

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman modern sekarang ini, internet menjadi sebuah kebutuhan masyarakat yang memberikan banyak kemudahan untuk melakukan kegiatannya terutama dibidang barang dan jasa. Kemajuan penggunaan internet yang semakin pesat membuat para pelaku bisnis saling bersaing untuk menciptakan teknologi baru yang dapat memudahkan masyarakat khususnya dalam penyedia layanan barang dan jasa. Penyedia jasa layanan transportasi berbasis internet salah satunya yaitu GOJEK.

GOJEK adalah sebuah aplikasi yang digunakan oleh masyarakat untuk memesan kebutuhan dalam bidang transportasi seperti perjalanan, pembelian (pesan-antar) makanan, dan juga pengiriman barang. Adapun beberapa inovasi layanan GOJEK yang tersedia sekarang yaitu: 1) Go-Ride adalah layanan dari GOJEK yang akan mengantarkan pelanggan dari tempat penjemputan ke lokasi tujuan dengan motor atau Ojek; 2) Go-Car adalah layanan dari GOJEK yang akan mengantarkan pelanggan dari tempat penjemputan ke lokasi tujuan dengan transportasi mobil; 3) Go-Food adalah layanan dari GOJEK yang menyediakan layanan pesan-antar makanan dari restoran atau tempat makan yang menjadi mitra dari GOJEK; 4) Go-Tix adalah layanan dari GOJEK yang menyediakan pembelian tiket yang dijual oleh mitra dari GOJEK; 5) Go-Send adalah sebuah layanan dari GOJEK yang menyediakan jasa pengantaran

barang; 6) Go-Clean adalah layanan dari GOJEK yang menyediakan jasa seorang *cleaning service* untuk membersihkan suatu rumah, gedung atau ruangan; 7) Go-Massage adalah layanan dari GOJEK yang menyediakan jasa terapis pijat panggilan; 8) Go-Shop adalah layanan dari GOJEK yang menyediakan jasa untuk memudahkan pelanggan dalam membeli makanan atau barang kemudian mengantarkan ke tempat pemesan. Untuk pembayaran, GOJEK memberikan dua cara untuk melakukan pembayarannya, yang pertama dengan menggunakan uang tunai, dan yang kedua dengan menggunakan dompet digital yang tersedia pada aplikasi GOJEK atau yang biasa disebut dengan Go-Pay.

Go-Pay adalah sebuah inovasi pembayaran non tunai yang dikembangkan oleh perusahaan GOJEK untuk mempermudah para konsumennya dalam bertransaksi menggunakan aplikasi GOJEK. Go-Pay menjadi salah satu jawaban atas permasalahan para konsumen yang kurang suka bertransaksi menggunakan uang tunai. Dompet digital atau mobile payment yang merupakan suatu sistem pembayaran non tunai yang menawarkan keamanan dan kemudahan kepada para penggunanya dengan hanya menggunakan smartphone untuk melakukan segala bentuk pembayaran sehingga transaksi menjadi lebih praktis menurut (Abidin, 2015). Jenis dompet digital yang beredar di Indonesia sekarang ini sudah sangat beragam, misalnya seperti Telkomsel cash (T-Cash), DANA, DOKU, OVO, BCA Mobile, LinkAja dan lain-lain. Diawal kemunculannya yaitu pada tahun 2016 Go-Pay kurang diminati oleh para pelanggan GOJEK yang lebih memilih

menggunakan uang tunai sebagai alat pembayarannya. Namun beberapa tahun belakangan ini karena semakin banyaknya pembaharuan-pembaharuan dan juga inovasi yang ditawarkan oleh GOJEK, membuat Go-Pay menjadi layanan dompet digital terpopuler di Indonesia tahun 2019 mengalahkan LinkAja diposisi kedua dan OVO di posisi ketiga (CNBC INDONESIA, 2019).

Penggunaan dompet digital Go-Pay yang terdapat di aplikasi GOJEK ini memudahkan para penggunanya baik dari pihak *customer* dan *driver* GOJEK karena pelanggan bisa langsung membayar tarif atau harga yang harus dibayarkan secara online hanya dengan menggunakan smartphone saja tanpa harus menggunakan uang cash dan menunggu kembalian ataupun harus menggunakan kartu. Terobosan ini diharapkan dapat meningkatkan intensitas penggunaan dompet digital sebagai alat pembayaran baru dan juga dapat mempermudah konsumen dalam melakukan transaksinya. GOJEK adalah suatu sistem transportasi berbasis lokasi sehingga para penggunanya baik *customer* dan juga *driver* dapat mengetahui lokasi dimana pelanggan dan pengemudinya berada. Pada tahun 2010 Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran memperkenalkan GOJEK untuk pertama kalinya dengan memiliki 10 karyawan dan 20 driver ojek, pada awal kemunculannya GOJEK mendapat beragam reaksi dari masyarakat baik yang pro maupun yang kontra (Wulandari dkk., 2016). Namun seiring berjalanya waktu dan juga inovasi yang dikeluarkan oleh perusahaan GOJEK, saat ini GOJEK memiliki lebih dari dua juta pengendara ojek yang tersebar di 50 kota di Indonesia dan juga

sekarang GOJEK sudah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat Indonesia khususnya di bidang transportasi dan pesan-antar makanan.

Dalam kitab suci Al-Qur'an telah di jelaskan ayat mengenai kesabaran ketika menghadapi kesulitan yang berbunyi :

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: “Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(Al-Insyirah ayat 5).

Dari ayat tersebut bisa kita tafsirkan bahwa kita harus bersabar untuk mencapai sebuah kesuksesan seperti GOJEK, diawal kemunculanya GOJEK hanya mempunyai 20 orang pengemudi ojek yang menjadi mitranya dan di kelola secara manual, tetapi sekarang GOJEK sudah memiliki lebih dari dua juta pengemudi ojek di 50 kota yang tersebar di Indonesia dan di kelola dengan aplikasi terkomputerisasi yang canggih.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Karim (2017) menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap penerimaan teknologi Gopay, selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Fitra (2019) menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap penerimaan penggunaan teknologi OVO, penelitian serupa juga dilakukan oleh Ariontang dan Arisman (2017) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap penggunaan layanan *E-Money* pada Gopay.

Sedangkan untuk variabel *perceived ease of use* Karim (2017) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap penerimaan teknologi Gopay, selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2019)

juga menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap penerimaan penggunaan teknologi OVO, Ariontang dan Anton (2018) juga menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh terhadap penggunaan layanan E-Money pada Gopay.

Sedangkan untuk variabel *perceived enjoyment* Rizaldi Rahadian Fitria (2019) menyatakan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap penerimaan penggunaan teknologi OVO, penelitian yang dilakukan oleh Santoro (2012) juga menyatakan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap penerimaan teknologi, selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Latifah dan Azka (2013) menjelaskan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh terhadap penerimaan teknologi.

Sedangkan untuk variabel *m-payment experience* Karim (2017) menjelaskan bahwa *m-payment experience* tidak berpengaruh terhadap penerimaan teknologi Gopay, sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Fitria (2019) menyatakan bahwa *m-payment experience* berpengaruh terhadap penerimaan penggunaan teknologi OVO, menurut Liabana dan Cabanillas (2014) juga menyatakan bahwa *m-payment experience* berpengaruh terhadap penerimaan *m-payment* jenis baru.

Berdasarkan hasil dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Karim (2017) menemukan bahwa *mobile payment experience* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penerimaan penggunaan teknologi pembayaran, namun bukti dilapangan menunjukkan suatu trend baru yang dapat dilihat pada masyarakat pengguna layanan GO-PAY, mereka

merasa nyaman ketika melakukan pembayaran melalui dompet digital karena dapat memudahkan dalam melakukan pembayaran dan pengguna merasakan kepuasan dari pengalaman mereka saat menggunakan dompet digital atau GO-PAY. Dan juga karena sekarang ini sudah banyak perusahaan pengembang aplikasi dompet digital yang saling bersaing untuk menjadi aplikasi dompet digital terpopuler di Indonesia, untuk itu saya tertarik melakukan penelitian ini. Hal lain yang mendorong adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar penerimaan penggunaan dompet digital GO-PAY pada aplikasi GOJEK di masyarakat dengan menggunakan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived enjoyment* dan *m-payment experience*. Saya juga ingin menguji apakah ketika wilayah penelitiannya berbeda apakah hasilnya akan sama atau ada perbedaan yang signifikan terhadap masing-masing variabel penelitiannya.

Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived enjoyment* dan *m-payment experience* terhadap penerimaan penggunaan dompet digital GO-PAY dengan metode TAM”**. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Karim (2017). Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, pada penelitian sebelumnya sampel penelitian yang digunakan hanya terbatas pada mahasiswa saja, sedangkan pada penelitian ini masyarakat umum juga bisa menjadi responden atau sampel penelitian. Pada penelitian ini juga terdapat tambahan variabel lain yaitu *perceived enjoyment* dan juga studi kasus nya

dilakukan di Kota Cirebon. Pemilihan Kota Cirebon dikarenakan di Cirebon belum banyak peneliti yang melakukan penelitian mengenai penerimaan penggunaan dompet digital khususnya Go-Pay pada aplikasi GOJEK, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Kota Cirebon.

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu membuka wawasan masyarakat tentang sistem pembayaran non tunai yang ada di Indonesia khususnya pada aplikasi GOJEK yaitu GO-PAY. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi jawaban atas permasalahan yang timbul mengenai penyebab apa saja yang mempengaruhi penerimaan penggunaan sistem pembayaran baru di masyarakat.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui jawaban atas permasalahan yang muncul yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan dompet digital GO-PAY?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan dompet digital GO-PAY?
3. Apakah *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan dompet digital GO-PAY?
4. Apakah *m-payment experience* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan dompet digital GO-PAY?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti melakukan penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Untuk menguji secara empiris apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan dompet digital GO-PAY.
2. Untuk menguji secara empiris apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan dompet digital GO-PAY.
3. Untuk menguji secara empiris apakah *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan dompet digital GO-PAY.
4. Untuk menguji secara empiris apakah *m-payment experience* berpengaruh positif terhadap penerimaan penggunaan dompet digital GO-PAY.

D. Manfaat Penelitian

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat baik untuk kepentingan teoritis maupun kepentingan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini bisa digunakan sebagai sumbangan pemikiran tentang Sistem Informasi Akuntansi atau yang biasa disebut (SIA) untuk dijadikan sebagai tambahan referensi penelitian yang menyangkut tentang penerimaan penggunaan dompet digital di Indonesia, serta variabel apa saja yang mempengaruhi penerimaan penggunaan dompet digital di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi gambaran bagi perusahaan GOJEK untuk menilai apakah sistem pembayaran non tunai GO-PAY yang disediakan oleh perusahaan dapat mempermudah pelanggan untuk melakukan pembayaran dan memberikan kenyamanan bagi penggunanya, serta untuk mengetahui apakah variabel-variabel penelitian diatas dapat memberikan pengaruh secara signifikan terhadap penerimaan penggunaan dompet digital GO-PAY sebagai media pembayaran non tunai, sehingga bisa menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan GOJEK kedepanya.