

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi membawa dampak terhadap perubahan gaya hidup masyarakat yang menuntut suatu layanan berbasis teknologi yang serba cepat, praktis dan mudah dalam berbagai bidang. Seperti halnya dalam bidang keuangan, Indonesia sudah menerapkan teknologi pada sektor keuangan yaitu teknologi finansial (*fintech*) dan menjadi salah satu instrumen keuangan di negara ini. Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan menilai bahwa dengan adanya *fintech* akan meningkatkan 75% terhadap literasi dan inklusi keuangan suatu negara.

Indonesia dapat dikatakan pasar yang menjanjikan bagi para pelaku industri *fintech* karena mayoritas penduduknya sudah menjadikan internet dan *smartphone* menjadi kebutuhan harian mereka. Salah satu jenis layanan *fintech* yang saat ini semakin banyak digunakan oleh masyarakat ialah *e-wallet* atau dompet digital.

Menurut Apriyani (2019), *E-wallet* atau dompet digital merupakan salah satu bentuk *financial technology (fintech)* sebagai alternatif metode pembayaran berbentuk aplikasi dengan memanfaatkan media internet. Tujuan dari adanya dompet digital yaitu untuk menyimpan uang dalam bentuk elektronik agar

memudahkan masyarakat atau pengguna dalam melakukan berbagai macam kegiatan transaksi keuangan dengan lebih mudah, praktis, dan aman. Sistem bertransaksi menggunakan dompet digital yaitu pengguna dapat melakukan pembayaran secara *online* dengan pemotongan saldo secara langsung yang terdapat pada akun pengguna untuk dibayarkan kepada penjual. Pengguna juga dapat menerima ataupun mengirimkan uang hanya dengan mencantumkan nomor telepon yang akan dituju. Selain itu, pengguna juga dapat melakukan transaksi lainnya menggunakan *scan* kode QR atau *barcode* dengan mudah dan aman.

Transaksi tanpa uang tunai atau cashless menjadi tren di kalangan masyarakat Indonesia saat ini. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan transaksi uang digital di Indonesia. Data terbaru Bank Indonesia (BI) menunjukkan bahwa nilai transaksi uang digital selama Juli 2019 lalu mencapai Rp12,93 triliun atau mengalami peningkatan sebesar 262,67% dibandingkan dengan Juli 2018 lalu hanya sebesar Rp 3,58 triliun. Volume transaksi pada Juli 2019 juga merupakan nilai bulanan tertinggi sepanjang masa dengan volume transaksi sebanyak 476.037.115 kali (Chrisbiyanto, 2019).

Berdasarkan data yang diperoleh dari situs resmi Bank Indonesia (BI), terdapat 39 dompet digital yang telah mendapatkan lisensi resmi dari Bank Indonesia itu sendiri per 24 Oktober 2019 (BI, 2019). Salah satunya ialah dompet digital OVO.

OVO merupakan *platform* dompet digital di bawah naungan PT Visionet Internasional yang mulai beroperasi pada 22 Agustus 2017 dan sudah termasuk daftar penyelenggara uang elektronik yang telah memperoleh izin dari Bank

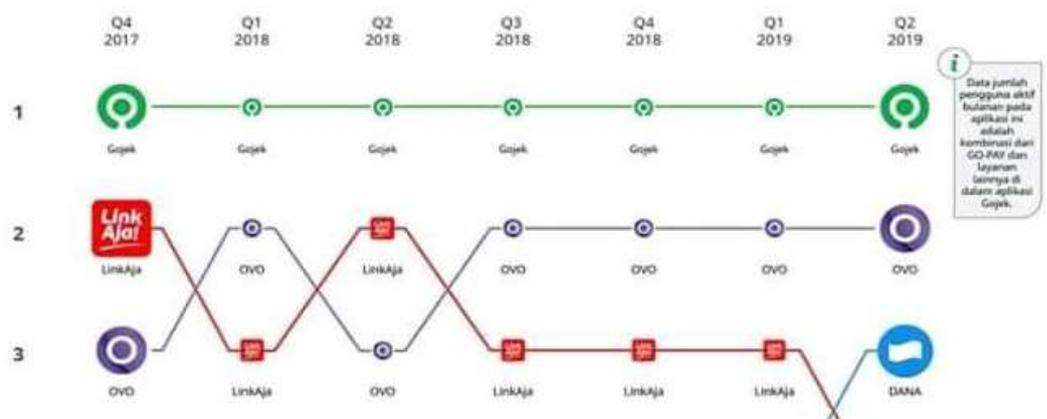
Indonesia dengan nomor izin No.19/661/DKSP/Srt/B tanggal 7 Agustus 2017 (BI, 2019). PT Visionet Internasional (OVO) sudah menjalin kemitraan dengan Lippo Group, PT Grab Indonesia, Tokopedia dan 500 ribu *merchant* lainnya di seluruh Indonesia (Faizal, 2019).

Banyak jenis transaksi yang dapat dilakukan dengan menggunakan dompet digital OVO ini seperti melakukan pembayaran transportasi *online*, pengiriman makanan cepat saji secara *online*, dan pembayaran jasa pengiriman barang karena bermitra dengan PT Grab Indonesia. Pengguna juga dapat melakukan pembayaran transaksi *e-commerce* karena bermitra dengan Tokopedia. Sedangkan dari aplikasi OVO sendiri, pengguna dapat melakukan transaksi pembayaran di sejumlah restoran dengan menggunakan *scan* kode QR atau *barcode*, belanja kebutuhan sehari-hari di sejumlah *supermarket* ataupun ritel UMKM yang menjadi *merchant* dari OVO, maupun pembayaran berbagai macam rekening tagihan rutin seperti listrik, asuransi BPJS, paket internet, dan TV kabel. Kini, OVO telah memperbaharui sistemnya yang dikenal dengan OVO Premier di mana terdapat fitur baru yaitu *OVO paylater*, pengguna dapat melakukan transaksi belanja di *merchant* pilihan mereka dan membayarnya di akhir bulan tanpa tambahan biaya (Ovo.id, 2019).

Salah satu lembaga riset berbasis aplikasi yaitu Snapcart melakukan penelitian mengenai perilaku konsumen dalam bertransaksi menggunakan dompet digital termasuk di dalamnya OVO. Hasilnya menunjukkan bahwa tiga jenis transaksi yang paling sering digunakan dengan menggunakan dompet digital ialah transaksi ritel (28%), pemesanan transportasi *online* (27%), dan pemesanan

makanan *online* (20%). Sisanya, untuk transaksi *e-commerce* (15%) dan pembayaran tagihan (7%) (Faizal, 2019).

OVO juga merupakan salah satu *platform* dompet digital yang populer di kalangan masyarakat saat ini berdasarkan laporan riset yang dilakukan oleh *platform* pembandingan harga produk elektronik, iPrice Group dengan lembaga riset aplikasi skala Internasional terpercaya AppAnie. iPrice Group dan AppAnie mengukur dari segi jumlah unduhan aplikasi di iOS App Store maupun Google Play Store dan jumlah pengguna aktif bulanan pada *platform* dompet digital tersebut agar mendapatkan data yang akurat (Clinton, 2019).



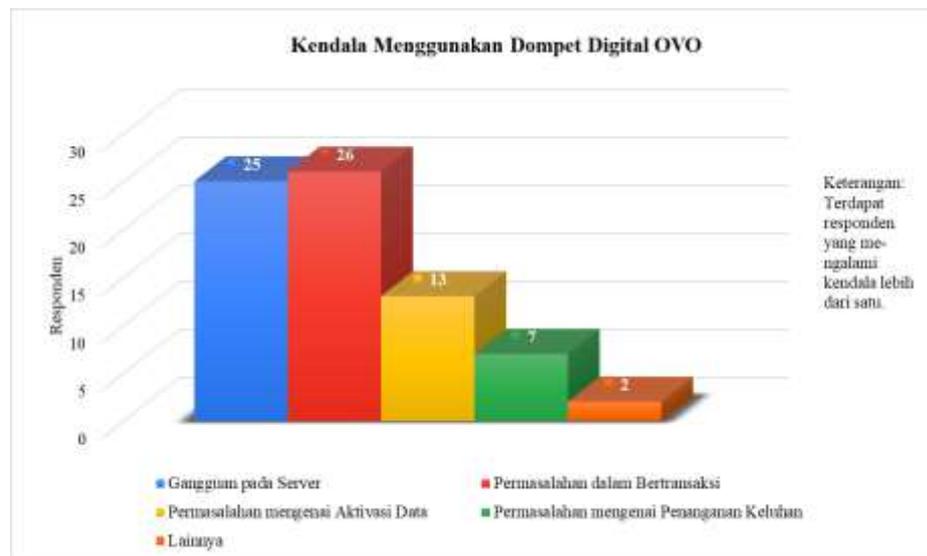
Gambar 1. 1 Grafik Daftar Dompet Digital Terbesar di Indonesia Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan

Sumber: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4037468/>

Grafik pada gambar di atas, menunjukkan bahwa *platform* dompet digital milik lokal yang masih menduduki peringkat tiga besar dari segi pengguna aktif bulanan yaitu Go-Pay, LinkAja dan OVO. Pada kuartal IV-2017 (Q417) posisi OVO menduduki peringkat ke tiga. Tetapi pada kuartal I-2018 (Q118), OVO mampu berada di posisi ke dua menggeser LinkAja. Namun sayangnya, masih di

tahun yang sama pada kuartal II-2018 (Q218), OVO turun kembali ke posisi ke tiga. Hingga akhirnya pada kuartal III-2018 (Q318) hingga kuartal II-2019 (Q219) OVO mampu naik kembali ke posisi ke dua menggeser LinkAja. Sedangkan posisi pertama sejak kuartal IV-2017 (Q417) hingga Kuartal II-2019 (Q219) masih diduduki oleh Go-Pay dan OVO belum mampu menggeser posisi Go-Pay tersebut. Sementara peringkat tiga besar *platform* dompet digital dari segi jumlah unduhan aplikasi terbanyak dipegang oleh Go-Pay, OVO dan Dana. Namun, tidak disebutkan berapa jumlah pengguna aktif serta jumlah unduhan masing-masing *platform* tersebut (Clinton, 2019).

Dompet digital OVO belum mampu menduduki posisi pertama dan menggeser posisi Go-Pay sebagai dompet digital dengan pengguna aktif bulanan terbanyak karena diduga pelayanan yang diberikan oleh pihak OVO masih belum maksimal. Hal ini sesuai dengan survei awal yang dilakukan oleh Peneliti. Berdasarkan survei awal tersebut, dari 64 responden yang pernah menggunakan dompet digital OVO, sebanyak 53 responden pernah mengalami kendala. Berikut diagram yang menunjukkan kendala yang pernah dialami oleh responden ketika menggunakan dompet digital OVO:



Gambar 1. 2 Diagram Kendala yang Dihadapi Responden ketika Menggunakan Dompot Digital OVO

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2020)

Berdasarkan diagram di atas, terdapat responden yang mengalami kendala lebih dari satu permasalahan. Sebanyak 25 responden pernah mengalami kendala terkait gangguan pada *server*, 26 responden mengalami kendala terkait dengan permasalahan dalam bertransaksi, 13 responden mengalami kendala terkait dengan aktivasi data, 7 responden mengalami kendala terkait dengan penanganan keluhan dan sisanya sebanyak 2 responden pernah mengalami kendala terkait dengan notifikasi atau pemberitahuan informasi yang tidak muncul ketika menggunakan dompet digital OVO. Dengan adanya kendala yang dialami oleh pengguna, tidak menutup kemungkinan akan mempengaruhi niat pengguna untuk menggunakan kembali dompet digital OVO tersebut.

Faktor pertama yang diduga dapat mempengaruhi niat pengguna untuk mau menggunakan kembali dompet digital OVO ialah kepuasan yang dirasakan oleh pengguna. Kepuasan merupakan perasaan yang timbul baik ataupun

kecewa setelah menggunakan dompet digital OVO karena adanya perbedaan antara ekspektasi yang diharapkan pengguna dengan kinerja atau layanan yang diberikan oleh OVO. Oleh karena itu, pihak OVO seharusnya tetap menjaga pelayanannya supaya pengguna tetap puas karena timbul perasaan senang setelah menggunakan dompet digital OVO tersebut. Namun, kepuasan pengguna masih menjadi permasalahan ketika menggunakan dompet digital OVO.

Ravianto (2019) menyatakan bahwa sejumlah pengguna mengeluhkan dompet digital OVO mengalami gangguan. Sebagian mengaku tidak bisa masuk ke dalam aplikasi OVO dan hanya menampilkan *security code* saja bahkan ada yang tiba-tiba terlempar keluar saat sedang membuka aplikasi OVO tersebut. Karena gangguan tersebut, berdampak pula pada masalah dalam bertransaksi, seperti gagal melakukan *top up* saldo OVO, padahal saldo di rekening banknya sudah terpotong. Selain itu, beberapa pengguna mengeluhkan saldo OVO pada layanan yang terhubung dengan Grab dan Tokopedia menjadi 0. Pengguna lain juga tidak bisa melakukan pemesanan transportasi *online* maupun pemesanan makanan secara *online* dengan menggunakan metode pembayaran OVO. Permasalahan tersebut sejalan dengan hasil survei awal yang dilakukan oleh Peneliti seperti yang tertera pada **Gambar 1.2** bahwa sebanyak 25 responden pernah mengalami kendala pada gangguan *server* dan 26 responden mengalami kendala pada saat bertransaksi yang mampu menimbulkan ketidakpuasan konsumen.

Permasalahan di atas diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Humbani dan Wiese (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan memiliki efek

positif pada niat berkelanjutan. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Cao *et al.* (2018) juga menyatakan bahwa kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap niat menggunakan kembali.

Faktor kedua yang diduga dapat mempengaruhi niat pengguna untuk mau menggunakan kembali dompet digital OVO ialah kepercayaan pengguna. Kepercayaan memberikan jaminan terhadap pengguna bahwa ia akan menerima layanan yang berkualitas ketika menggunakan dompet digital OVO karena mereka percaya bahwa pihak OVO memiliki kemampuan akan hal itu. Salah satu hal yang dapat menimbulkan kepercayaan pengguna ialah dompet digital OVO telah mendapatkan lisensi resmi dari Bank Indonesia, maka segala pelayanan dan keamanannya di bawah pengawasan Bank Indonesia. Namun kepercayaan pengguna juga masih menjadi masalah ketika menggunakan dompet digital OVO.

Putra (2019) menyatakan bahwa sejumlah pengguna mengeluhkan tidak dapat melakukan peningkatan layanan menjadi OVO Premier sehingga tidak dapat menggunakan layanan terbaru yaitu OVO *Paylater*. Untuk meningkatkan layanan menjadi OVO Premier, pengguna diwajibkan mengisi data diri dan berswafoto dengan KTP-nya. Salah satu pengguna mengeluhkan bahwa setelah meningkatkan layanan menjadi OVO Premier, pengguna diminta untuk mengisi kode keamanan melalui verifikasi SMS, memasukkan *passcode* dan *fingerprint* pada aplikasi OVO, tetapi setelah semua itu dilakukan, pengguna malah tidak bisa masuk ke dalam aplikasi OVO lagi.

Pengguna lain juga mengeluhkan bahwa data KTP-nya sudah digunakan oleh nomor telepon lain dan ketika nomor tersebut dihubungi, sudah tidak

terdaftar. Pengguna tersebut mencoba melaporkan ke pihak OVO namun tidak mendapatkan jawaban yang memuaskan dari pihak OVO sendiri. Permasalahan tersebut sejalan dengan hasil survei awal yang tertera pada **Gambar 1.2** bahwa sebanyak 13 responden pernah mengalami permasalahan terkait dengan aktivasi data. Hal itulah yang diduga dapat menyebabkan kepercayaan pengguna menjadi menurun.

Permasalahan di atas diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zhou (2013) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat untuk melanjutkan penggunaan. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Kumar et al. (2018) juga menyatakan bahwa kepercayaan secara positif memengaruhi niat melanjutkan pengguna *M-wallet*.

Faktor ketiga yang diduga dapat mempengaruhi niat pengguna untuk mau menggunakan kembali dompet digital OVO ialah pengalaman yang dirasakan oleh pengguna. Ketika pengguna merasakan kemudahan dalam mengoperasikan layanan dompet digital OVO, lalu merasa percaya dan puas dengan layanan yang diberikan oleh OVO, maka akan menciptakan suatu pengalaman yang baik bagi pengguna dan berhadapan mendapatkan pengalaman yang sama ketika menggunakan layanan OVO kembali di kemudian hari. Namun, masih terdapat permasalahan bagi OVO untuk memberikan pengalaman yang baik kepada penggunanya.

Azanella (2019) menyatakan bahwa sejumlah pengguna mengeluhkan pernah dirugikan oleh oknum pengemudi Grab yang melakukan kecurangan saat hendak memesan makanan secara *online* melalui layanan GrabFood menggunakan

metode pembayaran OVO. Kecurangan yang dilakukan ialah memotong saldo OVO pengguna yang tidak sesuai dengan tagihannya. Salah satu pengguna bernama Asha, melakukan pemesanan makanan secara *online* seharga Rp. 24.000,- tetapi saldo OVO miliknya terpotong sebesar Rp. 41.000,- dan makanan yang dipesannya tidak sampai kepadanya meski status pemesanan di aplikasi telah terselesaikan. Pengguna lain juga mengeluhkan hal serupa bahkan saldo OVO-nya terpotong sebesar Rp.110.000,-. Permasalahan tersebut tentunya dapat mempengaruhi kepercayaan pengguna dan memberikan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi pengguna.

Permasalahan di atas juga diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zhou (2013) yang menyatakan bahwa aliran pengalaman memiliki pengaruh positif terhadap niat melanjutkan penggunaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Azizah et al. (2018) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara aliran pengalaman pengguna dengan niat penggunaan berkelanjutan.

Faktor keempat yang diduga dapat mempengaruhi niat pengguna untuk mau menggunakan kembali dompet digital OVO ialah penanganan keluhan atau pengaduan. Penanganan keluhan atau pengaduan ini merupakan sistem manajemen yang diciptakan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh pengguna terkait dengan layanan yang diberikan oleh OVO. Jika pihak OVO memberikan perlindungan tersebut kepada para penggunanya, maka pengguna merasa aman dan tidak khawatir ketika di kemudian hari mengalami kendala saat menggunakan kembali layanan yang diberikan oleh pihak OVO. Namun, masih

terdapat masalah terkait dengan penanganan keluhan atau pengaduan yang diberikan oleh pihak OVO tersebut.

Siswanto (2019) menyatakan bahwa sejumlah pengguna mengeluhkan bahwa tidak mendapatkan respon ketika melakukan pengaduan kepada pihak OVO. Seperti halnya, salah satu pengguna telah melakukan *top up* saldo OVO dan hendak menggunakannya tetapi akunnya mendapatkan pesan eror, setelah itu akunnya diblokir secara sepihak oleh pihak OVO. Pengguna tersebut mencoba menghubungi *customer service* dan mengikuti semua prosedur yang diperintahkan. Namun tidak membuahkan hasil apapun. *Customer service* hanya menerima keluhan dan tidak dapat menyelesaikan masalah yang terjadi pada pengguna.

Dea (2019) pun menyatakan bahwa pengguna lain juga mengeluhkan telah melakukan *top up* saldo OVO sebesar Rp. 4.000.000,- dari rekening tabungannya tetapi saldo OVO tetap tidak bertambah meski saldo rekeningnya telah terpotong. Pengguna mencoba menghubungi *customer service* tetapi tidak ada info lebih lanjut terkait penanganan masalah yang dihadapi oleh pengguna tersebut. Permasalahan tersebut sejalan dengan hasil survei awal yang tertera pada **Gambar 1.2** bahwa sebanyak 7 responden pernah mengalami permasalahan terkait dengan penanganan keluhan. Hal itu tentunya akan menyebabkan pengguna mempertimbangkan niatnya untuk mau menggunakan kembali dompet digital OVO. Permasalahan di atas juga diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kumar et al. (2018) yang menyatakan bahwa penanganan keluhan ganti rugi mempengaruhi niat menggunakan kembali *M-wallet* secara positif.

Dari beberapa data yang telah dipaparkan di atas, dapat terlihat bahwa dompet digital OVO memiliki permasalahan yang berkaitan dengan niat pengguna untuk menggunakan kembali dompet digital tersebut. Beberapa faktor yang diduga mempengaruhi niat penggunaan berkelanjutan antara lain: kepuasan pengguna, kepercayaan pengguna, pengalaman yang dirasakan oleh pengguna dan penanganan keluhan atau pengaduan. Hal tersebut menjadi permasalahan yang menarik untuk di bahas, sehingga Peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan niat penggunaan berkelanjutan dompet digital OVO. Namun dalam hal ini, fokus permasalahan yang akan diteliti ialah faktor kepercayaan dan kepuasan pengguna dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan Dompet Digital pada Pengguna di Jakarta”.

B. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah kepercayaan pengguna (*trust*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk melanjutkan penggunaan kembali (*continuance usage intention*) dompet digital OVO?
2. Apakah kepuasan pengguna (*satisfaction*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk melanjutkan penggunaan kembali (*continuance usage intention*) dompet digital OVO?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk menguji:

1. Pengaruh kepercayaan pengguna (*trust*) terhadap niat untuk melanjutkan penggunaan kembali (*continuance usage intention*) dompet digital OVO.
2. Pengaruh kepuasan pengguna (*satisfaction*) terhadap niat untuk melanjutkan penggunaan kembali (*continuance usage intention*) dompet digital OVO.

D. Kebaruan Penelitian

Penelitian mengenai niat penggunaan kembali layanan keuangan berbasis aplikasi memang bukan satu-satunya, banyak penelitian terdahulu yang telah meneliti mengenai hal tersebut. Pada layanan keuangan perbankan telah dilakukan oleh Jamshidi et al. (2018) yang meneliti mengenai penggunaan *mobile banking* pada nasabah bank di Iran. Sedangkan di Indonesia, penelitian serupa pernah dilakukan oleh Sihombing dan Liempepas (2019) yang meneliti mengenai penggunaan berkelanjutan pada *mobile banking* BCA.

Sedangkan penelitian mengenai layanan keuangan berbentuk dompet digital telah dilakukan di beberapa negara. Seperti halnya di China, Zhou (2013) meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat secara berkelanjutan dari pembayaran *mobile* pada pengguna di beberapa kota di China bagian Timur. Penelitian serupa dilakukan oleh Kumar et al. (2018) yang meneliti mengenai penggunaan dompet digital pada mahasiswa program MBA di seluruh negara bagian India. Penelitian lain dilakukan oleh Humbani dan Wiese (2019) meneliti mengenai adopsi dan niat untuk terus menggunakan aplikasi pembayaran *mobile*

di Afrika Selatan. Sedangkan di Indonesia penelitian serupa pernah dilakukan oleh Putri (2018) yang meneliti mengenai penggunaan kembali dompet digital Go-Pay dengan cakupan responden yang sangat luas. Namun, penelitian mengenai penggunaan kembali layanan dompet digital masih jarang ditemukan khususnya yang menggunakan objek penelitian dompet digital OVO, sehingga Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai topik tersebut.

Penelitian mengenai penggunaan kembali layanan keuangan berbasis aplikasi pun dianalisis dengan teknik analisis yang beragam seperti menggunakan SEM, SEM-PLS, SEM dan *Path Analysis* disesuaikan dengan model penelitian para Peneliti tersebut. Namun Peneliti akan menggunakan teknik analisis regresi berganda yang disesuaikan dengan model pada penelitian ini.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa yang menjadi pembaharuan dalam penelitian ini ialah Peneliti tertarik untuk meneliti mengenai penggunaan kembali dompet digital OVO yang masih jarang ditemukan di Indonesia. Jika di negara lain yang menjadi subjek penelitian adalah para pengguna layanan keuangan berbasis aplikasi baik perbankan maupun dompet digital secara umum maupun mahasiswa dengan cakupan yang cukup luas, namun pada penelitian ini akan berfokus pada pengguna di salah satu kota di Indonesia yaitu DKI Jakarta. Teknik analisis data yang digunakan pun berbeda yaitu menggunakan analisis regresi berganda yang disesuaikan dengan model pada penelitian ini.