

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang semakin cepat telah mempengaruhi kehidupan manusia, kehidupan manusia saat ini sangat dimudahkan dengan teknologi yang ada, sehingga teknologi sudah menjadi hal yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Berkembangnya teknologi ditandai dengan munculnya teknologi-teknologi baru di berbagai bidang, seperti bidang pendidikan, ekonomi, politik, kesehatan, dan lain sebagainya.

Perkembangnya teknologi di bidang ekonomi, memberikan dampak yang besar pada semua kegiatan keuangan baik itu disektor pemerintah maupun sektor swasta, ini terlihat dengan adanya inovasi baru pada sistem keuangan, sistem keuangan kini mulai menerapkan ekonomi digital untuk memudahkan para pengguna dalam melakukan segala transaksinya. produk-produk ekonomi digital tersebut antara lain mobile banking, sms banking, internet banking, dan fintech .

Fintech merupakan salah satu produk ekonomi digital yang menjadi inovasi baru di bidang keuangan, munculnya fintech memberikan banyak kemudahan untuk menyelesaikan masalah-masalah keuangan, dengan memanfaatkan jaringan internet yang telah merata di seluruh Indonesia dan penggunaan smartphone yang telah menjamur dikalangan masyarakat Indonesia. Kini masalah-masalah keuangan bisa di selesaikan hanya dengan menggunakan fintech melalui smartphone yang dimiliki tanpa harus mengeluarkan uang tunai, kartu debit ataupun pergi ke bank, sebuah fintech bisa dimiliki dengan mudah, cukup dengan mendownload aplikasi fintech di playstore, isi data atau identitas, isi saldo fintech, maka fintech sudah bisa digunakan untuk berbagai transaksi. beberapa produk fintech yang ada di Indonesia antara lain : Peer to peer lending, Market Aggregator, manajemen resiko dan investasi, digital payment, clearing dan settlement.

Digital payment merupakan salah satu metode pembayaran menggunakan media elektronik yang bisa di lakukan melalui dompet digital yang berada di smartphone para pengguna, keberadaan digital payment tak lepas dengan keberadaan uang elektronik, karena uang elektronik ini yang menjadi pengganti

dari uang fisik yang biasanya digunakan saat pembayaran tunai, perkembangan uang elektronik di Indonesia sangat baik, ini terlihat dari peredaran uang elektronik di Indonesia yang bisa kita lihat dari tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Data Peredaran Uang Elektronik Di Indonesia Tahun 2020

NO.	Tahun	Jumlah Uang Elektronik (Rupiah)	Presentase Perkembangan
1.	2015	Rp. 477,322,243	19,9%
2.	2016	Rp. 499,283,097	4,6%
3.	2017	Rp. 833,975,238	67%
4.	2018	Rp. 1,542,055,053	84,9%
5.	2019	Rp. 1.908.224.854	23,74%

sumber. www.BI.go.id (2020)

Dari tabel diatas bisa menggambarkan kenaikan uang elektronik yang beredar di Indonesia, pada tahun 2016 uang elektronik hanya mengalami sedikit kenaikan di bandingkan tahun 2015, hanya terdapat kenaikan sebesar 4,6% pada 2016, namun pada tahun 2017 dan 2018 peredaran uang elektronik berkembang sangat baik, hingga pada tahun 2017 ada kenaikan sebesar 67% dan 84,9%, pada tahun 2018. Sedangkan pada tahun 2019 uang elektronik yang beredar di Indonesia naik sebesar 23,74%.

Trend pembayaran menggunakan uang elektronik dengan menggunakan sistem fintech sebagai dompet digital sangat berkembang pesat, keberadaan fintech di dalam sistem keuangan perlahan-lahan akan menggeser metode pembayaran melalui sms banking, internet banking atau mobile banking, karena fintech telah berkembang sangat pesat, kini fintech bisa digunakan untuk membayar keperluan sehari-hari seperti pembayaran tol, pajak, tagihan listrik, bpjs, belanja di mall, membayar barang di online shop, membayar ojek online dan lain-lain.

Fenomena ini akhirnya menimbulkan persaingan yang ketat antara perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang dompet digital, baik itu para perusahaan milik swasta ataupun pemerintah, mereka terus berlomba-lomba meluncurkan inovasi baru di bidang fintech untuk menjadi fintech nomer satu di Indonesia. Beberapa aplikasi fintech yang bersaing seperti Dana, OVO, Go-pay, LinkAja, Doku dan lain-lain.

Join The Revolution In Payment atau lebih sering di sebut OVO merupakan aplikasi digital payment yang di dirikan PT visionet internasional pada tahun 2016, OVO adalah aplikasi smart yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online. Untuk memiliki aplikasi OVO cukup mudah, hanya dengan mendownload aplikasi OVO di playstore, melengkapi identitas diri, dan mengisi saldo atau melakukan top up, maka aplikasi OVO sudah bisa digunakan.

Strategi OVO dalam menarik perhatian pasar adalah dengan melakukan cashback besar-besaran dan menerapkan OVO point, OVO point adalah loyalty rewards yang di berikan para pengguna OVO yang telah melakukan transaksi di berbagai merchant rekan OVO yang telah tersebar di Indonesia, kini OVO telah bekerjasama dengan 80 marchat di seluruh Indonesia seperti grab, agoda, act, bata, bengawan solo coffe, cinemaxx, big tv, tokopedia, 3 (three), heypermart, alfamart dan lain-lain, hal ini dilakukan agar OVO bisa gunakan dalam berbagai kegiatan. Karena salah satu visi OVO adalah menjadi aplikasi fintech terbesar dan nomer satu di Indonesia, perkembangan OVO di Indonesia sangatlah pesat, ini terlihat gambar berikut:

Gambar 1.1 Transaksi OVO Di Indonesia

No	Tahun	Transaksi	Presentase perkembangan
1.	2017	Rp. 200.000.000	100%
2.	2018	Rp. 1.000.000.000	400%
3.	2019	Rp. 2.000.000.000	100%

sumber. www.CNNIndonesia.com (2020)

Dari data diatas menggambarkan perkembangan transaksi OVO yang naik sangat cepat, pada tahun 2018 OVO mengalami peningkatan transaksi sebesar 400% sedangkan pada tahun 2019 OVO mengalami kenaikan transaksi sebesar 100%.

Menurut media Indonesia.com laporan hasil survei yang dirilis alvara research center pada penelitian bertajuk pelaku dan preferensi konsumen milenial Indonesia terhadap aplikasi E-commerce 2019 di jakarta, bahwa pengguna OVO di dominasi oleh kaum milenial sebesar 92,6%, promo besar-besaran yang dilakukan OVO seperti cash back 60% dan membayar grab hanya dengan satu rupiah, mampu menarik minat para kaum milenial terutama mahasiswa untuk menggunakan OVO sebagai alat pembayaran.

Namun penggunaan OVO di kalangan milenial terutama mahasiswa belum maksimal, menurut Alvara Research Center (ARC) pada penelitian bertajuk pelaku dan preferensi konsumen milenial Indonesia terhadap aplikasi E-commerce 2019 di jakarta, OVO masih kalah dengan pesaingnya yaitu Go-pay, ini terlihat dari gambar dibawah:

Gambar 1.2 Data Perbandingan Penggunaan GO-PAY Dan OVO

NO	Jenis Dompot digital	Pengguna Kaum Milenial
1.	OVO	92,6%
2.	GO-PAY	100%

sumber. ARC (Alvara esearch Center) 2020.

Telihat dari gambar diatas bahwa OVO masih kalah dengan pesaingnya yaitu Go-pay, pengguna Go-pay telah didominasi kaum milenial sebesar 100% sedangkan OVO masih mencapai 92,6%.

Penggunaan OVO di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro juga masih sedikit, menurut hasil penelitian wawancara yang dilakukan penulis Penggunaan fintech pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro masih didominasi oleh go-pay, menurut wawancara penelitian yang telah dilakukan dari 10 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang menggunakan fintech, 5 diantaranya menggunakan go-pay, 2 orang menggunakan OVO, 2 menggunakan paytren dan 1 orang menggunakan Fintech Dana.

Penggunaan OVO di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro mencerminkan minat pemakaian OVO sebagai digital payment. Maka berdasarkan dari latar belakang yang telah di uraikan ini penelitian ini di beri judul "**Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian Fintech Pada Aplikasi OVO Sebagai Digital Payment (Study Kasus Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)**".

B. Identifikasi Masalah Dan Perumusan Masalah

1) Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah:

- a) Manfaat yang diberikan OVO belum semuanya di kenal mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro
- b) Kemudahan yang diberikan OVO bisa memungkinkan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro untuk berminat menggunakan OVO.
- c) Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah metro belum percaya dengan keamanan pada aplikasi OVO sehingga masyarakat belum berminat menggunakan OVO.
- d) Minimnya penggunaan OVO di Universitas Muhammadiyah Metro disebabkan minat melakukan transaksi secara tunai masih disukai dari pada melakukan pembayaran melalui financial technology.

2) Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka perumusan masalah ini adalah:

- a) Apakah manfaat OVO berpengaruh positif terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO?
- b) Apakah kemudahan berpengaruh positif terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO?
- c) Apakah keamanan berpengaruh positif terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO?
- d) Apakah manfaat, kemudahan, dan keamanan berpengaruh positif terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui apakah pengetahuan tentang manfaat OVO berpengaruh positif terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO.
- 2) Untuk mengetahui apakah kemudahan berpengaruh positif terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO.
- 3) Untuk mengetahui apakah keamanan berpengaruh positif terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO.
- 4) Untuk mengetahui apakah Manfaat, kemudahan, dan keamanan berpengaruh positif terhadap minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO.

D. Kegunaan Penelitian

- 1) Bagi penulis
 - a. Dengan dilaksanakan penelitian ini penulis mendapatkan pengalaman nyata dalam bidang pemasaran yang mungkin saja belum penulis temukan di bangku perkuliahan selain itu penulis juga dapat mengimplementasikan pengalaman yang dimiliki penulis dalam bidang pemasaran khususnya penelitian mengenai manfaat, kemudahan dan keamanan terhadap pemakaian suatu produk.
 - b. Dengan adanya penelitian ini penulis mendapatkan tambahan wawasan atau pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.
- 2) Bagi Akademis
 - a. Mendapatkan wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh Manfaat, kemudahan, dan keamanan terhadap minat pemakaian suatu produk.
 - b. Dapat dijadikan bahan referensi atau sumber informasi untuk penelitian berikutnya.

E. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian biasa disebut juga sebagai anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar harus dirumuskan jelas sebelum penelitian melangkah mengumpulkan data.

Asumsi pada penelitin OVO menyatakan bahwa yang mempengaruhi minat pemakaian financial technology pada aplikasi OVO sebagai dompet digital adalah variabel manfaat, kemudahan, dan keamanan.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu variabel bebas (independent) dan variabel terikat (dependent). Variabel bebas adalah suatu variabel yang ada atau terjadi mendahului variabel terikatnya. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan atau yang di pengaruhi variabel bebas.

Adapun variabel bebas (independent) pada penelitian ini adalah :

1. Manfaat (X1)
2. Kemudahan (X2)
3. Keamanan (X3)

Sedangkan untuk variabel terikat (dependent) pada penelitian ini adalah :

1. Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO (Y)