

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Saat ini kemajuan di bidang teknologi dan informasi sedang berkembang sangat pesat. Sehingga masyarakat dituntut untuk selalu mengikuti kemajuan zaman yang telah terjadi demi menunjang kehidupannya. Perkembangan teknologi dan informasi yang mendorong semua aktivitas yang dilakukan secara cepat, praktis, dan efisien. Sistem teknologi dan informasi mempunyai peran penting dalam kehidupan manusia, terutama di bidang perekonomian. Dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat di era modern, maka terciptalah kemajuan di bidang teknologi dan informasi dalam perekonomian. Salah satu kemajuan di era modern dalam bidang teknologi dan informasi yang berbasis perekonomian yaitu dengan memanfaatkan kemajuan pada bisnis yang semula menggunakan sistem pembayaran tunai kini berubah menjadi sistem pembayaran non tunai dengan adanya aplikasi atau *mobile payment* yang telah diciptakan oleh perusahaan-perusahaan.

Di era globalisasi ini sistem pembayaran non tunai sedang ramai digunakan oleh masyarakat. Dimana untuk melakukan kegiatan transaksi, masyarakat tidak harus membawa uang tunai namun cukup dengan melakukan sistem transfer dana atau scan kode QR (*quick response*) yang telah digunakan di beberapa swalayan yang sudah bekerja sama dengan penyedia layanan *mobile payment* (Sang Ryu & Murdock, 2013). Hal ini juga menimbulkan pola

pikir masyarakat yang berubah menjadi konsumtif, karena gaya hidup masyarakat yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang hampir seluruh aktivitas dilakukan serba online.

E-money merupakan salah satu bagian dari APMK yang telah digunakan di Indonesia. E-money merupakan salah satu layanan dimana nasabahnya tidak perlu melakukan transaksi menggunakan uang tunai, melainkan dengan menggunakan uang yang telah disetorkan sebelumnya pada badan yang menyediakan layanan ini. Penggunaan e-money telah terkoneksi melalui sistem online, sehingga setiap adanya kegiatan transaksi dapat diketahui.

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2016 telah dinyatakan bahwa munculnya e-money yaitu berdasarkan jumlah uang yang telah disetor terlebih dahulu oleh konsumen kepada penerbit dan jumlah uang tersebut disimpan secara elektronik melalui *server* atau *chip*. Adapun tujuan dari diciptakannya e-money untuk meminimalisir tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai. Tak hanya itu, tujuan e-money juga sebagai salah satu pengganti uang tunai yang berbentuk uang kertas dan uang koin dengan uang elektronik yang sebanding (Feby Fadlillah, 2018).

Pada masa kini terdapat pandangan mengenai pemakaian uang tunai yang dianggap telah mulai memunculkan masalah. Terutama dalam hal yang terjadi pada biaya *cash handling*, akibat pencurian/perampokan, kesehatan, efisiensi, dan penyebaran mengenai uang palsu. Beberapa pandangan mengenai

pemakaian uang tunai yang dianggap bebas biaya dan efisien, tetapi pada kenyataannya pemakaian uang tunai dalam jumlah banyak dan dalam kurun waktu yang panjang dapat menimbulkan masalah perekonomian. Salah satunya dalam biaya *cash handling* dan rendahnya kecepatan dalam aktivitas perputaran uang.

Apabila dilihat dari volume, jumlah, dan transaksi penggunaan e-money di Indonesia dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan. Disisi lain karena adanya faktor pendukung seperti kemudahan akses internet dan keamanan dari sistem *mobile payment*. Data Bank Indonesia (BI) mencatat bahwa volume transaksi dan nilai transaksi uang elektronik pada tahun 2018 meningkat sebesar 2,9 miliar transaksi dari tahun 2017 sebesar 243,3 juta transaksi. Sedangkan nilai transaksi pada tahun 2017 mencapai Rp 12,4 triliun hingga pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar Rp 34,8 triliun menjadi sebesar Rp 47,2 triliun. Pada bulan Juli 2019 volume transaksi uang elektronik telah mencapai sebesar 2,7 triliun, artinya angka tersebut telah mendekati pada akhir tahun 2018. Kemudian nilai transaksi pada tahun 2019 juga telah mencapai nilai transaksi tahun 2018, yaitu sebesar Rp 69 triliun. Sesuai dengan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang telah disusun oleh BI pada tahun 2014 transaksi uang elektronik terus mengalami peningkatan (Jayani Hadya, 2019).

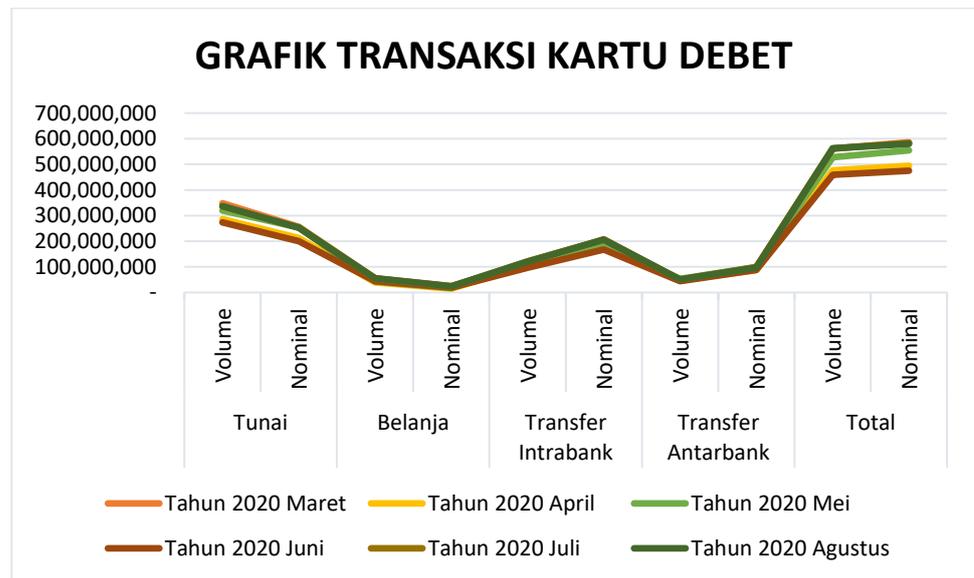
Dalam upaya untuk membantu program Gerakan Nasional Non Tunia (GNNT) seperti memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran non tunai dalam bertransaksi terdapat beberapa alternatif semacam cek, bilyet giro

(*paper based*), kartu kredit, kartu ATM atau debit, dan uang elektronik. Ditinjau dari data Bank Indonesia (BI) penggunaan kartu debit mengalami peningkatan yang fluktuatif dari bulan Maret sampai dengan Agustus 2020. Dibawah ini terdapat data transaksi kartu debit dan jumlah peredaran APMK dan infrastruktur APMK di Indonesia dari bulan Maret sampai dengan Agustus 2020:

**Grafik 1.1**

**Transaksi Kartu Debit di Indonesia**

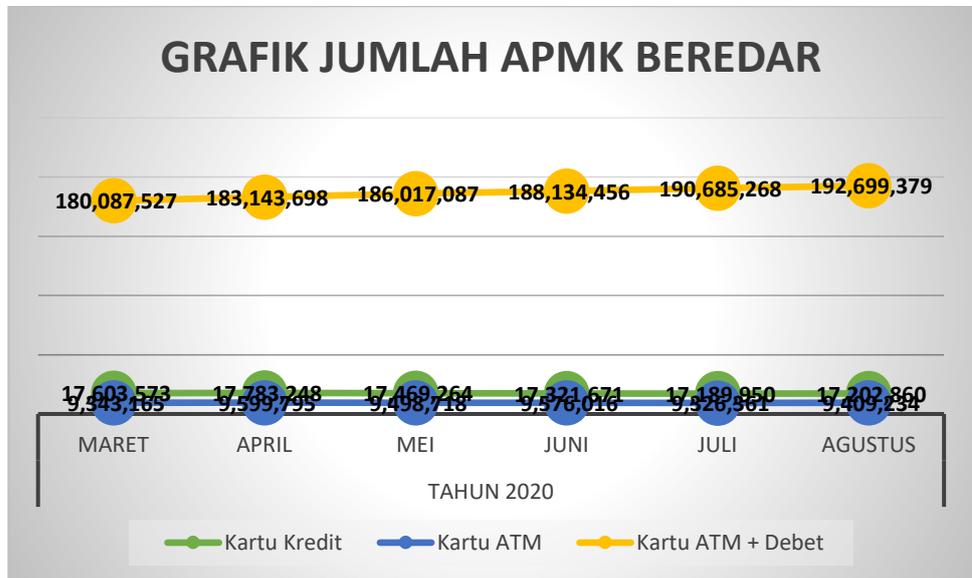
(Nominal dalam jutaan rupiah, Volume dalam satuan transaksi)



Sumber: Bank Indonesia

Grafik 1.2

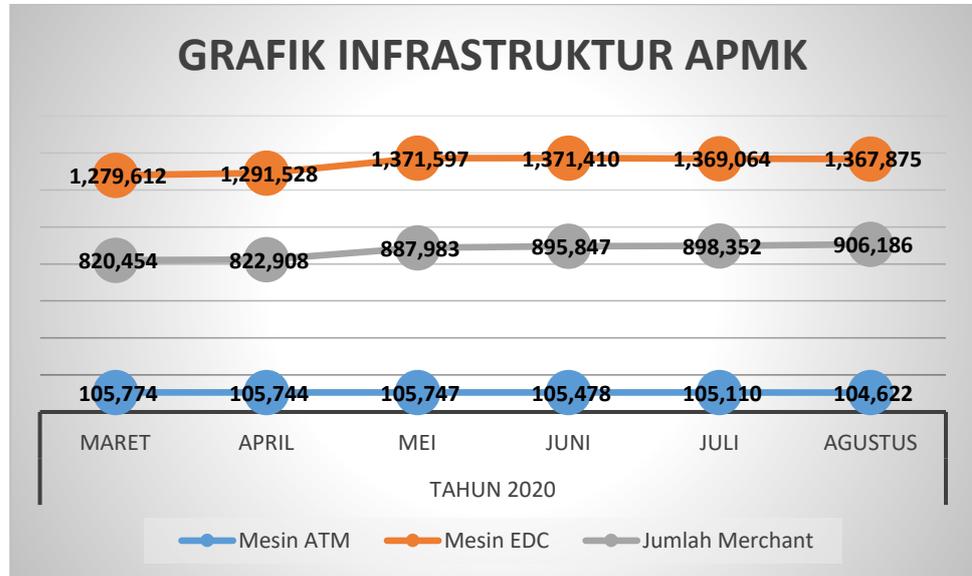
Jumlah APMK Beredar di Indonesia



Sumber: Bank Indonesia

**Grafik 1.3**

**Data Infrastruktur APMK di Indonesia**



Sumber: Bank Indonesia

Ditinjau dari grafik 1.1 dapat disimpulkan bahwa transaksi kartu debit di Indonesia pada bulan Maret-Agustus 2020 mengalami kenaikan fluktuatif (naik turun). Apabila transaksi kartu debit dilihat dari bulan April mengalami penurunan namun pada bulan Mei mengalami kenaikan. Pada grafik 1.2 yakni jumlah APMK beredar untuk kartu kredit dan kartu debit mengalami kenaikan fluktuatif. Kemudian untuk kartu ATM + Debet mengalami kenaikan dari bulan Maret-Agustus 2020. Sedangkan pada grafik 1.3 yaitu infrastruktur APMK di Indonesia yang berbentuk mesin ATM mengalami penurunan pada bulan Juni-Agustus 2020, meskipun mesin EDC mengalami kenaikan fluktuatif (naik turun).

Dari kesimpulan diatas diperkirakan bahwa masih rendahnya penggunaan uang elektronik yang berbasis aplikasi. Hal ini berbanding terbalik dengan uang elektronik yang bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat proses transaksi. Bahkan di era ini masyarakat lebih banyak menggunakan handphone untuk melakukan aktivitas sehari-hari, tetapi penggunaan uang elektronik yang terdapat pada handphone belum semuanya bisa menggunakannya. Karena masih rendahnya minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik, sedangkan kemampuan untuk menggunakan handphone sudah meningkat. Dari hal ini terdapat beberapa faktor yang dapat digunakan untuk melihat bagaimana minat masyarakat dalam menggunakan uang elektronik, yaitu: kemudahan, kepercayaan, motivasi, dan fitur layanan.

Dengan adanya sistem teknologi yang semakin maju, kini sektor perdagangan telah memanfaatkannya untuk memudahkan masyarakat dalam transaksi jual beli online maupun offline, *transfer mobile*, serta untuk membayar tagihan dari kartu kredit atau debit yang telah diciptakan oleh bank merupakan aktivitas yang paling efektif dalam mendukung kemajuan pada sektor perdagangan. Saat ini kemajuan teknologi telah mendorong suatu perubahan kebutuhan masyarakat sebagai alat pembayaran yang cepat, tepat, dan aman. Hal ini menyatakan bahwa perubahan pada alat pembayaran yang semakin maju dengan berubah bentuk dari logam, uang kertas konvensional, serta alat pembayaran yang telah mengalami perkembangan seperti data yang disediakan dalam sebuah tempat yang telah disebut dengan uang elektronik (Adiyanti, 2015).

Pesatnya kemajuan teknologi memberikan dampak bagi masyarakat yang sekarang sudah banyak yang menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran untuk belanja di mini market hingga untuk pembayaran transportasi umum. Saat ini kemajuan uang elektronik yang sedang berkembang di masyarakat yang berbasis *server* yaitu seperti Gopay milik Gojek, OVO milik Lippo Group, T-Cash milik telkomsel, dan lain sebagainya. Dari salah satu produk uang elektronik yang berbasis *server*, OVO adalah suatu produk yang memberikan penawaran paling menarik. OVO merupakan suatu aplikasi uang elektronik yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam bertransaksi serta memberikan kesempatan bagi para penggunanya untuk mengumpulkan poin yang lebih banyak di berbagai tempat, seperti pada penyedia layanan milik Lippo Group dan penyedia layanan yang telah bekerjasama dengan OVO.

Saat ini perusahaan *mobile payment* terbesar di Indonesia yakni Gopay yang dikelola dari aplikasi Gojek dan OVO yang terdapat pada bagian keuangan yang merupakan cabang dari Lippo Group. Saat ini lebih dari 10 juta pengguna layanan *mobile payment* OVO yang telah mendownload via *play store* maupun *app store*. Sedangkan pada layanan *mobile payment* Gopay yang di download melalui aplikasi Gojek terdapat 50 juta pengguna yang telah mendownload aplikasi tersebut. Kedua aplikasi tersebut terhitung cukup tinggi apabila ditinjau dari jumlah pengguna yang telah mendownload aplikasi via *play store* dan *app store*. Hal ini dilihat dari fasilitas yang terdapat pada kedua *mobile payment* yang telah memberikan kemudahan bagi para penggunanya dan mempunyai pelayanan yang baik. Pada aplikasi Gojek, konsumen dapat melakukan segala

bentuk kegiatan dari mulai memesan transportasi hingga memesan makanan dengan sistem pembayaran yang telah disediakan oleh Gojek yakni Gopay maupun *cash*. Pada aplikasi Gojek juga terdapat beberapa promo-promo menarik dan perluasan *merchant* yang pastinya akan memberikan kemudahan bagi para penggunanya.



Sumber: OVO, 2020

### **GAMBAR 1.1.**

*Logo Mobile Payment OVO*

OVO merupakan suatu aplikasi mobile payment yang menyediakan layanan pembayaran serta transaksi melalui online. OVO juga memberikan kesempatan bagi para penggunanya untuk mengumpulkan poin sebanyak-banyaknya yang disebut dengan *OVO Point*. *OVO Points* yaitu *loyalty rewards* atau suatu profit yang nantinya dapat ditukarkan dengan berbagai promo-promo menarik yang telah disediakan oleh OVO. Sedangkan *OVO Cash* merupakan sebuah aplikasi yang bernama OVO yang di dalamnya terdapat uang dalam bentuk elektronik yang nantinya dapat digunakan dalam kegiatan transaksi

seperti *top up* (isi ulang), pengecekan saldo, serta untuk transaksi di berbagai *merchant* rekanan.

Langkah utama untuk menggunakan layanan aplikasi OVO yaitu pengguna harus mendownload aplikasi OVO melalui *Play Store* atau *App Store*, lalu mendaftar dengan mengikuti prosedur yang terdapat dalam aplikasi. Kemudian pengguna harus melakukan *top up* (pengisian saldo) via transfer ATM bersama ataupun prima serta di berbagai *merchant* OVO. Lalu untuk melakukan isi ulang saldo OVO *Cash* atau *top up* juga dapat dilakukan via ATM bersama ataupun prima serta di berbagai *merchant* OVO seperti Hypermart, Matahari Dep Store, Cinemaxx, Bolt, Steak 21, Maxx Coffee, dan lain sebagainya dengan memenuhi syarat dan ketentuan yang ada.

Sesudah bergabung dengan layanan aplikasi OVO pengguna dapat menikmati berbagai fasilitas-fasilitas yang tersedia serta berbagai penawaran menarik yang telah disediakan oleh OVO dengan cara mengumpulkan OVO *Poins* sebanyak-banyaknya. Dalam layanan aplikasi OVO ini terdapat 2 jenis yang berbeda yaitu OVO Club dengan OVO Premier. Perbedaannya tertetap pada jumlah maksimum penyimpanan layanan cash. OVO Premier dapat menyimpan OVO Cash sampai dengan Rp 10.000.000, sedangkan pada OVO Club hanya dapat menyimpan OVO Cash hingga Rp 2.000.000 saja.

Dalam Agama Islam kemajuan teknologi tidak dilarang, asalkan tidak bertentangan dengan Al-Qur'an. Di dalam Al-Qur'an terdapat penjelasan bahwa manusia merupakan khalifah di muka bumi ini dan Allah menciptakan

alam dan seisinya untuk dimanfaatkan oleh makhluk-Nya sebaik mungkin.

Firman Allah SWT:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ وَهُوَ

بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya:

“Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu”. (Al-Baqarah 2:29).

Dalam ayat lain Allah berfirman:

اللَّهُ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ

رِزْقًا لَّكُمْ وَسَخَّرَ لَكُمْ الْفُلْكَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ وَسَخَّرَ لَكُمْ الْأَنْهَارَ

Artinya:

“Allah-lah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air hujan dari langit, kemudian Dia mengeluarkan dengan air hujan itu berbagai buah-buahan menjadi rezeki untukmu; dan Dia telah menundukkan bahtera bagimu supaya bahtera itu, berlayar di lautan dengan kehendak-Nya, dan Dia telah menundukkan (pula) bagimu sungai-sungai”. (Ibrahim 14:32).

Kaum milenial merupakan pengguna pertama yang menggunakan layanan dompet digital seperti OVO, Gopay, DANA, LinkAja, dan lain sebagainya. Sedangkan 40% pengguna layanan dompet digital yang lain yaitu

untuk pembayaran jasa transportasi online. Pengguna layanan dompet digital memang identik dengan kaum milenial yang lebih menyukai dengan sesuatu yang serba cepat, praktis, dan efisien. Bahkan selain memudahkan dalam proses transaksi layanan dompet digital ini juga memberikan beberapa keuntungan bagi para penggunanya, seperti memberikan promo-promo menarik, *cashback*, dan lain sebagainya. Hal ini akan membuat para kaum milenial lebih tertarik dengan menggunakan uang elektronik untuk kegiatan bertransaksi. Dengan adanya layanan dompet digital membuat masyarakat terutama bagi para kaum milenial semakin mudah melakukan aktivitas sehari-hari seperti bayar gojek online, memesan makanan, sampai belanja dengan sistem online (Surya, 2020).

Kini transaksi menggunakan layanan dompet digital OVO terus mengalami kenaikan di beberapa Universitas di Indonesia. Salah satu Universitas yang bekerjasama dengan layanan dompet digital OVO yaitu Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), Universitas Sebelas Maret (UNS) Surakarta, Universitas Surabaya (UBAYA), dan Universitas Katolik (UNIKA) Widya Mandala di Surabaya, dan lain sebagainya. Dengan adanya kondisi ini tentunya memberikan kemudahan bagi mahasiswa sebagai kaum milenial untuk membayar serta dapat meningkatkan *image* kampus yang menggunakan layanan pembayaran dengan sistem digital. Disisi lain dengan menggunakan layanan ini keuntungan yang diperoleh oleh mahasiswa yaitu seperti adanya promo, *cashback*, dan lain sebagainya untuk membayar Uang Kuliah Tunggal (UKT), akan tetapi pihak kampus tetap mendapatkan pembayaran penuh. Hal ini menyatakan bahwa kaum milenial merupakan pasar yang sangat penting

bagi layanan dompet digital OVO. Dengan masuknya layanan ini di berbagai Universitas di Indonesia yang merupakan tempat beraktivitas bagi para mahasiswa, secara langsung OVO dapat mendorong transaksi non tunai (Miftahul Jannah, 2020).

Berbelanja atau bertransaksi tidak menggunakan uang tunai merupakan hal yang biasa dilakukan oleh para kaum milenial. Hal ini karena mereka yang sudah menguasai dalam menggunakan teknologi. Kaum milenial yang pernah menggunakan layanan dompet digital OVO menyatakan bahwa bertransaksi menggunakan dompet digital OVO lebih efektif dan efisien daripada menggunakan uang *cash* karena selain menghemat waktu juga bisa membayar dengan uang pas tanpa kembalian. Di samping itu, terdapat kendala dan rasa khawatir oleh kaum milenial yang menggunakan layanan dompet digital OVO seperti top up tidak masuk, saldo berkurang tanpa melakukan kegiatan transaksi, penyalahgunaan identitas, penipuan, dan lain sebagainya. Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini juga tidak langsung membuat semua masyarakat beralih menggunakan layanan dompet digital OVO. Ada orang yang lebih memilih bertransaksi menggunakan uang tunai dibandingkan dengan uang elektronik. Hal ini disebabkan oleh kurangnya sosialisasi mengenai penggunaan layanan dompet digital OVO.

Meningkatnya penggunaan layanan aplikasi OVO telah memajukan banyak riset yang meneliti tentang kejadian tersebut. Banyak juga penelaah yang tertarik untuk meneliti tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan penggunaan layanan aplikasi OVO. Salah satunya yaitu penelitian yang

dilakukan oleh (Atriani dkk., 2020) menyatakan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan dompet digital OVO. Hal ini berarti bahwa apabila persepsi kemudahan dan kemudahan penggunaan semakin tinggi, maka minat dalam menggunakan layanan dompet digital OVO juga akan meningkat. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Karim, 2017) yang mengungkapkan bahwa “*m-payment experience*” tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan dompet digital. Namun pada kenyataannya penggunaan layanan OVO *Cash* dalam melakukan kegiatan transaksi melalui dompet digital dapat memudahkan masyarakat dalam proses transaksi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis akan membahas tentang permasalahan tersebut dengan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Motivasi, dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan Layanan Dompet Digital OVO (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Layanan Dompet Digital OVO).”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan dompet digital OVO pada mahasiswa pengguna layanan dompet digital OVO?

2. Apakah variabel persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan dompet digital OVO pada mahasiswa pengguna layanan dompet digital OVO?
3. Apakah variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan dompet digital OVO pada mahasiswa pengguna layanan dompet digital OVO?
4. Apakah variabel fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan dompet digital OVO pada mahasiswa pengguna layanan dompet digital OVO?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan layanan dompet digital OVO pada mahasiswa pengguna layanan dompet digital OVO.
2. Untuk memahami pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan dompet digital OVO pada mahasiswa pengguna layanan dompet digital OVO.
3. Untuk memahami pengaruh motivasi terhadap minat menggunakan layanan dompet digital OVO pada mahasiswa pengguna layanan dompet digital OVO.

4. Untuk memahami pengaruh fitur layanan terhadap minat menggunakan layanan dompet digital OVO pada mahasiswa pengguna layanan dompet digital OVO.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan manfaat, serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan dompet digital OVO oleh mahasiswa. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan untuk meningkatkan kinerja perusahaan pencetak layanan mobile payment.