

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia terus berkembang dengan penggunaan teknologi terbaru, begitu pula dengan penggunaan sistem pembayaran. Kini telah berkembang *e-money* atau uang elektronik sebagai alat pembayaran. Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan manfaat menjadi faktor penting yang berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*. Hal ini menarik untuk diteliti karena mengacu pada penelitian terdahulu yang memiliki hasil beragam. Dibuktikan dalam penelitian yang telah dilakukan oleh (Singgih Priambodo, 2016; Harries, 2016; Setyo dkk, 2015; Sherly Rakhmawati, 2013; Cahaya, 2012) yang menunjukkan bahwa kepercayaan, persepsi manfaat dan persepsi kemudahan menarik untuk diteliti. Hal ini senada dengan penelitian (Adi dkk, 2016; Aldioctavia, 2014; Habsari, 2013; Khairul Amri, 2013; Sri Maharsi, 2007). semakin besar tingkat kepercayaan, kemudahan dan manfaat yang diberikan perusahaan maka akan semakin dekat pula dengan pencapaian tujuan perusahaan.

Dalam penelitian Adi dkk (2016) persepsi mudah digunakan dan persepsi manfaat menjadi faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan *electronic money*. Hal tersebut juga senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Singgih (2016). Menurut Cahaya (2012) Kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang dalam

mempelajari teknologi informasi yang dalam hal ini adalah teknologi internet. Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) juga merupakan kepercayaan (*belief*) tentang proses pengambilan keputusan. Penggunaan *e-money* yang mudah dioperasikan, mudah dipelajari, dan tidak menyulitkan dalam penggunaannya akan meningkatkan minat konsumen dalam penggunaan *e-money*.

Penelitian Singgih (2016) menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat penggunaan *e-money* sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Khairul dkk (2013). Dede dkk (2015) menjabarkan bahwa persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam penggunaan uang elektronik. Hal tersebut juga dijabarkan dalam penelitian (Harries,2016; Singgih,2015; Aldioctavia dkk,2014; Habsari,2013; Sri dkk,2007). Sedangkan penelitian Setyo (2015) dan Sherly (2013) juga memasukkan variabel pengaruh kepercayaan sebagai salah satu variable yang berpengaruh terhadap minat penggunaan. Penelitian tersebut menyatakan bahwa pengaruh kepercayaan akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *e-money*. Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *e-money*, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Manfaat, Terhadap Minat Penggunaan *Electronic*

Money ” (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta

B. Perumusan Masalah

Keputusan konsumen dalam penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran akan sangat ditentukan oleh faktor kepercayaan, kemudahan dan manfaat. Hal ini senada dengan penelitian Adi dkk (2016); Singgih (2016); Setyo dkk (2015); Habsari (2013); Cahaya (2012). Ketika operator penyedia layanan *e-money* mampu memberikan itu semua maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap keputusan mereka menggunakan *e-money*.

Agar lebih terperinci mengenai masalah tersebut maka peneliti menentukan rumusan masalah yang akan diambil sebagai berikut :

- a. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa FEB UMS?
- b. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa FEB UMS?
- c. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa FEB UMS?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mengarah pada rumusan masalah yang telah disebutkan di atas yaitu :

1. Menjelaskan pengaruh kepercayaan terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa di FEB UMS.
2. Menjelaskan pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa di FEB UMS.
3. Menjelaskan pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-money* pada mahasiswa di FEB UMS.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan dan perkembangan ekonomi. Penelitian ini juga diharapkan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dan berguna sebagai literatur mengenai kondisi penggunaan *e-money* di lingkup mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi perbankan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perbankan dan perusahaan penerbit *e-money* untuk lebih menggiatkan programnya dalam menyelenggarakan dan mempromosikan *e-money* dan gerakan nasional non tunai dalam berbagai sektor lapisan masyarakat.
- b. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk melengkapi dan menambah hasil penelitian terkait tentang penggunaan *e-money* dan dapat digunakan untuk menambah wawasan

bagi mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.