

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin canggih memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian. *Smartphone* dan koneksi internet membuat konsumen mendapatkan apa yang diinginkan. Konsumen menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Konsumen tidak perlu membawa uang dalam jumlah yang besar agar mengurangi resiko tindak kriminalitas. Kehadiran uang elektronik, yaitu alat pembayaran dengan nilai uang telah tersimpan secara elektronik pada server ataupun kartu, kini telah menjadi populer di kalangan masyarakat. Adapun alasan yang membuat uang elektronik menjadi populer dikarenakan penggunaannya telah gencar digunakan untuk bertransaksi toko *online* maupun *offline*. Saat ini masyarakat telah menyadari akan pentingnya alat transaksi yang tidak bersifat fisik, baik kertas maupun logam, yaitu dengan menggunakan uang elektronik.

Penggunaan uang elektronik dalam beberapa Negara-negara seperti Singapura sudah ada sejak 1996. Di Singapura, penggunaan uang elektronik ditandai untuk layanan di bidang transportasi umum. Negara lain yang berhasil mengimplementasi uang elektronik adalah Hongkong. *E-money* di Hongkong dimulai pada tahun 1997 dan berbagai Negara lainnya yang sudah menggunakan layanan uang elektronik. Kini, di Indonesia sudah banyak masyarakat mulai beralih dari metode pembayaran tunai ke metode pembayaran elektronik memakai kartu debit, kartu kredit, maupun *e-money*. Beralihnya masyarakat dari alat pembayaran tunai ke alat pembayaran nontunai karena

pembayaran nontunai lebih memberikan kemudahan dan keamanan apabila dibandingkan dengan penggunaan uang tunai (Suseco, 2016).

Adanya kenaikan jumlah pengguna yang mencapai hingga jutaan, maka penulis berfokus untuk melakukan penelitian terhadap minat mahasiswa menggunakan OVO dengan alasan bahwa layanan OVO akan mampu diterima di kalangan mahasiswa. Selain itu, OVO dapat digunakan oleh semua jenis *smartphone*. Sehingga akan lebih menarik minat mahasiswa untuk menggunakan layanan OVO dan memberikan berbagai promosi menarik.

OVO adalah aplikasi pembayaran elektronik yang baru di diluncurkan pada Maret 2017. Aplikasi OVO adalah salah satu *platform* yang digunakan sebagai media transaksi dalam melakukan pembayaran dengan metode pembayaran elektronik secara digital yang didalamnya terdapat saldo OVO cash, dimana pengguna dapat mengoperasikan sepenuhnya melalui ponsel android. OVO Cash sendiri adalah sejumlah uang atau dana berupa uang elektronik yang dapat diakses melalui aplikasi OVO yang dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi keuangan, seperti pembayaran di berbagai *merchant* rekanan, isi ulang (*top up*) dan pengecekan saldo. Terlebih penyedia layanan yang menawarkan saluran pembayaran melalui OVO menawarkan diskon. Hingga Maret 2018, pengguna OVO baru mencapai 9,5 juta pengguna. Sedangkan pesaingnya yaitu pengguna T-Cash yang dikutip dari situs kontan.co.id pada juli 2018 mencapai 25 juta dan pengguna Gopay yang dikutip dari situs tirto.id pada oktober 2017 mencapai 11 juta. Jika dibandingkan dengan pengguna aktif ponsel android maka selisih angka yang cukup jauh pada jumlah pengguna ketiga aplikasi tersebut. Padahal OVO sendiri memberikan stimulasi kepada masyarakat berupa diskon dan poin hadiah di

tempat-tempat yang kerap dikunjungi oleh masyarakat dalam memperoleh barang dan jasa terutama anak muda kekinian yang memiliki gaya hidup modern yang konsumtif.

Minat seseorang terhadap penggunaan sistem teknologi (dalam penelitian ini adalah OVO) dapat diukur dengan teori tentang penerimaan penggunaan suatu teknologi. Pada penelitian ini teori penerimaan teknologi yang digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM diperkenalkan oleh Davis et al. (1989) model ini berasumsi bahwa variable *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* menjadi dasar yang mempengaruhi perilaku pengguna dan tingkat penerimaan teknologi informasi. Manfaat serta kemudahan yang ditawarkan uang elektronik dapat mempengaruhi peningkatan penggunaannya. Ketika sebuah produk memiliki manfaat dan kemudahan ketika digunakan dalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas.

Tujuan TAM adalah untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan pengguna teknologi. Secara lebih terinci menjelaskan tentang penerimaan teknologi informasi dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi diterimanya (Davis et al., 1989). TAM dirancang untuk mencapai tujuan tersebut dengan cara mengidentifikasi beberapa variabel dasar yang disarankan pada penelitian sebelumnya yang setuju dengan faktor-faktor yang mempengaruhi secara kognitif dan afektif pada penerimaan teknologi dan menggunakan TRA sebagai dasar teorikal untuk menentukan model hubungan variable penelitian.

David (1989) berpendapat bahwasanya persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) mengacu kepada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Adhinagari (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa faktor persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh

positif signifikan terhadap persepsi penggunaan uang elektronik, sedangkan faktor resiko berpengaruh negative signifikan terhadap persepsi penggunaan uang elektronik.

Menurut Jogiyanto (2007:115), pengertian *Perceived Ease of Use* atau persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem teknologi tertentu akan bebas dari suatu usaha. Davis et al. (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami. Berdasarkan definisinya, diketahui bahwa variable kemudahan penggunaan ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka ia akan menggunakannya. Dan sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi ini tidak mudah digunakan, maka ia tidak akan menggunakannya.

Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan mempengaruhi persepsi manfaat, sikap, minat, dan penggunaan sesungguhnya. Dalam penelitian ini yang dimaksudkan dengan kemudahan penggunaan adalah tingkat kemudahan dalam penggunaan layanan uang elektronik.

Menurut Jogiyanto (2007:114) yang dimaksud dengan manfaat yang dirasakan atau *Perceived Usefulness* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi manfaat sebagai variable kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka (Dalcher dan Shine, 2003). Penelitian penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Peneliti-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pratama dan Saputra (2019), Adhinagari (2018), Banjarnahor dan

Dachayar (2017), dan Davis *et al.* (1989) menunjukkan bahwa persepsi manfaat mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi layanan uang elektronik.

Menurut Ba dan Pavlou (2002), kepercayaan didefinisikan sebagai penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Morgan dan Hunt dalam Wanandi (2014) mendefinisikan bahwa kepercayaan akan terjadi apabila seseorang memiliki kepercayaan diri dalam sebuah pertukaran dengan mitra yang memiliki integritas dan dapat dipercaya. Kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka pada tindakan yang diambil oleh orang yang dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab (Gefen, 2002).

Menurut Jogiyanto (2007:397) kepercayaan adalah penilaian seorang individu setelah memperoleh, memproses, dan mensintesis informasi dan menghasilkan berbagai penilaian dan anggapan. Konsep tingkat kepercayaan disini adalah kehandalan pihak produsen atau penyedia layanan uang elektronik dalam menjamin keamanan dan kerahasiaan instrumen yang digunakan konsumen untuk membuat penggunaanya percaya. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan yang tinggi akan mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan produk baru tersebut.

Meskipun sudah ada berbagai penelitian mengenai minat menggunakan beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya, namun belum ada yang melakukan penelitian pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hal ini menunjukkan mengapa penelitian ini perlu dilakukan.

Bertolak dari uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna, Persepsi Manfaat,**

dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna OVO” Penelitian pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan pengguna berpengaruh terhadap minat menggunakan OVO?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan OVO ?
3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan OVO ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sebelumnya diuraikan sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan pengguna terhadap minat menggunakan OVO.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan OVO.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan OVO.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yaitu:

1. Bagi Penulis, hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan dalam bidang ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya mengenai alat pembayaran non tunai khususnya uang elektronik pada aplikasi OVO.
2. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi terkait alat pembayaran non tunai khususnya uang elektronik pada aplikasi OVO. Bagi penulis, hasil penelitian ini merupakan sebagai media latihan untuk mengaplikasikan kembali teori yang diperoleh selama dibangku kuliah.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dan pengertian yang berkaitan atau berhubungan dengan persepsi kemudahan pengguna, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan, dan minat menggunakan serta berbagai referensi yang mendukung, hubungan kerja ketiga variabel tersebut dengan variabel minat menggunakan beserta penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai jenis penelitian, jenis dan sumber data, definisi operasional, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, alat instrument penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi obyek penelitian, deskripsi responden beserta indeks jawabanya, hasil penelitian dan pembahasan dari hasil yang ditentukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan akhir, kekurangan penelitian, rekomendasi atau saran bagi penelitian di masa mendatang dan saran bagi perusahaan.