

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Wibowo *et al.*, (2015) perkembangan teknologi di era globalisasi telah memberikan dampak yang besar dan dapat dirasakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Adanya teknologi dapat membantu dan mengatasi berbagai masalah khususnya dalam hal bertransaksi. Kini metode pembayaran dapat dilakukan secara elektronik atau non tunai sehingga memudahkan masyarakat melakukan pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai. Apalagi pada masa pandemi, seperti saat ini banyak orang yang berantisipasi untuk tidak membawa uang *cash* guna mencegah penularan virus *covid-19* dengan menerapkan *physical distancing*.

Berdasarkan dari *Website* resmi Bank Indonesia (2020) uang elektronik adalah salah satu bentuk alat pembayaran elektronik yang nilai uangnya tersimpan di dalam media elektronik. Terdapat beberapa jenis metode yang bisa digunakan ketika melakukan pembayaran elektronik, yaitu melalui dompet digital atau *e-wallet*, *e-cash*, dan juga *smart card*. Dari setiap jenis pembayaran tersebut tentunya memiliki cara transaksi yang berbeda-beda, hal ini dikarenakan perbedaan fitur, manfaat, fungsi, serta kelebihanannya masing-masing.

Uang elektronik dianggap mampu memberikan manfaat dan kemudahan dalam bertransaksi, banyak masyarakat yang beralih untuk menggunakan metode pembayaran secara digital atau elektronik. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah transaksi uang elektronik yang tercatat dalam data statistik Bank Indonesia selama 5 tahun terakhir:

Tabel I.1
Transaksi Uang Elektronik

Periode	Volume (dalam satuan transaksi)	Nominal (dalam juta rupiah)
2016	683.133.352	Rp7.063.689
2017	943.319.933	Rp12.375.469
2018	2.922.698.905	Rp47.198.616
2019	5.226.699.919	Rp145.165.468
2020	4.625.703.561	Rp204.909.170

Sumber: www.bi.go.id (2020)

Menurut data dari statistik Bank Indonesia dalam *Website* resminya pada Tabel I.1 volume transaksi uang elektronik tahun 2020 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, yang tadinya berada di angka 5.226.699.919 kali transaksi turun menjadi 4.625.703.561 kali transaksi. Sedangkan nilai nominal setiap tahunnya mengalami peningkatan, untuk tahun 2020 nilai nominal mencapai Rp204.909.170 dari sebelumnya, yang pada tahun 2019 berada di angka Rp145.165.468.

Menurut Deputy Gubernur Senior BI Destry Damayanti dalam situs berita CNN Indonesia (2020), hal ini dikarenakan minimnya transaksi di mesin ATM, kartu debit, kartu kredit hingga uang elektronik akibat terjadinya kondisi pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Menjadikan masyarakat sedikit melakukan transaksi, tetapi untuk sekali bertransaksi nilai nominal yang dikeluarkan cukup besar. Sehingga mengindikasikan nilai nominal transaksi uang elektronik lebih besar daripada volume transaksinya. Pada transaksi uang elektronik *non-bank*, seperti *e-wallet* atau dompet digital menjadi sebuah pilihan bagi masyarakat dengan persentase hampir 90% dari total volume transaksi.

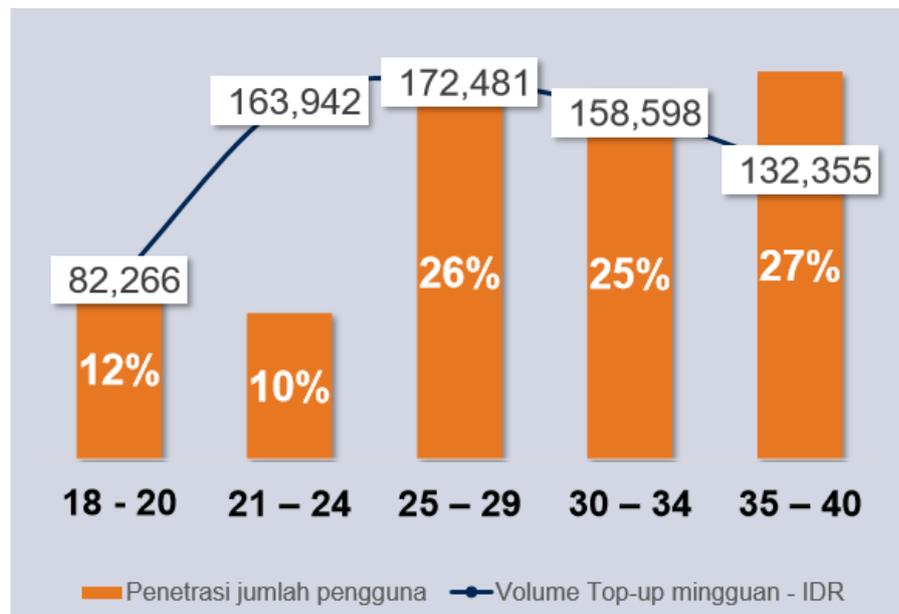
Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh *Snapchat* dalam situs berita Money Kompas (2019), menjelaskan terdapat tiga jenis transaksi yang paling sering dilakukan dengan menggunakan uang elektronik atau dompet digital. Yaitu transaksi *retail* (28%), pemesanan transportasi *online* (27%), dan pemesanan makanan *online* (20%).

Menurut pendapat Hollander dalam penelitian Inggiharti (2020) dompet digital atau *e-wallet* adalah media yang berbasis aplikasi atau *software* dan dapat diakses melalui internet. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, yang tertera dalam pasal 1 ayat 7 menyatakan bahwa dompet elektronik atau *electronic wallet* merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat

pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran.

Berdasarkan situs berita dari Bank Danamon (2021) menjelaskan tentang kelebihan menggunakan dompet digital, yaitu masyarakat merasa lebih aman dalam melakukan transaksi serta proses pembayarannya relatif lebih cepat. Selain itu, pengguna dari dompet digital juga tidak perlu menyiapkan uang pecahan untuk digunakan sebagai kembalian dari transaksi yang dilakukan karena nantinya saldo akan secara otomatis terpotong ketika melakukan pembayaran. Banyak penyedia jasa dompet digital yang menawarkan berbagai promo, yaitu berupa potongan harga dan *cashback* setiap melakukan *top-up* dan transaksi.

Cara melakukan transaksi pada dompet digital juga terbilang mudah. Hanya melalui *smartphone* masyarakat dapat membayar tagihan bulanan, seperti listrik, air, pulsa, atau cicilan, transfer ke semua bank, berbelanja *online*, serta makan dan minum di gerai yang melayani pembayaran dengan dompet digital. Dengan menawarkan kemudahan tersebut dapat menjadi alasan mengapa dompet digital sangat diminati oleh masyarakat. Berikut ini merupakan data hasil riset dari Ipsos tentang peningkatan penggunaan dompet digital berdasarkan usia di kalangan masyarakat milenial dan generasi Z.



Gambar I.1

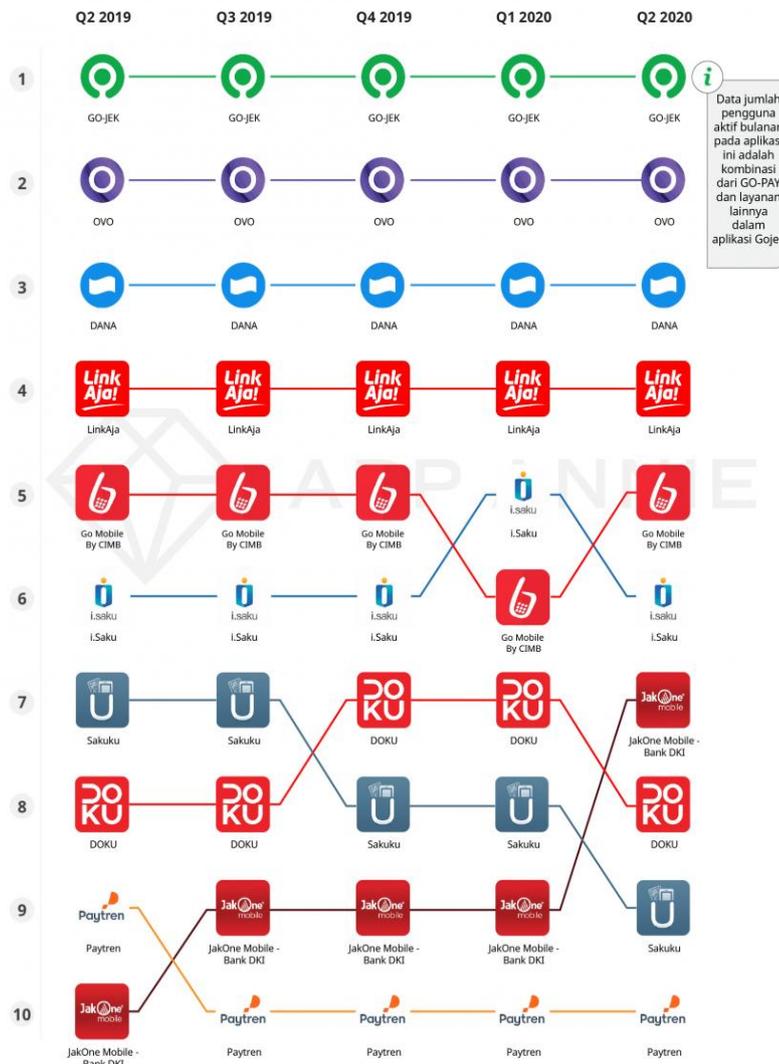
Data Riset Ipsos Usia Masyarakat Yang Menggunakan Dompot Digital

Sumber : www.ipsos.com (2020)

Menurut hasil riset yang dilakukan oleh perusahaan riset Ipsos (2020), dengan survei penelitian kepada 500 responden di beberapa kota besar di Indonesia, menyatakan bahwa tingkat penggunaan atau *top-up* dompet digital terus mengalami peningkatan dan yang paling dominan adalah konsumen dari rentang usia 25-29 tahun. Masyarakat di Indonesia umumnya mampu memanfaatkan serta mengikuti perkembangan inovasi teknologi yang diberikan, terutama konsumen dari generasi muda. Menggunakan dompet digital sejak dini, menjadikan generasi Z sebagai segmen pertama yang mencoba inovasi dompet digital.

Berdasarkan data dari Bank Indonesia dalam situs berita CNBC Indonesia (2019), hingga saat ini sudah ada 38 *e-wallet* atau dompet digital yang mendapatkan lisensi resmi. Berikut ini merupakan daftar 10 *e-wallet*

terbesar di Indonesia berdasarkan pengguna aktif bulanan menurut hasil riset dari *iPrice Group* dan *App Annie* pada tahun 2019-2020.



Gambar I.2

Riset E-Wallet Terbesar Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan

Sumber: Iprice.co.id (2019)

Dalam riset yang dilakukan oleh *iPrice* dan *App Annie* (2020), GOPAY, OVO, DANA, dan LinkAja termasuk 4 dompet digital dengan jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak selama periode kuartal kedua tahun 2019-2020. Keempat *e-wallet* tersebut juga termasuk sebagai aplikasi dengan total *download* terbanyak. Selain itu, *Iprice* juga melakukan riset mengenai kepopuleran *e-wallet* di Indonesia, hasilnya 58% responden memilih GOPAY sebagai aplikasi dompet digital yang paling populer, kemudian OVO sebanyak 29%, DANA 9%, serta LinkAja 4% responden. Untuk urutan berikutnya *e-wallet* dengan pengguna aktif bulanan terbanyak di posisi ke 5 sampai 10 pada periode kuartal dua tahun 2020 diraih oleh *Go Mobile by CIMB*, *i.saku*, *JakOne Mobile-Bank DKI*, *Doku*, *Sakuku*, dan *Paytren*.

OVO dan DANA konsisten berada di urutan tiga besar *e-wallet* dengan pengguna aktif bulanan tertinggi. Kedua dompet digital ini merupakan *e-wallet non-government*, yang memiliki jenis layanan finansial hanya berfokus untuk melakukan transaksi pembayaran serta pengiriman uang. Berbeda dengan GOPAY, yang terdiri dari beberapa layanan dan tergabung kedalam satu aplikasi.

OVO merupakan *platform* dompet digital yang dikembangkan oleh PT. Visionet Internasional pada bulan Maret 2017, dan disahkan oleh Bank Indonesia dengan Surat Nomor 19/661/DKSP/Srt/B pada tanggal 7 Agustus 2017. Dompet digital OVO dapat diunduh secara gratis melalui *Playstore* dan *Appstore*. OVO juga memiliki ratusan *merchant online*

maupun *offline*, pada tahun 2018. OVO bekerjasama dengan Tokopedia dan Grab untuk mendukung layanan pembayaran secara *mobile*. Hal ini adalah inovasi bagi OVO dalam meningkatkan perkembangan terhadap layanan transaksinya supaya lebih efisien dan efektif sehingga konsumen merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Menurut Irawan dalam penelitian Wiwoho (2018) kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi pelanggan berdasarkan kinerja dari layanan atau jasa untuk memenuhi ekspektasi yang diharapkan. Salah satu persepsi yang memiliki peranan penting terbentuknya kepuasan konsumen adalah persepsi kemudahan penggunaan karena tentunya masyarakat di Indonesia mengharapkan sebuah sistem layanan dompet elektronik yang mudah untuk digunakan.

Dompet digital OVO menawarkan kemudahan bagi konsumennya untuk melakukan transaksi pembayaran non tunai dengan menyediakan berbagai fitur serta memberikan promosi yang menarik. Namun terkadang OVO mengalami beberapa kendala. Seperti yang dilansir dari situs berita Finance.detik (2020), yaitu sulit untuk melakukan *login*, akun yang mengalami *logout* sendiri, gangguan terhadap jaringan, hingga kesulitan dalam melakukan *top-up*. Hal ini tentunya menyebabkan sejumlah pengguna mengeluh terkait kendala yang terjadi tersebut. Pihak dari OVO kemudian meminta maaf kepada para pengguna serta *merchant* OVO atas ketidaknyamanan yang terjadi, dan akan berusaha untuk mencegah supaya kejadian ini tidak dapat terulang kembali.

Dari permasalahan yang terjadi tersebut, dapat ditarik suatu kesimpulan jika OVO dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu mengatasi berbagai kendala yang terjadi maka nantinya konsumen akan memberikan *review* yang positif karena merasa puas dengan kemudahan yang diberikan oleh aplikasi dompet digital OVO. Sebaliknya, apabila OVO tidak mampu untuk memenuhi permintaan konsumen dan kurang merespon ketika ada suatu masalah yang terjadi, konsumen tentunya merasa tidak terpuaskan serta akan beralih ke produk atau layanan yang lain.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dompet Digital OVO (Survei Pada Pengguna Dompet Digital OVO di Jabodetabek)”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan maka perumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana gambaran tentang persepsi kemudahan penggunaan dompet digital OVO?
2. Bagaimana gambaran tentang kepuasan konsumen dompet digital OVO?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen Dompet Digital OVO?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disebutkan maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui gambaran tentang persepsi kemudahan penggunaan dompet digital OVO.
- b. Untuk mengetahui gambaran tentang kepuasan konsumen dompet digital OVO.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen Dompet Digital OVO.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Dapat dijadikan sebagai sarana untuk menambah wawasan peneliti, khususnya mengenai persepsi kemudahan penggunaan serta kepuasan konsumen.

b. Bagi Fakultas Ekonomi

- 1) Dapat digunakan sebagai sarana referensi di perpustakaan untuk Karya Ilmiah.
- 2) Untuk meningkatkan dan memperluas kurikulum pembelajaran.

c. Bagi Pembaca

Dapat menambah literatur bagi mahasiswa/i yang ingin melakukan penelitian tentang persepsi kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen pada masa yang akan datang.