

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Uang merupakan alat pertukaran yang sah dalam transaksi jual beli. Uang sudah menjadi bagian terpenting dalam kehidupan kita sehari-hari. Dalam perjalanannya, uang telah mengalami proses perkembangan yang panjang. Pada mulanya, masyarakat belum mengenal pertukaran karena setiap orang berusaha memenuhi kebutuhannya dengan usahanya. Manusia berburu jika ia lapar, membuat pakaian sendiri dari bahan-bahan yang sederhana, mencari buah-buahan untuk konsumsi sendiri. Singkatnya, apa yang diperolehnya itulah yang dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhannya. Perkembangan selanjutnya menghadapkan manusia pada kenyataan bahwa apa yang diproduksi sendiri ternyata tidak cukup untuk memenuhi seluruh kebutuhannya. Untuk memperoleh barang-barang yang tidak dapat dihasilkan sendiri, maka manusia mencari orang lain yang mau menukarkan barang yang dimiliki dengan barang lain yang dibutuhkan olehnya, hal ini memunculkan sistem barter. Namun pada akhirnya, banyak kesulitan yang dirasakan dengan sistem ini. Diantaranya adalah kesulitan untuk menemukan orang yang mempunyai barang yang diinginkan dan juga mau menukarkan barang yang dimilikinya, dan juga kesulitan untuk memperoleh barang yang dapat dipertukarkan satu sama lainnya dengan nilai pertukaran yang seimbang atau hampir sama nilainya (*tirto.id, 2019*).

Pada saat itu, setiap orang berhak menempa uang, melebur, menjual atau memakainya, dan mempunyai hak tidak terbatas dalam menyimpan uang logam. Sejalan dengan perkembangan perekonomian, timbul suatu anggapan kesulitan ketika perkembangan tukar-menukar yang harus dilayani dengan uang logam bertambah sementara jumlah logam mulia (emas dan perak) sangat terbatas. Pada perkembangan selanjutnya, masyarakat tidak lagi menggunakan emas (secara

langsung) sebagai alat pertukaran, melainkan kertas-bukti sebagai alat tukar (*kompasiana.com, 2016*).

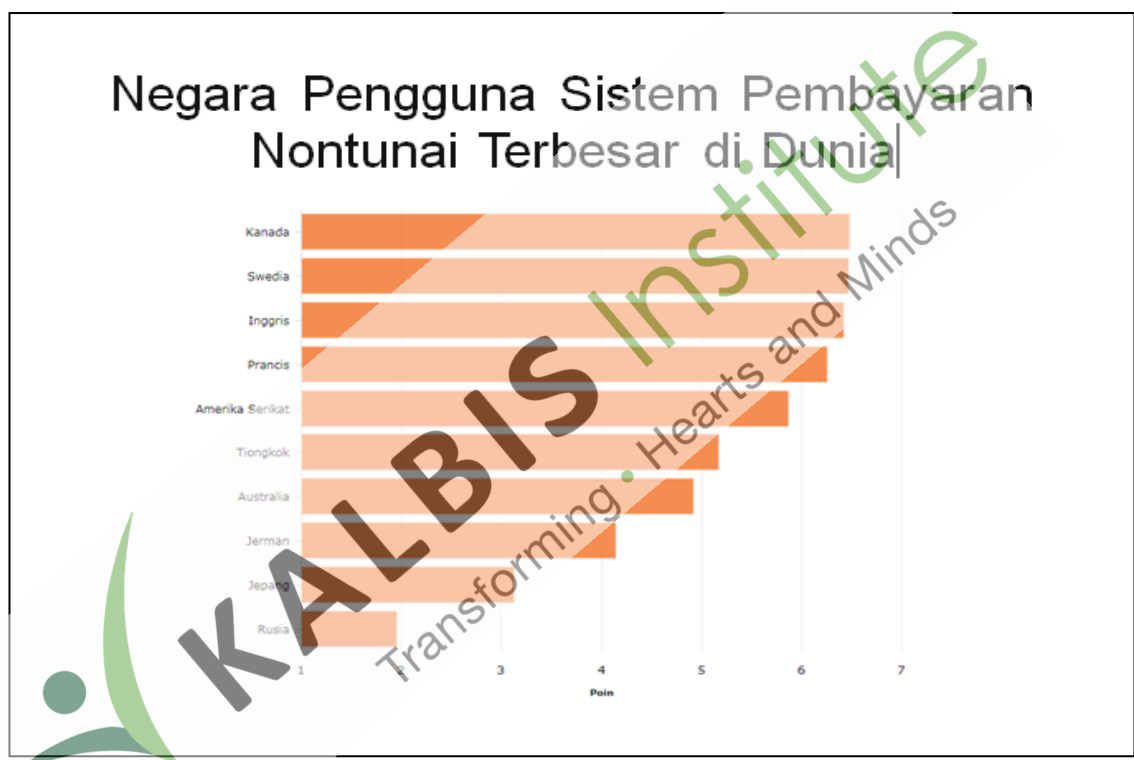
Fungsi uang secara umum untuk alat tukar pembayaran yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Secara umum ada beberapa jenis uang mulai dari uang kertas atau uang logam hingga uang kartal atau uang giro. Alat transaksi tersebut dari tahun ke tahun terus mengalami perubahan, hingga akhirnya dibuatlah mata uang dari uang logam, uang kertas konvensional, dan sampai alat pembayaran elektronik masa kini.

Inovasi berbentuk digital *payment*, atau yang lebih dikenal sebagai *Electronic Money* telah hadir sejak tahun 2009. *E-money* diterbitkan oleh pihak perbankan dan lembaga non bank atas perizinan dari Bank Indonesia (*Sasmiyarsi dan Meliana, 2019:54*). Inovasi jenis uang baru ini pun merubah cara dalam melakukan suatu transaksi pembayaran. Dahulu masyarakat melakukan pembayaran menggunakan *cash* atau uang tunai sebagai alat pembayaran secara langsung, namun saat ini masyarakat lebih memilih melakukan transaksi pembayaran yang lebih praktis, cepat dan mudah melalui non tunai digital *payment* atau uang elektronik sebagai pengganti uang *cash* dan dapat juga disebut dengan dompet digital. Salah satu transaksi pembelian yang mengedepankan perkembangan teknologi adalah dengan menggunakan uang elektronik dalam proses pembayarannya (*bi.go.id, 2011*).

Uang elektronik sangat populer di kalangan masyarakat karena terdapat banyak *benefit* yang kita rasakan di dalam penggunaannya. Uang elektronik menurut Peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip.
- c. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang undang yang mengatur mengenai perbankan.

Negara Indonesia termasuk salah satu negara yang baru memulai atau memasuki era pembayaran menggunakan uang elektronik atau non tunai. Saat ini Indonesia berada di peringkat ke-39 dari 90 negara yang masuk ke Indeks Uang Digital 2017 (*Kompasiana.com, 2017*). Indeks penerapan non tunai di dunia ini dirilis beberapa waktu lalu oleh Citi dan Imperial College London dalam rangka memahami bagaimana peta kesiapan uang digital di banyak negara setelah beberapa negara lainnya mulai melakukan pembayaran non tunai terlebih dahulu.

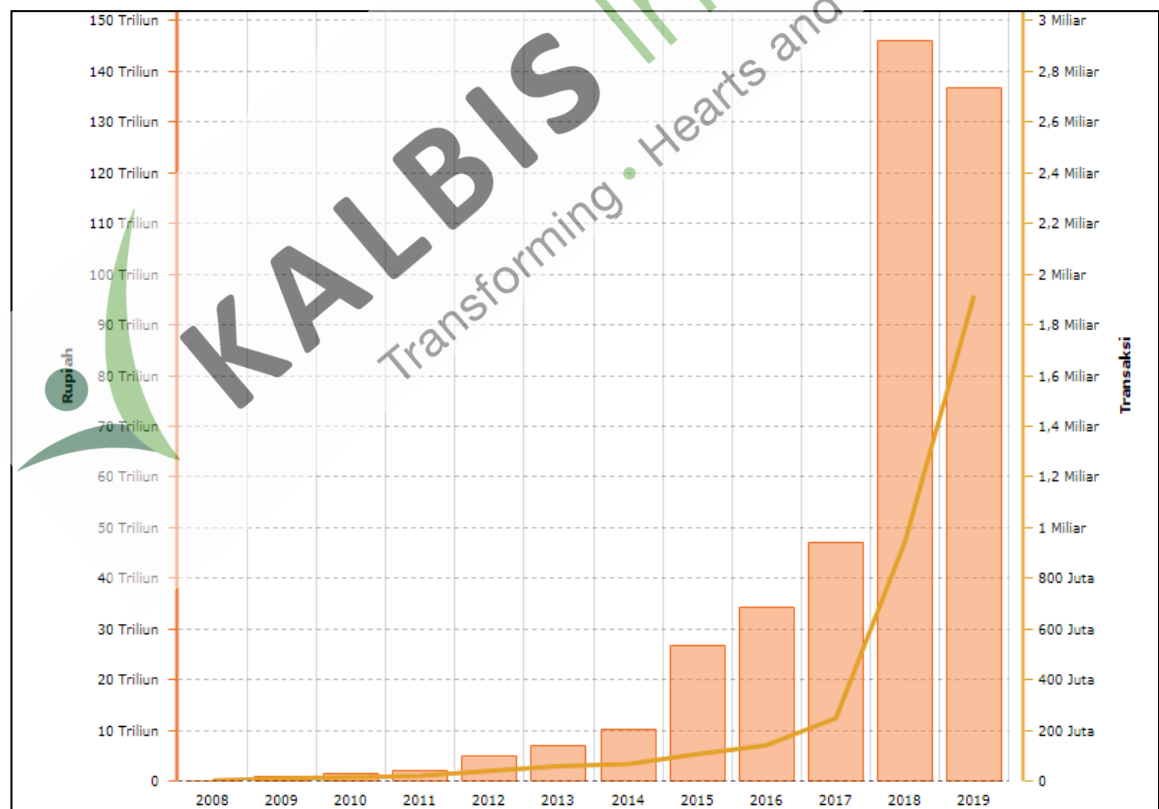


Gambar 1.1 Negara Pengguna Sistem Pembayaran Non tunai Terbesar di Dunia
(Sumber :databoks.katadata.co.id, 2017)

Cashless Society atau masyarakat tanpa uang tunai sedang digalakkan di beberapa negara. Indonesia pun memiliki program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) sejak 2014 agar transaksi keuangan di Indonesia lebih mudah, aman, dan efisien. Forex Bonuses melansir bahwa beberapa negara diprediksi akan bebas dari sistem pembayaran tunai pada 2020. Hingga saat ini, Kanada menjadi negara dengan sistem pembayaran non tunai terbesar di dunia. Masyarakat di negara ini memiliki lebih dari dua kartu kredit untuk setiap orang. Skor yang diberikan

Forex Bonuses untuk Kanada sebesar 6,48 dari skala 10. Semakin tinggi skor mengindikasikan semakin tingginya masyarakat yang menggunakan sistem pembayaran non tunai. Indikator penilaian dari skor tersebut mencakup kepemilikan penggunaan kartu kredit dan debit per orang, kartu pembayaran nirkontak (*contactless*), pertumbuhan sistem pembayaran non tunai dalam lima tahun terakhir, metode pembayaran non tunai, dan kesadaran masyarakat menggunakan opsi pembayaran non tunai. Negara selanjutnya yang menggunakan sistem non tunai terbesar adalah Swedia dengan skor 6,47 disusul Inggris dengan skor 6,42 dan Prancis dengan skor 6,25. Dua raksasa ekonomi di dunia menempati urutan lima dan enam dengan skor 5,87 untuk Amerika Serikat dan 5,17 untuk Tiongkok.

Transaksi Uang Elektronik



Gambar 1.2 Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia
(Sumber : databoks.katadata.co.id, 2019)

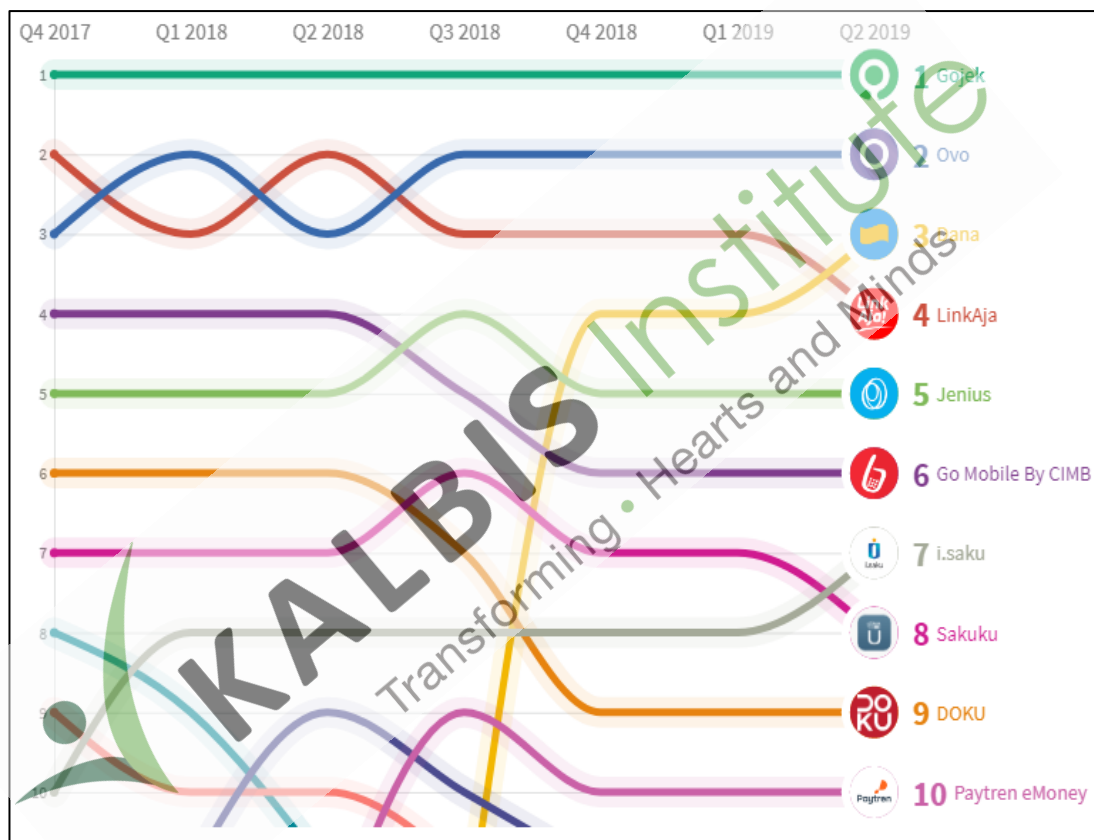
Data terbaru dari Bank Indonesia (BI) menunjukkan, volume transaksi uang elektronik pada akhir 2018 melonjak 209,8% menjadi 2,9 miliar transaksi dibandingkan 2017 sebesar 943,3 juta transaksi. Pada bulan Juli 2019 nilai transaksi uang elektronik sudah melampaui nilai transaksi pada 2018, yaitu sebesar 69 triliun rupiah. Peningkatan transaksi uang elektronik sejalan dengan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dicanangkan oleh BI sejak 2014. Berikut ini adalah tiga besar aplikasi uang elektronik populer masa kini di Tanah Air :

Tabel 1.1 Tiga Besar Aplikasi Uang Elektronik Populer di Tanah Air

Aplikasi Uang Elektronik	Kegunaan	Tahun Berdiri	Nama Perusahaan
GO PAY	<ul style="list-style-type: none"> • Pembayaran makanan dan minuman • Transportasi <i>online</i> (Gojek) • Tiket nonton, • Merchant <i>online</i> atau offline • Pulsa • tagihan (PLN dan BPJS) 	2018	PT Dompot Anak Bangsa
OVO	<ul style="list-style-type: none"> • Pembayaran makanan dan minuman • Transportasi <i>online</i> (Grab) • Tiket nonton • Pulsa • Tagihan (asuransi, BPJS Kesehatan, tv kabel dan iuran lingkungan) 	2017	PT Visionet Internasional
DANA	<ul style="list-style-type: none"> • Pembayaran makanan dan minuman • Pulsa • Tiket nonton • Merchant <i>online</i> (Bukalapak) atau offline • Tagihan (BPJS, Asuransi, Internet) 	2018	PT Espay Debit Indonesia Koe

Sumber : Hasil olahan peneliti, 2020.

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa dari ketiga aplikasi uang elektronik secara keseluruhan memiliki kegunaan yang sama, tetapi terdapat satu perbedaan kegunaan yang tidak dimiliki oleh aplikasi DANA, yaitu tidak dapat digunakan untuk pembayaran transportasi *online* dikarenakan DANA belum memiliki mitra kerjasama dengan transportasi *online* seperti Gopay pada Gojek dan Ovo pada Grab.



Gambar 1.3 Daftar Dompot Digital Terbesar di Indonesia
(Sumber: databoks.katadata.co.id, 2019)

Secara garis besar, aplikasi dompet digital buatan pengembang lokal masih mendominasi metode pembayaran *cashless* di Indonesia. Adapun 5 besar aplikasi dompet digital milik lokal dengan pengguna terbanyak secara berurutan diduduki oleh Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja, dan Jenius. Sementara jumlah unduhan aplikasi terbanyak dipegang oleh Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja, dan i.saku. Berdasarkan gambar 1.4 ada salah satu jenis dompet digital yang menarik

perhatian karena pergerakannya melonjak naik begitu cepat yaitu aplikasi Dompot Digital DANA yang menduduki peringkat 3 dan masuk ke dalam 5 besar. Walaupun saat ini DANA berada di posisi 3, namun DANA mampu melonjak drastis posisinya merebut posisi Link Aja yang sebelumnya berada di posisi ke 3. Posisi peringkat pertama masih diduduki oleh Go-Pay yang tidak mengalami pergeseran oleh pendatang baru.

DANA merupakan singkatan dari ‘Dompot Digital Indonesia’ yang menjadi layanan pembayaran digital dengan basis *open-platform*. DANA adalah layanan uang elektronik berbasis server yang diselenggarakan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe (EDIK) yang merupakan pemegang lisensi resmi dengan nama DANA yang telah memperoleh izin dari Bank Indonesia melalui surat dengan No. 18/262/DKSP/Srt/B tanggal 29 Februari 2016 untuk mengoperasikan layanan Uang Elektronik berbasis server, izin dari Bank Indonesia sebagai penyelenggara transfer DANA berdasarkan tanda izin No. 18/199/Sb/3 tanggal 14 November 2016 serta izin dari Bank Indonesia sebagai penyelenggara dompet elektronik melalui surat dengan No. 20/1370/DSSK/Srt/B tanggal 28 Agustus 2018. Layanan yang diperkenalkan pada 21 Maret 2018 (*lentera24.com, 2020*).

DANA, dompet digital Indonesia merupakan *startup* asal Indonesia yang memberikan kemampuan layanan transaksi non tunai yang transparan, aman, dan juga efisien. Vincent Iswara selaku CEO DANA menyatakan layanan yang dimiliki oleh DANA juga didukung dengan teknologi pintar dan aman, dimana DANA dibangun oleh programmer-programmer muda Indonesia yang memiliki dedikasi tinggi agar layanan DANA bisa diterima oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, terkait masalah data seperti *recovery* atau pemulihan data pengguna, pusat pemulihan data tersebut sudah ada di Indonesia.

DANA dapat digunakan untuk pembayaran *e-commerce* Bukalapak, pembelian tiket TIX.ID, serta transfer pulsa dan saldo digital DANA lewat BBM, untuk pengisian saldonya sendiripun mempermudah konsumennya untuk melakukan *top-up* melalui bank yang bermitra dengan DANA dan *Outlet* Alfamart yang tidak terlepas dari penawaran menarik atau promosi dalam setiap

melakukan transaksi. DANA juga menawarkan banyak promo menarik, salah satunya *cashback* hingga 50% (maksimal 25.000 untuk akun premium dan 15.000 untuk akun standar DANA) untuk pembayaran pakai DANA di berbagai *Merchant* DANA. DANA memberikan *reward* kepada para penggunanya secara berkala, mulai dari *cashback* hingga *voucher*.

Dompot digital DANA juga memiliki fitur keamanan canggih dengan *DANA Protection* dan memberikan garansi uang kembali jika ada transaksi yang tidak dikenal. Pengembaliannya tentu mengikuti syarat dan ketentuan yang berlaku dan dapat di cek langsung pada aplikasi DANA. Fitur ini merupakan jaminan proteksi keamanan yang bisa dinikmati oleh pengguna DANA Premium.

Setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap uang elektronik. Ada yang memiliki persepsi bahwa uang elektronik tersebut bermanfaat atau berguna, ada juga yang memiliki persepsi bahwa uang elektronik tersebut tidak berguna. Kotler & Keller (2016, p. 228) mengemukakan bahwa persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Kim, et al., (2008, p. 544) mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai keyakinan konsumen tentang bagaimana konsumen akan mendapatkan sesuatu yang lebih baik dan positif dari suatu transaksi *online*. Apabila konsumen merasa bahwa dengan melakukan transaksi *online* akan mendapatkan manfaat positif, maka niat untuk melakukan transaksi *online* akan semakin besar. Kim, et al, (2008, p. 562) juga membuktikan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan situs *e-commerce*.

Disamping adanya manfaat yang dirasakan sehingga menarik minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik dan mendapatkan keuntungan seperti kemudahan dapat dilakukan dalam genggam, ternyata terdapat dampak atau risiko dalam penggunaan uang elektronik. Risiko yang dirasakan adalah struktur beragam yang terutama muncul ketika pelanggan takut membuat keputusan yang salah. Menurut BI terdapat dua risiko dari penggunaan uang elektronik, yaitu :

1. Risiko uang elektronik hilang dan dapat digunakan oleh pihak lain, karena pada prinsipnya uang elektronik sama seperti uang tunai yang apabila hilang tidak dapat diklaim kepada penerbit.
2. Risiko karena masih kurang pemahamnya pengguna dalam menggunakan uang elektronik, seperti pengguna tidak menyadari uang elektronik yang digunakan dua kali pada *reader* untuk suatu transaksi yang sama sehingga nilai uang elektronik berkurang lebih besar dari nilai transaksi.

Selain itu risiko lainnya yaitu kejahatan *Cyber crime* atau dikenal dengan kejahatan dunia maya itu artinya suatu kegiatan atau aktivitas yang berkaitan dengan kejahatan dengan komputer atau jaringan komputer. Bentuk kejahatan komputer itu seperti penipuan lelang secara daring, pemalsuan cek, penipuan kartu kredit, *confidence fraud*, penipuan identitas, pornografi anak, dan lainnya yang terjadi melalui iklan jual beli, *online shop*, iming-iming hadiah di dompet digital, bisnis, uang dalam paket, komputer kena virus, *scammer*, perkenalan dunia maya. Salah satu contoh kejahatan *cyber crime* yaitu terjadi, salah satu korbannya merupakan pemuda 23 tahun itu kaget bukan kepalang saat menerima *email* pemberitahuan dari salah satu toko *online*. Di situ tertera informasi bahwa pembayaran untuk sebuah pesanan telah berhasil terkonfirmasi. Padahal, pengguna tidak merasa membeli apa pun. Apalagi, alamat yang tertera sama sekali tak dia kenal. Pengguna mendadak sontak panik. "Bukan panik karena uangnya. Tapi, akun toko *online* itu terhubung dengan *email*, takutnya dipakai macam-macam,". Kemudian pengguna tersebut pun mengecek akun surat elektronik miliknya. Kemudian menghubungi pihak toko *online*, memberitahukan bahwa *email*-nya diretas. Karyawan salah satu bank tersebut meminta pesanan yang mencatut namanya itu dibatalkan. "Pihak toko *online* cukup kooperatif karena dapat membatalkan pesanan, uangnya pun kembali," kata pengguna. Pengguna pun disarankan mengganti kata kunci akun miliknya. Pria yang tinggal di Jakarta Selatan ini sadar saat itu telah jadi korban kejahatan siber. Seseorang menggunakan akun miliknya serta memanfaatkan saldo depositnya untuk bertransaksi di toko *online* (*Liputan6.com, 2017*).

Perceived risk didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen. Ketika konsumen tidak dapat memprediksi konsekuensi saat melakukan keputusan pembelian. Ada dua dimensi poin penting dalam definisi *perceived risk* ini, yaitu ketidakpastian dan konsekuensi. Definisi ini menekankan bahwa konsumen dipengaruhi oleh risiko yang mereka persepsikan, tanpa mempedulikan apakah sebenarnya risiko itu ada atau tidak. Risiko yang tidak ada dalam persepsi konsumen tidak akan mempengaruhi perilaku konsumen (Schiffman & Kanuk, 2010). Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Gunawan (2017, p. 214), dapat disimpulkan bahwa tipe-tipe risiko adalah *physical risk*, *performance risk*, *psychological risk*, *financial*, *time-loss risk* dan *social risk*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya mengenai *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *perceived risk* terhadap minat menggunakan uang elektronik yang dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) terkait pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik menemukan bahwa variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan layanan uang elektronik, variabel persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan layanan uang elektronik, sementara variabel persepsi risiko mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan uang elektronik. Selain itu hasil penelitian Fadhli dan Fachruddin (2016) membuktikan adanya pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap penggunaan internet banking, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap penggunaan internet banking. Penelitian selanjutnya Sekarini dan Sukresna (2016) menyatakan bahwa persepsi nilai pelanggan, manfaat, dan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kemudian persepsi manfaat dan citra merek berpengaruh positif terhadap persepsi nilai pelanggan, dilanjutkan dengan risiko yang berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian juga terhadap persepsi nilai pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa banyak faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi penggunaan uang elektronik meskipun belum menunjukkan konsistensi antar peneliti sebelumnya. Sikap dalam penggunaan secara tidak langsung mendorong seseorang dalam melakukan sebuah keputusan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul penelitian **“Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Risk* Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik DANA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang elektronik DANA?
2. Apakah *perceived risk* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang elektronik DANA?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang sudah dipaparkan, maka peneliti akan membatasi masalah dengan memfokuskan terhadap beberapa variabel, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived risk* terhadap keputusan penggunaan uang elektronik DANA. Penelitian akan dilakukan pada warga Jakarta yang menggunakan aplikasi uang elektronik DANA dengan memberikan kuesioner guna mengukur *perceived usefulness* dan *perceived risk* yang mempengaruhi sikap para responden dalam keputusannya menggunakan aplikasi uang elektronik DANA pada Maret-Juni 2020.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap keputusan penggunaan uang elektronik DANA.
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived risk* terhadap keputusan penggunaan uang elektronik DANA.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan dapat diterima sebagai saran serta wawasan informasi mengenai pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived risk* dalam keputusan penggunaan uang elektronik DANA. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengembangkan perusahaannya dikemudian hari.

2. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu untuk dijadikan sebagai rujukan dalam penelitian selanjutnya dan mampu dijadikan sebagai referensi terkait variabel *perceived usefulness*, *perceived risk* dan keputusan penggunaan serta referensi dalam bidang penggunaan uang elektronik.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini tersusun dari beberapa bab antara lain:

BAB 1 PENDAHULUAN

Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Masalah dan Sistematika Penulisan

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka bertujuan mendukung penelitian yang berisikan sumber data yang digunakan, tinjauan literatur, dan penelitian terdahulu yang dapat memperkuat penelitian

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian berisikan mengenai uraian tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, populasi dan sampel yang diambil, metode pengelolaan dan definisi operasional variabel

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis dan pembahasan berisikan tentang gambaran perusahaan, hasil pengujian data berdasarkan metode analisis dari data-data yang telah diuji, pembahasan yang dibahas mampu menjadi informasi untuk menyelesaikan masalah

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan dari permasalahan yang terjadi dan mampu menjadi salah satu sumber evaluasi pihak DANA dalam melakukan pengembangan aplikasi uang elektronik.



KALBIS

Institute
Transforming Hearts and Minds