

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Seiring dengan kemajuan teknologi, kehidupan masyarakat kini berjalan dengan sangat cepat, efektif, dan efisien. Di dunia usaha penggunaan teknologi khususnya internet pun sudah lazim dilakukan sehingga transaksi menjadi lebih cepat dan mudah. Begitupun dalam hal sistem pembayaran pada dunia perbankan. Gaya hidup modern seperti itu mendorong munculnya sistem pembayaran non-tunai salah satu metode pembayaran non tunai dengan menggunakan aplikasi OVO. Aplikasi ini dapat di unduh dan diakses di smartphone. OVO merupakan aplikasi yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara *online* (OVO cash) selain layanan pembayaran digital yang dihadirkan sebagai bisnis inti OVO, OVO juga sudah masuk ke layanan finansial, tepatnya pinjaman, investasi dan asuransi. Penggunaan OVO sebagai alat pembayaran non tunai OVO menjadi startup technology financial (*Fintech*) paling banyak digunakan ditahun 2021 kemarin, dalam *survei Fintech Report 2021: The Convergence of (Digital) Financial Service*, persentase jumlah penggunaan OVO yaitu 58,9%, mengalahkan Gopay (58,4%) dan ShopeePay (56,4%). Berikut rinciannya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.1**  
**Presentase fintech paling banyak digunakan ditahun 2021**

No	Fintech	Presentase
1	OVO	58.9%
2	GOPAY	58.4%
3	SHOPEEPAY	56.4%
4	DANA	55.7%
5	LINKAJA	18.4%
6	PAYTREN	3.0%
7	I.SAKU	2.9%
8	SAKUKU	2.1%
9	DOKU	1.6%
10	UANGKU	1.4%

*Keterangan : Fintech Report 2021: The Convergence of (Digital) Financial Service*

*Sumber : dailysocial.id*

Dailysocial mencatat, jumlah pengguna baru OVO meningkat 276% saat awal pandemi corona. Jumlah pedagang yang bergabung juga naik lebih dari 70% pada 2020. (Intan, R. D. 2020.)

Keuntungan dalam menggunakan *E-Money* sendiri sangat banyak mulai dari lebih efisien secara waktu, banyaknya promo yang ditawarkan, tidak perlu datang ke bank dan aman. Masyarakat Indonesia sudah semakin terbiasa dengan transaksi digital dan non-tunai, di mana transformasi perilaku ini sebagian besar dipicu oleh adanya pandemi COVID-19 dan juga dalam penggunaan uang kertas sangat berbahaya karena virus tersebut dapat menempel pada permukaan uang kertas tersebut. Oleh karena itu masyarakat menjadikan *E-money* sebagai alat alternatif untuk bertransaksi secara aman dan nyaman demi kebutuhan sehari-harinya. Tercatat di Kota Malang pada bulan maret 2020 mengalami peningkatan transaksi dari 45% menjadi 70%, hal ini membuktikan transaksi non tunai mulai banyak diminati oleh di Malang. (Vicky, F. 2020.)

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. (jogiyanto, 2019). Kemudahan penggunaan suatu sistem dinilai mudah dari mudahnya suatu teknologi itu dioperasikan dan tidak membutuhkan usaha lebih untuk menggunakan teknologi tersebut. OVO memiliki berbagai fitur yang mudah untuk dipelajari karena terdapat video tutorial penggunaan aplikasi OVO yang akan memudahkan pengguna. Salah satu fitur yang dimiliki OVO yang memudahkan transaksi pengguna yaitu membayar atau mentransfer saldo dengan menggunakan scan QR kode yang membuat transaksi lebih mudah dan cepat. (Robaniyah et al., 2021)

Kepercayaan konsumen menurut Mowen dan Minor (2013:201) adalah Kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Menurut *Head of Corporate communication* OVO yaitu Harumi supit, tingginya penggunaan layanan menunjukkan besarnya kepercayaan

masyarakat. “Kepercayaan merupakan peluang besar untuk mewujudkan misi OVO dalam mendukung upaya pemerintah mendorong literasi dan inklusi keuangan di Indonesia,” kata Harumi Supit dalam keterangan pers. OVO memandang pembayaran digital selaku pintu gerbang akses ekosistem layanan keuangan yang lebih luas. OVO memiliki filosofi yaitu ekosistem terbuka, yang berarti terbuka untuk bekerja sama dengan berbagai pihak. Hal tersebut memungkinkan OVO meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan keuangan yang nyaman, aman dan terjangkau, antara lain melalui inovasi produk layanan keuangan seperti asuransi, investasi, maupun pinjaman. (Tangga & Tanihatu, 2021)

Walau dalam penggunaan uang elektronik (*E-money*) lebih efisien dan praktis tetapi masih ada beberapa kendala pada layanan ini diantaranya aplikasi tidak bisa digunakan atau diakses. Selain itu masih sering terjadi saldo *E-money* tidak bisa bertambah walaupun sudah top up. Selain itu, *E-money* kadang tidak terdeteksi dan saldo berkurang padahal tidak digunakan, kendala lainnya adalah top up gagal, kendala jaringan, belum diterima dibanyak layanan, gagal upgrade ke premium, transaksi ditolak, cashback tidak diterima. Kendala lain yang juga dikeluhkan pengguna biaya admin, aplikasi lambat, paylater bermasalah dan sulit scan QR Code.

*E-Money* juga rawan akan kejahatan cyber seperti pembajakan akun email, rekening dan data pribadi, tidak sedikit orang yang mengalami data pribadi mereka disalah gunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk kepentingan pribadi mereka. Jika keamanan tidak di tingkatkan dalam jangka panjang maka konsumen akan kehilangan kepercayaan dan development kehilangan pengguna sehingga pembentukan password ID menjadi solusi sebagai akses penggunaan OVO untuk meningkatkan keamanan transaksi pada konsumen. (Tangga & Tanihatu, 2021)

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti ingin membahas permasalahan tersebut dengan judul: “Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (*E-money*) Aplikasi OVO Di

kalangan Mahasiswa ( Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang ).

## **B. Rumusan Masalah**

Bedasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan uang elektronik ( *E-money* ) ?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan konsumen terhadap penggunaan uang elektronik ( *E-money* ) ?
3. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan dan kepercayaan konsumen secara simultan terhadap penggunaan uang elektronik ( *E-money* )

## **C. Pembatasan Masalah**

Agar permasalahan yang dibahas dapat tercapai, serta pembahasan lebih jelas dan terarah maka batasan masalah yaitu hanya menganalisis bagaimana pengaruh persepsi kemudahan terkait fungsi fitur yang ada pada OVO dan kepercayaan tentang keamanan dan pelayanan yang diberikan OVO terhadap penggunaan OVO pada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

## **D. Tujuan Penelitian**

Bedasarkan uraian diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan konsumen terhadap penggunaan *E-money*
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap penggunaan *E-money*
3. Untuk menguji dan menganalisis secara simultan pengaruh dari persepsi kemudahan dan kepercayaan konsumen terhadap penggunaan *E-money*

## **E. Manfaat penelitian**

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

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti sebagai penambah literatur terkait pengaruh persepsi kemudahan dan kepercayaan konsumen terhadap penggunaan *E-money* dan juga diharapkan peneliti dapat menganalisis variabel- variabel yang mempengaruhi penggunaan Financial technology pada aplikasi OVO

### **2. Manfaat Praktis**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan sebagai wadah evaluasi dan masukan dari pengguna OVO terhadap penyedia jasa layanan OVO untuk mengambil kebijakan peningkatan kemudahan dan keamanan agar kepercayaan konsumen tetap terjaga serta sebagai bahan informasi penggunaan OVO terutama bagi mahasiswa agar lebih paham dan bijak dalam menggunakan aplikasi OVO sebagai alat pembayaran alternatif.

