

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era digital saat ini, kemajuan teknologi informasi telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan termasuk sektor pembayaran atau transaksi. Salah satu inovasi baru adalah penggunaan *e-money* sebagai metode pembayaran yang praktis dan efektif. Penggunaan *e-money* kini semakin marak di Indonesia, sejalan dengan peningkatan teknologi informasi dan penggunaan smartphone (Hendrayana, et al., 2024). CSB Mall Kota Cirebon sebagai salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Kota Cirebon mengimplementasikan sistem parkir untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi bagi pengunjung, penerapan sistem parkir berbasis *e-money* diharapkan mampu meningkatkan pengalaman pengguna dan mengurangi antrean di area parkir.

E-money merupakan alat pembayaran elektronik yang dapat digunakan untuk transaksi non-tunai dan memiliki uang tersimpan di dalamnya yang dapat diisi ulang ketika saldonya habis (Wardani, 2020). Menurut peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2018 mengenai *e-money*. *E-money* adalah alat pembayaran yang memenuhi beberapa kriteria, diterbitkan berdasarkan nilai uang yang telah disetor sebelumnya kepada penerbit, nilai uang disimpan dalam elektronik dalam chip atau media server dan penerbit tidak menganggap nilai *e-money* sebagai simpanan menurut undang-undang perbankan (Bank Indonesia, 2019).

Agus DW Martowardojo selaku Gubernur Bank Indonesia, mengatakan bahwa “Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) bertujuan untuk mendorong pemahaman bersama mengenai penggunaan alat pembayaran non tunai dalam transaksi”. Peluncuran uang elektronik ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang penggunaan alat pembayaran non tunai dalam transaksi, pelaku bisnis dan lembaga pemerintah akan pentingnya pembayaran non tunai yang aman, efektif dan mudah digunakan untuk berbagai transaksi keuangan Sumbar dalam penelitian (Imah, 2023). Perkembangan uang elektronik menunjukkan peningkatan signifikan dari

tahun ke tahun. Berikut adalah tabel yang menyajikan jumlah pertumbuhan uang elektronik yang beredar di Indonesia pada periode 2015 hingga 2021.

Tabel 1. 1 Jumlah Transaksi Uang Elektronik (*e-money*)

No	Tahun	Voulume (dalam satuan transaksi)	Nominal (dalam Juta Rp)
1.	2015	535.579.528	5.283.018
2.	2016	683.133.352	7.063.689
3.	2017	943.319.933	12.375.469
4.	2018	2.922.698.905	47.198.616
5.	2019	5.226.699.919	145.165.468
6.	2020	4.625.703.561	204.909.170
7.	2021	5.450.400.276	305.435.828.86

Sumber: Data Statistik Bank Indonesia 2024

Berdasarkan tabel diatas, jumlah transaksi uang elektronik (*e-money*) terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa uang elektronik (*e-money*) adalah salah satu alternatif potensial untuk meningkatkan inklusi keuangan. Perusahaan perbankan dan telekomunikasi berlomba-lomba untuk meluncurkan produk dan layanan uang elektronik. Hampir semua bank besar di Indonesia menawarkan layanan *e-money*, seperti Mandiri *e-money*, BRI *Brizzi*, BNI *Tapcash*, BCA *Flazz*, dan *T-cash* dari Telkomsel. Selain itu, langkah ini juga diikuti oleh berbagai *startup* di sektor teknologi keuangan (*fintech*) meskipun lebih kecil skalanya namun sangat sigap, seperti Tokocash dari Tokopedia, Bukadompet dari Bukalapak, Gopay dari Gojek, LinkAja dari PT. Fintek Karya Nusantara, dan OVO dari PT. Visionet Internasional.

Pada 1 Juli 2024, CSB Mall secara resmi menerapkan sistem *e-money* sebagai metode pembayaran parkir di area CSB Mall. Dengan kebijakan ini pengunjung diharuskan menggunakan *e-money* untuk parkir di dalam area CSB Mall. Menurut Adwin Nugroho selaku Manajer CSB Mall, menjelaskan bahwa selain *e-money* tersedia alternatif pembayaran lainnya melalui aplikasi *Parkee* serta kartu *Flazz*. Saat ini, pengguna

aplikasi *Parkee* sekitar 1.000 pengguna yang telah tercatat oleh manajemen untuk mengantisipasi pengunjung yang belum memiliki *e-money*. CSB Mall juga menawarkan kartu *Flazz* seharga Rp 50 ribu dengan saldo awal Rp 20 ribu, sekitar 230 kartu *Flazz* telah terjual dan sedang mengajukan permintaan tambahan kartu untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Penerapan ini juga dilengkapi dengan sosialisasi oleh petugas yang ditempatkan di pintu gerbang parkir untuk membantu pengunjung memahami penggunaan sistem baru tersebut (Indonesia, 2024).

Uang elektronik (*e-money*) yang nilainya bisa diisi ulang atau di *top up* tidak termasuk dalam kategori simpanan yang telah diatur oleh undang-undang perbankan Peraturan Bank Indonesia No.20/6/PBI/2018. Hal ini mengakibatkan apabila penggunaan uang elektronik (*e-money*) oleh individu yang bukan pemiliknya menyebabkan kesulitan dalam pelacakan serta ketidakmampuan untuk memblokir transaksi yang terkait dengan pencurian atau kehilangan. Meskipun uang elektronik (*e-money*) memiliki banyak keunggulan inovatif dibandingkan dengan uang tunai, banyak orang masih memilih transaksi tunai karena kemudahan dan manfaat uang elektronik (*e-money*) yang belum sepenuhnya dirasakan oleh masyarakat. Hanya sebagian masyarakat yang sudah memahami kemudahan dan manfaat ini yang sudah menggunakannya, sedangkan masyarakat yang belum terbiasa atau kurang paham masih ragu-ragu untuk menggunakan uang elektronik (*e-money*) (Bank Indonesia, 2019).

Tujuan utama uang elektronik (*e-money*) adalah untuk mempermudah berbagai transaksi keuangan sehari-hari, seperti pembayaran parkir. Penerapan sistem pembayaran parkir dengan uang elektronik (*e-money*) dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakannya. Uang elektronik (*e-money*) menawarkan banyak keuntungan yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakannya. Uang elektronik (*e-money*) dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan kemudahan dan keuntungan yang ditawarkannya. Jika suatu produk menawarkan berbagai kemudahan dan manfaat dalam kegiatan sehari-hari yang dapat

mengurangi beban pekerjaan, masyarakat akan cenderung lebih memilih menggunakan uang elektronik (*e-money*) (Imah, 2023).

Minat masyarakat akan muncul ketika ada ketertarikan terhadap suatu produk yang mendorongnya untuk mencoba produk tersebut terlebih dahulu. Jika mencoba produk tersebut mudah digunakan, menawarkan banyak manfaat, dan kepercayaan yang tinggi, maka keinginan untuk membeli atau menggunakannya akan semakin kuat (Ningrum, 2020). Hal ini juga berlaku pada minat seseorang terhadap uang elektronik ketika seseorang memiliki persepsi bahwa uang elektronik memberikan kemudahan dan manfaat yang signifikan dengan kepercayaan, mereka akan lebih terdorong untuk menggunakannya. Menurut Seng (2016) minat konsumen terhadap produk inovatif dapat dianalisis melalui faktor internal dan eksternal produk. Faktor internal meliputi pengetahuan, kapasitas, sumber daya, dan teknologi yang dimiliki oleh perusahaan, sedangkan faktor eksternal mencakup kebutuhan konsumen serta harapan pemilik terhadap produk perusahaan.

Perusahaan perlu memahami lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik (*e-money*) sebagai alat pembayaran parkir. Strategi pemasaran yang tepat dapat mendorong masyarakat untuk lebih tertarik menggunakan instrumen ini. Salah satu faktor penentu adalah kemudahan penggunaan (*ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu teknologi atau sistem tidak akan memerlukan banyak usaha dalam masalah pembayaran parkir. Berdasarkan definisi ini, kemudahan berarti sejauh mana seseorang merasa bebas dari kesulitan berkat penggunaan teknologi atau sistem tersebut. Jika seseorang percaya bahwa suatu sistem informasi mudah dipelajari, dipahami dan dioperasikan serta memiliki cara penggunaan yang sederhana maka akan lebih cenderung untuk menggunakannya, begitu pula sebaliknya (Jogiyanto, 2017).

Kemudahan Penggunaan yang disediakan oleh uang elektronik (*e-money*), seperti transaksi yang lebih cepat dan aman dapat menarik perhatian pengguna dari berbagai lapisan pendapatan. Jika mereka merasa bahwa

penggunaan uang elektronik (*e-money*) sebagai alat pembayaran parkir dapat menghemat waktu dan usaha, ketertarikan untuk menggunakannya akan meningkat. Hasil penelitian (Putri et al., 2021), membuktikan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat masyarakat dalam menggunakan *e-money*. Pada penelitian (Nurfitriani, 2022) juga membuktikan bahwa menunjukkan variabel kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan merupakan faktor penentu pentingnya dalam minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik (*e-money*) sebagai alat pembayaran.

Keputusan Masyarakat dalam memanfaatkan layanan uang elektronik (*e-money*) sangat dipengaruhi oleh informasi yang mereka terima tentang produk tersebut. Menurut Jogiyanto (2017), manfaat didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem tertentu akan secara langsung meningkatkan kinerjanya. Jika seseorang percaya bahwa sistem tersebut dapat mempercepat proses, meningkatkan efisiensi, dan mendukung produktivitas maka ia akan lebih termotivasi untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa sistem informasi kurang memberikan manfaat, ia cenderung untuk tidak menggunakannya. Sama halnya dengan elektronik (*e-money*) sebagai alat pembayaran parkir, jika masyarakat merasakan manfaat dari sistem tersebut maka minat masyarakat dalam menggunakannya semakin tinggi. Hasil penelitian (Listya & Syaifullah, 2018), membuktikan bahwa manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat masyarakat dalam menggunakan *e-money*. Pada penelitian (Nurfitriani et al., 2022) juga membuktikan bahwa menunjukkan variabel manfaat mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Oleh karena itu, manfaat merupakan faktor penentu pentingnya dalam minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran.

Selain itu, faktor kepercayaan terhadap produk juga memengaruhi penggunaan layanan uang elektronik (*e-money*) sebagai alat pembayaran.

Kepercayaan didefinisikan sebagai kesiapan seseorang untuk mengandalkan pihak lain dalam melakukan sesuatu (Kotler & Keller Lane, 2016). Kepercayaan ini sangat penting dalam penggunaan uang elektronik (*e-money*) sebagai alat pembayaran, konsep kepercayaan mengacu pada kemampuan penyedia layanan uang elektronik (*e-money*) dalam memastikan keamanan dan kerahasiaan instrumen yang digunakan masyarakat, sehingga menumbuhkan keyakinan pada diri masyarakat. Hasil penelitian (Kurnianingsih & Maharani, 2020), membuktikan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat masyarakat dalam menggunakan *e-money*. Pada penelitian (Tangnga & Tanihatu, 2021) juga membuktikan bahwa menunjukkan variabel kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan *e-money*. Oleh karena itu, kepercayaan merupakan sangat berpengaruh dan faktor penentu pentingnya dalam minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), perilaku pengguna dan tingkat penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi. Tujuan TAM adalah memahami sikap pengguna terhadap teknologi. Model ini membantu mengukur sikap individu dalam menggunakan teknologi, di mana minat untuk menggunakannya akan muncul apabila teknologi tersebut dianggap bermanfaat dan mudah digunakan. Teknologi yang mudah dipelajari dan digunakan tidak memerlukan banyak waktu, sehingga pengguna memiliki lebih banyak waktu untuk menyelesaikan tugas lainnya yang pada akhirnya meningkatkan efektivitas kerja.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) memberikan dasar untuk menilai pengaruh berbagai variabel terhadap kepercayaan internal (*beliefs*), sikap (*attitudes*), dan minat (*intentions*). Model ini menyatakan bahwa sikap terhadap penggunaan dan penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi terhadap manfaat teknologi (*perceived*

usefulness) dan persepsi terhadap kemudahan penggunaan teknologi (*perceived ease of use*) (Davis et al., 1989) dalam (Putri et al., 2021).

Dari uraian yang telah dikemukakan maka peneliti tertarik untuk menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran parkir di CSB Mall Kota Cirebon dengan variabel Kemudahan Penggunaan, Manfaat dan Kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Banyak bank dan lembaga non-bank yang telah menyediakan layanan uang elektronik (*e-money*), namun masih terdapat banyak pusat perbelanjaan atau pasar yang belum menjadi merchant untuk transaksi *e-money*.
2. Keamanan *e-money* yang tidak terdaftar menjadi masalah karena jika terjadi kehilangan, tidak ada informasi pengguna yang dapat digunakan untuk mengembalikan dana atau memblokir akun *e-money* yang hilang.
3. *E-money* termasuk produk baru yang berkembang pesat di setiap tahunnya baik dari segi volume transaksi maupun jumlah nilai transaksinya, Oleh karena itu, variabel manakah yang paling memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran parkir.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini dibuat agar penelitian tidak menyimpang, maka penelitian ini hanya meneliti tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap penggunaan *e-money* sebagai alat pembayaran parkir di CSB Mall Kota Cirebon.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran parkir di CSB pada Masyarakat Kota Cirebon?
2. Bagaimana manfaat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran parkir di CSB pada Masyarakat Kota Cirebon?
3. Bagaimana kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran parkir di CSB pada Masyarakat Kota Cirebon?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran parkir di CSB pada Masyarakat Kota Cirebon.
2. Untuk mengetahui manfaat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran parkir di CSB pada Masyarakat Kota Cirebon.
3. Untuk mengetahui kepercayaan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran parkir di CSB pada Masyarakat Kota Cirebon.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang diuraikan, maka manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam mengembangkan pengetahuan tentang kemudahan penggunaan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menggunakan *e-money* sebagai alat

pembayaran parkir di CSB mall Kota Cirebon, baik bagi mahasiswa untuk dijadikan bahan referensi kebutuhan penelitian sejenis maupun untuk masyarakat umumnya.

2. Manfaat Praktis.

a. Bagi peneliti

Diharapkan peneliti dapat menambah referensi dan memperoleh wawasan baru dengan adanya penelitian ini serta pengetahuan yang berkaitan dengan terhadap minat masyarakat menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran parkir di CSB mall Kota Cirebon.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini, dapat memberi informasi bagi pihak CSB Mall bagaimana, kemudahan penggunaan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat masyarakat menggunakan *e-money* sebagai alat pembayaran parkir di CSB mall Kota Cirebon sebagai bahan evaluasi dan pedoman dalam mengambil langkah-langkah yang baik oleh perusahaan dimasa mendatang.

G. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisikan mengenai uraian latar belakang penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini menguraikan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan pengembangan hipotesis.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini menguraikan mengenai metode penelitian meliputi tempat dan waktu penelitian, metode dan pendekatan penelitian, Sumber data, metode pengumpulan data,

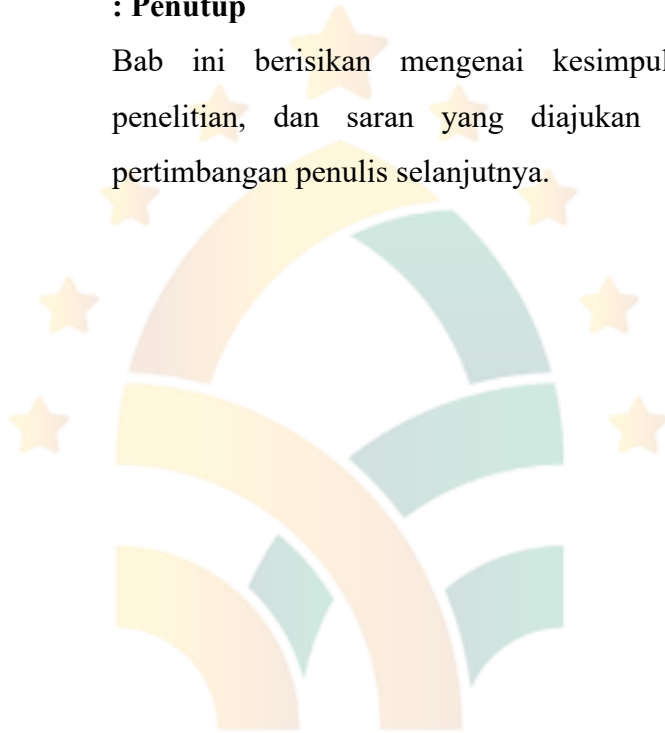
populasi dan sampel data, variabel penelitian, definisi operasional, instrument penelitian dan seknik analisis data.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisikan mengenai gambaran umum penelitian, pengujian dan analisis data, dan pembahasan hasil dari analisis data.

BAB V : Penutup

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran yang diajukan sebagai bahan pertimbangan penulis selanjutnya.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON