

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian, dibutuhkan landasan teori yang digunakan sebagai pendukung teori yang akan dibahas. Penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu dalam jurnal yang berkaitan dengan inovasi teknologi, persepsi kredibilitas, dan manfaat yang dirasakan terhadap penggunaan e-money bagi nasabah bank. Berikut ini akan dipaparkan mengenai konsep serta persamaan dan perbedaan, yaitu :

2.1.1 **Lani Miliani, Mustika Sufiati Purwanegara, dan Mia Tantri Diah Indriani (2013)**

Penelitian yang dilakukan Lani Miliani, Mustika Sufiati Purwanegara, dan Mia Tantri Diah Indriani berjudul "*Adoption Behavior of E-Money Usage*". Pada penelitian tersebut mereka menggunakan variabel bebas tentang manfaat yang dirasakan, keamanan & resiko yang dirasakan, dan pertimbangan bank. Penelitian menggunakan variabel terikat yaitu minat penggunaan e-money.

Metode pengumpulan data ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner didistribusikan melalui *online* dan *offline*. Kuesioner secara *offline* didistribusikan oleh pendekatan pribadi. Dan kuesioner secara *online* didistribusikan oleh *e-mail*. Tujuan penelitian ini adalah memberikan pengertian tentang adopsi e-money di seluruh Indonesia, khususnya ini merupakan salah satu jenis *e-payment* yang bersistem ganda yaitu *offline* dan *online*. Sedangkan

biasanya kita tahu bahwa sebagian besar *e-payment* hanya menyediakan sistem pembayaran melalui *online*.

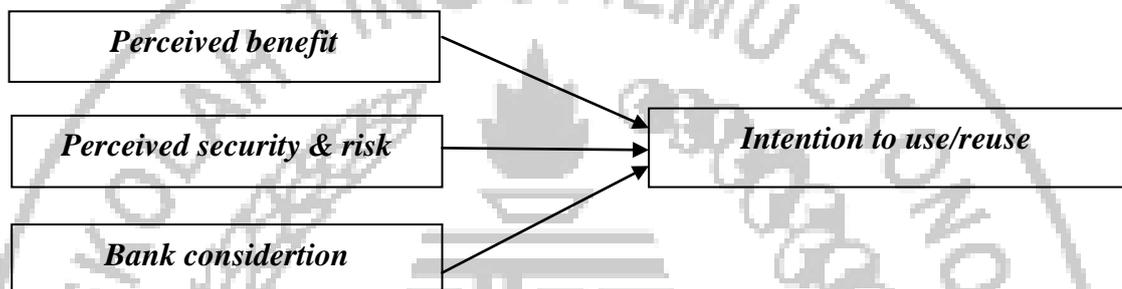
Mensurvey 10 produk e-money yang diterbitkan oleh beberapa perbankan Indonesia dilakukan di Jakarta dan Bandung. Sampel dari 143 responden yang diambil untuk menguji hipotesis, dan analisis menggunakan metode analisis multivariat. Karena adopsi penggunaan e-money di Indonesia masih rendah, maka responden dibagi menjadi *adopter* dan *non adopter* kartu e-money, semua variabel dijawab oleh *adopter* kartu e-money mengidentifikasi hubungan antara persepsi manfaat, keamanan dan resiko yang dirasakan, pertimbangan bank dalam minat konsumen Indonesia menggunakan kembali kartu e-money. *Non adopter* responden menjawab persepsi resiko dan keamanan dan minat menggunakan kartu e-money.

Hasil dari penelitian tersebut adalah temuan pada persepsi resiko dan keamanan yang tidak mempengaruhi niat untuk menggunakan kartu e-money juga memberikan pemahaman bahwa ada persepsi yang berbeda dari resiko dan keamanan yang dirasakan pelanggan di berbagai jenis produk *e-payment*. Untuk mempercepat proses difusi kartu e-money, penerbit perbankan dan lembaga keuangan lainnya yang mengeluarkan kartu e-money harus memperhatikan untuk memberikan informasi kepada konsumen tentang manfaat dari kartu e-money karena 33,8% dari *non adopter* tidak menerima informasi tentang produk e-money.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah variabel bebas yaitu Manfaat yang dirasakan, analisis data menggunakan SPSS,

obyek penelitian, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *online* maupun *offline* sedangkan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah jumlah responden, lokasi penelitian, pengambilan sampel dan teknik sampling.

Berikut adalah kerangka penelitian yang dilakukan oleh Lani Miliani, Mustika Sufiati Purwanegara, dan Mia Tantri Diah Indriani:



Gambar 2.1
KERANGKA PENELITIAN LANI MILIANI ET AL (2013)

2.1.2 Maya Indriastuti dan Rizki Herdian (2014)

Penelitian yang dilakukan Maya Indriastuti dan Rizki Herdian berjudul "*Influencers E-money I Banking Sector*". Pada penelitian tersebut mereka meneliti tentang persepsi manfaat, kemudahan yang dirasakan, norma subjektif, inovasi teknologi, persepsi kredibilitas dengan obyek e-money sebagai variabel bebas dan variabel terikatnya adalah penggunaan e-money. Tujuan dari penelitian tersebut adalah sebagai kontribusi informasi bank dalam menyediakan sistem yang aman dalam meningkatkan kinerja bank serta penelitian ini meminta bank untuk memberikan informasi yang tepat sesuai dengan penggunaan e-money agar menarik pelanggan untuk menggunakan e-money dalam tiap bertransaksi. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner, sampel dalam penelitian ini adalah semua

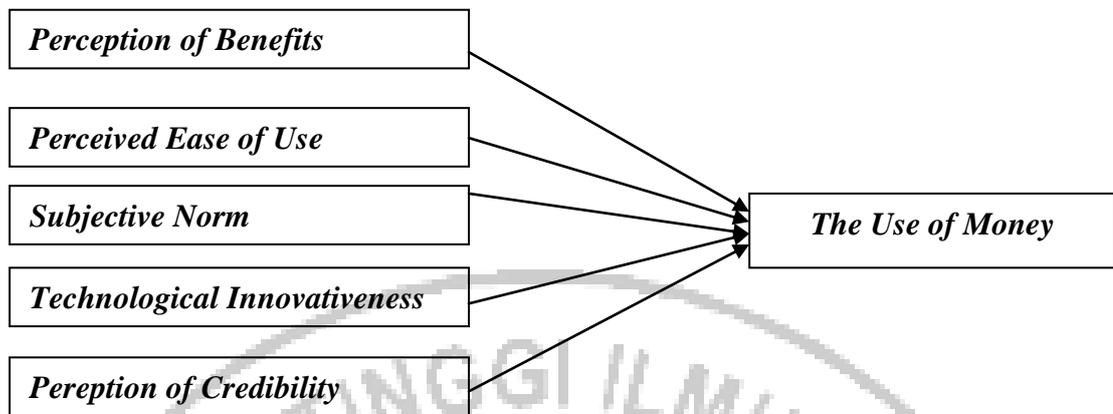
pengguna e-money di kota Semarang dengan *purposive sampling method* dengan kriteria : pertama, responden pria dan wanita berusia 17-60 tahun. Kedua, responden nasabah Bank BCA, Bank Mandiri dan Bank BRI. Ketiga, Responden memiliki setidaknya satu kartu dari kartu berikut : kartu BA Flazz, kartu *e-tollcard* Mandiri, kartu gaz, E-money Mandiri, dan kartu BRIZZI. Keempat, responden memiliki profesi seperti: mahasiswa, karyawan, dan pengusaha yang memiliki pendapatan.

Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut, disimpulkan bahwa dari lima hipotesis yang diajukan, hanya diterima variabel persepsi kredibilitas memiliki positif dan signifikan terhadap pengaruh penggunaan e-money. Sementara faktor persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan inovasi teknologi negatif mempengaruhi penggunaan *online banking*.

Persamaan penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian saat ini adalah terletak pada variabel bebasnya yaitu inovasi teknologi dan persepsi kredibilitas, analisis data, variabel terikatnya menggunakan penggunaan e-money. Menggunakan aplikasi SPSS dan pengumpulan data penelitian menggunakan kuisioner.

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan peneliti saat ini adalah lokasi penelitian, jumlah responden, pengambilan sampel, dan teknik sampling.

Berikut ini adalah kerangka penelitian yang dilakukan oleh Maya Indriastuti dan Rizki Herdian pada Gambar 2.2 dihalaman berikut.



Gambar 2.2

KERANGKA PENELITIAN MAYA INDRIASTUTI (2014)

Berikut adalah tabel yang menjelaskan perbandingan perbedaan dan persamaan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti pertama terdahulu Lani Miliani, Mustika Sufiati Purwanegara, dan Mia Tantri Diah Indriani (2013) dan penelitian kedua dari Maya Indriastuti Rizki Herdian (2014) dengan penelitian saat ini Mamlukha Bintang Larashati (2016) yang diuraikan di tabel 2.1 sebagai berikut.

Tabel 2.1

PERBANDINGAN PENELITIAN TERDAHULU DENGAN PENELITIAN SAAT INI

Keterangan	Lani Miliani, Mustika Sufiati Purwanegara, Dan Mia Tantri Diah Indriani (2013)	Maya Indriastuti Dan Rizki Herdian (2014)	Mamlukha Bintang Larashati (2016)
Variabel Bebas	Manfaat yang dirasakan, keamanan & resiko yang dirasakan, pertimbangan bank	Persepsi manfaat, kemudahan yang dirasakan, norma subjektif, inovasi teknologi, persepsi kredibilitas	Inovasi teknologi, persepsi kredibilitas, Manfaat yang dirasakan
Variabel Terikat	Minat penggunaan	Penggunaan	Penggunaan
Obyek Penelitian	e-money	e-money	e-money
Jumlah Responden	143	-	100
Teknik Sampling	Sampel probabilitas (Random)	Sampel probabilitas (Random)	Sampel Non Probabilitas
Pengukuran	Skala Likert	Skala Likert	Skala Likert
Alat Analisis	SPSS	SPSS	SPSS
Instrument Penelitian	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner
Lokasi	Bank di Jakarta & Bandung	Bank di Semarang	di Surabaya & sekitarnya

Hasil	Dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat yang dirasakan sebagai faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan / reuse e-money di Indonesia.	hanya diterima variabel persepsi kredibilitas memiliki positif dan signifikan terhadap pengaruh penggunaan <i>e-money</i> . Sementara faktor persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, dan inovasi teknologi negatif mempengaruhi penggunaan <i>online banking</i> .	Kesimpulan hasil pembahasan dalam penelitian saat ini adalah bahwa variabel inovasi teknologi dan manfaat yang dirasakan merupakan faktor yang mempengaruhi penggunaan e-money. Sedangkan persepsi kredibilitas positif tidak signifikan terhadap penggunaan e-money.
--------------	---	--	---

2.2 Landasan Teori

Berikut ini akan dijelaskan beberapa teori yang digunakan sebagai landasan teori yang mendukung penelitian saat ini adalah sebagai berikut :

2.2.1 Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi adalah kemauan individu dalam mencoba beberapa sistem informasi menurut Bhatti, 2007 dan Atika, 2010 dalam Indriastuti dan Wicaksono, 2014. Beberapa studi telah menemukan hubungan antara keputusan untuk mengadopsi berbagai teknologi dengan konsumen yang inovatif menurut Citrin et al (2000). Rogers (2003) menyatakan bahwa inovasi merupakan tindakan, gagasan, ataupun barang yang mana orang menganggap baru. Inovasi teknologi mempunyai karakteristik dalam tingkat penggunaannya yaitu keunggulan, tingkat kerumitan, kompatibilitas, kemampuan diuji coba, serta kemampuan untuk diamati.

2.2.2 Persepsi Kredibilitas

Persepsi adalah suatu proses yang dimanfaatkan seorang individu dalam mengorganisasikan, memilih, dan menginterpretasikan segala masukan yang

diterimanya. Dalam mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan terlihat dalam kondisi psikologis seseorang (Kotler, 2005:198). Kredibilitas diartikan sebagai sejauh mana kepercayaan pengguna pada perusahaan mampu menghadirkan dan merancang produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pengguna (Kotler, 2012:203). Kredibilitas perusahaan juga diartikan sebagai bentuk persepsi pengguna mengenai keandalan dan kejujuran pemangku kepentingan (Goldsmith, 2000).

2.2.3 Manfaat yang Dirasakan

Faktor yang penting bagi pengguna agar mau menggunakan sistem pengaplikasian *e-money* adalah merasakan manfaat yang dirasakan dari sistem tersebut. Masyarakat yang akan bertransaksi dengan sistem tersebut akan tentu mempertimbangkan manfaat dari sistem tersebut. Gong dan Xu (2004) mendefinisikan manfaat yang dirasakan sebagai probabilitas yang sifatnya subjektif apabila menggunakan sistem aplikasi tersebut akan meningkatkan harapan pengguna tersebut.

2.2.4 Penggunaan E-money

Kotler (2002) menyatakan bahwa keputusan penggunaan merupakan suatu tindakan nasabah untuk menggunakan ataupun tidak terhadap produk tersebut. Menurut Jasman (2005:14) berpendapat bahwa dalam proses keputusan calon pengguna tidak berakhir dalam penggunaan, tetapi menjadi pengalaman penggunaan produk tersebut. Selanjutnya pengalaman tersebut akan menjadi bahan untuk membuat keputusan menggunakan atau tidak di masa yang akan datang.

2.2.5 Hubungan antar Variabel

Dalam penelitian ini akan mencari hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikatnya yaitu hubungan antar inovasi teknologi terhadap penggunaan e-money, hubungan antar persepsi kredibilitas terhadap penggunaan e-money, dan hubungan antar manfaat yang dirasakan terhadap penggunaan e-money

2.2.5.1 Pengaruh Inovasi Teknologi terhadap Penggunaan E-money

Inovasi adalah suatu seseorang yang menindak untuk memberikan kekuatan sumber daya dan menciptakan kesejahteraan, inovasi merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap seseorang sebagai sesuatu yang baru (Kotler, 2002). Tahap penggunaan konsumen mengutamakan pada proses mental karena dengan melalui tahap ini yang pertama kali didengarkan seseorang mengenai inovasi hingga sampai ia menggunakannya. Secara pengamatan, bahwa Pengguna produk atau jasa baru mengikuti lima tahap (Kotler 2002:1) yaitu Pertama. Kesadaran, pengguna sadar bahwa inovasi masih kekurangan informasi. Kedua. Minat, pengguna bersikeras mencari segala informasi yang berkaitan dengan inovasi itu. Ketiga. Evaluasi, apakah pengguna harus mencoba atau menolak inovasi itu dalam segala pertimbangan pengguna. Keempat. Uji coba, untuk meningkatkan pengetahuannya mengenai inovasi tersebut, pengguna melakukan percobaan tentang inovasi tersebut. Kelima, Penggunaan, pengguna memutuskan untuk menggunakan inovasi tersebut sepenuhnya.

2.2.5.2 Pengaruh Persepsi Kredibilitas terhadap Penggunaan E-money

Salah satu teori yang dikemukakan oleh Kotler (2000) adalah prinsip yang mampu mempengaruhi keputusan penggunaan e-money yaitu kredibilitas penerbit e-

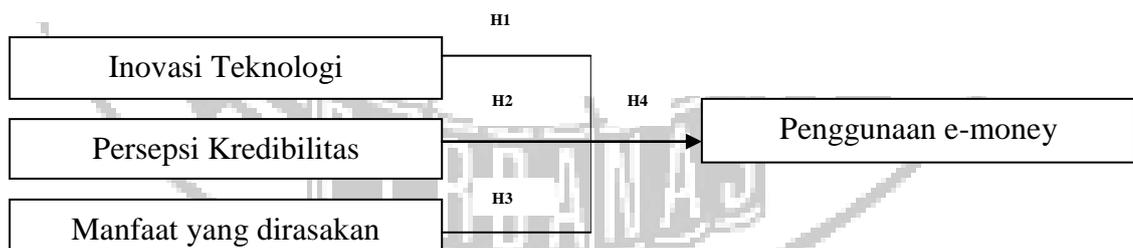
money atau produknya untuk menciptakan persepsi masyarakat terhadap kredibilitas penerbit dalam menerbitkan kartu e-money penerbit harus mampu meningkatkan kredibilitas, maka pengguna akan menaruh kepercayaan mereka.

2.2.5.3 Pengaruh Manfaat yang Dirasakan terhadap Penggunaan E-money

Keputusan penggunaan untuk menggunakan teknologi baru dapat diprediksi dengan merasakan kemudahan penggunaan dalam menggunakan kartu e-money. Karakteristik e-money didukung oleh efisiensi, kemudahan mengintegrasikan dengan aplikasi, interoperabilitas, portabel, keandalan, fleksibilitas, konvertibilitas dan kemudahan penggunaan merupakan segala sesuatu yang dirasakan pengguna saat pengguna menggunakan e-money untuk melakukan transaksi pembayaran (Heikkila, 2000).

2.3 Kerangka Pemikiran

berdasarkan landasan teori yang telah dijelaskan sebelumnya maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti ditunjukkan pada gambar 2.3 berikut ini.



Gambar 2.3
KERANGKA PEMIKIRAN

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, landasan teori, Penelitian terdahulu maka penulis memiliki beberapa hipotesis pada penelitian ini :

- H1** : Inovasi Teknologi berpengaruh positif yang signifikan pada penggunaan e-money Bank Mandiri di Surabaya.
- H2** : Persepsi Kredibilitas berpengaruh positif yang signifikan pada penggunaan e-money Bank Mandiri di Surabaya.
- H3** : Manfaat yang dirasakan berpengaruh positif yang signifikan pada penggunaan e-money Bank Mandiri di Surabaya.
- H4** : Inovasi Teknologi, Persepsi Kredibilitas, dan Manfaat yang dirasakan secara simultan berpengaruh signifikan pada penggunaan e-money Bank Mandiri di Surabaya.