

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

Bedasarkan hasil wawancara dengan informan maka diperoleh data-data berupa identitas informan meliputi nama, usia, alamat, dan pekerjaan.

Tabel 4.1. Identitas Informan

No.	Nama	Usia	Alamat	Pekerjaan
1	Wirma (WM)	33	Jl. Brigen Hasan Baseri, Kel. Bukat, Kec.Barabai, Hulu Sungai Tengah	Pegawai Negeri Sipil
2	Nur Rahman (NR)	50	Jl. Meranti Raya, Kel. Alalak Utara, Kec. Banjarmasin Utara	Wiraswasta
3	Ispahani (IH)	36	Jl. Sungai Jingah Rt.05, Kel. Sungai Jingah, Kec. Banjarmasin Utara	Wiraswasta
4	Khairiah (KH)	27	Gg. Mutiara , Jl. Belitung Darat, Kel. Kuin Cerucuk, Kec. Banjarmasin Barat	Ibu Rumah Tangga
5	Nurita (NT)	24	Gg. Sederhana, Jl. Kelayan A, Kec. Banjarmasin Tengah	Jualan Online
6	Lili (LI)	27	Jl. Ampera Raya No.3, Kec. Banjarmasin Barat	Swasta
7	Nursariati (NS)	31	Jl. Trans Kalimantan, Kel. Semangat Karya, Kec. Alalak, Kab. Barito Kuala	Sales Promotin Louis
8	Norliyana (NL)	37	Jl. Pekapuran A, Kel. Karang Mekar, Kec. Banjarmasin Timur	Ibu Rumah Tangga
9	Novita Sari (NI)	24	Gg. Amal Utama , Jl. Belitung Darat RT. 15, Kel. Belitung Utara, Kec. Banjarmasin Barat	Karyawan BUMN
10	Suprpto (SP)	32	Jl. Tembus Mantuil RT.01 RW.01, Kel. Kelayan Selatan, Kec. Banjarmasin Selatan	Pedagang

No.	Nama	Usia	Alamat	Pekerjaan
11	Khadijah (KD)	45	Gg. Bawang Putih RT. 17, Jl. Kelayan A, Kec. Banjarmasin Tengah	Pedagang
12	Khairatunnisa (KN)	19	Jl. Melati RT. 16 Komp. Griya Permata, Handil Bakti, Kec. Alalak, Kab. Barito Kuala	Mahasiswa
13	Febri (FI)	29	Jl. Mawar Komp. Griya Permata, Handil Bakti, Kec. Alalak, Kab. Barito Kuala	Mahasiswa
14	Siti Mutaharar (SM)	39	Jl. Pemuda, Kel. Candi, Kec. Kumai, Kab. Kotawaringin Prov. Kalimantan Tengah	Buka Bengkel
15	Ahmad Baihaqi (AB)	18	Gg. Mujahidin RT. 24, Kel. Sungai Lulut, Kec. Banjarmasin Timur	Driver Grab
16	Anna Rosalina (AR)	21	Komp. Griya Ulun Permai, Jl. Asabri 3 Blok.CC 10 Kec. Landasan Ulin, Kota Banjarbaru	Swasta
17	Fikri Rahmani (FR)	21	Jl. Kuripan Komplek Cempaka Putih	Mahasiswa
18	Faridz Fauzan Ferdianto (FF)	19	Jl. Sultan Adam, Kel. Surgi Mukti, Kec. Banjarmasin Utara	Mahasiswa
19	M. Ardansyah Pama (AP)	21	Jl. A. Yani KM. 5.5 Komp. TNI-AD R.Soeprpto RT.03 Rw. 01 No. 06 blok F.75	Mahasiswa/Driver Grab
20	Aminurrahman (AN)	22	Jl. Gatot Subroto, Komp. Mandastana 3 No.17, Kec. Banjarmasin Timur	Mahasiswa/Driver Grab
21	M. Fahilmi Anasaputra (FA)	23	Jl. Pramuka, Komp. Kenanga Citraputri Raya Ujung RT.07 RW.01, Kel. Pemurus Luar, Kec. Banjarmasin Timur	Mahasiswa
22	Lailatul Rafiah (LR)	27	Komp. Berangas Permata Indah, Blok K Jalur 5 No.60, Kel. Alalak Berangas Timur, Kec. Barito Kuala	Swasta
23	Luis Nur (LN)	38	Jl. Tembus Mantuil RT.05 RW.03, Kel. Kelayan Selatan, Kec. Banjarmasin Selatan	Swasta

No.	Nama	Usia	Alamat	Pekerjaan
24	Syarifah Fadilah (SF)	22	Jl. Antasan Raden Darat, Kel. Teluk Tiram, Kec. Banjarmasin Barat	Jualan Online
25	M. Maulana (MM)	21	Jl. Pramuka Komplek DPRD, Kec. Banjarmasin Timur	Mahasiswa
26	Risa Nur'ain (RN)	20	Jl. Ingub No.97 RT.31 Gatot Subroto IV, Kec. Banjarmasin Timur	Mahasiswa
27	Amalia Utary (AU)	21	Gg. Muhajirin No.31Jl. Pramuka, Kec. Banjarmasin Timur	Mahasiswa
28	Andi Nur Hasanah (AH)	21	Jl. Bawang Putih Komp. Kebun Bunga, Kec. Banjarmasin Timur	Mahasiswa
29	Abdul halim (AM)	24	Jl. Darma Bakti V Komp. Dharma Praja, Kec. Banjarmasin Timur	Mahasiswa
30	Muhammad Arifki (MA)	24	Jl. Manggis Komp. Arrahim, Kec. Banjarmasin Timur	Pegawai PT. Finansia Multi Finance

Sumber: Data diolah dari data primer, tahun 2019.

Pengambilan sampel penelitian diawali dengan wawancara penulis bersama supervisor pemasaran OVO Kota Banjarmasin untuk menanyakan jumlah pengguna OVO yang bertransaksi di Kota Banjarmasin. Supervisor OVO menjelaskan jumlah pengguna OVO yang bertransaksi di Kota Banjarmasin masih di bawah 50% dari jumlah penduduk. Terkait data berapa jumlah pasti pengguna OVO yang bertransaksi di Kota Banjarmasin pihak OVO tidak melakukan pendataan hanya perhitungan volume transaksi setiap daerah (Wanda, 2019). Penulis diperbolehkan mewawancarai beberapa pengguna OVO dengan berjaga di tempat pemasaran OVO seperti Ramayana, Matahari, Hypermart, serta merchant-merchant lainnya.

Saat melakukan penelitian ini jumlah pengguna OVO yang berhasil penulis temui sebanyak 30 orang. Tiga puluh orang tersebut adalah:

1. Informan 1

Wirma atau berinisial WM (wirma, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. WM menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja kebutuhan pakaian dan makanan di pusat perbelanjaan seperti Ramayana dan Matahari *Departement Store* Duta Mall Banjarmasin dalam enam bulan terakhir.

Alasan WM tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO. WM juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui iklan-iklan di beberapa pusat perbelanjaan di Kota Banjarmasin. Selain itu, peran *Sales Promotion* OVO juga mempengaruhi WM menggunakan OVO. Cara *sales promotion* menawarkan produk OVO dengan mendatangi WM secara langsung dan menanyakan apakah WM sudah mengetahui dan menggunakan OVO dengan menawarkan segala keuntungannya dan kemudahan bertransaksi berbelanja serta transaksi lain seperti pengisian pulsa dan pembayaran listrik.

WM hanya menggunakan OVO untuk transaksi berbelanja di pusat perbelanjaan saja. Keuntungan yang didapat WM waktu pertamakali transaksi menggunakan OVO ialah potongan harga 20% dengan minimal belanja Rp. 200.000,-. WM mengaku tidak mengetahui jenis uang elektronik lainnya.

Keputusan WM untuk menggunakan OVO tidak dipengaruhi oleh keluarga, teman, ataupun lingkungan kerja dan tempat tinggal.

Kebiasaan yang dilakukan WM, ia hanya akan mengisi saldo OVO ketika telah mengetahui berapa total uang belanjaan yang harus dibayarnya. Menurut WM, untuk menggunakan OVO cukup memakan waktu akan tetapi dengan cara tersebut tidak ada uang yang mengendap di dalamnya serta mendapatkan potongan harga atau pengembalian uang.

Kekurangan dari OVO menurut WM ialah kurangnya informasi langsung kepada pelanggan baik lewat sosial media seperti whatsApp, pesan singkat, atau e-mail tentang penawaran-penawaran yang diadakan setiap hari sehingga saat ingin belanja pelanggan baru mengetahui penawaran hari tersebut.

2. Informan 2

Nur Rahman atau berinisial NR (Rahman, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. NR menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja di salah satu pusat perbelanjaan Kota Banjarmasin yaitu Ramayana serta melakukan pengisian pulsa dan pembayaran listrik dalam dua bulan terakhir.

NR menjelaskan bahwa alasan dia tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO. Selain itu, NR sering kesulitan untuk mengisi token listrik dan pulsa karena tempat tinggalnya jauh dengan gerai penjualan pulsa dan token listrik.

NR juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO dari *sales promotion* OVO saat ia belanja di salah satu Pusat perbelanjaan di Kota Banjarmasin. Cara *sales promotion* menawarkan produk OVO dengan mendatangi NR secara langsung dan menanyakan apakah NR sudah mengetahui dan menggunakan OVO dan menawarkan segala keuntungannya dan kemudahan bertransaksi berbelanja serta transaksi lain seperti pengisian pulsa dan token listrik. Saat pertama kali NR menggunakan OVO, NR mendapatkan penawaran yang diberikan OVO berupa pengembalian uang dalam bentuk virtual senilai Rp. 50.000,- dengan minimal belanja Rp. 150.000,-.

NR juga memiliki uang elektronik selain OVO seperti DANA dan Gopay. NR menggunakan DANA untuk pembayaran BPJS dan PDAM. NR mengaku dalam memutuskan menggunakan OVO tidak dipengaruhi oleh keluarga, teman, atau yang lainnya. NR melakukan pengisian saldo OVO senilai Rp. 500.000,- sampai Rp. 1.000.000,- untuk berbelanja dan mengisi pulsa serta token listrik. Penggunaan OVO menurut NR akan membantu mempermudah dalam kehidupan sehari-hari serta menghemat waktu dan biaya apabila digunakan dengan maksimal. Ia juga menjelaskan bahwa ia masih belum mengerti beberapa fitur layanan OVO didalam aplikasi, baru sebatas belanja dan mengisi pulsa serta token. Faktor usia juga mendukung lemahnya daya tangkap untuk mengeksplor aplikasi uang digital sehingga ia memerlukan fitur yang lebih sederhana namun tidak kehilangan fungsi sebenarnya. Evaluasi untuk OVO sendiri, menurut NR yang perlu ditingkatkan ialah mengupdate informasi melalui media iklan atau pesan singkat kepada pengguna sehingga mempermudah dalam berbelanja

3. Informan 3

Ispahani atau berinisial IH (Ispahani, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. IH menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja pakaian di salah satu pusat perbelanjaan Kota Banjarmasin yaitu Ramayana serta untuk pembayaran ojek online yaitu Grab untuk mengantar anaknya sekolah. IH telah menggunakan OVO selama empat bulan terakhir.

IH menjelaskan bahwa alasan dia tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu serta potongan biaya operasional ojek online yang lumayan menguntungkan. IH juga mengatakan ia mendapatkan informasi mengenai OVO dari *Sales Promotion*. Saat itu, penawaran yang diberikan OVO berupa poin untuk berbelanja dan potongan harga ojek online yang IH dapat saat ingin mengantar anaknya sekolah. Selain dari *sales promotin*, IH juga mengaku mendapatkan informasi dari teman-teman sekitarnya. IH rutin mengisi saldo OVO sebesar Rp. 150.000,- setiap bulannya untuk biaya ojek online. IH mengetahui bahwa OVO selain untuk berbelanja bisa digunakan untuk pengisian pulsa, token listrik, dan pembayaran BPJS serta mampu mentransfer uang ke rekening bank. Akan tetapi, IH belum mencoba hal tersebut karena terbatasnya informasi cara penggunaannya.

IH mengaku tidak mengetahui dan mempunyai jenis uang elektronik lain selain OVO. Menurut IH menggunakan OVO sangat membantu dalam berbelanja karena ia mendapatkan pengembalian uang yang sewaktu-waktu dapat digunakan

kembali. IH juga berpendapat bahwa dengan menggunakan OVO juga hemat waktu dalam bertransaksi. Kekurangan OVO menurut IH, lebih ditingkatkan lagi pemberian potongan harga sehingga IH akan lebih sering berbelanja.

4. Informan 4

Khairiah atau berinisial KH (khairiah, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merk OVO. KH menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja pakaian di salah satu pusat perbelanjaan di Kota Banjarmasin yaitu Ramayana serta untuk pengisian pulsa dan pembayaran listrik. KH menggunakan OVO sekitar empat bulan terakhir.

KH menjelaskan bahwa alasan dia tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan. Selain itu, KH sering melakukan transaksi pengisian pulsa dan token listrik menggunakan OVO dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan harga di gerai penjualan. KH mendapatkan informasi mengenai OVO dari *Sales Promotion* dan ditawarkan keuntungan berupa potongan harga. Saat itu, penawaran yang diberikan OVO berupa pengembalian uang sebesar 10% untuk minimal belanja Rp 150.000,-. Selain dari *sales promotin* KH juga mengaku mendapatkan informasi dari tetangganya yang terlebih dahulu menggunakan OVO.

KH juga mengetahui bahwa OVO juga bisa digunakan untuk pengisian pulsa, pembayaran listrik, dan pembayaran BPJS serta mampu mentransfer uang ke rekening bank tanpa dikenakan biaya. Akan tetapi, KH hanya menggunakan

OVO untuk berbelanja dan mengisi pulsa serta token listrik saja karena belum merasa perlu menggunakan pelayanan lainnya. KH melakukan pengisian saldo OVO saat berbelanja dengan melebihkan jumlah pengisian dari total belanja agar nanti dapat digunakan untuk mengisi pulsa dan pembayaran listrik.

KH mengaku mempunyai uang elektronik lain selain OVO yaitu DANA. KH menggunakan DANA untuk pembayaran belanja online. Dengan menggunakan OVO, menurut KH lebih mudah melakukan pembelian token listrik dan pulsa apabila sewaktu-waktu habis. Selain itu karena ada penawaran potongan harga maka belanja lebih hemat dan sisa alokasi dana bisa digunakan untuk keperluan lain. Kekurangan yang perlu OVO tingkatkan ialah perbanyak cash back.

5. Informan 5

Nurita atau berinisial NT (Nurita, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. NT menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja kebutuhan makanan di salah satu pusat perbelanjaan di Kota Banjarmasin yaitu Hypermart Duta Mall Banjarmasin serta menggunakan jasa ojek online untuk pengantaran pesanan pelanggan jualannya.

NT menjelaskan alasan ia tertarik menggunakan OVO karena adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan. NT mengaku baru dua kali bertransaksi berbelanja menggunakan OVO, ia lebih sering menggunakan OVO untuk pembayaran ojek online. Pertama kali menggunakan OVO sejak dua bulan yang lalu. NT mendapatkan potongan harga senilai Rp.50.000,- dengan minimal transaksi Rp.200.000,-. NT mendapatkan informasi

tentang OVO dari media sosial dan iklan Grab di televisi dengan penawaran Rp 1 (satu rupiah) untuk transaksi pengguna baru Grab. NT belum mengetahui jenis transaksi lain yang bisa dilakukan menggunakan OVO selain berbelanja dan penggunaan ojek online.

NT menyatakan mempunyai uang elektronik lain yaitu DANA. NT lebih sering menggunakan DANA karena baru mengetahui uang elektronik OVO. NT melakukan pegisian OVO satu minggu sekali dengan kisaran saldo Rp.100.000,- sampai Rp. 300.000,-. Menurut NT, penggunaan OVO sangat membantu dalam kehidupan sehari-hari. Karena pekerjaan NT berjualan online yang mengharuskan NT untuk mengantar pesanan ke pelanggan menggunakan ojek online. Pembayaran jasa ojek online lebih murah menggunakan OVO dibandingkan dengan uang tunai sehingga lebih menghemat biaya. NT menyampaikan yang perlu ditingkatkan dari OVO ialah memperbanyak potongan harga dan *voucher* gratis jasa pengiriman.

6. Informan 6

Lili atau berinisial LI (Lili, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. LI menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja pakaian dan makanan di beberapa pusat perbelanjaan di Kota Banjarmasin seperti Matahari Departement Store, Hypermart Duta Mall Banjarmasin, dan Ramayana. LI menggunakan OVO sekitar dua tahun lamanya.

Alasan LI tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan

syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO. Selain itu, dibandingkan dengan produk uang elektronik lain yang dimiliki LI, OVO dapat digunakan di merchant-merchant yang lain. Pertama kali LI menggunakan OVO mendapatkan potongan harga 10% dengan belanja minimal Rp. 200.000,-. LI juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui iklan-iklan di beberapa pusat perbelanjaan di Kota Banjarmasin. Selain itu, LI mendapatkan informasi dari tetangganya yang terlebih dahulu menggunakan OVO.

LI hanya menggunakan OVO untuk berbelanja di pusat perbelanjaan dan merchant-merchant yang ada label OVO. LI mengaku memiliki uang elektronik lain yaitu DANA. LI menggunakan DANA untuk pengisian pulsa. LI lebih sering menggunakan OVO dibandingkan DANA karena ia lebih duluan mempunyai OVO. LI mengatakan dengan menggunakan OVO sangat membantu dalam mengurangi biaya dengan potongan harga dan dapat mengalokasikan untuk biaya lainnya. Kekurangan yang sangat dirasakan LI, sering sekali OVO mengalami gangguan sehingga saat bayar ke kasir OVO tidak bisa digunakan dan batal.

7. Informan 7

Nursariati atau berinisial NS (Nursariati, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. NS menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja kebutuhan pakaian di salah satu pusat perbelanjaan di Kota Banjarmasin yaitu Ramayana. NS menggunakan OVO sekitar tiga bulan terakhir.

Alasan NS tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO. NS juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui iklan-iklan di Ramayana. Selain itu, NS mengaku faktor utama tertarik menggunakan OVO karena ajakan rekan kerja yang sudah terlebih dahulu menggunakan OVO.

NS menggunakan OVO untuk transaksi berbelanja di pusat berbelanja saja. Keuntungan yang didapat NS waktu pertama kali bertransaksi menggunakan OVO berupa 40 poin setiap transaksi. Poin tersebut jika dikumpulkan dapat ditukarkan atau dibelanjakan sesuai jumlah poin. NS mengaku mempunyai uang elektronik lain yaitu DANA. NS lebih sering menggunakan OVO dengan alasan penawaran DANA hanya bisa digunakan satu kali transaksi seminggu, sedangkan OVO dapat digunakan dua kali transaksi seminggu.

NS hanya akan mengisi saldo OVO ketika telah mengetahui total belanjaan yang harus dibayarnya. Menurut NS, untuk menggunakan OVO memakan waktu lama dalam pengisian saldo. Beberapa kali NS mengalami keterlambatan pengisian saldo padahal NS telah melakukan transaksi di counter OVO yang ada di pusat perbelanjaan tersebut. NS menyampaikan yang harus ditingkatkan dari OVO ialah pelayanan pengisian saldo yang cenderung lambat dan cukup memakan waktu. Perlunya pengoptimalan jaringan OVO sehingga pelayanan tidak mengalami hambatan.

8. Informan 8

Norliyana atau berinisial NL (Norliyana, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. NL menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja pakaian dan sepatu di pusat perbelanjaan seperti Ramayana dan Matahari Departement Store Duta Mall Banjarmasin. NL menggunakan OVO dalam dua bulan terakhir dan melakukan dua kali transaksi.

Alasan NL tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO. NL juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui *Sales Promotion OVO*. *Sales Promotion* menawarkan segala keuntungannya dan kemudahan bertransaksi berbelanja serta potongan harga yang membuat NL hanya sedikit menambah uang tunai dari saldo OVO yang dimilikinya untuk berbelanja.

NL mengaku tidak memiliki uang elektronik lain selain OVO. NL hanya menggunakan OVO untuk transaksi berbelanja. NL hanya mengisi saldo OVO sebesar total belanjaan yang didapatnya sehingga tidak ada saldo yang mengendap. NL belum mengetahui secara keseluruhan kegunaan dan transaksi lain yang bisa dilakukan seperti mengisi pulsa, token listrik dan lain-lain. Keputusan NL dalam menggunakan OVO tidak dipengaruhi oleh teman, keluarga ataupun kerabat,

Banyaknya potongan harga yang diterima NL ketika transaksi OVO kedua kalinya membuat NL ingin berbelanja lebih banyak. Menurut NL, penggunaan

OVO menguntungkan karena biaya yang seharusnya dikeluarkan berkurang dan bisa dialokasikan untuk membeli barang atau kebutuhan lainnya. OVO hanya perlu meningkatkan penawaran-penawaran dalam potongan harga atau pengembalian uang (*cashback*).

9. Informan 9

Novita Sari atau berinisial NI (Sari, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. NI menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja kebutuhan makanan di pusat perbelanjaan seperti Hypermart Duta Mall Banjarmasin dan pembayaran ojek online grab dalam tiga bulan terakhir.

Alasan NI tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO. NI juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui counter OVO yang ada di kasir Hypermart Duta Mall Banjarmasin. Sales Promotion menjelaskan kepada NI menawarkan segala keuntungannya dan kemudahan bertransaksi berbelanja serta transaksi lain seperti pengisian pulsa, token listrik, dan pembayaran BPJS. NI hanya menggunakan OVO untuk transaksi berbelanja di pusat perbelanjaan serta pembayaran ojek online grab yang sering digunakan untuk memesan makanan.

NI mengaku memiliki jenis uang elektronik seperti T-Cash, Brizzi, dan DANA. NI lebih sering menggunakan DANA untuk membeli tiket bioskop. NI mengaku dengan menggunakan OVO lebih sering berbelanja. Menurut NI yang

perlu ditingkatkan dari ovo ialah pemberian pengembalian uang (*cashback*) yang lebih banyak atau voucher belanja.

10. Informan 10

Suprpto atau berinisial SP (Suprpto, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merk OVO. SP menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja kebutuhan pakaian dan makanan di pusat perbelanjaan seperti Ramayana dalam empat bulan terakhir.

Alasan SP tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO. Penawaran yang didapatkan saat pertama kali transaksi ialah pengembalian uang dalam bentuk virtual sebesar Rp. 50.000,- dengan minimal belanja Rp. 150.000,-. SP juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui Sales Promotion. Cara *sales promotion* menawarkan produk OVO dengan mendatangi SP secara langsung dan menanyakan apakah SP sudah mengetahui dan menggunakan OVO. *Sales Promotion* menawarkan segala keuntungannya dan kemudahan bertransaksi berbelanja serta transaksi lain seperti pengisian pulsa dan token listrik. SP hanya menggunakan OVO untuk transaksi berbelanja.

SP tidak mempunyai uang elektronik selain OVO. Penggunaan OVO untuk pembayaran berbelanja sangat membantu karena tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah banyak. SP merasa kurangnya informasi cara menggunakan aplikasi OVO yang lebih luas.

11. Informan 11

Khadijah atau berinisial KD (khadijah, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. KD menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja kebutuhan pakaian di pusat perbelanjaan seperti Ramayana dan Matahari *Departement Store* Duta Mall Banjarmasin dalam dua bulan terakhir. Alasan WM tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO.

KD pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO dari Sales Promotion. Sales Promotion menjelaskan penawaran keuntungan dalam menggunakan OVO berupa pengembalian uang dan potongan harga serta kemudahan bertransaksi seperti pengisian pulsa, token listrik, pembayaran BPJS, dan ojek online. Penawaran saat pertama kali KD menggunakan OVO adalah point senilai 61000 dengan belanja Rp.300.000,-. KD mengaku tidak mempunyai uang elektronik lain. Keputusan KD menggunakan OVO berasal dari kemauan sendiri tidak dipengaruhi oleh keluarga, teman atau kerabat.

KD merasa sangat terbantu berbelanja menggunakan OVO. Potongan harga yang diberikan OVO mengurangi pengeluaran dalam berbelanja sehingga dapat dibelanjakan untuk keperluan lain. Menurut KD yang perlu ditingkatkan dari OVO ialah penambahan potongan harga dan voucher belanja.

12. Informan 12

Khairatunnisa atau berinisial KN (khairatunnisa, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. KN

menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja kebutuhan bahan pokok di pusat perbelanjaan seperti Hypermart Duta Mall Banjarmasin dalam satu bulan terakhir. Alasan KN tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO.

KN pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui iklan penawaran pembayaran ojek online Grab Rp. 1,- rupiah untuk pengguna pertama di televisi. Selain itu, KN juga mendapatkan informasi penggunaan OVO dari keluarga dan teman dekat. Keuntungan yang diperoleh KN saat pertamakali melakukan transaksi OVO ialah pengembalian uang dalam bentuk virtual sebesar lima ribu rupiah. KN mengaku baru melakukan dua kali transaksi selama satu bulan terakhir. KN memiliki uang elektronik lain selain OVO yaitu DANA. KN lebih sering menggunakan DANA karena menurut KN penawaran keuntungan yang diberikan OVO lebih sedikit. KN mengetahui OVO dapat melakukan transaksi pembayaran seperti pembayaran BPJS, listrik pra bayar, dan pengisian pulsa. Akan tetapi, KN baru menggunakan OVO untuk berbelanja di pusat perbelanjaan seperti Hypermart.

KN menyatakan penggunaan OVO sangat membantu dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari serta menghemat waktu karena transaksi tidak memerlukan waktu lama. Akan tetap, menurut KN penawaran yang diberikan OVO seperti potongan harga dan pengembalian uang (*cashback*) masih kurang dibandingkan uang elektronik lainnya sehingga KN kurang maksimal menggunakan OVO untuk bertransaksi.

13. Informan 13

Febri atau berinisial FB (febri, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. FB menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja kebutuhan pakaian di pusat perbelanjaan seperti Matahari *Department Store* Duta Mall Banjarmasin dalam satu bulan terakhir.

Alasan FB tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO. FB juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui iklan papan-papan reklame yang ada di jalan raya. Selain itu, FB juga mendapatkan informasi transaksi menggunakan OVO dari keluarga dan teman di kampus. Keuntungan yang diperoleh FB saat pertamakali bertransaksi menggunakan OVO ialah pengembalian uang virtual senilai Rp. 25.000,-. FB mengaku mempunyai uang elektronik selain OVO yaitu DANA. FB hanya menggunakan OVO untuk berbelanja di pusat perbelanjaan yaitu Matahari *Department Store*. FB belum mengetahui layanan pembayaran OVO lainnya seperti pembayaran BPJS, pulsa, dan listrik pra bayar.

FB mengatakan dengan adanya penawaran potongan harga dan pengembalian uang (*cashback*) dari OVO sangat membantu dalam berbelanja kebutuhan. Menjelang bulan Ramadhan kebutuhan masyarakat dalam berbelanja meningkat. Menurut FB, OVO perlu meningkatkan frekuensi penawaran berupa potongan harga hingga voucher belanja sehingga masyarakat terbantu dalam memenuhi kebutuhan. Selain itu, perlunya peningkatan informasi yang dikirimkan

langsung kepada pengguna OVO apabila ada penawaran-penawaran yang diberikan OVO.

14. Informan 14

Siti Mutaharar atau berinisial SM (Mutaharar, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. SM menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja kebutuhan pakaian dan makanan di pusat perbelanjaan seperti Hypermart dan Matahari *Departement Store* Duta Mall Banjarmasin dalam dua tahun terakhir.

Alasan SM tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO. SM juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui sales promotion. Saat itu, sales promotion memberi informasi bahwa ada pergantian kartu anggota Hypermart (Hypercard) yang baru. Kartu anggota Hypermart yang baru bergabung dengan OVO kartu. SM juga diberikan penawaran menggunakan OVO dalam bentuk aplikasi. Karena SM selalu menggunakan kartu anggota Hypermart setiap kali berbelanja untuk mendapatkan potongan harga maka SM memutuskan untuk mengganti kartu anggota Hypermart yang baru yang sudah sekaligus OVO. Selain itu, SM juga mendapatkan informasi penggunaan OVO khususnya OVO aplikasi dari keluarga yang sudah lebih dulu menggunakan OVO.

Keuntungan penawaran yang didapatkan SM saat pertama kali menggunakan OVO adalah pemberian OVO point sebesar 61000 yang apabila

dikumpulkan OVO point dapat dibelanjakan. SM mengetahui kegunaan OVO selain untuk berbelanja yaitu pengisian pulsa dan pembayaran token listrik. Akan tetapi, SM hanya menggunakan untuk berbelanja saja. SM mengaku mempunyai uang elektronik selain OVO yaitu DANA yang digunakan SM untuk belanja online. SM mengatakan penggunaan OVO untuk berbelanja biasa saja sama dengan berbelanja dengan uang tunai. SM juga menyatakan OVO perlu meningkatkan penyampaian informasi penawaran kepada pengguna OVO secara langsung bisa melalui pesan singkat atau sosial media.

15. Informan 15

Ahmad Baihaqi atau berinisial AB (Baihaqi, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. AB menggunakan uang elektronik OVO untuk berjualan pulsa, token listrik, dan pembayaran PDAM. Selain itu, AB juga bekerja sebagai driver ojek online Grab dan AB memerlukan OVO untuk menerima pembayaran dari penumpang yang menggunakan Grab. AB menggunakan OVO dalam empat bulan terakhir.

Alasan AB tertarik menggunakan OVO ialah memudahkan AB untuk berjualan pulsa, token listrik dan pembayaran PDAM karena prosesnya yang cepat dan murah sehingga AB dapat mengambil keuntungan dari penjualan tersebut. Selain itu, AB dapat mengisikan saldo OVO penumpang Grab dan mendapatkan keuntungan dari transaksi tersebut. AB juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO setelah bekerja sebagai driver ojek online Grab. Banyaknya penumpang yang menggunakan OVO untuk pembayaran ojek online Grab membuat AB memutuskan menggunakan OVO. AB juga

mendapatkan informasi dari rekan sesama driver bahwa OVO dapat mentransfer uang ke rekening bank tanpa biaya. Pembayaran driver Grab biasanya dilakukan menggunakan transfer rekening perusahaan ke rekening driver dan dengan biaya transfer. Menggunakan OVO AB tidak perlu membayar biaya transfer. Selain itu, AB mendapatkan informasi OVO dari iklan-iklan yang ada di youtube.

AB mengaku tidak memiliki uang elektronik selain OVO. Menggunakan OVO menurut AB mempermudah dalam bertransaksi terutama untuk jualan pulsa, token listrik, pebayaran PDAM dan pengisian saldo OVO. AB melakukan pengisian saldo OVO dari Rp. 300.000,- sampai Rp. 1.000.000,-. Menurut AB OVO perlu meningkatkan layanan jaringan transaksi dan dipercepat karena terkadang AB mengalami gangguan dalam bertransaksi karena sering terjadi gangguan jaringan. Selain itu, informasi penawaran kepada pengguna OVO secara langsung perlu ditingkatkan.

16. Informan 16

Anna Rosalina atau berinisial AR (Rosalina, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. AR menggunakan uang elektronik OVO untuk pengisian pulsa dan listrik pra bayar di kantor tempat AR bekerja dalam satu bulan terakhir.

Alasan AR tertarik menggunakan OVO karena adanya penawaran pengisian pulsa dan pembayaran token listrik. Sering sekali AR mengalami kesulitan untuk transaksi tersebut yang mengharuskan ke luar kantor. Pemakaian OVO menurut AR solusi yang tepat untuk permasalahan tersebut. AR juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO dari teman

kantornya yang sudah lebih dulu menggunakan OVO. Teman AR menjelaskan OVO menawarkan keuntungan berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO.

Keuntungan yang didapat AR waktu pertamakali transaksi menggunakan OVO ialah pemberian OVO poin sebanyak 15000. OVO poin dapat ditukarkan atau dibelanjakan. AR tidak memiliki uang elektronik lain selain OVO. AR melakukan pengisian saldo mulai dari Rp.500.000,- sampai Rp.1.000.000,- yang digunakan untuk pengisian pulsa dan listrik pra bayar di kantor tempatnya bekerja. Menurut AR, kekurangan OVO ialah belum ada tersedia layanan pembayaran WiFi dan pembayaran PDAM. Penggunaan OVO sangat terbantu terutama dalam pengisian pulsa dan pembayaran listrik prabayar.

17. Informan 17

Fikri Rahmani atau berinisial FR (rahmani, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. FR menggunakan uang elektronik OVO untuk pembayaran ojek online Grab dan transaksi belanja online di bukalapak serta pengisian pulsa. FR menggunakan OVO sejak bulan agustus tahun 2017.

Alasan FR tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran pembayaran ojek online Grab Rp. 1 untuk pengguna baru Grab. Selain itu, OVO memberikan penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan

menguntungkan serta dapat melakukan transaksi pengisian pulsa yang lebih murah dari pada di counter-counter.

FR juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui iklan penawaran ojek online Grab yang ada di sosial media. Selain itu, FR mendapatkan informasi cara menggunakan OVO dari teman kuliah yang sudah lebih dulu menggunakan OVO. FR melakukan pengisian saldo OVO sebesar Rp. 50.000,- sampai Rp.100.000,- dan lebih sering digunakan untuk pemesanan makanan melalui ojek online yaitu grab serta pengisian pulsa dan pembayaran listrik pra bayar. FR mengaku mempunyai uang elektronik selain OVO yaitu Linkaja dan DANA. FR menggunakan OVO dan DANA secara seimbang tergantung banyaknya penawaran yang diberikan. Penggunaan OVO menurut FR sangat membantu dalam transaksi.

Akan tetapi, kekurangan OVO dalam pengisian pulsa mempunyai batas minimum pengisian saldo yang berbeda setiap provider. Menurut FR OVO perlu menyamakan minimum transaksi pengisian saldo semua provider agar lebih mudah dan lebih leluasa dalam bertransaksi khususnya pengisian pulsa.

18. Informan 18

Faridz Fauzan Ferdianto atau berinisial FF (Ferdianto, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. FF menggunakan uang elektronik OVO untuk kegiatan pembayaran ojek online Grab terutama pemesanan makanan dan transportasi untuk ke kampus dalam tiga bulan terakhir.

Alasan FF tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran pembayaran ojek online Grab Rp. 1,- untuk pengguna baru Grab. Selain itu, menurut FF transaksi layanan ojek online khususnya transportasi dan pemesanan makanan lebih murah dan lebih mudah dibandingkan dengan pembayaran tunai. FF juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui iklan-iklan ojek online Grab yang ada di televisi dan media sosial serta dari keluarga yang sudah lebih dulu menggunakan OVO. FF hanya menggunakan OVO untuk transaksi pembayaran ojek online Grab.

FF mengetahui penggunaan OVO selain pembayaran ojek online yaitu untuk transaksi berbelanja serta transaksi lain seperti pengisian pulsa dan token listrik. Akan tetapi, FF hanya menggunakan OVO untuk transaksi ojek online Grab karena kurangnya informasi yang FF dapat tentang tata cara penggunaan transaksi OVO lainnya. FF mengaku mempunyai uang elektronik lain yaitu paytren. Intensitas pemakaian OVO lebih tinggi dari pada paytren. Penggunaan OVO menurut FF sangat membantu terutama untuk pembayaran ojek online yang relatif lebih murah dibandingkan pembayaran tunai. Menurut AP yang perlu ditingkatkan oleh OVO ialah perlunya informasi-informasi tentang transaksi apa saja yang dapat dilakukan menggunakan OVO serta tata cara penggunaannya sehingga dapat diakses dengan maksimal.

19. Informasi 19

M. Ardansyah Pama atau berinisial AP (Pama, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. AP bekerja sebagai pengemudi ojek online Grab. AP menggunakan OVO untuk menerima

pembayaran dari penumpang dan membantu penumpang dalam pengisian saldo (*top up*) OVO. AP juga menggunakan OVO untuk pengisian pulsa dalam enam bulan terakhir.

Alasan AP tertarik menggunakan OVO ialah banyak pelanggan Grab yang menggunakan OVO. Hal itu mendorong AP untuk menggunakan OVO sebagai penunjang AP dalam bertransaksi dengan pelanggan Grab khususnya transaksi transportasi, pemesanan makanan, jasa pengantaran barang, serta pengisian saldo OVO. Selain itu, AP sering melakukan pengisian pulsa menggunakan OVO. Menurut AP, tarif pengisian pulsa melalui OVO lebih murah dibandingkan harga yang ditawarkan di gerai-gerai penjualan pulsa. Keuntungan yang didapat membuat AP lebih sering bertransaksi dengan OVO.

AP pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui perusahaan Grab serta teman sesama pengemudi. AP belum pernah melakukan transaksi berbelanja menggunakan OVO, baru sebatas transaksi penunjang pekerjaannya sebagai pengemudi ojek online Grab. AP mengisi saldo OVO dari Rp. 20.000 sampai Rp. 50.000. AP mengaku tidak mempunyai uang elektronik selain OVO. Penggunaan OVO menurut AP sangat membantu menunjang pekerjaannya. Keuntungan yang ditawarkan OVO seperti potongan harga dan pengembalian uang (*cashback*) membuat pelanggan OVO lebih sering bertransaksi menggunakan jasa ojek online Grab sehingga juga memberikan keuntungan kepada pengemudi Grab. Menurut AP yang perlu ditingkatkan oleh OVO ialah perlunya informasi-informasi tentang transaksi apa saja yang dapat dilakukan

menggunakan OVO serta tata cara penggunaannya sehingga dapat diakses dengan maksimal.

20. Informan 20

Aminurrahman atau berinisial AN (Aminurrahman, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. AN bekerja sebagai pengemudi ojek online Grab. AN menggunakan OVO untuk menerima pembayaran dari penumpang dan membantu penumpang dalam pengisian saldo OVO. AN juga menggunakan OVO untuk memesan makanan melalui jasa ojek online Grab terutama di bulan ramadhan. AN menggunakan OVO sejak tujuh bulan yang lalu.

Alasan AN tertarik menggunakan OVO karena pelanggan banyak menggunakan OVO. OVO menjadi penunjang AN dalam bekerja. AN pertama kali mendapatkan informasi menggunakan OVO dari Grab. Keuntungan yang diperoleh AN pertama kali menggunakan OVO ialah potongan harga pembelian makanan sebesar Rp. 15.000. AN mengaku tidak mempunyai uang elektronik lain selain OVO. AN mengetahui kemudahan transaksi yang ditawarkan OVO seperti pengisian pulsa, listrik pra bayar dan belanja di beberapa merchant yang bekerja sama dengan OVO. Akan tetapi, AN hanya menggunakan OVO untuk menunjang pekerjaannya memudahkan pelanggan ojek online bertransaksi. AN merasa masih kurang informasi cara menggunakan transaksi-transaksi tersebut. Perlu adanya peningkatan sosialisasi dari OVO supaya pengguna OVO dapat menggunakan OVO dengan maksimal. Kelebihan dari menggunakan OVO ialah mempermudah dalam bertransaksi karena tidak lagi menggunakan uang tunai dan juga informasi-

informasi penawaran potongan harga dan pengembalian uang ada pemberitahuan di aplikasi OVO.

21. Informan 21

M. Fahilmi Anasaputra atau berinisial FA (Anasaputra, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merk OVO. FA menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja kebutuhan pakaian di pusat perbelanjaan seperti Matahari *Departemen Store* Duta Mall Banjarmasin sejak satu tahun yang lalu.

Alasan FA tertarik untuk menggunakan OVO karena adanya pergantian kartu anggota Matahari yang dulu menjadi yang baru bekerjasama dengan OVO. Selain itu, adanya penawaran persentase berupa potongan harga yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan oleh OVO. FA juga menjelaskan pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui *sales promotion* yang menawarkan untuk memperbaharui kartu anggota matahari dengan yang baru yang telah bekerjasama dengan OVO. Keuntungan yang didapat FA saat pertama kali bertransaksi berbelanja ialah potongan harga sebesar 10%. FA mengaku mempunyai uang elektronik selain OVO yaitu Brizzi. FA lebih sering menggunakan OVO dari pada Brizzi.

FA hanya menggunakan OVO untuk berbelanja di pusat perbelanjaan seperti Matahari *Departement Store*. Menurut FA, penggunaan OVO untuk berbelanja biasa saja tidak ada perubahan signifikan jika dibandingkan dengan berbelanja menggunakan uang tunai. FA belum mengetahui transaksi lain menggunakan OVO seperti pengisian pulsa, token listrik, dan pembayaran

transportasi ojek online. Keuntungan yang dirasakan FA menggunakan OVO ialah potongan harga yang ia dapatkan walaupun sedikit. Menurut FA, OVO perlu meningkatkan potongan harga atau voucher belanja sehingga banyak memberikan keuntungan kepada penggunanya.

22. Infoman 22

Lailatul Rafiah atau berinisial LR (rafiah, 2019) menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja kebutuhan pakaian dan kosmetik di beberapa pusat perbelanjaan seperti Ramayana dan Matahari *Departemen Store* Duta Mall Banjarmasin. Selain itu, LR menggunakan OVO untuk pengisian pulsa dan token listrik. LR menggunakan OVO sejak dua bulan yang lalu.

Alasan LR tertarik untuk menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO. Selain itu, LR menggunakan OVO untuk pengisian pulsa dan token listrik. Menurut LR tarif pengisian pulsa dan token listrik melalui OVO lebih murah dibandingkan harga yang ditawarkan di gerai-gerai penjualan. LR pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui *Sales Promotion*. Cara *sales promotion* menawarkan produk OVO dengan mendatangi LR secara langsung dan menanyakan apakah LR sudah mengetahui dan menggunakan OVO. *Sales Promotion* menawarkan segala keuntungannya dan kemudahan bertransaksi berbelanja. LR tidak mempunyai jenis uang elektronik lainnya. Keuntungan yang didapatkan LR saat pertamakali bertransaksi menggunakan OVO ialah

pengembalian uang dalam bentuk virtual sebesar Rp. 50.000,- dengan minimal belanja Rp. 150.000,-.

LR melakukan transaksi pengisian saldo (top up) OVO biasanya di Alfamart sebesar Rp. 150.000,-. LR mengaku tidak dipengaruhi oleh keluarga dan teman dalam menggunakan OVO. Penggunaan OVO sangat membantu dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari khususnya dalam berbelanja. Menurut LR, OVO perlu memperluas jaringan kerjasama dengan toko ritel seperti alfamart dan indomaret.

23. Informan 23

Luis Nur yang berinisial LN (Nur, 2019) mengetahui uang elektronik dengan merek OVO. LN menggunakan uang elektronik OVO untuk keperluan berbelanja pakaian dan makanan di salah satu pusat perbelanjaan yaitu Ramayana di Kota Banjarmasin. Selain itu, LN menggunakan OVO untuk transaksi pengisian pulsa. LN menggunakan OVO dalam dua bulan terakhir.

Alasan LN tertarik menggunakan OVO karena adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO. Selain itu, tarif pengisian pulsa yang ditawarkan OVO relatif lebih murah dibandingkan dengan di gerai-gerai pembayaran. LN mendapatkan informasi pertama kali tentang OVO melalui *Sales Promotion*. Cara *sales promotion* menawarkan produk OVO dengan mendatangi LN secara langsung dan menanyakan apakah LR sudah mengetahui dan menggunakan OVO. *Sales Promotion* menawarkan segala keuntungannya dan kemudahan bertransaksi

berbelanja. Keuntungan yang didapat LN saat pertama kali transaksi ialah pengembalian uang dalam bentuk virtual sebesar Rp. 50.000,- dengan minimal belanja Rp. 150.000,-.

LN tidak mempunyai uang elektronik selain OVO. Penggunaan OVO sangat membantu dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari khususnya dalam berbelanja. Menurut LR, OVO perlu memperluas jaringan kerjasama dengan toko ritel seperti alfamart dan indomaret.

24. Informan 24

Syarifah Fadilah atau berinisial SF (Fadilah, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. SF menggunakan uang elektronik OVO untuk keperluan pembayaran transaksi belanja online di Tokopedia, pengisian pulsa dan pembayaran listrik. SF telah menggunakan OVO lebih dari satu tahun.

Alasan SF tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dan potongan harga dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO. SF mendapatkan informasi pertama kali tentang OVO dari *sales promotion* di Matahari. *Sales Promotion* menawarkan pembaharuan kartu anggota Matahari yang lama dengan yang baru dan telah bekerjasama dengan OVO. SF mengetahui perkembangan OVO yang mulai bekerjasama dengan beberapa tempat belanja melalui sosial media sehingga SF mulai maksimal menggunakan OVO selain di Matahari.

Selain berbelanja, SF sering melakukan transaksi pengisian pulsa dan token listrik untuk keperluan rumah tangga. Tarif yang ditawarkan OVO untuk pengisian pulsa dan token listrik relatif lebih murah dibandingkan dengan harga di gerai penjualan. Pertama kali transaksi menggunakan OVO SF mendapatkan pengembalian uang (*cashback*) sebesar 10% dari total belanja. SF tidak memiliki uang elektronik selain OVO. SF biasanya melakukan pengisian saldo dari Rp.20.000,- sampai Rp.500.000,- untuk keperluan transaksi pembayaran. Menurut SF, dengan banyaknya merchant-merchant yang bekerja sama dengan OVO khususnya Tokopedia dan Grab sangat membantu dalam bertransaksi. Yang perlu ditingkatkan dari OVO ialah meningkatkan penawaran potongan harga atau pengembalian uang sehingga lebih membantu penggunaanya dalam bertransaksi.

25. Informan 25

M. Maulana dengan inisial MM (maulana, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. MM menggunakan uang elektronik OVO untuk keperluan pembayaran ojek online grab. MM menggunakan OVO dalam tiga bulan terakhir.

Alasan MM tertarik menggunakan uang elektronik OVO karena adanya penawaran berupa persentase potongan harga dengan syarat pembelian tertentu pada transportasi online Grab yang lumayan menguntungkan yang ditawarkan OVO. MM mendapatkan informasi pertama kali dari iklan-iklan ojek online Grab yang menawarkan promo Rp.1,- sekali perjalanan untuk pengguna pertama. Selain itu, MM juga mendapatkan informasi lebih detail cara menggunakan OVO dari teman-teman yang bekerja sebagai pengemudi ojek online Grab. Saat pertama

kali MM bertransaksi menggunakan OVO mendapat potongan pembayaran ojek online grab sekitar Rp.7000,-. MM mengetahui transaksi lain yang ditawarkan OVO seperti berbelanja, pengisian pulsa, dan token listrik. Akan tetapi, hanya menggunakan untuk transaksi pembayaran ojek online karena masih belum terbiasa menggunakan transaksi OVO lainnya. MM mengaku mempunyai uang elektronik selain OVO yaitu Dana. MM lebih sering menggunakan OVO karena lebih banyak penawaran potongan harga. Menurut MM, yang perlu ditingkatkan dari OVO ialah meningkatkan penawaran potongan harga atau pengembalian uang sehingga lebih membantu penggunanya dalam bertransaksi

26. Informan 26

Risa Nur'ain atau berinisial RN (Nur'ain, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. RN menggunakan uang elektronik OVO untuk pembayaran ojek online Grab dan berbelanja makanan di Hypermart, Breadlife dan tempat belanja lainnya yang bekerja sama dengan OVO di Duta Mall Banjarmasin sejak empat bulan terakhir.

Alasan RN tertarik menggunakan OVO karena perkembangan zaman yang sekarang berbelanja menggunakan pembayaran digital. Di samping itu, adanya penawaran pembayaran ojek online Grab sebesar Rp. 1,- untuk pengguna baru. RN mengungkapkan adanya penawaran berupa persentase pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk tunai atau virtual dengan syarat pembelian tertentu yang lumayan menguntungkan yang diberikan OVO juga menjadi alasan ia memakai OVO.

RN pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO dari iklan penawaran pembayaran Grab Rp. 1,- dan teman-teman yang telah terlebih dahulu menggunakan OVO. Kemudian, untuk mendapatkan informasi lebih dalam tentang OVO, RN mendatangi *sales promotion* yang ada di depan Hypermart Duta Mall Banjarmasin.

RN merasakan kepuasan tersendiri dalam menggunakan OVO karena banyaknya penawaran potongan harga dan pengembalian uang oleh OVO. RN mengaku mempunyai uang elektronik lain yaitu Linkaja. RN merasa seimbang dalam menggunakan keduanya. RN melakukan pengisian OVO sebesar Rp.50.000,- tiap kali saldo OVO habis. Menurut RN, yang perlu ditingkatkan dari OVO ialah promosi, iklan, dan memunculkan ciri khas dari OVO sehingga dapat semakin kompetitif dengan produk-produk uang elektronik lainnya.

27. Informan 27

Amalia Utary atau berinisial AU (Utary, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. AU menggunakan uang elektronik OVO untuk pembayaran ojek online Grab untuk transportasi ke kampus sejak empat bulan yang lalu. Alasan AU tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran pembayaran ojek online Grab sebesar Rp. 1,- yang menguntungkan karena biaya transportasi lebih murah dari pada pembayaran tunai. AU pertama kali mendapatkan informasi tentang uang elektronik OVO melalui teman yang telah lebih dulu menggunakan OVO. Teman AU menginformasikan dengan menggunakan OVO pembayaran ojek online lebih murah dari pada pembayaran tunai.

AU mengaku belum pernah menggunakan transaksi lain seperti isi pulsa, token listrik, dan berbelanja menggunakan OVO. AU juga tidak memiliki jenis uang elektronik selain OVO. AU biasanya melakukan pengisian saldo OVO dari Rp.20.000,- sampai dengan Rp. 50.000,-. AU merasakan adanya perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan OVO dalam pembayaran ojek online Grab. Adanya promo pembayaran Grab Rp. 1,- dan potongan harga membuat AU lebih hemat. Menurut OVO yang perlu ditingkatkan dari OVO ialah penawaran pengembalian uang dalam bentuk virtual, potongan harga, serta voucher belanja sehingga semakin menarik masyarakat dalam menggunakan OVO.

28. Informan 28

Andi Nurhasanah atau berinisial AH (Nurhasanah, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. AH menggunakan OVO untuk pembayaran ojek online Grab dalam bentuk pemesanan transportasi atau pemesanan makanan, berbelanja untuk keperluan sehari-hari, pengisian pulsa, dan token listrik.

Alasan AH tertarik menggunakan OVO ialah adanya penawaran keuntungan pengembalian uang dalam bentuk virtual atau tunai (cashback), potongan harga, serta pembayaran ojek online Grab Rp. 1,- yang lumayan menguntungkan. Pertama kali AH mendapatkan informasi tentang transaksi menggunakan OVO melalui iklan-iklan di media sosial yang menawarkan berbagai keuntungan.

AH mengaku mempunyai uang elektronik jenis lain yaitu DANA. AH menggunakan DANA untuk pemesanan tiket bioskop. AH menjelaskan

penggunaan OVO dan uang elektronik lain seimbang karena mempunyai fungsinya masing-masing. Penggunaan OVO dalam berbelanja membuat AH lebih hemat karena penawaran potongan harga yang diberikan OVO. Kekurangan dari OVO menurut AH ialah terlalu sering meminta pengguna untuk memperbaharui aplikasi OVO. Selain itu, pembayaran menggunakan OVO tidak bisa digabung dengan aplikasi lain seperti Tix.id serta perlunya perluasan jaringan kerjasama sehingga pengguna OVO lebih mudah berbelanja.

29. Informan 29

Abdul Halim atau berinisial AM (Halim, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. AM menggunakan OVO untuk pembayaran ojek online Grab dan transaksi berbelanja pakaian di salah satu pusat perbelanjaan di Kota Banjarmasin yaitu Matahari *Departement Store* Duta Mall Banjarmasin dalam empat bulan terakhir.

Alasan AM tertarik menggunakan OVO karena fitur aplikasi yang mudah sehingga pengguna OVO tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah banyak untuk berbelanja. Selain itu, adanya penawaran Rp.1,- untuk pembayaran ojek online Grab yang membuat AM sering menggunakan OVO. AM pertama kali mendapatkan informasi tentang OVO melalui iklan Grab di media sosial. Selain itu, AM juga mendapatkan informasi melalui teman satu kantor yang telah lebih dulu menggunakan OVO. AM mengaku mempunyai uang elektronik selain OVO yaitu DANA dan Gopay. Penggunaan OVO menurut AM seimbang dengan uang elektronik lainnya karena mempunyai fungsinya masing-masing untuk pembayaran. AM melakukan pengisian saldo OVO biasanya dari Rp.50.000

sampai Rp.250.000,-. Menurut AM OVO perlu meningkatkan kerja sama dengan tempat-tempat perbelanjaan lainnya sehingga mempermudah pengguna OVO untuk bertransaksi.

30. Informan 30

Muhammad Arifki atau berinisial MA (Arifki, 2019) menjelaskan bahwa ia mengetahui adanya produk uang elektronik dengan merek OVO. MA menggunakan OVO untuk pembayaran listrik dan pengisian pulsa. Selain itu, MA juga menggunakan OVO untuk pembayaran ojek online Grab. MA telah menggunakan OVO selama satu tahun.

Alasan MA tertarik menggunakan OVO karena fitur aplikasi yang mudah dapat melakukan pengisian pulsa dan pembayaran listrik sehingga MA tidak perlu pergi ke gerai pembayaran. Selain itu, OVO dapat disandingkan dengan aplikasi lain seperti KUDO untuk pembayaran listrik. Pertama kali MA menggunakan OVO bersamaan dengan KUDO mendapatkan potongan harga Rp.25.000,-. MA mendapatkan informasi penggunaan OVO dari iklan-iklan yang ada di media sosial. Menurut MA, penggunaan OVO sangat membantu dengan penawaran kemudahan dan potongan harga membuat MA menghemat waktu dan biaya. MA mengaku tidak memiliki jenis uang elektronik lain. MA biasanya melakukan pengisian saldo OVO sebesar Rp.300.000,- sampai dengan Rp.700.000,-. Menurut MA, OVO perlu melakukan perluasan jaringan kerjasama sehingga mempermudah pengguna OVO dalam bertransaksi.

B. Analisis Data

Pengguna uang elektronik OVO yang berhasil penulis wawancarai berjumlah tiga puluh orang dengan rincian:

Tabel 4.2. Jumlah Informan Pengguna Uang Elektronik OVO Berdasarkan Jenis Kelamin

NO.	Jenis Kelamin	Jumlah Pengguna
1.	Perempuan	18
2.	Laki-Laki	12

Sumber: Data diolah dari data primer, tahun 2019.

Tabel 4.3. Jumlah Informan Pengguna Uang Elektronik OVO Berdasarkan Pekerjaan

NO.	Pekerjaan	Jumlah Pengguna
1.	Mahasiswa	9
2.	Pengemudi Grab	4
3.	Wiraswasta	3
4.	Ibu Rumah Tangga	2
5.	Jualan Online	2
6.	Pedagang	2
7.	Pegawai Negeri Sipil	1
8.	Pegawai BUMN	1

Sumber: Data diolah dari data primer, tahun 2019.

Tabel 4.4. Jumlah Indikator Kebutuhan Pengguna Uang Elektronik OVO

NO.	Indikator	Jumlah Pengguna
1.	Berbelanja	23
2.	Penerimaan atau pembayaran Ojek Online Grab	14
3.	Transaksi lainnya (pengisian pulsa, pembayaran listrik, BPJS, transfer antar rekening)	9

Sumber: Data diolah dari data primer, tahun 2019.

Tabel 4.5. Sumber Pencarian Informasi Pengguna OVO

NO.	Indikator	Jumlah Pengguna
1.	<i>Salesman</i>	13
2.	iklan-iklan (di pusat perbelanjaan, sosial	13

	media, reklame dll)	
3.	orang terdekat (keluarga, teman, rekan kerja, tetangga, dll)	16
4.	perusahaan ojek online Grab	3

Sumber: Data diolah dari data primer, tahun 2019

1. Analisis Perilaku Konsumen dalam Menggunakan Uang Elektronik OVO di Kota Banjarmasin

Ilmu perilaku konsumen mempelajari cara individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, memakai, serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka (Kotler, 2003).

Teori perilaku konsumen menyebutkan bahwa ada dua jenis perilaku konsumen dalam mengambil keputusan, yaitu perilaku konsumen rasional dan irasional. Perilaku konsumen rasional mengandung berbagai unsur pertimbangan seperti kebutuhan, ekonomis, efisien, manfaat optimal, harganya pantas, dan hal-hal yang rasional lainnya. Sebaliknya, perilaku konsumen yang tidak rasional atau irasional, seperti produk yang diputuskan untuk dibeli kurang sesuai dengan kebutuhan meskipun bentuknya mengandung nilai seni yang tinggi, harganya mahal, kurang efisien dan modelnya sedang nge-trend, dan hal-hal yang termasuk kurang rasional lainnya (Damiati, dkk., 2017, hlm. 157).

Berdasarkan teori tersebut, dapat diketahui bahwa keputusan konsumen untuk menggunakan OVO ada yang bersifat rasional dan bersifat irasional. Pengguna uang elektronik OVO yang mengambil keputusan berdasarkan perilaku konsumen rasional ada 9 orang dengan alasan pengguna uang elektronik OVO tertarik menggunakan uang elektronik OVO karena harga yang ditawarkan uang elektronik OVO untuk transaksi seperti pengisian pulsa dan pembayaran listrik

lebih murah dibandingkan dengan harga di gerai penjualan. Selain itu, untuk menunjang pekerjaan sebagai pengemudi ojek online grab membuat 4 orang pengguna uang elektronik OVO berinisial AB, AN, dan AP memutuskan untuk menggunakan uang elektronik OVO. Hal tersebut sesuai dengan ciri-ciri perilaku konsumen rasional yang terdapat dalam teori perilaku konsumen yang mana kebutuhan dan harga yang ditawarkan terjangkau menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan uang elektronik OVO.

Adapun pengguna uang elektronik OVO yang mengambil keputusan berdasarkan perilaku konsumen irasional yaitu pengguna uang elektronik OVO yang mudah tertarik dengan promosi berupa penawaran pengembalian uang (*cashback*) dan potongan harga oleh uang elektronik OVO sebanyak 17 orang. Konsumen yang cepat tertarik dengan promosi merupakan salah satu ciri perilaku konsumen irasional yang ada di dalam teori perilaku konsumen. Perilaku konsumen irasional cenderung pada konsumsi yang berlebih-lebihan apabila berbelanja tidak sesuai dengan kebutuhan tetapi hanya tertarik dengan potongan harga yang ditawarkan. Sesuai dengan firman Allah SWT Q.S. al- A'raf ayat 31 yang berbunyi:



"Hai anak Adam, pakailah Pakaianmu yang paling indah di setiap (memasuki) masjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan (Kemenag RI, 2012)."

kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syeitan dan syeitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya (Kemenag RI, 2012). ”

Tahapan-tahapan yang ditempuh dan dilakukan oleh seseorang atau kelompok dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan ialah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Damiati, dkk., 2017, hlm.12). Proses tahapan pemenuhan kebutuhan tersebut juga berlaku bagi informan dalam penelitian ini. Adapun tahapan perilaku konsumen sebagai berikut:

a. Pengenalan Masalah

Proses pembelian atau kebutuhan dimulai ketika seseorang mengenal masalah atau kebutuhan. Kebutuhan untuk pembelian atau penggunaan dapat dipicu oleh rangsangan dari internal dan eksternal. Rangsangan internal merupakan dorongan kuat dari dalam diri seperti rasa haus, lapar, dan lainnya. Rangsangan eksternal diperoleh dari iklan-iklan sampai dengan dorongan sosial budaya (Kotler, 2003).

Bedasarkan penelitian dapat diketahui bahwa kebutuhan kosumen menggunakan uang elektronik OVO terdiri dari indikator untuk berbelanja, pembayaran/penerimaan pembayaran jasa ojek online Grab, dan transaksi pembayaran lainnya seperti pengisian pulsa dan pembayaran listrik. Hasil wawancara penulis kepada sejumlah informan menunjukkan sebagian dari mereka yang menggunakan uang elektronik OVO lebih dari satu indikator.

Dari tabel 4.4, dapat dilihat bahwa konsumen menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja sebanyak 23 orang, untuk penerimaan atau pembayaran Ojek Online Grab berjumlah 14 orang dan untuk transaksi lainnya berjumlah 9 orang. Penggunaan uang elektronik OVO oleh sebagian pengguna untuk berbelanja. Hal ini dikarenakan banyaknya penawaran pengembalian uang dalam bentuk tunai atau virtual (*cashback*) dan potongan harga yang diberikan uang elektronik OVO. Seperti yang diungkapkan informan berinisial WM, NR, KH, NT, LI, SP, KH, AN, FA, LR, LN, dan SF menyatakan alasan tertarik menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja karena mendapatkan pengembalian uang dari uang elektronik OVO sebanyak 10% sampai 20% dengan minimal belanja Rp. 200.000,- dan Rp.25.000 sampai Rp.50.000 dalam bentuk OVO Cash dengan minimal belanja Rp.150.000,- serta 40 sampai 61.000 dalam bentuk OVO Poin. Selain itu, banyak juga potongan harga sampai Rp.15.000,- untuk berbelanja di merchant-merchant yang bekerjasama dengan uang elektronik OVO.

Perhitungan terendah dari indikator kebutuhan pengguna uang elektronik OVO ialah untuk transaksi lainnya seperti pengisian pulsa, pembayaran listrik, BPJS, serta transfer antar rekening Bank yaitu sebanyak 9 orang dari informan yang dikumpulkan penulis. Hal ini dikarenakan seperti pernyataan informan berinisial NR, AB, FR, LR, SF, AH, dan MA bahwa untuk transaksi lainnya menggunakan OVO tidak mendapatkan potongan harga dan pengembalian uang tetapi harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan dengan harga di gerai penjualan biasanya. Selain itu, informan berinisial WM, NT, LI, NS, NL, FB, SM,

FF, AN, dan FA mengaku belum mengetahui tata cara atau langkah-langkah penggunaan transaksi uang elektronik OVO lainnya seperti pengisian pulsa, pembayaran listrik, dan pembayaran BPJS.

Hal tersebut sesuai dengan teori pengenalan kebutuhan. Kebutuhan untuk pembelian dapat dipicu oleh rangsangan dari internal dan eksternal. Dalam hal ini rangsangan atau kebutuhan umum seseorang seperti lapar dan haus serta dorongan lainnya. Dalam kasus kedua, kebutuhan ditimbulkan oleh rangsangan eksternal seperti iklan-iklan atau kepemilikan seseorang berbentuk produk sehingga memicu pemikiran untuk membeli (Kotler, 2003).

b. Pencarian Informasi

Teridentifikasinya kebutuhan atau masalah dari penggunaan aplikasi OVO oleh konsumen, mendorong konsumen mencari dan mengumpulkan informasi lebih banyak sebelum memutuskan menggunakan produk. Pencarian informasi tergantung pada kekuatan dorongan dan stimulus untuk mendapatkan informasi.

Dalam tahapan ini sumber informasi memegang peranan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk menggunakan uang elektronik OVO. Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada sejumlah informan, ditemukan sebagian dari mereka memperoleh informasi lebih dari satu sumber informasi. Adapun indikator pencarian informasi ialah *salesman*, iklan-iklan (di pusat perbelanjaan, media sosial, reklame dll), dan orang terdekat (keluarga, teman, rekan kerja, tetangga, dll), dan perusahaan ojek online Grab.

Dari tabel 4.5. dapat dilihat bahwa konsumen mendapatkan sumber pencarian informasi melalui *salesman* sebanyak 13 orang, melalui iklan-iklan (di

pusat perbelanjaan, sosial media, reklame dll) sebanyak 13 orang, melalui orang terdekat (keluarga, teman, rekan kerja, tetangga, dll) sebanyak 16 orang, serta perusahaan ojek online Grab sebanyak 3 orang. Sumber pencarian informasi dari perhitungan terbanyak berasal dari orang terdekat (keluarga, teman, rekan kerja, tetangga, dll) yaitu 16 orang. Berdasarkan hasil wawancara dari informan yang berinisial IH, KH, LI, NS, KN, SM, AB, AR, FR, FF, AP, AN, MM, RN, AU, dan AM mendapatkan informasi tentang uang elektronik OVO serta tata cara menggunakan uang elektronik OVO berasal dari keluarga, tetangga, teman kerja, teman kuliah dan lain-lain. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa pencarian informasi dapat dilakukan dengan cara internal (informasi yang tersimpan dalam ingatan) maupun secara eksternal (informasi dari lingkungan konsumen seperti; teman, saudara ataupun tenaga penjual serta promosi dari pihak perusahaan).

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian konsumen memperoleh informasi dari iklan-iklan di pusat perbelanjaan, media sosial, reklame dan lain-lain sebanyak 13 orang yaitu informan berinisial WM, NT, LI, NS, KN, FB, AB, FR, FF, MM, RN, AH, dan MA. Iklan merupakan media promosi oleh perusahaan yang sering dijumpai oleh masyarakat. Informan lainnya memperoleh informasi dari *salesman* sebanyak 13 orang yaitu informan dengan inisial WM, NR, IH, KH, NL, WI, SP, KD, SM, FA, LR, LN, dan SF. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui cara *salesman* memasarkan produk uang elektronik OVO dengan menghampiri dan menanyakan secara langsung kepada konsumen apakah konsumen mengetahui dan menggunakan uang elektronik OVO dan menawarkan keuntungan serta kemudahan penggunaan uang elektronik OVO. Selain itu,

adanya kerjasama antara uang elektronik OVO dan pusat perbelanjaan seperti Matahari *Departement Store dan Hypermart* dalam bentuk kartu anggota sehingga *salesman* menawarkan pembaharuan kartu anggota yang lama dengan yang baru.

Jumlah terendah perolehan sumber informasi uang elektronik OVO oleh pengguna uang elektronik OVO berasal dari perusahaan ojek online Grab sebesar 3 orang yaitu informan yang berinisial AB, AP, dan AN. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informan berinisial AB, AP, dan AN bekerja sebagai pengemudi ojek online Grab. Berbeda dengan konsumen lainnya, mereka memperoleh informasi tentang uang elektronik OVO dari perusahaan mereka bekerja. Ojek online Grab telah bekerjasama dengan uang elektronik OVO sebagai mitra pembayaran.

Berdasarkan uraian diatas, sesuai dengan teori bahwa jumlah dan pengaruh sumber-sumber informasi berbeda-beda, tergantung pada kategori produk dan karakteristik pembeli. Secara umum, konsumen mendapatkan sebagian besar informasi tentang produk tertentu dari sumber komersial. Namun, informasi yang paling efektif berasal dari sumber pribadi atau sumber publik (Kotler & Gary, A, 2011, hlm. 179).

c. Evaluasi Alternatif

Pada tahap evaluasi alternatif, konsumen mengevaluasi pilihan produk dan merek dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara penulis kepada sejumlah informan, ditemukan sebagian dari mereka memutuskan untuk menggunakan uang elektronik OVO berdasarkan hasil evaluasi dari informasi yang didapat menghasilkan pertimbangan alternatif seperti

kemudahan penggunaan, banyaknya penawaran, transaksi beragam (berbelanja, pengisian pulsa, pembayaran listrik, pembayaran BPJS), dan transaksi pengguna dan penyedia layanan Grab.

Menurut informan berinisial WM, NR, AR, dan AM pertimbangan yang mereka putuskan untuk menggunakan aplikasi OVO, mereka merasakan kemudahan dalam menggunakan OVO. WM berpendapat fitur aplikasi OVO yang sederhana dan diakses melalui telpon pintar membuat WM tidak merasa sulit menggunakannya untuk bertransaksi. Informan NR dan AR mengatakan dengan adanya fitur layanan uang elektronik OVO yang lengkap, mempermudah NR dan AR dalam bertransaksi pembayaran seperti pengisian pulsa dan pembayaran listrik sehingga mereka bisa melakukannya sendiri di rumah atau di kantor tanpa harus pergi ke gerai pembayaran. Sementara informan berinisial AM merasakan kemudahan bertransaksi menggunakan uang elektronik OVO karena AM tidak perlu membawa uang tunai dengan jumlah yang banyak untuk melakukan transaksi pembayaran berbelanja.

Secara keseluruhan dari 30 orang informan yang penulis wawancara menyatakan pertimbangan yang dilakukan untuk menggunakan uang elektronik OVO ialah banyaknya penawaran seperti potongan harga dan pengembalian uang (*cashback*). Informan yang berinisial NR, NT, SP, LR, dan LN menyatakan adanya pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk uang virtual sebesar Rp.50.000,- dengan minimal berbelanja Rp.150.000,- sampai Rp.200.000,-. Selain itu, informan berinisial AN, AU, FR, NL, dan NS menyampaikan bahwa uang elektronik OVO juga menawarkan potongan harga dalam transaksi pembelian

yang lumayan menguntungkan. Informan berinisial IH, NS, KD, dan FB juga menyampaikan adanya pemberian OVO poin setiap kali bertransaksi menggunakan uang elektronik OVO. OVO poin dapat digunakan untuk berbelanja.

Pertimbangan lain dalam memutuskan menggunakan aplikasi OVO ialah transaksi beragam yang dapat digunakan uang elektronik OVO yaitu, berbelanja, pengisian pulsa, pembayaran listrik, dan pembayaran BPJS. Menurut informan berinisial FR, AN, FA, LR, LN, SF, RN, AH, dan AM menyatakan bahwa berbelanja menggunakan uang elektronik OVO dapat digunakan di berbagai tempat seperti Ramayana, Matahari, Breadtalk, Hammer, KFC dan tempat-tempat lainnya yang bekerjasama dengan uang elektronik OVO. Akan tetapi, uang elektronik OVO masih perlu memperluas jaringan kerjasama dengan ritel-ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret.

Selain itu, menurut informan berinisial NR, KH, AB, AR, FR, LR, SF, AH, dan MA mengatakan kemampuan uang elektronik OVO untuk bertransaksi selain berbelanja seperti pengisian pulsa, pembayaran listrik, dan pembayaran BPJS, serta transfer antar rekening menjadi pertimbangan konsumen. Uang elektronik OVO menawarkan tarif atau harga transaksi lebih murah dibandingkan dengan harga di gerai-gerai pembayaran. Akan tetapi, uang elektronik OVO perlu memperluas kerjasama dengan pembayaran lain seperti Wifi, PDAM, dan lainnya.

Hal tersebut sesuai dengan teori evaluasi berdasarkan pertimbangan rasional. Konsumen lebih mengutamakan keputusan pada manfaat dan kemampuan produk yang dibeli dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi.

Dengan demikian, konsumen fokus dengan pertimbangan terletak pada manfaat dan kualitas dari produk atau jasa yang ini digunakan.

Uang elektronik OVO juga bekerjasama dengan jasa ojek online Grab dalam sistem pembayaran. Untuk itu, kemampuan uang elektronik OVO dalam menunjang transaksi pembayaran Grab menjadi pertimbangan oleh pengguna dan penyedia layanan Grab. Menurut informan yang berinisial IH, NI, FR, FF, dan MN mengatakan bahwa bertransaksi ojek online Grab dengan pembayaran menggunakan uang elektronik OVO akan lebih murah dibandingkan dengan uang tunai. Adanya penawaran transaksi pembayaran Rp.1,- untuk sekali perjalanan oleh pengguna OVO yang baru melakukan pengisian saldo mampu menjadi pertimbangan informan untuk menggunakan uang elektronik OVO sebagai pembayaran transaksi ojek online. Berbeda dengan informan yang berinisial AB, AN, dan AP yang berkerja sebagai pengemudi ojek online Grab. Banyaknya penggunaan uang elektronik OVO oleh penumpang ojek online Grab sebagai alat pembayaran menjadi pertimbangan AB, AN, dan AP untuk menggunakan uang elektronik OVO untuk menunjang pekerjaan.

Hasil penelitian sesuai dengan teori bahwa konsep dasar proses evaluasi konsumen ialah dengan konsumen mengenali kebutuhan, kemudian konsumen mencari manfaat tertentu dari penggunaan produk yang dalam penelitian ini uang elektronik OVO, selanjutnya konsumen memandang setiap produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat bagi dirinya, kemudian konsumen memiliki sifat yang berbeda-beda

dalam memandang atribut-atribut yang dianggap relevan dan penting dalam memberikan manfaat untuk dirinya (Kotler, 2003).

d. Keputusan Pembelian

Pada umumnya keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai. Setiap keputusan yang diambil konsumen pasti didasarkan pada alasan tertentu. tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan. Hasil penelitian menunjukkan, informan melakukan pemenuhan kebutuhan menggunakan uang elektronik OVO.

Bedasarkan tabel 4.3. informan memperoleh informasi uang elektronik OVO dari salesman sebanyak 13 orang dan informan yang memperoleh informasi dari orang terdekat sebanyak 16 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa informan lebih banyak memperoleh rekomendasi dari keluarga, teman, rekan kerja, dan tetangga untuk memutuskan menggunakan uang elektronik OVO. Sikap keluarga, teman, rekan kerja, dan tetangga yang menunjukkan tingkat kepuasan yang meyakinkan informan untuk menggunakan uang elektronik OVO. mereka menjelaskan kemudahan dalam menggunakan uang elektronik OVO seperti aplikasi yang menyatu dengan telpon pintar, tata cara penggunaan, serta penawaran yang didapat menggunakan uang elektronik OVO seperti potongan harga dan pengembalian uang (*cashback*). Sesuai dengan pernyataan informan berinisial AU, FF, dan FR yang mengatakan bahwa mereka menggunakan uang elektronik OVO karena rekomendasi dari keluarga dan teman.

Selain itu, *salesman* yang mempromosikan uang elektronik OVO juga sangat mempengaruhi keputusan informan menggunakan uang elektronik OVO. *Salesman* mendatangi secara langsung dan menanyakan apakah konsumen telah mengetahui dan menggunakan OVO. *Salesman* akan menjelaskan keuntungan dan kemudahan penggunaan uang elektronik OVO. *Salesman* juga mengajari cara mendaftarkan uang elektronik OVO dan membantu bertransaksi menggunakan uang elektronik OVO sampai selesai.

Faktor situasional juga sangat mempengaruhi dalam memutuskan menggunakan uang elektronik OVO. Penelitian ini dilakukan bertepatan dengan memasuki bulan suci Ramadhan. Bulan suci Ramadhan merupakan bulan keagamaan umat Islam. Konsumsi umat Islam pada bulan Ramadhan cenderung meningkat dari kebutuhan makanan maupun pakaian. Hal tersebut juga mempengaruhi meningkatnya kebutuhan yang harus dipenuhi informan. Penggunaan uang elektronik OVO menawarkan keuntungan berupa potongan harga dan pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk virtual dan mampu meminimalisir pengeluaran sehingga informan tertarik menggunakan uang elektronik OVO untuk pemenuhan kebutuhan.

Transaksi penggunaan uang elektronik OVO mampu mempermudah konsumen. Akan tetapi, terkadang konsumen mengalami gangguan pada saat transaksi pembayaran sehingga kode batang ataupun akun konsumen tidak bisa terbaca di mesin pembayaran dan menyebabkan konsumen tidak bisa bertransaksi menggunakan uang elektronik OVO. Hal ini sesuai dengan teori bahwa faktor situasional yang tidak diharapkan dapat mengubah niat pembelian (Kotler, 2003).

e. Pasca Pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk, konsumen akan mengonsumsi dan menggunakan produk atau jasa yang mereka peroleh. Setelah itu, konsumen akan melakukan evaluasi yang bisa menimbulkan kepuasan dan ketidakpuasan. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan ada beberapa hal yang perlu dievaluasi dari pelayanan dan tingkat kepuasan informan setelah bertransaksi menggunakan uang elektronik OVO. Dalam pemasaran produk uang elektronik OVO, penyedia layanan harus meningkatkan informasi-informasi penting seperti tata cara menggunakan uang elektronik OVO untuk berbelanja dan transaksi lainnya yang dapat dilakukan menggunakan uang elektronik OVO.

Seperti yang diungkapkan informan berinisial WM, NR, dan AB mengatakan bahwa penyedia uang elektronik OVO perlu mengirimkan informasi penawaran yang diadakan uang elektronik OVO secara langsung kepada pengguna uang elektronik OVO bisa melalui pesan singkat atau surat elektronik. Informan berinisial SP, FB, SM, FF, AP, dan AN mengatakan penyedia layanan uang elektronik OVO perlu meningkatkan informasi atau edukasi kepada pengguna uang elektronik OVO tentang tata cara transaksi menggunakan uang elektronik OVO dari penggunaan untuk berbelanja ataupun transaksi lainnya.

Berbeda dengan informan berinisial IH, KH, NT, NL, NI, KD, KH, FB, FA, SF, MM, dan AU mengungkapkan bahwa penyedia layanan uang elektronik OVO perlu meningkatkan penawaran keuntungan seperti penawaran potongan harga dan pengembalian uang (*cashback*) untuk transaksi menggunakan uang elektronik OVO. Selain itu, penyedia layanan uang elektronik OVO bisa

menambahkan penawaran berupa *voucher* belanja sehingga lebih menguntungkan untung pengguna uang elektronik OVO.

Informan berinisial AR, LR, LN, AH, AM, dan MA merekomendasikan kepada penyedia layanan uang elektronik OVO untuk memperluas jaringan kerjasama kepada untuk layanan pembayaran WiFi, PDAM, pembelian tiket pada tix.id, serta bekerjasama dengan ritel modern seperti alfamart dan indomaret sehingga informan hanya menggunakan uang elektronik OVO untuk pembayaran transaksi lainnya.

Informan berinisial LI, AB, dan NS menjelaskan perlunya peningkatan jaringan transaksi sehingga tidak terjadi gangguan saat melakukan pembayaran serta peningkatan layanan pengisian saldo. Penyedia layanan uang elektronik OVO juga perlu menyamakan tarif pengisian pulsa setiap *provider* sehingga mempermudah informan dalam melakukan transaksi pengisian pulsa sesuai kebutuhan informan.

Evaluasi yang dilakukan informan setelah menggunakan uang elektronik mampu menunjukkan tingkat kepuasan informan dalam menggunakan uang elektronik OVO. Hal ini sesuai dengan teori dalam perilaku pasca pembelian menentukan kepuasan atau ketidakpuasan pembeli terhadap suatu pembelian terletak pada hubungan antara ekspektasi konsumen dan kinerja anggapan produk, jika produk tidak memenuhi ekspektasi, konsumen kecewa, jika produk memenuhi ekspektasi, konsumen puas, jika produk melebihi ekspektasi, konsumen sangat puas (Kotler, 2003). Perilaku ini dapat menjadi sumber referensi pemerintah sebagai penyelenggara sistem pembayaran oleh Bank Indonesia dalam

mengakomodasi pelayanan nontunai. Untuk meningkatkan pembayaran nontunai, Bank Indonesia dapat menerbitkan pelayanan satu pintu yang mencakup semua sistem pembayaran. Selain itu, bekerjasama dengan bank komersial dalam mengalihkan transaksi secara langsung menjadi transaksi berbasis digital.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Menggunakan Uang Elektronik OVO di Kota Banjarmasin

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang memengaruhi bisa dari segi internal maupun eksternal. Faktor dari segi internal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan internal individu, seperti faktor pribadi dan faktor psikologis yang terdapat dalam teori perilaku konsumen. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan eksternal individu yang berpengaruh terhadap perilaku seseorang dalam membeli suatu produk, seperti faktor budaya dan faktor sosial yang terdapat dalam teori perilaku konsumen (Sunyoto, 2015, hlm. 13). Selain itu, yang termasuk ke dalam faktor dari segi eksternal yaitu faktor-faktor dari teori bauran pemasaran, seperti faktor produk, harga, tempat dan promosi. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan tigapuluh orang informan pada saat penelitian diketahui bahwa faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan OVO ialah adanya keperluan atau kebutuhan, rekomendasi, kemudahan dalam bertransaksi, promosi, usia & pekerjaan, dan harga yang ditawarkan lebih murah. Faktor-faktor tersebut sesuai dengan teori perilaku konsumen dan bauran pemasaran yang telah penulis jabarkan. Penjelasan lebih lengkap terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna uang elektronik OVO tersebut sebagai berikut:

a. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi lagi oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta kepercayaan dan pendirian. Seseorang memiliki banyak kebutuhan tertentu. Sebagian kebutuhan manusia bersifat *biogenik*. Kebutuhan demikian berasal dari keadaan psikologi mengenai ketegangan seperti kebutuhan akan rasa lapar, haus, atau perasaan tidak enak dan sebagainya. Kebutuhan lain bersifat *psikogenik*. Kebutuhan yang demikian berasal dari keadaan psikologis mengenai ketegangan seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa kepemilikan (Kotler, 2003, hlm. 215).

Bedasarkan hal tersebut, pengaruh faktor psikologi berupa motivasi terdapat dalam perilaku konsumen dalam menggunakan uang elektronik OVO. Hasil wawancara dengan tiga puluh informan menunjukkan hampir semua informan memutuskan menggunakan uang elektronik OVO untuk transaksi pemenuhan kebutuhan berbelanja pakaian, makanan, pengisian pulsa, pembayaran listrik, serta transaksi pembayaran jasa ojek online.

Dari tigapuluh informan, pemenuhan kebutuhan berbelanja pakaian dan makanan paling mendominasi. Seperti pernyataan informan berinisial SM, RN, LN, LR, FA, FB, KN, KD, SP, NI, dan NL bahwa mereka menggunakan OVO sebagai alat transaksi pemenuhan kebutuhan berbelanja pakaian dan makanan di beberapa pusat perbelanjaan yaitu Matahari *Departement Store* dan Hypermart Duta Mall Banjarmasin serta Ramayana di Kota Banjarmasin. Karena dua belas dari tiga puluh informan yang berhasil diwawancarai belum mengetahui tata cara transaksi lain menggunakan OVO selain berbelanja sehingga mereka

memaksimalkan uang elektronik OVO hanya sebagai alat transaksi berbelanja kebutuhan.

Selain untuk transaksi berbelanja, dari hasil wawancara menunjukkan bahwa informan menggunakan OVO untuk pemenuhan kebutuhan pengisian pulsa, pembayaran listrik dan pembayaran jasa ojek online Grab. Seperti pernyataan informan berinisial NR, KH, AR, FR, LR, dan SF, bahwa mereka menggunakan OVO untuk pengisian pulsa untuk keperluan pribadi dan pembayaran listrik keperluan rumah tangga. Informan juga menggunakan OVO sebagai media pembayaran jasa ojek online Grab untuk memenuhi kebutuhan transportasi dan jasa lainnya.

Seperti pernyataan informan berinisial IH menggunakan OVO untuk pembayaran transportasi ojek online Grab untuk mengantar anaknya sekolah. Berbeda dengan informan berinisial FF dan AU yang menggunakan OVO untuk pembayaran transportasi ojek online untuk pergi ke kampus. Informan berinisial NI, FR, MN, RN, dan AH menggunakan OVO untuk pembayaran jasa ojek online Grab selain transportasi yaitu pengantaran makanan.

Bedasarkan uraian diatas, informan terdorong untuk menggunakan OVO sebagai media pembayaran untuk memenuhi kebutuhan. Sehingga, faktor motivasi atau dorongan mampu mempengaruhi psikologi seseorang untuk menggunakan produk atau jasa.

b. Faktor Sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial. Sebagian merupakan

kelompok premier seperti keluarga, tetangga, dan rekan kerja, yang mana orang tersebut secara terus menerus berinteraksi dengan mereka (Kotler, 2003, hlm. 206). Banyak kelompok yang dapat mempengaruhi seseorang seperti teman, keluarga, tetangga, dan rekan kerja yang mana orang tersebut secara terus-menerus berinteraksi dengan kita.

Bedasarkan hal tersebut, pengaruh faktor sosial terdapat dalam perilaku konsumen dalam menggunakan uang elektronik OVO. Menurut pernyataan LI, IH, KH, NS, dan KN, mereka mendapatkan informasi penggunaan aplikasi OVO dari kelompok teman, keluarga, tetangga, dan rekan kerja yang telah lebih dahulu menggunakan OVO. Kelompok tersebut menyampaikan kemudahan dan keuntungan yang diperoleh selama menggunakan OVO dan mempengaruhi informan untuk menggunakan OVO. Kelompok tersebut menjelaskan langkah-langkah menggunakan aplikasi OVO sehingga informan yang dipengaruhi lebih memahami cara bertransaksi menggunakan OVO. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa rekomendasi dari seorang teman, keluarga, rekan kerja, tetangga mampu memengaruhi keputusan seseorang dalam memilih suatu produk, dan hal tersebut termasuk kedalam faktor sosial berupa kelompok.

c. Faktor Produk

Secara konseptual, produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Konsep produk

meliputi barang, kualitas, design, kemasan, merek, label, ukuran, pelayanan dan garansi atau jaminan.

Dari beberapa konsep produk tersebut, kemudahan dalam bertransaksi dan kelengkapan aplikasi menjadi faktor yang mempengaruhi informan menggunakan OVO. Menurut pengamatan penulis, proses transaksi menggunakan uang elektronik OVO cukup mudah. Uang elektronik OVO hadir dalam bentuk *OVO card* (kartu) dan *OVO Apps* (aplikasi). Jika konsumen yang memiliki uang elektronik OVO dalam bentuk kartu, pembayaran menggunakan OVO hanya perlu menggunakan kartu pada mesin EDC (*Electronic Data Capture*) dan memasukkan nomor telpon dan kata sandi serta memastikan saldo OVO cukup. Sedangkan, konsumen yang menggunakan uang elektronik OVO dalam bentuk aplikasi, cukup memiliki aplikasi uang elektronik OVO di telpon pintar dan mengisi saldo *OVO cash*. Saat konsumen ingin melakukan transaksi pembayaran menggunakan OVO, konsumen hanya perlu melakukan pemindaian kode batang yang tertera pada aplikasi OVO atau memasukkan nomor telpon dan kata sandi pada mesin EDC (*Electronic Data Capture*).

Penggunaan aplikasi OVO mampu mempermudah konsumen untuk tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah banyak untuk berbelanja. Seperti pernyataan yang diungkapkan informan berinisial AM bahwa penggunaan uang elektronik OVO mampu mempermudah ia dalam berbelanja karena ia tidak perlu repot membawa uang tunai dalam jumlah banyak.

Uang elektronik OVO memiliki fitur pelayanan yang cukup lengkap seperti pengisian pulsa, pembayaran listrik, pembayaran BPJS. Transaksi tersebut

dapat dilakukan sendiri oleh konsumen dengan memilih fitur yang telah tersedia sehingga tidak perlu lagi untuk pergi ke gerai-gerai pembayaran. Hal tersebut sesuai dengan ungkapan informan dengan inisial NR dan AR, dengan menggunakan uang elektronik OVO NR dan AR dapat melakukan transaksi pengisian pulsa dan pembayaran listrik sendiri jika ada keperluan mendadak tanpa harus pergi ke gerai pembayaran. Dari beberapa penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor produk ternyata konsumen untuk menggunakan uang elektronik OVO.

d. Faktor Promosi

Promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan. Bauran promosi adalah kombinasi dari penjualan tatap muka, periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan hubungan masyarakat yang membantu pencapaian tujuan perusahaan (Sunyoto, 2015, hlm. 151).

Bedasarkan hasil wawancara, hampir secara keseluruhan dari tigapuluh informan menjelaskan alasan informan menggunakan OVO ialah adanya promosi atau penawaran promosi penjualan yang ditawarkan OVO. Promosi penjualan berupa potongan harga dan pengembalian uang (*cashback*) dalam bentuk uang virtual yang lumayan menguntungkan.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan oleh informan yang berinisial WM, NR, NT, SP, LR, NL, NI, dan LN, mereka tertarik menggunakan OVO karena adanya promosi penjualan berupa pengembalian uang (*cashback*) sebesar Rp.50.000,- dengan minimal pembelian Rp.150.000,- sampai Rp.200.000,-.

Informan berinisial AN dan AH juga mengungkapkan bahwa ia tertarik menggunakan OVO karena adanya promosi penjualan berupa potongan harga berbelanja makanan di *merchant* yang bekerjasama dengan OVO hingga Rp.15.000,-. Selain itu, informan juga mengungkapkan adanya promosi penjualan untuk pembayaran jasa ojek online Rp.1,- untuk pengguna yang baru melakukan pengisian saldo juga menarik informan menggunakan OVO. Seperti yang diungkapkan informan berinisial IH, NT, NI, FR, FF, SF, dan AM, adanya penawaran pembayaran ojek online Grab Rp.1,- akan menghemat biaya untuk transportasi, pemesanan makanan, atau jasa lainnya.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa informan tertarik menggunakan uang elektronik OVO karena penawaran dari *Salesman* yang berada di pusat perbelanjaan. *Salesman* menawarkan produk uang elektronik OVO dengan mendatangi konsumen secara langsung dan menanyakan apakah konsumen mengetahui dan menggunakan uang elektronik OVO. *Salesman* juga menjelaskan keuntungan menggunakan OVO serta kemudahan transaksi seperti pengisian pulsa, pembayaran listrik, dan lainnya.

Seperti yang diungkapkan informan yang berinisial WM, NR, IH, KH, NL, NI, SP, KD, LR, dan LN bahwa *salesman* mendatangnya secara langsung dan menawarkanya serta menjelaskan tentang uang elektronik OVO. *Salesmen* langsung membantu penginstalan aplikasi OVO dan membimbing tata cara mendaftar serta mendampingi pembayaran sampai selesai. Menurut pengamatan penulis, promosi seperti ini lebih cepat menarik konsumen karena betatapan langsung dengan konsumen dan konsumen dilibatkan dalam proses transaksi

sehingga konsumen merasakan benar-benar manfaat dan keuntungan yang ditawarkan salesman.

Informan juga menggunakan OVO karena tertarik dengan penawaran iklan yang dtayangkan OVO baik di pusat-pusat perbelanjaan atau di iklan-iklan media sosial. Iklan berupa penawaran-penawaran pengembalian uang serta penawaran pembayaran ojek online Grab Rp.1,- untuk pengguna yang telah melakukan pengisian saldo OVO. Seperti yang diungkapkan informan berinisial NT, LI, NS, KN, AB, FR, FF, dan AU bahwa mereka tertarik menggunakan OVO karena iklan penawaran pembayaran ojek online Grab Rp.1,- untuk pengguna yang telah melakukan pengisian saldo OVO yang ada di media sosial atau televisi. Hal tersebut berkaitan dengan fenomena ojek online yang sekarang sangat diminati oleh masyarakat Kota Banjarmasin untuk jasa transportasi, pemesanan makanan, dan jasa lainnya. Sehingga, dengan penawaran Rp.1,- dengan menggunakan uang elektronik OVO untuk penggunaan jasa ojek online mampu menarik perhatian informan karena harga lebih murah dibandingkan penggunaan uang tunai.

e. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli (Kotler, 2003, hlm. 202). Dari beberapa karakteristik pribadi, usia, pekerjaan dan keadaan ekonomi yang lebih berpengaruh dalam menggunakan uang elektronik OVO. Berdasarkan hasil wawancara, usia informan dalam penelitian ini didominasi oleh usia 18-30 tahun dengan banyak informan 21 orang, sedangkan informan usia 31-

40 tahun sebanyak 7 orang dan usia 41-50 tahun sebanyak 2 orang. Hasil menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki usia muda mendominasi penggunaan uang elektronik OVO untuk transaksi. Pada usia demikian, konsumen menginginkan sesuatu yang praktis, cepat, dan banyak penawaran sehingga penggunaan uang elektronik OVO dinilai akan memenuhi keinginan tersebut.

Faktor pekerjaan juga mempengaruhi konsumen dalam menggunakan uang elektronik OVO. Dari hasil wawancara dengan informan menunjukkan pengguna uang elektronik OVO sebagai pegawai negeri sipil berjumlah 1 orang, wiraswasta berjumlah 3 orang, Ibu rumah tangga berjumlah 2 orang, jualan online berjumlah 2 orang, pegawai swasta berjumlah 6 orang, karyawan BUMN berjumlah 1 orang, pedagang berjumlah 2 orang, mahasiswa berjumlah 9 orang, dan pengemudi ojek online Grab berjumlah 4 orang. Pekerjaan sebagai mahasiswa paling mendominasi dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai *trend setter* mampu menerima hal-hal baru terutama teknologi finansial yang sekarang mulai berkembang pesat. Uang elektronik OVO termasuk teknologi finansial baru dengan bentuk aplikasi berbasis android/iOS yang dapat menyatu dengan telpon pintar. Sehingga mampu mengakomodasi transaksi pembayaran tanpa harus menggunakan uang tunai.

Selain itu, pekerjaan informan sebagai pegawai swasta, pegawai negeri sipil dan pegawai BUMN mampu mempengaruhi informan menggunakan uang elektronik OVO. Karena, pegawai swasta memiliki pekerjaan dengan waktu yang padat sehingga penggunaan uang elektronik OVO yang praktis dapat membantu

informan melakukan transaksi tanpa membuang waktu. Seperti pernyataan informan berinisial AR, LR dan LN yang mengatakan mereka dapat melakukan transaksi pengisian pulsa dan pembayaran listrik kantor tanpa harus pergi ke gerai pembayaran.

Pekerjaan sebagai pengemudi ojek online Grab juga mempengaruhi keputusan informan dalam menggunakan uang elektronik OVO. penggunaan uang elektronik OVO oleh informan sebagai fasilitas penunjang dalam penerimaan pembayaran penumpang atau pelanggan ojek online Grab yang menggunakan uang elektronik OVO. Seperti yang dikatakan informan AB, AN, dan AP, mereka menggunakan uang elektronik OVO untuk menunjang pekerjaan sebagai pengemudi ojek online Grab. Mereka menggunakan uang elektronik OVO untuk menerima pembayaran dari penumpang ojek online Grab yang menggunakan uang elektronik OVO. Selain itu, mereka juga membantu penumpang ojek online Grab yang menggunakan uang elektronik OVO dalam pengisian saldo uang elektronik OVO.

Pekerjaan sebagai wiraswasta, jualan online, dan pedagang juga mampu mempengaruhi informan dalam menggunakan uang elektronik OVO. Hal ini menunjukkan bahwa mereka menggunakan uang elektronik OVO untuk transaksi pembayaran jasa ojek online Grab untuk jasa pengantaran barang jualan dan transportasi ke tempat kerja. Seperti pernyataan informan berinisial NT dan SF bahwa mereka menggunakan uang elektronik OVO untuk pembayaran jasa ojek online Grab dalam pengiriman barang karena lebih murah dibandingkan dengan pembayaran tunai.

Pekerjaan sebagai ibu rumah tangga juga mempengaruhi informan dalam menggunakan uang elektronik OVO. Seperti yang diungkapkan informan berinisial KH dan NL bahwa mereka menggunakan uang elektronik OVO untuk keperluan berbelanja dan pembayaran listrik. Menurut KH dan NL, dengan adanya penawaran potongan harga berbelanja kebutuhan sehari-hari menggunakan uang elektronik OVO lebih menghemat pengeluaran rumah tangga dan uang yang tersisa bisa untuk keperluan lainnya. Selain itu, KH dan NL dapat melakukan pembayaran listrik dengan sendirinya tanpa harus pergi ke gerai pembayaran.

Dari uraian di atas menunjukkan bahwa faktor pribadi seperti usia dan pekerjaan dapat mempengaruhi konsumen dalam menggunakan uang elektronik OVO.

f. Faktor Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur dari bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, yang berarti dapat diubah dengan cepat. Harga bisa diungkapkan dengan berbagai istilah, seperti iuran, sewa, tarif, bunga, komisi, dan sebagainya.

Dari sudut pandang konsumen, harga biasanya didefinisikan sebagai apa yang harus diserahkan untuk membeli suatu produk atau jasa. Harga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pilihan pembeli atau konsumen suatu barang atau jasa. Berdasarkan hal tersebut, pengaruh faktor harga terdapat pada informan yang melakukan transaksi pengisian pulsa dan pembayaran listrik serta pembayaran jasa ojek online. Informan berinisial NR, KH, AB, AR, FR, LR, AH, dan MA

sama-sama menggunakan uang elektronik OVO untuk pengisian pulsa dan pembayaran listrik. Harga yang ditawarkan OVO untuk pengisian pulsa lebih rendah dibandingkan dengan harga di *counter* penjualan pulsa. Selain itu, tarif untuk pembayaran listrik Prabayar atau pasca bayar juga ringan hampir sama dengan tarif yang ada pada gerai pembayaran. MA juga mengungkapkan aplikasi uang elektronik OVO dapat digabungkan dengan aplikasi KUDO untuk pembayaran listrik sehingga tarif yang harus dibayar lebih murah.

Selain itu, informan berinisial AB, FR, FF, AU, dan AH menggunakan uang elektronik OVO untuk pembayaran jasa ojek online Grab. Penggunaan uang elektronik OVO untuk pembayaran jasa ojek online Grab sering kali mendapat potongan harga dibandingkan dengan pembayaran tunai. Hal tersebut menjadi daya tarik uang elektronik OVO sehingga konsumen lebih memilih menggunakan uang elektronik OVO untuk pembayaran jasa ojek online Grab. Faktor harga dapat disimpulkan mempengaruhi konsumen dalam menggunakan uang elektronik OVO. Sesuai dengan teori bahwa alasan ekonomis akan menunjukkan bahwa harga yang rendah atau harga yang selalu berkompetisi dapat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli (Dinawan, 2010, hlm. 340).

