

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

#### **1.1.1. Profil Kota Medan**

Kota Medan sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Utara merupakan kota terbesar ketiga di Indonesia dari segi luas wilayah setelah Jakarta dan Surabaya. Kota Medan berada pada koordinat  $3^{\circ}30' - 3^{\circ}43'$  Lintang Utara  $98^{\circ}35' - 98^{\circ}44'$  Bujur Timur dengan luas wilayah sekitar  $265,10 \text{ km}^2$ . Kota Medan berbatasan langsung dengan Kabupaten Deli Serdang di sebelah barat, timur, dan selatan serta Selat Malaka di sebelah utara. Secara administratif, Kota Medan memiliki 21 kecamatan, yaitu: Kecamatan Medan Tuntungan, Kecamatan Medan Johor, Kecamatan Medan Amplas, Kecamatan Medan Denai, Kecamatan Medan Area, Kecamatan Medan Kota, Kecamatan Medan Maimun, Kecamatan Medan Polonia, Kecamatan Medan Baru, Kecamatan Medan Selayang, Kecamatan Medan Sunggal, Kecamatan Medan Helvetia, Kecamatan Medan Petisah, Kecamatan Medan Barat, Kecamatan Medan Timur, Kecamatan Medan Perjuangan, Kecamatan Medan Tembung, Kecamatan Medan Deli, Kecamatan Medan Labuhan, Kecamatan Medan Marelan, dan Kecamatan Medan Belawan.

Kota Medan menjadi salah satu kota yang dituju pelajar untuk melanjutkan pendidikan. Hal tersebut juga yang menjadikan banyak pelajar dari Malaysia yang melanjutkan pendidikan di Kota Medan karena biaya hidup dan pendidikan yang lebih murah (renesia.com, 2019). Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara (2021), jumlah mahasiswa Kota Medan pada tahun 2019 adalah sebanyak 288.484 orang. Jumlah perguruan tinggi di Kota Medan menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara (2021) adalah sebanyak 129 perguruan tinggi.

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII (2020) menunjukkan bahwa Provinsi Sumatera Utara memiliki kontribusi penetrasi internet tertinggi di Wilayah Sumatera dari Total Penetrasi di Indonesia yaitu

sebesar 5,8%. Posisi kedua, ketiga, keempat, dan kelima diraih oleh Sumatera Selatan 3,5%, Lampung 2,7%, Sumatera Barat 2,5%, dan Riau 2,2%. Persentase pengguna internet di Kota Medan mencapai 82,5% dari jumlah penduduk (APJII, 2020). Bank Indonesia Kantor Perwakilan Sumatera Utara mencatat bahwa 70% pengguna dompet digital Sumatera Utara berada di Kota Medan (sumatra.bisnis.com, 2019).

### **1.1.2. Profil OVO**

OVO adalah aplikasi layanan pembayaran yang dikembangkan oleh PT. Visionet Internasional yang didirikan oleh Lippo Group pada tanggal 25 September 2017 (akurat.co, 2019). Bank Indonesia (BI) mencatat, OVO menguasai pasar uang elektronik di Indonesia yakni 20% pada tahun 2019 (Burhan & katadata, 2020). OVO merupakan layanan dompet digital, *e – money*, atau biasa dikenal dengan istilah uang elektronik berbentuk aplikasi yang berfungsi sebagai alat pembayaran atau transaksi secara *online*. Aplikasi OVO memiliki jumlah pengguna dan jumlah transaksi yang sangat baik. Aplikasi OVO memiliki visi dan misi sebagai berikut: “Menjadi salah satu pemain teknologi finansial (*financial technology*) nomor satu di Indonesia dan mendukung program pemerintah terkait Gerakan Non Tunai (GNT)” (investor.id, 2018).

Pada awalnya, OVO hanya bekerjasama dengan perusahaan Lippo lainnya seperti RS Siloam dan Hypermart. Pada Juli 2018, OVO menjalin Kerjasama dengan Bank Mandiri, Alfamart, dan Grab (analisa.id, 2019). Kerjasama tersebut menjadikan OVO sebagai platform pembayaran ternama di Indonesia. PT Visionet Internasional atau dikenal dengan OVO bekerjasama dengan Tokopedia semenjak 31 Oktober 2018 dimana semenjak kerjasama tersebut pengguna OVO naik 400% (keuangan.kontan.co.id, 2019). OVO juga memberdayakan UMKM dengan memperkuat mengembangkan *QR Code* dimana pada pengguna OVO dapat melakukan pembayaran di lebih dari 180.000 *merchants* UMKM di berbagai wilayah di Indonesia. Pada 2018, OVO juga mempermudah pengguna dengan mempermudah pengisian saldonya melalui pengemudi Grab, Alfamart, dan lainnya (tek.id, 2018).

Dikutip dari beritasatu.com (2021) OVO menjadi perusahaan pembayaran keuangan digital yang paling banyak diminati masyarakat baik menengah maupun besar dimana hasil survei yang dilakukan oleh *Kadence International* Indonesia menunjukkan bahwa 96% responden menyadari OVO sebagai pembayaran digital dimana 71% responden merupakan pengguna aktif setidaknya sebulan terakhir yang tersebar lebih dari 430 kota dan kabupaten di Indonesia. Survei tersebut juga mengatakan bahwa 9 dari 10 masyarakat Indonesia memilih OVO sebagai pembayaran digital (medcom.id, 2021).

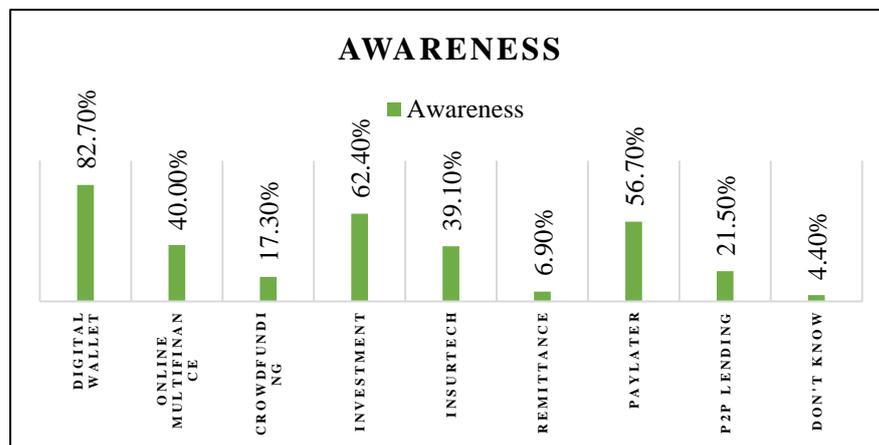
OVO mengategorikan pengguna ke dalam dua kategori, yakni OVO Club dan OVO Premier dimana fitur – fitur yang disediakan memiliki perbedaan. Pengguna OVO Club dapat menyimpan saldo OVO Cash sebesar Rp 2.000.000, sedangkan pengguna OVO Premier sebesar Rp 10.000.000. Fitur lain yang disediakan oleh OVO adalah sebagai berikut: *top up* saldo OVO, tarik tunai saldo OVO, membayar tagihan dan isi pulsa, donasi, dan OVO *Invest* (ovo.id, 2017). OVO menghadirkan OVO *Invest* dimana menjalin bekerjasama dengan Bareksa, Manulife Aset Manajemen Indonesia, dan Bahan TCW *Investment Management*. OVO juga mengembangkan layanan finansial ke produk asuransi kesehatan hingga kendaraan dimana OVO menjalin kerjasama dengan Prudential Indonesia (medcom.id, 2021). Layanan pembayaran digital OVO telah menjadi *startup unicorn* Indonesia, dengan nilai perusahaan lebih dari USD 1 miliar, berdasarkan Menteri Komunikasi dan Informatika Indonesia kelima Rudiantara (Jakarta Post, 2019). Dikutip dari situs keuangan.kontan.co.id (2021), OVO memproses 1 miliar transaksi dalam satu tahun secara *real time* dan terjadi peningkatan jumlah transaksi lebih dari 70% di tahun 2019.

## **1.2. Latar Belakang Penelitian**

Dewasa ini internet sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari – hari (cloudcomputing.id, 2021). Hal tersebut berdampak pada tingkat pengguna internet di Indonesia yang bertumbuh tiap tahunnya. Hasil survei APJII (2020) mencatat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 23,5 juta atau 8,9% dibandingkan 2018.

Perubahan yang terjadi akibat kemajuan teknologi merubah gaya hidup masyarakat dalam melakukan transaksi di setiap harinya. Sistem pembayaran semakin terdigitalisasi dengan kehadiran *financial technology* atau yang dikenal dengan *fintech*. Sangwan et al. (2019) mendefinisikan *fintech* sebagai penerapan komputer dan teknologi digital terkait di bidang layanan keuangan dan secara substansial mendefinisikan ulang kerja entitas keuangan. Bank Indonesia dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 mengklasifikasikan layanan *fintech* di Indonesia ke dalam lima jenis, yaitu: sistem pembayaran, pendukung pasar, manajemen investasi, pinjaman, pembiayaan, dan penyediaan modal, dan jasa keuangan lainnya.

Dalam riset yang dilakukan oleh *Daily Social* (2019), yaitu media penyedia informasi teknologi untuk masyarakat memberikan hasil bahwa masyarakat Indonesia mempertimbangkan dompet digital, investasi, dan *Paylater* sebagai produk *financial* yang berkaitan dengan teknologi. Terlihat bahwa 82,7% masyarakat sadar akan kehadiran dompet digital, 62,4% sadar dengan kehadiran investasi, dan 56,7% sadar akan kehadiran *Paylater*, selanjutnya dapat dilihat pada Gambar 1.1.



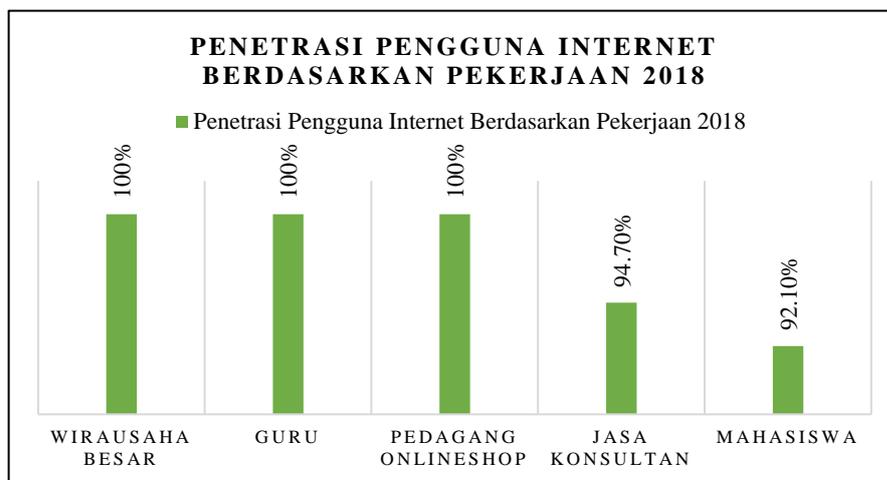
Gambar 1.1 Awareness Masyarakat Terhadap Produk *Fintech*

Sumber: Laporan Tahunan *Fintech* DailySocial (Daily Social, 2019)

*Fintech* menawarkan metode pembayaran yang mudah dan praktis bagi penggunaanya (akseleran.co.id, 2020). Pengguna *fintech* menyetero uang kepada penyedia layanan dalam bentuk elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi (bi.go.id, 2020a). Untuk dapat menggunakan layanan *fintech*



Hampir semua kelompok masyarakat memakai OVO sebagai *fintech payment* tidak terkecuali kelompok milenial kelas menengah (money.kompas.com, 2021). Dikutip dari CNN Indonesia (2018) generasi milenial dinilai sangat mudah dipengaruhi oleh budaya karena penggunaan internet yang akan meningkatkan konsumsi mereka. Badan Pusat Statistik (2018) menyebutkan bahwa rentang usia generasi milenial berada pada usia 20 – 40 tahun. Dengan demikian, mahasiswa dapat dikategorikan sebagai generasi milenial karena berada pada rentang usia 20 – 40 tahun. Berdasarkan survei APJII tahun 2018, mahasiswa termasuk ke dalam lima besar pekerjaan dengan penetrasi pengguna internet tertinggi di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.3. Mahasiswa merupakan pekerjaan dengan penetrasi pengguna internet kelima terbesar di Indonesia pada 2018 dengan angka 92,1%. Selanjutnya, pekerjaan jasa konsultan dengan angka 94,7% dan masing – masing pekerjaan wirausaha besar, guru, dan pedagang *online shop* dengan angka 100%.



Gambar 1.3 Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Pekerjaan 2018

Sumber: Laporan Survei APJII 2018 (APJII, 2018)

Tren penggunaan *fintech* dalam pembayaran akan berpotensi mempengaruhi perilaku manajemen keuangan seseorang. Humaira dan Sagoro (2018) menyatakan bahwa perilaku manajemen keuangan merupakan perilaku seseorang dalam mengatur keuangan mereka dari sudut pandang psikologi dan kebiasaan individu. Penelitian yang dilakukan oleh Erlangga dan Krisnawati, (2020) mengatakan

bahwa perilaku manajemen keuangan seseorang diukur melalui lima indikator sebagai berikut: konsumsi, arus kas, kredit, tabungan dan investasi, serta asuransi.

Kemajuan sistem informasi menunjukkan bahwa mekanisme pembayaran secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen dan pola konsumsi (See-To & Ngai, 2019). Hal tersebut didukung oleh penelitian Boden et al. (2020) yang menemukan bahwa *fintech payment* lebih mempengaruhi kemauan untuk membayar dibandingkan dengan kartu kredit. *Fintech payment* memberikan pengurangan biaya transaksi serta rasa kenyamanan untuk bertransaksi (Suri, 2017). Hal tersebut didukung oleh penelitian Kipkemboi dan Bahia (2019) yang mengatakan bahwa *fintech payment* membantu pengguna dalam mengelola arus kas dengan lebih baik karena *fintech payment* membantu pengguna dalam memperlancar konsumsi dan mengurangi biaya transaksi. Selain itu, penelitian yang dilakukan Meyll dan Walter (2019) menunjukkan bahwa *fintech payment* yang sering digunakan dapat meningkatkan perilaku kartu kredit yang mahal. Hasil penelitian Becker (2017) menunjukkan bahwa penggunaan *fintech* seperti aplikasi pengelolaan keuangan dapat meningkatkan saldo tabungan. Kemudian, penelitian yang dilakukan Pan et al. (2016) menunjukkan bahwa transaksi *fintech* memiliki pengaruh terhadap peningkatan investasi keuangan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Aron (2018) mengatakan bahwa pengguna *fintech* dapat memperoleh jalur ke produk asuransi yang mengurangi risiko karena peran *fintech* yang dapat diakses melalui gawai. Saat ini, mahasiswa harus memiliki kemampuan dalam memanfaatkan teknologi yang berarti mahasiswa dituntut untuk menguasai teknologi (mediaindonesia.com, 2021). Selain itu, penggunaan *fintech* tidak dapat terlepas dari mahasiswa (Kumala & Mutia, 2020). Berdasarkan hal tersebut, mahasiswa akan berpotensi terkena dampak dari penggunaan *fintech payment*.

Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan beberapa penelitian terdahulu. Hasil penelitian dari Erlangga dan Krisnawati (2020) mengatakan bahwa *fintech payment* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Wilayah Bandung Raya. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin sering mahasiswa di Wilayah Bandung Raya menggunakan *fintech payment* maka semakin baik perilaku manajemen keuangannya. Hasil uji analisis deskriptif

penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *fintech payment* mahasiswa di Wilayah Bandung Raya berada pada kategori baik dengan angka 84% yang artinya *fintech payment* telah berkembang pesat dan mahasiswa telah mengadopsi layanan *fintech* untuk bertransaksi. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Triwahyuningtyas dan Ferdiansyah (2021) mengatakan bahwa layanan *fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Hasil penelitian tersebut mengatakan bahwa *fintech* mempengaruhi perilaku keuangan sebesar 62,1% yang artinya *fintech* sangat membantu mahasiswa dalam mengelola keuangannya. Selain itu, menurut Cobla dan Osei-Assibey (2018), Xue dan Lin (2019), dan Ramadani (2016) penggunaan *fintech* juga memiliki pengaruh terhadap pengeluaran konsumsi.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh penggunaan *fintech payment* dompet digital OVO terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Kota Medan. Adapun judul penelitian ini adalah **“Pengaruh *Fintech Payment* Dompet Digital OVO terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa di Kota Medan”**.

### **1.3. Perumusan Masalah**

Peningkatan pengguna internet akan merubah gaya hidup seseorang. Saat ini, banyak pengguna internet melakukan transaksi berbelanja di internet dimana sebagian besar pembayaran tidak dapat dilakukan secara tatap muka. *Fintech* menawarkan konsep kemudahan transaksi kepada penggunanya. Kota Medan sebagai kota terbesar ketiga di Indonesia dari segi luas wilayah setelah Jakarta dan Surabaya menjadi penyumbang 70% pengguna dompet digital di Sumatera Utara. Kemudahan dalam bertransaksi tersebut yang menjadikan OVO sebagai salah satu *fintech payment* berkembang pesat. OVO merupakan aplikasi dengan pengguna terbanyak di Indonesia menurut survei APJII pada 2020. Berdasarkan konsep kemudahan yang ditawarkan dan berbagai macam promosi yang dilakukan OVO berpotensi mempengaruhi perilaku manajemen keuangan seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh Erlangga dan Krisnawati (2020) mengatakan bahwa *fintech payment* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin sering mahasiswa

menggunakan *fintech payment* maka semakin baik perilaku manajemen keuangannya. Selain itu, penggunaan *fintech* tidak dapat terlepas dari mahasiswa (Kumala & Mutia, 2020). Oleh karena itu, pengaruh *fintech payment* terhadap perilaku manajemen keuangan di kalangan mahasiswa di Kota Medan perlu untuk diteliti. Berdasarkan perumusan masalah yang telah disampaikan, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat penggunaan *fintech payment* dompet digital OVO pada mahasiswa di Kota Medan?
2. Bagaimana tingkat perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Kota Medan?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan *fintech payment* dompet digital OVO terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Kota Medan?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat penggunaan *fintech payment* dompet digital OVO pada mahasiswa di Kota Medan.
2. Untuk mengetahui tingkat perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Kota Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan antara penggunaan *fintech payment* dompet digital OVO terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Kota Medan.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1. Aspek Teoritis**

Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian berikutnya dengan topik *fintech* dan perilaku manajemen keuangan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan tentang pengaruh *fintech payment* terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Kota Medan dan penelitian ini diharapkan

dapat memberikan informasi serta tambahan ilmu pengetahuan khususnya di bidang keuangan literasi keuangan digital.

### **1.5.2. Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa untuk memanfaatkan *fintech payment* sebaik mungkin dan mengelola perilaku keuangannya dengan baik. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk mengembangkan kebijakan keuangan sehingga dapat meningkatkan literasi keuangan digital pada mahasiswa khususnya di Kota Medan. Kemudian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada PT. Visionet Internasional sebagai perusahaan *fintech payment* dompet digital OVO agar mengetahui bagaimana perilaku penggunaan konsumennya sehingga dapat meningkatkan layanan yang sesuai.

### **1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas terkait dengan penelitian ini. Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang penjelasan penelitian secara umum. Isi bab ini meliputi: Gambaran umum objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

#### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka dari penelitian yang dilakukan. Isi bab ini meliputi: Teori – teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis Penelitian.

#### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang pendekatan, metode, dan teknik yang akan digunakan untuk menjawab masalah penelitian. Isi bab ini meliputi: Jenis Penelitian, Operasional Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, dan Teknik Analisis Data.

**d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian. Isi bab ini meliputi: Karakteristik Responden, Hasil Penelitian, dan Pembahasan Hasil Penelitian.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran berupa saran praktis dan saran akademis kepada pihak – pihak terkait maupun bagi penelitian selanjutnya.