

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Objek Penelitian



Gambar 1.1 Logo Bank Mandiri

Sumber : www.bankmandiri.co.id (25 September 2017)

Bank Mandiri didirikan pada 2 Oktober 1998, sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah -- yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia -- dilebur menjadi Bank Mandiri, dimana masing-masing bank tersebut memiliki peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Sampai dengan hari ini, Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia.

1.1.2 Visi dan Misi

1.1.2.1 Visi

Visi dari PT. Bank Mandiri, Tbk adalah:

Menjadi Lembaga Keuangan Indonesia yang paling dikagumi dan selalu progresi.

1.1.2.2 Misi

Misi dari PT. Bank Mandiri, Tbk adalah:

- Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar
- Mengembangkan sumber daya manusia professional
- Memberi keuntungan yang maksimal bagi stakeholder
- Melaksanakan manajemen terbuka
- Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan

1.1.3 Produk dan Layanan

PT Bank Mandiri, Tbk memiliki beragam produk dan layanan, yaitu :

1. Mandiri Tabungan
 - Mandiri Tabungan
 - Mandiri Tabungan Bisnis
 - Mandiri Tabungan Rencana
 - Mandiri Tabungan Investor
 - Mandiri Tabungan Haji
 - Mandiri Tabunga Valas
2. Mandiri Rekening Giro
3. Mandiri Deposito
 - Mandiri Deposito
 - Mandiri Deposito Valas
4. Mandiri Debit
 - Mandiri Debit
 - Mandiri Debit e-Commerce/Online
5. Mandiri e-Cash

6. Mandiri e-Money
 - Mandiri e-Money
 - e-Tollpass
7. Mandiri Kartu Kredit
 - Mandiri Visa
 - Mandiri Mastercard
8. Mandiri Kredit Konsumer
 - Mandiri KPR
 - Mandiri KPR Multiguna
 - Mandiri Kredit tanpa Agunan
 - Mandiri Mitrakarya
 - Mandiri Tunas Finance
9. Mandiri Prioritas
10. Produk Investasi
 - Reksadana
 - Obligasi Negara Ritel & Sukuk
11. Bancassurance
 - AXA Mandiri Financial
 - Mandiri Investasi Sejahtera
 - Mandiri Jiwa Sejahtera
 - Mandiri Rencana Sejahtera
12. Mandiri e-Banking
 - Mandiri SMS
 - Mandiri Internet Banking
 - Mandiri Mobile
 - Mandiri Call 14000

1.1.4 Mandiri e-Cash



Gambar 1.2 Logo Mandiri e-cash

Sumber : www.bankmandiri.co.id (25 September 2017)

Mandiri e-cash adalah uang elektronik berbasis server yang memanfaatkan teknologi aplikasi di handphone dan USSD, atau yang disebut sebagai uang tunai di *handphone*, dimana yang memungkinkan pemegangnya untuk melakukan transaksi perbankan tanpa harus melakukan pembukaan rekening ke cabang Bank Mandiri. Keunggulan dari produk ini terletak pada pengalaman *social banking* bagi pemegangnya dan merasakan kemudahan dalam penggunaannya. Mandiri e-cash memiliki tiga karakter kemudahan yaitu:

1. Gampang Dapat

Semua pemilik handphone dapat menjadi Pemegang mandiri e-cash.

- Bagi pemilik smartphone, bisa mendownload aplikasi mandiri e-cash di App Store dan Google Play
- Bagi pemilik featurephone/basic phone, segera akses ke *141*6#

2. Gampang Isi

Kemudahan isi ulang e-Cash dapat dilakukan dari berbagai channel yaitu :

- Mandiri ATM
- Mandiri SMS
- Mandiri Internet
- Mandiri Clickpay
- Transfer Bank Lain

- Toko Ritel

3. Gampang Pakai

Berbagai macam kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh Mandiri e-Cash yaitu

:

- Beli Pulsa
- Beli Token PLN
- Bayar Toko
- Belanja *Online*
- Transfer
- Tarik Tunai

1.2 Latar Belakang Penelitian

Banyak hal yang berubah di era perkembangan teknologi informasi saat ini, salah satu yang terkena dampaknya adalah sistem pembayaran yang lambat laun berubah dari penggunaan uang kertas (uang kartal) menjadi sistem pembayaran non tunai agar pengguna merasa aman dan nyaman. Menurut data yang dikeluarkan Bank Indonesia tahun 2005, perbandingan uang kartal terhadap jumlah uang yang beredar adalah sebesar 43,3%. Pemakaian uang kartal memiliki kendala dari segi efisiensi karena memerlukan biaya pengadaan dan pengelolaan yang terbilang mahal, memiliki risiko mudah hilang, mudah dicuri, dan juga mudah dipalsukan. Maka dari itu Bank Indonesia berinisiatif untuk mendorong tumbuhnya budaya masyarakat agar terbiasa memakai alat pembayaran nontunai yang biasa disebut "*Less Cash Society*" atau masyarakat non tunai melalui Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) (www.kerjausaha.com, 2015).

Salah satu pendukung faktor terciptanya *Less Cash Society* adalah *e-Money*. Dalam ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 3, "Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit" Nilai uang disimpan

secara elektronik dalam suatu media server atau chip yang digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut. Nilai uang elektronik yang disetor oleh 4 pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. (www.bi.go.id, 2014).

Saat ini terdapat 26 perusahaan dari lembaga perbankan dan juga lembaga non perbankan yang menyediakan uang elektronik, seperti yang dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Tabel Penyedia e-Money di Indonesia

Sumber : www.bi.go.id (25 September 2017)

No.	Nama	Alamat	Surat dan Tanggal Izin	Tanggal Efektif Operasional	Keterangan
1	PT Artajasa Pembayaran Elektronis	Menara Thamrin 6 th Floor, Jl. M.H. Thamrin Kav. 3, Jakarta 10340	No. 14/327/DASP tanggal 9 Mei 2012	21-Nov-12	Penerbit
2	PT Bank Central Asia Tbk	Menara BCA, Grand Indonesia, Jl. MH. Thamrin No. 1, Jakarta 10310	No. 11/424/DASP tanggal 3 Juli 2009	03-Jul-09	Penerbit
3	PT Bank CIMB Niaga	Jl. Jend. Sudirman Kav. 58, Jakarta 12190	No. 15/119/DASP tanggal 13 Februari 2013	27-Mar-13	Penerbit
4	PT Bank DKI	Jl. Ir. H. Juanda III No. 7-9, Jakarta 10120	No. 11/429/DASP tanggal 3 Juli 2009	03-Jul-09	Penerbit
5	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Plaza Mandiri, Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 36 – 38, Jakarta 12190	No. 11/434/DASP tanggal 3 Juli 2009	03-Jul-09	Penerbit
6	PT Bank Mega Tbk	Menara Bank Mega, Jl. Kapten Tendean Kav. 12-14A, Mampang Prapatan, Jakarta 12790	No. 11/443/DASP tanggal 3 Juli 2009	03-Jul-09	Penerbit
7	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	Gedung BNI, Jl. Jend. Sudirman Kav. 1, Jakarta 10220	No. 11/438/DASP tanggal 3 Juli 2009	03-Jul-09	Penerbit
8	PT Bank Nationalnobu	Nobu Center, Plaza Semanggi, Jl. Jend. Sudirman Kav 50, Jakarta 12930	No. 15/148/DASP tanggal 26 Februari 2013	29-Apr-13	Penerbit
9	PT Bank Permata	Retail Liability and e-channel Permata bank Tower I, Jl. Jend. Sudirman Kav. 27, Jakarta	No. 15/26/DASP tanggal 11 Januari 2013	23-Jan-13	Penerbit

10	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	Jl. Jend. Sudirman No. 44-46, Jakarta 10210	No. 12/691/DASP tanggal 13 Agustus 2010	29-Des-10	Penerbit
11	PT Finnet Indonesia	Jl. Jend. Gatot Subroto Kav 71-73	No. 14/277/DASP tanggal 16 April 2012	01-Jun-12	Penerbit
12	PT Indosat, Tbk	Jl. Medan Merdeka Barat No. 21, Jakarta 10110	No. 11/512/DASP tanggal 3 Juli 2009	03-Jul-09	Penerbit
13	PT Nusa Satu Inti Artha	Plaza Asia Office Park Unit 3, Jl. Jend. Sudirman Kav. 59, Jakarta 12190	No. 14/898/DASP tanggal 20 Desember 2012	25-Mar-13	Penerbit
14	PT Skye Sab Indonesia	Jl. Pangeran Antasari No. 18A, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12150	No. 11/431/DASP tanggal 3 Juli 2009	03-Jul-09	Penerbit
15	PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	Jl. Japati No. 1 Bandung	No. 11/432/DASP tanggal 3 Juli 2009	03-Jul-09	Penerbit
16	PT Telekomunikasi Seluler	Komplek Telkom Landmark Tower, Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 52, Jakarta 12710	No. 11/513/DASP tanggal 3 Juli 2009	03-Jul-09	Penerbit
17	PT XL Axiata, Tbk	Grha XL Jalan DR. Ide Anak Agung Gde Agung Lot E 4-7 No. 1	No. 12/816/DASP tanggal 6 Oktober 2010	29-Mar-11	Penerbit
18	PT Smartfren Telecom Tbk	Jl. H. Agus Salim No. 45, Menteng, Jakarta 10340	No. 16/85/DKSP tanggal 26 Mei 2014	16-Jun-14	Penerbit
19	PT Dompot Anak Bangsa (d/h PT MVCommerce Indonesia)	Gd. Pasaraya Blok M, Gd. B Lt. 6 & 7, Jl. Iskandarsyah II, No. 2, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12160	No. 16/98/DKSP tanggal 17 Juni 2014	29-Sep-14	Penerbit
20	PT Witami Tunai Mandiri	Gran Rubina Business Park, Generali Tower Lt. 19, Jl. HR Rasuna Said Kav. C-22, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12940	No.16/129/DKSP tanggal 18 Juli 2014	05-Jan-15	Penerbit
21	PT Espay Debit Indonesia Koe	Metropolis Apartment MSA-215 Raya Tenggilis 127, Surabaya	No. 18/262/DKSP/Srt/B tanggal 29 Februari 2016	20-Jul-16	Penerbit
22	PT Bank QNB Indonesia Tbk	QNB Tower, 18 Parc SCBD, Jl. Jend. Sudirman Kav.52-53, Jakarta Pusat	No. 19/129/DKSP/Srt/B tanggal 13 Februari 2017	01-Mar-17	Penerbit
23	PT BPD Sumsel Babel	Jl. Gubernur H.A. Bastari No. 07, Jakabaring, Palembang	No. 19/250/DKSP/Srt/B tanggal 13 Maret 2017	04-Apr-17	Penerbit
24	PT Buana Media Teknologi	Jl. Ciputat Raya No. 28B, Kebayoran Lama Selatan, Jakarta Selatan 12240	No. 19/468/DKSP/Srt/B tanggal 23 Mei 2017	29-Mei-17	Penerbit

25	PT Bimasakti Multi Sinergi	Graha Bimasakti, Jl Delta Raya Utara Kav. 49-51	No. 19/467/DKSP/Srt/B tanggal 23 Mei 2017	14-Jun-17	Penerbit
26	PT Visionet Internasional	Lippo Kuningan Lantai 21 Jalan HR. Rasuna Said Kav. B-12 Jakarta Selatan 12940	No. 19/661/DKSP/Srt/B tanggal 7 Agustus 2017	22-Agu-17	Penerbit

Dari tabel di atas PT. Bank Mandiri, Tbk adalah salah satu perusahaan di bidang perbankan yang menyediakan layanan *e-money* dengan membuat produk yang bernama E-CASH. E-CASH adalah uang elektronik berbasis server yang memanfaatkan teknologi aplikasi di handphone, atau biasa disebut tunai handphone, dimana memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi pembelian dan pembayaran tanpa harus membuka rekening terlebih dulu. Dengan hadirnya E-CASH maka masyarakat tidak perlu lagi membawa uang tunai yang membuat dompet tebal untuk melakukan transaksi jual beli. Meminimalisir membawa uang tunai selain mempermudah bawaan juga untuk menghindari kejahatan yang terjadi akibat membawa dompet yang terlalu tebal. Selain untuk melakukan transaksi jual beli, E-CASH juga bisa digunakan untuk tarik tunai, setor tunai, transfer, beli pulsa, dan token listrik.

Di era modern ini masyarakat lebih memilih berbelanja di toko modern seperti *supermarket* atau *minimarket* karena memiliki ketersediaan barang yang lengkap, produk yang berkualitas, harga yang tetap, memiliki suasana nyaman, dan memiliki sistem transaksi pembayaran yang modern hal ini berkaitan dengan teori perilaku konsumen Kotler dan Keller (2009;166) tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Studi perilaku konsumen terpusat pada bagaimana cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Hal ini mencakup apa yang mereka beli, mengapa mereka membeli, kapan mereka membeli, di mana mereka membeli, seberapa sering mereka membeli, dan seberapa sering mereka menggunakannya. Kemudahan dalam

transaksi E-CASH di toko yaitu cukup dengan menggunakan ponsel di *merchant* yang memiliki EDC Bank Mandiri. Sedangkan untuk transaksi online dapat dilakukan dengan merchant yang sudah bekerja sama dengan E-CASH. Dengan dilengkapi PIN, transaksi yang dilakukan pengguna menjadi lebih aman. Berikut adalah tabel jumlah transaksi *e-Money* di Indonesia.

Tabel 1.2 Jumlah Transaksi e-Money di Indonesia

Sumber : www.bi.go.id (27 September 2017)

Periode	Tahun 2010	Tahun 2011	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017 (Januari - Agustus)
Volum e	26.541.982	41.060.149	100.623.916	137.900.779	203.369.990	535.579.528	683.133.352	479.468.032
Nomin al	693.467	981.297	1.971.550	2.907.432	3.319.556	5.283.018	7.063.689	6.688.992

Nominal dalam Rp Juta
Volume dalam satuan transaksi

Dilihat dari tabel di atas, Indonesia mengalami peningkatan dari jumlah volume transaksi dan nominal setiap tahunnya. Seiring dengan peningkatan jumlah tersebut, perusahaan yang menyediakan jasa *e-Money* pun semakin bertambah dan menciptakan persaingan tersendiri di bidang ini. E-CASH sebagai salah satu *e-Money* terbesar di Indonesia mengalami pertumbuhan pengguna yang melonjak 333% di tahun 2016 dan jumlah transaksi naik 177% dengan nilai transaksi tumbuh 158%. Tahun 2017 ini E-CASH menargetkan mencapai titik angka delapan juta pengguna, dimana pada tahun 2016 E-CASH memiliki pengguna sebanyak tiga juta orang sedangkan di tahun 2015 pengguna E-CASH hanya 600 ribu orang. (Prahadi,2017). Melihat target angka tersebut dapat dilakukan penelitian menganalisis faktor dengan menggunakan model *factors influencing consumer's intention to use e-payment system* (Junadi et al, 2015) yang berisi tentang bagaimana budaya, tingkat keamanan, performa, kemudahan, dan pengaruh sosial berpengaruh terhadap niat penggunaan pada konsumen untuk dapat mengetahui

faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan sistem *e-payment*. Melihat fenomena tersebut peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN MANDIRI E-CASH (STUDI KASUS DI KOTA BANDUNG)”

1.3 Perumusan Masalah

Dengan dicanangkannya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) di Indonesia Bank Indonesia bertujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen nontunai, guna terciptanya *Less Cash Society*. Salah satu usaha untuk mewujudkan *Less Cash Society* yaitu dengan adanya *e-Money*. *E-Money* adalah pembayaran non tunai yang memiliki kepraktisan dari segi waktu, penggunaan, dan keamanan. Permasalahan yang terjadi adalah masih rendahnya minat dan pengetahuan masyarakat tentang adanya *e-Money* di Indonesia. Hal ini membuat Bank Mandiri sebagai perusahaan yang menyediakan layanan E-CASH perlu untuk mengetahui faktor-faktor penerimaan konsumen untuk menggunakan layanan E-CASH tersebut guna meningkatkan lagi angka pengguna E-CASH di Indonesia.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *culture* terhadap minat penggunaan E-CASH?
2. Bagaimana pengaruh *perceived security* terhadap minat penggunaan E-CASH?
3. Bagaimana pengaruh *performane expectanc* terhadap minat penggunaan E-CASH?
4. Bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap minat penggunaan E-CASH?
5. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap minat penggunaan E-CASH?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *culture* terhadap minat penggunaan E-CASH?
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived security* terhadap minat penggunaan E-CASH?
3. Untuk mengetahui pengaruh *performane expectanc* terhadap minat penggunaan E-CASH?
4. Untuk mengetahui pengaruh *effort expectancy* terhadap minat penggunaan E-CASH?
5. Untuk mengetahui pengaruh *social influence* terhadap minat penggunaan E-CASH?

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Aspek Teoritis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang e-Money di Indonesia dan bagaimana pengaruh promosi penjualan E-CASH terhadap keputusan pembelian.

1.6.2 Aspek Praktisi

Dipraktikan dan dapat menjadi bahan pertimbangan oleh perusahaan untuk menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menganalisis tentang bagaimana promosi penjualan yang dilakukan oleh E-CASH mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengambil sampel masyarakat kota Bandung.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pertama berisi tentang gambaran objek penelitian, latar belakang mengenai fenomena dan penelitian terdahulu terkait penelitian perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan ruang lingkup dari penelitian yang akan dilakukan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua menjelaskan mengenai teori-teori terkait penelitian, deskripsi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran yang berdasarkan dengan landasan teori didalam penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ketiga menjelaskan tentang metode dan teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian untuk menjawab masalah penelitian yang akan dilakukan.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat menjelaskan tentang pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan disajikan dengan sistematis sesuai dengan tujuan dan ruang lingkup penelitian. Dalam bab ini akan tampak lebih jelas sistematika dari penelitian yang dilakukan.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab kelima ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil dan pembahasan penelitian serta saran yang direkomendasikan terhadap pihak yang terkait dan juga terhadap peneliti berikutnya yang memiliki cakupan yang sama.