

# BAB I

## PENDAHULUAN

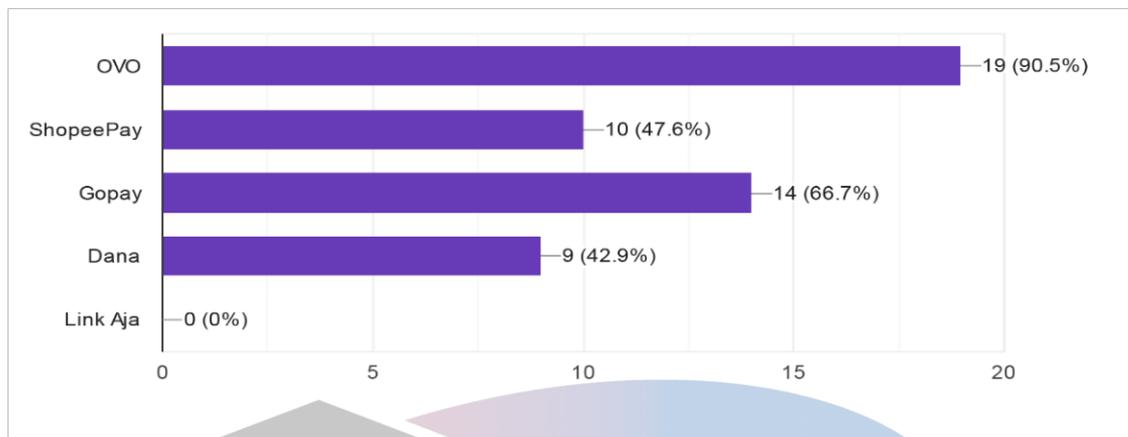
### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis pada saat ini sangat berkembang pesat, perkembangan ini diikuti oleh perkembangan teknologi dan informasi yang diikuti oleh berbagai sektor bisnis. Dari perkembangan ini, banyak kegiatan manusia yang sudah dimudahkan dengan adanya bantuan dari teknologi ini. Dari kemudahan teknologi ini, persaingan antar perusahaan muncul yang menyebabkan banyak perusahaan berlomba-lomba dalam menerapkan strategi pemasaran yang berbasis teknologi.

Melalui perkembangan teknologi ini, pola hidup manusia mulai bergerak secara dinamis. Salah satu hal yang berubah adalah penggunaan uang *cash* yang berdampingan dengan penggunaan uang digital. Penggunaan uang digital, memiliki tujuan untuk memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi tanpa adanya halangan waktu dan tempat. Salah satunya adanya kehadiran aplikasi pembayaran yang memiliki merek yang beragam.

Aplikasi pembayaran hadir untuk mempermudah kegiatan transaksi terutama pada mahasiswa yang memiliki kesibukan dalam belajar dan bekerja. Dalam kegiatan mereka seperti melakukan pembayaran makanan dan minuman melalui aplikasi menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi mahasiswa terutama pada era digital, semua pembayaran dilakukan hanya dalam satu kali klik pada ponsel.

Berbagai macam aplikasi pembayaran yang hadir untuk pengguna seperti OVO, ShopeePay, Gopay, Dana dan Link Aja menjadi pilihan alternatif bagi mahasiswa untuk membantu kegiatan mereka. Diantara berbagai merek, OVO yang merupakan perusahaan uang *digital* yang berasal dari Indonesia menjadi aplikasi yang populer oleh masyarakat terutama pada mahasiswa. Berikut merupakan gambar 1.1 tentang aplikasi pembayaran yang populer:



**Gambar 1. 1 Diagram Batang Tentang Aplikasi Pembayaran Terpopuler**

Sumber: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1tbOH5p54Y9y4D6NUaouf9p7hY4W-2mtlKUo6hHQe61A/edit?usp=sharing> (29 November 2022)

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, OVO mendapatkan lebih dari 90% respon sebagai aplikasi pembayaran paling populer pada kalangan mahasiswa. Peringkat berikutnya diikuti oleh Gopay sebesar 66,7%, ShopeePay sebesar 47,6%, Dana sebesar 42,9% dan Link Aja yang tidak populer pada kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, OVO dianggap sebagai aplikasi paling populer dalam kalangan mahasiswa Universitas Mikroskil.

Dari fenomena diatas, aplikasi OVO banyak diminati oleh mahasiswa Universitas Mikroskil karena mendukung kegiatan dari mahasiswa seperti pembayaran ojek *online*, makanan dan minuman melalui aplikasi Grab dan *outlet*, transaksi antar sesama pengguna OVO, transaksi antar bank, dan pembayaran karcis parkir ketika sedang berpergian ke mall.

Minat penggunaan terhadap aplikasi OVO merupakan sebuah rasa atau keinginan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi baru (Arsanti & Yuliasari, 2018). Minat penggunaan yang tinggi tidak hanya dikaitkan dengan bentuk kemudahan pada era globalisasi. Namun hal ini bisa menjadi simbol penting dalam masyarakat dalam menunjukkan identitas status sosialnya. Hal yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi OVO adalah sistem *cashless* yang memungkinkan masyarakat untuk bertransaksi tanpa harus membawa uang tunai dimana kekhawatiran saat membawa banyak uang tunai tidak perlu dirasakan lagi sehingga realtif lebih aman dan praktis saat bertransaksi dibanding dengan uang tunai (Wijoyo, et al., 2021).

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan adalah *E-service quality*. *E-service quality* merupakan pelayanan yang diberikan kepada pengguna layanan oleh penyedia *e-commerce* (Hidayah & Utami, 2017). Dari *e-service quality*, layanan yang baik akan memberikan dampak positif bagi perusahaan sehingga meningkatkan citra merek yang ada pada produk. Selain citra merek, *e-service quality* juga mempengaruhi kinerja dari suatu aplikasi yang digunakan oleh pengguna agar bisa bekerja secara efektif dan efisien sehingga kinerja yang dihasilkan oleh suatu aplikasi bisa membantu masalah yang ada pada pengguna. Dalam hasil prasurvey yang didapatkan, peneliti mendapatkan bahwa ada masalah terkait dengan *e-service quality* seperti akun tidak bisa login, saldo terpotong sendiri, pembayaran berhasil namun tidak masuk ke pihak yang menerima. Selain itu, balasan yang diterima oleh mahasiswa terkait dengan masalah tersebut tergolong cukup lama. Kemudian proses upgrade dari OVO Club menjadi OVO Premier memerlukan waktu verifikasi yang memakan waktu sampai 1 hari bahkan lebih dari 1 hari.

Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *e-service quality* berpengaruh pada minat penggunaan (Amalia Fajrin, 2020). Namun ada juga penelitian yang menyatakan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh pada minat penggunaan (Lilik Indrawati & Marcell Mathias Pattinama, 2021).

Manfaat dalam penggunaan teknologi dapat memberikan manfaat apabila seseorang yang menggunakannya merasakan manfaat positif dari teknologi yang digunakan (Nopy Ernawati & Lina Noersanti, 2020). Manfaat juga merupakan salah satu hal penting yang perlu diperhatikan perusahaan terhadap pengguna yang menggunakan aplikasi tersebut. Melalui manfaat penggunaan teknologi, pengguna bisa melakukan transaksi pembayaran secara *online* dengan tepat sasaran dan hemat waktu yang bisa dilakukan pada berbagai tempat. Sehingga pengguna merasa nyaman dalam bertransaksi menggunakan aplikasi OVO. Dari fenomena prasurvey yang didapatkan, mahasiswa Universitas Mikroskil sangat terbantu dengan aplikasi OVO sebagai alat bantu untuk pembayaran secara online. Namun dalam pra survey ada beberapa mahasiswa sebagai pengguna sudah jarang mendapatkan *cashback* yang dirasakan dapat menghemat pengeluaran. Fenomena lain yang didapatkan adalah bahwa pada saat ingin bertransaksi antar bank, OVO sering mengenakan

biaya untuk satu kali transaksi yang dianggap berbeda dari aplikasi pembayaran Flip yang bebas dari biaya *admin*.

Pada penelitian sebelumnya didapatkan hasil bahwa manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan (Latifah Robaniyah & Heny Kurnianingsih, 2021). Berbeda dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa manfaat tidak berpengaruh pada minat penggunaan (Nopy Ernawati & Lina Noersanti, 2020).

Keamanan teknologi merupakan suatu usaha untuk mengendalikan dan mengontrol suatu aktivitas agar tetap dalam keadaan normal (Umaningsih, W.P & Wardani, D.K, 2018) Tujuan dari keamanan informasi yaitu untuk mencegah ancaman terhadap sistem serta mendeteksi dan memperbaiki kerusakan yang terjadi pada sistem. OVO sebagai aplikasi pembayaran menerapkan sistem keamanan berlapis (*layered security system*), yang terus ditingkatkan mengacu pada standard keamanan industri, sesuai peraturan Bank Indonesia untuk perlindungan data konsumen dan perusahaan dari serangan siber (Ahmad Thovan Sugandi, 2021).

Dari hasil pra survey yang didapatkan dari mahasiswa menyatakan bahwa keamanan aplikasi OVO yang digunakan oleh mahasiswa terdapat masalah. Fenomena yang dialami adalah tanggung jawab keamanan dari pihak OVO terkait dengan saldo pada akun OVO dimana OVO belum mencantumkan kebijakan mengenai ganti rugi yang akan diberikan jika pengguna mengalami kehilangan saldo pada aplikasi OVO.

Dari penelitian sebelumnya didapatkan bahwa variabel keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan (Latifah Robaniyah & Heny Kurnianingsih, 2021). Berbeda dengan penelitian yang lain yang mengatakan bahwa keamanan tidak berpengaruh pada minat penggunaan (Nopy Ernawati & Lina Noersanti, 2020).

Menurut (Jogiyanto, 2017) Kemudahan Penggunaan dalam teknologi dapat meyakinkan pengguna bahwa teknologi informasi yang akan diaplikasikan adalah suatu hal yang mudah dan bukan merupakan beban bagi pengguna. Dari aplikasi OVO sendiri kemudahan penggunaan bisa dirasakan oleh pengguna. Dari kemudahan itu, OVO menyediakan berbagai fitur menarik seperti pembayaran menggunakan QR Code (*Quick Response Code*) dan transfer uang hanya menggunakan nomor telepon yang sudah terdaftar di OVO. Berdasarkan hasil pra survey didapatkan bahwa ada fenomena terkait dengan kemudahan penggunaan

dimana, mahasiswa masih perlu mempelajari dan memahami secara perlahan fitur-fitur yang ada pada aplikasi OVO jika ada fitur yang tidak dipahami oleh mahasiswa. Ada yang mengatakan bahwa kecepatan dalam membayar masih tergolong sangat lama karena adanya pengaruh dari sinyal ponsel dalam melakukan transaksi melalui aplikasi OVO. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya didapatkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan (Latifah Robaniyah & Heny Kurnianingsih, 2021). Berbeda dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh pada minat penggunaan (Nopy Ernawati & Lina Noersanti, 2020).

Dari latar belakang diatas, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality*, Manfaat, Keamanan dan Kemudahan penggunaan terhadap Minat Penggunaan pada aplikasi OVO”** dengan studi kasus pada Mahasiswa Mikroskil Fakultas Bisnis.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *e-service quality* terhadap minat penggunaan pada aplikasi OVO?
2. Apakah terdapat pengaruh antara manfaat terhadap minat penggunaan pada aplikasi OVO?
3. Apakah terdapat pengaruh antara keamanan terhadap minat penggunaan aplikasi OVO?
4. Apakah terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan aplikasi OVO?
5. Apakah terdapat pengaruh *e-service quality*, manfaat, keamanan dan kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan aplikasi OVO?

## 1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Terikat (Y) : Minat Penggunaan

2. Variabel Bebas:
  - X1 : *E-Service Quality*
  - X2 : Manfaat
  - X3 : Keamanan
  - X4 : Kemudahan Penggunaan
3. Objek Penelitian : Mahasiswa Universitas Mikroskil Medan Fakultas Bisnis Stambuk 2019 - 2021
4. Periode Pengamatan : Penelitian dilakukan dari bulan Mei sampai dengan Juni 2023.

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh manfaat terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-service quality*, manfaat, keamanan dan kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan aplikasi OVO.

#### 1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bisa menjadi referensi bagi mahasiswa untuk bisa menambah pengetahuan dan wawasan terkait dengan variabel yang diteliti yaitu *e-service quality*, manfaat, keamanan dan kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan.

##### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi perusahaan terhadap mahasiswa yang mengalami masalah dalam melakukan pembayaran aplikasi OVO dimana mahasiswa ingin melakukan pembayaran secara efektif dan efisien dan juga mahasiswa merasa lebih aman dalam menggunakan aplikasi OVO sebagai alat pembayaran dalam keterbatasan waktu yang dialami oleh mahasiswa.

### 1.6. Originalitas Penelitian

Originalitas atau keaslian penelitian ini berdasarkan pada penelitian terdahulu yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO” (Latifah Robaniyah & Heny Kurnianingsih, 2021).

Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel bebas manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel *e-service quality*, manfaat dan kemudahan penggunaan. Peneliti menambah variabel terikat yaitu *e-service quality* dikarenakan *e-service quality* yang baik dapat meningkatkan minat penggunaan dimana konsumen cenderung senang dan puas jika layanan yang diberikan baik dan mampu memberikan kenyamanan yang diinginkan. Adapun penelitian *e-service quality* pada mahasiswa didukung oleh judul “Pengaruh E-Promotion dan E-Service Quality terhadap minat menggunakan *e-wallet* Dana” (Turnip & Ronaldo, 2022).
2. Objek penelitian pada penelitian sebelumnya, penulis melakukan penelitian pada masyarakat Solo Raya sedangkan untuk penelitian ini, peneliti menggunakan objek Mahasiswa Mikroskil Fakultas Bisnis.