

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi semakin hari semakin berkembang pesat dan tanpa kita sadari perkembangan tersebut membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia. Agar tidak tertinggal, manusia yang pada dasarnya adalah makhluk sosial harus mengikuti arus globalisasi yang menyebar ke segala bidang. Salah satu produk dari perkembangan teknologi informasi yang paling nyata adalah internet.

Indonesia tak hanya menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak di dunia tetapi juga menjadi salah satu negara dengan peningkatan pengguna internet terpesat. Hal ini menandakan bahwa internet memiliki peran penting bagi masyarakat Indonesia di berbagai aspek kehidupan, karena pada dasarnya internet hadir sebagai sarana yang dapat memudahkan berbagai kegiatan manusia.

Badan Pusat Statistik Indonesia menyatakan bahwa jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2018 mencapai 264,16 juta jiwa sedangkan pada tahun yang sama jumlah pengguna internet seluruh masyarakat Indonesia mencapai 171,17 juta pengguna. Angka tersebut didapatkan dari seluruh masyarakat Indonesia yang ada di berbagai provinsi. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia lebih dari 50% dari total seluruh penduduk Indonesia sendiri.

Maka dari itu, dapat dipastikan bahwa jumlah pengguna internet akan terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu (<https://banjarmasinkota.bps.go.id/>).

Perkembangan pengguna internet juga berpengaruh dalam aspek ekonomi masyarakat Indonesia, yaitu dalam hal alat pembayaran. Masyarakat yang dahulu menggunakan alat pembayaran tunai kini telah mengenal alat pembayaran non tunai. Sistem pembayaran non tunai merupakan inovasi dari sistem pembayaran melalui teknologi modern. Inovasi pembayaran ini berupa ATM, kartu kredit, *e-banking*, dan uang elektronik (Musfiroh, 2019, hlm. 1).

Bahkan beberapa tahun terakhir ini, inovasi pada instrumen pembayaran elektronik dengan menggunakan kartupun telah berkembang menjadi bentuk yang lebih praktis yang dikenal sebagai uang elektronik atau *e-money* (Bank Indonesia, t.t.).

Uang elektronik didefinisikan sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik yang mana nilai uangnya disimpan dalam sebuah media elektronik tertentu. Pengguna harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi. Ketika digunakan, nilai uang elektronik yang tersimpan dalam media elektronik akan berkurang sebesar nilai transaksi dan setelahnya dapat mengisi kembali (*top-up*). Media elektronik untuk menyimpan nilai uang elektronik dapat berupa *chip* atau *server* (Bank Indonesia, t.t.).

Penggunaan uang elektronik ini dinilai sangat inovatif karena dapat membuat kegiatan transaksi menjadi lebih praktis dan mudah berbeda dengan pemakaian uang kartal yang memiliki kendala efisiensi, selain itu biaya

pengadaan dan pengelolaannya tergolong mahal, memiliki risiko mudah hilang, mudah dicuri, atau mudah dipalsukan. Berdasarkan alasan itulah Bank Indonesia (BI) berinisiatif mendorong tumbuhnya budaya masyarakat yang terbiasa memakai alat pembayaran non-tunai atau *cashless society* (Purnomo, dkk, 2012, hlm. 6). Adanya gerakan *cashless society* serta pertumbuhan pengguna internet yang tinggi memunculkan berbagai macam bentuk bisnis baru yang berbasis internet, salah satunya adalah *fintech* yang muncul sebagai solusi sistem pembayaran baru yang menawarkan kemudahan bagi penggunanya terutama yang terkoneksi dengan internet (Cholifah, 2019, hlm. 2).

Menurut Hochstein, *financial technology* atau *fintech* merujuk pada penggunaan teknologi untuk memberikan solusi keuangan yang mana sebuah perusahaan melakukan penggabungan antara layanan keuangan dengan teknologi modern yang inovatif. Pada umumnya tujuan *fintech* adalah untuk menarik pelanggan dengan produk dan jasa yang lebih *user-friendly*, efisien, transparan dan otomatis dibandingkan yang sudah ada saat ini (Cholifah, 2019, hlm. 3).

Seiring dengan perkembangan zaman, *fintech* juga terus mengalami peningkatan dan menjadi salah satu sektor bisnis keuangan yang dinilai menjanjikan. Kemunculan *fintech* sendiri menimbulkan berbagai dampak positif pada industri keuangan, salah satunya adalah dapat membantu kelancaran pembayaran kegiatan ekonomi yang bersifat massal, cepat dan mikro seperti transaksi di jalan tol, di bidang transportasi seperti kereta api maupun angkutan umum lainnya atau transaksi di minimarket, *food court*, atau parkir (Bank Indonesia, t.t).

Bisnis *fintech* di Indonesia saat ini didominasi oleh *digital payment*. Baik itu *card based*, *chip based*, maupun *server based*. Contoh dari *server based payment* adalah Go-Pay, OVO, DANA, dan LinkAja. Riset lain yang dilakukan oleh snapcart pada bulan Mei 2019 juga mendukung pernyataan bahwa bisnis *fintech* di Indonesia masih dikuasai oleh *mobile payment* seperti OVO dan Gopay dengan 58% responden memilih OVO, 23% memilih Gopay, 6% memilih Dana dan 1% memilih LinkAja serta 11% responden memilih *fintech digital payment* lainnya (www.fintechnews.sg).

Sejak kemunculannya pada tahun 2017, OVO dengan segala persaingannya dapat menduduki peringkat pertama sebagai aplikasi pembayaran digital paling diminati periode Mei 2019. Selain itu OVO juga berhasil mengalahkan pesaing utamanya yaitu Gopay. OVO memiliki pengguna yang banyak karena dinilai memiliki cakupan layanan aplikasi pembayaran yang luas. OVO dapat digunakan di 500.000 *merchants* sehingga dengan cakupan yang luas membuat OVO menduduki peringkat pertama menjadi aplikasi pembayaran digital favorit (Pranata, 2020, hlm. 3).

Setiap aplikasi pembayaran digital pastilah memiliki keunggulan yang menarik perhatian para penggunanya, tak terkecuali dengan OVO. Salah satu keunggulan OVO adalah layanan pembayarannya yang cepat. Hanya dengan memasukkan nomor rekening bank atau nomor ponsel yang telah terdaftar, kita sudah bisa melakukan transaksi. Kita juga akan mendapatkan OVO ID yang bisa ditunjukkan kepada *merchant* rekanan OVO saat bertransaksi. OVO juga dapat

digunakan untuk membayar listrik, pulsa, paket data, pascabayar, asuransi, BPJS Kesehatan, tv kabel dan iuran lingkungan (<https://pointsgeek.id/aplikasi-ovo/>).

Banyaknya *merchants* OVO yang tersebar di seluruh Indonesia juga tak luput dari antusiasme masyarakat Kota Banjarmasin dalam menggunakan *digital wallet* OVO sebagai saran bertransaksi. Walaupun penggunaan transaksi non tunai di Banjarmasin masih belum seramai di kota-kota besar dikarenakan masyarakat banyak yang masih nyaman menggunakan uang tunai. Selain itu, ketidaktahuan akan manfaat dan keuntungan dari kegiatan transaksi non tunai ini menjadi salah satu penyebabnya. Namun, peningkatan pengguna uang elektronik sudah mulai terlihat dalam kurun beberapa waktu terakhir di kota yang memiliki populasi sebanyak 700.870 jiwa ini.

Pada dasarnya, setiap konsumen memilih menggunakan aplikasi pembayaran *digital* yang dirasanya dapat memberikan keuntungan secara langsung, Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu anggapan individu bahwa dengan menggunakan teknologi maka tidak akan mengeluarkan usaha yang lebih atau dengan kata lain bahwa menggunakan teknologi tidak mempersulit pekerjaannya. Setiap teknologi diciptakan guna mempermudah aktivitas setiap individu, semakin mudah teknologi maka individu semakin berminat untuk menggunakannya (Wildan, 2019, hlm. 5).

Segala kemudahan yang ditawarkan uang elektronik dapat mempengaruhi peningkatan penggunanya. Ketika sebuah produk memiliki manfaat dan kemudahan saat digunakan dalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas akan semakin

tinggi. Begitu pula dengan uang elektronik yang dirasa sangat membantu untuk kepentingan transaksi perekonomiannya di era digital seperti sekarang (Pratama dan Suputra, 2019, hlm. 930).

Selain itu, seseorang menggunakan uang elektronik ketika ia merasa percaya bahwa alat transaksi ini mudah digunakan. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan uang elektronik juga berpengaruh positif terhadap minat menggunakan uang elektronik yang akan berdampak pada keputusan konsumen untuk menggunakan suatu layanan pembayaran digital tertentu (Pratama dan Suputra, 2019, hlm. 930).

Nilai harga juga memiliki pengaruh yang cukup besar bagi para pengguna. Masalah nilai harga mendapat ketertarikan dari konsumen di Indonesia untuk berniat mengadopsi *uang elektronik*. Di sisi lain, hal ini menunjukkan bahwa dengan tingkat manfaat yang diterima oleh konsumen ketika menggunakan *uang elektronik* yang bergantung pada biaya yang dibayarkan untuk menggunakan *uang elektronik*, konsumen merasakan manfaat yang lebih dari pada beban biaya yang dikeluarkan dan termotivasi untuk menggunakan uang elektronik (Diana, 2018, hlm. 7).

Dari penjelasan di atas dapat kita simpulkan bahwa dengan kata lain konsumen atau pengguna jasa layanan uang elektronik berbentuk *e-wallet* di Indonesia memutuskan menggunakan uang elektronik jika mereka merasa percaya bahwa hal itu akan mempermudah aktivitas mereka, dapat melakukan pembayaran lebih efisien daripada menggunakan uang tunai, kartu debit/kredit, kemudahan

menemukan tempat top-up, bisa digunakan dimanapun dan kapanpun serta manfaat-manfaat lainnya (Anjelina, dikutip dalam Safitri, 2020, hlm. 3).

Berdasarkan fenomena di atas, maka dalam penelitian ini peneliti akan menguji kembali faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan uang elektronik dengan judul **Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, dan Nilai Harga Terhadap Keputusan Konsumen di Kota Banjarmasin Menggunakan *Digital Wallet* OVO.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepercayaan, persepsi kemudahan dan nilai harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen di Kota Banjarmasin menggunakan *digital wallet* OVO baik secara simultan maupun parsial?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui kepercayaan, persepsi kemudahan dan nilai harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen di Kota Banjarmasin menggunakan *digital wallet* OVO secara simultan dan parsial.

D. Signifikansi Penelitian

Adapun signifikansi dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan seputar permasalahan yang diteliti, baik bagi penulis sendiri maupun pihak lain yang ingin mengetahui secara mendalam tentang Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, dan Nilai Harga Terhadap Keputusan Konsumen di Kota Banjarmasin Menggunakan *Digital Wallet OVO*.
2. Secara praktis penelitian ini bermanfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih kritis dan mendalam mengenai permasalahan yang diteliti ditinjau dari aspek dan sudut pandang yang berbeda.
3. Menambah khazanah literatur Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada khususnya dan Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan hasil penelitian ini.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan yang mungkin terjadi dalam memahami judul serta permasalahan yang akan diteliti, maka peneliti memberikan penjelasan sebagai berikut.

1. Pengaruh Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi kedua (KBBI, hlm. 747), kata pengaruh yakni daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan dan perbuatan seseorang. Pengaruh dalam penelitian ini adalah suatu hal yang baik secara langsung atau tidak langsung memberikan dampak perubahan meningkatkan keputusan penggunaan *electronic wallet* pada pengguna OVO *digital wallet* di Kota Banjarmasin.
2. Kepercayaan menurut teori yang dikemukakan oleh Ajzen pada 1991, yaitu *theory of planned behavior* (TPB) yang menyatakan jika kepercayaan dapat mempengaruhi minat dan keinginan individu untuk menggunakan teknologi.
3. Persepsi Kemudahan (*perceived ease of use*) disini merujuk pada teori *technology acceptance model* (TAM) oleh Davis pada 1989 yang menyatakan dua variabel yang mempengaruhi individu untuk menggunakan atau tidaknya sebuah teknologi yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan.
4. Nilai Harga menurut Venkatesh, merupakan pengorbanan individu antara penerimaan manfaat dari penggunaan teknologi dan biaya yang dikeluarkan dalam penggunaannya. Namun secara umum diartikan sebagai persepsi kesenjangan antara manfaat yang diterima dengan tarif yang dikenakan dalam penggunaan teknologi.
5. Keputusan Konsumen menurut Boonlertvanich (2009) didefinisikan sebagai pola perilaku konsumen atau pengguna jasa itu dilanjutkan,

menentukan dan mengikuti proses pengambilan keputusan untuk akuisisi kebutuhan memuaskan produk, ide atau jasa. Maksud keputusan konsumen dalam penelitian ini adalah pola perilaku masyarakat terhadap pengambilan keputusan penggunaan alat pembayaran non tunai (*electronic money*) dengan *brand* OVO.

F. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Statistik	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh <i>Trust, Perceived Benefits and Ease Of Use</i> Terhadap Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> (Studi Kasus Pengguna Linkaja pada Masyarakat Solo Raya)	Marzella Giovani Safitri (2020)	Variabel Dependen: Keputusan Penggunaan <i>E-Wallet</i> Variabel Independen: <i>Trust, Perceived Benefits and Ease Of Use</i>	Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel <i>trust, perceived benefits and ease of use</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>e-wallet</i> secara simultan dan parsial.

2.	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik pada Masyarakat Kota Surakarta	Fitri Musfiroh (2019)	Variabel Dependen: Minat Menggunakan Uang Elektronik Variabel Independen: Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan	Analisi Regresi Linier Berganda	Variabel Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan berpengaruh secara positif terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik baik secara parsial maupun simultan.
3.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Elektronik	Artini (2019)	Variabel Dependen: Minat Penggunaan Uang Elektronik Variabel	Analisi Regresi Linier Berganda	Variabel Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Aplikasi OVO baik secara parsial

Pada Aplikasi Ovo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Tahun 2016-2017 Uin Sumatera Utara)		Independen: Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan		maupun simultan.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------	--	------------------

G. Anggapan Dasar atau Hipotesis

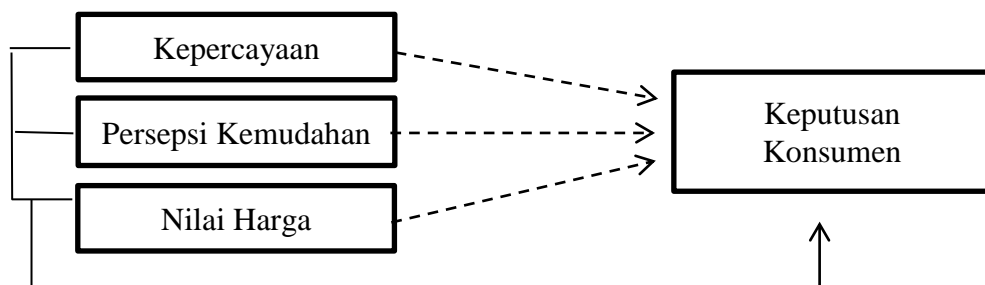
Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji melalui penelitian. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

H_0 : Tidak ada pengaruh dari kepercayaan, persepsi kemudahan, dan nilai harga terhadap keputusan konsumen di Kota Banjarmasin menggunakan *digital wallet* OVO baik secara simultan maupun parsial.

H_1 : Terdapat pengaruh dari kepercayaan, persepsi kemudahan, dan nilai harga terhadap keputusan konsumen di Kota Banjarmasin menggunakan *digital wallet* OVO baik secara simultan maupun parsial.

H. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini model penelitian atau kerangka berpikir dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

Keterangan:

—————> : pengaruh secara simultan

- - - - -> : pengaruh secara parsial

I. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari 5 bab yang tersusun secara sistematis, tiap-tiap bab memuat pembahasan yang berbeda-beda, dan menjadi satu kesatuan yang saling berhubungan. Secara sistematis sesuai dengan pola penulisan karya tulis ilmiah dan merujuk kepada Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Signifikansi Penelitian, Definisi Operasional, Kajian Pustaka, Identifikasi Variabel, Kerangka Pemikiran, Hipotesis Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini akan dijabarkan masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku-buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Bab III Metodologi Penelitian, terdiri dari jenis, pendekatan, dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, kerangka dasar penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, serta prosedur penelitian.

Bab IV Penyajian Data dan Laporan Penelitian, pada bab ini berisikan tentang penyajian data dari subjek dan objek penelitian, serta pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup, pada bab ini berisikan simpulan dan saran-saran. Simpulan merupakan simpulan jawaban dari rumusan masalah yang diteliti, sedangkan saran adalah masukan atas masalah yang diteliti.