

# BAB I

## LATAR BELAKANG

### 1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1. Profil Gramedia

Gramedia adalah Toko Buku terbesar di Indonesia. Anak perusahaan dari Kompas Gramedia ini telah menyediakan jaringan toko buku di Indonesia dan Malaysia. Didirikan pada tanggal 2 Februari 1970. Toko buku ini berawal dari toko buku kecil berukuran 25 meter persegi di daerah Jakarta Barat. Tercatat pada tahun 2002 toko buku ini berkembang menjadi 50 toko besar Gramedia yang tersebar di Seluruh Indonesia. Selain menyediakan buku, toko ini juga menyediakan alat tulis, perlengkapan kantor, alat olahraga, dan masih banyak lainnya.

Perusahaan ini bekerja sama dengan penerbit-penerbit buku di dalam maupun luar negeri. Dari perusahaannya sendiri, Gramedia memiliki pemasok buku yaitu Gramedia Pustaka Utama, Elex Media Komputindo, Gramedia Widya Sarana, Bhuana Ilmu Populer, dan Gramedia Majalah. Untuk pemasok dari luar negeri, seperti Prentice Hall, McGraw Hill, Addison Wesley, dan masih banyak lainnya.

#### 1.1.2. Logo Perusahaan



**Gambar 1. 1 Logo Gramedia**

*Sumber: [www.kompasgramedia.com](http://www.kompasgramedia.com)*

Berikut merupakan makna atau arti dari logo Gramedia :

Konsep baru bertajuk New Experience ini merupakan konsep toko buku Gramedia yang dibagi dalam ruang atau chamber berdasarkan tema yang beragam.

Seperti Writing Boutique Chamber yang menyediakan beberapa pena eksklusif dari beragam merek-merek internasional. Gramedia merubah logo terbarunya menjadi terlihat lebih elegan dan modern, dengan warna, font, dan image yang baru. Logo Gramedia baru ini merupakan logo dengan huruf “G” dan tulisan Gramedia yang memiliki makna kreativitas, fleksibilitas, kemajuan, perubahan, dan kekuatan, untuk memberikan beberapa ide dan inspirasi mumpuni dalam mencerdaskan kehidupan bangsa Indonesia.

### **1.1.3. Visi Misi Perusahaan**

Berikut adalah visi, misi dan tujuan Gramedia :

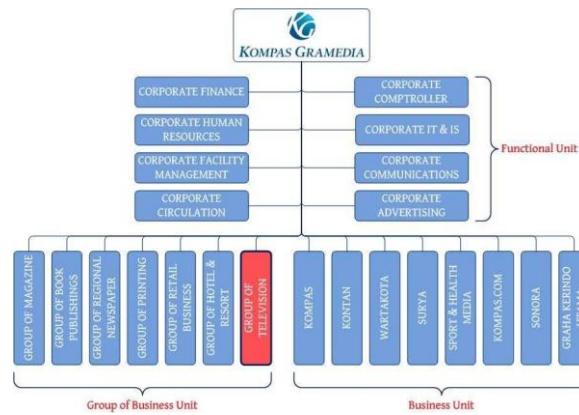
Visi toko buku gramedia menjadi agen pembaharuan dalam masyarakat yang majemuk, pemimpin bidang usaha retail dan distribusi bisnis media dalam rangka Universitas Sumatera Utara menyampaikan pengetahuan, informasi, pendidikan, dan hiburan melalui kepeloporan produk-produk yang inovatif serta berorientasi ke pasar.

Misi toko buku gramedia ikut serta dalam upaya mencerdaskan bangsa dengan menyebarluaskan pengetahuan plus informasi melalui berbagai sarana usaha ritel dan distribusi buku, alat sekolah dan kantor serta produk multimedia, ditandai dengan pelayanan unggul, manajemen proaktif dan perilaku bisnis yang sehat.

Tujuan toko buku gramedia adapun yang menjadi tujuannya adalah :

- a. Kelanggengan dan pertumbuhan dengan mengemban bisnis yang sehat.
- b. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan kesejahteraan karyawan.
- c. Mengembang tugas tanggung jawab sosial dan memperluas kesempatan kerja.

### 1.1.4. Struktur Oganisasi Perusahaan

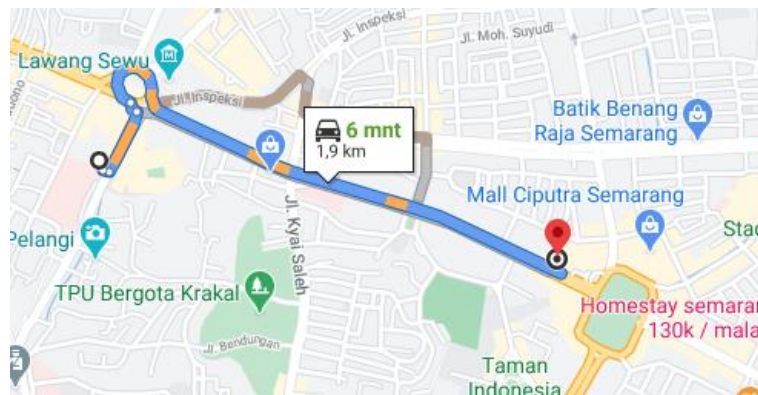


**Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Gramedia**

Sumber : [www.kompasgramedia.com](http://www.kompasgramedia.com)

### 1.1.5. Lokasi Penelitian

Gramedia Kota Semarang berlokasi di Jl. Pandanaran No. 122, Pekunden, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50249.



**Gambar 1. 3 Lokasi Penelitian**

Sumber : *Google Maps*

## 1.2. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi telah membawa suatu perubahan kebutuhan oleh masyarakat atas suatu alat pembayaran yang dapat memenuhi kecepatan, ketepatan, dan keamanan dalam setiap transaksi elektronik. Sejarah membuktikan perkembangan alat pembayaran terus berubah-ubah bentuknya, mulai dari bentuk logam, uang kertas konvensional, hingga alat pembayaran kita telah mengalami

evolusi berupa data yang dapat ditempatkan pada suatu wadah atau disebut dengan alat pembayaran elektronik.

Perkembangan zaman selalu diikuti dengan perubahan gaya hidup yang ada didalam masyarakat. Arus globalisasi yang begitu pesat di Indonesia menyebabkan adanya perubahan di segala aspek kehidupan seperti mode, informasi dan gaya hidup. Perkembangan zaman yang berdampak pada munculnya berbagai gaya hidup dalam masyarakat menyebabkan penerus bangsa mudah terpengaruh dan memiliki keinginan untuk mencoba hal baru. Informasi yang selalu kita lihat bahwa milenial selalu memiliki kegiatan positif yang dapat dijadikan inspirasi bagi generasi penerusnya.

Dengan berkembangnya zaman maka sistem teknologi ikut berkembang dan informasi akan lebih cepat sampai ke berbagai lapisan masyarakat, sehingga dapat memudahkan manusia dalam melakukan aktifitas sehari-harinya. Perkembangan teknologi dan kecepatan dalam memperoleh informasi tidak hanya dalam pemenuhan kebutuhan dunia pendidikan namun juga sangat membantu kegiatan dalam dunia ekonomi.

Tingginya jumlah uang beredar, maraknya kasus pemalsuan uang dan besarnya biaya operasional yang dikeluarkan Bank Indonesia tiap tahunnya untuk mencetak, menyimpan, mendistribusikan, dan memusnahkan uang menjadi latar belakang Bank Indonesia selaku bank central Indonesia mencanangkan gerakan penggunaan instrument non tunai (*Less Cash Society/LCS*) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonomi yang di beri nama dengan Gerakan Nasional Non Tunai. Munculnya *E-money* dilatar belakangi oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan less cash society di Indonesia.

Salah satu produk dari Gerakan Nasional Non Tunai adalah penggunaan uang elektronik seperti *E-money* yang dikeluarkan oleh Bank Mandiri, BRIZZI yang dikeluarkan oleh Bank BRI, dan BNI TapCash yang dikeluarkan oleh Bank BNI. Adanya alat-alat pembayaran non tunai tersebut, disebabkan tidak hanya dari segi inovasi sektor perbankan namun juga oleh kebutuhan masyarakat yang memerlukan adanya alat pembayaran yang praktis yang dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi. Dengan adanya kemudahan transaksi tersebut penurunan biaya transaksi akan terdorong dan pada akhirnya dapat menstimulus pertumbuhan

ekonomi. Gerakan ini disebut-sebut dapat menjadi solusi untuk mengantisipasi tingkat kriminalitas yang semakin tinggi dengan penggunaan uang tunai. Dengan beralih kepada transaksi non-tunai, kejahatan seperti pencucian uang, perampokan, pencurian dapat diminimalisir. Gerakan untuk beralih ke non-tunai ini juga dapat memperkecil tingkat peredaran uang di Indonesia. Pasalnya, peredaran uang yang tinggi akan mengakibatkan inflasi ekonomi di Indonesia.

Sebelumnya hanya beberapa masyarakat di Indonesia mengenal pembayaran non-tunai, sebelum munculnya uang elektronik program non tunai sudah dimulai dengan adanya kartu kredit, bagi masyarakat kalangan atas sangatlah mudah mendapat kepercayaan dari pihak perbankan, namun tidak dengan kalangan masyarakat menengah ke bawah. Dengan munculnya uang elektronik seluruh lapisan masyarakat dapat menggunakannya, namun karena pengetahuan masyarakat tentang uang elektronik masih jarang, selain karena pengetahuan pada dasarnya masyarakat Indonesia menganggap uang fisik lebih mudah dan lebih efisien untuk melakukan transaksi sehari-hari, terlebih lagi hanya sebagian kecil pengusaha yang memiliki mesin electronic data capture (EDC) di usahanya, bahkan ada pengusaha yang sudah memiliki mesin EDC namun para pekerjanya tidak bias mengoperasikan alat tersebut.

Sebenarnya uang elektronik sama dengan uang tunai, hanya saja nilai uang tersebut sudah dikonversikan dalam format elektronik, produk *e-money* pada umumnya dikategorikan atas dua kelompok yaitu card-based product dan software based product.

1. Card based product

Jenis produk ini menggunakan kartu dengan teknologi *Smart Card* (kartu pintar). Kartu pintar adalah kartu plastic, dan berisi satu atau lebih chip semikonduktor tertanam. Kartu pintar biasanya memiliki tempat penyimpanan di EEPROM berfungsi sebagai penyimpanan nilai elektronis (saldo) dan juga biasanya tersedia mikroprosesor untuk melakukan proses data untuk saldo *e-money*. Kemajuan teknologi saat ini juga telah mengembangkan kartu "*contactless*" pintar, dengan istilah lain chip dapat berkomunikasi dengan pembaca kartu dengan menggunakan identifikasi frekuensi radio atau tanpa dimasukkan ke dalam alat pembaca kartu.

2. Software based product

Jenis produk ini berbasis server dimana nilai elektronis terletak pada sebuah server yang terhubung melalui suatu jaringan komputer / internet. Mekanisme pemindahan dana dilakukan melalui suatu pembayaran. Biasanya jenis produk ini digunakan oleh penerbit yang berasal dari perusahaan operator telekomunikasi (non-perbankan) dikarenakan mereka sudah memiliki jaringan komunikasi yang terhubung dengan alat pembaca.

Uang elektronik menawarkan transaksi lebih cepat dan nyaman dibandingkan dengan uang cash, khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), sebab dengan uang elektronik transaksi tersebut dapat dilakukan dengan lebih mudah dan murah serta menjamin keamanan dan kecepatan transaksi, baik bagi konsumen maupun bagi pedagang. Keamanan dan kecepatan transaksi tentunya menjadi komoditi yang diperlukan dan menjadi semacam enablers yang cukup efektif untuk terciptanya *cash less society*. Hasil survey LCS (*Less Cash Society*) berkaitan dengan sikap, perilaku, dan preferensi dunia usaha terhadap instrument pembayaran non-tunai menunjukkan bahwa animo dunia usaha sangat besar dalam menerima instrument ini.

Di masyarakat, system pembayaran non-tunai sudah lama digunakan yaitu melalui penggunaan kartu kredit. Bagi masyarakat menengah ke atas mungkin sudah terbiasa melakukan pembayaran dengan kartu kredit, tapi tidak untuk kalangan menengah ke bawah. Bagi masyarakat menengah ke bawah sangat sulit untuk mendapatkan kepercayaan bank dalam hal kepemilikan kartu kredit.

Oleh karena itu, sistem pembayaran non-tunai yang mungkin bisa dilakukan oleh semua kalangan adalah *e-money*. Sampai saat ini sudah banyak variasi *e-money* mulai dari kartu *e-money* sampai rekening ponsel. Selain itu munculnya GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai), manfaat penggunaan system pembayaran non tunai sangat besar sekali. System ini memperkecil resiko kehilangan uang. Masyarakat tidak akan khawatir uangnya dicuri, karena uang tersebut sudah tercatat hanya dalam sebuah kartu atau catatan saldo rekening ponsel.

Manfaat lainnya, dengan system ini Bank Indonesia dapat mengontrol perputaran uang dimasyarakat sehingga inflasi dapat dikontrol dengan baik. Selain itu, Bank Indonesia dapat menghemat biaya operasional untuk memproduksi uang bai kertas maupun uang logam yang mudah rusak. Karena umur penggunaan kartu

lebih lama daripada umur penggunaan uang kertas yang mudah robek, basah dan rusak.

Banyak pandangan masyarakat bahwa non-tunai memiliki resiko yang besar dan mempunyai banyak kelemahan, oleh sebab itu masyarakat lebih memilih untuk menggunakan uang fisik. Namun jika dilihat dari keefisienan antara uang fisik dengan uang elektronik sangatlah jauh. Bank Indonesia setidaknya menganggarkan Rp.3,5 triliun untuk pencetakan uang setiap tahunnya.

Dalam menggunakan *E-money* konsumen mendapatkan keuntungan yang begitu besar yaitu tidak adanya kejahatan dalam bertransaksi contohnya saja dalam kasus pengembalian uang belanja. Dan keuntungan lainnya yaitu konsumen yang menggunakan *E-money* lebih cepat dan efisien untuk membayar semua belanja tidak harus mengeluarkan uang tunai terlebih dahulu cukup dengan *E-money* saja sudah dapat dibayar.

Masyarakat sekarang bersifat konsumtif dan lebih memilih sesuatu yang efisien untuk melakukan segala kegiatan konsumsi, sehingga masyarakat lebih memilih berbelanja di supermarket atau minimarket yang bisa bertransaksi dengan menggunakan electronic money (*E-money*). Penggunaan *E-money* ini dapat dilakukan dipusat perbelanjaan seperti Indomaret dll, dengan nominal transaksi yang terbatas.

Besarnya manfaat dan kemudahan yang diberikan oleh penggunaan *E-money* ini membuat peneliti ingin mengetahui sejauh mana pengaruhnya di masyarakat. Selain itu, karena masih kurangnya penelitian mengenai *E-money* di Kota Binjai membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan *E-money* Generasi Milenial (Studi Kasus Layanan Parkir Kendaraan di Gramedia Kota Semarang)”**.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dari judul diatas sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku konsumen Gramedia terhadap penggunaan *e-money* ?
2. Bagaimana pengaruh penggunaan *E-money* terhadap kemudahan transaksi ?
3. Apakah ada pengaruh antara perilaku konsumen dengan keputusan penggunaan *e-money* ?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis gambaran perilaku konsumen terhadap layanan penggunaan *e-money*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis gambaran penggunaan *e-money* terhadap kemudahan transaksi.

#### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Sebagai bahan masukan dan wawasan mengenai analisis Perilaku Konsumen dampaknya terhadap Pengguna *E-money* dan juga sebagai sarana penerapan ilmu pengetahuan yang selama ini diperoleh penulis selama perkuliahan.

b. Bagi Konsumen

Untuk bahan pertimbangan dan evaluasi agar lebih memperhatikan Perilaku Konsumen yang akan berdampak terhadap Penggunaan *E-money* sehingga konsumen menjadi terbantu dalam melakukan transaksi.

c. Bagi Pembaca

Agar dapat menambah ilmu dan referensi yang diharapkan dapat membantu para pembaca dibidang sumber daya manusia, khususnya tentang Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Penggunaan *E-money*.

#### **1.6. Waktu dan Periode Penelitian**

Nama Perusahaan : Gramedia Asri Media [Semarang Branch], PT.

Alamat : Jl. Pandanaran No. 122, Pekunden, Kec. Semarang Tengah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50249.

Objek Penelitian : Gramedia Asri Media [Semarang Branch], PT.

Waktu Penelitian : Desember 2020 – April 2021 selama 4 bulan

#### **1.7. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan *E-money* Generasi Milenial di Gramedia Asri Media [Semarang



Branch], PT.” terdiri dari lima bab. Sistematika penyajian penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan uraian tentang Gambaran Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Identifikasi Masalah, Tujuan Penelitian, Waktu dan Periode Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

**b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan Landasan Teori, Penelitian Terdahulu, Hipotesis Penelitian, dan Ruang Lingkup Penelitian.

**c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai Jenis Penelitian, Operasional Variabel dan Skala Pengukuran, Populasi dan Sampel, Uji Validitas dan Reliabilitas, dan Teknik Analisis Data.

**d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil dan pembahasan mencakup Deskripsi Objek Penelitian, Analisis Data, dan Pembahasan. Bab ini membahas hasil analisis dengan metode penelitian yang telah ditentukan sebelumnya, disertai dengan interpretasi hasil secara rinci.

**e. BAB V PENUTUP**

Bagian penutup mencakup Kesimpulan, Keterbatasan, dan Saran. Bab ini juga berisi penarikan kesimpulan atas hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, disertai dengan keterbatasan dan saran yang bermanfaat untuk penelitian yang akan datang.