

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebutuhan atas informasi saat ini semakin meningkat, kemudahan, kecepatan dalam mengakses informasi menjadi tuntutan dari pengguna informasi untuk memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi telah mengubah sikap dan perilaku pengguna dalam mencari informasi, sehingga banyak perusahaan yang terdorong untuk mengubah dari sistem konvensional mereka ke sistem yang otomatis atau digital (Nugroho, Wanto, & Trisnawati, 2015).

Salah satu dampak dari perkembangan teknologi adalah munculnya aplikasi dompet digital yang menawarkan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi. Aplikasi dompet digital juga mengusung konsep penggantian uang konvensional dengan uang elektronik yang ditandai dengan banyaknya kampanye *cashless*. Kampanye *cashless* ini didukung dengan promo dan potongan harga yang ditawarkan oleh perusahaan aplikasi dompet digital dalam proses *branding* dan pemasaran produk mereka di banyak *merchant*.

Cara belanja konvensional mulai tergantikan dengan cara belanja *online*, hal ini dikarenakan dengan belanja *online* dipandang lebih mudah oleh kebanyakan orang. Berdasarkan data yang diungkapkan oleh lembaga survey (Statista, 2017) jumlah transaksi *Online* di Indonesia mengalami peningkatan yang luar biasa setiap tahunnya. Penjualan ritel e-commerce Indonesia diperkirakan mencapai US\$ 8,59 miliar atau sekitar Rp 117,7 triliun pada 2018. Jumlah tersebut, menurut data Statista akan terus meningkat menjadi US\$ 16,5 miliar pada 2022, atau naik hampir dua kali lipat dari tahun ini. Sementara pembeli digital Indonesia diperkirakan mencapai 31,6 juta pembeli pada 2018, dengan penetrasi sekitar 11,8% dari total populasi.

Jumlah tersebut diproyeksikan akan meningkat menjadi 43,9 juta pembeli pada 2022 dengan penetrasi 15,7% dari jumlah penduduk Indonesia. Perubahan pada dunia bisnis terutama pada cara belanja tersebut membawa pengaruh layaknya *domino effect* kepada sektor keuangan, yakni pada pembayaran.

Salah satu aplikasi dompet *digital* yang berguna untuk memudahkan transaksi online adalah OVO. Pengguna tidak perlu lagi membawa uang tunai untuk melakukan transaksi. OVO merupakan aplikasi *smart* yang memberikan Anda kesempatan lebih besar mengumpulkan poin di banyak tempat. Pengguna bisa menggunakan OVO untuk bertransaksi di semua *merchant* bertanda *OVO Accepted Here* dan mengumpulkan serta menggunakan *OVO Points* di *merchant* bertanda *OVO Zone*. Menurut Situs meta-search iPrice Grup aplikasi terfavorit untuk transaksi digital adalah aplikasi OVO dengan menempati posisi kedua berdasarkan jumlah pengguna aktif periode tahun 2019.

Berdasarkan pemaparan diatas dan mengingat aplikasi OVO bergerak pada aspek pembayaran elektronik yang mana merupakan aspek paling penting dalam proses transaksi dan di lapangan *merchant* usaha lebih banyak yang bermitra dengan OVO disbanding dengan dompet elektronik jenis lainnya khususnya di lingkup Kota Tasikmalaya, maka dirasa perlu untuk menganalisa tingkat penerimaan teknologi dompet elektronik OVO, maka konsep dalam penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah dimodifikasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak penyedia layanan yang bersangkutan untuk meningkatkan kinerja aplikasi. TAM merupakan salah satu model yang digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan suatu teknologi baru. Model TAM menyebutkan bahwa pengguna sistem cenderung menggunakan sistem apabila sistem mudah digunakan dan bermanfaat baginya. Menurut teori TAM bahwa niat seseorang untuk menggunakan sistem atau teknologi ditentukan oleh dua faktor, yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan

teknologi akan meningkatkan kinerjanya, dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), adalah tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi membuatnya lebih mudah menyelesaikan pekerjaan.

Berdasarkan paparan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi OVO Menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)*”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah tingkat penerimaan aplikasi OVO pada masyarakat?
2. Bagaimanakah pengaruh kemanfaatan (*perceived usefullnes*), persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), dan minat perilaku menggunakan (*behavior intention to use*) terhadap pengguna aplikasi OVO?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna layanan aplikasi OVO dengan menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* adapun konstruksi yang digunakan untuk menganalisa dalam penelitian ini meliputi persepsi kemanfaatan (*perceived usefullnes*), persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), dan minat perilaku menggunakan (*behavior intention to use*) karena ketiga faktor tersebut dinilai paling cocok untuk menganalisa penerimaan pengguna terhadap aplikasi OVO sebagaimana dipaparkan pada latar belakang.
2. Area penelitian ini adalah pengunjung *food court* Asia Plaza dan Matahari *Dept. Store* yang menggunakan aplikasi OVO, karena keterbatasan waktu penelitian maka diputuskan mengambil data berjumlah 50 responden.

1.4. Hipotesis

Ho: persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), tidak berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan (*behavior intention to use*) aplikasi OVO?

Ha: persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan (*behavior intention to use*) aplikasi OVO?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Tujuan Umum:

- a. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penerimaan aplikasi dompet digital OVO di Kota Tasikmalaya.

2. Tujuan Khusus:

- a. Mengukur tingkat penerimaan pengguna aplikasi OVO dengan menggunakan model TAM.
- b. Hasil penelitian dapat menambah atau memperluas kajian dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen terhadap *digital payment*, khususnya mengenai penerimaan aplikasi yang serupa atau *e-wallet* sebagai alat pembayaran baru.
- c. Memperoleh data mengenai pengaruh dari kemanfaatan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan pemakaian (*perceived ease of use*), dan minat perilaku menggunakan (*behavior intention to use*) terhadap pengguna aplikasi OVO.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis, harapannya dapat memberikan informasi dan pengetahuan untuk para akademisi tentang penerimaan aplikasi dompet digital khususnya aplikasi OVO.
2. Manfaat praktis, penelitian ini bermanfaat memberikan masukan dan gambaran bagi perusahaan dompet digital OVO mengenai tingkat

penerimaan dan penggunaan aplikasi OVO atau perusahaan lainnya yang bergerak pada bidang penyedia layanan transaksi berbasis digital agar dapat memberikan fitur-fitur efektif sesuai dengan yang diharapkan oleh pengguna aplikasi dompet digital khususnya di Kota Tasikmalaya.

3. Manfaat umum, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan pembelajaran dan kajian tentang penerimaan sebuah teknologi baru yang berkonsep mendigitalisasi proses transaksi menggunakan dompet digital yang sedang marak dikembangkan oleh perusahaan-perusahaan teknologi maupun perbankan.

1.7. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif analitis. Adapun pengertian dari metode deskriptif analitis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2010). Data yang terdapat pada penelitian ini dibuat dengan metode penelitian sebagai berikut :

1. Observasi

Penelitian ini menggunakan metode observasi yang merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Observasi ini dilakukan pada pengunjung *food court* Asia Plaza dan Matahari *Dept. Store* yang menggunakan aplikasi OVO.

2. Kuesioner

Metode kuesioner ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner untuk diisi langsung oleh responden, yang terdiri dari pengunjung *food court* Asia Plaza dan Matahari *Dept. Store* yang menggunakan aplikasi OVO.

3. Studi Pustaka

Metode studi pustaka adalah teknik pengumpulan yang dilakukan untuk menyusun landasan teoritis penelitian melalui sumber referensi yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.8. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian dengan judul “ANALISIS PENERIMAAN TERHADAP PENGGUNA APLIKASI OVO MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)” adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang laporan secara garis besar dengan meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan penelitian. Meliputi pengertian uang elektronik, TAM, SPSS, OVO dan literature review.

3. BAB III METODOLOGI

Bab ini berisi mengenai tahapan dari penelitian, metode yang digunakan dalam pembahasan penelitian, baik pada proses pengumpulan data maupun penyelesaian masalah.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai hasil dan pembahasan yang telah dilakukan. Meliputi analisa data, instrument penelitian dan analisis data kuantitatif yang telah dilakukan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan yang dapat ditarik dari pembahasan yang telah dilakukan, kesimpulan dari penelitian berupa faktor-faktor minat penerimaan pengguna, apakah penelitian yang dilakukan akan membuahkan hasil yang baik dan bermanfaat bagi pengguna. Saran yang berisi keterbatasan dalam penelitian yang telah dilakukan, dan diakhiri dengan daftar pustaka serta lampiran.