

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era sekarang perkembangan teknologi informasi tidak dapat dipungkiri lagi bahwa perkembangannya mengalami kemajuan, sehingga menjadikan masyarakatnya begitu bergantung dan merasa sulit untuk dipisahkan dengan teknologi terutama masyarakat modern. Sedangkan dengan adanya teknologi tersebut, masyarakat bebas mengakses dan mencari tahu informasi diseluruh dunia sehingga seperti sudah tidak ada lagi batasan dilingkungan kehidupan. Harapan dengan terus berkembangnya teknologi dapat memberikan dampak positif terhadap kemajuan bangsanya didalam suatu negara. Dunia perbankanpun tidak mau ketinggalan karena memberi dampak yang besar denan berkembangnya teknologi, dengan teknologi yang berkembang dapat memunculkan inovasi-inovasi dalam dunia perbankan.

Alat pembayaran berupa uang sudah digunakan sejak ratusan tahun yang lalu dimana transaksi awal dilakukan dengan ara barter yang kemudian saat ini dikenal menggunakan alat tukar logam atau kertas dimana setiap negara sudah menerbitkan mata uangnya masing-masing (Jack Weather, 2005:41). Inovasi pembayaran dalam kegiatan jual beli tidak hanya berhenti disitu karena muncul juga pembayaran yang berbasis elektronik atau non

tunai. Dalam Undang-Undang Bank Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 menyatakan bahwa sistem pembayaran merupakan sistem yang mencakup aturan lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dan guna untuk memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Di Indonesia saat ini terdapat dua sistem pembayaran yang berlaku yaitu tunai dan non tunai. Pembayaran non tunai dijelaskan dalam peraturan BI Nomor 14/2/PBI/2012 bahwa Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu (APMK) adalah seluruh instrumen sistem pembayaran yang pada umumnya suatu alat yang berupa kartu kredit, kartu anjungan tunai (ATM), atau kartu debit.

Seiring dengan berkembangnya teknologi yang pesat pada sistem pembayaran guna untuk memudahkan proses transaksi maka munculah alat pembayaran elektronik atau non tunai lainnya yaitu *E-payment* yang terdiri dari dua macam yaitu *E-money* dan *E-wallet*. Dijelaskan oleh Waspada (2012:1) bahwa *e-money* adalah alat untuk melakukan pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetorkan terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. Sedangkan *e-wallet* merupakan alternatif untuk semua metode pembayaran tradisional dengan mendaftar hanya mengisi aplikasi *online* singkat dan persyaratan yang cukup mudah. Pada dasarnya *e-wallet* mempunyai fungsi yang sama saja dengan dompet fisik hanya saja *e-wallet* menyimpan uang dalam bentuk elektronik atau didalam sebuah *chip*, kelebihan yang terdapat pada *e-wallet* yaitu bisa menggunakan uangnya untuk bertransaksi secara online dan juga memudahkan untuk mengirim dan

menerima uang dengan menggunakan *user id*/nomer telepon dan lain sebagainya.

E-payment merupakan alat pembayaran non tunai yang bisa dibilang masih baru diberlakukan di Indonesia yang memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan beberapa alat pembayaran lainnya, yaitu mempercepat proses pembayaran, mempermudah dan keefisienan waktu pada sebuah transaksi sehingga *E-payment* diharapkan dapat mengurangi pertumbuhan pengguna uang tunai di Indonesia (BI, 2006). Berdasarkan dari banyaknya manfaat yang didapat, oleh karena itu dalam siaran Pers No. 16/58/Dkom Bank Indonesia menciptakan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) sejak 14 Agustus 2014. Diharapkan dengan adanya GNNT dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan instrumen non tunai seperti *e-payment*. *E-payment* diterbitkan oleh bank ataupun lembaga-lembaga yang sudah dianggap memenuhi syarat dari Bank Indonesia yang dimana para penerbit uang elektronik ini lebih sering disebut dengan istilah *issuer*.

Fitriana dan Wingdes (2017) mengemukakan bahwa banyak *issuer* yang tercatat di Bank Indonesia yang turut mengembangkan produk *e-money* guna mendukung program dari Bank Indonesia dalam menciptakan komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non tunai di Indonesia. Berikut dibawah tabel dari sejumlah penerbit *e-wallet* yang telah tercatat dan memiliki izin dari Bank Indonesia per tanggal 2019.

OVO merupakan perusahaan yang menciptakan aplikasi untuk layanan dompet digital (*smart financial apps*) yang menawarkan berbagai transaksi dari berbagai *merchant* yang berdiri di Indonesia dan sudah menyatakan kerjasama dengan OVO. OVO merupakan besutan dari Grup Lippo yaitu LippoX.



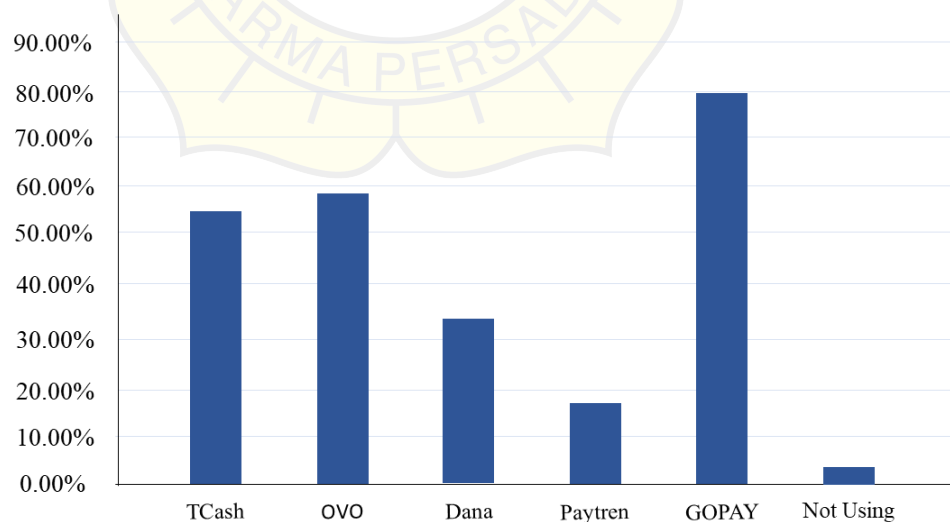
Gambar 1.1 Logo OVO

OVO diluncurkan di Indonesia pada bulan Maret 2017 dan berdiri dibawah naungan PT Visionet Internasional. Sebelum dibawah naungan PT Visionet Internasional OVO menjali kerjasama dengan perusahaan Lippo lainnya seperti Hypermart dan juga RS Siloam, walau demikian sebelum diciptakannya OVO memang sudah dirancang untuk menjadi *open platform*.

Pada bulan Juli 2018, OVO mengumumkan kemitraan strategis dengan beberapa perusahaan ternama yang berdiri di Indonesia. OVO menggandeng perusahaan, diantaranya adalah Alfamart, Grab, Moka, dan Bank Mandiri. Kemitraan yang baru dirilis ini, bersama dengan kemitraan

yang sudah terjalin yaitu Lippo, menjadikan OVO sebagai *platform* pembayaran (*e-payment*) yang menerima transaksi terluas di Indonesia.

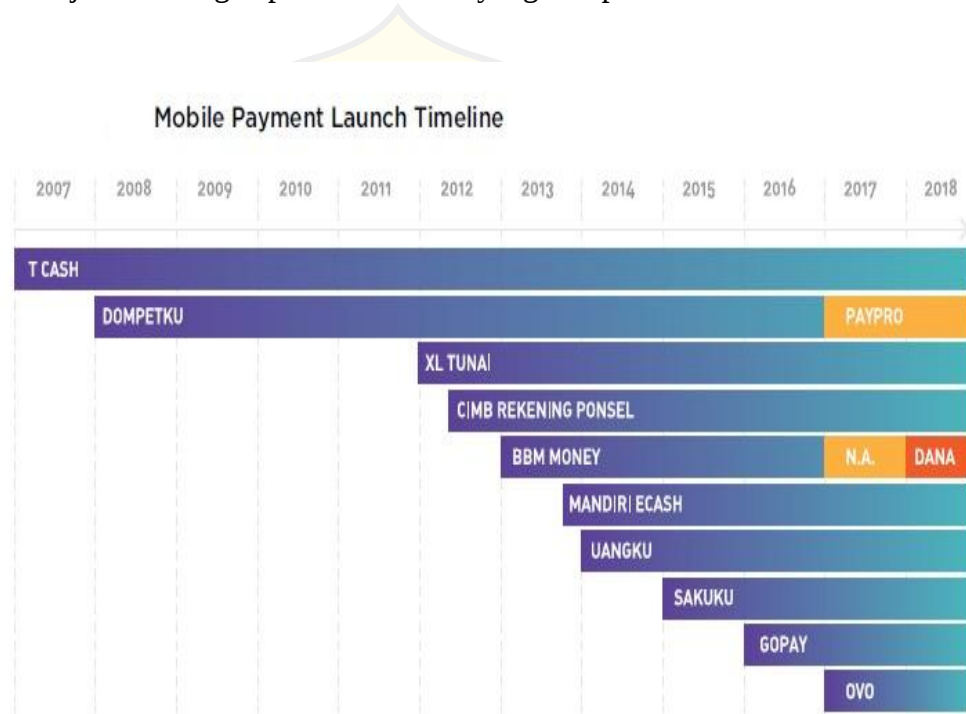
Tujuan OVO membuat aplikasi yaitu untuk mentransparansi transaksi yang dilakukan konsumen sehingga pengguna tersebut bisa mengontrol secara *continue* dan bisa menumbuhkan rasa kepercayaan pada pelanggannya. Menurut Ding Mao (2013:21) kepercayaan adalah kata atau janji seseorang yang dapat dipercayai dan seseorang akan menepati janjinya dalam sebuah hubungan pertukaran. Selain kepercayaan, bagi pengguna OVO selain kepercayaan dari aplikasinya pengguna juga mendapatkan berbagai keuntungan seperti macam-macam promosi yang bisa dipakai diberbagai tempat dan juga diskon/*cash back* yang didapatkan secara langsung saat bertransaksi sehingga pengguna dapat merasakan kepuasan dan kepercayaan terhadap OVO.



Gambar 1.2 Race To Big Data Domination

Kategori Mobile Payment

Pada diagram diatas menunjukan bahwa OVO memiliki tingkat pengguna yang tinggi dan mampu menyaingi Tcash yang mana *e-payment* tersebut waktu terbitnya jauh lebih dulu daripada OVO. OVO merupakan aplikasi dompet digital (*e-wallet*) yang memberikan banyak kemudahan bagi kita untuk setiap transaksi digital (*online*), jadi tidak perlu lagi membawa dan menggunakan uang cash dikarenakan OVO sudah banyak bekerjasama dengan pihak *merchant* yang hampir ada diseluruh Indonesia.



Gambar 1.3 Pembayaran Non Tunai Di Indonesia

Berdasarkan Tahun Launching

Dilihat dari data diatas bahwa OVO adalah penerbit *e-wallet* yang paling muda atau yang terbit paling baru yaitu tahun 2017, namun hal tersebut tidak membuat OVO kalah dalam persaingannya. Berikut riset

terbaru dari Financial Times and Daily Sosial bekerjasama dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tanggal 4 Februari 2019.

Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang penggunaan dan manfaat dari aplikasi dompet digital (*e-wallet*) OVO yang bisa membuat para penggunanya percaya terhadap fasilitas dan layanan yang disediakan oleh OVO, dengan permasalahan ini sebagai skripsi, yaitu dengan judul “PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN YANG MENGGUNAKAN OVO DI JAKARTA TIMUR”

1.2. Identifikas, Pembatasan dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut : Kepercayaan dan penggunaan dalam menggunakan OVO yang belum lama diperkenalkan kepada masyarakat, namun OVO mampu menyaingi bahkan melampaui *e-wallet* lainnya yang sudah terbit lama sebelum OVO diciptakan.

1.2.2. Batasan Masalah

Agar suatu masalah dapat dikaji secara mendalam, diperlukan pembatasan masalah. Hal ini dibidang sangat penting karena masalah yang ada terlalu luas maka masalah tersebut harus dibatasi terlebih dahulu sehingga dalam proses pemecahannya bisa dilakukan dengan jelas dan

teapat. Dalam penelitian ini akan membatasi pembahasan untuk lokasi penggunaan dan jangka waktu tertentu.

1.2.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah terdapat pengaruh dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepercayaan konsumen pada *e-wallet* OVO?
- 2) Apakah terdapat pengaruh dari persepsi manfaat terhadap kepercayaan konsumen pada *e-wallet* OVO?
- 3) Apakah terdapat pengaruh dari kemudahan penggunaan dan manfaat terhadap kepercayaan konsumen pada *e-wallet* OVO?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang dan perumusan masalah yang sudah ditetapkan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu : Untuk mengetahui variabel yang memudahkan penggunaan OVO dan juga manfaat yang didapat setelah menggunakan OVO.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut :

- 1) Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian merupakan suatu sarana untuk mempraktekan teori-teori yang sudah dipelajari pada masa perkuliahan

dengan fakta yang ada dilapangan dan untuk mengetahui serta memperluas pengetahuan tentang kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan dan kepercayaan pelanggan. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi bahan masukan bagi pembaca untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan dan manfaat penggunaan terhadap kepercayaan pelanggan.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk pihak manajemen dalam mengembangkan kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan terhadap kepercayaan pelanggan.

