

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk atau yang dikenal sebagai Bank bjb yang merupakan bank BUMD milik pemerintah Provinsi Jawa Barat dan Banten yang berkantor pusat di Bandung dan di dirikan pada tanggal 20 Mei 1961 merupakan salah satu Bank terbesar di Indonesia. Bank BJB mengembangkan jaringan layanannya melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM), namun semakin berkembangnya sebuah alat transaksi keuangan, Bank BJB mengembangkan produk dan layanan pada perbankan elektronik melalui BJB Mobile, BJB Digi, BJB Net dan tahun 2020 Bank BJB mengeluarkan inovasi produk dan layanan bernama Digicash.



Gambar 1.1 Logo Digicash

Sumber: bankbjb.co.id (2022)

Digicash merupakan uang elektronik berbasis server yang memanfaatkan teknologi berbasis *mobile application* yang dapat digunakan untuk melakukan berbagai transaksi yang menawarkan kemudahan bagi penggunanya, nasabah BJB dan non-nasabah BJB dapat melakukan transaksi menggunakan Digicash. Digicash dapat digunakan untuk melakukan pembayaran produk dari merchant yang telah menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Fitur lain yang ditawarkan yaitu dapat digunakan untuk pembayaran tagihan pajak untuk pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan pajak bumi dan Bangunan (PBB), transfer untuk sesama pengguna, dapat dikonversi menjadi simpanan tabungan bank bjb, dan transfer uang elektronik antar bank. Hanya dengan mengunduh aplikasi Digicash di Google Playstore dan Apple store dan melakukan registrasi, pengguna sudah bisa menggunakan aplikasi Digicash. (bjbdigi.bankbjb.co.id, 2022).

1.2. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi internet semakin pesat dari waktu ke waktu dan mendukung teknologi informasi. Dilihat Gambar 1.2, tercatat dari Jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 210 juta berdasarkan dari hasil survei terbaru Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII). Tingkat penetrasi internet tumbuh dengan persentase 77,02%, dengan 210.026.769 jiwa dari total 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia yang telah terhubung ke internet pada tahun 2021.



Gambar 1.2 Penetrasi Pengguna Internet

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2022)

Pengguna internet yang terus meningkat di Indonesia mengindikasikan bahwa penggunaan internet memiliki dampak yang positif bagi penduduk Indonesia. Penggunaan internet dapat mempermudah untuk memenuhi kebutuhan dan mengubah gaya hidup. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.3.



Gambar 1.3 Alasan Penggunaan Internet

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2022)

Pada gambar 1.3 dilihat bahwa banyak pengguna internet yang menggunakan internet untuk mengakses layanan keuangan dengan persentase sebesar 72.32% dan melakukan transaksi secara online dengan persentase sebesar 79.00%, yang berarti sebagian besar pengguna internet melakukan transaksi dengan menggunakan uang digital.



Gambar 1.4 Aplikasi yang diakses dengan Internet

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2022)

Pada gambar 1.4 dilihat bahwa banyak penggunaan e-wallet di Indonesia dengan persentase sebesar 20.68% dan 16.61%, hal ini dapat memperlihatkan bahwa mulai tingginya penggunaan uang elektronik di Indonesia.

Sebagai instrumen pembayaran di Indonesia, Uang elektronik saat ini selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Jumlah Uang Elektronik Beredar

Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2021											
	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mai	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
432,281,380	432,281,380	442,612,567	456,736,475	470,811,351	483,354,024	498,200,416	511,254,525	495,280,424	513,968,693	530,664,510	544,192,781	558,959,664	575,323,419

Gambar 1.5 Jumlah Uang Elektronik Beredar

Sumber: bi.go.id (2022)

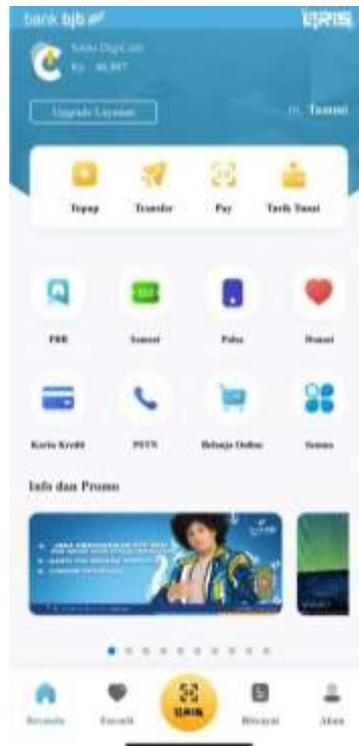
Berdasarkan data statistik Bank Indonesia (BI) yang dapat dilihat pada gambar 1.5 hingga Desember 2021 jumlah uang elektronik yang beredar adalah sebesar 575,323,419. jumlah tersebut telah mengalami peningkatan sebesar 24,8% dari Desember 2020 dengan jumlah uang elektronik yang beredar sebesar 432,281,380. Hal tersebut membuktikan bahwa pembayaran elektronik di Indonesia sedang mengalami pertumbuhan.

Menurut Bank Indonesia, uang elektronik yang diatur pada Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic money*) didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Jadi, sebelum pengguna menyimpan uangnya di dalam media elektronik untuk keperluan bertransaksi, pengguna terlebih dahulu mesti menyerahkannya kepada penerbit.

Terdapat dua jenis kelompok besar dalam uang elektronik, yaitu uang elektronik berbasis server (*online*) dan uang elektronik berbasis chip (*offline*). Uang elektronik berbasis chip pada umumnya digunakan untuk transaksi yang ingin dilakukan dalam waktu singkat dan frekuensinya besar, contohnya transportasi. Sementara, uang elektronik berbasis server umumnya digunakan untuk transaksi pembayaran secara online melalui *web browser* (Widyastuti, 2017).

Uang elektronik berbasis server dapat disebut juga sebagai dompet elektronik (*e-wallet*). Menurut Bank Indonesia, Dompet Elektronik (*e-wallet*) adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran.

Pada penulisan ini, objek yang digunakan adalah DigiCash. DigiCash merupakan aplikasi e-wallet atau uang elektronik yang mempunyai fitur unggulan yaitu transaksi dengan teknologi QR Code untuk melakukan pembayaran terhadap merchant dan outlet yang telah memiliki QRIS. Alasan penulis menggunakan objek DigiCash adalah DigiCash merupakan produk dalam negeri yang dikelola oleh perusahaan perbankan BUMD yaitu Bank BJB. Selain fitur melakukan pembelian melalui QR Code, Fitur lain yang ditawarkan yaitu dapat digunakan untuk pembayaran tagihan pajak untuk pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) dan pajak bumi dan Bangunan (PBB), transfer untuk sesama pengguna, dapat dikonversi menjadi simpanan tabungan bank bjb, dan transfer uang elektronik antar bank. Dapat dilihat pada gambar 1.6.



Gambar 1.6 Fitur Aplikasi DigiCash

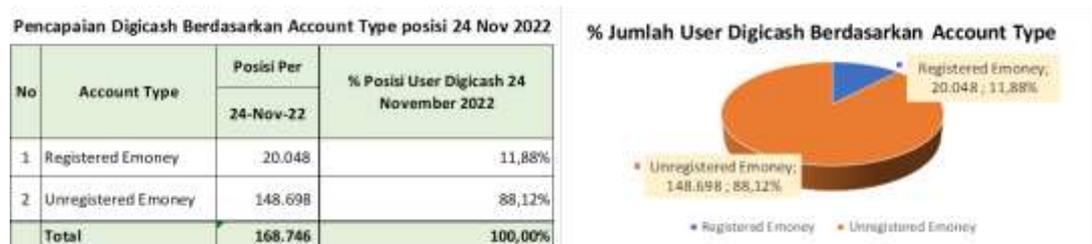
Sumber: bjbldigi.bankbjb.co.id (2022)

Hadir sebagai pesaing di industri dompet digital (*e-wallet*) pada tahun 2020, Pemimpin Divisi Corporate Secretary bank bjb Widi Hartoto mengatakan DigiCash sebagai alat bayar elektronik ini merupakan inovasi yang dipersembahkan bank BJB untuk seluruh masyarakat Indonesia. Bank BJB melalui DigiCash sebagai alat transaksi menggaransi berbagai kemudahan penggunaannya. Termasuk dalam hal aksesibilitas dimana DigiCash dapat digunakan di berbagai merchant yang terdapat logo QRIS. (cnnindonesian.com, 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui kelayakan aplikasi Digicash di industri dompet digital (e-wallet), dan berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul, “Analisis Faktor Niat Berkelanjutan Pengguna Untuk Menggunakan Digicash By Bank Bjb Sebagai Penantang Baru Di Industri Pembayaran Digital Menggunakan Model Modifikasi UTAUT2”.

1.3. Rumusan Masalah

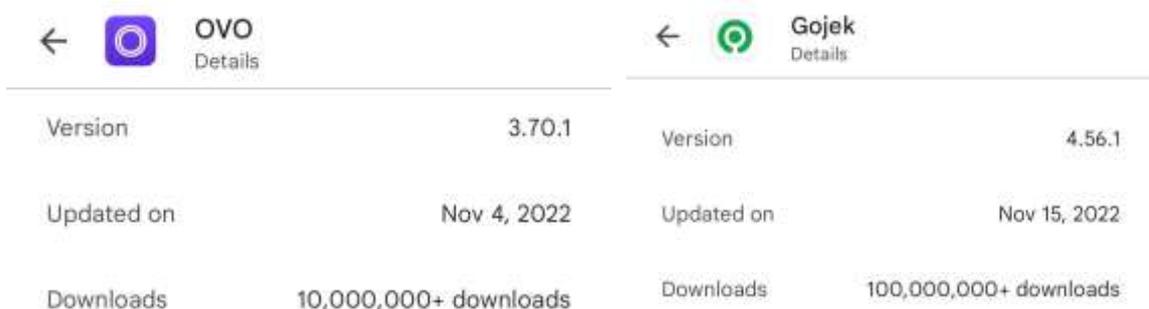
Pada saat ini Digicash melakukan banyak kegiatan branding, promo, dan berbagai kegiatan marketing lainnya untuk meningkatkan pengguna serta utilisasi transaksi melewati Digicash dalam rangka meningkatkan keuntungan bagi bank bjb. Pada gambar 1.7 merupakan jumlah pengguna Digicash per 24 November 2022:



Gambar 1.7 Jumlah Pengguna Digicash

Sumber: Data Internal bank bjb (2022)

Digicash diluncurkan pada tahun 2020 dan hingga per 24 November 2022 Digicash memiliki pengguna sebanyak 168.746 pengguna. hal ini terbilang rendah jika dibandingkan dengan para kompetitornya seperti Go Pay dan OVO yang downloader nya telah memiliki lebih dari 10 Juta pengguna dan GoPay pada Gojek sebanyak lebih dari 100 Juta pengguna yang ditampilkan pada Gambar 1.8



Gambar 1.8 Jumlah downloader OVO dan GOJEK

Sumber: Google Play Store (2022)

Berdasarkan pada gambar tersebut, Digicash dapat dikatakan tertinggal dibandingkan salah satu top of mind masyarakat Indonesia dari segi jumlah pengguna. Lebih lanjut dari untuk melihat seberapa besar utilisasi atau pemakaian uang elektronik dapat dilihat pada transaksi nya pada gambar 1.9

Total Transaksi Uang Elektronik

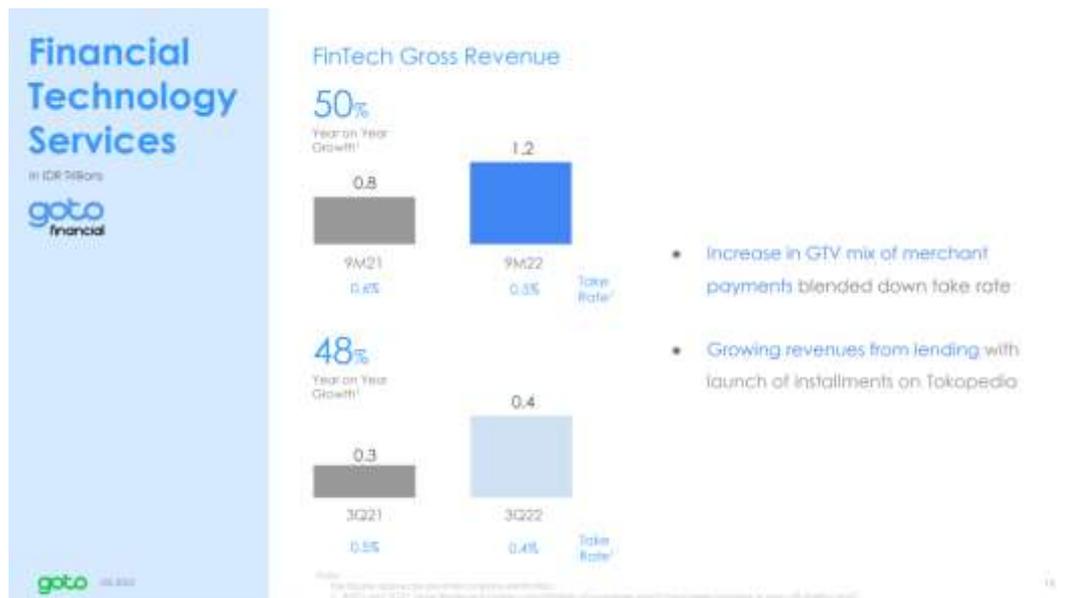
Periode	Tahun 2021											
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Volume	381,705,947	360,064,307	420,510,643	421,606,419	450,414,342	444,336,707	415,258,589	439,015,177	470,906,025	514,266,736	530,022,350	602,293,039
Nominal	20,746,479.18	18,189,083.10	21,420,774.89	22,848,143.59	23,659,837.71	24,160,774.80	25,380,247.20	24,754,101.87	27,637,429.79	29,231,098.99	31,297,757.70	35,100,098.84

Volume dalam satuan transaksi
Nominal dalam juta Rp

Gambar 1.9 Total transaksi Uang Elektronik 2021

Sumber: bi.go.id (2021)

Berdasarkan pada gambar 1.9, Bank Indonesia menghitung frekuensi transaksi selama tahun 2021 sebanyak 5.450.400.276 atau lebih dari 5 miliar kali transaksi, dan total nominal transaksi pengguna menggunakan uang elektronik sebesar Rp 255.973.992.860.000 atau lebih 255 triliun Rupiah. Hal ini dapat dikatakan sangat besar dan dapat berpotensi tinggi untuk terus meningkat digunakan hingga masa yang akan datang. Salah satu top of mind uang wallet Go Pay pada GoTo Financial mencatatkan pada laporan keuangannya di triwulan 3 2022 sebagai berikut:



Gambar 1.10 Transaksi Gopay

Sumber: gojek.com (2022)

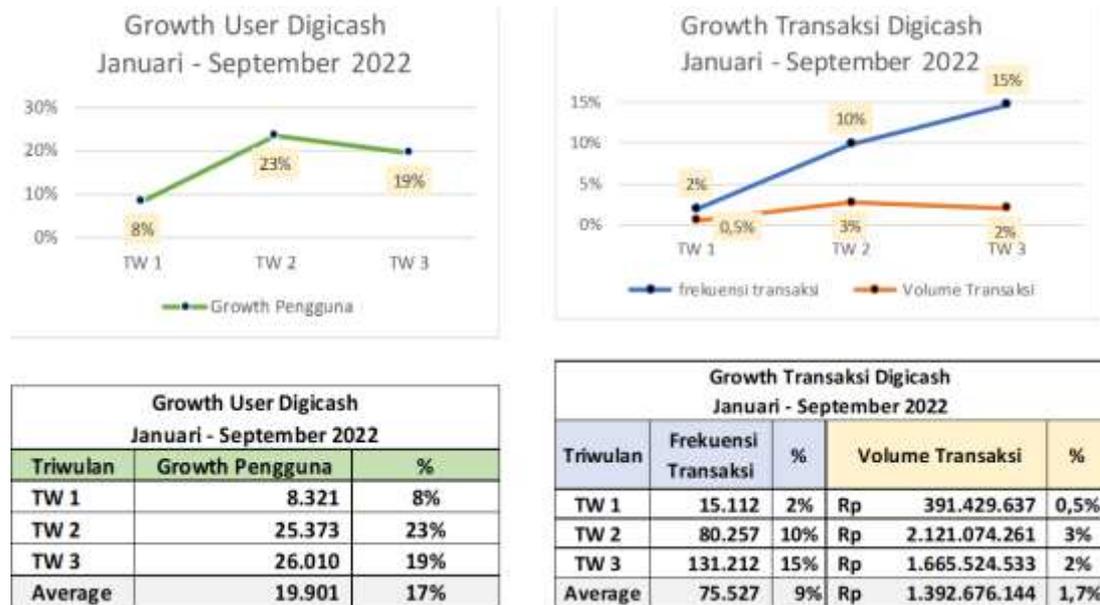
Berdasarkan pada gambar 1.10, GoTo menghitung nominal transaksi pada tahun 2022 sebanyak 1,2 Triliun Rupiah atau sekitar 0,4% dari total transaksi pada gambar 1.9. Lebih lanjut pada transaksi Digicash hingga di Triwulan 3 sebagai berikut:

Jumlah Transaksi Digicash Januari - September 2022		
Triwulan	Frekuensi Transaksi	Volume Transaksi
TW 1	15.112	Rp 391.429.637
TW 2	80.257	Rp 2.121.074.261
TW 3	131.212	Rp 1.665.524.533
Grand Total	226.581	Rp 4.178.028.431

Gambar 1.11 Transaksi Digicash tahun 2022

Sumber: Data internal bank bjb (2022)

Berdasarkan pada gambar 1.11, bank bjb menghitung nominal transaksi pada tahun 2022 sebanyak 4,17 Miliar Rupiah atau sekitar 0,35% dari total transaksi pada GoTo. Hal ini dapat menjadi perhatian bank bjb, baik dari sisi pengguna maupun transaksi dapat dikatakan Gopay unggul jauh dibandingkan Digicash. Lebih lanjut pada sisi *growth* pengguna dan transaksi Digicash dijelaskan pada gambar 1.12 dibawah ini:



Gambar 1.12 Growth Pengguna dan Transaksi Digicash tahun 2022

Sumber: Data internal bank bjb (2022)

Pada gambar 1.12 pada gambar sebelah kiri menunjukkan growth pengguna bank bjb selama 2022 dengan rata-rata peningkatan sebesar 17%, di satu sisi pada gambar sebelah kanan menunjukkan growth transaksi bank bjb selama 2022 dengan rata-rata frekuensi transaksi meningkat sebesar 9% dan volume transaksi meningkat sebesar 9%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna cukup menerima aplikasi Digicash dengan baik berdasarkan growth dari pengguna dan frekuensi transaksi, namun di lain sisi kurangnya transaksi secara berulang terlihat pada volume transaksi tidak berbanding lurus dengan kenaikan user, dimana hanya meningkat dengan rata-rata sebesar 1,7%.

Berdasarkan kondisi tersebut, apabila Digicash ingin menjadi aplikasi top of mind, pengelola harus mengetahui dan menyadari faktor yang harus diperbaiki untuk menggunakan Digicash secara berkelanjutan. Salah satu cara mencari faktor untuk memperbaiki hal tersebut adalah dengan menganalisis minat lanjutan pengguna Digicash dalam bertransaksi. Oleh karena itu terdapat kebutuhan untuk menganalisis pengaruh dari faktor-faktor seperti *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Habit*, *Perceived Trust*, *Perceived Risk*, dan *Price Saving Orientation* terhadap penggunaan berkelanjutan atau *continuance intention*.

Memahami faktor-faktor tersebut penting untuk mendapatkan wawasan agar pengelola Digicash dapat lebih mengembangkan lagi Digicash di Indonesia. Faktor Faktor tersebut diadopsi menggunakan model UTAUT 2 yang dimodifikasi. Berdasarkan Venkatesh et al. (2012), model UTAUT2 diadopsi dari UTAUT, dan UTAUT merupakan model penelitian untuk memprediksi perilaku seseorang terhadap

adopsi teknologi, tetapi UTAUT hanya digunakan untuk konteks organisasi. Venkatesh pada tahun 2012 memperluas model menjadi model UTAUT2 sehingga lebih sesuai dalam konteks individu pada konsumen. Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang menggunakan metode yang sama dengan memodifikasi model UTAUT2 untuk menganalisis minat berkelanjutan pada adopsi aplikasi uang elektronik, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Indrawati & Putri (2018) yang membuktikan bahwa *Continuance Intention* dipengaruhi oleh *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Price Saving Orientation* dan *Trust* serta menggunakan variabel moderasi *Age* dan *Gender*. Terdapat penelitian lain yaitu yang dilakukan oleh Hidayat, et al. (2020) yang membuktikan bahwa bahwa faktor *Perceived Trust* dan *Perceived Risk* mempengaruhi penggunaan berkelanjutan pada adopsi pembayaran mobile menggunakan kerangka penelitian modifikasi UTAUT2

Dengan faktor-faktor UTAUT2 yang telah dimodifikasi tersebut, pengelola Digicash dapat lebih memahami preferensi pengguna untuk terus menggunakan Digicash. Dengan demikian, sampai saat ini dari hasil pencarian literatur, belum ada penelitian yang dipublikasikan tentang minat pengguna berkelanjutan Digicash menggunakan model UTAUT2 yang dimodifikasi hingga saat ini.

Berdasarkan penjelasan dari data diatas, diperlukannya penelitian ini dikarenakan jumlah growth pengguna dan transaksi dari aplikasi Digicash terbilang sedikit dibandingkan aplikasi sejenis, serta belum adanya penelitian adopsi Digicash dengan model yang sama pada penelitian ini. Oleh karena itu diperlukannya usaha peningkatan dari Bank bjb untuk meningkatkan pengguna dan transaksi melalui aplikasi Digicash dengan adanya penelitian ini.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan model penelitian tersebut, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar penilaian pengguna tentang variabel independen (*Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Habit*, *Perceived Trust*, *Perceived Risk*, dan *Price Saving Orientation*) pada aplikasi Digicash?
2. Berdasarkan model UTAUT2 yang telah dimodifikasi, apakah variabel independen (*Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Habit*, *Perceived Trust*, *Perceived Risk*, dan *Price Saving Orientation*) berpengaruh terhadap *Continuance Intention*?
3. Seberapa besar pengaruh *Continuance Intention* dari konsumen terhadap Digicash?
4. Berdasarkan *modified* UTAUT 2 faktor apa saja yang paling berpengaruh dalam penggunaan berkelanjutan aplikasi Digicash?
5. Apakah *Age* dan *Gender* berdampak pada pengaruh *Continuance Intention* Digicash?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui bagaimana penilaian pengguna aplikasi Digicash terhadap variabel *Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Habit*, *Perceived Trust*, *Perceived Risk*, dan *Price Saving Orientation* pada Digicash
2. Untuk mengetahui apakah variabel independen (*Performance Expectancy*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation*, *Habit*, *Perceived Trust*, *Perceived Risk*, dan *Price Saving Orientation*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Continuance Intention*
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Continuance Intention* dari pengguna terhadap Digicash
4. Untuk menganalisis faktor apa saja yang paling berpengaruh dalam *Continuance Intention* aplikasi Digicash menggunakan *modified* UTAUT 2
5. Untuk mengetahui perbedaan *Age* dan *Gender* berdampak terhadap faktor faktor model modifikasi UTAUT 2.

1.6 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat pada 2 aspek yaitu, aspek teoritis dan aspek praktis

1.6.1 Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam penggunaan e-wallet dan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.6.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman dan informasi terhadap pengguna mengenai manfaat e-wallet khususnya Digicash terhadap proses kegiatan bertransaksi sehari-hari.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan oleh penulis. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, pertanyaan masalah, tujuan penelitian serta manfaat dari penelitian yang dilakukan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang tinjauan teori yang akan digunakan dan berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, seperti karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data yang akan digunakan pada penelitian ini.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan mengenai hasil dari data pada penelitian ini dan analisis data dari data yang telah didapatkan dengan menggunakan metode yang ditetapkan sebelumnya. Ada beberapa pembahasan pada bab ini yaitu: karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan mengenai penelitian.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan tentang kesimpulan akhir dari sebuah penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dan saran-saran.