

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

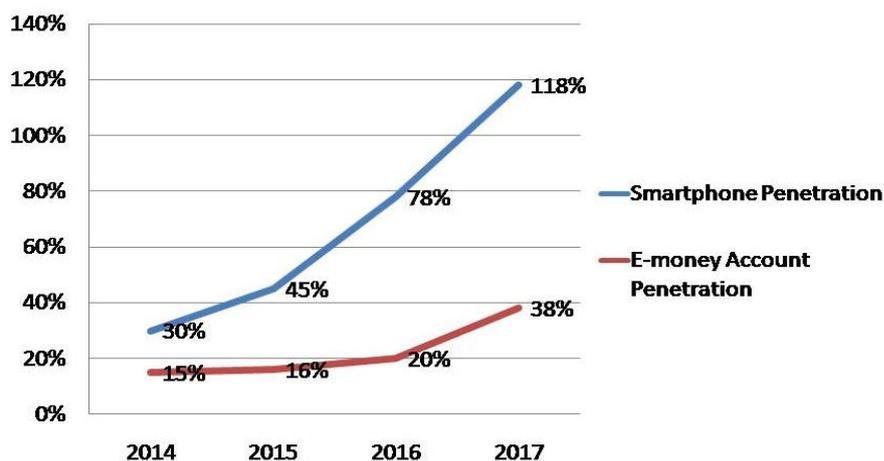
Dewasa ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia semakin pesat. Hal ini didukung dengan semakin canggih dan luasnya jaringan teknologi informasi dan komunikasi mulai dari *smartphone*, komputer, laptop, tablet, internet, hingga *software* seperti aplikasi *social media*, fotografi, aplikasi pemesanan makanan *online*, aplikasi taksi *online*, dan aplikasi perbankan.

Dari sekian banyak perkembangan teknologi yang ada di Indonesia, perkembangan yang terpesat adalah pada *e-commerce* dan *financial technology*. Menurut Pitoko (2018), tercatat sebanyak 135 perusahaan baru yang bergerak dibidang *fintech* telah berdiri di Indonesia hingga bulan Januari tahun 2018. Hal yang melatarbelakangi maraknya kemunculan perusahaan *fintech* ini disebabkan adanya permasalahan mendasar yang belum terselesaikan. Permasalahan tersebut disebabkan oleh masih banyaknya masyarakat Indonesia yang belum mengetahui fungsi dari sebuah jasa keuangan dan juga cara untuk menggunakan jasa keuangan. Masyarakat Indonesia ada yang takut untuk memanfaatkan jasa keuangan khususnya *bank* untuk menyimpan uang, karena mereka menilai menyimpan uang di sebuah jasa keuangan tidak aman. Banyak dari mereka akhirnya memutuskan untuk memegang uang tunai karena dianggap lebih aman.

Permasalahan ini akhirnya dimanfaatkan oleh pengusaha - pengusaha yang bergerak dibidang IT dan para penyedia jasa keuangan untuk meluncurkan aplikasi *fintech* agar dapat menjangkau masyarakat yang belum menggunakan jasa keuangan dan dapat membuat mereka akhirnya menggunakan teknologi keuangan. Penggunaan *fintech* dapat diakses secara langsung oleh pengguna, sehingga pengguna dapat mengelola keuangan mereka sendiri.

Adanya akses internet yang semakin luas dan semakin mudah, menyebabkan *fintech* dapat di operasikan dengan mudah menggunakan media elektronik seperti *tablet*, komputer, laptop, hingga *smartphone*. Penggunaan

*fintech* yang paling mudah adalah dengan menggunakan *smartphone*. Hal ini dikarenakan *smartphone* mudah untuk di temukan, mudah dibawa dan harganya relatif lebih murah dibandingkan dengan media elektronik lainnya. Berikut merupakan gambar presentase penggunaan *smartphone* dan *e-money* di Indonesia,



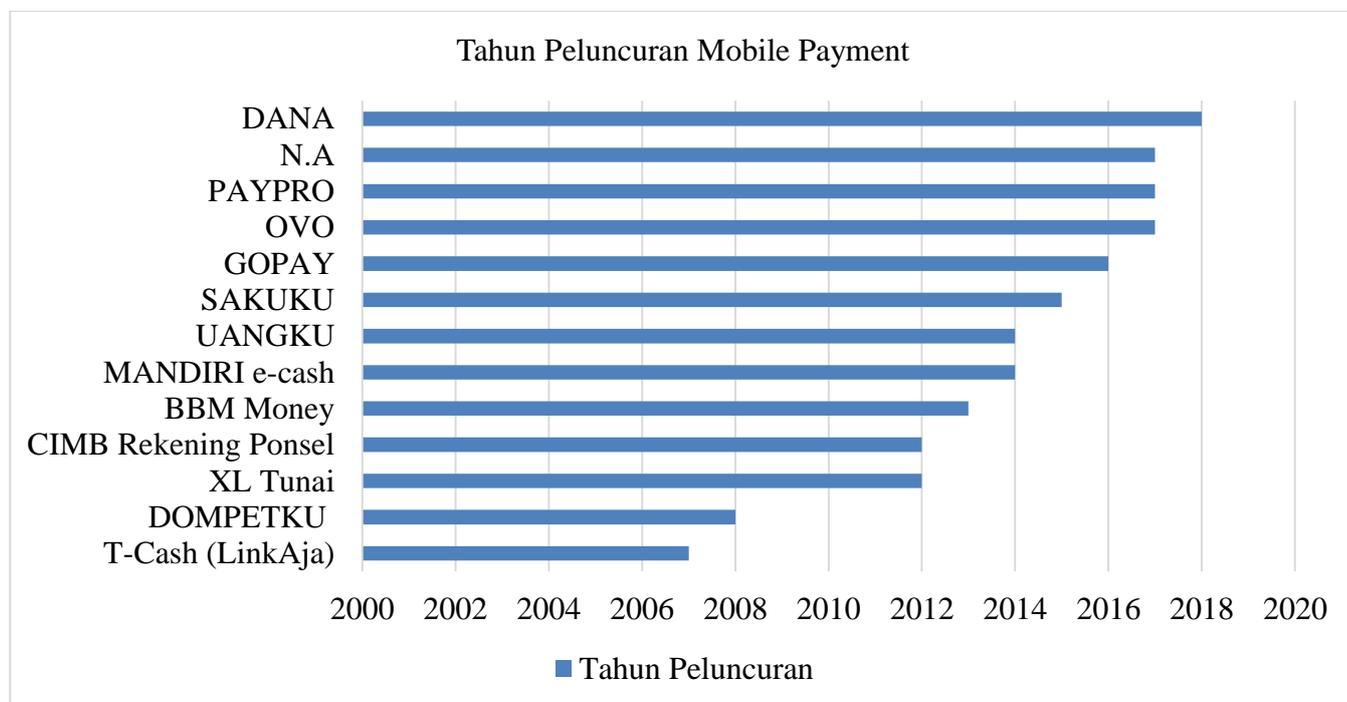
Gambar 1.1 Pertumbuhan Penggunaan *Smartphone* dan *E-money* di Indonesia

Sumber: *Daily Social* (2018)

Berdasarkan Gambar 1.1, dapat dilihat bahwa penggunaan ponsel cerdas (*smartphone*) pada tahun 2014 sebesar 30% dan terus naik hingga 118% pada tahun 2017. Hal ini dapat disimpulkan bahwa selama 4 tahun terakhir presentase penggunaan *smartphone* di Indonesia adalah sebesar 88%. Kemudian, penggunaan aplikasi *fintech* pada tahun 2014 adalah 15% dan terus naik hingga pada tahun 2017 presentasinya adalah sebesar 38%. Walaupun kenaikannya tidak signifikan penggunaan *smartphone*, tetapi dapat dilihat bahwa penggunaan *fintech* tiap tahunnya selalu mengalami kenaikan. Maka penggunaan *smartphone* sangat berpengaruh dalam meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia tentang penggunaan jasa keuangan serta dapat mengedukasi mereka secara tidak langsung dari penggunaan aplikasi keuangan berbasis *online*.

*Fintech* sendiri merupakan penerapan dari teknologi informasi di bidang keuangan yang bertujuan untuk memudahkan pengguna & penyedia jasa keuangan dalam aktivitas perbankan. Beberapa jasa keuangan di Indonesia yang telah menerapkan teknologi keuangan adalah BCA (*Bank Central Asia*) dengan

produk Sakuku, *Bank Mandiri* dengan produk Mandiri *e-cash*, BNI dengan UnikQu, dan BRI dengan *T Bank*.



Gambar 1.2 Tahun Peluncuran *Mobile Payment*

Sumber: *Daily Social* (2018)

Gambar 1.2 menjelaskan bahwa banyak jasa keuangan khususnya *Bank* di Indonesia yang telah mengadaptasi kemajuan teknologi informasi untuk aktifitas perbankan mereka. Selain untuk mengikuti perkembangan zaman, penggunaan *fintech* pada beberapa *bank* di Indonesia dapat mengurangi permasalahan dari masih banyaknya masyarakat yang belum menggunakan jasa keuangan. Tetapi belum menyelesaikan permasalahan tersebut karena tidak semua masyarakat Indonesia menggunakan *bank*.

Selain penggunaan *bank*, jasa keuangan yang banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah *credit union*. *Credit union* (CU) berasal dari bahasa latin yaitu *credere* yang berarti percaya, dan *union* yang berarti kumpulan. CU berarti sekumpulan orang yang saling percaya satu sama lain dalam sebuah ikatan yang

memiliki kesepakatan untuk menyimpan uang mereka sebagai modal yang nantinya akan dipinjamkan kepada anggota lainnya dengan tujuan untuk kesejahteraan bersama. *Credit union* (CU) adalah salah satu lembaga keuangan yang bergerak di bidang simpan – pinjam yang didirikan oleh anggota *credit union*-nya sendiri dengan tujuan untuk menyejahterahkan anggotanya. CU didirikan agar anggotanya dapat memperoleh pinjaman atau modal dengan biaya bunga yang kecil sehingga dapat mencapai kesejahteraan Bersama, (*National Credit Union Administration*, 2013).

Pada awal tahun 2018, terdapat kemunculan sebuah *credit union* yang mengadopsi *fintech* untuk mendukung aktifitas perbankannya. *Credit union* ini adalah CU Sauan Sibarrung Toraja dengan aplikasi *fintech*-nya yaitu Sauan *Mobile*. CU Sauan Sibarrung memiliki 34 ribu anggota, dengan omzet lebih dari 400 Miliar, (Alamsyah, 2019). Latar belakang dari munculnya aplikasi Sauan *Mobile* pada CU Sibarrung ini dikarenakan mayoritas masyarakat Tana Toraja berprofesi sebagai petani dan peternak, dengan pendidikan akhir yaitu sekolah menengah atas (SMA) dan belum tentu mengenal teknologi. Selain itu, penggunaan Sauan *Mobile* ini juga diharapkan akan membantu dan mempermudah transaksi anggota yang bertempat tinggal jauh dari CU (Pararak, 2018).

Pada tanggal 27 Januari 2018, CU Sauan Sibarrung Toraja meluncurkan sebuah *financial technology* (*fintech*) berbentuk aplikasi yang dapat digunakan pada *smartphone* anggota CU. Peluncuran aplikasi *fintech* ini bertujuan untuk mempermudah transaksi pembayaran anggota CU, seperti pembayaran PDAM, listrik, internet, pulsa reguler dan pra bayar, token listrik, pembayaran angsuran pinjaman, transfer uang kesesama anggota CU, informasi saldo simpanan dan riwayat transaksi, (Desianti, 2018). Selain mempermudah transaksi, penggunaan Sauan *Mobile* ini juga bertujuan untuk mengedukasi anggota CU agar memahami berbagai macam aktivitas perbankan dengan memanfaatkan *smartphone* pribadi mereka.

Penggunaan teknologi dalam jasa keuangan tidak lepas dari efek perkembangan teknologi yang semakin canggih. Sebelum seseorang memutuskan

untuk menggunakan atau mengadopsi sebuah teknologi baru, orang tersebut pasti akan mempertimbangkan beberapa hal sebelum akhirnya membuat keputusan aktual. Hal – hal tersebut adalah manfaat (*perceived benefit*), pengorbanan (*perceived sacrifice*) dan nilai (*perceived value*) yang akan didapatkan dari penggunaan teknologi tersebut. *Perceived benefit* dan *perceived sacrifice* merupakan bagian dari (*Value based adoption model (VAM)*). Konsep VAM menurut Kim, Chan dan Gupta, 2007; (dalam Kim, Kim, Park dan Choi 2017) merupakan penyempurnaan dari konsep TAM yang menjelaskan tentang niat pengadopsian teknologi berdasarkan kegunaan (*usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*ease of use*) dari sebuah teknologi. Konsep TAM ini memiliki keterbatasan, dimana adopsi teknologi yang dimaksud adalah teknologi umum, seperti *Spreadsheet* dan teknologi pengolah kata, oleh karena itu kemudian konsep TAM digabungkan dengan konsep VAM. *Perceived benefit* dapat menjelaskan manfaat atas hal – hal positif yang akan diperoleh ketika menggunakan teknologi, dalam hal ini adalah teknologi Suan *Mobile*. Para anggota CU akan mempertimbangkan manfaat – manfaat apa saja yang akan didapatkan dari penggunaan Suan *Mobile*. *Perceived sacrifice* menjelaskan dan mewakili hal – hal negatif seperti keragu – raguan dari anggota CU yang memberatkan niat mereka untuk mengadopsi dan bertransaksi dengan menggunakan teknologi Suan *Mobile*.

Menurut Kim *et al.*, (2017), VAM melihat *sacrifice* dan *benefit* sebagai faktor utama dari nilai yang dirasakan seseorang yang memunculkan niat untuk menggunakan atau mengadopsi suatu teknologi baru. Dalam hal ini teknologi baru yang diadopsi adalah Suan *Mobile* di CU Suan Sibarrung Toraja.

Selain menimbang faktor manfaat, pengorbanan dan nilai, faktor lain yang turut mempengaruhi niat seseorang dalam mengadaptasi sebuah teknologi adalah umur (*age*). Umur dapat mempengaruhi seseorang dalam pengadopsian sebuah teknologi baru. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Natarajan, Balasubramanian dan Kasilingam (2018) mengenai pengaruh moderat tipe perangkat (*handphone*) dan umur terhadap niat pengadopsian aplikasi belanja

*online*, mereka menemukan bahwa *umur* memiliki dampak moderat terhadap niat penggunaan aplikasi belanja *online*.

Variabel umur dalam penelitian ini dikelompokkan kedalam 2 generasi yaitu, kelompok generasi X, dimana orang – orang yang termasuk pada generasi ini adalah orang – orang yang lahir pada tahun 1965 - 1980 dan yang kedua adalah kelompok generasi Y, atau orang – orang yang lahir pada tahun 1981 - 1994. Rentang usia yang ditetapkan pada penelitian ini adalah  $\leq 40$  tahun dan  $> 40$  tahun, (Supriyanto, 2016). Pemilihan generasi X dan Y dalam penelitian ini dipilih dikarenakan adanya perbedaan era transisi teknologi, dimana pada saat generasi X lahir teknologi seperti *video game*, televisi kabel, PC dan internet mulai digunakan. Sedangkan pada masa generasi Y atau generasi milenial, mereka sudah mengenal teknologi seperti komputer, *video game*, dan *smartphone*. Selain itu generasi ini juga banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti SMS, *e – mail*, Facebook, Instagram, Twitter, Line, WhatsApp dan juga *game online* (Yustisia, 2016). Oleh sebab itu untuk mengetahui apakah ada perbedaan keputusan seseorang berdasarkan generasinya dalam pengadopsian teknologi maka variabel *age* ditambahkan dalam niat penggunaan atau pengadopsian (*adoption intention*) suatu teknologi baru dalam hal ini adalah *Sauan Mobile*.

Objek penelitian ini adalah pengguna aplikasi *Sauan Mobile* pada *Credit Union* *Sauan Sibarrung Toraja*. Alasan pemilihan objek penelitian ini dikarenakan *Credit Union* *Sauan Sibarrung Toraja* adalah salah satu CU di Indonesia yang telah menerapkan *fintech* pada kegiatan perbankan *credit union*-nya berupa aplikasi yaitu *Sauan Mobile*. Melihat kenyataan dan permasalahan, maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *perceived sacrifice*, dan *perceived benefit* melalui *perceived value* terhadap *adoption intention* pada *Sauan Mobile* dengan moderasi *age* di CU *Sauan Sibarrung Toraja*.

## 1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah *perceived sacrifice* mempengaruhi *perceived value* pada pengguna *Sauan Mobile*?
2. Apakah *perceived benefit* mempengaruhi *perceived value* pada pengguna *Sauan Mobile*?
3. Apakah *perceived value* mempengaruhi *adoption intention* pada pengguna *Sauan Mobile*?
4. Apakah *age* akan memoderasi pengaruh *perceived value* terhadap *adoption intention* pada pengguna *Sauan Mobile*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived sacrifice* terhadap *perceived value* pada pengguna *Sauan Mobile*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived benefit* terhadap *perceived value* pada pengguna *Sauan Mobile*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap *adoption intention* pada pengguna *Sauan Mobile*.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap *adoption intention* dengan moderasi *age* pada pengguna *Sauan Mobile*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat:

1. Menjadi referensi dan masukan bagi pembaca yang melakukan penelitian, terutama penelitian yang berhubungan dengan variabel *perceived sacrifice*, *perceived benefit*, *perceived value*, *age* dan *adoption intention* terhadap teknologi informasi khususnya *fintech*.
2. Memberikan kontribusi perihal adopsi teknologi yang berhubungan dengan konsep TAM, dan VAM.

3. Menjawab 4 permasalahan secara komprehensif, dan melakukan pengujian model dengan objek penelitian pengguna Sauan *Mobile* di CU Sauan Sibarrung Toraja.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan referensi bagi:

1. Pihak *Credit Union*, untuk menggunakan dan mengadopsi teknologi informasi terutama *fintech* untuk kegiatan perbankannya.
2. *Credit Union* Sauan Sibarrung Toraja untuk meningkatkan layanan dari aplikasi Sauan *Mobile* melalui penggunaan variabel *perceived sacrifice*, *perceived benefit*, *adoption intention*, *age*, dan *perceived value*.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah memahami penelitian ini, maka penyusunan hasil dari penelitian ini ditulis dalam 5 bab yang saling berkaitan, yaitu:

##### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Berisi mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi mengenai penjelasan singkat dari landasan teori mengenai: *Adoption Intention*, *perceived value*, *age*, *perceived benefit*, dan *perceived sacrifice*. Selain itu bab ini juga membahas penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian.

##### **BAB 3: METODE PENELITIAN**

Menjelaskan mengenai desain penelitian, identifikasi, definisi operasional, pengukuran variabel, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, teknik penyampelan, dan analisis data.

#### BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berisi penjelasan dari gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data, dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan.

#### BAB 5: SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Memuat simpulan, dan keterbatasan dari hasil penelitian, serta saran bagi perusahaan ataupun juga peneliti selanjutnya.