



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Faktor-Faktor Adopsi Terhadap *Behavior*
Intention To Use* Dalam Penggunaan Mandiri *E-
***Money* di Indonesia**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh

Felicia Everilliem

2017320134

Bandung

2021



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Analisis Faktor-Faktor Adopsi Terhadap *Behavior*
Intention To Use* Dalam Penggunaan Mandiri *E-
***Money* di Indonesia**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh

Felicia Everilliem

2017320134

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Felicia Everilliem
Nomor Pokok : 2017320134
Judul : Analisis Faktor-Faktor Adopsi Terhadap *Behavior Intention*
to Use Dalam Penggunaan Mandiri *E-Money* di Indonesia.

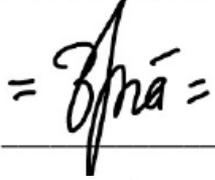
Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 27 Januari 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB. : 

Sekretaris

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. : 

Anggota

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. :  1 Februari 2021

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Felicia Everilliem

NPM : 2017320134

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Faktor - Faktor Adopsi Terhadap *Behavior Intention to Use* dalam Penggunaan Mandiri *E-Money* di Indonesia.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Cikarang, 14 Januari 2021



Felicia Everilliem

ABSTRAK

Nama : Felicia Everilliem
NPM : 2017320134
Judul : Analisis Faktor-Faktor Adopsi Terhadap *Behavior Intention to Use* Dalam Penggunaan Mandiri *E-Money* di Indonesia

Inovasi teknologi yang berkembang dengan pesat memiliki dampak terhadap kehidupan masyarakat secara luas, termasuk dalam bidang keuangan dan transaksi pembayaran. Salah satu kemajuan teknologi di bidang keuangan dan transaksi adalah ditandai dengan pembayaran menggunakan uang elektronik. Selain perkembangan teknologi, uang elektronik juga didukung pemerintah melalui Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT). Hal tersebut menyebabkan menjamurnya penggunaan dan persaingan antar penerbit uang elektronik bank maupun non-bank, basis *chip* maupun server. Objek penelitian ini adalah Mandiri *E-Money* yang merupakan pemimpin pangsa pasar uang elektronik berbasis *chip* yang mengalami peningkatan namun kalah bersaing dengan produk uang elektronik berbasis server.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor adopsi dominan dalam menggunakan Mandiri *E-Money* dengan variabel berupa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*), dan persepsi risiko (*perceived risk*) untuk dilihat pengaruhnya pada niat penggunaan (*behavior intention to use* dari Mandiri *E-Money*

Penelitian menggunakan metode analisis PLS-SEM dan memiliki hasil bahwa persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) memiliki hubungan signifikan positif terhadap niat penggunaan (*behavior intention to use*), persepsi risiko (*perceived risk*) tidak memiliki hubungan signifikan negatif terhadap niat penggunaan (*behavior intention to use*), dan secara keseluruhan, persepsi positif berpengaruh pada peningkatan niat penggunaan Mandiri *E-Money*. Rekomendasi dari hasil penelitian adalah integrasi kartu mahasiswa dengan Mandiri *E-Money*, serta jalinan kerja sama dengan *merchant*.

Kata kunci: Mandiri *E-Money*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Risk*, *Behavior Intention to Use*.

ABSTRACT

Nama : Felicia Everilliem
NPM : 2017320134
Judul : *Analysis of Adoption Factors Toward Behavior
Intention to Use of Mandiri E-Money Usage in
Indonesia*

Rapid technological innovations have brought a huge impact on people's lives at large, including in finance and transactions sector. One of the technological advances in financial sector has been shown by the growing use of electronic money. Apart from technological developments, the government also supports the use of e-money through the “Gerakan Nasional Non-Tunai” (GNNT). This has led to the huge grow of the use and the competition between bank and non-bank e-money issuers, whether it's chip or server based. The object of this research is Mandiri E-Money, that had been the leader of the market share of chip-based e-money, Mandiri E-Money shows the increase of use and transaction but proven to be unable to compete with server-based electronic money products.

This study was conducted to determine the dominant adoption factor(s) in using Mandiri E-Money with perceived ease of use, perceived usefulness, and perceived risk as the variables for assessing the behavior intention to use of Mandiri E-Money.

The research used PLS-SEM analysis method. This research resulted that perceived ease of use and perceived usefulness have a significant positive relationship with behavior intention to use, yet perceived risk has no significant negative relationship towards behavior intention to use, result also shown a positive significant correlation between overal perception towards the behavior intention to use This research recommend Mandiri E-Money to integrate student cards with Mandiri E-Money technologies, and to do strategic cooperation with merchants.

Keywords: Mandiri E-Money, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, Behavior Intention to Use.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Adopsi Terhadap *Behavior Intention to Use* Dalam Penggunaan Mandiri *E-Money* di Indonesia”. Penelitian ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Papa, Mama, dan Farrel. Terima kasih untuk doa dan dukungannya selama ini.
2. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, menyediakan waktu, tenaga, dan ilmunya dalam membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Ibu Dr. Maria Widyarini, SE., MT. Selaku ketua jurusan Administrasi Bisnis.
5. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku ketua Program Studi Administrasi Bisnis.

6. Seluruh dosen dan tenaga pengajar Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dalam proses perkuliahan.
7. Seluruh tata usaha, pekarya, dan seluruh tenaga kerja di Gedung 3 yang telah membantu dan menunjang kegiatan pembelajaran penulis selama perkuliahan.
8. Jeff Lemuel Sindang selaku sahabat yang selalu memotivasi, memberikan semangat, waktu, tenaga, dan kesabaran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Chyntia Angelina, Beatrix Derfi, Surya Maria, Bertha Sally, dan Catherina Maraya yang selalu menyediakan waktu bagi penulis untuk berbagi cerita dan berkeluh-kesah, menghibur, dan selalu memberikan dukungan.
10. Sahabat seperjuangan skripsi: Verina Amelia, Vanessa Melinda, Vinanti Lestari, dan Sefanya Anasthasya yang saling mendukung dan menghibur selama penyusunan skripsi.
11. Bayu Novendra, Selly Alicia, dan Anasthacia Cho yang selalu ada untuk bertukar pikiran, selalu meluangkan waktu, dan memberikan pembelajaran berharga dalam hidup.
12. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, inspirasi, dan ilmu bagi penulis untuk terus berkarya dan berjuang sampai saat ini.

Semoga Tuhan memberikan rahmat dan berkat kepada seluruh pihak yang telah disebutkan maupun tidak yang telah memberikan

dukungan bagi penulis sampai saat ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna karena adanya keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan seluruh pihak yang terkait.

Cikarang, 15 Januari 2021

Felicia Everilliem

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GRAFIK	xii
BAB 1_PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penelitian	11
BAB 2_KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Uang Elektronik	14
2.1.1 Uang Elektronik Berbasis <i>Chip</i>	17
2.2 Technology Acceptance Model (TAM)	19
2.2.1 Definisi & Indikator Dimensi	20
BAB 3_METODE PENELITIAN	30
3.1 Rancangan Penelitian	30
3.1.1 Metode Penelitian	30
3.1.2 Jenis Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	31

3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel	31
3.3 Operasionalisasi Variabel	32
3.4 Pengukuran Variabel.....	35
3.5 Pengumpulan Data	36
3.6 Analisis Data	37
3.6.1 Analisis Kualitatif	37
3.6.2 Analisis Kuantitatif	37
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....	38
4.1 Mandiri <i>E-Money</i>	38
4.2 Langkah Strategis Mandiri <i>E-Money</i>	39
BAB 5 HASIL PENELITIAN	41
5.1 Profil Responden.....	41
5.1.1 Jenis Kelamin.....	41
5.1.2 Usia Responden	42
5.1.3 Pendidikan Terakhir / Pendidikan Sedang Berjalan Responden .	43
5.1.4 Pekerjaan Responden	43
5.1.5 Jumlah Pengeluaran Responden	44
5.1.6 Penggunaan Kartu Mandiri <i>E-Money</i>	45
5.1.7 Pengetahuan Terhadap Fitur Kartu Mandiri <i>E-Money</i>	46
5.1.8 Respons Tentang Perbaikan Mandiri <i>E-Money</i>	46
5.2 Analisis Kualitatif	47
5.2.1 Perceived Ease of Use (PEU)	47
5.2.2 Perceived Usefulness (PU)	51

5.2.3 Perceived Risk (PR).....	54
5.2.4 Behavior Intention to Use (BI)	57
5.3 Analisis Kuantitatif	59
5.3.1 Uji Reliabilitas	59
5.3.2 Uji Validitas.....	61
5.3.3 Uji Hipotesis	65
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	69
6.1 Kesimpulan	69
6.2 Saran.....	70
6.2.1 Bagi Perusahaan.....	70
6.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah populasi <i>bankable unbanked</i> tahun 2013-2020.....	2
Gambar 1.2	Transaksi Pembayaran Uang Elektronik Bank dan Non-Bank.	4
Gambar 1.3	Model Penelitian	12
Gambar 2.1	Model Bisnis Uang Elektroik <i>Single Issuer</i>	15
Gambar 2.2	Model Bisnis Uang Elektroik <i>Multi Issuer – Single Operator</i>	16
Gambar 2.3	Model Bisnis Uang Elektroik <i>Multi Issuer – Multi Operator</i>	17
Gambar 2.4	Model <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	20
Gambar 4.1	Kartu Mandiri <i>E-Money</i>	38
Gambar 4.2	Kartu Mandiri <i>E-Money</i> hasil kerja sama dengan Disney Indonesia	40

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan <i>E-Money</i> dan <i>E-Wallet</i>	3
Tabel 2.1 Definisi dan Indikator Variabel <i>Percieved Ease of Use</i>	22
Tabel 2.2 Definisi dan Indikator Variabel <i>Percieved Usefulness</i>	23
Tabel 2.3 Definisi dan Indikator Variabel <i>Percieved Risk</i>	25
Tabel 2.4 Definisi dan Indikator Variabel <i>Behavior intention to Use</i>	27
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel	32
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Kuesioner	35
Tabel 3.3 Rentang Skala	36
Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden.....	41
Tabel 5.2 Usia Responden	42
Tabel 5.3 Tingkat Pendidikan Responden	43
Tabel 5.4 Pekerjaan Responden.....	43
Tabel 5.5 Jumlah Pengeluaran Responden Sebulan	44
Tabel 5.6 Rata-rata Jawaban Variabel PEU	47
Tabel 5.7 Penilaian Responden Terhadap PEU1	47
Tabel 5.8 Penilaian Responden Terhadap PEU2	48
Tabel 5.9 Penilaian Responden Terhadap PEU3	49
Tabel 5.10 Penilaian Responden Terhadap PEU4.....	50
Tabel 5.11 Penilaian Responden Terhadap PEU5	51
Tabel 5.12 Rata-rata Jawaban Variabel PU.....	51
Tabel 5.13 Penilaian Responden Terhadap PU1	52
Tabel 5.14 Penilaian Responden Terhadap PU2.....	52
Tabel 5.15 Penilaian Responden Terhadap PU3.....	53

Tabel 5.16 Penilaian Responden Terhadap PU4.....	53
Tabel 5.17 Rata-rata Jawaban Variabel PR.....	54
Tabel 5.18 Penilaian Responden Terhadap PR1	55
Tabel 5.19 Penilaian Responden Terhadap PR2	55
Tabel 5.20 Penilaian Responden Terhadap PR3	56
Tabel 5.21 Penilaian Responden Terhadap PR4	56
Tabel 5.22 Penilaian Responden Terhadap PR5	57
Tabel 5.23 Rata-rata Jawaban Variabel BI.....	57
Tabel 5.24 Penilaian Responden Terhadap BI1	58
Tabel 5.25 Penilaian Responden Terhadap BI2	58
Tabel 5.26 Penilaian Responden Terhadap BI3	59
Tabel 5.27 Nilai <i>Composite Reliability</i>	60
Tabel 5.28 Nilai <i>Outer Loadings</i>	62
Tabel 5.29 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	62
Tabel 5.30 Nilai AVE Setelah Kalkulasi Ulang.....	63
Tabel 5.31 Nilai <i>Cross Loadings</i>	64
Tabel 5.32 Nilai <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	65
Tabel 5.33 Keputusan Hipotesis	66

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Responden dengan kepemilikan <i>E-Money chip based</i>	6
Grafik 1.2	Pilihan Penyedia <i>E-Money</i> oleh Responden.....	6
Grafik 1.3	Preferensi Instrumen Pembayaran Responden	7
Grafik 1.4	Alasan Responden Jarang/Tidak Menggunakan <i>E-Money</i>	8
Grafik 5.1	Penggunaan Mandiri <i>E-Money</i> oleh Responden	45
Grafik 5.2	Respons Perbaikan Fitur Mandiri <i>E-Money</i>	46

BAB 1

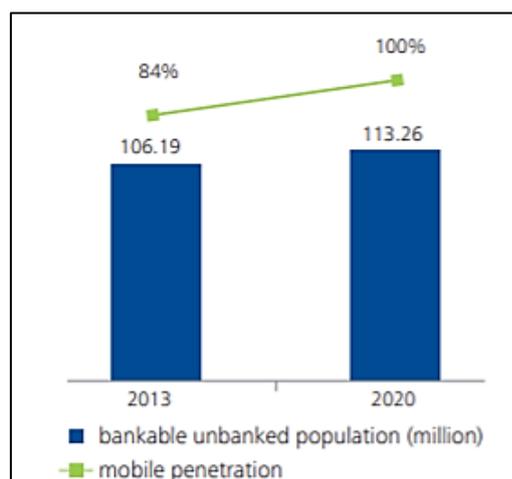
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Inovasi teknologi yang berkembang pesat memiliki dampak terhadap kehidupan masyarakat secara luas. Kemajuan teknologi tersebut juga terlihat dalam skema bertransaksi. Perkembangan teknologi dalam skema transaksi mengubah bentuk pembayaran dari tunai menjadi elektronik atau non-tunai. Pembayaran non-tunai memiliki tujuan yang spesifik, yakni untuk membuat proses pembayaran menjadi lebih mudah dan efisien. Pada umumnya, transaksi non-tunai berupa transaksi yang dilakukan antar bank melalui jaringan internal maupun transaksi yang menggunakan instrumen seperti kartu debit dan kredit (Prasetyo & Putri, 2020). Namun, seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan internet, instrumen pembayaran non-tunai memiliki inovasi lebih lanjut dan tidak terbatas hanya pada kartu kredit dan debit. Inovasi tersebut dikenal dengan uang elektronik.

Uang elektronik berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 merupakan uang yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit dan nilai uang tersebut disimpan secara elektronik dalam media seperti *server* atau *chip* (Bank Indonesia, 2009). Perkembangan inovasi teknologi di Indonesia dapat diukur melalui peningkatan ukuran pasar digital dari tahun ke tahun yang diprediksi mencapai Rp 100 triliun pada tahun 2025 (Bank Indonesia, 2019). Hal tersebut didasari oleh peluang penetrasi pasar untuk penyelenggara uang

elektronik oleh Bank masih luas. Dengan populasi mayoritas di Indonesia merupakan generasi produktif sebanyak 179 juta dari 265 juta masyarakat Indonesia sesuai dengan segmentasi pasar penyelenggara uang elektronik. Indonesia juga memiliki tingkat penetrasi internet sebesar 56% serta perkiraan penambahan pengguna internet sebanyak 100 juta pengguna dalam jangka waktu 3 tahun, ditambah 110 juta masyarakat yang belum memiliki akses terhadap bank (Deloitte, 2020). Data tersebut menunjukkan prospek yang besar terhadap penyedia layanan uang elektronik untuk meningkatkan adopsi terhadap penggunaan uang elektronik di Indonesia.



Gambar 1.1 - Jumlah populasi *bankable unbanked* tahun 2013-2020
Sumber: Deloitte, 2020

Merespons hal tersebut, pada tanggal 14 Agustus 2014, Bank Indonesia mencetuskan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Gerakan tersebut memiliki tujuan untuk mengurangi pencetakan dan distribusi uang yang memakan biaya hingga Rp3.5 miliar per tahun, serta gerakan ini dinilai akan berdampak positif terhadap permintaan terhadap mata uang di Indonesia, GNNT juga diharapkan untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi, transparansi dalam bertransaksi, dan perencanaan ekonomi yang

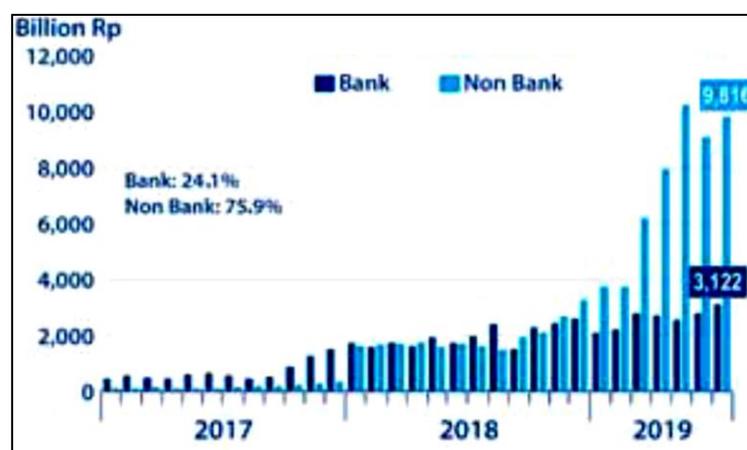
lebih tepat dengan sistem pencatatan elektronik yang lebih akurat (Nugroho, Najib, & Simanjuntak, 2018).

Namun di sisi lain, tercetusnya GNNT juga menyebabkan persaingan yang semakin ketat antara penyelenggara uang elektronik. Berdasarkan data dari Bank Indonesia per tanggal 27 Mei 2020, terdapat 51 perusahaan penyelenggara uang elektronik yang telah memperoleh izin, meningkat signifikan dibanding perusahaan uang elektronik pada tahun 2014 sejumlah 7 perusahaan (Bank Indonesia, 2020). Dari 51 perusahaan penyedia uang elektronik yang terdaftar di Bank Indonesia, terdapat 2 kategori penyelenggara uang elektronik, yakni bank dan non-bank. Penyelenggara uang elektronik bank identik dengan produk uang elektronik berbasis *chip* (*e-money*) dan non-bank berbasis server (*e-wallet*) dengan perbedaan sebagai berikut.

Perbedaan	<i>E-Money</i>	<i>E-Wallet</i>
Basis	Berbasis <i>chip</i> & ditanam di kartu	Berbasis <i>server</i> dan membutuhkan internet untuk mengakses
Registrasi	Tidak membutuhkan registrasi	Penggunaannya memerlukan data pengguna lengkap
<i>Top-Up</i> Saldo	Mesin EDC, ATM, internet banking, <i>mobile e banking</i> , <i>merchant</i> gerai ritel.	Mesin EDC, ATM, internet banking, <i>mobile banking</i> , <i>merchant</i> gerai ritel.
Limit Saldo	Maksimal Rp1.000.000	Maksimal Rp10.000.000

Tabel 1.1 – Perbedaan *E-Money* dan *E-Wallet*.
Sumber: Finansialku, 2019 & DBS, 2019

Dalam persaingannya antara penyelenggara *e-money*, data pada akhir tahun 2019 menunjukkan bahwa Mandiri *E-Money* masih menguasai pangsa pasar transaksi uang elektronik berbasis *chip* di Indonesia sebesar 70% dan mengalami pertumbuhan volume transaksi yang signifikan sebesar 20.97%. Mandiri juga dengan aktif melakukan perluasan *channel* transaksi guna meningkatkan pelayanan. Namun selepas keberhasilan Mandiri *E-Money* sebagai pemimpin pangsa pasar, kehadiran penyedia uang elektronik non-bank mulai mengambil alih pasar layanan keuangannya yang sebelumnya dikuasai oleh bank seperti kredit, asuransi, bahkan produk tabungan, investasi, termasuk pembayaran melalui uang elektronik. Hal tersebut terbukti dalam 3 tahun terakhir, jumlah uang dalam transaksi uang elektronik di Indonesia melalui perusahaan non-bank mencapai 75.9% dari 100% transaksi yang terjadi (Bank Indonesia, 2019).

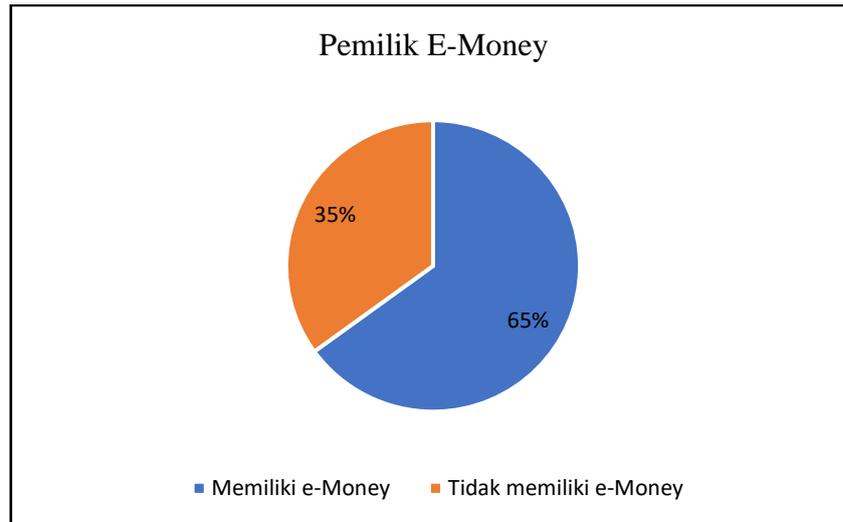


Gambar 1.2 - Transaksi Pembayaran Uang Elektronik Bank dan Non-Bank
Sumber; Bank Indonesia, 2019

Bahkan ketika pandemi COVID-19 berlangsung, transaksi uang elektronik tidak mengalami penurunan seperti industri lainnya, melainkan meningkat hingga mencapai Rp 17,6 triliun pada bulan April 2020, 64,5% lebih tinggi dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya.

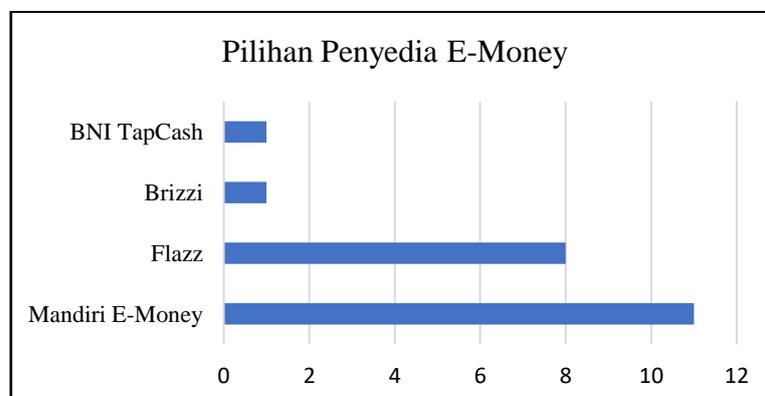
Bahkan, transaksi uang elektronik selama pandemi di tahun 2020 tetap didominasi oleh penyelenggara non-bank sebanyak 90% dari keseluruhan transaksi (CNN Indonesia, 2020). Produk Mandiri *E-Money* selama pandemi juga mengalami pertumbuhan, bahkan dari bulan September 2020 ke bulan Oktober 2020, terjadi pertumbuhan sekitar 15-20% (Hutauruk, 2020). Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa faktor keberhasilan dari penyedia uang elektronik tidak hanya ditentukan dari ketersediaan infrastruktur jaringan atau dukungan dari pemerintah, faktor penentu lainnya juga berasal dari penerimaan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan (Untoro, et al., 2014).

Selain dari fakta yang ada mengenai tingkat persaingan antar penyelenggara uang elektronik di Indonesia, penulis melakukan *preliminary research* untuk melihat fenomena yang lebih nyata dan spesifik. Wawancara awal dilakukan untuk meningkatkan validitas konten dengan menilai korespondensi antara indikator dan definisi variabel yang diukur (Davis, 1989). Penelitian terdahulu ini dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap 20 responden dari berbagai kota domisili. Dari wawancara yang dilakukan, data yang didapatkan adalah sebagai berikut.



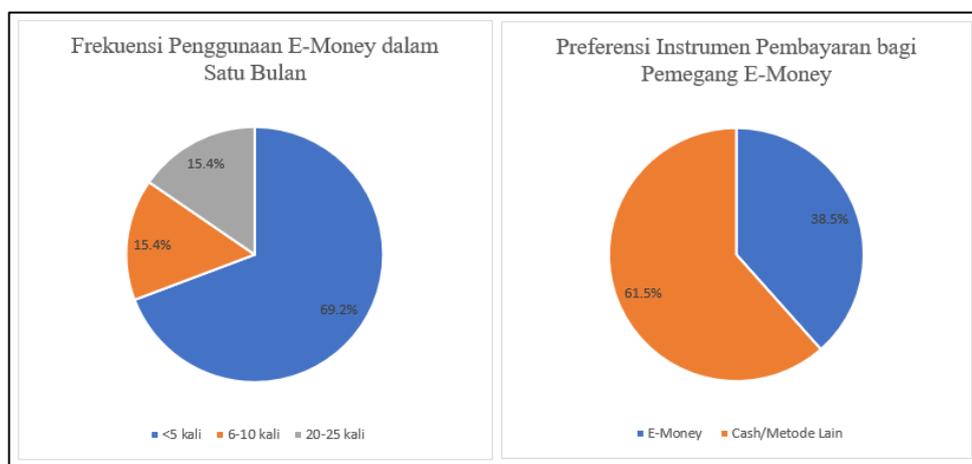
Grafik 1.1 – Responden dengan kepemilikan *E-Money chip based*
 Sumber: *Preliminary Research*

Dari sebanyak 20 responden, 65% responden memiliki kartu *e-money*, sedangkan 35% di antaranya tidak memiliki kartu *e-money*. 35% dari responden yang tidak memiliki kartu *e-money* tersebut memiliki alasan belum membutuhkan penggunaan *e-money*. Di antara 65% responden yang memiliki kartu *e-money*, hampir 85% memiliki Mandiri *E-Money* sebagai penyelenggara pilihan, 62% memilih Flazz, dan sebagian kecil (7,7%) memiliki Brizzi dan BNI TapCash (dengan catatan 1 responden dapat memiliki lebih dari 1 *e-money*).



Grafik 1.2 – Pilihan Penyedia *E-Money* oleh Responden

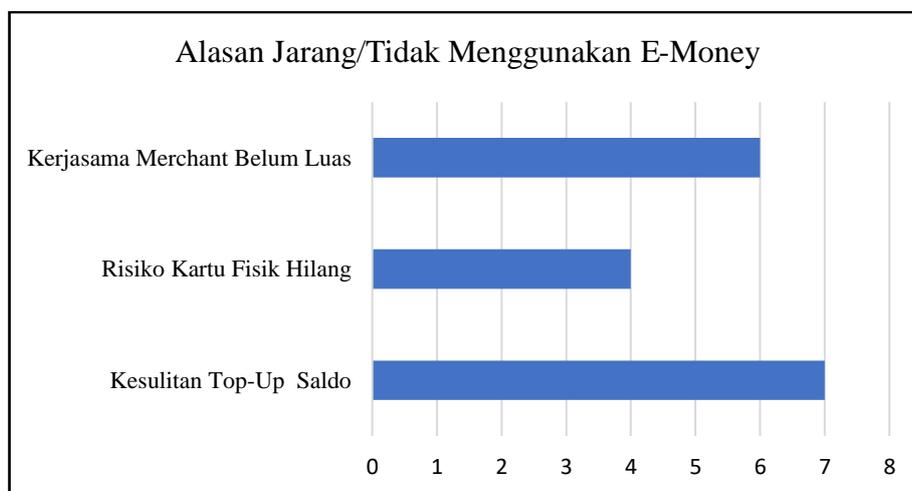
Hasil wawancara menunjukkan bahwa produk *e-money* yang banyak menjadi pilihan adalah Mandiri *E-Money* dengan mayoritas pengguna antar responden sebagaimana terlihat dalam Grafik 1.2. Hal tersebut sesuai dengan data Mandiri *E-Money* yang merupakan pemimpin pangsa pasar. Namun, walaupun mayoritas responden memiliki *e-money*, 62% dari keseluruhan yang memiliki *e-money* tersebut memilih untuk melakukan pembayaran dengan uang tunai dan metode lain seperti yang terlihat dalam Grafik 1.3.



Grafik 1. 3 –Preferensi Instrumen Pembayaran Responden

Berdasarkan data di atas, terdapat gejala pengguna *e-money* mayoritas memiliki intensi rendah untuk melakukan transaksi menggunakan kartu *e-money* dilihat dari preferensi metode pembayaran dan frekuensi penggunaan kartu *e-money* dalam bertransaksi. Melalui wawancara lebih dalam dengan para responden, preferensi responden yang cenderung untuk tidak menggunakan kartu *e-money* sebagai metode pembayaran diakibatkan oleh banyak faktor, yang pertama mayoritas responden merasa proses isi ulang kartu *e-money* sulit, mengingat pengguna harus melakukan isi ulang saldo melalui ATM atau *merchant* retail. Selanjutnya, responden

mempertimbangkan risiko kartu hilang mengingat *e-money* tidak memiliki pengamanan berbentuk kata sandi dalam penggunaannya sehingga dapat digunakan oleh siapa saja. Alasan selanjutnya adalah pengguna *e-money* belum merasakan manfaat dari *e-money* yang luas selain untuk membayar tol dan tiket parkir, hal tersebut diakibatkan oleh belum banyak *merchant* yang menyediakan metode pembayaran menggunakan kartu *e-money*.



Grafik 1.4 – Alasan Responden Jarang/Tidak Menggunakan *E-Money*

Dilihat dari frekuensi penggunaan kartu *e-money*, hasil *preliminary research* menunjukkan bahwa penggunaan (*usage behavior*) dari kartu *e-money* sebagai instrumen pembayaran masih lebih rendah jika dibandingkan dengan jumlah pengguna *e-money*. Frekuensi yang rendah diakibatkan preferensi (*behavioral intention to use*) mayoritas pengguna *e-money* masih condong kepada penggunaan uang tunai dan metode lain sebagai alat pembayaran ketimbang kartu *e-money*.

Hasil wawancara yang telah dilakukan tersebut merupakan dasar peneliti untuk menggunakan pendekatan *technology acceptance method* (TAM). Metode tersebut sudah umum untuk digunakan dalam penelitian

mengenai penerimaan teknologi dengan cara menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan suatu sistem oleh pengguna (Davis,1985). Dalam hasil wawancara, faktor yang dimaksud adalah proses *top-up* yang dianggap sulit (*perceived ease of use*), *partner merchant* yang sedikit (*perceived usefulness*), dan risiko kartu fisik hilang (*perceived risk*).

Maka dengan dasar gejala yang telah diuraikan di atas, serta masih banyaknya peluang untuk mengembangkan potensi guna bersaing dengan kompetitor uang elektronik secara keseluruhan, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui faktor apa di antara ketiga faktor tersebut yang paling mempengaruhi seseorang dalam menggunakan Mandiri *E-money*. Dari analisis faktor tersebut, penulis akan melakukan rekomendasi bagi perusahaan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, penelitian ini dilakukan untuk menjawab permasalahan penelitian yang dirumuskan sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavior intention to use* dalam penggunaan Mandiri *E-Money*?
2. Bagaimana pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavior intention to use* dalam penggunaan Mandiri *E-Money*?
3. Bagaimana pengaruh *perceived risk* terhadap *behavior intention to use* dalam penggunaan Mandiri *E-Money*?

4. Bagaimana pengaruh keseluruhan antara *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived risk* terhadap *behavior intention to use* dalam penggunaan Mandiri *E-Money*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah antara lain sebagai berikut.

1. Mengetahui pengaruh antara *perceived ease of use* terhadap *behavior intention to use* dalam penggunaan Mandiri *E-Money*.
2. Mengetahui pengaruh antara *perceived usefulness* terhadap *behavior intention to use* dalam penggunaan Mandiri *E-Money*.
3. Mengetahui pengaruh antara *perceived risk* terhadap *behavior intention to use* dalam penggunaan Mandiri *E-Money*.
4. Mengetahui pengaruh keseluruhan antara *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived risk* terhadap *behavior intention to use* dalam penggunaan Mandiri *E-Money*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan akan memberi manfaat antara lain sebagai berikut.

1. Bagi Bank Mandiri

Diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan serta menjadi masukan yang bermanfaat untuk meningkatkan tingkat adopsi dan layanan Mandiri *E-Money*.

2. Bagi Peneliti

Penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan pola pikir penulis dalam melakukan penelitian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian diharapkan dapat menjadi referensi untuk melakukan pengembangan lebih lanjut atau untuk melakukan penelitian dengan gejala sejenis.

1.5 Sistematika Penelitian

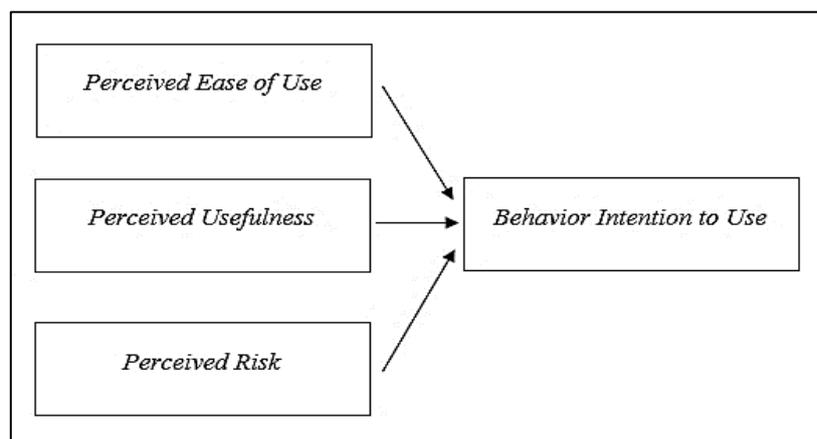
Teknologi dan fitur yang ditawarkan oleh penerbit *e-money* menghasilkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi. Kemudahan bertransaksi ini diharapkan untuk dapat menjadi faktor pendorong dalam upaya menciptakan Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT). Selama 6 tahun telah berjalannya program pemerintah tersebut, telah terjadi kenaikan signifikan dalam penggunaan *e-money* di masyarakat Indonesia. Namun, tentu dengan *multi issuer* menjadikan bank-bank besar di Indonesia berusaha menggarap pasar kartu *e-money* terkait, dan untuk sekarang, data menunjukkan bahwa Mandiri *E-Money* merupakan pemimpin pangsa pasar kartu uang elektronik tersebut.

Namun, di sisi lain, terlaksananya program GNNT memicu banyak kompetitor lain selain produk uang elektronik *chip based* untuk dengan ganas bersaing di pasar yang sama. Hal tersebut menyebabkan banyak alternatif pembayaran yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan bank maupun non-bank. Maka dari itu, untuk dapat menjadi instrumen pembayaran pilihan dan

meraup pasar lebih besar, perusahaan harus mampu memahami pola perilaku dalam penggunaan produknya.

Model *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan model yang digunakan untuk mendeskripsikan faktor-faktor penerimaan penggunaan sistem informasi. Faktor yang dimaksud adalah *perceived usefulness* atau merupakan persepsi manfaat terhadap suatu sistem informasi, dan faktor lainnya adalah *perceived ease of use* yang merupakan persepsi kemudahan *user* dalam menggunakan teknologi terkait dan mengacu kepada seberapa jauh seseorang mengharapkan teknologi terkait untuk bebas dari usaha dalam menggunakannya.

Namun penulis melakukan pengembangan terhadap model dengan menambahkan *perceived risk* (persepsi risiko) dengan dilandasi oleh hasil *preliminary research* yang telah dilakukan. Berikut model penelitian terkait.



Gambar 1.3 – Model Penelitian

Berdasarkan model penelitian terkait, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan antara lain sebagai berikut.

1. H_1 : *Perceived ease of use* memiliki pengaruh terhadap *behavior intention to use*.

2. H₂ : *Perceived usefulness* memiliki pengaruh terhadap *behavior intention to use*.
3. H₃ : *Perceived risk* memiliki pengaruh terhadap *behavior intention to use*.
4. H₄ : Secara Keseluruhan, *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, dan *perceived risk* memiliki pengaruh terhadap *behavior intention to use*.