

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan teknologi dalam dekade terakhir ini, berkembang dengan sangat pesat. Hal ini secara signifikan mempengaruhi cara dan gaya hidup seseorang. Komputer, *handphone*, internet, jaringan sosial, dan media sosial sekarang telah menjadi perangkat yang sangat diperlukan bahkan menjadi kebutuhan yang wajib bagi semua lapisan masyarakat luas (Jantarakolica, 2018). Salah satu faktor pendorongnya adalah adanya kemudahan dalam mengakses dan mendapatkan informasi yang diperoleh melalui internet sehingga masyarakat dapat untuk terus mengikuti perkembangannya. Seiring perkembangan tersebut, kini internet juga merambah ke dunia *financial technology* dimana seseorang dimanjakan dengan adanya teknologi digital yang kian mempermudah seseorang untuk bertransaksi tanpa harus mengeluarkan uang *cash*.

Financial technology atau sering disebut *fintech* merupakan suatu inovasi baru dibidang finansial (keuangan) yang bertujuan untuk mempermudah pengguna dalam melakukan kegiatan finansial dan memudahkan perusahaan dalam memberikan pelayanan keuangannya (Huwaydi et al 2018). Dalam penggunaan dan penerimaan teknologi baru, tidak semua teknologi mudah diterima oleh masyarakat, karena dalam penerimaannya tetap membutuhkan proses dan waktu yang cukup untuk menyesuaikan (Juhri dan Dewi, 2017). Hal inilah yang kemudian menjadi bahan peneliti yang terkait dengan

kepercayaan masyarakat dalam mengadopsi teknologi baru dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* (Davis, 1989; Davis 1993; Davis 1996; Davis et al 1989; Venkatesh dan Davis; 2000 dalam Schwarz et al 2004).

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) merupakan suatu model yang berhasil dan dapat diterima guna untuk memprediksi penerimaan adanya suatu teknologi yang baru. Dalam dua tahun terakhir ini, di Indonesia muncul adanya layanan *financial technology* yang dirancang dengan prinsip open platform yaitu OVO. OVO adalah layanan yang bergerak dalam bidang *financial technology*, merupakan sebuah aplikasi *smart* yang dirancang guna melakukan layanan pembayaran dan transaksi secara online, dan telah merambah ke semua ekspansi bisnis. Sepanjang tahun 2018 pengguna OVO meningkat 400% dalam setahun, sementara volume transaksi OVO tumbuh 75 kali lipat di tahun lalu, atau sekitar satu miliar transaksi dan selama ini OVO telah menggaet 32.000 merchant dalam layanannya (Kontan.co.id).

OVO yang merupakan salah satu teknologi baru yang hadir di Indonesia dan cukup memikat hati masyarakat untuk menggunakannya. Perkembangan OVO yang cukup pesat di Indonesia, berkaitan dengan adanya penerimaan teknologi baru yang ada. Telah dijelaskan oleh Davis (1989) bahwa untuk mengadopsi adanya teknologi yang baru bisa dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi bagaimana pembentukan sikap perilaku seseorang dalam penggunaan teknologi yang baru, antara lain: *perceived ease of use*, *perceived risk*, *attitude toward using*, dan *behavioral intention of use*.

Perceived ease of use merupakan suatu persepsi kemudahan dimana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Juhri dan Dewi, 2017). Dengan begitu, seseorang dengan mudah untuk bertransaksi kapan pun dan dimanapun dia berada tanpa harus bertemu atau bertatap muka langsung dengan pihak kedua. Adanya *perceived risk* juga memungkinkan seseorang untuk menggunakan atau menolak adanya layanan teknologi finansial yang baru, hal ini berkaitan dengan adanya dampak risiko yang akan ditimbulkan.

Attitude toward using atau sikap terhadap penggunaan didefinisikan menurut (Chen dan Lu, 2016) bahwa sejauh mana seorang individu percaya bahwa adanya layanan *financial technology* mempermudah dan meningkatkan kinerja lingkungan dari beberapa bagian kehidupan mereka. *Attitude toward using* nantinya akan berpengaruh terhadap *behavioral intention*. *Behavioral intention* merupakan minat atau keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu, minat inilah yang akan memprediksi penerimaan suatu teknologi baru (Davis, 2000).

Penelitian yang dilakukan oleh Chen dan Lu (2016) menghasilkan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude*, dan *attitude* berpengaruh positif terhadap *intention*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Juhri dan Dewi (2017) yang memiliki hasil bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap *attitude toward using*, dan *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Penelitian lain juga dilakukan oleh Wang (2018) yang menjelaskan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh signifikan terhadap *attitude toward using*,

sedangkan *attitude toward using* berpengaruh negatif signifikan terhadap *actual behavioral*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Dewi dan Warmika (2016) menjelaskan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*.

Selanjutnya penelitian yang mengenai *perceived risk*, penelitian yang dilakukan oleh Wang et al (2018) menjelaskan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif signifikan terhadap *behavioral intention*, sama halnya penelitian yang dilakukan oleh Alhassany dan Faisal (2018) mengatakan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap *behavioral intention*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Warmika (2016) bahwa *perceived risk* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Oentari et al (2017) juga menghasilkan bahwa *perceived risk* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*.

Dari penelitian diatas masih bersifat parsial dan belum komperhensif, maka peneliti akan membahasnya lebih dalam dan dengan varibael yang sedikit berbeda. Penelitian ini dilakukan untuk melengkapi penelitian terdahulu dan menjadikannya komperhensif. Tentu saja hal ini sangat penting dimana setiap individu memastikan dirinya untuk dapat menggunakan *handphone* dan dapat mengikuti adanya teknologi baru. Adanya suatu teknologi yang baru belum tentu dapat diterima oleh masyarakat luas, karena ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti akan melkauan penelitian terhadap teknologi baru di Indonesia yaitu OVO yang merupakan salah

satu dari bentuk *financial technology*, sehingga judul dalam penelitian ini adalah “Penerimaan *Financial Technology* Berbasis *Technology Acceptance Model* (TAM)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berbasis fenomena *gap* dan *research gap* di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimana penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap penerimaan *financial technology* ?

Dari latar belakang dan rumusan masalah di atas maka pertanyaan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward technology* ?
- 2) Bagaimana pengaruh *perceived risk* terhadap *attitude toward technology* ?
- 3) Bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention* ?
- 4) Bagaimana pengaruh *perceived risk* terhadap *behavioral intention* ?
- 5) Bagaimana pengaruh *attitude toward technology* terhadap *behavioral intention to transaction* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude toward technology*.
2. Untuk mengetahui tingkat pengaruh *perceived risk* terhadap *attitude toward technology*.
3. Untuk mengetahui tingkat pengaruh *perceived ease of use* terhadap *behavioral intention*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *perceived risk* terhadap *behavioral intention*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *attitude toward technology* terhadap *behavioral intention to transaction*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan serta menjadi panduan bagi perkembangan ilmu pengetahuan di bidang keuangan yang berhubungan dengan *financial technology* pada pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi masyarakat dan penyedia jasa keuangan digital mengenai hal-hal apa saja yang paling dominan yang mempengaruhi dapat diterimanya suatu teknologi baru. Dengan demikian hasil penelitian dapat diajukan sebagai rujukan untuk

mempermudah dalam pengambilan keputusan untuk mengadopsi suatu teknologi baru