

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan *mobile payment* di kehidupan masyarakat semakin meningkat karena penggunaan perangkat seluler juga meningkat (Ginting, 2017). Sejak tahun 2009 Bank Indonesia sudah mendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNTNT), sistem pembayaran non tunai dengan menggunakan perangkat seluler (Bank Indonesia, 2020). Aplikasi GOJEK menyediakan transaksi pembayaran non tunai adalah GOPAY, yang diperkenalkan Oktober 2010 (Zulfikar, 2019). Keunggulan GOPAY adalah fasilitas proses transaksi mudah dan cepat sehingga pengguna merasa aman dari pencurian dan penipuan (Wibawa, 2019) sedangkan kelemahan GOPAY adalah pengguna bergantung pada jaringan komunikasi (sinyal) yang stabil dalam proses pembayaran (Goenawan, 2018).

Penelitian bertujuan memberikan informasi faktor-faktor yang berpengaruh pada penerimaan dan pengguna *mobile payment* pada teknologi pembayaran GOPAY berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah Amelia (2019), *mobile payment characteristic* oleh Tazkiyyaturohmah (2018), Nugroho (2017) dan Juniarti (2017), *Trust* oleh Genady (2018), Suyanto dan Taufan (2019) dan *security and privacy* oleh Yogananda (2017). Penelitian ini diharapkan menginformasikan alat pembayaran non tunai (GOPAY) mengenai karakteristik pengguna, kepercayaan pengguna, serta keamanan dan privasi pengguna.

1.2 Tinjauan Pustaka

1.2.1 Model Penerimaan Teknologi

Technology Acceptance Model (TAM) untuk menganalisis dan memahami faktor penentu penerima teknologi, perilaku pemakai akhir (*end-user*) teknologi informasi dengan variasi dan populasi pemakai (Maragunic dan Andrian, 2014). TAM terdiri dari

perceived usefulness dan *perceived ease of use* sebagai 2 konstruk utama serta *attitude toward using*, *behavioral intention* dan *actual use* sebagai 3 konstruk lainnya (Davis, 2014).

1.2.2 Mobile Payment Characteristics

Menurut Adiningsih (2019), *mobile payment* merupakan sarana untuk membayar transaksi antara dua pihak dengan praktis, sederhana, aman, nyaman, simpel dengan menggunakan perangkat selular. Menurut kim, dkk (2009) menyatakan bahwa karakteristik dari *mobile payment* ada empat adalah *convenience*, *compactibility*, *reachability* dan *mobility*.

1.2.3 Teori Pengaruh Mobility Terhadap Perceived Usefulness

Menurut Durodulu (2016), jika terdapat teknologi yang bisa bekerja dimana saja, maka penggunaannya akan meningkat atau tertarik dengan teknologi tersebut.

H1: *Mobility* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*

1.2.4 Teori Pengaruh Mobility Terhadap Perceived Ease Of Use

Menurut Genady (2018), apabila orang dapat memakai suatu teknologi dimana saja dan kapan saja maka dapat meningkatkan keinginan untuk memakai teknologi itu.

H2: *Mobility* berpengaruh terhadap *perceived ease of use*

1.2.5 Teori Pengaruh Reachability Terhadap Perceived Usefulness

Menurut Amelia (2019), suatu teknologi apabila mudah diakses maka dapat meningkatkan kinerjanya serta meningkatkan keinginan seseorang untuk memakai teknologi itu.

H3: *Reachability* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*

1.2.6 Teori Pengaruh Reachability Terhadap Perceived Ease Of Use

Menurut Genady (2018), jika pelayanan suatu teknologi bisa diakses pengguna maka menjadi kemudahan dalam memakainya.

H4: *Reachability* berpengaruh terhadap *perceived ease of use*

1.2.7 Teori Pengaruh *Compatibility* Terhadap *Perceived Usefulness*

Menurut Nugroho (2017), jika *mobile payment* bisa diadaptasi dengan baik oleh pemakainya, maka menjadikannya bermanfaat dalam pekerjaan pemakainya.

H5: *Compatibility* berpengaruh terhadap *Perceived usefulness*

1.2.8 Teori Pengaruh *Compatibility* Terhadap *Perceived Ease Of Use*

Menurut Kim, dkk (2009), jika sistem bisa dicocokkan dengan kegiatan, maka dapat memudahkan pekerjaan pemakainya

H6: *Compability* berpengaruh terhadap *perceived ease of use*

1.2.9 Teori Pengaruh *Convenience* Terhadap *Perceived Usefulness*

Menurut Kim, dkk (2009), Jika kenyamanan dirasakan pada suatu sistem, maka menjadikan kinerja penggunanya meningkat.

H7: *Convenience* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*

1.2.10 Teori Pengaruh *Convenience* Terhadap *Perceived Ease Of Use*

Menurut Kim, dkk (2009), keyakinan teknologi yang nyaman digunakan dapat menjadikan pekerjaan penggunanya menjadi mudah.

H8: *Convenience* berpengaruh terhadap *perceived ease of use*

1.2.11 Teori Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Terhadap *Perceived Usefulness*

Menurut Usman (2017), jika suatu teknologi mudah penggunaannya, maka hal tersebut menjadikannya bermanfaat untuk penggunanya.

H9: *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*

1.2.12 Teori Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Attitude Towards Using*

Menurut Yonagananda (2017), sikap yang positif ditunjukkan oleh pengguna sistem, apabila performa penggunanya ditingkatkan dengan menggunakan sistem tersebut.

H10: *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *attitude towards using*

1.2.13 Teori Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Terhadap *Attitude Towards Using*

Menurut Yonagananda (2017), suatu sistem akan menentukan sikap penggunanya berdasarkan apabila aktivitas pengguna dipermudah dengan adanya sistem tersebut.

H11: *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *attitude towards using*

1.2.14 Teori Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap *Behavioral Intention*

Menurut Davis (2014), jika suatu sistem ada manfaatnya, maka hal tersebut berdampak pada niat pengguna untuk memakai sistem itu.

H12: *Perceived usefulness* berpengaruh terhadap *behavioral intention*

1.2.15 Teori Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Terhadap *Behavioral Intention*

Menurut Amelia (2019), jika pengguna merasakan adanya kemudahan dengan menggunakan suatu teknologi bagi hidupnya, maka akan menjadikan hal tersebut sebagai niat untuk memakai teknologi itu.

H13: *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *behavioral intention*

1.2.16 Teori Pengaruh *Attitude Toward Using* Terhadap *Behavioral Intention*

Menurut Ispriandina dan Mamun (2019), sikap seseorang yang positif dengan suatu teknologi akan mempengaruhi minat seseorang tersebut dalam menggunakan teknologi.

H14: *Attitude towards using* berpengaruh terhadap *behavioral intention*

1.2.17 Teori Pengaruh *Perceived Security And privacy* Terhadap *Attitude Towards Using*

Menurut Bukhori (2018), penilaian positif akan diberikan seseorang atas suatu teknologi, jika terdapat keamanan pada teknologi itu berupa tidak adanya penipuan dan pencurian.

H15: *Perceived security and privacy* berpengaruh terhadap *Attitude Towards using*

1.2.18 Teori Pengaruh *Trust* Terhadap *Attitude Towards Using*

Menurut Genady (2018) sikap yang ditunjukkan pengguna suatu teknologi, berdasarkan jika teknologi itu dapat dipercaya.

H16 :*Trust* berpengaruh terhadap *attitude towards using*

1.2.19 Teori Pengaruh *Trust* Terhadap *Behavioral Intention*

Menurut Nugroho (2017), jika terdapat kepercayaan pengguna akan satu teknologi, maka akan terdapat niat pengguna untuk memakai teknologi itu.

H17: *Trust* berpengaruh terhadap *behavioural intention*

1.2.20 Teori Pengaruh *Perceived Ease Of Use* Terhadap *Trust*

Menurut Nugroho (2017), suatu sistem yang mudah dapat mempengaruhi kepercayaan penggunanya.

H18: *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap *trust*

1.2.21 Teori Pengaruh *Trust* Terhadap *Perceived Usefulness*

Menurut Davis (2014), kepercayaan pengguna terhadap suatu sistem dapat menjadikan kegiatan pengguna meningkat juga.

H19: *Trust* berpengaruh terhadap *Perceived usefulness*

1.3

Kerangka Konseptual

