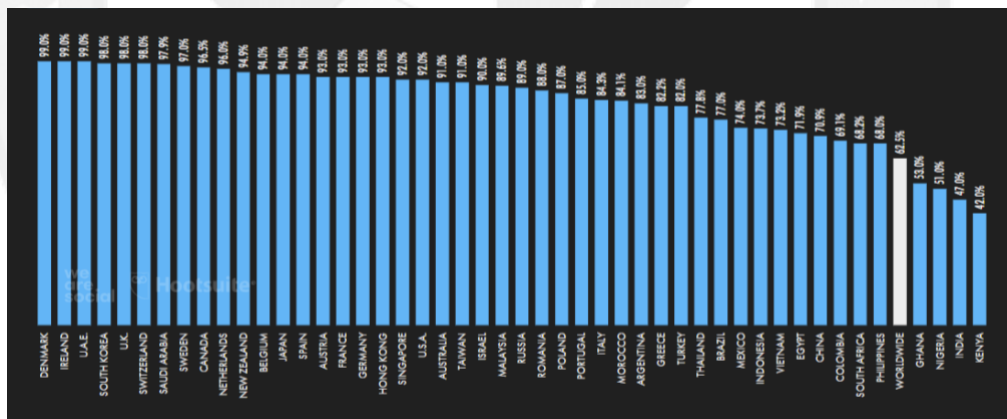


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

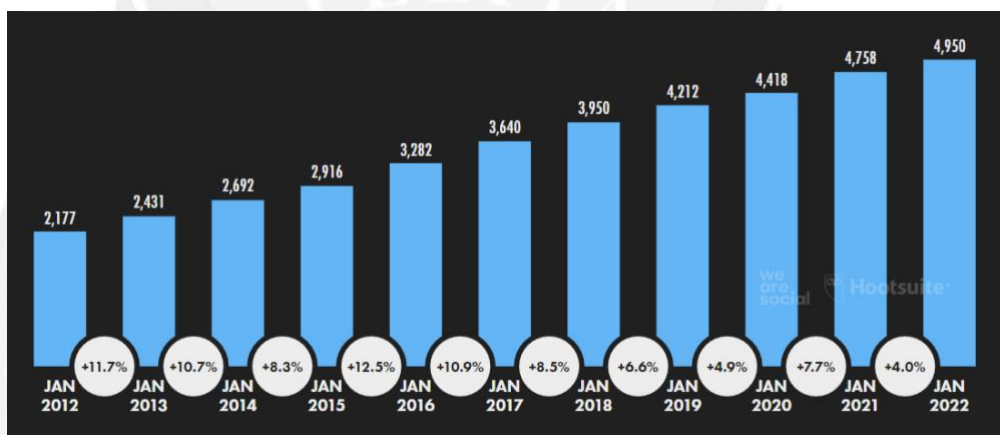
Saat ini penggunaan teknologi informasi, khususnya internet, telah menjadi sebuah hal yang esensial dari gaya hidup masyarakat. Peran internet sangat penting bagi masyarakat sebagai sumber informasi, hiburan, dan ilmu pengetahuan. Internet menjadi pilihan utama masyarakat dalam memperoleh informasi oleh karena waktu yang dibutuhkan untuk memperoleh informasi yang jauh lebih singkat jika dibandingkan dengan media komunikasi lainnya (Finansial, 2022).



Gambar 1.1 *Internet Adoption*
Sumber: We Are Social & Hootsuite (2022)

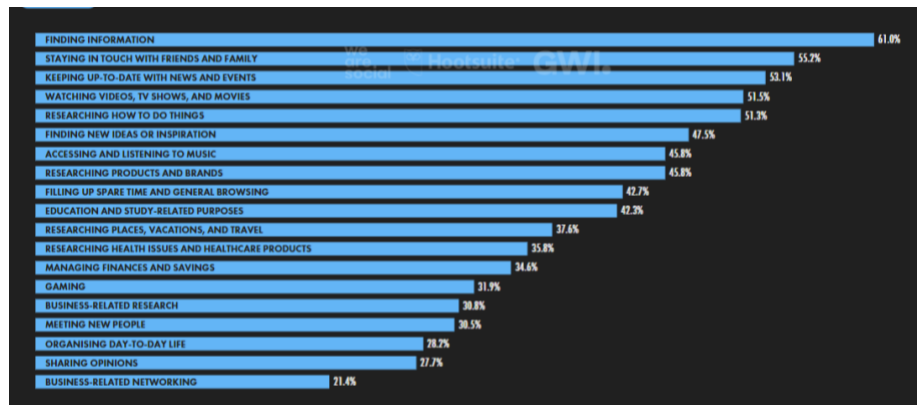
Menurut laporan *Digital 2022 Global Overview Report* yang dipublikasikan oleh We Are Social & Hootsuite (2022), disebutkan bahwa dari 7,91 miliar populasi dunia, terdapat 4,95 miliar atau setara dengan 62,5% populasi yang memiliki akses internet.

Menurut Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk di Indonesia pada semester I 2022 tercatat sebanyak 275.361.267 jiwa. Mengacu pada Gambar 1.1, pengguna internet di Indonesia tercatat mencapai 73,7% dari total penduduk, sehingga dapat diartikan bahwa terdapat sekitar 202.941.253 orang yang memiliki akses terhadap internet di Indonesia.



Gambar 1.2 *Internet Users Over Time*
Sumber: We Are Social & Hootsuite (2022)

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa setiap tahunnya terdapat tren peningkatan penggunaan internet. Merujuk pada Gambar 1.3, mayoritas masyarakat memanfaatkan akses internet untuk mencari informasi, berkomunikasi dengan kerabat dan teman, serta mendapatkan berita dan peristiwa penting yang terjadi di dunia.



Gambar 1.3 Main Reasons for Using the Internet
 Sumber: We Are Social & Hootsuite (2022)

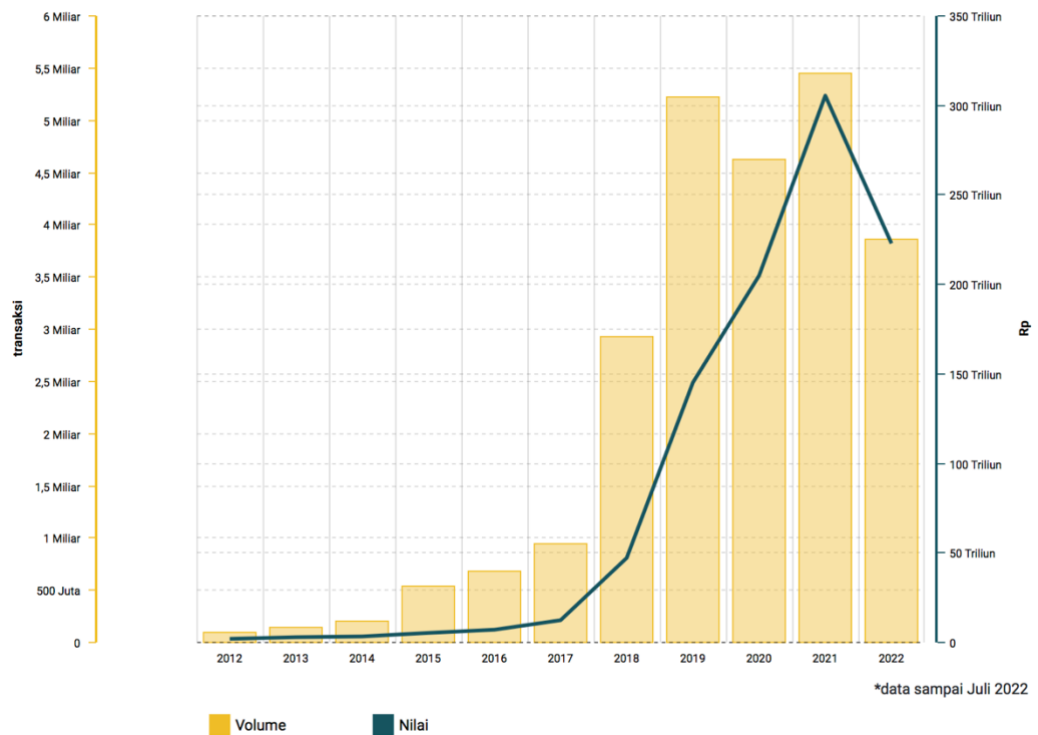
Cashless society merupakan masyarakat yang melakukan transaksi atau kegiatan jual-beli secara non tunai (Rahman et al., 2020). Masyarakat yang menerapkan *cashless society* bertransaksi menggunakan uang elektronik (*e-money*), kartu debit, maupun kartu kredit. Menurut data dari Bank Indonesia, masyarakat yang menerapkan *cashless society* terus meningkat.



Gambar 1.4 Total Nilai Transaksi Pembayaran Digital
 Sumber: ASLI RI (2022)

Dengan adanya *cashless payment*, masyarakat cenderung melakukan pembayaran atau bertransaksi tidak lagi menggunakan uang tunai. Pada Gambar

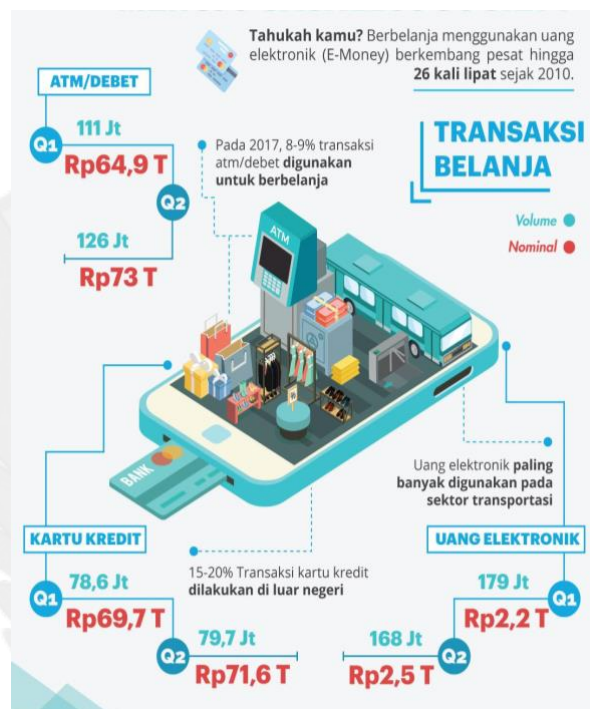
1.4 terlihat bahwa bahwa nilai transaksi dengan menggunakan pembayaran digital terus bertambah secara signifikan setiap tahunnya mulai dari tahun 2017 hingga tahun 2021. Salah satu faktor yang menyebabkan kenaikan transaksi digital ini dikarenakan meningkatnya aktivitas belanja *online* selama pandemi COVID-19, juga adanya kemudahan dalam sistem pembayaran non tunai (Ahmad Burhan, 2022).



Gambar 1.5 Volume dan Nilai Transaksi Belanja Menggunakan Uang Elektronik di Indonesia (2012-Juli 2022)
 Sumber: databoks (2022)

Merujuk pada Gambar 1.5, dalam satu dekade terakhir, volume dan nilai transaksi dalam menggunakan uang elektronik mengalami kenaikan yang sangat signifikan, dimana pada tahun 2012 volume transaksi belanja menggunakan uang elektronik hanya sebesar 100,63 juta kali transaksi dengan

nilai total sekitar Rp1,98 triliun, sedangkan pada Januari hingga Juli 2022 tercatat sebesar Rp222,9 triliun atau 72,98% dari total nilai transaksi ditahun 2021 (Budy Kusnansdar, 2022).



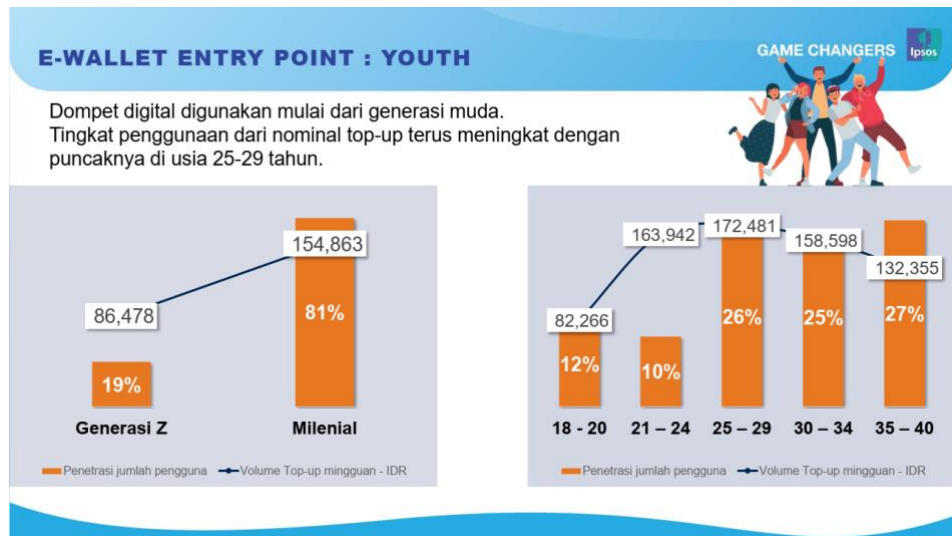
Gambar 1.6 Menuju Cashless Society
Sumber: Indonesiabaik.id (2018)

Kehadiran pembayaran non tunai ini merupakan salah satu hasil dari revolusi *financial technology (fintech)* sejalan dengan Revolusi Industri Keempat (IR 4.0), dan mengacu pada masyarakat yang melakukan transaksi pembayaran secara non tunai (Balakrishnan & Shuib, 2021). Pembayaran tradisional menggunakan koin dan uang kertas digantikan oleh pembayaran elektronik yang lebih efisien (Worthington, 1995). Penggunaan metode pembayaran non tunai dapat mengurangi kerugian yang dapat timbul dari pencurian dan penipuan. Dengan demikian, kampanye untuk beralih menuju pembayaran non tunai dapat meningkatkan optimisme masyarakat terhadap

layanan pembayaran seluler (*mobile banking*), dan juga mengurangi masalah keamanan akibat membawa uang tunai, terutama bagi wanita. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan pembayaran non tunai dapat memberikan manfaat sosial-ekonomi yang signifikan bagi semua pihak (Humbani & Wiese, 2018). Namun perlu diperhatikan pula, tren pembayaran non tunai adalah tren global dan harus disadari bahwa apa yang berhasil di satu negara mungkin tidak berlaku di negara lain karena adanya perbedaan infrastruktur (teknologi) dan budaya (perilaku) (Rahman et al., 2020).

Perkembangan teknologi membawa transformasi pada pola masyarakat dalam melakukan transaksi jual-beli, dimana awalnya masyarakat bertransaksi secara fisik dengan mendatangi gerai penjualan secara langsung, kini masyarakat dapat bertransaksi cukup dengan menggunakan aplikasi/website. Selain itu, transformasi tersebut membawa perubahan pada segi pola konsumen dalam melakukan pembayaran, dimana terdapat transisi antara pembayaran menggunakan uang tunai menjadi pembayaran secara non tunai.

Kehadiran layanan internet membuat aplikasi berbasis daring (*online*) semakin digemari oleh masyarakat. Aplikasi daring merupakan inovasi baru dalam media bisnis yang dapat membantu para pelaku bisnis untuk tetap dapat bersaing mengikuti perkembangan teknologi. Keberadaan aplikasi daring turut serta menghasilkan suatu inovasi bernama dompet digital, yaitu akun finansial yang berbentuk elektronik/digital dimana pengguna dapat menyimpan uang, melakukan transaksi, dan mengecek riwayat transaksi yang pernah dilakukan (Rohman, 2022).



Gambar 1.7 E-Wallet Entry Point: Youth
Sumber: Ipsos (2020)

Menurut data yang disajikan pada Gambar 1.7, pengguna dompet digital sebagian besar adalah generasi muda yang memiliki kemampuan dalam melakukan pembayaran. Hal ini bisa dilihat pada persentase tertinggi pengguna dompet digital berada di antara pengguna yang memiliki usia 25-40 tahun.

Masyarakat yang telah mulai menggunakan pembayaran secara non tunai cenderung akan memilih untuk tetap menggunakan pembayaran non tunai pada transaksi berikutnya dan tidak akan kembali menggunakan pembayaran dengan uang tunai. Hal tersebut disebabkan oleh rasa nyaman yang didapatkan dengan melakukan pembayaran secara non tunai. Jika rasa nyaman tersebut sudah terbiasa didapatkan dari sebuah fasilitas dalam kehidupan sehari-hari, sulit bagi konsumen untuk meninggalkan fasilitas tersebut. Bahkan ketika pihak penyedia layanan pembayaran non tunai tidak sedang mengadakan promosi, akan terdapat konsumen yang tetap menggunakan pembayaran non tunai karena adanya *organic users* yang sudah terbiasa menggunakan sistem pembayaran

non tunai (Ramadhan, 2020). Dengan demikian, pembayaran non tunai akan tetap dapat berjalan dan loyalitas pelanggannya dapat dipertahankan dalam jangka waktu yang panjang.

Penelitian yang akan dilakukan perlu mengembangkan pencapaian teoretis terhadap sifat pragmatis dari pembayaran non tunai, dan diperlukan adanya pengetahuan baru yang bersifat deskriptif dan eksploratif karena pengetahuan tersebut dapat membantu menjelaskan fenomena yang diteliti, serta pengetahuan ini dapat membantu merumuskan saran untuk praktik bisnis, serta perumusan kebijakan, dalam transaksi non tunai. Saat ini, pembayaran non tunai telah menjadi salah satu komponen penting ekonomi global dan dianggap sebagai penentu penting ekspansi ekonomi, sehingga diperlukan adanya eksplorasi faktor-faktor keberhasilan yang mempengaruhi adopsi pembayaran non tunai di kalangan konsumen. Sering kali, penyedia teknologi memiliki kecenderungan untuk lebih fokus pada sistem itu sendiri dan secara tidak sengaja mengabaikan preferensi konsumen (Rahman et al., 2020).

Penggunaan model UTAUT2 untuk membuktikan apakah harapan kinerja, kondisi memfasilitasi, pengaruh sosial, inovasi, keamanan teknologi yang dirasakan, dan motivasi hedonis sebagai faktor paling penting yang dapat mempengaruhi adopsi pembayaran non tunai (Rahman et al., 2020). UTAUT2 adalah model yang tepat untuk menganalisa adopsi pembayaran non tunai. Model UTAUT2 tersebut diharapkan dapat memberikan pandangan tentang bagaimana faktor perilaku konsumen mempengaruhi adopsi pembayaran non tunai.

Penelitian ini menggunakan model UTAUT2 dengan tujuan dapat mendeskripsikan perilaku masyarakat terhadap adopsi pembayaran non tunai. Penggunaan model UTAUT2 ini diharapkan agar bisa menjadi alat yang bisa digunakan untuk mempertimbangkan apakah penggunaan pembayaran non tunai sebagai teknologi baru ini bisa menjadi suatu keberhasilan (Nurfitriyani, 2020). Dengan menggunakan model UTAUT2, harapan kinerja, kondisi fasilitas, pengaruh sosial, inovasi, keamanan teknologi yang dirasakan, dan motivasi hedonis dapat digunakan dan diuji sebagai prediktor langsung adopsi pembayaran non tunai.

Adapun pengujian dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* untuk melakukan penilaian model pengukuran dan analisis model struktural. Penelitian ini ditujukan terhadap pembayaran non tunai karena menurut peneliti objek penelitian ini menarik untuk diteliti dan memiliki beberapa masalah yang menjadikan alasan/latar belakang dilakukannya penelitian ini. Adapun masalah yang dihadapi disini adalah segmen/kalangan tertentu yang masih sering menggunakan tunai dalam melakukan transaksi pembayaran, adanya masyarakat yang masih tidak peka dan tidak memanfaatkan teknologi, serta kurangnya minat dan rasa ingin tahu. Maka dari itu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS ADOPSI PEMBAYARAN NON TUNAI DENGAN MENGGUNAKAN *UNIFIED THEORY OF ADOPTION AND USE OF TECHNOLOGY 2 (UTAUT2)* DI INDONESIA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian adalah:

- 1) Seberapa besar pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Adoption of Cashless Payments*?
- 2) Seberapa besar pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Adoption of Cashless Payments*?
- 3) Seberapa besar pengaruh *Social Influence* terhadap *Adoption of Cashless Payments*?
- 4) Seberapa besar pengaruh *Innovativeness* terhadap *Adoption of Cashless Payments*?
- 5) Seberapa besar pengaruh *Perceived Technology Security* terhadap *Adoption of Cashless Payments*?
- 6) Seberapa besar pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Adoption of Cashless Payments*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki tujuan untuk:

- 1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Performance Expectancy* terhadap *Adoption of Cashless Payments*.
- 2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Facilitating Condition* terhadap *Adoption of Cashless Payments*.

- 3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Social Influence* terhadap *Adoption of Cashless Payments*.
- 4) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Innovativeness* terhadap *Adoption of Cashless Payments*.
- 5) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Perceived Technology Security* terhadap *Adoption of Cashless Payments*.
- 6) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Adoption of Cashless Payments*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a) Diharapkan penelitian ini dapat memberi kontribusi literatur, memberi manfaat, dan sumbangsih untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang bersifat deskriptif dan eksploratif mengenai transformasi digital di bidang manajemen.
- b) Penelitian dapat menjadi referensi dan acuan bagi peneliti lainnya di masa yang akan datang yang memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut dan lebih dalam mengenai adopsi pembayaran non tunai.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a) Bagi Pelaku Bisnis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai acuan untuk merumuskan saran terhadap praktik bisnis, perumusan kebijakan dalam

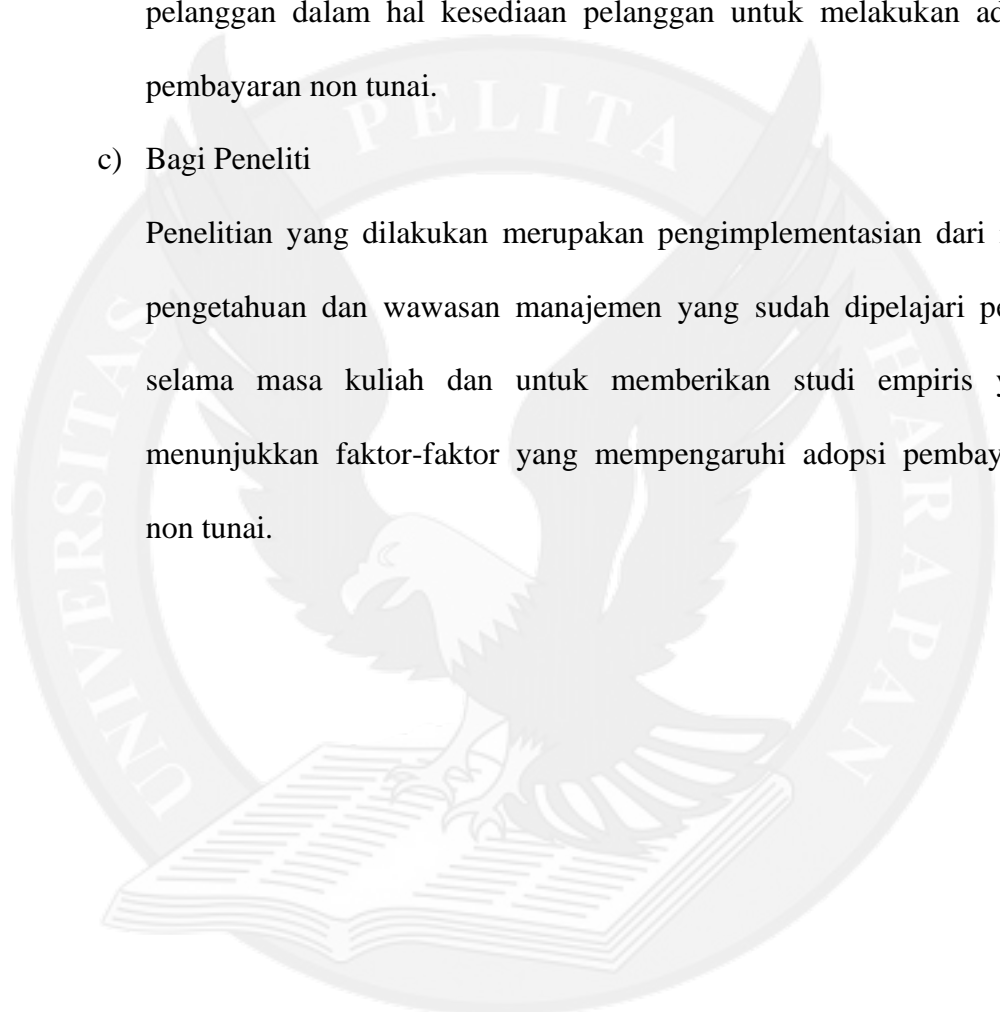
transaksi non tunai, dan menjadi bahan evaluasi dalam mempromosikan aplikasinya.

b) Bagi Pengguna

Penelitian dapat memberikan pemahaman akan sudut pandang pelanggan dalam hal kesediaan pelanggan untuk melakukan adopsi pembayaran non tunai.

c) Bagi Peneliti

Penelitian yang dilakukan merupakan pengimplementasian dari ilmu pengetahuan dan wawasan manajemen yang sudah dipelajari penuh selama masa kuliah dan untuk memberikan studi empiris yang menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi pembayaran non tunai.



1.5 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini, penelitian akan diberi batasan masalah dan ruang lingkup penelitian, yaitu sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini hanya memuat tujuh variabel yang berkaitan dengan *Adoption of Cashless Payments*.
- 2) Penelitian ini menggunakan *Adoption of Cashless Payments* sebagai variabel dependen.
- 3) Penelitian ini menggunakan *Performance Expectancy, Facilitating Condition, Social Influence, Innovativeness, Perceived Technology Security, Hedonic Motivation* sebagai variabel independen.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan memiliki tujuan untuk memudahkan dalam memahami isi penelitian. Penelitian ini terbagi menjadi lima bab sebagai berikut:

1) BAB I – PENDAHULUAN

Bab ini berisi akan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan dari penelitian yang akan ditulis oleh peneliti.

2) BAB II – TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi akan penjelasan, pengertian, dan penjabaran dari digital transformasi di bidang alat pembayaran, teori penelitian, variabel penelitian, hubungan antar variabel, dan model penelitian yang akan

peneliti gunakan untuk mendukung argumen dan hipotesa dari penelitian.

3) BAB III – METODE PENELITIAN

Bab ini berisi akan paradigma penelitian, desain penelitian, objek dan subjek penelitian, unit analisis, skala pengukuran variabel, definisi konseptual dan definisi operasional, metode pengumpulan data, teknik pengumpulan data, etika pengumpulan data, populasi dan sampel, metode analisis data, dan uji pendahuluan yang dilakukan pada penelitian ini.

4) BAB IV – HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi akan hasil dan pembahasan dari analisis data yang dilakukan untuk penelitian ini.

5) BAB V – KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi akan kesimpulan dan saran, serta menjadi penutup dari penelitian yang sudah dilakukan, yang berisi akan kesimpulan, implikasi teoritis, implikasi manajerial, keterbatasan dan saran.