

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya teknologi, manusia seperti terpacu untuk melakukan inovasi-inovasi terbaru untuk mempermudah pemenuhan kebutuhan hidupnya. Inovasi tersebut sudah mulai masuk ke dalam ranah transaksi ekonomi yang dulu berawal dari sistem barter, yakni sistem pembelian dan penjualan barang dengan menukarkan dengan barang yang lain, kini berubah menjadi sistem uang yang menggunakan uang sebagai nilai ukur harga dari suatu barang. Namun sistem uang yang terjadi di masyarakat terasa masih ada kekurangan, seperti halnya ketidaknyamanan manusia ketika membawa uang dalam jumlah banyak karena mempertebal dompetnya, kesulitan dalam melakukan transfer uang karena harus bertemu langsung dengan penerima, kesulitan dalam pembayaran tagihan karena harus datang ke kantor tempat pembayaran tagihan, dll. Ada beberapa cara dalam melakukan transaksi namun banyak yang belum mengetahui dengan cara modern, kebanyakan hanya memfokuskan dalam satu macam transaksi yaitu dengan membawa uang cash kemana-mana. Namun ada juga yang melakukan transaksi atau pembayaran dengan menggunakan sistem yang sudah modern. Sebagai tolak ukur manusia pada zaman sekarang lebih cenderung melakukan transaksi dengan sistem transfer karena menurut mereka lebih mudah menggunakan sistem transfer daripada melakukan transaksi *cash*. Bukan hanya kalangan muda-mudi namun pengguna sistem modern sudah meliputi sampai ke orang tua. Mungkin pengguna teknologi modern tersebut dapat mempermudah melakukan transaksi keseluruhan pengguna.

Dengan berjalannya waktu, manusia semakin berinovasi untuk mempermudah kegiatan transaksi tanpa membawa uang *cash* kemana-mana. Dilihat dari sudut pandang pada masa ini, banyak terjadi tindakan kriminal contohnya kecopetan. Tindakan tersebut dapat terjadi dimana pun baik kaum muda-mudi ataupun orangtua. Dengan tanpa membawa uang cash kemana-mana, setidaknya kita sudah mengurangi resiko kecopetan. Keadaan yang demikian membuat manusia semakin terpacu untuk membuat inovasi-inovasi baru untuk memberikan solusi dalam masalah tersebut.

Seperti halnya PT.TELKOMSEL, perusahaan ini memberikan solusi untuk menyelesaikan masalah diatas dengan membuat sistem T-Cash. T-Cash adalah layanan uang elektronik dari Telkomsel, T-Cash berbeda dengan pulsa dimana kita bisa menyimpan uang dan menggunakannya untuk semua transaksi. Telkomsel telah memiliki izin dari Bank Indonesia sebagai penyedia layanan uang elektronik. Oleh karenanya, T-Cash tidak memberikan bunga serta tidak dijamin oleh lembaga penjamin simpanan. Sistem pembayaran konvensional ini sebenarnya sekarang sudah diatasi dengan adanya sistem pembayaran elektronik dengan menggunakan sistem uang elektronik. T-Cash merupakan alat bayar mikro Indonesia, selain digunakan sebagai alat bayar T-Cash juga dapat digunakan sebagai kartu telepon seluler karena memang basis dari T-Cash adalah suatu layanan yang memungkinkan pelanggan melakukan transaksi menggunakan ponsel. Transaksi yang bisa digunakan seperti pembelian barang melalui toko, website, pembayaran tagihan, pengiriman uang seperti transfer antar pengguna layanan T-Cash. Penggunaan T-Cash sendiri sudah berlangsung sejak November 2007, Telkomsel menjadi integrator sekaligus *service provider* yang didukung oleh Bank Indonesia sebagai *regulator*, *merchant-merchant* penjual barang dan jasa (Indomaret, Grapari Telkomsel, dan lain-lain), bank sebagai tempat penyimpanan dana (BNI, Mandiri, dan sebagainya). [1] Salah satu teori yang terintegrasi yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)*.

TAM merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya pengguna teknologi komputer yang diperkenalkan pertama kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM merupakan hasil pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*, yang lebih dahulu dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada 1980, yang dapat diartikan dengan reaksi dan persepsi pengguna teknologi informasi akan mempengaruhi sikapnya dalam menggunakan teknologi informasi sehingga orang-orang melihat manfaat dan kemudahan pengguna teknologi informasi. TAM memosisikan dua kepercayaan (*beliefs*), yaitu *perceive usefulness* dan *percieved ease of use* sebagai faktor utama perilaku penerimaan komputer. Persepsi terhadap *usefulness* adalah manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan IT. Kim et al (2008) mendefenisikan persepsi manfaat yaitu sebagai keyakinan konsumen tentang sejauh mana dia akan mendapatkan sesuatu hal lebih baik atau lebih positif dari

transaksin online dengan situs web tertentu. Sedangkan menurut Bhatti (2007), persepsi manfaat digunakan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja tugas mereka. Seorang individu akan menilai manfaat yang dia dapatkan nantinya yang akan menjadi faktor utama atau akan medasari keinginan mereka untuk membeli atau memiliki atau melakukan transaksi secara online. Davis (1989) mendefenisikan persepsi kemanfaatan sebagai suatu tingkatan dengan mana seseorang percaya bahwa suatu pengguna suatu objek tertentu akan dapat meningkatkan kinerja seseorang [2]. Dari defenisi tersebut dapat dinyatakan bahwa persepsi kemanfaatan dari pengguna komputer dapat meningkat kinerja mereka. Hal ini berarti bahwa dapat mencapai hasil yang lebih efisien dan efektif. Dari penjelasan tentang *Technology Acceptance Model* (TAM) maka dapat disimpulkan yaitu penggunaan TAM terhadap pengguna T-Cash dapat mempermudah dalam melakukan transaksi, karena mencakup dalam proses kemudahan dan kegunaan pengguna. Maka dari itu dari penelitian diatas didapatkan dari sampel pengguna T-Cash yang berada di Medan. Pengguna T-Cash pada saat ini sudah mulai berkembang dari pada tahun sebelumnya, dan berharap agar pengguna T-Cash dapat berkembang sebanyak mungkin bukan hanya di Medan melainkan se-Indonesia. Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan disimpulkan dengan judul penelitian **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat dan Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem T-Cash Medan”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini diidentifikasi pada studi kasus T-Cash sebagai kategori produk baru untuk alat pembayaran di Indonesia, seperti hal-hal sebagai berikut :

- a) Apakah persepsi Manfaat (*perceived of usefulness*) berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna?
- b) Apakah Persepsi Kemudahan (*perceived ease of use*) berpengaruh secara signifikan terhadap minat pengguna (*behavioral itention to use*) dalam sistem T-Cash?

- c) Apakah Persepsi Manfaat (*perceived of usefulness*) dan Persepsi Kemudahan (*perceived ease of use*) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap (*behavioral itention to use*) Minat Pengguna?

1.3. Ruang Lingkup

Ruang Lingkup permasalahan ini yang telah dirumuskan sebelumnya penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

- a) Faktor penerimaan (*Factor of acceptance*) yang dijadikan variabel independent (X) adalah *Perceived of Usefulness* (PU) dan *Perceived Ease of Use* (PEU) dengan menggunakan variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah *Behavioral Intention to Use* (BI)
- b) Layanan T-Cash yang dimaksud yaitu layanan *SMS center, E-mail, dan internet.*
- c) Objek penelitian ini adalah pengguna Telkomsel Cash (T-Cash) di daerah Medan yang pernah melakukan transaksi melalui T-Cash.

1.4. Tujuan dan Manfaat

1.4.1. Tujuan

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :
Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat pengguna T-Cash di Medan.

1.4.2. Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam mengetahui perkembangan perilaku konsumen terhadap minat atau ketertarikan dalam menggunakan Telkomsel Cash (T-Cash).
2. Hasil penelitian ini juga memungkinkan perusahaan Telkomsel penerbit T-Cash untuk lebih mengetahui aspek-aspek yang dapat meningkatkan dan memperbaiki dalam mempromosikan atau menerapkan strategi penggunaan T-Cash yang tepat untuk menggunakan *e-money* sebagai media transaksi *micropayment* masa depan.