

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang terjadi saat ini juga diikuti oleh pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi di dunia. Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi tersebut memiliki pengaruh terhadap aspek ekonomi maupun sosial masyarakat. Salah satu bukti pesatnya teknologi dan informasi yaitu munculnya perdagangan elektronik dan sistem pembayaran elektronik. Pembayaran elektronik didefinisikan sebagai penggunaan perangkat seluler untuk melakukan transaksi pembayaran di mana uang atau dana ditransfer dari suatu pembayar ke penerima melalui perantara, atau langsung tanpa perantara.

Dengan melihat perkembangan ini, beberapa perusahaan mencoba memanfaatkan peluang dari perubahan sistem pembayaran dengan menerbitkan layanan pembayaran elektronik untuk transaksi yang aman, nyaman, dan mudah digunakan. Industri pembayaran berharap bahwa pembayaran elektronik akan memberikan kemudahan, kecepatan transaksi, dan keserbagunaan yang diperlukan di pasar yang kompleks saat ini. Di Indonesia, perusahaan operator seluler adalah yang pertama menerbitkan layanan mPayment karena layanan mereka terkait dengan teknologi komunikasi dan informasi, seperti Telkomsel yang merilis T-Cash, lalu disusul Dompetku dari Indosat dan XL Axiata dengan XL Tunai. Kemudian bergabung industri perbankan yang mengeluarkan *E-Banking* dan

perusahaan pengembangan aplikasi. Terlihat dari tabel dibawah tahun penerbitan dan data pengguna pembayaran elektronik di Indonesia.

Tabel 1.1

Data Pembayaran Elektronik di Indonesia (2017)

Pembayaran Elektronik	Tahun Terbit	Pengguna Pembayaran Elektronik
T CASH	2007	10.000.000 users
DOMPETKU/ PAY PRO	2008	7.500.000 users
XL TUNAI	2012	1.900.000 users
MANDIRI CASH	2013	5.100.000 users
SAKUKU	2015	200.000 users
GOPAY	2016	10.000.000 users
OVO	2017	7.000.000 users

Sumber: MDI Ventures & Mandiri Sekuritas Research

Pada tabel 1.1 menjelaskan penetrasi pengguna saat ini dipimpin oleh T-Cash dan GO-PAY dengan masing-masing pengguna 10 juta, yaitu dua layanan dengan tahun terbit paling awal dan akhir. Layanan lain yang mulai mendapatkan pertumbuhan signifikan adalah Pay Pro dan OVO. Dari tabel 1.1 terlihat jelas bahwa perusahaan pengembangan aplikasi yakni GO-PAY dan OVO memiliki pertumbuhan pengguna yang signifikan dibandingkan perusahaan lainnya. Jika di amati lebih dalam perusahaan pengembangan aplikasi menyediakan layanan yang luas dalam produk mereka dengan memberi konsumen pilihan menggunakan

berbagai aktivitas melalui pembayaran elektronik, mulai dari layanan transportasi, pembayaran dibanyak *merchant*, hingga layanan perbankan seperti transfer tanpa pemungutan biaya dan layanan top-up atau pengisian saldo yang mudah dan efisien.

Dengan demikian peneliti membandingkan dua layanan terbitan perusahaan pengembangan aplikasi, yaitu GO-PAY dan OVO, dimana GO-PAY adalah layanan pembayaran elektronik yang ditawarkan oleh perusahaan induknya, yakni GO-JEK pada tahun 2016 dan telah berhasil menjaring sebanyak 10 juta pengguna setahun kemudian. Sedangkan OVO baru diluncurkan pada pertengahan tahun 2016 dan telah menjaring 7 juta pengguna pada tahun tersebut. Berarti GO-PAY memiliki keunggulan yang signifikan dalam menjaring pengguna yang dapat disebabkan oleh nama besar Perusahaan Gojek. Dengan kata lain, nama besar GO-JEK memberikan kontribusi terhadap familiaritas layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Dalam beberapa literatur, disebutkan bahwa familiaritas suatu penyedia produk atau layanan akan meningkatkan kepercayaan terhadap penyedia produk atau jasa tersebut (Wang & Benbasat 2005).

Berbeda dengan GO-PAY, OVO adalah *smart financial apps* yang diluncurkan oleh PT Visionet Internasional dibawah naungan LippoX milik grup perusahaan Lippo yang tidak memiliki layanan online yang serupa dengan GO-JEK sebelumnya. Meskipun demikian OVO membuktikan mampu bersaing dalam bisnis pembayaran elektronik dengan berhasil menjaring 7 juta pengguna setelah setahun diterbitkan. Sehingga peneliti memiliki pandangan bahwa hal tersebut

dapat menjadi ukuran bagi peneliti untuk mencari apa yang menyebabkan perkembangan penggunaan OVO yang pesat dalam jangka 1 tahun.

OVO adalah *smart financial apps* yang diluncurkan oleh PT Visionet Internasional dibawah naungan Lippo X sebagai perusahaan *digital payment* milik grup perusahaan Lippo. Aplikasi OVO saat ini tersedia untuk platform Android dan iOS. OVO menggunakan sistem poin *reward*, yang disebut dengan OVO Point, untuk menjaga dan meningkatkan transaksi pengguna. Layanan ini terbagi ke dalam dua kategori pengguna, OVO Club (pengguna biasa) dan OVO Premier. Pembedanya adalah pada OVO Point yang didapat untuk setiap perolehan transaksi, maksimal saldo OVO Cash dan juga beberapa fitur lainnya. Di versi premium, pengguna diberikan akses untuk fitur pengelolaan pengeluaran dan kemudahan transfer nominal uang. Untuk daftar dan menikmati akun OVO Premier pengguna cukup mengirimkan Foto KTP lewat aplikasi OVO dan kunjungi OVO Booth terdekat untuk melakukan validasi dengan menunjukkan KTP.

Pengguna OVO dapat melakukan berbagai transaksi pembayaran sambil mengumpulkan OVO Points. Jenis transaksi yang bisa dilakukan adalah melakukan transaksi online atau offline di merchant-merchant yang bekerja sama dengan OVO, pembayaran parkir di tempat-tempat yang bekerjasama dengan OVO, pembelian pulsa telepon, pembayaran di layanan aplikasi GRAB, pembayaran di layanan Tokopedia, dan lain-lain. Untuk melakukan isi ulang/Top Up saldo OVO bisa dilakukan lewat beberapa cara sesuai dengan kebutuhan pengguna minimum sebesar Rp10.000,-. Top up melalui merchant yang telah

bekerja sama dengan OVO, Top up melalui Bank yang telah bekerja sama dengan OVO, atau langsung melalui OVO Booth yang terletak di beberapa pusat perbelanjaan. (Cermati.com)

Tidak bisa dipungkiri bahwa sebagian mahasiswa adalah orang-orang yang melek terhadap teknologi. Jenjang pendidikan tinggi menjadikan mahasiswa sebagai agen perubahan dituntut untuk melakukan hampir sebagian pekerjaannya menggunakan produk-produk teknologi yang sudah meluas dikalangan mahasiswa, termasuk dalam sistem pembayaran yang mereka gunakan. Berbagai keuntungan dan kemudahan yang ditawarkan oleh pembayaran elektronik dan trend penggunaan pembayaran elektronik yang mengalami kenaikan seharusnya akan menarik minat mahasiswa untuk menggunakan sistem pembayaran modern ini. Dengan memanfaatkan pembayaran elektronik banyak keuntungan yang akan diperoleh mahasiswa terutama apabila dilihat dari banyaknya waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena pengguna pembayaran elektronik tidak perlu membawa uang tunai dan tidak dibingungkan dengan uang kembali, pembayaran elektronik juga memberi kemudahan, keamanan, pengguna juga lebih nyaman karena tidak perlu pergi dan membawa uang tunai untuk melakukan transaksi sehingga pengguna menjadi lebih dimudahkan dalam melakukan kegiatan transaksi tanpa batas ruang dan waktu. Namun, layanan ini tidak sepenuhnya digunakan oleh mahasiswa.

Masih banyak mahasiswa yang belum memahami cara kerja dan teknis penggunaannya, sebagian mahasiswa beranggapan sistem pembayaran elektronik rumit digunakan karena harus mengisi saldo terlebih dahulu dan kelancaran

transaksi bergantung pada jaringan seluler. Pemahaman mahasiswa tentang pembayaran elektronik yang masih minim menjadi penghalang terhadap minat untuk menggunakan pembayaran elektronik. Sehingga mahasiswa memilih tetap konsisten bertransaksi dengan cara tradisional dan merasa ketidakcocokan menggunakan sistem pembayaran lain. Menurut Erikson *et al.* (2005) dalam Santoso (2016) kecocokan didefinisikan sebagai sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai – nilai yang ada, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan pengadopsi potensial. Kecocokan juga melibatkan sejauh mana inovasi baru konsisten dengan mempengaruhi konsumen yang ada, kognisi, dan perilaku.

Kebiasaan menggunakan pembayaran tradisional menjadikan mahasiswa mengalami kesulitan dalam menerima sistem pembayaran modern yang menggunakan pengetahuan teknologi. Kebiasaan ini menimbulkan perasaan nyaman yang dirasakan saat bertransaksi secara tradisional dan mempengaruhi perasaan mahasiswa saat menggunakan sistem pembayaran lain. Menurut Pikkarainen *et al* (2004) dalam Santoso (2016) kenyamanan merupakan kondisi dimana seseorang yang menggunakan suatu teknologi dalam melakukan setiap aktivitasnya dan seseorang tersebut menganggap menyenangkan untuk dirinya sendiri dalam melakukan aktivitasnya tersebut. Kenyamanan melakukan transaksi secara online merupakan faktor penting yang dipertimbangkan oleh pengguna sebelum mengadopsi pembayaran elektronik.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul. **“Pengaruh Kecocokan dan Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan Pembayaran Elektronik (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unimed pengguna OVO).**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Sikap terbuka terhadap pembayaran elektronik tidak dimiliki sebagian mahasiswa sebagai orang-orang yang melek teknologi.
2. Kurangnya pemahaman tentang pembayaran elektronik berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa yang beranggapan pembayaran elektronik rumit digunakan.
3. Kebiasaan menggunakan pembayaran secara manual berpengaruh terhadap ketidaknyamanan mahasiswa menggunakan pembayaran elektronik.
4. Ketidaktahuan mahasiswa terhadap cara kerja pembayaran elektronik menjadi penghalang terhadap minat untuk menggunakan pembayaran elektronik.
5. Kurangnya pengetahuan tentang teknis penggunaan pembayaran elektronik menimbulkan perasaan ketidakcocokan terhadap sistem pembayaran tersebut.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah ini dilakukan agar mendapatkan penelitian yang fokus agar ruang lingkup penelitian tidak luas. Penelitian lebih fokus untuk menghindari hasil yang tidak diinginkan dan menyimpang dari

pokokpermasalahan. Berdasarkan identifikasi masalah, peneliti membatasi masalah kecocokan dan kenyamanan terhadap minat penggunaanpembayaran elektronik. Objek penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unimed Pengguna OVO.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kecocokan terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik pada mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unimed pengguna OVO?
2. Apakah ada pengaruh kenyamanan terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik pada mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unimed pengguna OVO?

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini tujuan yang akan dicapai adalah:

1. Mengetahui pengaruh kecocokan terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik pada mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unimed pengguna OVO.
2. Mengetahui pengaruh kenyamanan terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik pada mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unimed pengguna OVO.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat memberikan manfaat untuk referensi bagi pengembangan ilmu terkait topik penelitian yang sama dengan penelitian ini.
- b. Dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam penyusunan penelitian yang selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat sebagai tolak ukur daya serap yang diperoleh selama perkuliahan dalam hal Pengaruh Kecocokan dan Kenyamanan terhadap Minat Menggunakan Pembayaran Elektronik.

b. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai bahan masukan ilmu dan informasi pengetahuan yang dapat menambah dan melengkapi bahan bacaan atau literatur di perpustakaan.

c. Bagi perusahaan penerbit pembayaran elektronik

Memberikan penjelasan terkait dengan karakteristik yang mempengaruhi penggunaan layanan pembayaran elektronik oleh masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk meningkatkan kinerja perusahaan penerbit dalam hal khususnya pada layanan pembayaran elektronik.

d. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi, dapat menambah informasi, sumbangan pemikiran dan menambah pengetahuan pembaca mengenai kecocokan dan kenyamanan serta pengaruhnya terhadap minat penggunaan pembayaran elektronik.



THE
Character Building
UNIVERSITY