan mahasiswa dalam membawa dan menggunakan. (<http://radarjogja.com> [13 September 2017]).

Seperti yang telah dilakukan di beberapa lembaga pendidikan lain, Universitas Telkom Bandung pun sepertinya ikut serta dalam melaksanakan program pemerintah tersebut. Bekerjasama dengan Bank Mandiri, Universitas Telkom menjadikan Kartu Tanda Mahasiswa (KTM) atau *student card* dari mahasiswanya untuk dijadikan sebagai *e-money*, karena Kartu Tanda Mahasiswa sendiri merupakan hal yang praktis dan mudah dibawa. Apalagi sistem presensi Universitas Telkom menggunakan RFID yang mengharuskan mahasiswanya wajib membawa Kartu Tanda Mahasiswa. Maka dari itu, Bank Mandiri dan Universitas Telkom menjadikan satu kartu antara *e-money* dengan *student card*/Kartu Tanda Mahasiswa. Namun, *e-money* yang dijadikan satu dengan Kartu Tanda Mahasiswa ini hanya dapat dilihat pada Kartu Tanda Mahasiswa angkatan 2016 dan angkatan kebawah. Untuk penerapan

penggunaan *e-money* sendiri sebenarnya sudah dilakukan oleh Universitas Telkom Bandung pada tahun 2014. Dengan menggunakan *T-money* (Telkom Money), maka Kartu Tanda Mahasiswa dapat digunakan layaknya *e-money*. Namun faktanya program tersebut dinilai kurang berjalan dengan baik. Kebanyakan dari mereka tidak tahu *T-money* tersebut dapat digunakan dimana saja dan kurangnya informasi dari pihak instansi yang bersangkutan.

Dalam realita yang terjadi, faktanya penggunaan *e-money* sendiri bagi para mahasiswa Universitas Telkom yang memiliki fasilitas tersebut belumlah cukup baik. Berdasarkan data yang didapat oleh peneliti melalui wawancara dengan petugas kasir kantin teknik dan kantin Gedung Tokong Nanas (GKU) menyatakan bahwa transaksi dengan volume terbanyak masih menggunakan tunai, sedangkan di posisi kedua dengan menggunakan *T-cash* dan yang terakhir menggunakan *e-money* itu sendiri. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan dua mahasiswa angkatan 2016 mengenai hal tersebut. Mereka menyebutkan, mahasiswa belum cukup baik dalam menggunakan *e-money* yang ada pada Kartu Tanda Mahasiswa mereka, dikarenakan beberapa hal seperti malas untuk mengisi saldo, belum cukup tau bagaimana menggunakannya dan adanya gangguan teknis seperti alat yang rusak dan gangguan jaringan pada saat ingin menggunakan. Dokumentasi wawancara dapat dilihat pada bab lampiran.

Penelitian mengenai penggunaan dan penerimaan teknologi telah dilakukan sejak 1975 bertujuan mendapatkan dan mengetahui permodelan yang menggambarkan bagaimana seseorang dalam menggunakan dan menerima sebuah teknologi. Setidaknya sampai dengan tahun 2012, sudah didapatkan 9 teori yang menjelaskan bagaimana seseorang menggunakan dan menerima teknologi. Teori-teori tersebut pun berasal dari teori-teori yang sudah ada sebelumnya, maka dari itu teori-teori tersebut terus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan yang ada. Seperti pada penelitian ini, akan digunakan teori UTAUT 2.

Teori UTAUT 2 merupakan teori yang dikembangkan oleh Venkatesh bersama dengan Thong dan Xu di tahun 2012, yakni teori yang memberikan

sebuah gambaran bagaimana konsumen beradaptasi dengan adanya teknologi baru dalam penerimaan dan penggunaannya. UTAUT 2 merupakan pengembangan dari delapan model penerimaan teknologi yang sudah ada sebelumnya yaitu *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)*, *Task-Technology Fit (TTF)*, *Motivation Model (MM)*, *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Model 9 of PC Utilization (MPCU)*, *Combined TAM-TPB (C-TAM-TPB)*, *Social Cognitive Theory (SCT)*. Berbeda dengan UTAUT 1 yang memiliki konteks organisasional, konteks pada UTAUT 2 lebih berfokus terhadap konsumen untuk mengetahui mereka dalam menerima dan menggunakan teknologi. Dengan fokus pada penerimaan dan penggunaan oleh konsumen, didalam UTAUT 2 ditambahkan tiga variabel prediktor baru yakni *price value*, *hedonic motivation* dan *habit* (Venkatesh *et al.*, 2012:159). Dengan tujuh variabel prediktor dalam UTAUT 2 yakni *Performance Expectancy (PE)*, *Effort Expectancy (EE)*, *Social Influence (SC)*, *Facilitating Conditions (FC)*, *Hedonic Motivation (HM)*, *Price Value (PV)*, dan *Habit (HB)*, maka dipercaya akan dapat menghasilkan gambaran bagaimana mahasiswa Universitas Telkom Bandung berniat menggunakan teknologi *e-money* yang ada. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Tabel Perbandingan Teori Sebelum UTAUT

Theory of Reasoned Action (TRA)	Konstruk Pembangun	Definisi
Diambil dari psikologi sosial, TRA adalah salah satu teori perilaku manusia yang paling mendasar dan berpengaruh. Ini telah digunakan untuk memprediksi berbagai perilaku. Davis et al., (1989) menerapkan TRA pada penerimaan teknologi secara individu dan menemukan bahwa varians tersebut dijelaskan sebagian besar sesuai dengan penelitian yang menggunakan TRA dalam konteks perilaku lainnya.	<i>Attitude Toward Behavior</i>	"Perasaan positif atau negatif individu (dampak evaluatif) tentang melakukan perilaku sasaran" (Fishbein dan Ajzen 1975, hal 216).
	<i>Subjective Norm</i>	"Persepsi seseorang bahwa kebanyakan orang yang penting baginya berpikir seharusnya atau tidak melakukan perilaku yang dipertanyakan" (Fishbein dan Ajzen 1975, hal 302)
Technology Acceptance Model (TAM)	Konstruk Pembangun	Definisi
TAM disesuaikan dengan konteks sistem informasi, dan dirancang untuk memprediksi penerimaan dan penggunaan teknologi informasi.	<i>Perceived Usefulness</i>	"Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya" (Davis 1989, hal 320)

Bersambung

Sambungan Tabel 1.1

Tidak seperti TRA, konseptualisasi akhir TAM mengecualikan konstruk sikap (<i>attitude</i>) agar bisa menjelaskan dengan lebih tepat. TAM2 memperbaharui TAM dengan memasukkan norma subjektif (<i>subjective norm</i>) sebagai prediktor tambahan <i>intention</i> . (Venkatesh dan Davis, 2000).	<i>Perceived Ease of Use</i>	"Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha" (Davis 1989, hal 320).
	<i>Subjective Norm</i>	Diadaptasi dari TRA / TPB. Hanya dalam TAM2 saja
Motivational Model (MM)	Konstruk Pembangun	Definisi
Memahami adopsi dan penggunaan teknologi.	<i>Extrinsic Motivation</i>	Persepsi bahwa pengguna akan ingin melakukan suatu kegiatan karena dianggap berperan penting dalam pencapaian hasil. (Davis <i>et al</i> 1992, hal. 1112).
	<i>Intrinsic Motivation</i>	Persepsi bahwa pengguna ingin melakukan aktivitas tanpa a (Davis <i>et al</i> 1992, hal 1112).
Theory of Planned Behavior (TPB)	Konstruk Pembangun	Definisi
TPB memperbarui TRA dengan menambahkan konstruksi <i>perceived behavioral control</i> . Di TPB, <i>perceived behavioral control</i> menjadi penentu <i>intention</i> dan <i>behavior</i> . Ajzen (1991) menjelaskan beberapa penelitian yang berhasil menggunakan TPB untuk memprediksi niat dan perilaku dalam berbagai setting. TPB telah berhasil menerapkan pemahaman tentang penerimaan dan penggunaan individual dari berbagai teknologi (Harrison <i>et al</i> 1997, Mathieson 1991; Taylor dan Todd 1995b).	<i>Attitude Toward Behavior</i>	Diadaptasi dari TRA
	<i>Subjective Norm</i>	Diadaptasi dari TRA
	<i>Perceived Behavioral Control</i>	Mudah atau sulit dalam menerima sesuatu yang menjadi sebuah kebiasaan (Ajzen 1991, hal 188).
Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)	Konstruk Pembangun	Definisi
Model ini menggabungkan prediktor TPB model TAM untuk membentuk model hibrida (Taylor dan Todd 1995a).	<i>Attitude Toward Behavior</i>	Diadaptasi dari TRA/TPB
	<i>Subjective Norm</i>	Diadaptasi dari TRA/TPB
	<i>Perceived Behavioral Control</i>	Diadaptasi dari TRA/TPB
	<i>Perceived Usefulness</i>	Diadaptasi dari TAM
Model of PC Utilization (MPCU)	Konstruk Pembangun	Definisi
Model ini menyajikan perspektif yang berbeda dengan yang diajukan oleh TRA dan TPB. Thompson <i>et al</i> (1991) mengadaptasi dan menyempurnakan model Triandis untuk konteks sistem informasi dan menggunakan model tersebut untuk memprediksi utilisasi PC. Namun, sifat model membuatnya sangat sesuai untuk memprediksi penerimaan individu dan penggunaan berbagai teknologi informasi.	<i>Job-Fit</i>	"Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya" (Thompson <i>et al</i> , 1991, hal 129).
	<i>Complexity</i>	"Sejauh mana inovasi dirasakan relatif sulit untuk dipahami dan digunakan" (Thompson <i>et al</i> , 1991, hal 128)
	<i>Long-Term Consequences</i>	"Hasil yang memiliki imbal hasil di masa depan" (Thompson <i>et al</i> , 1991, hal 129).

Bersambung

Sambungan Tabel 1.1

	<i>Affect Towards Use</i>	Berdasarkan Triandis, "Perasaan senang, gembira atau senang, atau depresi, jijik, ketidaksenangan, atau kebencian yang terkait dengan individu dengan tindakan tertentu" (Thompson et al, 1991, hal 127).
	<i>Social Factors</i>	"Internalisasi individual budaya subyektif kelompok referensi, dan kesepakatan interpersonal spesifik yang dibuat individu dengan orang lain, dalam situasi sosial tertentu" (Thompson et al, 1991, hal 126)
	<i>Facilitating Conditions</i>	Faktor obyektif dalam lingkungan yang dikira akan membuat tindakan mudah tercapai. Dalam konteks sistem informasi, "Penyediaan dukungan untuk pengguna PC mungkin merupakan satu jenis kondisi fasilitas yang dapat mempengaruhi pemanfaatan sistem" (Thompson et al, 1991, hal 129).
Innovation Diffusion Theory (IDT)	Konstruk Pembangun	Definisi
Didasarkan pada sosiologi, IDT (Rogers 1995) telah digunakan sejak tahun 1960 untuk mempelajari berbagai inovasi, mulai dari alat pertanian hingga inovasi organisasi (Tornatzky dan Klein 1982). Dalam sistem informasi, Moore dan Benbasat (1991) mengadaptasi karakteristik inovasi yang disajikan di Rogers dan menyempurnakan seperangkat konstruksi yang dapat digunakan untuk mempelajari penerimaan teknologi secara individu. Moore dan Benbasat (1996) menemukan dukungan untuk validitas prediktif dari karakteristik inovasi.	<i>Relative Advantage</i>	"Sejauh mana sebuah inovasi dianggap lebih baik daripada pendahulunya" (Moore dan Benbasat 1991, hal 195).
	<i>Ease of Use</i>	"Sejauh mana inovasi dirasakan sulit untuk digunakan" (Moore dan Benbasat 1991, hal 195).
	<i>Image</i>	"Tingkat penggunaan inovasi dianggap meningkatkan citra atau status seseorang dalam sistem sosial seseorang" (Moore dan Benbasat 1991, hal 195).
	<i>Visibility</i>	Tingkat dimana seseorang dapat melihat orang lain menggunakan sistem dalam organisasi (diadaptasi dari Moore dan Benbasat 1991).
	<i>Compatibility</i>	"Sejauh mana sebuah inovasi dianggap konsisten dengan nilai, kebutuhan, dan pengalaman masa kini dari para pengadopsi potensial" (Moore dan Benbasat 1991, hal 195).
	<i>Results Demonstrability</i>	"Tangibility dari hasil menggunakan inovasi, termasuk pengamatan dan penularannya" (Moore dan Benbasat 1991, hal 203).

Bersambung

Sambungan Tabel 1.1

	<i>Voluntariness of Use</i>	"Sejauh mana penggunaan inovasi dianggap sukarela, atau kehendak bebas" (Moore dan Benbasat 1991, hal 195).
Social Cognitive Theory (SCT)	Konstruk Pembangun	Definisi
Salah satu teori perilaku manusia yang paling kuat adalah teori kognitif sosial (Bandura 1986). Sementara Compeau dan Higgins (1995a) juga menggunakan SCT, ini untuk mempelajari kinerja. Model Compeau dan Higgins (1995b) mempelajari penggunaan komputer namun sifat model dan teori dasarnya memungkinkannya diperluas untuk penerimaan dan penggunaan teknologi informasi pada umumnya.	<i>Outcome Expectations—Performance</i>	Konsekuensi terkait kinerja dari perilaku. Secara khusus, ekspektasi kinerja berhubungan dengan hasil terkait pekerjaan (Compeau dan Higgins 1995b).
	<i>Outcome Expectations—Personal</i>	Konsekuensi pribadi dari perilaku tersebut. Secara khusus, harapan pribadi berhubungan dengan penghargaan individu dan rasa pencapaian (Compeau dan Higgins 1995b).
	<i>Self-efficacy</i>	Kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi (mis., komputer) untuk menyelesaikan pekerjaan atau tugas tertentu.
	<i>Affect</i>	Kecintaan seseorang terhadap perilaku tertentu (mis., penggunaan komputer).
	<i>Anxiety</i>	Menggugurkan reaksi cemas atau emosional saat melakukan perilaku (mis., menggunakan komputer)

Sumber: Venkatesh et al., 2003, diolah.

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan diantara konstruk-konstruk pembangun dari tiap-tiap teori yang ada. Perbandingan tersebut berdasarkan penelitian yang dilakukan Venkatesh *et al*, pada tahun 2003 yang membandingkan UTAUT dengan teori-teori sebelumnya. Sampai pada tahun 2012 Venkatesh *et al*, mengembangkan UTAUT ke dalam konteks konsumen dengan penambahan 3 konstruk yakni *hedonic motivation, prive value* dan *habit*. Teori tersebut dinamakan UTAUT2. Berikut dapat dilihat pada tabel 1.2 perbandingan yang ada pada UTAUT dengan UTAUT2.

Tabel 1.2 Tabel Perbandingan UTAUT dengan UTAUT 2

Konstruk Utama	Definisi UTAUT	Definisi UTAUT 2
Performance Expectancy	Tingkat individu percaya dengan menggunakan system akan membantunya dalam meningkatkan performa pekerjaan.	Tingkat individu dengan menggunakan teknologi akan mendapatkan keuntungan kepada konsumen dalam aktivitasnya.

Bersambung

Sambungan Tabel 1.2

Effort Expectancy	Tingkat kemudahan yang berhubungan dengan penggunaan suatu sistem.	Tingkat kemudahan yang berhubungan dengan kemudahan konsumen dalam menggunakan teknologi.
Social Influence	Tingkat individu percaya bahwa orang lain percaya dirinya harus menggunakan sistem baru.	Persepsi konsumen bahwa orang lain (seperti teman dan keluarga) percaya bahwa mereka harus menggunakan sebuah teknologi.
Facilitating Conditions	Tingkat individu percaya bahwa sebuah organisasi dan infrastruktur mendukung untuk menggunakan sebuah sistem.	Persepsi konsumen bahwa sumber daya dan dukungan tersedia untuk penggunaan sistem.
Hedonic Motivation	Belum dijelaskan	Kesenangan yang diterima dari penggunaan teknologi. (Brown dan Venkatesh, 2005; Venkatesh <i>et al</i> , 2012).
Price Value	Belum dijelaskan	Tingkat perbandingan yang dirasakan antara hasil yang diperoleh dengan menggunakan teknologi dengan biaya yang dikeluarkan teknologi (Doods <i>et al</i> , 1991 dalam Venkatesh <i>et al</i> , 2012)
Habit	Belum dijelaskan	Menunjukkan sejauh mana seseorang cenderung menggunakan teknologi secara otomatis Karena pembelajaran sebelumnya.

Sumber: Azis dan Kamal, 2016.

Tabel 1.2 menunjukkan adanya perbedaan variabel konstruk dari masing-masing model. Terdapat penambahan variabel pada UTAUT 2 yaitu *hedonic motivation*, *price value* dan *habit* yang belum dijelaskan pada model sebelumnya. Maka dari itu, peneliti bermaksud meneliti lebih lanjut tentang penerimaan dan penggunaan mahasiswa terhadap *e-money* yang terdapat pada Kartu Tanda Mahasiswa mereka dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT 2).

1.3 Perumusan Masalah

Dalam sistem pembayaran yang ada sekarang, terdapat sistem tunai dan non-tunai. Sistem pembayaran non-tunai merupakan sebuah konversi dari sistem yang sudah ada sebelumnya. Seperti dengan adanya pemakaian kartu

kredit dan kartu debit. Sistem pembayaran ini biasa dikenal dengan istilah *e-money* (*electronic money*). Beberapa penyelenggara sistem pembayaran seperti Bank BRI, Mandiri dan BNI telah bekerja sama dengan pemerintah untuk membantu melaksanakan Gerakan Nasional Non Tunai (GNTT). Seperti misalnya BNI yang menggaet Universitas Indonesia untuk melaksanakan hal tersebut. Selain itu, ada Bank DKI yang juga ikut melaksanakan GNTT, dengan bekerjasama dengan Universitas Gunadharma, dengan hal yang sama yaitu fungsi *e-money* bisa didapatkan dalam KTM (*student card*). Universitas Telkom, Bandung pun pada tahun 2016 menjalankan gerakan ini. Bekerjasama dengan Bank Mandiri, KTM mahasiswa angkatan 2016 Universitas Telkom pun dapat berfungsi sebagai *e-money* dengan cara penggunaan yang sama dengan *e-money* yang telah beredar.

Pada sub bab 1.2 sudah dijelaskan bagaimana perkembangan *e-money*, maka dari itu akan menarik untuk meneliti apa saja yang menjadi faktor-faktor yang ikut mempengaruhi penggunaan dan penerimaan *e-money*. Dengan menggunakan mahasiswa Universitas Telkom 2016 sebagai objek penelitian, peneliti berharap dapat menemukan apa saja yang menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan dan penerimaan *e-money* pada Kartu Tanda Mahasiswa tersebut. Dengan temuan berupa faktor-faktor tersebut, maka diharapkan adanya hasil yang dapat digunakan untuk pengembangan strategi dalam pelaksanaan uang elektronik di Indonesia, baik bagi para penyedia layanan uang elektronik maupun pemerintah Indonesia.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Dalam perumusan masalah yang telah dijelaskan tersebut, maka peneliti ingin meneliti adanya fenomena tersebut, dengan menggunakan pendekatan *Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model 2* guna mengetahui bagaimana penerimaan dan penggunaan suatu model teknologi pada mahasiswa angkatan 2016 pada Universitas Telkom dengan mengambil studi kasus *e-money* pada Kartu Tanda Mahasiswa, maka dibentuklah pertanyaan sebagai berikut: