

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi dan teknologi komunikasi mempengaruhi kehidupan masyarakat di berbagai aspek kehidupan. Teknologi selalu berkembang dan berevolusi mengikuti perkembangan zaman. Dimulai dari era akuntansi pada tahun 1950, beranjak ke era operasional mulai tahun 1960, ke era informasi mulai tahun 1970, menuju ke era jejaring dimulai tahun 1980 sampai ke-era jejaring global di mulai tahun 1990, sistem teknologi informasi banyak sekali mengalami perubahan-perubahan (Jogiyanto, 2008). Adanya perkembangan teknologi dapat memberikan kemudahan dan membantu dalam melakukan berbagai sektor kegiatan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa manfaat teknologi sangat dirasakan, begitu pula dalam dunia bisnis dan ekonomi. Inovasi dalam transaksi bisnis menjadi teknologi baru yang sangat berdampak pada kegiatan bisnis (Khatimah & Halim, 2009). Kecanggihan teknologi menciptakan terobosan baru yang dapat mempermudah dalam melakukan berbagai transaksi bisnis yang kemudian dimanfaatkan perusahaan untuk menciptakan sebuah layanan *financial technology* atau teknologi finansial yang biasa disingkat *fintech*. *Fintech* benar-benar menjadi jenis pembayaran instrument baru yang dapat memfasilitasi transaksi elektronik.

Fintech menawarkan kemudahan dalam mengakses produk-produk keuangan dan efisiensi waktu dalam melakukan transaksi. Kini, dengan adanya

inovasi layanan *fintech* dalam penggunaan jasa keuangan memunculkan perluasan layanan yang sebelumnya hanya bisa digunakan oleh pengguna rekening bank dan pengguna layanan telekomunikasi tertentu. Perluasan layanan tersebut adalah dengan adanya penggunaan bentuk-bentuk uang baru seperti *electronic money* atau *e-money*. Situasi pangsa pasar yang selalu berubah dan tidak dapat diprediksi juga memaksa perusahaan untuk saling bersaing dalam menarik minat konsumen. Perusahaan berlomba-lomba untuk dapat menciptakan sebuah layanan jasa keuangan yang efektif dan efisien. Muncullah gagasan baru dalam penggunaan bentuk uang baru yang disebut dengan *e-money*.

E-money dengan beragam kelebihan yang dimilikinya menggeser peran uang tunai sebagai alat dalam melakukan transaksi. Transaksi menggunakan *e-money* lebih akurat karena menggunakan komputer dan mesin sebagai alat. Selain itu penggunaan *e-money* lebih simpel karena tidak diperlukan otorisasi seperti pin atau tanda tangan. Pengguna *e-money* tidak perlu menjadi nasabah bank karena pembayarannya tidak ditarik dari rekening bank layaknya kartu kredit atau kartu debit. Kehadiran *e-money* sebagai pengganti uang fisik telah populer digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini.

TABEL 1.1

JUMLAH VOLUME TRANSAKSI *E-MONEY* DI INDONESIA

TAHUN	VOLUME TRANSAKSI	PENINGKATAN
2010	26.541.982	52%
2011	41.060.149	55%
2012	100.623.916	145%
2013	137.900.779	37%

TAHUN	VOLUME TRANSAKSI	PENINGKATAN
2014	203.369.990	47%
2015	535.579.528	163%
2016	683.133.352	28%
2017	943.319.933	38%
2018	2.922.698.905	96%

Sumber: Bank Indonesia (2019)

TABEL 1.2
JUMLAH NOMINAL TRANSAKSI *E-MONEY* DI INDONESIA

TAHUN	NOMINAL (SATUAN JUTA)
2010	572.030
2011	822.619
2012	1.344.610
2013	2.907.432
2014	2.575.461
2015	5.283.017
2016	7.063.688
2017	12.375.468
2018	47.198.618

Sumber: Bank Indonesia (2019)

Berdasarkan Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 yang telah disajikan di atas, setiap tahun pengguna *e-money* terus mengalami peningkatan. Bank Indonesia menyatakan pada tahun 2010 terdapat 26,5 juta volume transaksi *e-money* dengan nominal lebih dari 572 juta. Tren pertumbuhan *e-money* terus meningkat, peningkatan paling signifikan terjadi pada tahun 2015. Bank Indonesia menyatakan pengguna *e-money* tahun 2015 yaitu sebesar 163 persen dengan volume transaksi *e-money* sebanyak 535,6 juta transaksi dan nominal transaksi sebesar 5,3 miliar, kemudian pada tahun 2017 terdapat 943,3 juta transaksi dengan nominal lebih dari 12,4 miliar dan tahun

2018 volume transaksi *e-money* telah mencapai mencapai 2,9 miliar transaksi dengan nominal lebih dari 47,2 miliar. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* memiliki prospek masa depan yang bagus. Berdasarkan data pertumbuhan *e-money* tersebut, bisa disimpulkan bahwa rata-rata peningkatan volume transaksi *e-money* bertumbuh sekitar 79 persen dari tahun ke tahun. Pesatnya peningkatan transaksi *e-money* menjadi potensi bagi banyak perusahaan untuk mendirikan perusahaan penerbit *e-money* yang semakin memperketat persaingan di bidang *fintech*, begitu pula dengan PT Visionet Internasional di bawah naungan Grup Lippo yang meluncurkan sebuah *smart financial application* bernama OVO yang berbasis *e-money*.

Data yang dilansir oleh Daily Social (2016) yang merupakan media teknologi yang memiliki fokus pada informasi, opini, discovery dan kerap melakukan riset terhadap perkembangan bisnis dan teknologi, menunjukkan bahwa pada tahun 2016 berdasarkan jumlah layanan *fintech* yang tersedia, pengguna layanan *fintech* sebagian besar menggunakan layanan *fintech* yang dioperasikan oleh bank yaitu sebesar 87 persen, sedangkan 10,27 persen menggunakan layanan *fintech* yang dioperasikan oleh perusahaan *Startup* dan 6,65 persen menggunakan layanan *fintech* yang dioperasikan bank dan perusahaan *Startup* dalam waktu yang bersamaan. Namun, menurut Daily Social (2018) seiring waktu berjalan selama kurun waktu tiga tahun terakhir penggunaan layanan *fintech* yang dioperasikan oleh bank menunjukkan penurunan setiap tahunnya sekitar 22 persen dan penggunaan layanan *fintech* yang dioperasikan oleh perusahaan *Startup* mengalami kenaikan setiap tahunnya sebesar 12,5 persen. Oleh karena itu, tidak berlebihan jika

dikatakan bahwa pada tahun berikutnya penggunaan layanan *fintech* yang dioperasikan oleh perusahaan *Startup* diprediksi akan terus mengalami pertumbuhan dan bisa mengungguli penggunaan layanan *fintech* yang dioperasikan oleh bank. Potensi tersebut juga menjadi peluang bagi OVO untuk dapat menjadi perusahaan penerbit *e-money* terpopuler.

OVO, sebagai *platform* pembayaran digital meningkatkan kemitraannya dengan menggandeng perusahaan antara lain Grab, Bank Mandiri, Alfamart dan Moka. Melalui kemitraan tersebut, pengguna OVO dapat melakukan *top up* OVO *wallet* di Bank Mandiri, Alfamart dan pengemudi Grab di seluruh Indonesia. OVO juga sedang mengembangkan teknologi *QR Code* pada OVO *Wallet* yang dapat diakses di UMKM seluruh Indonesia. Adanya kolaborasi yang dilakukan OVO dengan Moka, perusahaan *startup* yang mengembangkan sistem *point of sale* (POS) berbasis cloud terkemuka di Indonesia, menjadikan OVO tersedia di *platform* Moka di hampir 200 kota di Indonesia dan untuk pertama kalinya sebanyak 10000 UMKM di Indonesia dapat menyediakan akses pembayaran digital. Gunawan (2018) menyatakan data pada Bulan Oktober dan Bulan November 2018 pertumbuhan jumlah *merchant* OVO tercatat lebih dari 70% dan memiliki lebih dari 500 ribu *merchant offline*, pencapaian tersebut terjadi di seluruh Indonesia dan hingga penghujung 2018 OVO telah hadir di 303 kota di Indonesia.

TABEL 1.3**STATISTIK PENGGUNA LAYANAN *FINTECH E-MONEY* TAHUN 2017**

Nama <i>E-money</i>	Jumlah Pengguna
Gopay	65,17%
TokoCash	43,69%
GrabPay	38,44%
ShopeePay	28,98%
Buka Dompot	28,23%
<i>Other Payment Fintech</i>	15,77%
<i>None of Them</i>	10,51%
Dana by BBM	6,01%

Sumber : Daily Social (2017)

TABEL 1.4**STATISTIK PENGGUNA LAYANAN *FINTECH E-MONEY* TAHUN 2018**

Nama <i>E-money</i>	Jumlah Pengguna
Gopay	79,39%
OVO	58,42%
Tcash	55,52%
DANA	34,18%
PayTren	19,27%
Not using <i>e-money</i>	3,7%
Other	0,9%

Sumber : Daily Social (2018)

Tabel 1.3 dan Tabel 1.4 menggambarkan bahwa dalam kurun waktu kurang lebih satu tahun sejak berdirinya, OVO mampu menjadi salah satu perusahaan penerbit *e-money* yang berpengaruh di Indonesia. Walaupun demikian, peringkat OVO pada tahun 2018 masih jauh di bawah dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya Go-pay dan mempunyai selisih yang tipis dengan T-Cash. Semakin banyak jumlah masyarakat yang menggunakan media pembayaran *e-money* menunjukkan kesadaran masyarakat akan manfaat penggunaan *e-money*, terbukti dengan semakin sedikitnya jumlah presentase masyarakat yang belum

menggunakan *e-money*. Namun, adanya fakta tersebut menunjukkan bahwa manfaat penggunaan OVO belum terimplementasikan secara merata, karena pada tahun 2018 masih ada sekitar 3,7 persen masyarakat yang belum menggunakan *e-money*, begitu pula yang terjadi di Kota Yogyakarta. Kota Yogyakarta dengan tingginya tingkat kepadatan penduduk dan pluralitas masyarakatnya seharusnya mengindikasikan bahwa penduduk Kota Yogyakarta ikut berperan menjadi pengguna *e-money* OVO di Kota Yogyakarta. Apalagi didukung dengan adanya banyaknya *merchant-merchant* yang sudah bekerjasama dengan OVO di Kota Yogyakarta yaitu sebanyak 26 *merchant* di berbagai kategori. Oleh karena itu, perlu dikaji lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan *e-money* OVO di Kota Yogyakarta.

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai minat menggunakan *e-money* menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) seperti penelitian yang dilakukan oleh Nugroho, Najib, dan Simanjuntak (2018) dan Prayidyaningrum dan Djamaludin (2016). Pada penelitian minat menggunakan *e-money* yang dilakukan oleh Wibowo, Rosmauli dan Suhud (2015), Listianti (2018), Khatimah dan Halim (2009) dan Aritonang dan Arisman (2018) hanya menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM). Sementara itu, pada penelitian yang dilakukan oleh Friadi, Sumarwan, dan Kirbandroko (2018) menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut Bhattacharjee (2000) TPB tidak merinci secara spesifik keyakinan yang relevan dengan perilaku penerimaan sistem informasi, adanya TAM dengan variabel kemudahan dan manfaat sebagai keyakinan sikap yang mempengaruhi perilaku penerimaan sistem

informasi dapat mengatasi masalah tersebut. Maka berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi dasar bagi peneliti dalam melakukan penelitian mengenai minat menggunakan *e-money* OVO.

Hasil penelitian yang dilakukan Wibowo et al. (2015), Listianti (2018) dan Aritonang dan Arisman (2018) diperoleh hasil bahwa variabel kemudahan dan kegunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*. Pada penelitian lain yaitu penelitian yang dilakukan oleh Prayidyaningrum dan Djamaludin (2016) menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* sedangkan hasil penelitian Nugroho et al. (2018) menunjukkan bahwa sikap berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-money*. Variabel norma subjektif pada hasil penelitian Nugroho et al. (2018), Prayidyaningrum dan Djamaludin (2016) dan Friadi et al. (2018) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money*, bertolak belakang dengan hasil penelitian Ayudya dan Wibowo (2018) yang menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-money*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugroho et al. (2018) dan Friadi et al. (2018) menunjukkan bahwa kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-money* sedangkan hasil penelitian Prayidyaningrum dan Djamaludin (2016) menunjukkan bahwa kontrol perilaku berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan *e-money*. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian pada variabel sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku. Berdasarkan uraian di atas, penulis terdorong untuk menguji kembali penelitian mengenai minat menggunakan

e-money dengan memodifikasi variabel independen dari penelitian Bhattacharjee (2000) yaitu variabel kegunaan dan kemudahan yang merupakan variabel pada TAM, pengaruh normatif yang merupakan pengembangan dari variabel norma subjektif, efikasi dan kondisi dari fasilitas yang merupakan pengembangan dari variabel persepsi kontrol perilaku. Modifikasi selanjutnya adalah pada penentuan variabel minat menggunakan *e-money* OVO sebagai variabel intervening dan penggunaan *e-money* OVO sebagai variabel dependen. Penentuan variabel pada penelitian Bhattacharjee (2000) yang merupakan penelitian mengenai minat menggunakan teknologi sebagai variabel intervening pada penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya persamaan penggunaan landasan teori yaitu TAM dan TPB serta belum adanya penelitian mengenai minat menggunakan *e-money* menggunakan variabel independen tersebut. Maka penelitian ini berjudul “ Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan *E-money* dengan Minat Menggunakan *E-money* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada pengguna OVO di Kota Yogyakarta).”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka masalah penelitian yang dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kegunaan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan *e-money* OVO?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan *e-money* OVO?

3. Apakah pengaruh normatif berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan *e-money* OVO?
4. Apakah efikasi berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan *e-money* OVO?
5. Apakah kondisi dari fasilitas berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan *e-money* OVO?
6. Apakah minat menggunakan *e-money* OVO berpengaruh terhadap penggunaan *e-money* OVO?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian yang akan dilakukan yaitu :

1. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh kegunaan terhadap minat untuk menggunakan *e-money* OVO.
2. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat untuk menggunakan *e-money* OVO.
3. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh normatif terhadap minat untuk menggunakan *e-money* OVO.
4. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh efikasi terhadap minat untuk menggunakan *e-money* OVO.

5. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh kondisi dari fasilitas terhadap minat untuk menggunakan *e-money* OVO.
6. Untuk mengkaji dan mengetahui pengaruh minat menggunakan *e-money* OVO terhadap penggunaan *e-money* OVO.

1.4. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan *E-money* dengan Minat Menggunakan *E-money* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada pengguna OVO di Kota Yogyakarta) diharapkan dapat memberi manfaat :

1. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pembelajaran bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dalam melakukan penelitian di masa depan.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan *e-money* OVO di Kota Yogyakarta.

3. Bagi Objek Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi OVO untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna OVO dalam menggunakan layanan *e-money* dan penelitian ini juga diharapkan

dapat memberikan manfaat dan kontribusi untuk OVO sebagai landasan untuk menciptakan inovasi baru dalam memperbaiki dan mengembangkan layanan yang diberikan.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini mengacu pada Pedoman Penulisan Skripsi Program Studi Akuntansi 2018 Universitas Islam Indonesia yang disusun dalam lima bab. Penjelasan dari masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan landasan teori mengenai permasalahan yang akan diteliti, penelitian terdahulu, kerangka, dan hipotesa penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan metode penelitian yang dilakukan yang berisi populasi dan sampel penelitian, definisi variabel penelitian, uji instrumen penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan alat dan analisis data untuk memastikan sesuai atau tidaknya dengan hipotesis penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan dan pembahasan mengenai penelitian secara keseluruhan serta saran dari penulis untuk meningkatkan penelitian selanjutnya.

