

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, daya beli masyarakat terus meningkat. Salah satu penyebabnya adalah sifat konsumtif manusia. Untuk itu, bank selaku pihak yang memfasilitasi transaksi jual beli masyarakat dituntut untuk melakukan inovasi agar proses transaksi nasabah semakin mudah (Napitupulu, 2020). Indonesia adalah salah satu negara dengan pertumbuhan penetrasi internet yang pesat. Dalam satu tahun terakhir ini penetrasi internet Indonesia bertumbuh sebesar 9,2% dengan peningkatan pengguna sosial media sebesar 9,8% (Ramadhan, 2020). Pada tahun 2020 Indonesia berada pada peringkat ketiga sebagai negara dengan pertumbuhan internet tertinggi di dunia seperti yang terlihat pada Table 1.1: **JAN 2020 INTERNET GROWTH RANGKING : ABSOLUTE CHANGE**

Table 1.1 **Ranking Pertumbuhan Internet di Dunia Tahun 2020**

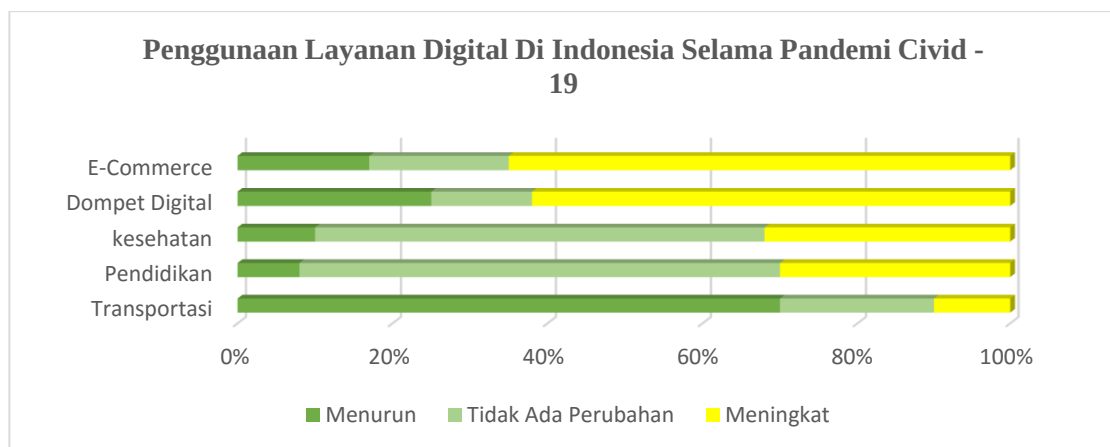
Sumber : Wearesocial, 2020

#	LARGEST ABSOLUTE GROWTH	USERS	%	#	LARGEST ABSOLUTE GROWTH	USERS	%
1	INDIA	+127,610,000	+23%	11	IRAN	+5,676,469	+11%
2	CHINA	+25,490,000	+3.1%	12	SAUDI ARABIA	+4,321,382	+15%
3	INDONESIA	+25,365,368	+17%	13	KENYA	+3,162,574	+16%
4	PAKISTAN	+11,251,089	+17%	14	MOROCCO	+2,927,836	+13%
5	IRAQ	+10,637,541	+55%	15	TURKEY	+2,718,086	+4.6%
6	EGYPT	+9,803,630	+22%	16	ALGERIA	+2,372,381	+12%
7	DEM.REP.OF THE CONGO	+8,988,740	+122%	17	NIGERIA	+2,155,629	+2.6%
8	BRAZIL	+8,516,438	+6.0%	18	SPAIN	+2,013,677	+5.0%
9	VIETNAM	+6,169,040	+10%	19	U.S.A	+1,816,314	+0.6%
10	BANGLADESH	+5,765,248	+9.5%	20	UKRAINE	+1,476,697	+5.7%

Masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi keuangan umumnya menggunakan uang kertas dan uang logam sebagai alat tukar yang resmi. Namun di era digital saat sekarang ini telah merubah sistem bertransaksi masyarakat dari yang dulunya *offline*

menjadi *online* (Widiyanti, 2020). Transaksi atau pembayaran *online* juga disebut dengan sistem pembayaran non tunai atau *non cash*. Contoh pembayaran non tunai dapat dilakukan dengan berupa uang elektronik atau *e-money*. Sistem transaksi dengan menggunakan *e-money* dikenal dengan istilah pembayaran elektronik atau *e-payment*. Hingga saat ini transaksi *e-payment* dilakukan dengan menggunakan dua cara. Pertama dengan menggunakan kartu fisik yang memiliki chip elektronik atau *chip-based*. Dan yang saat ini mulai dikembangkan yaitu *e-payment* berbasis server (*server based*) atau dikenal dengan istilah dompet elektronik atau *e-wallet* (Saqib, 2019). Namun pada tahun 2021 ini, dunia dihadapkan dengan kondisi yang tidak terduga yaitu mewabahnya virus corona.

Berdasarkan data dari Redseer (2020) penggunaan sejumlah layanan digital di Indonesia mengalami peningkatan selama masa pandemi Covid-19 ini. Diposisi pertama diduduki oleh *e-commerce* dan posisi kedua ditempati oleh dompet digital yang mengalami kenaikan sebesar 65%. Hal ini membuktikan bahwa dompet digital semakin menjadi pilihan bagi masyarakat Indonesia dalam bertransaksi seperti yang dapat dilihat pada gambar 1.2 :



Gambar 1.1 Penggunaan Layanan Digital di Indonesia selama Pandemi Covid-19 Tahun 2020

Sumber : RedSeer, 2020

Bank Indonesia selaku bank sentral telah mengeluarkan kebijakan terkait metode

pembayaran menggunakan *e-money* yang diatur dalam peraturan Bank Indonesia No. 16/08/PBI/2014. Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik atau *electronic money* terdapat pada Pasal 1 Ayat 3, “Uang elektronik (*elektronik money*) adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit”. Nilai uang secara elektronik melalui media *server* yang digunakan sebagai alat pembayaran kepada penjual. Uang elektronik dikelola oleh penerbit, bukan simpanan yang sudah ditentukan dalam peraturan undang-undang yang mengatur mengenai perbankan (Nurjanah, 2020).

Semenjak pandemi Covid-19 ini meluas mengharuskan setiap individu untuk mengurangi kontak fisik dengan orang lain. Hal ini membuat penggunaan metode pembayaran *cashless* atau non tunai semakin dibutuhkan dan digemari oleh masyarakat. Fenomena tersebut tentu berdampak kepada perkembangan aplikasi *e-wallet* OVO. Dibuktikan dengan terpilihnya OVO sebagai alat pembayaran belanja *online* terbesar pada Agustus 2021.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang dilakukan peneliti kepada 1000 responden. Didapatkan hasil bahwa OVO berada di peringkat pertama sebagai platform pembayaran digital yang paling responden kenal dengan perolehan persentase sebesar 96%, disusul oleh GoPay dengan raihan 95%.. Hal ini menunjukkan ada tingginya minat menggunakan *e – wallet* yang dilakukan oleh responden survei. Sebelumnya pada tahun lalu di tulis ole sebuah artikel bulan juli 2021 *e-wallet* gopay menduduki posisi pertama unutm *e- wallet* yang paling banyak di gunakan. “ Berdasarkan survei yang dilakukan lembaga riset telematika Sharing Vision pada akhir 2020 lalu, GoPay ternyata menempati peringkat pertama layanan dompet digital yang paling banyak dipakai di Indonesia. Tak tanggung-tanggung, GoPay dipilih 81 persen responden yang mengikuti survei” .Dengan naiknya OVO menjadi no 1 pada bulan agustus 2021 berarti besar minat konsumen untuk menggunakan Kembali *e-wallet* OVO.

Selama masa pandemi Covid-19 ini sebanyak 57,8% responden survei mengalami

peningkatan intensitas dalam menggunakan aplikasi *e-wallet*. Alasan terbesar responden menggunakan aplikasi *e-wallet* antara lain karena *cashless*, mudah dan praktis digunakan, banyaknya promosi dan *cashback* yang ditawarkan serta bisa digunakan kapan dan dimana saja. 90% responden merasa puas dengan aplikasi *e-wallet* yang mereka gunakan.

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan pra-survey terkait dengan minat penggunaan E-Wallet OVO di Kota Bandar Lampung. Pra-survey yang dilakukan ke 30 orang secara acak melalui google form hasilnya menyatakan bahwa terdapat 23 orang yang pernah menggunakan E-Wallet OVO dan 7 orang belum pernah menggunakan. 6 orang pernah menggunakan E-Wallet OVO 1 kali, 10 orang pernah menggunakan 2 kali, 7 orang pernah menggunakan 3 kali atau lebih. Berdasarkan jawaban pra-survey terdapat beberapa faktor yang mendorong pelanggan untuk menggunakan E-Wallet OVO, yaitu Kemudahan penggunaan dan Manfaat penggunaan. Maka, kedua faktor tersebut dijadikan sebagai variabel penelitian yang didukung oleh penelitian sebelumnya.

Sahut (2008); Purba dkk. (2020) mengatakan bahwa syarat *e-wallet* dapat menggantikan penggunaan uang *cash* antara lain dapat memfasilitasi transaksi tanpa membawa uang tunai yang berat dan tebal, mengurangi resiko kehilangan, mempersingkat waktu pembayaran dan meningkatkan keamanan. Untuk beralih dari pembayaran tunai ke pembayaran non tunai seperti *e-wallet* harus diawali oleh niat dari pengguna. Niat menggunakan ini akan muncul jika calon pengguna melihat adanya manfaat atau *usefulness* yang akan didapatkan dari penggunaan *e-wallet* tersebut. Venkantesh, Morris & Davis (2003); Widiyanti (2020) berpendapat bahwa seseorang akan merasakan manfaat dari penggunaan sebuah sistem jika sistem tersebut membantu kinerja mereka dan memberikan keuntungan yang lebih dari pilihan lain yang ada. Revels, Tojib & Tsarenko (2010); Napitupulu (2020) berpendapat bahwa persepsi manfaat adalah hal dasar dari inovasi yang berhubungan dengan nilai utilitarian yang diberikan oleh teknologi seluler kepada para pelanggannya. Persepsi manfaat adalah

sejauh mana konsumen percaya bahwa teknologi tertentu akan memfasilitasi sebuah transaksi (Davis, 1989; Kumar et.al, 2018). Jogiyanto (2008) berpendapat bahwa persepsi manfaat diartikan bahwa sejauh mana teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerja. Dalam hal ini diartikan sebagai sejauh mana dompet elektronik atau *e-wallet* dapat memberikan manfaat bagi penggunanya dalam rangka meningkatkan produktivitas. Purba, Samsir dan Arifin (2020) berpendapat bahwa persepsi manfaat adalah tingkatan kepercayaan pengguna bahwa teknologi atau sistem tertentu dapat meningkatkan performa mereka dalam bekerja.

Menurut (Kotler dalam Wibowo 2015) minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan memiliki produk tersebut. Menurut (Winkel dalam Sulistyio S. U dan Berlianingsih K. 2017) Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan subyek yang menetap, untuk tertarik pada bidang studi atau pokok bahasan tertentu dan merasa senang mempelajari materi itu.

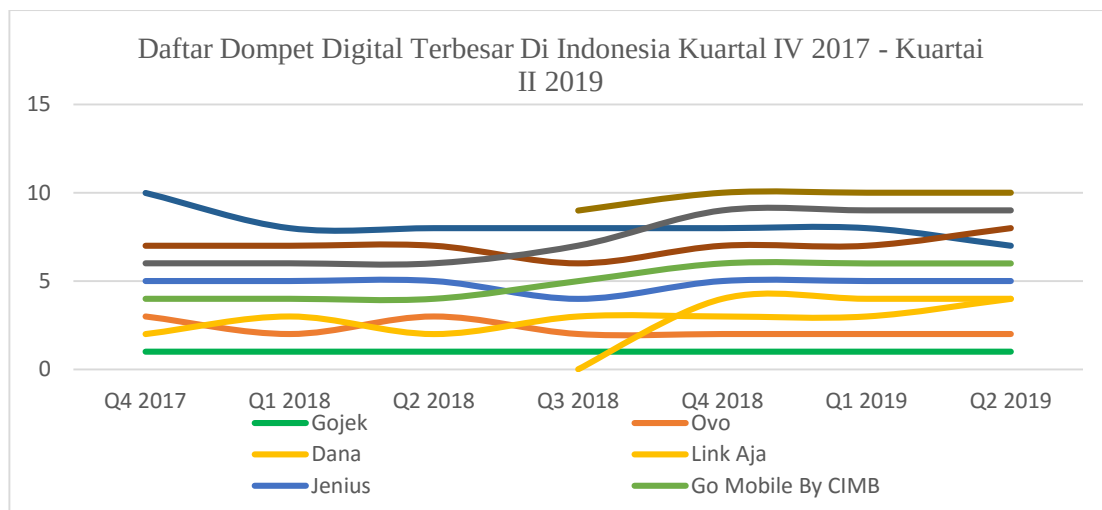
Persepsi kemudahan adalah suatu hal yang mengacu kepada sejauh mana seorang pengguna percaya suatu sistem atau aplikasi dapat dengan mudah digunakan tanpa memerlukan usaha lebih (Davis, 1989; Kumar et.al, 2018). Persepsi kemudahan atau *perceived ease of use* akan dirasakan ketika pengguna mengakses sistem atau aplikasi tertentu dan terbebas dari usaha (Jogiyanto, 2007; Saqib, 2019).

Salah satu aplikasi *e-wallet* resmi yang ada di Indonesia adalah OVO. Aplikasi ini berdiri sejak tahun 2017 dan berasal dari PT.Vionet Internasional. OVO merupakan aplikasi pintar yang memberikan kesempatan lebih kepada pengguna untuk bertransaksi di banyak tempat, mengumpulkan dan menggunakan poin di banyak tempat (Ovo, 2020). Aplikasi OVO dapat diunduh melalui *Play Store* dan *Apple IOS*. OVO adalah aplikasi *digital finance* terpadu berbasis server yang dikembangkan oleh perusahaan *digital payment* yaitu LippoX. Aplikasi OVO memungkinkan

penggunanya untuk melakukan transaksi *cashless* atau non tunai dengan *e-money* yang tersimpan di dalam *e-wallet* OVO.

Berbagai transaksi yang dapat dilakukan dengan *e-wallet* OVO mulai dari pembayaran, pembelian, transfer hingga pengisian saldo. Transaksi pembayaran yang bisa dilakukan seperti pembayaran tagihan listrik, wifi dan tagihan lainnya. Transaksi pembelian yang dapat dilakukan antara lain membeli makanan dan minuman, membeli barang melalui *e-commerce*, dan transaksi pengisian saldo yang dapat dilakukan di berbagai tempat yang bekerjasama dengan *e-wallet* OVO (<https://www.ovo.id/syarat-ketentuan>).

Dengan *e-wallet* OVO dapat mempermudah pengguna dalam proses pembayaran dan mempersingkat waktu transaksi. Jika dibandingkan dengan aplikasi *e-wallet* lainnya yang ada di Indonesia, OVO memiliki perkembangan yang sangat pesat. Pada tahun 2019 OVO menduduki posisi kedua sebagai dompet digital terbesar di Indonesia seperti yang terlihat pada gambar dibawah :



Gambar 1.2 Daftar Dompet Digital Terbesar di Indonesia Kuartal IV 2017- Kuartal II 2019

Sumber : iPrice, 2019

Semenjak pandemi Covid-19 ini meluas mengharuskan setiap individu untuk

mengurangi kontak fisik dengan orang lain. Hal ini membuat penggunaan metode pembayaran *cashless* atau non tunai semakin dibutuhkan dan digemari oleh masyarakat. Fenomena tersebut tentu berdampak kepada perkembangan aplikasi *e-wallet* OVO. Dibuktikan dengan terpilihnya OVO sebagai alat pembayaran belanja *online* terbesar pada Agustus 2021 seperti yang dapat dilihat pada artikel <https://infokomputer.grid.id/read/122865582/survei-kalahkan-gopay-ovo-pimpin-e-wallet-di-indonesia-saat-ini?page=2>

Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang dilakukan peneliti kepada 1000 responden. Didapatkan hasil bahwa OVO berada di peringkat pertama sebagai platform pembayaran digital yang paling responden kenal dengan perolehan persentase sebesar 96%, disusul oleh GoPay dengan raihan 95%.. Hal ini menunjukkan ada tingginya minat menggunakan kembali *e-wallet* yang dilakukan oleh responden survei. Sebelumnya pada tahun lalu di tulis oleh sebuah artikel bulan juli 2021 *e-wallet* gopay menduduki posisi pertama untuk *e-wallet* yang paling banyak di gunakan. “ Berdasarkan survei yang dilakukan lembaga riset telematika Sharing Vision pada akhir 2020 lalu, GoPay ternyata menempati peringkat pertama layanan dompet digital yang paling banyak dipakai di Indonesia. Tak tanggung-tanggung, GoPay dipilih 81 persen responden yang mengikuti survei” <https://bigalpha.id/news/daftar-dompet-digital-di-indonesia-2021-siapa-terlaris>. Dengan naiknya OVO menjadi no 1 pada bulan agustus 2021 berarti besar minat konsumen untuk menggunakan kembali *e-wallet* OVO.

Selama masa pandemi Covid-19 ini sebanyak 57,8% responden survei mengalami peningkatan intensitas dalam menggunakan aplikasi *e-wallet*. Alasan terbesar responden menggunakan aplikasi *e-wallet* antara lain karena *cashless*, mudah dan praktis digunakan, banyaknya promosi dan *cashback* yang ditawarkan serta bisa digunakan kapan dan dimana saja. 90% responden merasa puas dengan aplikasi *e-wallet* yang mereka gunakan.

Salah satu penelitian sebelumnya yaitu Paramitasari Niken dan Idayanti Vera: 2021

telah meneliti E-Wallet di Bandar Lampung berdasarkan hal tersebutlah alasan peneliti memilih penelitian E-Wallet OVO di Bandar Lampung untuk mengetahui mengenai OVO secara spesifik. Banyaknya kompetitor penyedia layanan jasa E-Wallet membuat perusahaan harus memaksimalkan layanannya khususnya di Bandar Lampung, maka aspek pelayanan aplikasi merupakan suatu hal yang penting. Bagaimana suatu jasa tersebut dapat di gunakan pada pasar sasaran yang dituju khususnya di Bandar Lampung dan bagaimana konsumen mempersepsikan layanan yang ditawarkan tersebut. Dengan begitu kita ingin mencari tahu seberapa ber-guna dan ber-manfaat ovo di mata masyarakat Bandar Lampung.

Permasalahan lain yang timbul adalah mencari tahu faktor- faktor apa saja yang mengakibatkan produk ovo meningkat ke no 1 yang paling banyak di gunakan di masa PPKM oleh sebab itu peneliti ingin melihat apakah pengaruh nya manfaat dan kemudahan produk e-wallet ovo terhadap minat para pengguna.

Dari fenomena yang telah dipaparkan, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat penggunaan E-Wallet OVO Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Kota Bandar Lampung”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada masa Pandemi covid 19 di Kota bandar lampung?
2. Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan *e-wallet* OVO pada masa Pandemi covid 19 di Kota bandar lampung?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek ini adalah seluruh pengguna *e-wallet* ovo di daerah sekitar Bandar Lampung.

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah persepsi kemudahan dan manfaat terhadap minat penggunaan e-wallet OVO.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna e-wallet OVO di bandar lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang ditentukan pada penelitian ini didasarkan pada kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada November 2021 s.d Februari 2022

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah persepsi kemudahan dan manfaat penggunaan

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan kembali *e-wallet* OVO pada masa pandemi covid 19 di Kota bandar lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan kembali *e-wallet* OVO pada masa pandemi covid 19 di Kota bandar lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau masukan bagi perusahaan, pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan dan evaluasi mengenai fungsi aplikasi yang lebih bagus untuk kedepannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Selanjutnya Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan data-data agar berguna bagi pembaca dan dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya terutama mengenai hal-hal yang berhubungan dengan persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan

3. Bagi Peneliti

Menambah konsep dasar dalam memahami aspek-aspek manajemen khususnya mengenai pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan

4. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan di bidang manajemen.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini menguraikan berbagai macam teori dan penjelasan dari berbagai sumber yang dapat mendukung untuk memecahkan permasalahan yang akan diteliti.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan bagaimana desain penelitian, populasi, sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, pengolahan data dan pengujian data.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini menguraikan gambaran umum responden, distribusi frekuensi, deskripsi variabel penelitian, pengujian data, uji validitas, uji reabilitas, uji model, dan uji hipotesis.

Bab V : Simpulan Dan Saran

Bab ini menguraikan tentang bagian penutup yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penelitian di masa yang akan datang.

