

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian. Sistematika penulisan juga akan dijelaskan pada bagian akhir dalam bab ini.

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi telah menjadi salah satu hal yang memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat sehari-hari pada era modern, khususnya pada tahun 2013 ini. Peran penting teknologi informasi dapat dilihat dari berbagai manfaat yang diberikan oleh produk teknologi informasi (Nasrum, 2010). Produk teknologi informasi menawarkan kemudahan, kepraktisan dan kecepatan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Hal ini sangat berguna dan sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat masa kini yang menuntut semuanya serba cepat, mudah dan praktis. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan jika teknologi informasi menjadi bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat sehari-hari. Selain itu, produk teknologi informasi juga semakin banyak digunakan oleh masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Hal ini disebabkan oleh minat masyarakat yang semakin besar untuk menggunakan produk teknologi informasi sehingga permintaan akan produk teknologi informasi juga semakin meningkat di berbagai wilayah. Salah satu wilayah yang mengalami peningkatan permintaan akan produk teknologi informasi adalah Jawa Timur (Citra, 2012).

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia. Indonesia sendiri merupakan pasar teknologi informasi dan komunikasi yang besar dan potensial (Galih dan Ngazis, 2012). Surabaya merupakan ibukota provinsi Jawa Timur dan kota terbesar kedua di Indonesia dengan jumlah penduduk lebih dari 3 juta jiwa (Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Surabaya, 2012). Surabaya termasuk kota metropolitan yang penduduknya juga telah merasakan banyak manfaat dari perkembangan teknologi informasi yang kian pesat. Penggunaan produk teknologi informasi telah menjadi bagian dari gaya hidup sebagian besar

masyarakat di Surabaya. Oleh karena itu, kota Surabaya juga merupakan salah satu pasar yang potensial bagi produk teknologi informasi.

Penggunaan teknologi informasi yang semakin banyak dan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan serta meluncurkan produk-produk teknologi informasi baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Salah satu perusahaan yang berhasil memanfaatkan peluang ini dengan baik adalah PT Bank Central Asia Tbk atau yang biasa disebut BCA. BCA merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia yang memiliki reputasi yang baik dan terpercaya. Hal ini terbukti dari banyaknya penghargaan yang telah diterima oleh BCA dari berbagai pihak, seperti *Top Brand Award* 2012 untuk produk tabungan, kartu kredit, produk deposito, *mobile banking*, *ATM Card* serta *Call Center* dari Frontier Consulting Group dan Majalah Marketing (Amri, 2012). Penghargaan lain yang diterima oleh BCA adalah *SWA 100 Indonesia's Best Wealth Creators* 2011 dari majalah SWA dan konsultan Stern Stewart & Co. serta *Banking Service Excellence Award* 2011 dari majalah Infobank dan lembaga Marketing Research Indonesia (SWA Media Inc, 2011).

Pada tahun 2007, BCA merespon kebutuhan konsumen akan produk teknologi informasi yang memudahkan transaksi pembayaran dengan meluncurkan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA. Kartu prabayar berbelanja Flazz BCA merupakan alat pembayaran multifungsi tercepat pertama di Indonesia dengan teknologi terkini untuk kenyamanan bertransaksi (BCA, 2011). Kartu prabayar berbelanja Flazz BCA merupakan salah satu produk berbasis teknologi informasi dari BCA yang paling unik dan berkembang dengan cukup pesat.

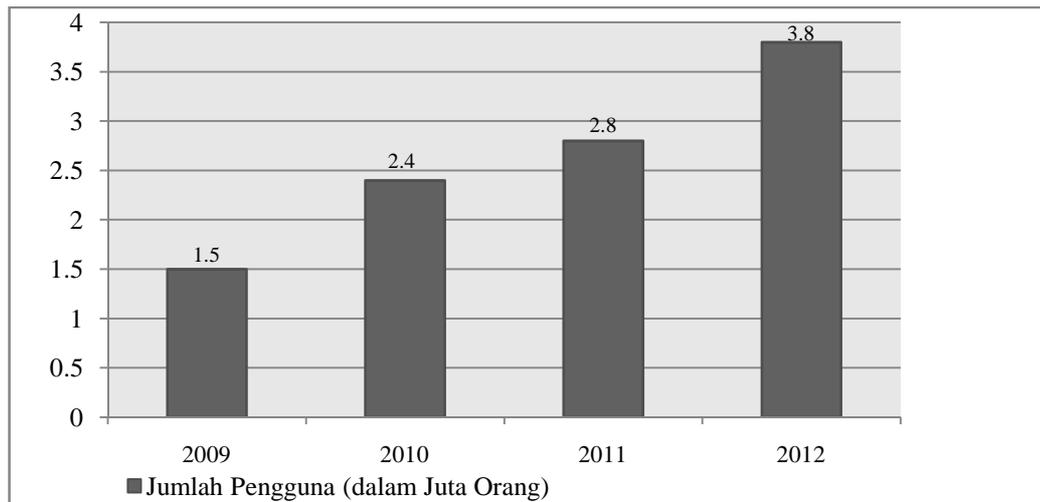
Kartu prabayar berbelanja Flazz BCA menggunakan teknologi terkini, yaitu *chip* dan RFID (*Radio Frequency Identification*) sehingga transaksi pembayaran dilakukan langsung di *chip* dalam kartu prabayar berbelanja Flazz BCA itu sendiri. Kartu prabayar berbelanja Flazz BCA mampu menjawab kebutuhan konsumen untuk berbelanja dengan mudah, cepat, murah, dan praktis. Keunggulan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA tersebut adalah kecepatan transaksinya yang dapat dilakukan dalam hitungan detik, kemudahan dalam penggunaannya karena tidak perlu menginput PIN, kepraktisannya karena

konsumen tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah besar maupun menyimpan uang receh lagi, dan murah karena tanpa biaya transaksi (BCA, 2011).

Selain itu, kartu prabayar berbelanja Flazz BCA juga memiliki sistem yang sangat unik, yaitu seperti deposito bagi konsumen. Hal ini merupakan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Apalagi berbelanja merupakan aktivitas wajib bagi sebagian besar orang. Oleh sebab itu, tidaklah mengherankan jika saat ini jumlah pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA telah mencapai jutaan konsumen. Selain itu, kartu prabayar berbelanja Flazz BCA juga berhasil memperoleh penghargaan sebagai 20 besar *brand* paling inovatif di Indonesia (*Top 20 Indonesia Innovative Brands*) dari majalah Mix Marketing Communication pada tahun 2011 (Hendriani, 2011).

Pada awal diluncurkan tahun 2007 lalu, BCA hanya menargetkan 1 juta pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA sampai dengan tahun 2009 (SWA Media Inc., 2007). Tetapi, pada tahun 2009, jumlah pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA telah mencapai 1,5 juta pengguna (Acandra, 2009). Jumlah pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA terus mengalami peningkatan. Pada kuartal ketiga tahun 2010, jumlah pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA telah mencapai 2,4 juta (Satriani, 2010). Sedangkan jumlah pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA hingga bulan Juli 2011 adalah sebanyak 2,8 juta dengan nilai transaksi setiap bulan yang mencapai sekitar Rp 33 miliar (Ashar dan Tobing, 2011).

Jumlah pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA terus bertambah hingga mencapai 3,8 juta pengguna pada bulan November 2012. Hal ini seiring dengan perluasan jaringan pembayaran yang dilakukan oleh BCA dari yang awalnya hanya di Pulau Jawa hingga berhasil menjangkau Pulau Sulawesi dan Sumatera. Saat ini, kartu prabayar berbelanja Flazz BCA telah dapat digunakan di 14 kota di Sumatera, Jawa (Jabodetabek, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Solo, Malang, dan Surabaya), Bali, dan Sulawesi (Makassar) serta menjangkau jaringan di 32.000 gerai di berbagai lini bisnis (Berita BCA, 2012). Secara keseluruhan, perkembangan jumlah pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA dari tahun ke tahun ditampilkan pada gambar di bawah ini.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Kartu Flazz BCA Tahun 2009-2012

Sumber: Acandra (2009) diunduh dari www.kompas.com, Satriani (2010) diunduh dari keuangan.kontan.co.id, Ashar dan Tobing (2011) diunduh dari personalfinance.kontan.co.id, Berita BCA (2012) diunduh dari www.harianjogja.com

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada 2010, yaitu sebesar 60%. Pada tahun 2011 juga terjadi peningkatan jumlah pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA. Tetapi, peningkatan jumlah pengguna pada tahun 2011 tergolong kecil, yaitu hanya sebesar 16,7% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Peningkatan jumlah pengguna juga terjadi pada tahun 2012. Akan tetapi, persentase pertumbuhannya juga tidak terlalu besar, yaitu hanya sebesar 35,7%. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun perkembangan jumlah pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA menunjukkan tren yang positif, tetapi tren pertumbuhannya masih tergolong kecil.

Padahal menurut Bank Indonesia (BI), pasar transaksi dengan menggunakan *electronic money (e-money)* masih besar bagi dunia perbankan. Hal ini tampak dari pengguna *e-money* yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Selain itu, nilai transaksi menggunakan *e-money* juga mengalami peningkatan. Pada bulan April 2011, nilai transaksi per hari sebesar Rp1,9 miliar (Investor Daily, 2011). Sedangkan nilai transaksi pada bulan Mei 2012 mencapai Rp 120,9 miliar per hari (Dwiantika, 2012). Hal tersebut menunjukkan bahwa kartu prabayar berbelanja Flazz BCA masih berpeluang meningkatkan jumlah penggunaannya karena pasar untuk *e-money* masih besar dan potensi pasarnya juga masih besar.

Fenomena tersebut merupakan salah satu faktor yang melatarbelakangi penelitian ini. Penelitian ini akan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya dan pengaruh *behavioral intention* terhadap *actual usage* kartu prabayar berbelanja Flazz BCA. Moon dan Kim (2001) mendefinisikan *actual usage* sebagai frekuensi dan volume penggunaan yang dilaporkan sendiri oleh pengguna. Menurut Davis *et al.* (1989), *behavioral intention* didefinisikan sebagai sejauh mana individu berniat untuk melakukan perilaku tertentu. Dalam penelitian ini, *behavioral intention* digunakan sebagai *intervening variable* yang menghubungkan *independent variable* dengan *dependent variable*, yaitu *actual usage*. Adapun *independent variable* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *personal innovativeness*, *social influence*, dan *compatibility*.

Theory of Reasoned Action (TRA) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Ajzen and Fishbein, 1980; Ajzen, 1985; 1991) menyebutkan bahwa "a person's action is determined by the intention to perform." Berdasarkan teori tersebut, tindakan seseorang ditentukan oleh niat untuk melakukan. *Action* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *actual usage* dan *intention* yang dimaksud adalah *behavioral intention*. *Theory of Planned Behavior* (TPB) mengatakan bahwa "behavioral intentions trigger future behaviors" (Ajzen and Fishbein, 1980). Berdasarkan teori tersebut, *behavioral intention* dapat memicu perilaku konsumen di masa depan. Perilaku konsumen di masa depan yang menjadi fokus penelitian ini adalah penggunaan aktual (*actual usage*) kartu prabayar berbelanja Flazz BCA. Menurut teori-teori tersebut, *behavioral intention* dapat memicu dan menentukan tindakan dan perilaku konsumen di masa depan. Oleh karena itu, *behavioral intention* sangat penting dan menarik untuk diteliti.

Untuk mengetahui lebih banyak tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *actual usage* melalui *behavioral intention* kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya, maka telah dilakukan sigi awal dalam bentuk wawancara dengan 20 orang responden yang merupakan pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya pada tanggal 6-10 Februari 2012. Hasil yang diperoleh dari sigi awal tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1 Hasil Sigi Awal

No.	Pernyataan	Variabel
1.	a. Kartu prabayar berbelanja Flazz BCA berfungsi untuk kemudahan transaksi belanja harian, membayar tol dan parkir. b. Kartu prabayar berbelanja Flazz BCA berguna untuk membantu <i>manage</i> keuangan karena sistemnya seperti tabungan atau deposito. c. Banyak diskon dari toko-toko yang dapat diperoleh dengan menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA untuk transaksi berbelanja. d. Penggunaan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA dapat meminimalkan resiko uang hilang karena jatuh atau hal lain sebab uang telah tersimpan dalam bentuk saldo di kartu prabayar berbelanja Flazz BCA. e. Kartu Flazz dapat berfungsi sebagai pengganti uang tunai sehingga tidak perlu lagi membawa uang tunai dalam jumlah banyak.	<i>Perceived Usefulness</i>
2.	a. Kartu prabayar berbelanja Flazz BCA praktis karena bentuknya yang tipis dan mudah dibawa ke mana saja. b. Kartu prabayar berbelanja Flazz BCA mudah digunakan dalam transaksi berbelanja karena hanya tinggal didekatkan saja ke <i>reader</i> tanpa perlu tanda tangan atau menginput PIN. c. Transaksi menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA cepat karena karena saldo uang di kartu prabayar berbelanja Flazz BCA akan langsung dipotong secara otomatis saat melakukan transaksi. d. Penggunaan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA sangat mudah karena saldo akan dipotong sesuai dengan jumlah nominal belanja sehingga tidak perlu repot untuk mencari uang receh di dompet atau menyimpan uang kembalian berupa uang receh.	<i>Perceived ease of use</i>
3.	a. Kartu prabayar berbelanja Flazz BCA merupakan produk baru sehingga menimbulkan rasa keingintahuan untuk mencoba menggunakannya. b. Saya menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA karena saya memang termasuk orang yang suka mencoba sesuatu yang baru. c. Kartu prabayar berbelanja Flazz BCA menggunakan teknologi baru sehingga saya tertarik untuk mencoba menggunakannya. d. Kartu prabayar berbelanja Flazz BCA berbeda dengan kartu kredit dan kartu lainnya sehingga saya menjadi ingin mencoba menggunakannya.	<i>Personal innovativeness</i>
4.	a. Saya menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA karena ada anggota keluarga saya yang telah menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA. b. Saya menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA karena teman-teman saya menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA. c. Saya menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA karena salah satu anggota keluarga saya merekomendasikan untuk menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA. d. Saya menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA karena teman saya menceritakan tentang kartu prabayar berbelanja Flazz BCA dan menyarankan untuk menggunakannya.	<i>Social influence</i>
5.	a. Saya merasa nyaman menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA dalam transaksi belanja. b. Kartu prabayar berbelanja Flazz BCA sesuai dengan diri saya yang tidak suka membawa banyak uang tunai di dompet. c. Saya sering melakukan aktivitas berbelanja, membayar parkir dan tol sehingga kartu prabayar berbelanja Flazz BCA sesuai dengan kebutuhan saya dan aktivitas saya. d. Saya lebih suka menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA daripada menggunakan kartu debit dan membawa uang tunai.	<i>Compatibility</i>

1.2 Batasan Masalah

Dalam setiap penelitian diperlukan batasan yang jelas mengenai masalah yang dibahas agar pembahasan masalah tidak terlalu luas. Demikian juga dengan penelitian ini. Variabel-variabel yang digunakan dan dibahas dalam penelitian ini hanya *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *compatibility*, *personal innovativeness*, *social influence*, *behavioral intention* dan *actual usage* karena variabel-variabel ini merupakan variabel-variabel yang paling sesuai dengan objek penelitian.

Selain itu, penelitian ini juga tidak mempertimbangkan faktor gender karena pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA, baik yang bergender pria maupun wanita dianggap cenderung sama dalam melakukan kegiatan berbelanja dan melakukan transaksi dengan menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA. Penelitian ini juga tidak memperhitungkan faktor-faktor lain, seperti tingkat pendapatan dan status sosial. Penelitian ini hanya akan dilakukan terhadap pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA yang bertempat tinggal di Surabaya dengan batasan usia antara 18 sampai 60 tahun, yaitu masa dewasa dini menurut RBC Royal Bank (Kotler dan Armstrong, 2010).

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan data-data dan fakta dalam latar belakang serta hasil sigi awal, masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan menjadi rumusan masalah secara umum dan spesifik. Rumusan masalah secara umum dalam penelitian ini adalah apa faktor-faktor yang mempunyai pengaruh positif terhadap *actual usage* melalui *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya?

Sedangkan rumusan masalah secara spesifik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya?
3. Apakah *compatibility* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya?

4. Apakah *personal innovativeness* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya?
5. Apakah *social influence* berpengaruh positif terhadap *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya?
6. Apakah *behavioral intention* berpengaruh positif terhadap *actual usage* kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini secara umum adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *actual usage* melalui *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya. Sedangkan secara spesifik, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisa pengaruh *perceived usefulness* terhadap *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya, pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya, pengaruh *compatibility* terhadap *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya, pengaruh *personal innovativeness* terhadap *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya, pengaruh *social influence* terhadap *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya serta pengaruh *behavioral intention* terhadap *actual usage* kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat kepada berbagai pihak. Manfaat dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini dapat mendukung teori-teori yang telah ada tentang *behavioral intention* dan *actual usage*.

2. Penelitian ini dapat mendukung hasil penelitian terdahulu tentang *behavioral intention* dan *actual usage* yang telah dilakukan oleh peneliti lain.
3. Penelitian ini dapat berguna sebagai referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti tentang *behavioral intention* dan *actual usage*.
4. Penelitian ini dapat berguna sebagai sumber referensi bagi mahasiswa lain yang ingin membuat penelitian sejenis.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah PT Bank Central Asia Tbk (BCA) dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention* pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya dan pengaruh *behavioral intention* terhadap *actual usage* kartu prabayar berbelanja Flazz BCA di Surabaya sehingga BCA dapat menggunakan informasi ini dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah pengguna kartu prabayar berbelanja Flazz BCA dengan menarik minat konsumen untuk menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA. Dengan demikian, BCA dapat meningkatkan penggunaan aktual kartu prabayar berbelanja Flazz BCA sehingga nilai transaksi pembelian menggunakan kartu prabayar berbelanja Flazz BCA juga akan meningkat.

Manfaat praktis lain dari penelitian ini adalah penelitian ini dapat berguna sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi BCA dalam mengambil keputusan untuk mengembangkan produk-produk teknologi informasi perbankan lain yang dimilikinya. Selain itu, penelitian ini juga dapat bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan perbankan lain yang akan atau telah meluncurkan produk teknologi informasi, khususnya *e-money* untuk meningkatkan jumlah pengguna produknya dan menarik minat konsumen untuk menggunakan produknya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti pembahasan penelitian ini, maka penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi 5 bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut.

Bab I: Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, batasan masalah yang akan dibahas, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian yang meliputi manfaat praktis dan manfaat teoritis serta sistematika penulisan.

Bab II: Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Berisi landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, penelitian terdahulu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *behavioral intention*, *behavioral intention* dan *actual usage*, pengembangan hipotesis dalam penelitian ini, model penelitian serta bagan alur berpikir.

Bab III: Metodologi Penelitian

Berisi jenis penelitian, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan, definisi operasional dan pengukuran variabel serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV: Analisis Data dan Pembahasan

Berisi gambaran umum tentang objek penelitian, yaitu kartu Flazz BCA; analisis data, yang meliputi hasil statistik deskriptif, hasil pengujian kualitas data, hasil pengujian hipotesis serta pembahasan dari hasil analisis data tersebut.

Bab V: Kesimpulan

Berisi simpulan dari hasil penelitian, implikasi dari hasil penelitian dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang ada dalam penelitian ini.