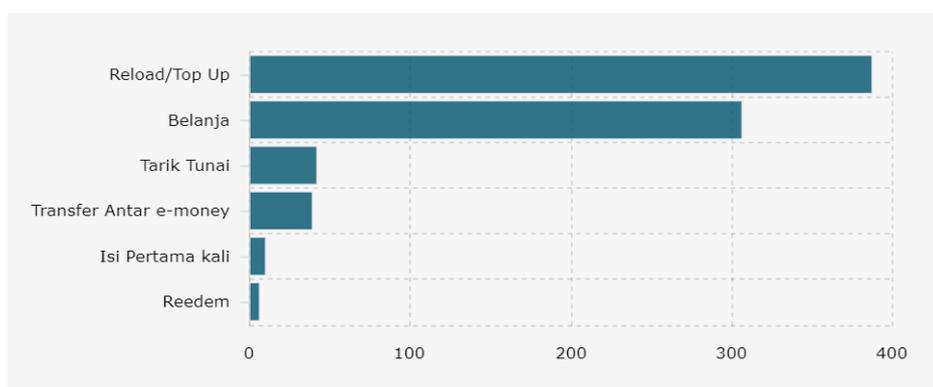


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi modern telah menyederhanakan tugas sehari-hari, menawarkan kemudahan tanpa menghabiskan terlalu banyak energi. Hanya dengan smartphone dan akses ke banyak aplikasi yang tersedia, berbagai layanan dapat diakses di mana saja dan kapan saja. Memanfaatkan peluang ini, perusahaan FinTech (*Financial Technology*) telah muncul untuk menciptakan metode pembayaran baru, seperti *Electronic Wallet (E-Wallet)* atau dompet digital, untuk memajukan sistem pembayaran. Intinya, dompet digital adalah aplikasi elektronik yang memungkinkan penyimpanan uang secara online. Di Indonesia, dompet digital telah melampaui popularitas kartu kredit atau debit sebagai metode pembayaran, sehingga terjadi peningkatan yang signifikan dalam transaksi uang elektronik (Muliadi & Japrianto, 2021).



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

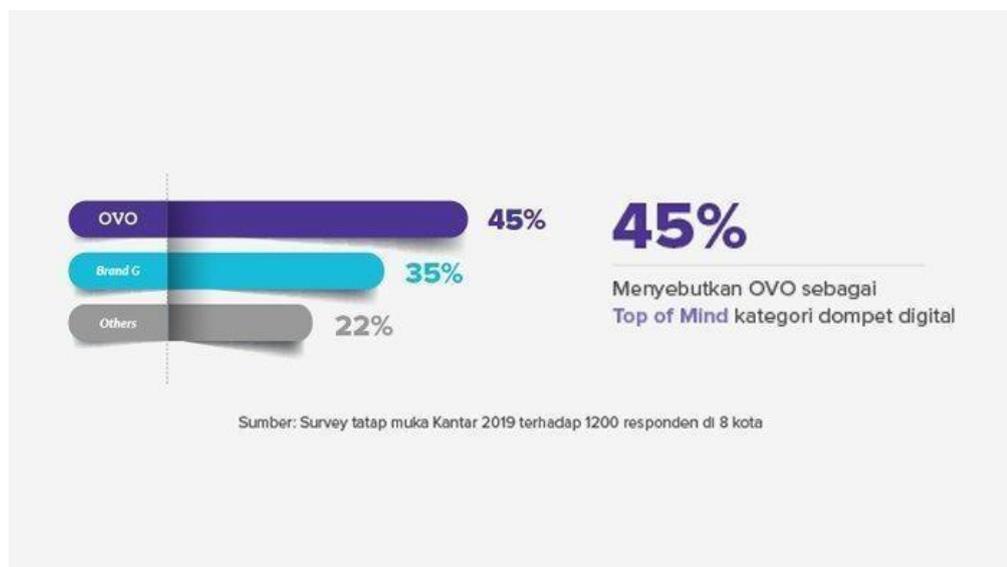
Gambar 1.1 Transaksi Uang Elektronik

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) pada Gambar 1.1, transaksi elektronik yang dilakukan melalui dompet digital diproyeksikan mencapai Rp 786,35 triliun pada akhir tahun 2021 yang meningkat sebesar Rp 281,39 triliun (55,73%) dari tahun sebelumnya. Dari jumlah tersebut, transaksi belanja mencapai Rp305,43 triliun, meningkat 49,06% dari tahun sebelumnya sebesar Rp 204,9 triliun. Sementara itu, transaksi transfer antar dompet digital mencapai Rp 20,38 triliun, meningkat tajam sebesar Rp 20,38 triliun (111,1%) dari tahun sebelumnya. Selain itu, transaksi isi ulang pengguna pertama kali mencapai Rp9,05 triliun, meningkat Rp2,03 triliun (20%) dari tahun sebelumnya. Karena semakin banyak penduduk lokal yang menggunakan dompet digital sebagai metode pembayaran sehari-hari, nilai transaksi elektronik diperkirakan akan terus meningkat di tanah air. Perkembangan ini menandakan bahwa negara tersebut memiliki sistem pembayaran yang maju didukung oleh kemajuan teknologi saat ini.

Seiring penggunaan dompet digital di Indonesia yang terus meningkat, begitu pula menjamurnya layanan dompet digital menyebabkan setiap aplikasi dompet digital bersaing untuk menarik perhatian konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik (Ma'ryf, 2016). Salah satu aplikasi mobile payment yang mulai populer di kalangan masyarakat adalah OVO, meski tergolong baru dibanding pendahulunya. OVO berhasil meraih pangsa pasar yang signifikan berkat banyaknya penawaran menarik yang diberikannya seperti cashback dan promo yang berhasil memikat masyarakat untuk menggunakan aplikasi tersebut. Apalagi kepraktisan OVO memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam menyelesaikan transaksi, sehingga menjadi aset berharga bagi yang menggunakannya. Kepercayaan yang tinggi

kepada OVO menyebabkan terjadinya pergeseran budaya pembayaran yang semula berupa tunai menjadi *cashless* melalui mobile payment (Malia, 2019).

Pengembangan aplikasi E-Wallet pertama kali diperkenalkan di Indonesia oleh Telkomsel pada tahun 2007 yang diberi nama T-cash (Febria & Oktavio, 2020). Perkembangan pembayaran seluler mencapai puncaknya pada tahun 2017 dengan diperkenalkannya berbagai pembayaran seluler baru seperti Go-Pay, OVO, Shopeepay dan banyak lagi. Di atas berbagai pembayaran seluler, OVO adalah salah satu dari banyak pembayaran seluler dengan transaksi terbesar di Indonesia. Sejak diperkenalkan pada tahun 2017, OVO menjadi salah satu platform pembayaran seluler terbesar dengan pangsa pasar 37% dari semua platform serupa di Indonesia pada tahun 2019 (Aria, 2019).



Sumber: <https://katadata.co.id/>

Gambar 1.2 Survey Penggunaan Dompot Digital

Lebih jauh membedah pamor OVO, Kantar menyebutkan bahwa OVO merupakan dompet elektronik yang tersering digunakan karena OVO telah menjadi *top of mind* bagi masyarakat secara luas dalam kategori dompet

digital. Penyedia dompet digital OVO telah ditemukan sebagai pilihan yang lebih disukai di antara pengguna. Kepercayaan masyarakat membuat OVO terus berupaya meningkatkan kinerjanya, melalui kerja sama dengan Grab, Tokopedia, dan merchant, termasuk UMKM. Untuk mendukung hal tersebut, riset Snapcart Indonesia oleh (Husaini, 2019) melaporkan bahwa Indonesia saat ini diperkirakan memiliki 500.000 merchant OVO, termasuk UMKM, melebihi jumlah *merchant* Gopay yang hanya sekitar 300.000 (kontak.co.id 15 Desember 2019). Hal inilah yang menjadi salah satu alasan utama mengapa para peneliti tertarik untuk memilih OVO sebagai subjek penelitian.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada Aplikasi Pembayaran OVO di kota Samarinda”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi manfaat mempengaruhi sikap pengguna layanan pembayaran digital OVO di Kota Samarinda ?
2. Apakah persepsi kemudahan mempengaruhi sikap pengguna layanan pembayaran digital OVO di Kota Samarinda ?
3. Apakah sikap pengguna mempengaruhi Minat pengguna layanan pembayaran digital OVO di Kota Samarinda ?

C. Batasan Masalah

Terkait dengan luasnya lingkup permasalahan serta keterbatasan dalam penelitian, maka peneliti menentukan batasan masalah dalam penelitian.

Batasan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini memfokuskan pada persepsi minat penggunaan layanan pembayaran digital menggunakan aplikasi OVO yang mulai berkembang saat ini, dilihat dari penggunaan *smarphone* yang semakin canggih dari tahun ketahun dan menjadi wujud konkret optimalisasi kehidupan sosial.
2. Penelitian ini memfokuskan pada persepsi minat penggunaan layanan pembayaran digital di Kota Samarinda mengenai adanya layanan pembayaran berbasis aplikasi OVO.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap pengguna layanan pembayaran digital OVO di Kota Samarinda.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap pengguna layanan pembayaran digital OVO di Kota Samarinda.
3. Untuk mengetahui pengaruh sikap pengguna terhadap minat pengguna layanan pembayaran digital OVO di Kota Samarinda.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah terbukanya cakrawala keilmuan peneliti dan menjadikan pengetahuan yang bersifat akademis bagi peneliti maupun pembaca tentang Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital OVO.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan mengenai studi tentang digital *payment* dan diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan penerbit OVO, sehingga dapat dijadikan referensi untuk memperbaiki sistem pada layanan OVO.