

BAB I

PENDAHULUAN

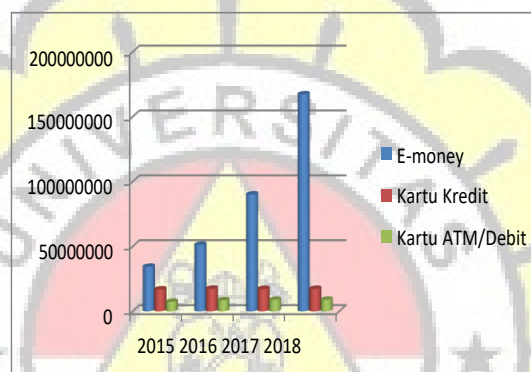
1.1.Latar Belakang

Pada saat ini teknologi berkembang pesat di Indonesia. Aktivitas masyarakat Indonesia kini tidak terlepas dari perkembangan teknologi dalam aktivitas sehari-hari. Pesatnya perkembangan teknologi di Indonesia membuat masyarakat memanfaatkan teknologi guna mendukung aktivitas sehari-hari. Mulai dari teknologi seperti *internet*, *software*, aplikasi, dan lain-lain. Hal ini membuat tumbuh berkembangnya produk-produk teknologi *software* di Indonesia. Kita ketahui bahwa di Indonesia mulai bermunculan dan berkembang perusahaan-perusahaan *startup* yang memberikan layanan seperti transportasi, alat pembayaran, dan lain sebagainya.

Perkembangan dan kemajuan teknologi membawa pergeseran aktivitas manusia dari konvensional ke modernisasi dengan teknologi. Hal ini juga memberikan perubahan besar terhadap alat pembayaran dan sistem transaksi di Indonesia. Transaksi atau mekanisme pembayaran yang sebelumnya melalui uang tunai bergeser ke transaksi non tunai. Pergeseran transaksi tunai ke non tunai juga didukung oleh Pemerintah Indonesia melalui kebijakan Bank Indonesia pada tanggal 14 Agustus 2014 melalui Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Bank Indonesia meliris GNNT yang diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan sarana pembayaran non tunai yang lebih

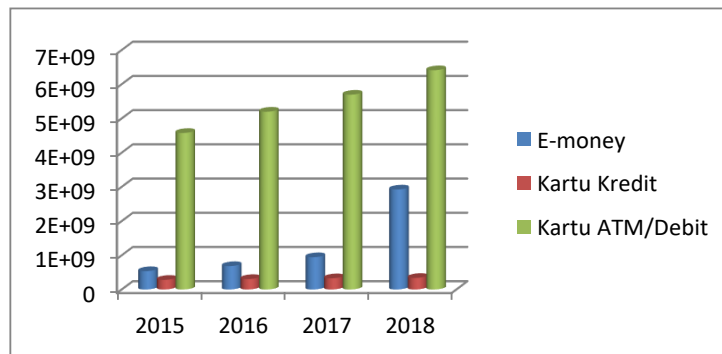
aman dan efisien. Perlu dicatat, bahwa transaksi non tunai mengedepankan faktor keamanan dan efisiensi.

Berdasarkan data yang dirilis oleh Bank Indonesia, volume transaksi dan jumlah penggunaan alat pembayaran non tunai yang beredar di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya seperti yang dijelaskan tabel berikut.



Gambar 1.1. Grafik APMK dan E-money beredar di Indonesia
Sumber: BI, 2019 (data diolah)

Dalam Gambar 1.1 Menunjukan Kenaikan transaksi non tunai dengan *e-money* sangat signifikan yang ditunjukan data tersebut. Peningkatan transaksi non tunai dengan *e-money* kurang lebih 50% (lima puluh persen). Peningkatan ini mempengaruhi volume transaksi non tunai dengan *e-money* di Indonesia setiap tahunnya yang ditunjukkan tabel berikut



Gambar 1.2. Grafik Volume transaksi APMK dan *E-money* di Indonesia

Sumber: BI, 2019 (data diolah)

Dalam Gambar 1.2 Pada mekanisme pembayaran non tunai *e-money* sangat terjelmas peningkatan volume transaksi di tahun 2017 ke tahun 2018. Hal ini yang membuat transaksi atau metode pembayaran di Indonesia bermunculan seperti *e-wallet* atau *electronic wallet*. Adanya pergeseran transaksi non tunai *e-money* memberikan stimulus terhadap perkembangan teknologi sistem pembayaran *e-wallet*.

Untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi, sistem pembayaran *e-wallet* sangat membantu masyarakat dalam bertransaksi. Hal ini yang membuat muncul perusahaan-perusahaan *startup* seperti inovasi di finansial yang berbasis teknologi modern di bidang jasa yang bernama *Financial Technology (Fintech)*. Rahmatillah, dkk (2018) juga menyebutkan hal-hal yang dikategorikan ke dalam bidang *fintech*, antara lain proses pembayaran, transfer uang, penjualan dan pembelian saham, proses peminjaman uang secara *peer to peer*, dan lain-lain. Perusahaan *fintech* kini semakin diminati oleh pengguna karena memberikan kemudahan dalam transaksi. Hal ini

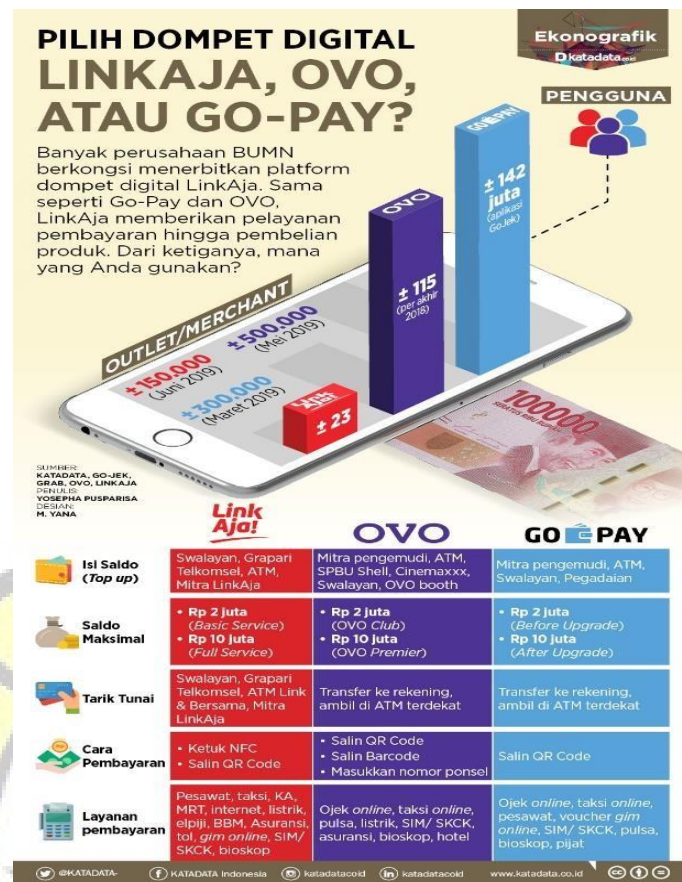
dapat dilihat dari gambar berikut perkembangan perilaku konsumen dalam bertransaksi dengan aplikasi pembayaran berbasis digital.



Gambar 1.3 Dompet Digital Terpopuler

Sumber : katadata tahun 2019

Dalam Gambar 1.3 Berdasarkan gambar di atas, *fintech e-wallet* untuk urutan pertama oleh Gopay 79,4% (tujuh puluh empat koma empat persen) dan diikuti oleh OVO 58,4% (lima puluh delapan koma empat persen). Setiap aplikasi yang bersaing, baik GoPay, Ovo, LinkAja, Dana, dan lain sebagainya mempunyai keunggulannya sendiri-sendiri, Seperti tempat mengisi saldo (*top up*), saldo maksimal untuk tiap dompet digital, berbagai tempat tarik tunai, cara pembayaran, dan layanan pembayarannya.

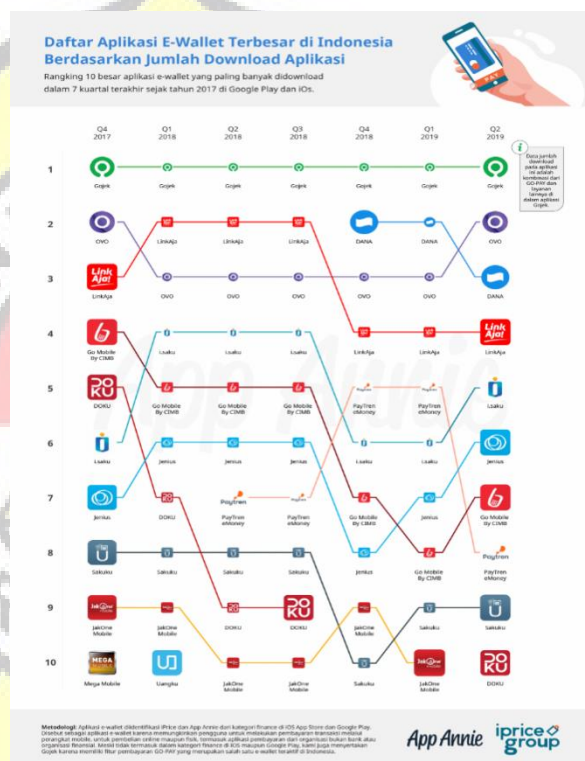


Gambar 1.4 Keunggulan Dompet Digital

Sumber: katadata tahun 2019

Dalam Gambar 1.4 dapat diketahui Gambar di atas dapat diketahui hampir dari seluruh dompet digital memiliki keunggulan yang sama dari sisi saldo maksimal, adapun perbedaan yang terlihat pada layanan pembayaran OVO yang lebih sedikit dari pada dompet digital lainnya. Menurut Snapcart Indonesia (2019), sebanyak 58% responden mengaku suka menggunakan OVO untuk memesan transportasi dan pemesanan makanan secara *daring*. Transaksi retail termasuk jenis transaksi yang paling sering digunakan masyarakat pengguna uang elektronik dalam dompet digital. Selain itu, pengguna juga memanfaatkannya untuk pemesanan transportasi *online* (27

persen), dan pemesanan makanan *online* (20 persen). Sisanya, untuk transaksi *e-commerce* (15 persen) dan pembayaran tagihan (7 persen). Untuk segmen transaksi retail, *brand* yang paling dominan dipegang oleh OVO (63%) dan Go-Pay (28%). Adapun dalam perkembangan dompet digital dapat juga dilihat dari jumlah *download* aplikasi dompet digital dalam playstore maupun appstore.

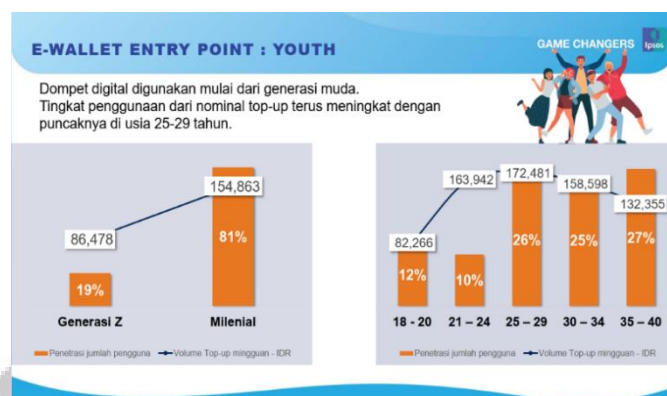


Gambar 1.5 Daftar Aplikasi E-Wallet Terbesar di Indonesia

Sumber: iprice tahun 2019

Pada Gambar 1.5 Pada gambar di atas menunjukkan perkembangan OVO, jumlah *download* aplikasi menurun dari peringkat ke-2 ke peringkat ke-3 di Q1 2018, tapi untuk pengguna aktif bulanan OVO meningkat satu peringkat di Q1 2018 mengalahkan LinkAja.

Selain dari jumlah *download* aplikasi, tingkat penggunaan dompet digital juga berdampak pada penggunaan dompet digital pada umumnya. Ini dapat terlihat pada Gambar 1.6

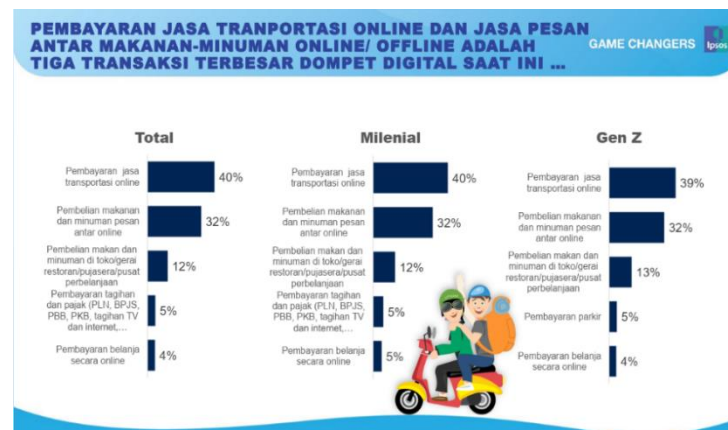


Gambar 1.6. Tingkat Penggunaan Dompot Digital

Sumber: Ipsos, 2019.

Dari Gambar 1.6 menunjukkan bahwa mayoritas pengguna dompet digital adalah generasi muda yang sudah memiliki kemampuan bayar. Persentase pengguna dompet digital tertinggi berada dalam rentang 25–40 tahun (Ipsos, 2019). Rata-rata top-up adalah sebesar Rp140.663. Dari jumlah pengisian saldo sebanyak itu, 68% pengguna melakukan transaksi minimal satu kali dalam satu minggu. Bahkan mayoritas pengguna ternyata menggunakan dompet digital lebih dari satu kali dalam satu minggu. Dalam rentang usia tersebut usia yang paling banyak melakukan pengisian (top-up) saldo untuk dompet digital adalah pengguna usia 25–29 tahun.

Sedangkan usia yang paling sedikit pada rentang usia 18-20 tahun yang merupakan kalangan pelajar dan mahasiswa yang menggunakan dompet digital hanya untuk pembayaran transaksi daring yang dibuktikan pada Gambar 1.7 berikut.



Gambar 1.7. Proporsi Penggunaan Dompet Digital
Sumber: Survey Ipsos

Mayoritas dompet digital digunakan Gen Z yang masih menyandang profesi sebagai pelajar dan mahasiswa untuk membayar transportasi *online* kemudian diikuti penggunaan untuk pembayaran pesan antar makan atau minuman online. Sisanya hanyalah transaksi yang tidak terlalu rutin. Ini tidak terlalu beda dengan generasi millennial yang sudah mempunyai pekerjaan. Ini tidak terlepas dari reputasi dompet digital itu sendiri. Menurut Pavlou dan Gefen (2004), Layanan yang ditawarkan oleh OVO selama ini telah mendapatkan banyak respon dari masyarakat. Sehingga OVO mendapatkan kesuksesan besar yang menyebabkan nama perusahaan OVO semakin naik di masyarakat (Priyono, 2017). Dengan kata lain, nama besar OVO memberikan peran penting terhadap reputasi layanan OVO. Semakin baik reputasi maka semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap layanan pembayaran OVO sehingga akan meningkatkan penggunaannya.

Berdasarkan Survei Nasional Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan (SNLKI) yang dilakukan oleh OJK tahun 2016, kalangan pelajar

dan mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah yaitu hanya sebesar 23,4%. Angka tersebut menunjukkan bahwa belum begitu banyak generasi muda yang memiliki pemahaman dan menggunakan produk serta layanan keuangan. Namun faktanya generasi muda menjadi salah satu kalangan yang menjadi pengguna terbesar dalam sistem transaksi non tunai, hal tersebut mengakibatkan pengelolaan keuangan mahasiswa menjadi kurang baik dan cenderung konsumtif, terutama dalam melakukan pembayaran non tunai. Pembayaran tanpa menggunakan uang fisik justru membuat mahasiswa lebih mudah untuk melakukan pembayaran tanpa melakukan pertimbangan terlebih dahulu, kurang peka dalam pengeluaran.

Literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam perencanaan serta pengelolaan keuangan seseorang. Dalam *cashless society*, dimana proses transaksi dapat dilakukan secara mudah dan cepat, seseorang perlu memiliki literasi keuangan yang baik agar dapat melakukan pengelolaan keuangan secara optimal. Sebagai seorang mahasiswa kita seharusnya memiliki pengetahuan keuangan yang baik. Fenomena ini disebabkan oleh beberapa faktor pendukung salah satunya yaitu tuntutan gaya hidup sebagai seorang mahasiswa. Saat ini gaya hidup yang dimiliki oleh mahasiswa berada pada kategori tinggi yang berarti mereka dapat mereka dapat menggunakan uang dan waktu secara bijak (Theodora & Marti'ah, 2016).

Adapun OVO adalah E-Wallet yang sedang berkembang dengan pesat akan tetapi terdapat permasalahan yang timbul yaitu:

1. Pada fitur OVO-Cash, masalah dan resiko yang sering terjadi antara lain adalah, terkendala pada isi ulang saldo atau saldo yang tidak bertambah saat melakukan top-up, OVO-Cash pun bermasalah saat digunakan transaksi antara pengemudi dan pengguna (CNN Indonesia, 2019)
2. Sistem atau server OVO terkadang menghilang dan saldo OVO tiba-tiba berkurang. Selain itu, potongan saldo yang konsumen keluarkan dengan yang dipotong oleh server (Kompas.com, 2018)
3. Masalah keamanan data juga menjadi hal yang sering dikeluhkan pengguna. Data pengguna fitur OVO-Cash masih tetap bisa dilihat akibat *bug* (celah keamanan) yang dimiliki aplikasi tersebut. Selain itu, kendala masalah keamanan bila device yang konsumen gunakan hilang, maka fitur OVO rentan di retas oleh orang lain, karena proses recovery atau security akun yang belum begitu kuat disediakan oleh pihak OVO-Cash. (<https://kompas.com>, diakses pada Agustus 2019).
4. Server OVO mengalami gangguan seperti pengurangan saldo OVO secara tiba-tiba karena adanya kebobolan sistem keamanan (Media Konsumen, 2019)
5. Proses transaksi yang tidak berhasil namun saldo mereka sudah terpotong, diikuti dengan kemampuan dalam merespon dan

memberikan bantuan kepada penggunanya yang dirasa masih belum maksimal (Media Konsumen, 2019)

6. Customer service OVO terkadang tidak memberikan solusi bahkan mengabaikan keluhan mereka pelanggan pada layanan OVO (Media Konsumen, 2019)
7. Fitur PayLater karena mereka mendapatkan tagihan secara tiba-tiba walaupun sudah tidak ikut berlangganan (Media Konsumen, 2019)

Dibandingkan dengan pesaingnya, Go-Pay dan Dana memiliki lebih sedikit keluhan mengenai kualitas layanan yang diberikan. Hal tersebut perlu diperbaiki oleh OVO untuk memberikan kemudahan penggunaan, meningkatkan manfaat dan menumbuhkan kepercayaan kepada penggunanya untuk membangun sikap penggunaan para pelanggan OVO.

Kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan alat pembayaran mempengaruhi seseorang untuk menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari. Kemudahan penggunaan diartikan sebagai seberapa jauh seseorang yakin dalam memakai teknologi tidak membutuhkan suatu usaha (Octavia & Pratiwi, 2019). Kemudahan penggunaan aplikasi OVO sebagai alat pembayaran menekankan kepada persepsi mengenai kemudahan yang dirasakan saat menggunakannya. Jika pengguna beranggapan bahwa aplikasi OVO mudah dipelajari dan mudah digunakan maka mereka senantiasa menggunakannya dalam bertransaksi (Khoirunnisa, 2020).

Persepsi manfaat merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh masyarakat dalam menggunakan suatu layanan sistem pembayaran digital. Seseorang akan menggunakan suatu teknologi apabila suatu teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada mereka. Menurut Jogiyanto (2019) manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaanya. Sedangkan menurut Davis (2017) Persepsi manfaat mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan produktivitasnya

Selain itu, dalam mempertimbangkan penggunaan layanan sistem pembayaran digital masyarakat juga mempertimbangkan rasa kepercayaan dalam menggunakan layanan sistem pembayaran digital tersebut. Menurut Colquitt et al (2018) kepercayaan merupakan kesediaan seseorang untuk bertumpu pada sesuatu dan memiliki perasaan yakin dalam suatu situasi tertentu.

Menurut Amijaya (2015:19) sikap penggunaan dapat dibedakan mejadi sikap suka atau tidak suka terhadap suatu sistem. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu sistem ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku seseorang untuk menggunakan suatu sistem atau tidak menggunakannya.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan fenomena di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan**

**Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan E-Wallet OVO.
(Studi kasus Pada Mahasiswa Pengguna Ovo di Kecamatan Jatiasih,
Bekasi Selatan).**

1.2. Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat diidentifikasi permasalahan yang ada pada *e-wallet* OVO adalah sebagai berikut :

1. Perkembangan teknologi menyebabkan pergeseran transaksi dari uang tunai menjadi uang non tunai semakin meningkat setiap tahunnya sehingga terciptanya layanan E-Wallet OVO.
2. Adanya perubahan perilaku konsumen pada mahasiswa dalam bertransaksi pada aplikasi pembayaran berbasis digital, dikarenakan lebih mudah dalam penggunaannya sehingga mengakibatkan pengelolaan keuangan menjadi kurang baik dan cenderung konsumtif, terutama dalam melakukan pembayaran non tunai.
3. Konsumen memanfaatkan penggunaan E-Wallet OVO untuk pemesanan transportasi *online* dan pemesanan makanan *online*. Sisanya, untuk transaksi *e-commerce* dan pembayaran tagihan.
4. OVO adalah layanan E-Wallet yang paling dominan dikarenakan pengguna OVO begitu aktif dalam melakukan

transaksi dan mengakibatkan jumlah pengunduhan E-Wallet OVO semakin meningkat.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Agar masalah dapat dikaji secara mendalam, maka perlu pembatasan masalah. Berdasarkan identifikasi masalah yang dikembangkan diatas, pembatasan masalahnya adalah manfaat, kemudahan, dan kepercayaan terhadap sikap penggunaan layanan *e-wallet* OVO.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang teruraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan layanan E-Wallet OVO?
2. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan layanan E-Wallet OVO?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap sikap penggunaan layanan E-Wallet OVO?
4. Seberapa besar pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap sikap penggunaan layanan E-Wallet OVO?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini

adalah untuk mengedintifikasi :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap penggunaan layanan E-Wallet OVO.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan layanan E-Wallet OVO.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap sikap penggunaan layanan E-Wallet OVO.
4. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap sikap penggunaan layanan E-Wallet OVO.

1.4. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa manfaat dan kegunaan antara lain :

1. Kegunaan Teoritis

Memberi tambahan bukti empiris tentang Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Sikap Penggunaan Layanan E-Wallet OVO yang diaplikasikan dalam bidang pemasaran yang diharapkan bisa menjadi dasar penelitian lebih lanjut.

2. Kegunaan Praktis

- a. Memberi tambahan informasi mengenai Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Sikap Penggunaan Layanan E-Wallet OVO di bidang pemasaran.
- b. Menjadi pertimbangan dan masukan bagi pihak perusahaan dalam

menciptakan strategi pemasaran.

- c. Bagi penulis, penelitian ini berguna sebagai pendalaman ilmu tentang *e-wallet* serta sebagai praktik dalam penerapan ilmu yang diperoleh selama menjalani Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

