

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi merata disegala bidang, tak terkecuali berdampak pada bidang pembayaran. Keberadaan *financial technology* atau *fintech* bertujuan untuk membuat masyarakat lebih mudah mengakses produk-produk keuangan, mempermudah transaksi dan juga meningkatkan literasi keuangan. *Digital Payment e-money* merupakan salah satu produk *fintech* yang digunakan oleh masyarakat Indonesia sebagai alat pembayaran masa kini. Kemunculan e-money di masyarakat bertujuan untuk mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai. Dikhususkan untuk pembayaran-pembayaran yang bersifat mikro dan ritel. Fenomena *e-money* sebagai *digital payment* telah menjadi trend yang mewarnai aktivitas bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi, *software*, internet dan komunikasi terkini membuat *e-money* semakin dibutuhkan masyarakat dengan kesibukan yang luar biasa. Bertransaksi menjadi lebih mudah dan cepat membuat *digital payment emoney* makin digemari di Indonesia.¹

Bank Indonesia (Bank Indonesia, 2018) menyatakan bahwa e-money merupakan alat pembayaran dalam bentuk elektronik di mana uangnya dapat disimpan dalam media elektronik tertentu. Media elektronik yang dapat digunakan untuk menyimpan nilai uang elektronik dapat berupa *chip* yang bentuknya seperti kartu ATM dan berbasis server yaitu aplikasi yang dapat

¹ Artini, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik pada Aplikasi OVO (studi kasus pada Mahasiswa Ekonomi Islam Ta 2016-2017 UIN Sumatera Utara, 2019) h. 1

diunduh melalui *PlayStore*. Saat ini, *e-money* yang berkembang di Indonesia banyak macamnya. Berdasarkan data Bank Indonesia per 27 Mei 2020 terkait Informasi Perizinan Penyelenggara dan Pendukung Jasa Sistem Pembayaran terdapat 41 jenis uang elektronik yang beredar di Indonesia (Bank Indonesia, 2020). Uang elektronik yang beredar di Indonesia berbasis server yaitu MYNTE-money, Sakuku, Rekening Ponsel, Jak One, Mandiri e-cash, Mega Virtual, Unik Qu, Nobu E-money, BBM Money, T-Bank, Finn Channel, PayPro (Dompetku), DokuPay, Sky E-Mobile Money, Flexy Cash, T-Cash, XL Tunai, Uangku, Go-Pay, Truemoney, Dana, Dooet, Gudang Voucher, Speed Cash, OVO, iSaku, Paytren tahun 2018, KasPro (Payu), Bluepay Cash tahun 2018, Eze E-link, M-Bayar tahun 2018, Duwit, Shopeepay, Simas E-money, Otto Cash, LinkAja, Zipay, PAC Cash, Pay Dia, dan Netzme (Bank Indonesia, 2020).²

Sebenarnya uang elektronik sudah banyak digunakan untuk pembayaran transportasi umum dan pembayaran di minimarket, hingga saat ini uang elektronik yang berbasis pada telepon selular yang berkembang di kalangan masyarakat yaitu T-Cash milik Telkomsel, Gopay milik Gojek, OVO milik Lippo Group dan lain sebagainya. Dari salah satu produk uang elektronik berbasis server, OVO merupakan produk yang memberikan penawaran menarik. OVO adalah aplikasi yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan juga kesempatan yang besar untuk mengumpulkan poin di banyak tempat, terutama di penyedia layanan milik Lippo Group dan penyedia layanan yang bekerja sama dengan OVO.

² Novitasari, Rinda. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta (jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 2020) h. 34

OVO adalah aplikasi pembayaran elektronik yang baru di resmi 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 tanpa perlu registrasi dan membuka rekening dan ATM seperti pada *mobile banking* pada umumnya. OVO *Cash* sendiri adalah sejumlah uang atau dana berupa uang elektronik (*e-money*) 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.transfersfer dana, dan transaksi keuangan lainnya.³

Berdasarkan data katadata.co.id pada awal tahun 2020 menyebutkan bahwa OVO memiliki pangsa pasar mencapai 37% dari total transaksi dompet digital di Indonesia tahun 2019 (Aria, 2019). Go-Pay mencapai 17%, Dana mencapai 10% , dan LinkAja mencapai 3% dari total transaksi tahun 2019 yang mencapai Rp 56,1 triliun. Berdasarkan data tersebut OVO disebut sebagai uang elektronik yang memiliki nilai transaksi terbesar di Indonesia pada tahun 2019. OVO merupakan bentuk inovasi fintech (financial technology) dalam sistem pembayaran yang digunakan pada transportasi online atau ojek online. OVO dapat digunakan pada layanan pada Grab dan Tokopedia. Selain layanan pada aplikasi ojek online, OVO juga bekerjasama dengan beberapa UMKM yang ada di Indonesia. Pembayaran untuk pembelian barang dari konsumen ke UMKM yang bekerjasama dapat dilakukan dengan OVO. Seorang konsumen harus

³ Artini, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik pada Aplikasi OVO (studi kasus pada Mahasiswa Ekonomi Islam Ta 2016-2017 UIN Sumatera Utara, 2019) h. 3

memiliki saldo OVO agar dapat bertransaksi atau membayar dengan menggunakan uang elektronik tersebut. Saldo OVO dapat diperoleh dengan sistem *Top up*.⁴

Top up yaitu mengisi saldo OVO dengan cara membeli atau menukarkan sejumlah uang tertentu agar dapat digunakan untuk bertransaksi. Apabila seseorang tidak melakukan *Top up* saldo OVO, seseorang tidak akan bisa melakukan transaksi menggunakan OVO tersebut walaupun seseorang tersebut memiliki aplikasi *e-money* tersebut. *Top up* OVO dapat dilakukan dengan beberapa macam pilihan cara *Top up* yaitu *Top up* melalui bank, *Top up* melalui *merchant*, dan *Top up* melalui driver ojek online.

Perkembangan transaksi OVO yang pesat dikarenakan banyaknya yang menggunakan OVO sebagai uang elektronik yang digunakan sebagai pembayaran mereka. Hal ini dikarenakan adanya keuntungan yang akan diperoleh bagi pengguna OVO. Menurut Bothun (Bothun et al., 2013) dalam penelitiannya, terdapat beberapa keuntungan yang dapat membuat masyarakat memilih untuk menggunakan *mobile payment*. Keuntungan yang dapat diperoleh oleh pengguna yaitu kemudahan dalam melakukan transaksi dan dapat lebih hemat. Hal ini dikarenakan perusahaan memberikan promosi terhadap pengguna *e-money* dengan voucher maupun diskon dari jasa yang ditawarkan.

Di sisi lain, OVO yang berkembang pesat ternyata tidak lantas menyebabkan semua orang langsung merubah gaya hidupnya untuk menggunakan OVO. Ada orang yang tidak langsung beralih menggunakan OVO.

⁴ Novitasari, Rinda. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan OVO pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta* (jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 2020) h. 36

Mereka lebih memilih untuk bertransaksi *cash* dengan uang secara langsung daripada menggunakan OVO. Hal ini dikarenakan kurangnya sosialisasi langsung terkait penggunaan OVO. Sosialisasi lebih sering dilakukan media elektronik maupun media online seperti *youtube* sehingga seseorang tidak semuanya mengetahui mengenai penggunaan *e-money*. Selain itu, orang tidak langsung menggunakan OVO dikarenakan adanya jenis uang elektronik lain yang mereka pilih.

Berdasarkan review negatif pengguna OVO yang ada di ulasan dan rating di *PlayStore* terdapat banyak keluhan terkait OVO. Keluhan OVO seperti aplikasi yang sering *error* saat digunakan dan dalam memuat laman fitur layanan membutuhkan waktu yang lama menyebabkan seseorang khawatir dan ragu untuk menggunakan OVO. Selain itu, *Top up* saldo OVO yang tidak masuk dan saldo OVO berkurang sendiri tanpa adanya sebuah transaksi menyebabkan seseorang tidak percaya untuk menggunakan OVO. Maraknya penipuan yang dilakukan kepada pengguna OVO juga dapat menyebabkan ketidakpercayaan untuk menggunakan OVO. Promosi yang tidak dapat diperoleh oleh seseorang (*promo*, *diskon*, *cashback*) menyebabkan seseorang kurang tertarik menggunakan OVO.

Perkembangan OVO juga dirasakan oleh semua kalangan masyarakat terutama kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan kalangan masyarakat yang paling dekat dengan perkembangan teknologi dan informasi. Perkembangan tersebut dapat diterima oleh mahasiswa dengan mudah dan cepat termasuk perkembangan OVO. Mahasiswa juga datang dari *background* yang berbeda.

Oleh karena itu, mahasiswa dianggap lebih pantas digunakan sebagai subjek dalam penelitian ini.

Berangkat dari permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk membahas mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam penggunaan aplikasi ovo sebagai *e-money*.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah pada penelitian ini yaitu: 1. Minat masyarakat untuk menggunakan uang elektronik masih rendah padahal kemampuan untuk menggunakan smartphone sudah meningkat. 2. Kurangnya kepercayaan masyarakat kepada pihak usaha penyedia layanan karena tidak memberikan penjelasan tentang status ke anggotaan sebagai pengguna uang elektronik pada aplikasi OVO. 3. Faktor kemudahan yang belum menjawab secara maksimal terhadap kebutuhan pengguna uang elektronik pada aplikasi OVO. 4. Faktor keamanan yang belum menjawab secara maksimal terhadap kebutuhan pengguna uang elektronik pada aplikasi OVO.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini dibatasi oleh satu variabel terikat dan tiga variabel bebas. Variabel terikat penelitian ini adalah keputusan sedangkan variabel bebas adalah kepercayaan, kemudahan dan keamanan. Sedangkan objek penelitian adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Bone (FEBI IAIN Bone) TA 2016-2017.

D. Rumusan Masalah

Melihat dari latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi OVO sebagai e-money?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi OVO sebagai e-money?
3. Apakah keamanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi OVO sebagai e-money?
4. Apakah kepercayaan, kemudahan dan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi OVO sebagai e-money?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi OVO sebagai *e-money*.
- b. Untuk mengetahui apakah kemudahan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi OVO sebagai *e-money*.
- c. Untuk mengetahui apakah keamanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi OVO sebagai *e-money*.

d. Untuk mengetahui apakah kepercayaan, kemudahan dan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi OVO sebagai *e-money*.

2. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pengetahuan serta sumber bagi semua pihak yang ingin mengetahui dan mendalami ilmu ekonomi yang berbasis syariah khususnya persoalan seputar perbankan syariah. Khususnya penelitian yang akan membahas seputar analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam penggunaan aplikasi ovo sebagai *e-money*.

b. Secara Praktis

bagi Institut/Universitas yang selanjutnya diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian. Dan Sebagai kontribusi positif untuk pengembangan wawasan keilmuan di masa yang akan datang.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini memiliki batas untuk menentukan ruang lingkup penelitian untuk mencapai tujuan. Batasan yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini akan dilakukan di Kampus FEBI IAIN BONE khususnya Mahasiswa Perbankan Syariah dan Ekonomi Islam di Boda Kelurahan

Polewali, Kecamatan Tanete Riattang Barat, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan.

2. Penelitian yang dilakukan berfokus pada Keputusan Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi Ovo Sebagai *E-Money*.