

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia terus meningkat setiap tahun. Populasi penggunaan internet semakin bertambah. Berdasarkan data Internet *World Stats*, (2021) penggunaan internet di Indonesia mencapai 76,8% per Juni 2021. Dalam hal ini berarti jumlah pengguna internet di dalam negeri mencapai 212,35 juta jiwa dari populasinya yang diperkirakan sebanyak 276,36 juta jiwa. (Kusnandar,2021)

Banyak orang mengakses Internet setiap hari sesuai dengan kebutuhannya sendiri, seperti mencari informasi, mengikuti *trend* yang berkembang saat ini, berselancar di media sosial, dan memperoleh pengetahuan melalui Internet untuk hiburan serta bertransaksi. Internet mempunyai manfaat dalam hal berbisnis yaitu dapat menempatkan untuk mengiklankan sebuah produk dan menjual barang atau jasa kepada semua orang di dunia.

Internet juga memudahkan untuk akses ke rekening bank, yaitu memudahkan transaksi dan mengirim uang secara elektronik. Transformasi teknologi yang terjadi sekarang secara tidak langsung mengubah kebiasaan dan gaya orang untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dahulu untuk membeli barang setiap konsumen harus datang langsung ke toko dan harus bertransaksi secara tunai (Suhendry, 2021).

Perkembangan jaman yang berevolusi sehingga membuat suatu inovasi baru dengan adanya teknologi dalam bentuk internet, pembayaran dapat dilakukan melalui pembayaran non tunai menggunakan uang elektronik baik yang berupa sebuah kartu (*e-money*) atau berbasiskan aplikasi dompet digital (*e-wallet*). Hal ini disebabkan *digital behavior* yang sudah semakin marak, karena hal tersebut dilihat dari meningkatnya pemakaian *mobile phone*, laptop, dan tablet. (Kontan.id, 2021)

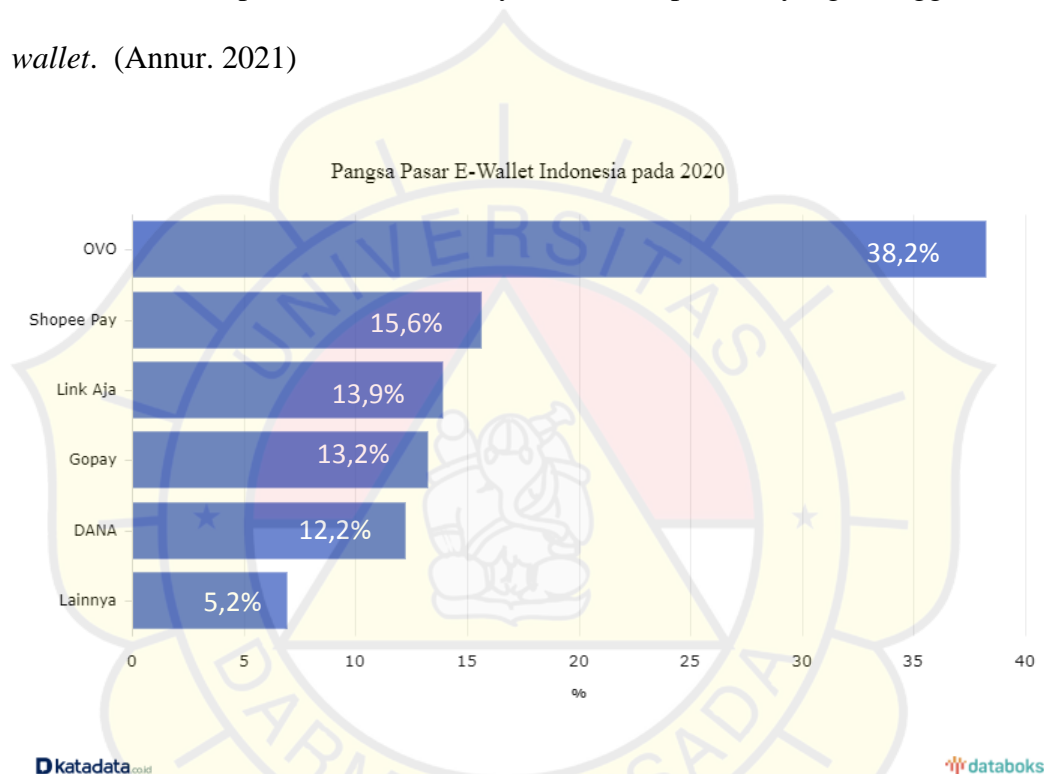
**Tabel 1.1**  
***Mobile Wallets Report 2021***

No.	Pengaruh adopsi <i>E-Wallet</i>	Hasil
1.	Bukti Pembayaran Digital	73%
2.	<i>Cashback</i> /Diskon	69%
3.	Teknologi Baru	61%
4.	Stop Pemakaian Tunai	53%
5.	Rekomendasi dari teman	42%

Sumber : [www.databoks.com](http://www.databoks.com)

Berdasarkan tabel 1.1 menjelaskan bahwa sebesar 73% masyarakat Indonesia menggunakan dompet digital (*e-wallet*) karena mereka membutuhkan pembayaran atau transaksi secara *online*. Persentase tersebut menjadi yang tertinggi dibandingkan alasan lain masyarakat Indonesia ketika menggunakan *e-wallet*. Sebanyak 69% responden mengatakan *cashback*/diskon dari penyedia *e-wallet* menjadi alasan untuk menggunakan dompet digital. Ada beberapa

pengguna menggunakan *e-wallet* karena ingin mencoba sebuah teknologi yang baru dengan hasil sebanyak 61%. Lalu ada beberapa responden ingin berhenti menggunakan uang tunai dan lebih memilih *e-wallet* karena praktis dan efisien dengan perolehan hasil sebanyak 53% responden. Selanjutnya direkomendasikan oleh teman memperoleh hasil sebanyak 42% responden yang menggunakan *e-wallet*. (Annur, 2021)

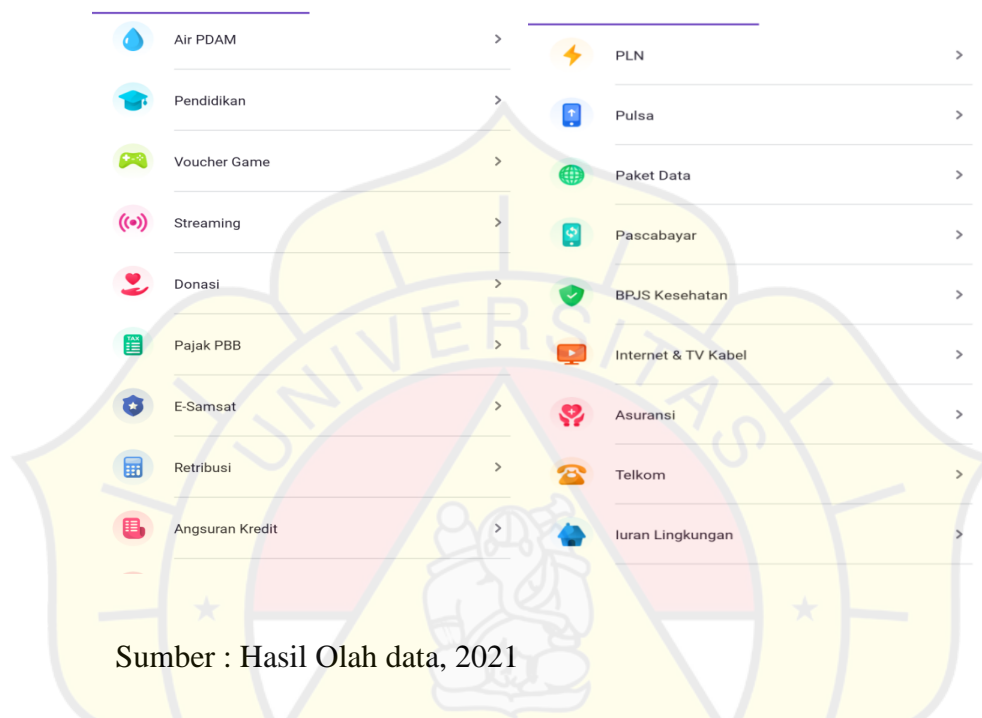


Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

**Gambar 1.1**  
***E-Wallet* yang paling sering digunakan Konsumen (2020)**

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dijelaskan bahwa hasil survei pada tahun 2020 *e-wallet* OVO adalah urutan pertama dalam *e-wallet* yang paling sering digunakan oleh konsumen, *e-wallet* OVO memperoleh hasil sebanyak 38.2%. Lalu di urutan kedua ada shopeepay dengan hasil pangsa pasar sebesar 15,6%. Kemudian, LinkAja memiliki pangsa pasar dengan hasil sebesar 13,9%.

Selanjutnya, Gopay memiliki pangsa pasar sebesar 13,2%. Terakhir, DANA memiliki pangsa pasar sebesar 12,2%. Dan yang lainnya menghasilkan sebesar 5,2%. (Annur, 2021)



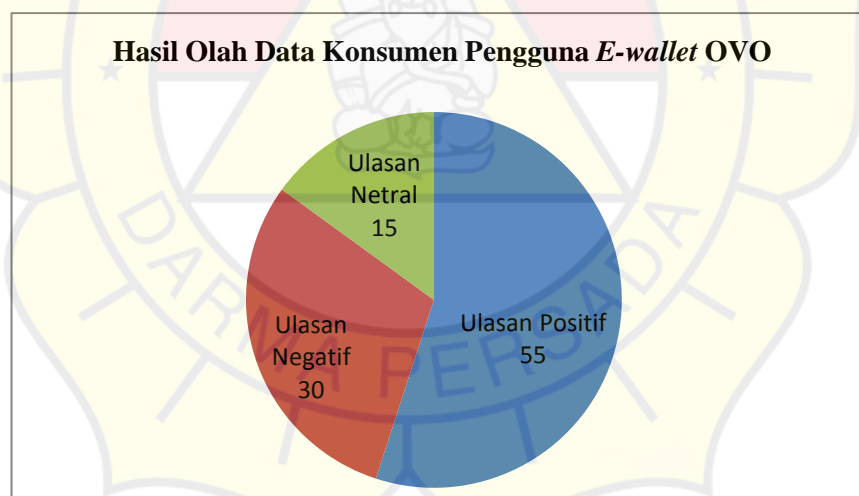
Sumber : Hasil Olah data, 2021

**Gambar 1.2**  
**Fitur-Fitur yang terdapat E-Wallet OVO**

Berdasarkan Gambar 1.2 terdapat beberapa fitur pada *e-wallet* OVO. *E-wallet* OVO yang tersedia sesuai dengan kebutuhan para konsumen, mulai dari transaksi air pdam, pulsa, token listrik, pembelian paket data, pembayaran pajak dan masih banyak fitur lainnya yang tersedia. Selain itu OVO juga memberikan promo yang menarik serta *cashback* dengan minimal transaksi pembelian menggunakan dompet digital (*e-wallet*). Dan OVO berkerja sama dengan beberapa *merchant* seperti First Media, Hypermart, Maxx Coffe dan masih banyak lainnya. Pengguna mendapatkan beberapa keuntungan dari fitur yang satu

ini adalah pembayaran lebih cepat dan praktis hanya memerlukan nomor ponsel yang sudah terdaftar di perangkat maka transaksi bisa di lakukan.

Dari pernyataan di atas mengenai penggunaan *e-wallet* OVO. Maka peneliti melakukan observasi terhadap pengguna layanan *e-wallet* melalui ulasan-ulasan pada situs *google download playstore.com*. Peneliti melakukan observasi terhadap 100 pengguna yang memberikan sebuah komentar atau ulasan dengan kategori positif, netral dan negatif terhadap layanan yang diberikan oleh *e-wallet* OVO hasil dari observasi peneliti melalui ulasan-ulasan yang di dapat melalui *playstore.com* untuk mengetahui tingkat perilaku penggunaan *e-wallet* OVO sebagai berikut:



Sumber : Hasil Olah Data, 2021

**Gambar 1.3**  
**Penggunaan Layanan e-Wallet OVO**

Berdasarkan gambar 1.3 merupakan hasil observasi peneliti dari 100 tanggapan atau ulasan para pengguna melalui situs *download aplikasi google playstore.com*. Dari ulasan positif, netral dan negatif para konsumen pengguna *e-*

*wallet* OVO bahwa peneliti mendapatkan hasil sebanyak 55 dari ulasan positif, lalu mendapati ulasan netral sebanyak 15 dan ulasan negatif sebanyak 30. Peneliti melakukan observasi berdasarkan rating, yang diberikan pengguna untuk ulasan positif dengan rating 5, ulasan netral dengan rating 3 dan ulasan negatif dengan rating 1. Dari ulasan-ulasan tersebut para pengguna mengungkapkan rasa senang, kemudahan dalam menggunakan *e-wallet* dan juga yang mengungkapkan rasa ketidakpuasan serta kecewa terhadap *e-wallet* OVO yang diberikan. Berikut adalah beberapa ulasan-ulasan yang diberikan oleh para pengguna.

**Tabel 1.2**  
**Ulasan Positif terhadap layanan *e-wallet* OVO**

No.	Nama	Ulasan
1.	<b>Fatmawati</b> (13 Oktober 2021)	Semenjak pake ovo membantu banget jadi Suka belanja dan bayar tagihan pake ovo karena gak pake ribet. Oh ya cash back untuk bayar2 tagihan sekarang koq gak ada ya. Ditunggu cash back nya ligo ya ovo
2.	<b>Muhammad Laes</b> (20 November 2021)	OVO menurut saya :kelebihannya Aplikasi oke, keren, & juga memiliki bayak fitur yang sangat simpel sehingga mempermudah keseharian masyarakat. kekurangannya terdapat pada lama waktu proses pembelian produk yang tersedia di fitur-fitur OVO & pencarian uang.
3.	<b>Budiarto Catur</b> (23 November 2021)	Saya sudah download..dan sangat suka dgn aplikasinya...cara mudah dan cepat utk.bertransaksi di jaman serba digital seperti ini utk transfer ke bank manapun gratis tanpa biaya pemotongan..pokoknya mantap dahh ksh bintang 5
4.	<b>Ahmad Fauzi</b> (24 November 2021)	Saya selama pake ovo alhamdulillah lancar tidak ada halangan untuk fitur terbarunya mengenai top up di indomaret kata kasir indomaret belum bisa melakukan <i>top up</i> ovo di indomaret (mohon solusinya) terus untuk kedepannya mengenai

		investasi di ovo mohon di tambah lagi jenis jenis aset lainnya kalo bisa adakan jenis saham juga. sekian dan
5.	<b>ZAFFAR Zahara</b> (26 November 2021)	Mantapp beli pulsa listrik dapat poin, dan poinnya bisa buat isi pulsa. Semoga smakin lancar jaya. Thank you OVO
6.	<b>Rizal The last generation</b> (29 November 2021)	Aplikasi yang ringan. Dan mudah.. semoga aplikasi ini tetap konsisten dan ada reward utk pengguna nya..
7.	<b>Muhammad Zamroni</b> (30 November 2021)	Alhamdulillah dengan membuka aplikasi OVO memberikan kemudahan dan keuntungan kps saya dlm segala keperluan yg ada di aplikasi ini..semoga kedepannya pelayanannya lebih optimal lagi terimakasih
8.	<b>Ridwan Rizqy</b> (2 Desember 2021)	Selama ini lancar-lancar saja pake aplikasi OVO ini transfer ke bank,pulsa,token listrik tidak ada kendala.mantap
9.	<b>Erhandar Khan</b> (2 Desember 2021)	saya, tidak pernah ada masalah selama menggunakan aplikasi ini,bahkan masalah teknis yang pernah saya alami itupun terselesaikan dengan cepat dan responsif, mungkin perlu ada inovasi aja, seperti kita bisa membayar tagihan ataupun pembayaran saat berbelanja di Indomaret atau sejenisnya, karena klo hanya topup saya rasa medianya sudah banyak, sekian
10.	<b>Elinda Nopianti</b> (2 Desember 2021)	Aplikasinya sangat bagus untuk proses transfer uang juga cepat hitungan detik langsung masuk, recomended banget. Semoga kedepan nya lebih banyak lagi fitur-fiturnya.

Sumber : [www.Playstore.com](http://www.Playstore.com)

**Tabel 1.3**  
**Ulasan Netral terhadap Layanan E-Wallet OVO**

No.	Nama	Ulasan
1.	<b>Imam Maulana</b> (6 Desember 2021)	Saya tidak bisa melakukan transfer ke sesama pengguna dalam beberapa minggu terakhir.. Apakah ada solusinya setelah update ini...?
2.	<b>Firfa Dewi</b> (11 Desember 2021)	Sy udh bayar ke nomer hp sy 100 ribu, tp ga ada masuk sama sekali ke ovo no kontak sy sama sekali.. Gimana neh admint.. Mohon di perhatikan kembali.. Makasih Smoga ovo makin sukses dan bisa kasih yg terbaik buat masyarakat luas..
3.	<b>agus maludin</b> (1 Desember 2021)	transfer ke rekening bank, beli pulsa jam malem sering eror , ga tau kemana
4.	<b>Alek Alvin</b> (27 Oktober 2021)	Untuk transfer masih normal aplikasi ringan. cuma untuk poin lama udah engga jalan..tau gimana salah nya.
5.	<b>Giat GiyAT</b> (18 November 2021)	Mengapa ovo poin harus 50 % dari ovo <i>cash</i> baru bisa dipakai kenapa ada batasan menjengkelkan.
6.	<b>Didia Nahak</b> (15 Oktober 2021)	Kenapa ovo saya tidak bisa melakukan transfer ke bank bca??
7.	<b>Hendra Nupura</b> (27 Oktober 2021)	Tolong di perbaiki, saya melakukan transfer dari ovo ke bank BRI selalu gagal.
8.	<b>Ed 490</b> (1 Oktober 2021)	Saya tidak bisa melakukan transfer sudah 2 hari mau ke sesama ovo ataupun bank lain
9.	<b>Jang kurnia</b> (5 Oktober 2021)	beli pulsa tapi status di proses sampe 1x24 jam,saldo tidak kembali parah
10.	<b>Ahmad Sarkowi</b> (18 November 2021)	Dri semlm mau tf sesama ovo eror terus,selalu gagal,tolong lah di perbaikiin lgi.bikin kecewa aja kalau gini terus

Sumber : [www.Playstore.com](http://www.Playstore.com)



**Tabel 1.4**  
**Ulasan Negatif terhadap Layanan *E-Wallet* OVO**

No.	Nama	Ulasan
1.	<b>Supriyati Ningsih</b> (23 November 2021)	Dulu si suka ya pake ovo, sekarang kok jadi lemot banget. Beli pulsa dari kemaren blm masuk juga sampe sekarang, mau transfer juga gagal trus. Mohon maaf ini kenapa ya kok pelayanannya buruk banget. Saya beli pulsa di app sebelah baru berapa detik udah langsung masuk, mau transfer juga cepet. Mohon diperbaiki kinerjanya
2.	<b>Aditya kurniadin</b> (25 November 2021)	Mengecewakan. Masa transfer aja seharian, udah gitu pas chat cs katanya mau di kembalikan. Maksudnya apa coba
3.	<b>Halimin Leo thothe</b> (9 Desember 2021)	Ada apa dengan OVO? Kenapa aplikasinya ketika di buka tutup kembali?. Bagaimana mau dipercaya aplikasinya force close terus. Ingat ini aplikasi fintech yg mengelola dana user sangat sensitif. Tolong responya jngn maaf terus tapi solusi kita semua sangat dirugikan kalau begini.
4.	<b>Umardani Santoso</b> (2 Desember 2021)	Masa ga bisa transfer ke bank lg gara2 kbanyakan transaksi.. hadeehh harus nunggu 30hari baru bisa transaksi lagi. Parah2.. ga asik
5.	<b>Naufal Iink</b> (1 Desember 2021)	Sy transfer status berhasil tp tidak sampai ke rek tujuan,sdh laporan ke call center diarahkan utk ke email, dr email diarahkan ke cs Lg gmn ini ovo penanganannya. Ada notif pengembalian dana tp dana juga tdk kembali,,telp cs udh 100rb pulsa habis,,suruh ngabisin brp pulsa lagi ?? Nominal transfer 247rb apakah harus habis pulsa sesuai nominal transfer dulu baru dikembalikan dananya
6.	<b>Faishal Reza</b> (1 Desember 2021)	Ancur. Ini kedua kalinya saya transfer lewat ovo ke rekening bank lain,tapi penerima tidak menerima saldo masuk dari transferan saya,saldo ovo saya sudah terpotong dan tidak

		balik
7.	<b>Depi Julia</b> (2 Desember 2021)	Parah, Transfer di OVO berhasil tapi di rekening belum nyampe. Komplain ke CS suruh nunggu 1x24 jam tapi tetep aja duit ga nyampe saldo tetap dipotong. Tanpa keterangan yang jelas. Komplain CS malah langsung meninggalkan chat tanpa pemberitahuan. Gimana sih OVO kok pelayanan makin jelek padahal saya pengguna lama.
8.	<b>Imam Syaf</b> (2 Desember 2021)	Parah, Transfer di OVO berhasil tapi di rekening belum nyampe. Komplain ke CS suruh nunggu 1x24 jam tapi tetep aja duit ga nyampe saldo tetap dipotong. Tanpa keterangan yang jelas. Komplain CS malah langsung meninggalkan chat tanpa pemberitahuan. Gimana sih OVO kok pelayanan makin jelek padahal saya pengguna lama.
9.	<b>Rio Ramadan</b> (2 Desember 2021)	Kenapa blom masuk saldonya ,, padahal temen saya udh transfer ke saya tapi blom masuk ke saldo OVO saya mohon bantuannya
10.	<b>Mila Mila</b> (4 Desember 2021)	Berasa kayak zonk pakai ovo. Uda kesekian kali nya loh Contoh simpel kayak semalam. Belanja ke ACE pakai ovo. Di tulis bakal dapat CB 10rb , mas nya juga uda info kayak gitu. Makanya isi saldo dong, eh pas uda bayar. Itu CB ga dapat. Malah berasa rugi, kudu kepotong 1.000 (Catatan yah, saya belum pakai OVO bulan ini). pas ke sushi tei juga sama.. Jadi uda sering kayak gini . Zonk. Kapok de.. Semalam cukup ovo terakhir buat pembayaran di toko.

Sumber : [www.Playstore.com](http://www.Playstore.com)

Pada implementasinya, apabila pengguna mengalami banyak kesulitan dalam menggunakan dan mengakses aplikasi OVO maka pelanggan dapat beralih ke produk pesaing untuk memenuhi harapan dan ekspektasi terhadap penggunaan.

Meskipun hadirnya aplikasi *e-wallet* OVO saat ini, ternyata masih terdapat masyarakat yang cenderung untuk memilih dan melakukan transaksi secara tunai sehari-hari. Hal tersebut menimbulkan berbagai persepsi mengenai bagaimana aplikasi *e-wallet* OVO di masyarakat. (Permana & Dewi,2019)

Penilaian dan ulasan dari masyarakat tersebut dapat dijadikan sebuah evaluasi untuk *e-wallet* OVO, agar kedepannya *e-wallet* OVO dapat mengembangkan inovasi fitur dan layanan yang lebih baik lagi agar memberikan kemudahan dan kenyamanan untuk masyarakat dalam bertransaksi menggunakan *e-wallet* OVO, dengan kemudahan menggunakan uang elektronik *e-wallet* khususnya OVO maka akan mengubah pola transaksi masyarakat untuk bertransaksi non tunai.

Peran konsumen dan masyarakat sangat penting karena sebagai penentu dan menilai bagaimana tingkat penerimaan dan penggunaan dalam menggunakan aplikasi OVO. Peningkatan jumlah pengguna OVO dapat diukur menggunakan model *Unified Of Theory Acceptance And Use OF Technologyy* (UTAUT) Menurut Venkatesh et al. (2007) dalam Indrawati, dkk (2017). Memahami penerimaan individu dan penggunaan teknologi informasi adalah salah satu aliran penelitian sistem informasi yang paling matang. Ada beberapa model teoretis, terutama dikembangkan dari teori dalam psikologi dan sosiologi yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan dan penggunaan teknologi.

Salah satu model teori yang dapat digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat penggunaan suatu teknologi adalah model teori

UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) yang terdiri dari empat faktor penentu harapan kinerja (*performance expectancy*), harapan usaha (*effort expectancy*), pengaruh sosial (*social influence*), dan kondisi yang mendukung (*facilitating condition*).

*Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) telah menyaring faktor-faktor kritis dan kemungkinan yang terkait dengan prediksi niat perilaku untuk menggunakan teknologi dan penggunaan teknologi terutama dalam konteks organisasi. Model UTAUT yang diperluas secara umum untuk adopsi dalam transaksi digital. Perbedaan yang terdapat dalam Model UTAUT seperti beberapa variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence* dan *Facilitating Conditions* apakah terdapat pengaruh terhadap niat perilaku dalam penggunaan (*Behavioral Intentions*) nya yang memberikan indikasi bahwa model konseptual dapat lebih efektif dan efisien berpengaruh dengan hasil yang signifikan dalam penggunaan layanan dompet digital atau transaksi *online*. (Al-Saedi, Et. Al (2020).

Dari beberapa variabel pendukung tersebut lanjut untuk mengetahui bagaimana *behavioral intentions*. Menurut Kotler (2014) dalam Purwianti & Tio (2017) *behavioral intention* adalah kondisi dimana pelanggan memiliki intensi atau sikap loyal pada brand, *product*, *company* dan secara rela menceritakan keunggulannya kepada pihak lain. Ada beberapa perbedaan konsumen tentang penggunaan *e-wallet* OVO.

Beberapa peneliti seperti peneliti Permana & Dewi, (2019). Mendapati bahwa model *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology* (UTAUT) dapat diterima melalui penerimaan teknologi baru dalam hal bertransaksi menggunakan dompet digital, lalu dari segi niat berkelanjutan penggunaan dompet digital dapat diterima baik oleh para pengguna karena merasakan kemudahan dalam memahami fitur dan layanan aplikasi dompet digital serta menunjukkan bahwa menggunakan dompet digital lebih praktis dengan memanfaatkan teknologi terbaru.

Namun dari peneliti Oktafani & Silsila (2020) bahwa dari beberapa model *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology* menunjukkan bahwa dari penerimaan teknologi yang terbaru tidak dapat mempengaruhi secara jelas tentang (*behavioral intentions*) niat perilaku berkelanjutan untuk menggunakan sistem tersebut karena dalam penggunaan dompet digital belum memberikan manfaat atau keuntungan dalam bertransaksi yang dilakukan secara online. Secara jelas bahwa beberapa model UTAUT tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intentions*. Permasalahan dalam penerimaan penggunaan teknologi ini belum mendapatkan perhatian yang secara memadai karena masyarakat belum menemukan kemudahan saat bertransaksi menggunakan metode pembayaran digital akan tetapi dari segi fasilitas dan sumberdaya sangat mendukung.

Memberikan sebuah pemahaman, gambaran dan wawasan untuk menjelaskan niat dan perilaku penggunaan dengan menerapkan model UTAUT. Bahwa variabel berpengaruh terhadap niat penggunaan *e-money*, serta variabel niat penggunaan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *e-money*. Dapat

diartikan bahwa semakin tinggi kondisi yang memfasilitasi dan manfaat yang diterima pengguna menggunakan *e-money* maka akan meningkatkan kepercayaan seseorang bahwa sistem tersebut memiliki manfaat yang besar di masa mendatang dan termotivasi untuk menggunakan sistem tersebut. Bahwa niat individu untuk tidak melakukan atau melakukan suatu perilaku merupakan penentu langsung dari tindakan atau perilaku. Individu akan melakukan suatu perilaku (*behavior*) bila memiliki keinginan atau niat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. (Putri & Suardikha, 2019)

Berdasarkan pernyataan di atas maka peneliti melakukan pra survey dengan memberikan kuesioner melalui *googleforms* kepada 20 responden yang menggunakan *e-wallet* OVO. Peneliti melakukan pra survey sebagai data observasi pertama dalam penerapan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang terdiri dari *Performance Expctancy* (Ekspetasi Kinerja), *Effort Expectancy* (Ekspetasi Usaha), *Social Influence* (Pengaruh Sosial) dan *Facilitating Conditions* (Kondisi Pemfasilitas) *e-wallet* OVO di Kota Bekasi. Dari hasil observasi tersebut peneliti memperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.5**  
**Tanggapan Responden Terhadap *Performance Expectancy* (Ekspetasi Kinerja) konsumen *E-wallet* OVO di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena merupakan aplikasi yang berguna dalam transaksi	4,00
2.	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena melakukan transaksi dengan lebih mudah	4,00
3.	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO untuk melakukan	4,00

	transaksi lebih cepat	
4.	<i>E-wallet</i> OVO memungkinkan saya untuk merasakan perbandingan kualitas dari aplikasi sebelumnya	4,00
5.	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena dapat meningkatkan efektivitas dalam pekerjaan	4,00
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>4,00</b>

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan Tabel 1.5 dapat di ketahui bahwa ekspetasi kinerja layanan *e-wallet* OVO menghasilkan nilai yang cukup baik yaitu dengan total keseluruhan 4,00 yang dapat diartikan bahwa kinerja dan sistem layanan *e-wallet* OVO untuk bertransaksi dapat di terima dengan baik oleh konsumen. Dari segi *Effort Expectancy* *e-wallet* OVO peneliti melakukan pra survey mengenai *Effort Expectancy* (usaha ekspetasi) terhadap penggunaan *e-wallet* OVO dengan memperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 1.6**  
**Tanggapan Responden Terhadap *Effort Expectancy* (Usaha Ekspetasi )**  
**Konsumen E-Wallet OVO di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena mudah dalam pelayanan sistem	4,00
2.	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena mudah berinteraksi	4,00
3.	Saya mudah memahami layanan dan fitur dalam menggunakan <i>e-wallet</i> OVO	4,00
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>4,00</b>

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan Tabel 1.6 dengan memberikan 3 pertanyaan mengenai *Effort Expectancy* terhadap *e-wallet* OVO. Dari hasil prasurvey menghasilkan nilai yang cukup baik dengan total sebesar 4,00 , maka dapat disimpulkan bahwa ekspektasi usaha *e-wallet* OVO ini dapat diterima dengan baik oleh para pengguna *e-wallet* OVO karena dalam pelayanan dan sistem mudah digunakan dan dipahami oleh para konsumen *e-wallet* OVO. Dari segi *Social Influence*, peneliti melakukan pra survey kepada konsumen atau pengguna *e-wallet* OVO mengenai pengaruh sosial. Dari hasil penelitian tersebut peneliti memperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.7**  
**Tanggapan Responden Terhadap *Social Influence* (Pengaruh Sosial)**  
**Konsumen *E-wallet* OVO di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Saya merekomendasi kan orang lain untuk melakukan transaksi menggunakan layanan <i>e-wallet</i> OVO	4,00
2.	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena rekan saya juga menggunakan <i>e-wallet</i> OVO	4,00
3.	Dilingkungan sekitar saya menggunakan <i>e-wallet</i> OVO karena sedang <i>Trend</i> .	3,45
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>4,00</b>

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.7 peneliti memberikan 3 pertanyaan mengenai *Social Influence* (pengaruh sosial) kepada 20 responden pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bekasi. Dari hasil prasurvey mendapatkan hasil 4,00 yang berarti cukup baik. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial dapat mempengaruhi orang lain dalam ikut serta menggunakan layanan *e-wallet* OVO. Selanjutnya dari segi *Facilitating Conditions* (kondisi Pemfasilitas) peneliti melakukan pra survey



kepada 20 responden untuk mengetahui bagaimana kondisi pemfasilitas kepada pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bekasi dengan memperoleh hasil sebagai berikut

**Tabel 1.8**  
**Tanggapan Responden Terhadap *Facilitating Conditions* (Kondisi Pemfasilitas) Konsumen *E-wallet* OVO di Kota Bekasi**

No.	Pertanyaan	Hasil
1.	Saya memiliki sumber daya (Smartphone/Internet/Aplikasi) yang di perlukan untuk menggunakan <i>e-wallet</i> OVO	3,95
2.	Saya bisa mendapat bantuan dari orang lain ketika saya kesulitan dalam menggunakan <i>e-wallet</i> OVO	3,8
3.	Terdapat tenaga ahli yang dapat membantu apabila kesulitan dalam menggunakan layanan <i>e-wallet</i> OVO	3,65
	<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>	<b>4,00</b>

Sumber : Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel 1.8 menjelaskan bahwa hasil dari kondisi pemfasilitas pengguna *e-wallet* OVO mendapat hasil sebesar 4,00 dari 20 responden . Nilai tersebut di peroleh dengan hasil yang cukup baik dan dapat di artikan bahwa pengguna *e-wallet* OVO menerima dengan baik komponen fasilitas yang diperlukan untuk menggunakan *e-wallet* OVO.

Keseluruhan hasil dari pra survey kepada responden pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bekasi setuju bahwa dari ke empat variabel *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology* (UTAUT) yaitu ekspetasi kinerja, ekspetasi usaha, pengaruh sosial dan kondisi pemfasilitasi terhadap pengguna *e-wallet* OVO dapat diterima dengan baik, yang dapat disimpulkan bahwa kinerja layanan *e-wallet* OVO bekerja dengan baik dalam hal bertransaksi.

Kemudian dari segi niat dan perilaku penggunaan atau *Behavioral Intentions*. Peneliti melakukan pra survey lanjutan kepada 20 responden. Untuk mengetahui apakah para pengguna memiliki niat perilaku dalam penggunaan berkelanjutan terhadap *e-wallet* OVO di Kota Bekasi. Dari hasil penelitian tersebut peneliti memperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.9**

**Tanggapan Responden Terhadap *Behavioral Intentions* konsumen E-wallet OVO di Kota Bekasi**

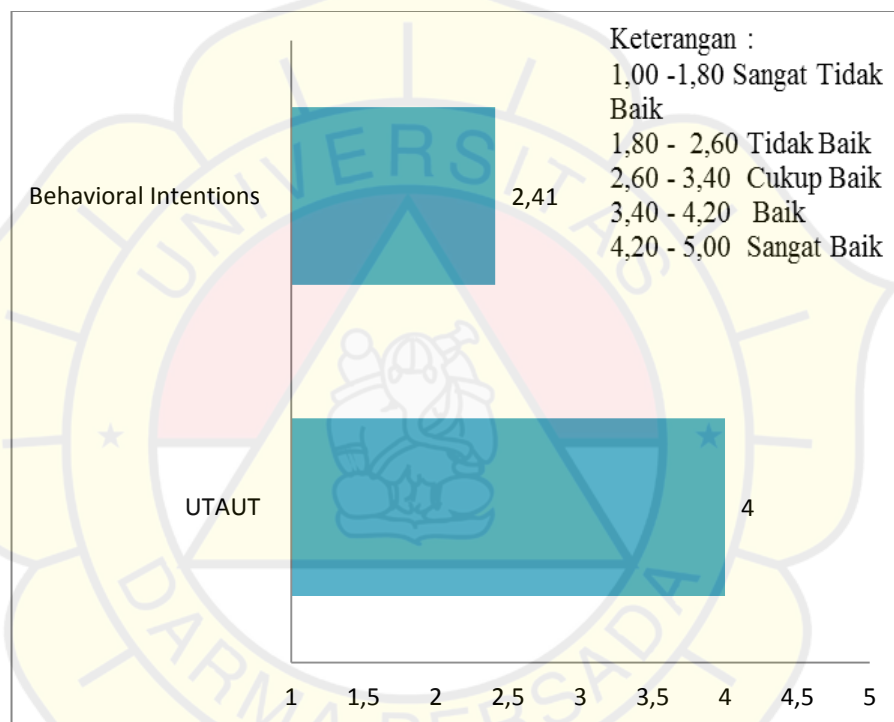
No.	Pertanyaan terhadap <i>Behavioral Intentions</i> konsumen E-Wallet OVO	Hasil
1.	Saya berniat menggunakan layanan <i>e-wallet</i> OVO dimasa yang akan datang	2,50
2.	Saya akan selalu menggunakan Layanan <i>e-wallet</i> OVO didalam keseharian	2,40
3.	Saya berencana untuk tetap menggunakan layanan <i>e-wallet</i> OVO sesering mungkin	2,35
	Rata-Rata	<b>2,41</b>

Sumber : Hasil Olah Data , 2021

Berdasarkan tabel 1.9 dengan memberikan empat pertanyaan kepada 20 responden mengenai *behavioral intentions* atau niat perilaku penggunaan terhadap *e-wallet* OVO maka dapat di ketahui bahwa hasil rata-rata yang di peroleh dari 20 responden adalah sebesar 2,41 yang artinya bahwa para pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bekasi masuk ke dalam kategori tidak setuju atau memperoleh hasil yang tidak baik dapat di artikan bahwa dalam niat perilaku penggunaan berkelanjutan untuk bertransaksi menggunakan *e-wallet* OVO ini sangat rendah.

Dari beberapa tabel hasil pra survey tentang tanggapan responden model *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology* (UTAUT) terhadap *Behavioral Intentions* atau niat perilaku penggunaan.maka dapat dilihat grafik hasil pra survey secara keseluruhan sebagai berikut :

### Hasil Keseluruhan Pra Survey



Sumber: Hasil Olah Data, 2021

**Gambar 1.4**

### Grafik Hasil Pra Survey Secara Keseluruhan

Berdasarkan gambar 1.4 dapat diketahui hasil keseluruhan pra survey penggunaan *e-wallet* OVO di Kota Bekasi dengan model *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology* (UTAUT) yang terdiri dari ekpetasi kinerja, ekspetasi usaha, pengaruh sosial dan kondisi pemfasilitas menghasilkan nilai yang cukup baik, yaitu dengan total rata-rata keseluruhan sebesar 4,00 yang artinya dari

segi layanan, fitur dan kinerja sistem *e-wallet* OVO saat digunakan khususnya dalam bertransaksi bekerja dengan optimal.

Tetapi apabila dilihat dari segi *behavioral intentions* (niat dan perilaku penggunaan) penggunaan *e-wallet* OVO menghasilkan hasil nilai yang rendah di bandingkan dengan model *Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology* (UTAUT). Hal ini memungkinkan bahwa para konsumen tidak memiliki niat perilaku penggunaan (*Behavioral Intentions*) dengan berkelanjutan dalam menggunakan *e-wallet* OVO atau kurangnya rasa loyalitas terhadap penggunaan *e-wallet* OVO.

Namun berbagai penelitian menyebutkan bahwa pada dasarnya untuk mengukur bagaimana tingkat konsumen dalam penerimaan teknologi dapat dilihat bagaimana loyalitas serta pemakaian kelanjutan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO. (Suhendry, 2020). Sehingga dalam penerimaan teknologi baru dalam bertransaksi dapat diterima oleh konsumen untuk penggunaan berkelanjutan dengan menggunakan sistem pembayaran tunai menjadi non tunai walaupun dari variabel pendukung UTAUT tidak selalu mempengaruhi pada tingkat minat penggunaan *e-wallet* OVO.

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan tujuan dapat mengetahui bagaimana model *Unified of Theory Acceptance and Use Of Technology* (UTAUT) berpengaruh terhadap niat perilaku penggunaan secara terus menerus (*behavioral intentions*) pada penggunaan *e-wallet* OVO dengan judul penelitian “Penerapan model *Unified Theory Of*

*Acceptance and Use Of Technology (UTAUT)* terhadap *Behavioral Intentions* penggunaan *E-Wallet OVO* di Kota Bekasi.

## **1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka didapati identifikasi masalah sebagai berikut :

1. *E-wallet OVO* mendapat peringkat pertama pada tahun 2020 dalam kategori *e-wallet* paling sering digunakan konsumen.
2. Berdasarkan ulasan positif, netral dan negatif yang diberikan oleh para pengguna aktif *e-wallet OVO* di playsotre.
3. Dilihat dari hasil prasurvey bahwa sistem dan layanan yang terdapat pada *e-wallet OVO* dari model *Unified Theory Of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* belum memberikan hasil yang positif terhadap *behavioral intentions*.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Dari identifikasi masalah yang sudah disebutkan, dan menyadari adanya keterbatasan waktu dan kemampuan, maka penulis memberi batasan masalah secara jelas dan fokus. Masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini hanya pada Pengaruh Ekspetasi Kinerja, Ekspetasi Usaha, Pengaruh Sosial dan Kondisi Pemfasilitas terhadap *Behavioral Intentions* pengguna *e-wallet OVO* di Kota Bekasi.

### 1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha , Pengaruh Sosial, Kondisi Pemfasilitas berpengaruh terhadap *Behavior Intentions* penggunaan *e-wallet* OVO di Kota Bekasi?
2. Apakah Ekspektasi Kinerja Berpengaruh terhadap *Behavioral Intentions* pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bekasi?
3. Apakah Ekspektasi Usaha berpengaruh terhadap *Behavior Intentions* pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bekasi?
4. Apakah Pengaruh Sosial berpengaruh terhadap *Behavior Intentions* pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bekasi?
5. Apakah Kondisi pemfasilitasi berpengaruh terhadap *Behavior Intentions* pengguna *e-wallet* OVO di Kota Bekasi?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris pada:

1. Untuk mengetahui Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Pemfasilitas berpengaruh terhadap *behavioral intentions* Pengguna *e-wallet* OVO.

2. Untuk mengetahui pengaruh Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*) terhadap *Behavioral Intentions* pengguna *e-wallet* OVO.
3. Untuk mengetahui pengaruh Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*) terhadap *Behavioral Intentions* pengguna OVO.
4. Untuk mengetahui pengaruh sosial (*Social Influence*) terhadap *Behavioral Intentions* pengguna *e-wallet* OVO.
5. Untuk mengetahui pengaruh Kondisi pemfasilitasi (*Facilitating Conditions*) terhadap *Behavioral Intentios* pengguna *e-wallet* OVO.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, dapat berguna sebagai sumbangan pemikiran bagi dunia pendidikan mengenai pengaruh Ekseptasi Kinerja, Ekspetasi Usaha, Pengaruh Sosial dan Kondisi Pemfasilitas terhadap *behavioral intentions*. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan solusi pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan pengaruh Ekspetasi Kinerja , Ekspetasi Usaha, Pengaruh Sosial dan Kondisi Pemfasilitas terhadap *behavioral intentions* bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi.

