

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada revolusi industri 4.0 ini sudah hampir menyeluruh pada seluruh sektor industri. Lahirnya inovasi-inovasi terbaru berbasis teknologi semakin tak terbendung, tak terkecuali dalam bidang keuangan atau yang biasa disebut financial technology (fintech). Geliat sektor fintech di Indonesia telah merambah ke berbagai sektor, seperti startup pembayaran, peminjaman (lending), perencanaan keuangan (personal finance), investasi ritel, pembiayaan (crowdfunding), uang elektronik, dan lain-lain. Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) mengungkapkan, “*transaksi fintech dalam sub-sektor pinjam-meminjam di Indonesia pada 2017 mencapai 202,77 triliun dollar AS, meningkat 24,6 persen dari tahun sebelumnya*” (kompas.com, ekonomi, 2018).

Dalam inovasi yang dimunculkan, perkembangan sistem pembayaran dan pembiayaan bermula dari sistem yang ditawarkan perbankan. Mulai dari mobile banking, e-money, e-wallet maupun sistem serupa lainnya. Semua itu dilakukan demi kemudahan konsumen dalam bertransaksi. Pembayaran listrik, telepon rumah, cicilan rumah, cicilan kendaraan, pendidikan, kesehatan dan lainnya adalah sebagian dari banyaknya pilihan pada mobile banking, e-money, e-wallet dan sebagainya. Para konsumen juga dapat membayar tagihan lebih mudah melalui website atau mobile phone, di mana konsumen bisa mengonfirmasi pembayaran tagihannya melalui sistem penerimaan pembayaran atau *payment acceptance*

system (kompas.com, ekonomi, 2018). Dari semua itu, kemudian bermunculan berbagai aplikasi yang turut memberikan kemudahan selain dari sistem perbankan. Go-Pay, OVO, DANA, LinkAja, Jenius merupakan sebagian aplikasi sistem pembayaran dan pembiayaan yang saat ini ramai diperdebatkan oleh para penikmat teknologi.

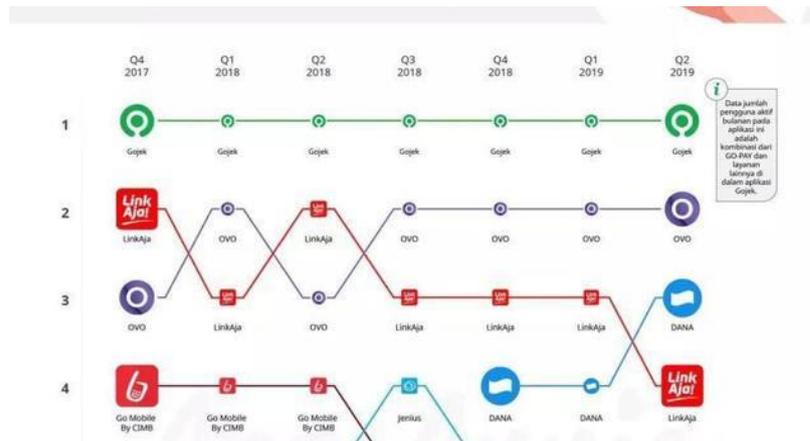
Tabel 1.1 Bentuk Dasar Fintech

Proses Bisnis	Bentuk Interaksi
Pembayaran (digital wallets, P2P payments)	C2C
Investasi (equity crowdfunding, P2P lending)	
Pembiayaan (crowdfunding, micro-loans, credit facilities)	B2C
Asuransi (risk management)	
Lintas-proses (big data analysis, predictive modeling)	B2B
Infrastruktur (security)	

Bentuk dasar fintech sendiri terbagi atas tiga bentuk interaksi, diantaranya C2C meliputi pembayaran dan investasi, B2C atas pembiayaan dan asuransi, dan B2B atas lintas proses dan infrastruktur. Aplikasi-aplikasi diatas merupakan sebagian kecil dari bagian pembayaran (*digital wallets*). Sejak awal kemunculannya dua tahun silam, OVO memang memperkenalkan diri dengan bernaung di bawah merchant serta unit yang masih berhubungan dengan anak usaha pimpinan James Riady. "Kami buka peluang kepada siapa saja bisa masuk platform ini. Jadi, kami bekerja sama dengan seluruh produsen, tanpa memandang itu dari grup manapun atau tanpa memandang itu kepunyaan siapapun," kata CEO OVO Adrian Suherman

saat berbincang dengan Kompas.com dikantornya, pekan lalu. Menduduki posisi kedua fintech yang paling diminati bukan tidak mungkin OVO semudah itu dapat menempati posisi tersebut. Berdasarkan data Bank Indonesia, sampai Agustus 2018 tercatat bahwa transaksi uang elektronik melonjak lebih dari 300%. Adapun volume transaksi uang elektronik sampai periode tersebut berjumlah 297,4 juta transaksi; naik 375% secara *year on year* dari periode yang sama tahun 2017, yang hanya mencapai 62 juta transaksi. Perkembangan uang elektronik memang terbilang tinggi. Faktor pemicunya antara lain permintaan yang tinggi dari masyarakat, ditambah regulator yang terus menggaungkan *less-cash society*.

Beberapa perusahaan pun mengajukan diri sebagai penerbit uang elektronik kepada Bank Indonesia. Salah satu yang tercatat adalah OVO—layanan *financial technology*, yang dibuka secara luas pada 25 September 2017 sebagai sebuah aplikasi pintar yang menawarkan fitur pembayaran, *loyalty points*, dan layanan keuangan. Sampai saat ini, OVO sendiri sudah memiliki 60 juta *user base*, menggandeng 350.000 *merchant*, 400 mal, dan ritel modern di 212 kota. “Bisa dibilang perkembangan OVO selama satu tahun ini terbilang cepat. Salah satu yang menjadi kunci adalah konsep yang kami usung, yakni *open platform*. Konsep ini memungkinkan kami untuk melakukan kerja sama dengan berbagai partner yang sudah memiliki ekosistem di dalamnya. Tentu sebagai salah satu pemain, kami sangat mendukung adanya kolaborasi dengan berbagai pihak,” kata Adrian Suherman, Presiden Direktur OVO.



(sumber : iprice group)

Gambar 1.1 Pergerakan Posisi Fintech

Pada gambar diatas, terlihat pergerakan Platform OVO ini bersaing ketat dengan Gojek. Diawal kemunculannya di tahun 2017, OVO masih menduduki dibawah LinkAja, Platform dari Telkomsel yang pada akhirnya terambil posisinya pada awal dan pertengahan tahun 2018. Dengan usung yang dibawakan, bukan tidak mungkin ini yang menyebabkan pergerakannya menjadi sangat pesat.

“Pada tahap awal, fokus kami adalah membangun ekosistem dengan melakukan kerja sama sebanyak mungkin. Sementara untuk jangka panjang, kami menargetkan bisa menjadi dompet digital bagi semua orang. Untuk itu, segmen market yang kami bidik pun sangat luas, siapa saja,” papar Adrian. “Konsep *open platform* pun mendukung hal itu, di mana layanan *financial technology* membutuhkan ekosistem yang terbuka, bahkan saling mendukung satu sama lainnya agar bisa berkembang bersama.” (Sumber : marketing.co.id). Sejak awal kemunculannya, aplikasi satu ini memang menjadi banyak perbincangan oleh khalayak publik. Bagaimana dalam pemasaran aplikasi tersebut, yaitu *open platform* mungkin juga mempercepat

memikat banyak konsumen untuk menggunakan aplikasi rancangan mereka, terutama dikalangan mahasiswa atau pelajar.

Saat ini, mahasiswa sangat mudah terpengaruh akan adanya fitur yang menawarkan berbagai keuntungan. Mulai dari cashback sampai 70%, buy 1 get 1, dan lainnya. Dengan kata lain, apa yang seharusnya tidak dibeli, karena penawaran keuntungan itu pasti akan dibeli. Mulai dari sini, pola konsumsi mahasiswa pasti akan berubah secara terus menerus, seiring dengan banyaknya penawaran yang diberikan. Kesan yang sering kita dengar tentang mahasiswa juga serba murah, banyak, discount dan masih banyak lagi. Maka tidak dipungkiri lagi jika pola konsumsi mahasiswa juga akan berpengaruh langsung dengan tata kelola keuangan mereka sehari-hari. Tidak hanya tata kelola keuangan mahasiswa saja, pastinya perkembangan aplikasi pembayaran ini juga akan terus melambung seiring berjalannya waktu, dan mulai menggantikan sistem pembayaran maupun pembiayaan lainnya, apalagi perbankan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen kemudahan, keamanan dan manfaat berpengaruh terhadap tingkat penggunaan OVO dalam kalangan mahasiswa. Dari penelitian terdahulu, penelitian ini diharapkan untuk memperjelas apakah variabel-variabel independent tersebut berpengaruh terhadap tingkat penggunaan OVO pada kalangan mahasiswa. Keistimewaan penelitian ini digunakannya atau responden yang diambil dari kalangan mahasiswa pada Angkatan 2017-2018, dimana angkatan tersebut mulai diperkenalkannya pembayaran online dengan basis mobile.

Dalam penelitian **“Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo”** oleh Nurits Nadia pada tahun 2018, hasil penelitian menunjukkan pengaruh antara persepsi mahasiswa mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan aplikasi ovo sebesar 15,8% dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel persepsi mahasiswa mengenai uang elektronik terhadap minat menggunakan aplikasi ovo. Minat menggunakan aplikasi ovo dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan inovasi teknologi.

Dan penelitian Dinar Dhea Safitri dan Nur Diana (2020) mengenai **“Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Pengguna Pada Minat Penggunaan Dompas Elektronik (OVO) Dalam Transaksi Keuangan”**, dengan hasil penelitian bahwa variabel persepsi kemudahan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat menggunakan OVO (Y).

Berdasarkan uraian diatas mengenai penelitian salah satu aplikasi financial technology (fintech), maka penelitian ini secara garis besar membahas : **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan dan Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan Mobile Payment OVO”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan mobile payment OVO ?
2. Apakah variabel persepsi keamanan berpengaruh terhadap penggunaan mobile payment OVO ?
3. Apakah variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan mobile payment OVO ?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan mobile payment OVO
2. Untuk mengetahui variabel persepsi keamanan berpengaruh terhadap penggunaan mobile payment OVO
3. Untuk mengetahui variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan mobile payment OVO

D. Manfaat

Manfaat dari penelitian ini mengetahui apakah persepsi-persepsi diatas mempengaruhi mahasiswa dalam penggunaan mobile payment OVO.

E. Batasan Penelitian

1. Objek dari penelitian ini berasal dari Mahasiswa-Mahasiswi aktif Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2. Minimal target penelitian berjumlah 125 responden, dimana responden pernah menggunakan atau sedang menggunakan aplikasi OVO