

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi telah berkembang pesat dan mempengaruhi masyarakat dalam segala aspek kehidupan. Kemudahan teknologi yang memberikan kemudahan menjadi hal yang tak terpisahkan dalam kehidupan sehari - hari. Perkembangan teknologi menghasilkan hal baru dalam segala bidang baik dalam bidang kesehatan, politik, ekonomi bahkan pendidikan dan lain sebagainya. Perkembangan yang ada dalam segala bidang sangat memudahkan masyarakat dan memberikan dampak yang baik dalam sektor pemerintahan maupun swasta.

Perkembangan teknologi turut mempengaruhi sistem ekonomi terutama keuangan yang mulai menerapkan ekonomi digital atau *digital payment* seperti *mobile banking*, *internet banking*, maupun *fintech*. Teknologi dan keuangan saling berkaitan satu sama lain. Dengan adanya inovasi teknologi dalam bidang keuangan terutama dalam bidang jasa yang dikenal dengan *financial technology* atau *fintech*.

Pembayaran dengan uang elektronik dalam sistem *financial technology* sebagai *digital payment* memberikan kemudahan bagi masyarakat. Perkembangan teknologi membuat sistem pembayaran dengan uang tunai beralih menjadi uang elektronik. Walaupun belum semua masyarakat tertarik dan paham menggunakan uang elektronik ini, akan tetapi penggunaan uang elektronik terus meningkat setiap tahun.

Keberadaan *financial technology* dalam sistem keuangan secara perlahan mulai mengubah kebiasaan dan sistem pembayaran dalam kehidupan masyarakat seperti pembayaran tol, *online shop*, tagihan bpjs, belanja, listrik, kendaraan umum dan lain lain. Metode pembayaran dengan uang elektronik ini pada umumnya menggunakan *smartphone* yang dilakukan secara online sehingga tidak menghabiskan banyak waktu. Metode ini memberikan fleksibilitas, efisiensi serta efektivitas bagi para pengguna baik dalam bisnis maupun kehidupan sehari – hari.

Fenomena perkembangan *fintech* yang pesat memunculkan persaingan ketat antar perusahaan terutama untuk perusahaan yang berada dalam bidang ini, baik itu perusahaan milik pemerintah maupun swasta yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Berbagai perusahaan mencoba mengembangkan inovasi baru untuk dapat bersaing dalam bidang *fintech* untuk menjadi yang paling disukai masyarakat. Beberapa aplikasi *smartphone* berbasis *financial technology* yang ada di Indonesia seperti Dana, OVO, GoPay, LinkAja, GrabPay, ShoppePay dan lain lain.

Fintech payment yang cukup populer dan digemari di Indonesia salah satunya adalah *Join The Revolution In Payment* atau yang lebih dikenal dengan nama OVO yang dikembangkan oleh PT Visionet International yang dapat didownload dan diakses di seluruh *smartphone* sejak tahun 2016. OVO memberikan kemudahan dengan dapat melakukan pembayaran serta transaksi secara online. Aplikasi OVO tersedia pada platform Android dan iOS.

Kemudahan serta manfaat yang ditawarkan oleh *digital payment* atau uang elektronik dapat mempengaruhi peningkatan pengguna dalam aplikasi *digital payment* yang ditawarkan. Sebuah layanan produk akan diminati dan digunakan oleh masyarakat luas apabila produk tersebut memiliki manfaat dan kemudahan dalam

membantu pembayaran dalam kehidupan masyarakat. Masyarakat akan beralih dan menggunakan alat pembayaran elektronik ketika masyarakat merasakan manfaat dan kemudahan yang ada dengan alat pembayaran elektronik dibandingkan dengan pembayaran tunai.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat penggunaan *fintech* adalah keamanan dalam perusahaan untuk melindungi informasi dari konsumen yang terdaftar dalam penggunaan aplikasi *fintech* dalam melakukan fasilitas *digital payment* dari tindak penipuan dan pencurian data. Dengan semakin amannya sebuah sistem maka akan membuat konsumen lebih percaya untuk menggunakannya dan menarik minat konsumen tersebut.

Persepsi tingkat kepercayaan terhadap produk yang digunakan juga dapat mempengaruhi minat menggunakan uang elektronik sebagai *digital payment*. Kepercayaan masyarakat merupakan salah satu kunci untuk meyakinkan dan mempertahankan hubungan antara pelanggan dan penyedia layanan. Oleh karena kepercayaan sangat mempengaruhi minat masyarakat sebagai konsumen dalam memakai alat pembayaran elektronik. Semakin konsumen merasakan manfaat, kemudahan, keamanan menggunakan *digital payment* maka konsumen akan percaya dan memilih menggunakan alat pembayaran elektronik.

Adanya fenomena kasus yang menyatakan bahwa server OVO mengalami gangguan seperti saldo OVO tidak dapat digunakan sehingga transaksi gagal secara tiba-tiba serta adanya penggunaan data pribadi orang lain tetapi melewati tahap verifikasi OVO membuat pemiliknya mengalami kerugian. Hal tersebut tentu membuat kepercayaan konsumen dalam penggunaan OVO menjadi berkurang sehingga membuat manfaat bahkan kemudahan dalam penggunaannya bukan lagi menjadi hal yang utama dan hal ini tentu akan mempengaruhi minat dalam penggunaan OVO (*detik.com* dan *mediakonsumen.com*). Oleh karena itu, terkait dari fenomena tersebut menjadi sesuatu hal yang menarik untuk diteliti.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology pada Aplikasi OVO Sebagai Digital Payment”**.

I.2 Kajian Literatur

I.2.1 Pengertian dan Teori Tentang Kemudahan

Persepsi Kemudahan Pengguna merupakan suatu tolak ukur untuk seseorang yang yakin akan teknologi tersebut dapat mudah digunakan. Tingkat kemudahan yang dirasakan oleh seseorang ketika menggunakan serta mengoperasikan suatu teknologi dalam hal ini OVO akan mempengaruhi tingkat keinginan seseorang tersebut untuk menggunakan OVO di kemudian hari atau pada saat transaksi selanjutnya (Yusda, 2020).

Semakin tinggi kemudahan seseorang dalam penggunaan teknologi yang digunakan maka akan semakin tinggi manfaat yang didapat apabila sistem mudah dimengerti dan praktis maka minat konsumen terhadap penggunaan aplikasi OVO juga akan meningkat (Latief, 2020).

I.2.2 Pengertian dan Teori Tentang Manfaat

Persepsi terhadap manfaat adalah tolak ukur bagaimana penggunaan teknologi dapat menghasilkan manfaat terhadap penggunanya, artinya semakin seseorang meyakini akan kemanfaatan suatu layanan dengan kinerja sistemnya, maka minat dalam penggunaannya juga akan semakin meningkat (Yusda, 2020).

Semakin tinggi manfaat yang diberikan oleh pembayaran *digital payment* dengan *Fintech* OVO maka akan semakin naik pula minat konsumen dalam menggunakannya (Atriani, 2020).

I.2.3 Pengertian dan Teori Tentang Keamanan

Persepsi keamanan merupakan keyakinan akan penggunaan sistem yang aman yang bebas dari risiko kerugian maupun hilangnya data serta risiko pencurian yang rendah terkait dengan informasi pribadi pengguna yang terjamin kerahasiannya dan bebas dari campur tangan pihak ketiga (Iliyin, 2020).

Semakin suatu aplikasi atau *digital payment* dapat memberikan jaminan keamanan terhadap kejahatan *online* baik dengan sistem keamanan yang ditingkatkan akan membentuk kepercayaan masyarakat untuk menggunakan uang elektronik sehingga minat penggunaan konsumen akan meningkat (Jelita, 2020).

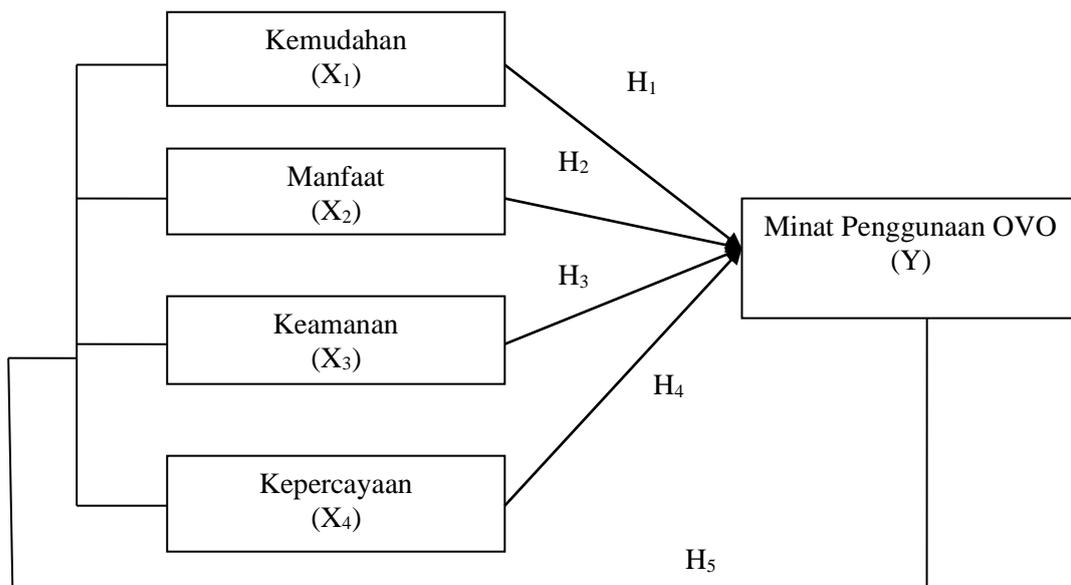
I.2.4 Pengertian dan Teori Tentang Kepercayaan

Kepercayaan adalah hal utama dalam menentukan keberhasilan suatu produk atau layanan karena hal tersebut yang menjadi alasan konsumen dalam menggunakan suatu produk dalam jangka lama serta merupakan bagian dari hubungan antara konsumen dan pemasar (Purba, 2020).

Kepercayaan akan mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan OVO secara berulang untuk kemudahan bertransaksi mereka, dimana tingkat kepercayaan atas kemudahan transaksi yang dirasakan akan mempengaruhi intensitas penggunaan teknologi OVO sebagai *digital payment*. (Yusda, 2020).

I.3 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini, kerangka konseptual digunakan untuk menjelaskan keterkaitan pengaruh Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Kepercayaan terhadap minat penggunaan OVO yang dapat dilihat pada kerangka konseptual yang dapat berupa skema atau bagan sebagai berikut.



Gambar I.1. Kerangka Konseptual

I.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual tersebut maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut.

H₁ : Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO.

H₂ : Manfaat berpengaruh terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO .

H₃ : Keamanan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO.

H₄ : Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO.

H₅ : Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO.