

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu perkembangan teknologi informasi ialah perubahan pada alat pembayaran. Dewasa ini masyarakat yang dahulu menggunakan alat pembayaran tunai (*cash based*) kini telah mulai mengenal dan menggunakan pembayaran nontunai (*non cash*) dalam melakukan berbagai aktivitas transaksi pembayaran. Salah satu instrumen pembayaran nontunai yang saat ini sedang berkembang di Indonesia adalah uang elektronik (*electronic money*) atau yang biasa disebut *e-money*. (Priambodo & Prabawani, 2016)

Pembayaran elektronik adalah pembayaran yang dilaksanakan secara elektronik. Di dalam pembayaran elektronik uang di simpan, di proses, dan di terima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya di inisialisasi melalui alat pembayaran elektronik. (Gunadarma et al., 2008)

Sistem pembayaran elektronik di Indonesia terus bertransformasi mengikuti kebutuhan sistem pembayaran di bisnis *e-commerce*, sistem pembayaran elektronik hadir dalam beberapa fitur seperti *micropayment*, *e-cash* atau *digital cash*, *smart card*, *e-cheque*, *e-wallet*, *e-ticketing*. Tiap fitur tersebut tentu memiliki fungsi, karakteristik, dan keunggulan sendiri (Mahribi, 2016)

Salah satu layanan perusahaan untuk mempermudah transaksi dengan pelanggannya adalah dengan membuat layanan *mobile – commerce* dimana salah satu kegiatannya adalah *mobile ticketing (M-Ticketing)*. Melalui *mobile ticketing* pelanggan dapat melakukan pemesanan hingga melakukan

pembayaran tiket hanya melalui sebuah telepon selular/mobile phone. *M – ticketing* saat ini digunakan didalam berbagai kegiatan di bidang jasa misalnya penjualan tiket pesawat terbang, tiket kereta api, tiket konser, dan tiket bioskop.

Bioskop adalah satu tempat hiburan yang diminati dan berkembang di masyarakat. Bioskop merupakan salah satu tempat masyarakat kota untuk menghilangkan kepenatan setelah seharian penuh beraktifitas. Kini dimana – mana terdapat bioskop dan terkadang semuanya penuh dipadati pengunjung. Seiring dengan perkembangan Teknologi Informasi yang semakin maju pengelola bioskop mulai memanfaatkan teknologi informasi untuk melakukan berbagai kegiatan perusahaannya. Kegiatan ini dapat melalui komputer melalui jaringan internet kabelnya maupun menggunakan mobile phone melalui jaringan providernya yang memungkinkan membuka internet tanpa kabel.

Berdasarkan hal ini PT. Nusantara Sejahtera Raya sebagai perusahaan yang mengelola bioskop Cinema 21, Cinema XXI, dan Premiere di beberapa kota di Indonesia berusaha untuk memberikan layanan yang terbaik saat ini kepada para pelanggannya melalui penjualan tiket secara online yang dapat dibeli di website resminya yaitu www.21cinplex.com atau melakukan pembelian tiket melalui layanan TIX.ID. TIX.ID adalah layanan transaksi pembelian tiket jarak jauh (*remote transaction*) yang menawarkan pelanggan akan pembelian tiket bioskop tanpa harus mengantri dan dapat dilakukan dimana saja jika kebutuhan akan akses layanan tersebut terpenuhi.

Dalam aplikasi TIX.ID, pengguna dapat mengetahui informasi tentang film terkini serta melakukan pemesanan tiket bioskop dengan mudah, cepat, dan aman. Perbedaan mendasar antara TIX ID dengan aplikasi lainnya adalah dalam hal pembayaran, yakni menggunakan saldo DANA. User dapat menambahkan saldo DANA dengan minimum top up sebesar Rp10.000 dan tidak ada biaya top up bila user menggunakan bank tertentu. Selain itu, saldo DANA yang terdapat di TIX.ID juga dapat user pergunakan di aplikasi lain yang telah mendukung pembayaran melalui DANA seperti BBM, Ramayana dan BukaLapak. Ada beberapa faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen untuk Menggunakan Aplikasi Pembelian Tiket Film TIX.ID di Indonesia. Faktor-faktor tersebut adalah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi keamanan, persepsi kepercayaan dan persepsi risiko.

Dalam konsep TAM (Technology Acceptence Model), *perceived usefulness* atau persepsi manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana user percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Individu akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui manfaat positif atas penggunaannya. *Perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) menunjukkan sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Dari penjelasan tersebut dinyatakan bahwa persepsi kemanfaatan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Hal ini didukung dengan pendapat Utami dan

Kusumawati (2017) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-money*.

Mengambil istilah Utami dan Kusumawati (2017) tentang persepsi kemudahan dengan istilah *percieved ease of use*. Istilah ini digunakan untuk menilai kemudahan seseorang tentang kemudahan penggunaan teknologi dan konsep atau pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Kemudahan dijadikan salah satu variabel yang diujikan dalam model TAM. *Percieved ease of use* diartikan sebagai keyakinan akan kemudahan penggunaan, yaitu tingkatan dimana *user* percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Hal ini didukung dengan penelitian Wibowo dkk (2015) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk *e-money* card secara signifikan.

Faktor ketiga yang mempengaruhi minat menggunakan TIX.ID adalah keamanan. Menurut Raharjo (2005) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi menurut Zahid et al., (2010) dari sudut konsumen, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi atau data konsumen dari tindak penipuan dan pencurian dalam bisnis online (Ahmad dan Pambudi, 2014). Dalam hal ini kewanan berkaitan dengan TIX.ID adalah pengguna merasa dilindungi atas data

konsumen yang diberikan dari tindak penipuan dan pencurian dalam transaksi pembelian tiket online.

Menurut Mahardika dan Basuki (2011), kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi online di internet, menjaga kepentingan transaksi pelanggan, menjaga komitmen dalam melayani pelanggan, dan memberikan manfaat pada penggunaannya. Semakin besar kepercayaan seseorang terhadap TIX.ID maka semakin besar minat mereka untuk menggunakan sistem tersebut. Hal ini didukung dalam penelitian Wibowo dkk (2015) yang menemukan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan produk e-money card secara signifikan.

Perceived risk atau persepsi resiko sebagai kepercayaan subyektif dari pengguna bahwa terdapat kemungkinan terjadinya risiko untuk mengalami kerugian ketika menggunakan layanan aplikasi uang elektronik (Pavlou, 2003). Berdasarkan penelitian yang ada saat ini, terdapat dua bentuk ketidakpastian yang dapat muncul dalam adopsi teknologi baru: ketidakpastian lingkungan (*environmental uncertainty*) dan ketidakpastian perilaku (*behavioural uncertainty*). Ketidakpastian lingkungan berasal dari jaringan komunikasi teknologi yang berada di luar kendali pengguna. Bahkan, operator teknologi informasi pun sulit untuk mengendalikan (Priyono, 2017). Risiko yang dirasakan juga dapat menyebabkan pelanggan berhenti menggunakan layanan TIX.ID. Pelanggan dapat khawatir bahwa sistem

pengiriman layanan berbasis teknologi tidak akan berfungsi seperti yang diharapkan, dan kurang yakin bahwa masalah dapat diselesaikan dengan cepat.

Utami dan Kusumawati (2017) melakukan penelitian dengan judul Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). Sampel Penelitian adalah mahasiswa STIE AD dipilih secara acak berjumlah 100 responden. Kesimpulannya bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-Money. Semakin mudah e-money digunakan maka penggunaannya pun akan semakin meningkat. Variabel persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan E-Money. Semakin tinggi tingkat keamanan maka tingkat penggunaan e-money juga akan meningkat, sedangkan variabel persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan E-Money. Hal ini bisa dipahami bahwa besar kecilnya kegunaan E-Money tidak mempengaruhi mahasiswa menggunakan E-Money karena kegunaan e-money sama dengan uang cash/uang tunai (fungsinya sama). Hasil penelitian persepsi kegunaan bahwa pola konsumsi kelas menengah Indonesia sendiri mengalami transisi dari pemenuhan kebutuhan hidup menjadi kebutuhan simbolis. Adanya pengejaran terhadap identitas dan gaya hidup itulah yang menjadikan konsumsi kelas menengah Indonesia kini lebih bersifat sekunder.

Peneliti selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Priambodo Singgih dan Prabawani (2016) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh

Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden. Kesimpulan dari penelitian Priambodo Singgih dan Prabawani (2016) bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik, persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik, serta persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Hal ini menunjukkan semakin rendah persepsi risiko pengguna mengakibatkan minat menggunakan layanan uang elektronik akan meningkat, sebaliknya bila persepsi pengguna semakin tinggi maka menurunkan minat menggunakan layanan uang elektronik.

Penelitian yang dilakukan Wibowo dkk (2015) dengan judul Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan persepsi manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-money card. Objek penelitian adalah responden itu belum menggunakan kartu e-money dengan sampel sebanyak 200 orang responden. Hasil analisis

dengan Regresi Linier Sederhana menemukan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-money card pada pengguna jasa commuterline di Jakarta.

Dalam penelitian ini penggunaan *e-payment* (DANA) secara spesifik pada aplikasi TIX.ID dapat menjadi pilihan pembelian tiket bioskop. Dipilihnya TIX.ID karena sistem ini belum sepenuhnya mampu memberikan kepuasan bagi pengguna, terbukti masih terdapat banyak konsumen bioskop XXI yang belum menggunakannya. Keuntungan penggunaan layanan TIX.ID yang ditawarkan oleh Cinema XXI kepada konsumen ternyata tidak memberikan dampak langsung yang signifikan terhadap intensi penggunaan layanan tersebut.

Keadaan seperti ini menunjukkan bahwa adopsi dari *mobile commerce and e-payment* masih lebih lambat dari yang diharapkan. Studi masa lalu mengenai permasalahan ini menjelaskan bahwa faktor penyebabnya adalah kompleksitas dari transaksi, kurangnya rasa aman yang dirasakan konsumen, dan kurang mudahnya penggunaan mobile portal (Frolick dan Chen, 2004; Siau dan Shen, 2003). Salah satu kelemahan dari TIX.ID adalah seringkali pelanggan mengalami kegagalan dalam melakukan top up, untuk pengisian ulang DANANYA, sehingga menyebabkan terganggunya penggunaan sistem ini. Selain itu beberapa kasus seringkali sistem ini juga mengalami kegagalan akses, akibat penggunaan yang bersamaan dan cukup banyak menyebabkan user gagal bayar secara online akibat loading yang terlalu lama.

Selain itu fenomena yang lain adalah masih cukup banyak penonton bioskop yang melakukan transaksi pembelian tiket secara manual. Hal ini dapat dilihat dari pengamatan peneliti dengan adanya antrian yang masih cukup panjang di Cinema 21 atau Cinema XXI yang menyediakan layanan ini. Secara logika ketika layanan TIX.ID dikatakan berhasil dengan baik maka tidak ada lagi antrian dalam pembelian tiket bioskop secara konvensional. Padahal perusahaan telah membuat fasilitas lain untuk membantu layanan penjualan tiket melalui TIX.ID sehingga pelanggan tidak perlu mengantri. Tampaknya hingga saat ini layanan penjualan konvensional masih menjadi pilihan utama para pelanggan. Padahal pembangunan layanan TIX.ID pastinya membutuhkan biaya serta memiliki target tersendiri. Selain itu didalam layanan ini masih banyak keterbatasan-keterbatasan lain yang berkaitan dengan manfaat layanan saat ini yaitu layanan tiket hanya tersedia di beberapa tempat tertentu saja. Layanan tidak *just-in-time* karena masih dibatasi oleh waktu pembelian tiket yang ada saat ini (hingga pukul: 11.00 pagi) dan kurang nyaman dan personal karena pemilihan tempat duduk yang ditentukan oleh layanan. Sehingga pelanggan lebih memilih layanan konvensional dimana mereka mendapatkan sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi Pembelian Tiket Film TIX.ID di Yogyakarta.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1) Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop?
- 2) Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop?
- 3) Apakah persepsi keamanan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop?
- 4) Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop?
- 5) Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop.
- 2) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop.

- 3) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi keamanan terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop.
- 4) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop.
- 5) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi risiko terhadap minat konsumen untuk menggunakan TIX.ID dalam pembelian tiket bioskop.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan layanan TIX.ID dan penerimaan konsumen akan layanan tersebut. Informasi tentang faktor-faktor ini diharapkan akan memberikan masukan bagi perusahaan untuk selalu memperbaiki kinerja pelayanan TIX.ID sehingga layanan tersebut dapat digunakan secara optimal oleh konsumen. Apabila penggunaan yang optimal akan layanan tersebut sudah tercapai maka implikasi yang diharapkan adalah terjadinya peningkatan jumlah pengguna TIX.ID dan penurunan antrian pembelian tiket langsung di bioskop.

- 2) Dari sisi akademik adalah untuk memperdalam pengertian yang lebih baik tentang teori TAM (Technology Acceptance Model) kaitannya dengan perilaku pembelian produk tiket bioskop online sehingga dapat digunakan sebagai referensi oleh peneliti-peneliti yang berminat pada masalah yang relatif sama.
- 3) Bagi masyarakat umum untuk mengedukasi masyarakat yang beberapa berperan sebagai konsumen untuk mengetahui dan ikut merespon permasalahan tentang TIX.ID sehingga dapat memberikan masukan langsung kepada bagian layanan konsumen perusahaan. Dengan demikian diharapkan akan terjadi perubahan kinerja perusahaan dalam layanan TIX.ID sehingga masyarakat yang berperan sebagai konsumen dapat mencapai kepuasan yang optimal.

1.5 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dengan sistematika yang secara berurutan terdiri dari beberapa bab, yaitu: Bab I Pendahuluan, Bab II Kajian Pustaka, Bab III Metode Penelitian, Bab IV Analisis dan Pembahasan, Bab V Kesimpulan. Selanjutnya, deskripsi masing-masing bab akan dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian pustaka yang digunakan untuk membahas masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Mencakup teori-teori dan penelitian terdahulu yang mendukung perumusan hipotesis serta analisis hasil-hasil penelitian lainnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang obyek penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, serta teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pengujian atas hipotesis yang dibuat dan penyajian hasil dari pengujian tersebut, serta pembahasan tentang hasil analisis yang dikaitkan dengan teori yang berlaku.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini memaparkan kesimpulan, kelemahan, dan saran dari hasil analisa yang telah dilakukan serta implikasi dari penelitian ini.