

Tantangan dan hambatan implementasi produk uang elektronik di Indonesia: studi kasus PT XYZ = E-money implementation barriers and challenges the case of Indonesian interbank company

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20405199&lokasi=lokal>

Abstrak

[Perkembangan e-commerce di Indonesia semakin pesat dilihat dari banyaknya toko-toko online yang bermunculan. Hal ini membuka peluang bagi penggunaan jenis-jenis e-payment sebagai media pembayaran pada toko online. PT XYZ mengembangkan produk uang elektronik bernama uang elektronik M sebagai salah satu solusi untuk sistem pembayaran dengan e-payment. Pada pelaksanaannya, perkembangan produk uang elektronik ini masih jauh dari target jumlah nasabah yang diharapkan yaitu baru mencapai 1776 dari target 142616 nasabah. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi tantangan dan hambatan dalam implementasi produk uang elektronik PT XYZ. Objek penelitian ini adalah pengguna dan pengelola produk uang elektronik M. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif.

Pengumpulan data kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah uang elektronik M sebanyak 125 orang yang terdiri dari 93 nasabah yang pernah bertransaksi dan 32 nasabah yang belum pernah bertransaksi. Pengumpulan data kualitatif dilakukan melalui wawancara kepada ketua tim dan manajer pemasaran uang elektronik M serta kepada 9 orang nasabah uang elektronik M. Penelitian yang dilakukan memberikan kesimpulan bahwa hambatan yang dihadapi uang elektronik M meliputi keterbatasan merchant, keterbatasan metode akses, keterbatasan channel transaksi, biaya transaksi, kompetitor produk sejenis, serta faktor sosial budaya yaitu kebiasaan menggunakan metode pembayaran selain uang elektronik. Tantangan yang dihadapi PT XYZ dalam pengembangan uang elektronik M adalah tingkat kompetisi produk sejenis yang tinggi, adanya pengaruh barang substitusi serta tingginya ekspektasi nasabah untuk memperoleh layanan uang elektronik yang aman, nyaman, dan terpercaya. E-commerce development in Indonesia has been increasing since more online shops are established. This development of e-commerce triggers the use of e-payment as the payment instrument in online shops. XYZ company as a payment solution provider in Indonesia developed an electronic money product named M e-money. By the end of 2014, the M e-money users reach the number of 1776 while the number of users targeted in the business plan was 142616. This research is intended to identify the challenges and obstacles XYZ company faces in implementing M e-money product. The data was collected through questionnaires and interviews. The respondents of the survey consisted of 125 M e-money users, where 93 of the respondents have experienced using M e-money, and 32 of the respondents have never used M e-money. The qualitative data was collected through interviews to the M e-money team in XYZ company. Interviews were also conducted to 9 users of M e-money. The research concludes barriers and challenges faced by XYZ company in the implementation of M e-money. The barriers faced by the M e-money users are the limitation of merchants, limitation of access method, limitation of transaction channel, the cost of transaction, other e-money products existed, and socio-cultural factor. These barriers leads to challenges faced by the company. The challenges faced by the company in the implementation of M e-money are the high competition among similar products, the influence of substitute products, and high expectation from users to have a safe, convenient, and trusted e-money services.]