

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil OVO

OVO merupakan *platform* pembayaran dan layanan keuangan terkemuka di Indonesia yang terbentuk pada September 2017 dibawah kendali Lippo *Group*. Namun, Lippo *Group* telah menjual sebagian sahamnya kepada PT Visionet Internasional, yang menandakan kini OVO dikendalikan oleh PT Visionet Internasional (Budiansyah, 2019). Hingga saat ini OVO tersedia di 115 juta perangkat dengan akses ke pembayaran, transfer, *cash in out*, *reward*, manajemen aset, dan investasi yang diterima lebih dari 300 kota di seluruh kepulauan Indonesia dan OVO berkomitmen untuk membangun perusahaan pembayaran dan teknologi keuangan terbesar di Indonesia (OVO, 2017).

Setelah beberapa tahun berdiri, terdapat pihak-pihak yang melakukan kerjasama dengan OVO salah satunya Lippo *Group* dan Century Tokyo Leasing untuk membangun sejumlah kemitraan di Indonesia. Century Tokyo Leasing telah menginvestasikan sekitar \$120 juta, selain itu OVO mengumumkan kemitraan strategis dengan beberapa perusahaan besar di Indonesia antara lain Bank Mandiri, Alfamart, Grab dan Mocha, untuk memperluas basis penggunaanya OVO juga mengumumkan telah bekerja sama dengan platform belanja *online* yaitu Tokopedia. Bekerjasama sama dengan kemitraan baru akan menjadikan OVO sebagai platform pembayaran yang paling diterima di Indonesia (Sebayang, 2019). OVO sendiri memiliki beberapa fitur atau keunggulan lain, yaitu (Ovoint, 2021):

1. Poin

Salah satu fitur utama OVO dimana pengguna dapat mengumpulkan poin dari berbagai *merchant* yang bekerjasama dengan OVO atau yang bertanda OVO *Zone*. Fitur ini juga diciptakan sebagai *loyalty reward* yang dapat diperoleh ketika pengguna melakukan transaksi di *merchant* yang bekerjasama dengan OVO.

2. Fitur promo

OVO menawarkan berbagai promo menarik seperti diskon dan *cashback* kepada penggunanya yang berbelanja di *merchant* yang bekerjasama dengan OVO.

3. *Merchant*

OVO memberikan layanan yang memudahkan penggunanya dalam bertransaksi untuk segala kebutuhan, serta dapat menggunakan OVO *cash* dan OVO poin di berbagai *merchant* yang bekerjasama dengan OVO di berbagai wilayah di Indonesia.

4. Pembayaran lebih cepat

Pada aplikasi OVO, pembayaran dapat dilakukan lebih cepat dibandingkan dengan menggunakan pembayaran secara tunai.

5. Mengatur keuangan

Selain melakukan transaksi pembayaran, pengguna OVO dapat memonitor dan mengelola keuangan karena data transaksi pembayaran yang dilakukan ketika menggunakan OVO akan tersimpan sebagai data yang nantinya dapat dilihat di laman histori.

1.1.2 Logo Perusahaan

Gambar 1.1 menunjukkan logo perusahaan OVO.



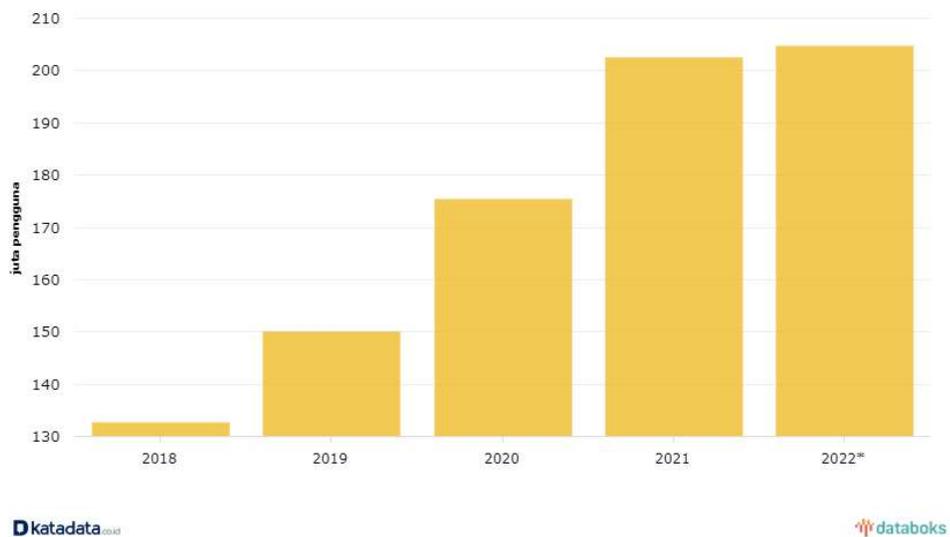
Gambar 1.1 Logo OVO

Sumber: Vian (2020)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia perkembangan teknologi semakin mengalami perubahan mulai dari revolusi industri 1.0 hingga 4.0 yang dikenal dengan transformasi digital (Rosmayanti, 2019). Di era 4.0 ini lebih banyak memanfaatkan internet yang akan terhubung ke berbagai perangkat elektronik (Rizkinaswara, 2020). Dengan adanya pemanfaatan internet di era revolusi 4.0 ini berdampak pada peningkatan

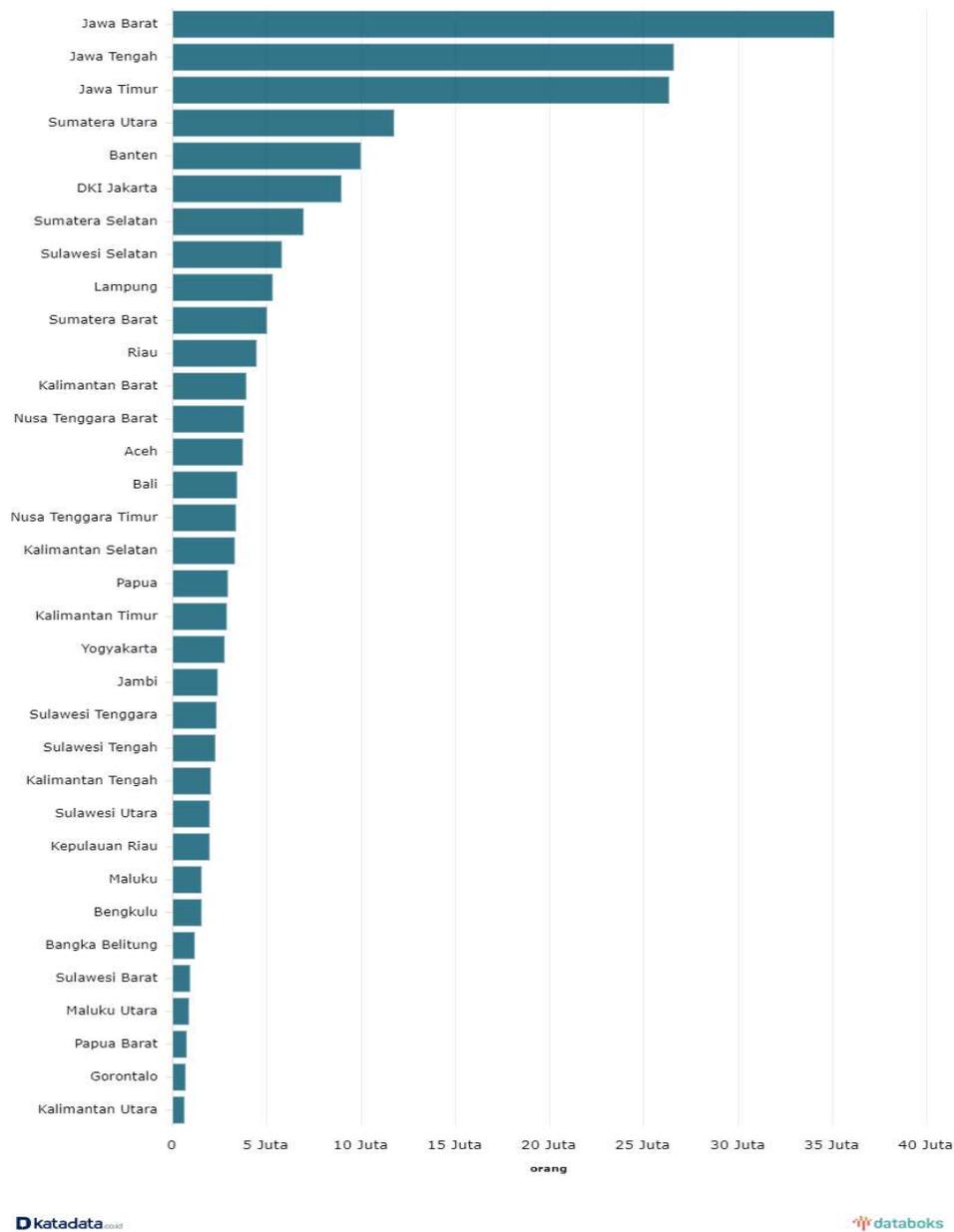
penggunaan internet di Indonesia (Welianto, 2019), hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.2 yang menunjukkan peningkatan pengguna internet di Indonesia yang cukup signifikan dari tahun 2018 hingga 2022. Dilihat dari empat tahun terakhir pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 27.3 juta dari tahun 2018-2019, kemudian dari tahun 2019-2020 meningkat sebesar 25.4 juta, selanjutnya dari tahun 2020-2021 meningkat sebesar 27.2 juta, dan dari tahun 2021-2022 meningkat sebesar 2.1 juta.



Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Dari 2018 Hingga 2022

Sumber: Annur (2022)

Dikarenakan Indonesia memiliki wilayah cukup luas sehingga menyebabkan penyebaran pengguna internet semakin tinggi, adapun jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2020 yaitu sebanyak 196.71 juta. Adapun Gambar 1.3 yang menunjukkan data mengenai jumlah pengguna internet berdasarkan provinsi pada tahun 2020, dari jumlah tersebut pengguna terbanyak berada di Jawa Barat dengan total 35.1 juta pengguna.



Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Internet Berdasarkan Provinsi

Sumber: Bayu (2020)

Selain itu juga terdapat beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya peningkatan penggunaan internet, diantaranya terjadi perubahan gaya hidup masyarakat dalam berbagai aktivitas seperti berkomunikasi, bekerja, berbelanja, belajar dan lain lain (Kuswandi, 2020). Dimana dulunya aktivitas masih dilakukan secara tradisional tetapi kini sudah berubah ke arah digital, salah satu aktivitas sehari-hari yang paling terlihat perubahannya yaitu transaksi ekonomi dalam sistem pembayaran dari tunai menjadi non tunai yang dilakukan secara digital. Dimana terdapat berbagai jenis pembayaran non tunai seperti kartu kredit, kartu debit, dan

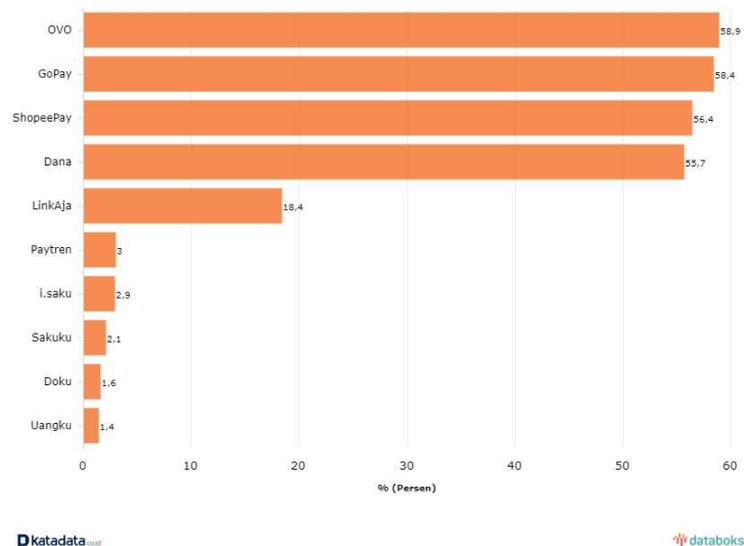
dompet digital (OCBC, 2021), tetapi dari ketiga jenis pembayaran tersebut dompet digital yang paling sering digunakan oleh masyarakat untuk melakukan transaksi non tunai (Santia, 2020). Adapun riset yang dilakukan oleh Jatmika (2021) untuk melihat apa saja alasan masyarakat menggunakan dompet digital, hasil tersebut terlampir pada Tabel 1.1 yang memaparkan alasan masyarakat menggunakan dompet digital berdasarkan hasil riset yang diambil dari 1.000 responden.

Tabel 1. 1 Alasan Masyarakat Menggunakan Dompet Digital

Persentase	Alasan
40%	Pembayaran transportasi <i>online</i>
32%	Pembayaran jasa pesan antar makanan maupun minuman
28%	Pembayaran <i>merchant</i>

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

Di sisi lain tingginya penggunaan dompet digital disebabkan karena adanya pandemik *COVID-19* yang mengharuskan masyarakat untuk melakukan pembayaran secara non tunai untuk meminimalisir penyebaran virus (Prsaetya, 2020). Tingginya penggunaan dompet digital tersebut terlampir pada Gambar 1.4 yang merupakan infografik yang menjelaskan mengenai sepuluh dompet digital dengan jumlah pengguna terbanyak yang menguasai pasar pembayaran digital Indonesia.



Gambar 1.4 Jumlah Pengguna Dompet Digital di Indonesia

Sumber: Pahlevi (2022)

Berdasarkan grafik yang ada pada Gambar 1.4 terdapat 5 peringkat tertinggi pengguna dompet digital yaitu dimana OVO berada di urutan pertama dengan jumlah pengguna terbesar di Indonesia, kemudian disusul oleh GoPay yang ada di urutan kedua, ShopeePay di urutan ketiga, Dana berada di urutan keempat, kemudian LinkAja berada di urutan kelima. Adapun alasan OVO berada di peringkat pertama dikarenakan OVO memiliki keunggulan, diantaranya OVO sudah bekerja sama dengan berbagai *merchant* seperti Lazada, Tokopedia, dan Bukalapak yang memudahkan pengguna untuk melakukan pembayaran ketika ingin berbelanja secara *online* melalui *e-commerce*, selain itu OVO dapat digunakan untuk keperluan transportasi, memesan makanan dan sebagainya melalui aplikasi Grab yang juga memiliki banyak *cashback* bagi pengguna setianya (Ramadani, 2019).

Tetapi walaupun penggunaan OVO meningkat di tengah perkembangan teknologi untuk transaksi pembayaran digital yang semakin pesat, masih terdapat masyarakat yang lebih memilih melakukan pembayaran secara tunai dan menjadikan uang tunai sebagai keunggulan dalam melakukan transaksi (Kominfo, 2021), jika dilihat dari sisi usia, dompet digital lebih banyak digunakan oleh generasi muda usia 25-29 tahun karena tingkat produktivitasnya jauh lebih tinggi (Ipsos, 2020). Sehingga hal tersebut masih menjadi tantangan bagi OVO untuk lebih memperkenalkan pembayaran digital karena masih terdapat masyarakat yang belum memahami cara kerja OVO dan merasa kesulitan untuk menggunakannya, serta belum mengetahui kemudahan serta keunggulan yang terdapat pada OVO dalam melakukan berbagai macam layanan pembayaran (Gobiz, 2021).

Hal tersebut di dukung dengan masih terdapat beberapa permasalahan pada OVO diantaranya pengguna merasa kesulitan menggunakan OVO karena tidak bisa *top up* saldo, ketika mereka sudah berhasil *top up* ternyata saldo tersebut tetap tidak bertambah sehingga menghambat kegiatan mereka untuk melakukan transaksi (CNN, 2021). Di sisi lain, menurut Hamdani (2020) terdapat kembali permasalahan karena pengguna tidak bisa mengakses aplikasi OVO dimana mereka terus diminta *login* namun tetap gagal, dan permasalahan selanjutnya yaitu terdapat pengguna

yang gagal melakukan transaksi tetapi saldo yang mereka miliki sudah terpotong (Radityo, 2018).

Dengan adanya beberapa permasalahan tersebut pihak perusahaan perlu mengetahui permasalahan mana yang perlu diprioritaskan atau membutuhkan tanggapan segera untuk dilakukan perbaikan, hal tersebut dilakukan agar dapat memudahkan pihak perusahaan OVO dalam memperbaiki *performance* layanannya agar semakin banyak orang yang menggunakan OVO. Maka dari itu penelitian ini menggunakan analisis IPMA untuk menilai hubungan antara *importance* dan *performance* dari variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *habit* dan *behavioral intention* terhadap *use behavior* yang akan membantu perusahaan OVO untuk menentukan prioritas permasalahan yang sebaiknya perlu dilakukan perbaikan.

Kemudian untuk meningkatkan penggunaan OVO perusahaan perlu membangun niat masyarakat terlebih dahulu dengan meningkatkan *performance* layanan yang dimiliki OVO. Karena untuk meningkatkan *use behavior* dari seseorang itu perlu membangun *behavioral intention* yang ditandai dengan semakin banyak yang bersedia untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi. Dimana penerapan *use behavior* itu dapat menentukan seseorang untuk menggunakan atau tidak suatu sistem maupun teknologi yang dilihat dari tingkat kemudahan penggunaannya, selain itu seseorang akan menggunakan sistem ataupun teknologi yang didasari oleh sejauh mana seseorang percaya terhadap sistem ataupun teknologi tersebut dalam membantu aktivitas mereka, karena jika seseorang sudah mempercayai suatu sistem atau teknologi maka mereka akan menggunakan di mana saja dan kapan saja sejauh terdapat kondisi yang memfasilitasi (Gupta dan Arora, 2019).

Pada penelitian ini untuk mengukur perilaku seseorang individu dalam penggunaan atau penerimaan suatu sistem maupun teknologi menggunakan model UTAUT2 yang akan diukur dengan enam variabel independen yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, dan *habit* terhadap *use behavior* sebagai variabel dependen dengan melihat pengaruh dari *behavioral intention* sebagai variabel intervening. Terdapat

beberapa ahli yang mengemukakan pendapat mengenai variabel-variabel yang akan diimplementasikan pada penelitian ini. Menurut Gupta dan Arora (2019) *performance expectancy* dan *effort expectancy* dinilai cukup penting, karena *performance expectancy* ini akan menilai sejauh mana seseorang percaya terhadap sistem ataupun teknologi untuk membantu kinerja mereka, sedangkan *effort expectancy* akan menentukan seseorang untuk menggunakan suatu sistem ataupun teknologi yang dilihat dari tingkat kemudahan penggunaannya. *Social influence* merupakan pengaruh dari seseorang yang sebelumnya telah memiliki pengalaman menggunakan suatu sistem ataupun teknologi (Ozturk *et al.*, 2020).

Kemudian *facilitating conditions* memiliki peran penting karena dengan adanya layanan atau fasilitas pendukung membuat minat seseorang untuk menggunakan tinggi (Gupta dan Arora, 2019). Selanjutnya variabel yang memiliki peran yang penting yaitu *hedonic motivation*, dan *habit*, semakin tinggi kesenangan dan manfaat yang didapat dari menggunakan suatu sistem atau teknologi maka akan memperkuat keyakinan seseorang untuk menggunakannya. Di sisi lain *habit* akan membuat seseorang ketagihan sehingga akan lebih sering menggunakan sistem atau teknologi. Dari uraian latar belakang yang sudah dijelaskan maka penelitian ini berjudul “**ANALISIS USE BEHAVIOR DOMPET DIGITAL OVO DENGAN MENGGUNAKAN MEDIASI BEHAVIORAL INTENTION**”.

1.3 Perumusan Masalah

Dapat diketahui bahwa ditengah perkembangan teknologi untuk transaksi pembayaran yang semakin pesat ini masih terdapat masyarakat yang lebih memilih menggunakan transaksi secara tunai. Mereka belum melakukan pembayaran secara non tunai dengan menggunakan OVO karena mereka belum memahami cara kerja OVO dan masih merasa kesulitan untuk menggunakannya, serta belum mengetahui kemudahan serta keunggulan yang terdapat pada OVO dalam melakukan berbagai macam layanan pembayaran. Hal tersebut di dukung dengan masih terdapat beberapa permasalahan pada OVO diantaranya pengguna merasa kesulitan menggunakan OVO karena tidak bisa *top up* saldo, ketika mereka sudah berhasil *top up* ternyata saldo tersebut tetap tidak bertambah sehingga menghambat kegiatan mereka untuk melakukan transaksi (CNN, 2021). Di sisi lain, menurut

Hamdani (2020) terdapat kembali permasalahan karena pengguna tidak bisa mengakses aplikasi OVO dimana mereka terus diminta *login* namun tetap gagal, dan permasalahan selanjutnya yaitu terdapat pengguna yang gagal melakukan transaksi tetapi saldo yang mereka miliki sudah terpotong (Radityo, 2018).

Dengan adanya beberapa permasalahan tersebut pihak perusahaan perlu mengetahui permasalahan mana yang perlu diprioritaskan atau membutuhkan tanggapan segera untuk dilakukan perbaikan, hal tersebut dilakukan agar dapat memudahkan pihak perusahaan OVO dalam memperbaiki *performance* layanannya agar semakin banyak orang yang menggunakan OVO. Maka dari itu penelitian ini menggunakan analisis IPMA untuk menilai hubungan antara *importance* dan *performance* dari variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *habit* dan *behavioral intention* terhadap *use behavior* yang akan membantu perusahaan OVO untuk menentukan prioritas permasalahan yang sebaiknya perlu dilakukan perbaikan. Karena untuk meningkatkan *use behavior* dari seseorang itu perlu membangun *behavioral intention* yang ditandai dengan semakin banyak yang bersedia untuk menggunakan suatu sistem atau teknologi

Maka dari itu akan dilakukan penelitian untuk menganalisis bagaimana pengaruh *use behavior* melalui *behavioral intention* pada layanan dompet digital OVO dengan menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*, karena UTAUT2 akan mempelajari penerimaan dan penggunaan dari sebuah teknologi yang sudah ada sebelumnya dalam konteks konsumen (Venkatesh *et al.*, 2012). Maka dari itu penelitian ini akan menggunakan variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, dan *habit* sebagai variabel independen, *behavioral intention* sebagai variabel intervening dan *use behavior* sebagai variabel dependen untuk mengukur apakah terdapat pengaruh dari variabel tersebut.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berikut merupakan pertanyaan penelitian dalam penelitian ini:

1. Apakah *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO?

2. Apakah *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO?
3. Apakah *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO?
4. Apakah *facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO?
5. Apakah *hedonic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO?
6. Apakah *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO?
7. Apakah *behavioral intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* dalam menggunakan dompet digital OVO?
8. Apakah *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO?
9. Apakah *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO?
10. Apakah *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO?
11. Apakah *facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO?
12. Apakah *hedonic motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO?
13. Apakah *habit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO?
14. Bagaimana *importance rating* dan *performance rating* terhadap variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating*

conditions, hedonic motivation, habit, dan behavioral intention dalam penggunaan dompet digital OVO?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas maka diturunkan menjadi tujuan penelitian untuk menjawab berbagai pertanyaan tersebut, diantaranya sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *performance expectancy* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO.
2. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *effort expectancy* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO.
3. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *social influence* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO.
4. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO.
5. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *hedonic motivation* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO.
6. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *habit* terhadap *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO.
7. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *behavioral intention* terhadap *use behavior* dalam menggunakan dompet digital OVO.
8. Mengetahui pengaruh *performance expectancy* positif dan signifikan terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO.
9. Mengetahui pengaruh *effort expectancy* positif dan signifikan terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO.
10. Mengetahui pengaruh *social influence* positif dan signifikan terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO.

11. Mengetahui pengaruh *facilitaing conditions* positif dan signifikan terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO.
12. Mengetahui pengaruh *hedonic motivation* positif dan signifikan terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO.
13. Mengetahui pengaruh *habit* positif dan signifikan terhadap *use behavior* melalui *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO.
14. Mengetahui *importance rating* dan *performance rating* terhadap variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *hedonic motivation*, *habit*, dan *behavioral intention* dalam menggunakan dompet digital OVO.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan khususnya dalam bidang manajemen teknologi yang terkait dengan mempengaruhi seseorang dalam penggunaan dompet digital, selain itu dapat digunakan untuk menguatkan penelitian mengenai layanan penggunaan dompet digital melalui model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang bermanfaat kepada para pelaku bisnis salah satunya dibidang *financial technology* agar dapat mengetahui aspek apa saja yang berpengaruh minat seseorang terhadap penggunaan layanan dompet digital.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir ini memaparkan informasi mengenai material dan beberapa hal pokok lainnya yang perlu dibahas pada setiap bab, sehingga dapat memberikan gambaran secara jelas mengenai penelitian yang disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan gambaran umum penelitian yang meliputi objek penelitian, latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat dari penelitian serta diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan berbagai teori yang akan digunakan pada penelitian secara rinci mulai dari umum hingga khusus dan disertai penelitian terdahulu dari beberapa ahli yang dilanjutkan dengan kerangka pemikiran, kemudian diakhiri dengan hipotesis penelitian yang akan diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan secara mendalam mengenai pendekatan penelitian, metode, dan teknik yang akan digunakan untuk melakukan analisis temuan dalam masalah penelitian. Pada bab ini meliputi informasi tentang jenis penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel yang digunakan untuk penelitian, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat suatu pandangan teoritis dari peneliti terhadap temuan dari hasil analisis, yang menjelaskan mengenai hasil penelitian dan pembahasan, hasil analisis data, pengujian hipotesis serta pembahasan peneliti.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan dan memberikan saran dari hasil penelitian serta pembahasan yang dipaparkan secara jelas sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang sudah dijelaskan sebelumnya pada sub-bab terpisah.