

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penggunaan teknologi modern sebagai pembayaran non tunai, baik secara domestik maupun secara internasional telah berkembang pesat disertai dengan berbagai inovasi yang mengarah pada penggunaannya yang semakin efisien, aman, cepat dan nyaman (Burhanuddin, 2006). Mungkin kita tidak menyadari bahwa dalam kegiatan sehari-hari sering melakukan atau menerima pembayaran sebagai imbalan atas barang dan jasa yang diterima atau diberikan. Menurut Bank Indonesia (2006), Sistem Pembayaran merupakan suatu sistem yang mencakup pengaturan, kesepakatan, kontrak/perjanjian, fasilitas operasional, mekanisme teknis, standar dan prosedur yang membentuk suatu kerangka yang digunakan untuk penyampaian, pengesahan dan penerimaan instruksi pembayaran serta pemenuhan kewajiban pembayaran melalui pertukaran suatu nilai ekonomis (uang) antar pihak-pihak (perorangan, bank, lembaga lainnya) baik domestik maupun *crossborder* dengan menggunakan instrumen pembayaran. Secara umum, sistem pembayaran terdiri atas beberapa komponen berupa kebijakan, instrumen/alat pembayaran, mekanisme kliring dan *settlement*, kelembagaan, infrastruktur pendukung dan perangkat hukum (Bank Indonesia, 2006).

Di dunia perbankan, perkembangan teknologi ikut memberi warna tersendiri. Salah satu bukti perkembangan teknologi di dunia perbankan adalah

munculnya alat pembayaran uang elektronik (*e-money*). Alat pembayaran mengalami perubahan dimulai dari dalam bentuk tunai berupa logam dan kertas konvensional, sekarang telah mengalami perkembangan dalam bentuk lebih praktis yang disebut uang elektronik (*e-money*). Pada umumnya, masyarakat lebih mengenal uang kertas sebagai alat untuk melakukan pembayaran. Penggunaan uang sebagai sarana pembayaran sudah merupakan kebutuhan pokok hampir di setiap kegiatan masyarakat (Kasmir, 2013).

Besar kecilnya uang yang dapat dibawa oleh masyarakat dalam dompet atau sakunya dapat dipertimbangkan sebagai kendala bagi masyarakat untuk melakukan transaksi. Bagi Bank Indonesia, pengelolaan uang tunai membutuhkan biaya yang besar. Sedangkan bagi masyarakat, transaksi non tunai akan lebih mudah, cepat, praktis, dan mengurangi resiko kejahatan (Nirmala, 2011). Menurut Peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2018 (2018:3), uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut, diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu *server* atau *chip*, dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Uang elektronik (*e-money*) sudah ada di Indonesia sejak tahun 2009 yang disahkan dalam peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 pada tanggal 13 April 2009 tentang uang elektronik (*e-money*). Uang elektronik (*e-money*) merupakan suatu inovasi baru dalam sistem pembayaran yang ada di

Indonesia. Bank Indonesia sendiri telah membuat dan menerbitkan peraturan yang mengatur tentang uang elektronik (*e-money*) yaitu Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009, kemudian disempurnakan kembali dengan diterbitkannya Peraturan Bank Indonesia No.16/8/PBI/2014 pada tanggal 8 April 2014. Kemudian pada tanggal 29 Agustus 2016 Bank Indonesia melakukan perubahan yang kedua dari peraturan sebelumnya dengan menerbitkan Peraturan Bank Indonesia No.18/17/PBI/2016. Pada tahun 2018, Bank Indonesia melakukan perubahan peraturan tentang uang elektronik (*e-money*) yang disahkan pada tanggal 7 Mei 2018, dengan diterbitkannya Peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2018.

Bank Indonesia sejak beberapa tahun lalu telah memulai inisiatif untuk mengkampanyekan penggunaan transaksi non-tunai dalam masyarakat alias *Less Cash Society* (LCS), pada 14 Agustus 2014 Bank Indonesia meluncurkan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) untuk meningkatkan pengguna uang elektronik (Bank Indonesia, 2014). Uang elektronik menawarkan transaksi lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang *cash*, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), sebab dengan uang elektronik transaksi tersebut dapat dilakukan dengan lebih mudah dan murah serta menjamin keamanan dan kecepatan transaksi, baik bagi konsumen maupun bagi pedagang (Siti Hidayati, 2006:1). Gerakan nasional non-tunai atau yang biasa disebut dengan GNNT merupakan salah satu program nyata untuk melakukan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat melalui praktik penggunaan instrumen non-tunai uang elektronik secara langsung, sehingga

pengguna menjadi terbiasa dan mulai merasa nyaman untuk menggunakan instrumen pembayaran non-tunai. “GNNT ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non-tunai, sehingga berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai (*Less Cash Society/LCS*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya. Sebagai bentuk komitmen atas perluasan penggunaan instrumen non-tunai, GNNT akan menjadi sebuah gerakan tahunan yang didukung dengan berbagai kegiatan untuk mendorong meningkatkan pemahaman masyarakat akan penggunaan instrumen non tunai dalam melakukan transaksi pembayaran. Menurut Bank Indonesia (2014), dibandingkan negara-negara ASEAN, penggunaan transaksi pembayaran berbasis elektronik yang dilakukan masyarakat Indonesia relatif masih rendah, sementara dengan kondisi geografi dan jumlah populasi yang cukup besar, masih terdapat potensi yang cukup besar untuk perluasan akses layanan sistem pembayaran di Indonesia. Untuk itu, Bank Indonesia bersama perbankan sebagai pemain utama dalam penyediaan layanan sistem pembayaran kepada masyarakat perlu memiliki visi yang sama dan komitmen yang kuat untuk mendorong penggunaan transaksi non-tunai oleh masyarakat dalam mewujudkan *Less Cash Society (LCS)*.

Langkah yang diambil pemerintah menjelaskan bagaimana uang elektronik (*e-money*) merupakan sebuah inovasi yang memiliki berbagai keunggulan tanpa menghilangkan atau mengurangi dari nilai uang tersebut. Perkembangan uang elektronik (*e-money*) mengalami kemajuan yang

signifikan. Berikut disajikan tabel mengenai perkembangan jumlah uang elektronik (*e-money*) yang beredar di Indonesia tahun 2009-2017:

Tabel 1.1
Pengguna uang elektronik (*e-money*) di Indonesia

Tahun	Instrumen
2009	3,016,272
2010	7,914,018
2011	14,299,726
2012	21,869,946
2013	36,225,373
2014	35,738,233
2015	34,314,795
2016	51,204,580
2017	90,003,848

Sumber: Data Bank Indonesia, 2018

Dari tabel 1.1 ini menunjukkan jumlah uang elektronik (*e-money*) yang beredar mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2009 sampai dengan 2013. Akan tetapi pada tahun 2014 sampai 2015, mengalami penurunan dengan jumlah 487,140 dan 1,423,438 instrumen, menurut Bank Indonesia (2014) penyebab menurunnya pengguna uang elektronik (*e-money*) dikarenakan pemahaman masyarakat terhadap instrument pembayaran non tunai relatif rendah dan masih terbatasnya ketersediaan perangkat pendukung transaksi non-tunai. Pada tahun 2016 sampai 2017 kembali menunjukkan kenaikan yang signifikan, dari jumlah ini menggambarkan pesatnya perkembangan uang elektronik (*e-money*) yang beredar di Indonesia.

Hingga saat ini sudah banyak perusahaan-perusahaan yang ikut andil dalam menerbitkan uang elektronik (*e-money*), terdapat 32 perusahaan penyedia uang elektronik (*e-money*). Berikut disajikan tabel perusahaan penerbit uang elektronik (*e-money*):

Tabel 1.2
Daftar Penerbit Uang Elektronik

No.	Nama Penerbit
1	B.P.D. DKI Jakarta
2	B.P.D. Sumsel Babel
3	Bank Central Asia
4	Bank Cimb Niaga
5	Bank Mandiri (persero)
6	Bank Mega
7	Bank National Nobu
8	Bank Negara Indonesia 1946 (persero)
9	Bank Permata
10	Bank QNB Indonesia
11	Bank Rakyat Indonesia
12	PT. Artajasa Pembayaran Elektronis
13	PT. Dompot Anak Bangsa
14	PT. Espay Debit Indonesia KOE
15	PT. Finnet Indonesia
16	PT. Indosat
17	PT. Nusa Satu Inti Artha
18	PT. Skye Sab Indonesia
19	PT. Smartfren Telecom
20	PT. Telekomunikasi Indonesia
21	PT. Telekomunikasi Seluler
22	PT. Witami Tunai Mandiri

No.	Nama Penerbit
23	PT. XL Axiata
24	PT. Buana Media Teknologi
25	PT. Bimasakti Multi Sinergi
26	PT. Visionet Internasional
27	PT. Inti Dunia Sukses
28	PT. Veritra Sentosa Internasional
29	PT. Solusi Pasti Indonesia
30	PT. Ezeelink Indonesia
31	PT. Bluepay Digital Internasional
32	PT. E2pay Global Utama

Sumber: Data Bank Indonesia, 2018

Dari data tabel 1.2 ini adanya 32 perusahaan penerbit uang elektronik (*e-money*), tetapi tidak semuanya dapat ditemukan di beberapa kota. Pada dasarnya para penerbit uang elektronik (*e-money*) menerbitkan dengan berbagai fasilitas penunjang yang hanya ada di kota-kota besar saja, karena kota besar lebih berpotensi dibandingkan dengan kota kecil. Dengan adanya alat pembayaran non tunai seperti *e-money* dalam sistem pembayaran oleh Bank Indonesia akan mampu mengoptimalkan daya beli masyarakat yang sekaligus akan berdampak pada meningkatnya perekonomian negara (Sofyan, 2015:4).

Menurut Kotler (2007:25) mengatakan bahwa produk baru atau inovasi merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru. Pembuat produk baru atau inovator harus melakukan berbagai langkah agar masyarakat umum dapat mengetahui produk tersebut, salah satu cara yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi produk

baru kepada masyarakat. Melalui promosi akan mendorong masyarakat untuk membeli produknya melalui media masa atau dengan cara lain. Hal ini juga dilakukan oleh perusahaan penerbit uang elektronik (*e-money*) agar produknya dapat dikenal dan digunakan untuk bertransaksi pembayaran sehari-hari.

Tidak bisa dipungkiri bahwa sebagian mahasiswa Yogyakarta adalah orang-orang yang bereperan aktif terhadap teknologi. Menurut Yudhistira (2014) karena manfaat atau keuntungan yang dirasakan menyebabkan *e-money* menjadi pilihan sebagai alat transaksi. Segala kebutuhan dengan cepat didukung oleh kemajuan teknologi, gaya hidup pelan-pelan mengalami penyesuaian dikalangan mahasiswa yang berorientasi pada acuan *trend global*. Termasuk dalam hal transaksi secara langsung dipusat-pusat perbelanjaan maupun secara *online*, banyak juga penjual yang menawarkan berbagai diskon maupun promo menarik yang membuat orang akan tertarik untuk membeli. Hasil Penelitian dari Candraditya (2013), selain faktor manfaat, juga faktor kesesuaian harga dapat memengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *e-money*.

Namun berbeda dengan penelitian Parastiti, et. al. (2015), meskipun *e-money* telah diintegrasikan dengan kartu mahasiswa namun penggunaan masih rendah. Hal ini terjadi disebabkan kurangnya informasi mengenai produk *e-money* yang digunakan dan tidak adanya sikap terbuka dari mahasiswa. Selain itu, mahasiswa lebih suka menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran karena mahasiswa telah terbiasa menggunakan uang tunai yang mana menurut mereka lebih praktis dibandingkan dengan uang elektronik, rendahnya

penggunaan *e-money* ini sepertinya juga disebabkan karena tidak tersedianya *merchant* yang didukung dengan fasilitas *e-money*.

Kesuksesan penerapan teknologi informasi sangat tergantung pada penerimaan oleh *user* sebagai pengguna teknologi. Suatu model penerimaan teknologi yang dikenal dengan nama TAM (*Technology Acceptance Model*) dapat menjelaskan dan memprediksi penerimaan teknologi oleh *user*. TAM (*Technology Acceptance Model*) ini diperkenalkan oleh Davis (1989) yang mengembangkan kerangka pemikiran mengenai minat untuk menggunakan teknologi informasi berdasarkan persepsi manfaat (*perceived of usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Widiyanto, 2015).

Peneliti memilih Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebagai objek penelitian, dengan pertimbangan bahwa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki potensi tinggi dalam pengembangan sistem pembayaran uang elektronik (*e-money*). Selain itu peneliti memilih mahasiswa di Yogyakarta khususnya yang sedang menempuh studi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY) menjadi subjek penelitian ini. Hal ini dikarenakan banyaknya cafe, bioskop, mall, dan pusat perbelanjaan lain disekitar kampus Universitas Mercu Buana Yogyakarta (UMBY), serta adanya alat transportasi TransJogja dan transportasi *online* yang menyediakan pembayaran menggunakan uang elektronik (*e-money*). Disamping itu luasnya dominasi kalangan muda (mahasiswa) yang gemar mencoba hal baru. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti jabarkan, maka peneliti

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN PERSEPSI KEMANFAATAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK (*E-MONEY*) (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah daya tarik promosi berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik (*e-money*)?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik (*e-money*)?
3. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik (*e-money*)?

C. Batasan Masalah

Mengingat luasnya permasalahan yang diidentifikasi dari latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka perlu dilakukan pembatasan yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian difokuskan pada pengaruh daya tarik promosi, persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat pengguna uang elektronik (*e-money*).

2. Penelitian pada mahasiswa aktif program studi akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
3. Penelitian dilakukan pada kampus 3 Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan pengaruh daya tarik promosi terhadap minat penggunaan uang elektronik (*e-money*).
- b. Untuk menjelaskan pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan uang elektronik (*e-money*).
- c. Untuk menjelaskan pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan uang elektronik (*e-money*).

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian setelah selesai dilakukan, diharapkan akan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya adalah:

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sebuah masukan bagi pengembang ilmu khususnya mengenai pengaruh promosi, persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan uang elektronik (*e-money*).

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang uang elektronik (*e-money*).
- 2) Bagi Bank Indonesia dan perusahaan-perusahaan penerbit uang elektronik (*e-money*) agar mengetahui pengaruh daya promosi, persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan terhadap minat penggunaan uang elektronik (*e-money*).

E. Sistematika Penulisan

Sistematika merupakan gambaran singkat dan secara menyeluruh dari suatu karya ilmiah, dalam hal ini skripsi. Sistematika ini bertujuan untuk membantu pembaca agar dapat dengan mudah memahami isi dari suatu karya ilmiah. Masing-masing uraian akan dijelaskan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Merupakan uraian yang berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam landasan teori ini diuraikan tinjauan pustaka yang berkaitan dengan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini dan mencakup hasil dari penelitian sebelumnya yang sejenis. Kemudian disusun pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan bagaimana penelitian ini akan dilakukan, sumber dan jenis data yang akan digunakan, dari mana populasi akan diambil dan berapa sampel yang akan digunakan, variable penelitian, metode pengumpulan data, pengujian instrumen, serta metode analisa data.

BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, hasil dari semua alat uji yang digunakan serta pengujian hipotesis.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi simpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran-saran kepada pihak-pihak terkait mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan.