

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

#### 2.1. Landasan Teori

##### 2.1.1. Definisi E-Money (Uang Elektronik)

Dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik, yang dimaksud dengan uang elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip.
3. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana yang dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur perbankan.

Dalam salah satu publikasi *Bank for International Settlement* mendefinisikan uang elektronik sebagai produk *stored value* atau *prepaid* dimana uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang (Istiqomah, 2020).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *E-Money* merupakan nilai uang yang disimpan dalam media elektronik sebagai alat pembayaran yang berbentuk chip atau kartu kredit.

##### 2.1.2. Definisi E-Wallet (Dompet Elektronik)

*E-Wallet* adalah alat pembayaran digital yang menggunakan media elektronik berupa *server based*. Pada umumnya *e-wallet* berupa aplikasi yang berbasis di server dan dalam proses pemakaiannya memerlukan sebuah koneksi terlebih dulu dengan penerbitnya (Mulyana & Wijaya, 2018)

Dalam suatu transaksi digital, pembayar dan penerima uang akan menggunakan metode digital untuk mengirim dan menerima uang tersebut. Tidak ada uang tunai yang diikutkan dalam pembayaran digital. Hal tersebut dikarenakan semua transaksi pada pembayaram digital dilakukan secara online menggunakan jaringan dan koneksi internet.

Dompot digital atau (*E-Wallet*) adalah dompet yang terhubung dengan server dalam bentuk aplikasi *smartphone* yang memungkinkan untuk menyimpan sejumlah uang untuk dapat digunakan kapan dan dimana saja selama layanan pembayaran tersedia dengan baik (Bagla.R.K & Sancheti V, 2018)

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *E-Wallet* merupakan layanan uang digital untuk menyimpan data dan instrumen pembayaran berbasis server atau aplikasi.

### 2.1.3. OVO

*E-Wallet* OVO merupakan salah satu aplikasi yang dikembangkan oleh PT. Visionet Internasional yang berdiri pada tanggal 25 September 2017. *E-Wallet* OVO digunakan sebagai media transaksi dalam melakukan pembayaran elektronik atau secara digital, dimana pengguna dapat mengoperasikan sepenuhnya aplikasi tersebut melalui ponsel seluler dengan bantuan jaringan seluler. OVO sendiri merupakan sejumlah uang yang berbentuk digital yang dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi seperti:

#### 1. Transfer antar sesama pengguna aplikasi OVO

Dari aplikasi OVO, pengguna bisa dimudahkan dalam mengirimkan uang melalui aplikasi OVO hanya dengan memasukkan nomor telepon.

#### 2. *Top up* pulsa

Aplikasi OVO juga mendukung pengisian pulsa yang memudahkan pengguna agar tidak perlu pergi ke tempat pengisian pulsa.

#### 3. Pembelian paket data

Dari pembelian pulsa, OVO juga menyediakan pembelian paket data yang dapat diakses dari berbagai operator.

#### 4. Pemesanan makanan, minuman dan kendaraan melalui Grab dengan dukungan aplikasi OVO sebagai alat pembayaran secara digital.

OVO sebagai alat pembayaran digital membantu pengguna melakukan transaksi pembayaran berbagai layanan yang disediakan melalui aplikasi Grab untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

Aplikasi OVO tidak hanya memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi *cashless* (tanpa menggunakan uang fisik) namun juga memanjakan

pengguna dengan beragam promo menarik. Berikut adalah berbagai keuntungan yang dapat dinikmati dari aplikasi OVO:

1. Poin berlipat

Metode pembayaran OVO ada 2 jenis yaitu *OVO Cash* dan *OVO Points*. *OVO Cash* adalah uang elektronik yang dapat digunakan di berbagai *merchant* rekanan, isi ulang dan pengecekan saldo. Sedangkan *OVO Points* adalah *loyalty rewards* bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan *OVO Cash* di *merchant-merchant* rekanan OVO.

Pengguna bisa mengumpulkan poin dari berbelanja atau bertransaksi di *merchant* OVO. Poin tersebut nantinya dapat ditukar dengan berbagai diskon dan penawaran eksklusif. Bahkan di beberapa *merchant* OVO, poin bisa ditukarkan dengan barang yang nilainya lebih tinggi.

2. Promo memikat

Ada banyak penawaran menarik yang dapat ditemukan di laman *Deals*. Misalnya pengguna diminta untuk *scan boarding pass* dengan aplikasi OVO dan akan langsung mendapatkan poin, selain itu *cashback* 10% jika pengguna berbelanja di Hypermart, dan masih banyak lagi. Khususnya lagi, bagi pengguna yang melakukan transaksi pertama kalinya akan mendapatkan *cashback* 100%.

3. *Merchant* hebat di banyak tempat

Saat ini sudah ada ratusan *merchant* yang menjadi rekanan OVO, antara lain hypermart, First Media, Matahari Department Store, BIG TV, Bolt!, Cinemaxx, Maxx Coffee, MatahariMall.com, Books&Beyond, Foodmart Gourmet, Foodmart Fresh, Agoda, Siloam Hospital dan masih banyak lagi. Pengguna bisa menggunakan *OVO Cash* dan *OVO Points* di berbagai *merchant* rekanan OVO tersebut.

4. Pembayaran lebih cepat

Hanya dengan memasukkan nomor rekening bank atau nomor ponsel yang telah terdaftar, pengguna sudah bisa melakukan transaksi. Pengguna juga akan mendapatkan OVO ID yang bisa ditunjukkan kepada *merchant* rekanan OVO saat bertransaksi. OVO juga dapat digunakan untuk membayar listrik, pulsa, paket data, pascabayar, asuransi, BPJS Kesehatan, TV Kabel, dan iuran

lingkungan. Namun untuk asuransi masih terbatas untuk Lippo *Insurance* dan iuran lingkungan hanya untuk hunian Lippo Group.

5. Atur keuangan dengan tepat

Layanan OVO terbagi atas 2 kategori pengguna, OVO Club untuk pengguna biasa dan OVO *Premiere*. Di versi premium, pengguna diberikan akses untuk fitur pengelolaan pengeluaran. Bagi pengguna OVO *Club* juga tidak perlu khawatir karena semua transaksi keuangan yang dilakukan menggunakan OVO akan tercatat dan tersimpan sebagai data. Ada laman *history* yang memudahkan pengguna dalam memantau pengeluaran.

#### 2.1.4. Minat Penggunaan pada *E-Wallet*

Minat menggunakan *e-wallet* didefinisikan sebagai tingkat keinginan individu untuk menggunakan layanan *e-wallet* sebagai alat pembayaran. Suatu aktivitas akan dilakukan atau tidak bergantung pada minat seseorang terhadap aktivitas tersebut. Minat merupakan motivator yang kuat untuk melakukan suatu aktivitas. Minat berfungsi sebagai daya pendorong yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik (Seetharaman, 2017).

Tingginya minat penggunaan uang elektronik (*e-wallet*) tentunya tidak hanya dikaitkan dalam bentuk kemudahan di era globalisasi ini, namun telah menjadi simbol penting dalam masyarakat dan kelas menengah dalam menunjukkan identitas atau status sosialnya. Akhirnya, pada mahasiswa, *e-wallet* akan menjadi simbol sebagai diferensiasi dengan segmen masyarakat lainnya. Sistem *cashless* atau *e-wallet* ini memungkinkan masyarakat untuk bertransaksi tanpa harus membawa uang tunai, mereka cukup membawa kartu debit atau *smartphone* yang sudah terinstal aplikasi *e-wallet*. Kekhawatiran saat membawa banyak uang tunai pun tidak perlu dirasakan lagi sehingga relatif lebih aman dan praktis saat bertransaksi dibanding dengan uang tunai (Wijoyo, et al., 2021).

Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan *e-wallet* merupakan suatu keinginan untuk menggunakan layanan *e-wallet* sebagai alat pembayaran.

Transaksi non-tunai sudah menjadi trend, dan dengan berkembangnya *e-wallet* atau dompet digital, permintaan masyarakat semakin meningkat dalam

menggunakan *e-wallet*. Sebuah survei yang dilakukan oleh Insight Asia menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* meningkat dan bersamaan dengan peningkatan transaksi digital, *e-wallet* Gopay menjadi *e-wallet* dengan tingkat kepuasan pelanggan terbaik sebesar 84%, disusul OVO sebesar 80%, dan DANA sebesar 75% (Respati, 2022).

Minat mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet* sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor, mulai dari faktor kepraktisan, faktor efektivitas dari penggunaannya, mudah dalam penggunaannya, dan faktor lain yang menarik minat penggunaannya dalam transaksi online. Faktor-faktor tersebut meningkatkan minat pengguna dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka, maka tak heran apabila *e-wallet* menjadi pilihan utama dalam pembayaran transaksi pada zaman sekarang ini.

#### **2.1.4.1. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Penggunaan pada E-Wallet**

Menurut Davis, 1989, melalui *Technology Acceptance Model* terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi yaitu (Harries Arizonia Ismail & Tri Purwani, 2021)

##### 1. Adanya Persepsi Manfaat

Yaitu memberikan kesan bagaimana mengoptimalkan fitur dalam *mobile banking* melalui *smartphone*.

##### 2. Adanya Persepsi Kemudahan Penggunaan

Yaitu upaya awal dalam memahami penerimaan teknologi *mobile banking* melalui *smartphone* terkait dengan pengoperasiannya. Selanjutnya setelah dipahami prosesnya manfaat akan dirasakan oleh pengguna melalui perangkat itu.

#### **2.1.4.2. Indikator Minat Penggunaan E-Wallet**

Indikator Minat Penggunaan *E-Wallet* terdiri dari: (Saras Sati & Ramaditya, 2019)

1. Ketertarikan pada obyek minat, yaitu calon konsumen atau konsumen memiliki perhatian yang selalu tertuju dan terpusat pada *e-wallet*.
2. Perasaan senang, yaitu calon konsumen atau konsumen yang berminat untuk menggunakan *e-wallet* terlihat memiliki perasaan senang dalam menggunakan *e-wallet* dalam bertransaksi.

3. Kecenderungan untuk menggunakan, yaitu sering tidaknya calon konsumen atau konsumen berkeinginan untuk menggunakan *e-wallet* dalam bertransaksi sehari-hari. Konsumen yang minat menggunakannya tinggi akan terlihat dari frekuensinya dalam menggunakan *e-wallet* yang tinggi.

### **2.1.5. *E-Service Quality* dalam Penggunaan Aplikasi OVO**

#### **2.1.5.1 Pengertian *E-Service Quality* dalam Penggunaan Aplikasi OVO**

*E-service quality* dalam penggunaan aplikasi OVO didefinisikan sebagai sebuah cara untuk menilai kepuasan pelanggan dari penyedia layanan berbasis internet, yaitu OVO yang mencakup proses pembelian dan penyampaian produk atau jasa dengan mengukur kemampuan OVO dalam memberikan fasilitas pembelian yang efektif dan efisien (Faruk Ulum & Rinaldi Muchtar, 2018).

*E-service quality* dalam penggunaan aplikasi OVO merupakan pelayanan yang diberikan kepada pengguna layanan oleh OVO. (Hidayah & Utami, 2017). *E-Service Quality* menjadi hal penting dalam terjadinya transaksi jual beli. Jika *E-Service Quality* yang diberikan OVO baik, maka tidak mungkin seorang konsumen tidak melakukan keputusan penggunaan. Munculnya layanan berbasis internet telah mengubah cara perusahaan dan konsumen berinteraksi. Kualitas layanan dalam OVO yang baik ketika respon yang diberikan kepada pembeli cepat dan dalam penggunaannya sangat mudah untuk diakses, maka pelanggan akan merasa puas dengan layanan yang diberikan dan pada akhirnya pelanggan akan mempertahankan penggunaan terhadap aplikasi OVO.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *e-service quality* dalam penggunaan OVO merupakan pelayanan yang diberikan melalui OVO kepada pengguna yang bertujuan untuk mendukung kegiatan transaksi secara efektif dan efisien.

#### **2.1.5.2 Peranan *E-Service Quality* dalam Penggunaan Aplikasi OVO**

*E-Service Quality* terhadap aplikasi OVO memainkan peranan penting dalam menarik dan mempertahankan kebiasaan dalam bisnis kepada pengguna di lingkungan *e-commerce*. Selain itu, *e-service quality* juga secara spesifik dianggap sebagai tingkat layanan elektronik yang mampu melaksanakan dan secara efisien

memenuhi kebutuhan konsumen yang relevan. Perbedaan utama antara lingkungan layanan non-elektronik dan elektronik adalah tidak adanya interaksi pribadi antar pengguna dan karyawan dalam perusahaan/bisnis *e-service* yang mengarah pada pengukuran *e-service quality* (Singh, 2019).

Studi awal *e-service quality* lebih terkonsentrasi pada kualitas situs dibandingkan pada kualitas layanan di lingkungan *online*. *E-service quality* merupakan pengembangan dari *service quality* yang berbasis non-elektronik menjadi layanan secara elektronik dengan penggunaan internet sebagai mediana. Layanan dalam lingkungan elektronik sebagai salah satu penyampaian jasa dengan menggunakan media baru yang disebut dengan *website* (Rahmalia & Chan, 2019).

*E-Service Quality* dijadikan sebagai penilaian bagi pengguna akan kualitas yang dimiliki oleh aplikasi tersebut, yaitu OVO, yang mencakup pengalaman saat berinteraksi dan pelayanan setelah berinteraksi yang mencakup *core service quality* dan *recovery service quality*. *Service quality* sebagai penilaian yang berdasar pada layanan kinerja yang diterima dan hasil dari perbandingan antara kinerja yang diterima tersebut dengan ekspektasi yang dimiliki oleh pengguna, evaluasi yang dilakukan juga bergantung pada perasaan maupun ingatan dari pengguna (Rahmalia & Chan, 2019).

### 2.1.5.3 Indikator *E-Service Quality* dalam Penggunaan Aplikasi OVO

Faktor-faktor yang mempengaruhi *E-service quality* terdiri dari (Haria & Mulyandi, 2019):

#### 1. *Efficiency*

Kemampuan konsumen untuk mengakses *website*, mencari produk yang dibutuhkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, serta meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.

#### 2. *Fullfillment*

Mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk dan pengiriman produk sesuai waktu yang dijanjikan.

#### 3. *System availability*

Kebenaran fungsi teknis dari situs.

#### 4. *Privacy*

Jaminan bahwa data perilaku berbelanja tidak diberikan kepada pihak lain.

#### 2.1.5.4 E-Recovery Service Quality dalam Penggunaan Aplikasi OVO

*E-Recovery Service Quality* dalam penggunaan aplikasi OVO mengacu pada reaksi perusahaan OVO terhadap kegagalan layanan untuk mengurangi ketidakpuasan dan akhirnya mempertahankan pelanggan. OVO perlu menemukan cara untuk membuat pelanggan yang tidak puas menjadi puas. Perbaikan kecil dan tidak efektif hanya menyebabkan ketidakpuasan berulang diantara pelanggan. (Soni Tia Kurniawan & Teguh Widodo, 2019)

*E-Recovery Service Quality* dalam penggunaan aplikasi OVO merupakan upaya-upaya layanan yang diberikan oleh OVO kepada konsumen ketika mengalami kegagalan dan ketidakpuasan atas semua bentuk layanan yang diberikan (Hidayah & Utami, 2017).

*E-Recovery Service Quality* dalam penggunaan aplikasi OVO juga mengacu pada reaksi dari OVO terhadap kegagalan suatu layanan dalam rangka untuk mengurangi ketidakpuasan dan mempertahankan pelanggan. Ada dua skala untuk menilai *e-service* yaitu *e s-qual* (*efficiency, fulfilment, system availability, privacy*) dan *e resc-qual* yang dirancang dengan tiga dimensi yaitu *responsiveness, compensation, contact*. Kedua skala tersebut tidak hanya bisa mengukur kualitas layanan yang dirasakan oleh konsumen saat menggunakan suatu situs belanja *online*. Tetapi juga perasaan konsumen terhadap layanan pemulihan seperti yang dilakukan oleh suatu situs belanja *online* ketika konsumen menghadapi masalah ketika atau setelah menggunakan suatu aplikasi (Tsao, Hsieh, & Lin, 2016).

#### 2.1.5.5 Dimensi E-Recovery Service Quality dalam Penggunaan Aplikasi OVO

*E-Recovery Service Quality* termasuk dalam pengukuran *e-service quality* saat muncul suatu masalah yang dialami konsumen dalam proses pengantaran layanan. Ketiga dimensi tersebut adalah (Soni Tia Kurniawan & Teguh Widodo, 2019):

1. *Responsiveness* yaitu keefektifan aplikasi OVO dalam mengatasi masalah melalui *website*. Semakin bagus kinerja OVO dalam mengatasi masalah penggunaannya, maka penilaian pengguna terhadap aplikasi OVO juga akan meningkat dan akan mempertahankan penggunaan aplikasi OVO.



2. *Compensation* yaitu kompensasi yang diberikan oleh OVO kepada konsumen yang mengalami masalah. Misalnya, kerugian finansial yang disebabkan oleh permasalahan pada saldo OVO yang tiba-tiba lenyap di aplikasi Grab atau kerugian yang disebabkan oleh penipuan dari driver Grab yang nakal akan ditangani secara langsung oleh pihak OVO.
3. *Contact* adalah ketersediaan layanan komunikasi dengan pegawai OVO secara *online*. Hal yang bisa dilakukan pihak OVO dalam menyelesaikan masalah pengguna yaitu penanganan kendala yang dapat dihubungi melalui call center, email atau kirim laporan secara *online*.

### **2.1.6. Manfaat dalam Penggunaan Aplikasi OVO**

#### **2.1.6.1 Pengertian Manfaat dalam Penggunaan Aplikasi OVO**

Manfaat dalam penggunaan aplikasi OVO adalah kepercayaan seseorang atau pengguna bahwa teknologi OVO mampu meningkatkan prestasi kerja seseorang (Dewi & Yuniarta, 2017).

Manfaat dalam penggunaan aplikasi OVO merupakan suatu pandangan subjektif pengguna terhadap manfaat yang diperolehnya dari menggunakan OVO (Pratama & Suputra, 2019).

Manfaat dalam penggunaan aplikasi OVO merupakan suatu fase dimana seseorang atau pengguna percaya bahwa suatu sistem tertentu akan dapat menambah prestasi kerja orang tersebut (Safitri M, 2019).

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa manfaat dalam penggunaan aplikasi OVO merupakan hal positif yang didapatkan oleh pengguna pada saat menggunakan produk atau jasa dalam OVO yang dipakainya. Manfaat yang bisa dinikmati pengguna dari penggunaan aplikasi OVO yaitu:

1. Diterima lebih dari 700.000 merchant termasuk merchant QRIS. Transaksi di lebih dari 700.000 merchant di seluruh Indonesia, dari Sabang hingga Merauke dan mendukung pembayaran dengan QRIS.
2. Simple, instan dan aman. Dimana OVO membebaskan pengguna dari risiko menerima uang palsu, susah mencari uang kembalian dan kekhawatiran menyimpan uang tunai.

3. Deals, promo, donasi dan bayar tagihan mudah. Pengguna mendapatkan berbagai deals eksklusif, promo seru, membayar berbagai tagihan dalam satu aplikasi, serta melakukan donasi untuk membantu sesama.
4. *Top up* praktis dimana saja. *Top up OVO Cash* via ATM, M-Banking, *internet banking*, kartu debit atau melalui merchant rekanan pilihan.
5. *OVO Premiere*, pengguna dapat meningkatkan akun ke *OVO Premiere* dan menikmati kenyamanan transfer ke rekening bank dan gratis transfer antar pengguna, serta batas saldo *OVO Cash* sebesar Rp10.000.000.
6. *OVO* dan Pemulihan Ekonomi Nasional, *OVO* berperan mendorong transaksi di *merchant* melalui berbagai program *cashback*. Pada periode program tersebut, *merchant online* mengalami peningkatan omset sebanyak 42% yang didorong oleh promosi serta publikasi di berbagai kanal.
7. *OVO* juga berperan sebagai mitra strategis dalam menyalurkan bantuan sosial secara digital yakni kartu prakerja. Sebagai mitra pembayaran digital, *OVO* memberikan solusi masalah *intermediary* dalam penyampaian dana bantuan kepada penerima manfaat.

### 2.1.6.2 Manfaat Teknologi Informasi pada Layanan Keuangan

Dalam industri jasa keuangan, teknologi informasi telah banyak diterapkan dengan berbagai cara, seperti penjelasan sebagai berikut (Fauzi, et al., 2023):

#### 1. AI dan *Big Data*

Data yang terorganisir dan tidak terstruktur yang berada di bank dan Lembaga keuangan melalui platform online dikatakan sebagai “*big data*” di industry keuangan. Aktivitas seperti penilaian resiko dan deteksi penipuan, layanan keuangan menggunakan *artificial intelligence* dan *machine learning*. Berdasarkan data dan pengalaman, analitik prediktif, dan dukungan berbasis AI, teknologi tersebut sangat membantu juga di sektor jasa keuangan.

#### 2. *Bitcoin* dan *Blockchain*

Sektor keuangan digital yang sama sekali baru telah dimungkinkan oleh berkembangnya teknologi *blockchain*. Seluruh ekosistem teknologi informasi keuangan telah tumbuh lebih kuat berkat hal tersebut. Telah memicu penciptaan *cryptocurrency* seperti *Bitcoin* dan *Ethereum*. Sekarang menjadi instrumen

manajemen kekayaan yang efektif. *Blockchain* juga telah membuat transaksi keuangan konvensional sepenuhnya transparan. Membuka pintu ke sistem keuangan yang demokratis. Sistem ini juga telah menerima penghargaan atas fitur keamanannya yang ketat untuk meningkatkan kepercayaan pada layanan keuangan *online*.

### 3. Digital Perbankan

Telah lama menjadi salah satu penggunaan terdepan dari revolusi teknologi keuangan. Perbankan tradisional telah mengalami penurunan yang cepat, konsumen secara bertahap beralih ke perbankan digital berdasarkan efisiensi dan kenyamanannya. Masyarakat sekarang dapat melakukan berbagai tugas keuangan menggunakan teknologi informasi, termasuk melakukan pembayaran, mendapatkan pinjaman, dan mengalihkan dananya secara praktis ke mana saja.

### 4. Metode Transaksi *Online*

Layanan keuangan telah mengalami transisi perubahan yang disruptif sebagai akibat adanya digitalisasi. Saat ini, solusi perangkat lunak yang tersedia memungkinkan individu menggunakan *mobile* seluler cerdas untuk melakukan transaksi *online*. Hal tersebut telah berkontribusi pada transisi global ke masyarakat tanpa uang tunai, Konektivitas *seluler* telah memainkan peran penting dalam perkembangan teknologi informasi pembayaran *digital*.

### 5. Keamanan

Keamanan data pengguna, informasi pribadi, dan transaksi keuangan menjadi semakin penting karena lebih banyak individu mulai menggunakan solusi *fintech*. Sejumlah teknologi informasi yang inovatif telah dikembangkan untuk menjamin keamanan layanan keuangan kontemporer, termasuk enkripsi, tokenisasi, dan informasi *biometric*. Semua standar untuk penggunaan privasi data terpenuhi melalui penggunaan solusi teknologi informasi. Alat tersebut juga digunakan untuk sistem risiko tingkat lanjut, evaluasi dan kode audit, deteksi penipuan, dan pengujian sistem keamanan.

### 6. Pelaporan dan analitik

Kemampuan *FinTech* perusahaan untuk memproses data dalam jumlah besar serta memperoleh *output* yang berwawasan luas menggunakan analitik data memiliki pengaruh yang luar biasa. Lembaga keuangan menggunakan analitik untuk menilai

skor kredit nasabah, yang pada gilirannya membantu menentukan apakah akan memberikan pinjaman kepada mereka atau tidak.

#### 7. Manajemen risiko

Teknik penilaian risiko telah tersedia di industri jasa keuangan dengan adanya perkembangan teknologi informasi. *Big data* telah digunakan para pelaku pasar signifikan tertentu untuk membuat sistem skor kredit sosial, dan membantu menentukan risiko yang terkait dengan pinjaman. Dengan adanya metode penilaian kredit yang tepat, perusahaan telah mampu memberikan pinjaman bahkan tanpa jaminan. Eksekusi dan efisiensi waktu pekerjaan nyata sekarang dimungkinkan dengan adanya algoritme AI, membantu penyedia layanan membuat keputusan dengan lebih cepat dan menguntungkan.

#### 8. Layanan saran otomatis

Munculnya layanan konsultasi Robo merupakan hasil lain dari penggunaan teknologi informasi di dalam industri jasa keuangan. Perusahaan ini menawarkan manajemen kekayaan digital dan layanan investasi, serta menggunakan algoritme untuk memberi saran kepada klien tentang bagaimana melakukan investasi yang lebih terjangkau dan mudah diakses. Untuk mengoptimalkan sumber daya seefektif mungkin dan menjaga portofolio investasi yang menguntungkan bagi klien, perusahaan menggunakan otomatisasi proses *robotic*. Keuntungan utama mengadopsi layanan konsultasi robot, dapat mengefisienkan biaya dan membutuhkan sedikit tenaga kerja manual.

#### 2.1.6.3 Indikator Manfaat dalam Penggunaan Aplikasi OVO

Faktor-faktor yang mempengaruhi manfaat terdiri dari (Atriani, Permandi, & Rimestuti, 2020) :

1. Pekerjaan menjadi lebih mudah, teknologi serta informasi dapat menekan biaya produksi dan operasional dari suatu perusahaan. Percepatan kerja dengan mesin membebaskan karyawan dari pekerjaan berulang yang memakan banyak waktu, misalnya adalah teknologi *augmented reality* pada gudang yang bisa mempersingkat proses dan meminimalisir kesalahan bidang logistik dari suatu bisnis.

2. Produktivitas bertambah, kemajuan teknologi dan informasi membantu bisnis mengurangi biaya produksi dan memungkinkan mereka memperoleh keuntungan besar dengan pengeluaran yang lebih sedikit. Hal ini juga mengecilkan usaha sehingga perusahaan dapat meningkatkan produksi setiap produknya.
3. Efektivitas bertambah, dimana sebelum munculnya teknologi, kepuasan pelanggan dan survei preferensi pasar biasanya merupakan penjualan dari pintu ke pintu. Bisa juga dengan menyebarkan survey ke pusat kota, namun di era digital sekarang cara ini sudah tidak efektif lagi karena melakukan survei bisa dilakukan secara online menggunakan teknologi. Jawaban yang didapatkan juga bisa lebih banyak tanpa usaha ekstra, dan bisa menyajikan laporan lebih akurat, serta menemukan berbagai informasi yang dibutuhkan.
4. Kinerja dalam bekerja berkembang, teknologi memungkinkan karyawan melakukan banyak hal tanpa harus bergerak. Memesan, mendelegasikan tugas, berkomunikasi dengan tim, memesan inventaris, menghubungi pelanggan dan banyak lagi, semuanya dari perangkat seluler saja. Teknologi tidak hanya menghemat waktu tetapi juga biaya. Fleksibilitas dan kepraktisan *platform online* memungkinkan untuk menyesuaikan kebutuhan bisnis yang berbeda secara lebih efisien, baik dari segi biaya maupun waktu.
5. Memiliki guna, peran teknologi membuat seluruh proses transaksi menjadi lebih nyaman dan memudahkan pembayaran tagihan ke pemasok daripada menghitung uang secara fisik secara langsung. Itu juga membuat pembayaran dari pembeli menjadi nyaman karena uang dikirim langsung ke rekening bank. Catatan keuangan juga lebih akurat dan meminimalkan risiko penipuan.

### **2.1.7. Keamanan dalam Penggunaan Aplikasi OVO**

#### **2.1.7.1 Pengertian Keamanan dalam Penggunaan Aplikasi OVO**

Keamanan dalam penggunaan aplikasi OVO adalah usaha untuk melindungi dan menjamin tiga aspek penting dalam dunia siber yaitu kerahasiaan data, keutuhan data, dan ketersediaan data. (Gunawan, 2020).

Keamanan dalam penggunaan aplikasi OVO bisa diartikan sebagai kebijakan, prosedur, dan pengukuran teknis yang digunakan untuk mencegah akses yang tidak

sah, perubahan program, pencurian dan kerusakan fisik terhadap OVO (Suryadharna & Triyani Budyastuti, 2019).

Dari rangkuman teori diatas dapat disimpulkan bahwa keamanan dalam penggunaan aplikasi OVO merupakan jaminan dari aplikasi OVO bahwa pengguna dapat merasa aman ketika mereka sedang menggunakan produk atau jasa mereka. Fitur keamanan yang disediakan oleh aplikasi OVO yaitu setiap aplikasi OVO dilengkapi dengan fitur *security code* dan *2-step verification* setiap kali pengguna akan masuk ke aplikasi OVO. Selain terus melakukan edukasi dan imbauan kepada pengguna untuk menjaga data pribadi, OVO telah mempersiapkan sejumlah perangkat teknis yang sifatnya berlapis untuk mencegah terjadinya kebocoran data pribadi penggunanya, yaitu *Data Loss Prevention (DLP) Tools*.

Di samping itu, sampai dengan saat ini OVO juga telah meningkatkan langkah-langkah pencegahan penipuan, antara lain dengan adanya tim Information Security (Infosec) yang memiliki fungsi untuk mencegah dan memitigasi terjadinya kebocoran data pribadi penggunanya. OVO juga telah melaksanakan amanah yang ditetapkan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan menempatkan setiap data pribadi penggunanya pada suatu pusat data (*data centre*) yang terletak di Indonesia.

OVO juga akan terus berupaya untuk memperkuat mekanisme pengamanan data pribadi penggunanya. Ke depannya, OVO tengah mempersiapkan sejumlah materi edukasi yang dapat digunakan di sejumlah platform media sosial yang OVO miliki untuk meningkatkan kesadaran penggunanya akan pentingnya perlindungan terhadap data pribadi mereka.

### 2.1.7.2 Aspek Keamanan terhadap Penggunaan Aplikasi OVO

Berikut merupakan jenis sistem keamanan yang dipakai dalam *internet banking* yaitu (Evans & Thygerson, 2017):

1. *Cryptography System*, sistem dimana menggunakan berbagai angka yang sering disebut dengan *key*. Sistem memiliki fungsi melakukan pengenalan terhadap seorang nasabah dan melindungi semua informasi finansial nasabah.
2. *Firewall System*, sistem ini berfungsi untuk melakukan pencegahan terhadap pihak-pihak yang tidak mendapat izin dalam memasuki area yang dilindungi

atau diproteksi dalam unit pusat kerja suatu perusahaan. *Firewall system* tidak dapat mencegah adanya virus dan ini murni kendala internal organisasi.

Ada beberapa aspek keamanan computer wajib diperhatikan dan mempunyai beberapa lingkup penting yaitu (Evans & Thygerson, 2017):

1. *Privacy and Confidentiality*, aspek ini menekankan pada usaha dalam menjaga kerahasiaan data dan informasi dan pihak lain tidak boleh mengaksesnya. Sedangkan *privacy* lebih menekankan pada data-data privat, contohnya data tentang nasabah perbankan.
2. *Integrity*, aspek integritas memprioritaskan keamanan data atau informasi agar tidak bisa diakses selain tanpa seizin pemilik.
3. *Authentication*, aspek yang menekankan mengenai orisinalitas suatu data atau informasi, termasuk di dalamnya pihak yang memberi data atau mengaksesnya tersebut merupakan pihak yang memiliki izin akses atau pemilik sah.
4. *Availability*, aspek yang berkaitan dengan ketersediaan informasi ketika dibutuhkan.

Ada tiga aspek yang dibutuhkan supaya aman dan nyaman pada saat beraktivitas di media digital yaitu (Rizal, et al., 2022):

1. Kecakapan keamanan digital yang bersifat kognitif adalah memahami berbagai konsep dan mekanisme proteksi terhadap perangkat digital maupun terhadap identitas digital dan data diri.
2. Kecakapan keamanan digital yang bersifat afektif bertumpu pada empati agar pengguna media digital punya kesadaran bahwa keamanan digital selain tentang perlindungan perangkat digital dan data diri sendiri, juga menjaga keamanan pengguna lain sehingga tercipta sistem keamanan yang kuat.
3. Kecakapan keamanan digital yang bersifat konatif atau *behavioral* merupakan langkah-langkah praktis untuk melakukan perlindungan identitas digital dan data diri, misalnya saja selalu memastikan menggunakan sandi yang kuat dan memperbaharuinya secara berkala.

Ketiga aspek ini mengartikan bahwa pengguna diharapkan mampu mengembangkan keterampilan kritis dalam menganalisis, menimbang serta kesadaran keamanan digital dalam kehidupan sehari-hari.

Namun, dari beberapa aspek di atas, dapat ditemukan beberapa jenis ancaman keamanan teknologi yang terbagi menjadi 2 bagian yaitu (Munawar, 2023):

1. Ancaman aktif:

- a. Pencurian data, informasi yang tersimpan pada *database* digunakan pihak tidak berhak, maka akan kehilangan informasi.
- b. Penerapan sistem secara illegal, pihak tertentu yang memperoleh data dan informasi penting, mengakses sistem telepon, dengan membobol sistem keamanan untuk menerapkan komunikasi jarak jauh illegal disebut *hacker*.
- c. Penghancuran data secara illegal, pihak yang merusak data atau informasi serta mematikan sistem operasi komputer, dan bertujuan mencuri data disebut *cracker*.
- d. Modifikasi secara illegal, merupakan perubahan data atau informasi dan perangkat lunak secara tidak disadari. Jenis modifikasi yang menciptakan pemilik sistem resah karena terjadi perubahan data dan perangkat lunak yang dilakukan program pelaksanaan yang menghambat.

2. Ancaman pasif:

- a. Kegagalan sistem, kekeliruan sistem atau perangkat lunak serta perangkat keras akan mengakibatkan ketidaklarasan data. Transaksi tidak berjalan baik bisa mengakibatkan kerusakan data.
- b. Kesalahan manusia, kesalahan operasi sistem antropogenik dapat mengancam integritas sistem dan data.
- c. Bencana alam, gempa bumi, banjir, kebakaran, dan badai merupakan faktor tak terduga yang dapat membahayakan sistem informasi.

### 2.1.7.3 Indikator Keamanan dalam Penggunaan Aplikasi OVO

Saat mahasiswa hendak menggunakan jasa produk *e-wallet* yang aman maka mereka perlu memperhatikan beberapa indikator dalam produk *e-wallet* apakah benar-benar mampu dalam menyimpan data dari pengguna tersebut sehingga keamanan dari *e-wallet* yang digunakan oleh mahasiswa terjamin. Berikut adalah indikator-indikator yang dapat digunakan untuk melihat seperti apa keamanan sistem yang ada pada produk *e-wallet* adalah sebagai berikut (Muhammad Irfan Farohi, 2017) :



1. Terjaminnya transaksi, yang dimana transaksi tersebut dilakukan oleh pemilik akun itu sendiri.
2. Jaminan keamanan, yaitu mengurangi kekhawatiran pengguna tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak.
3. Kerahasiaan data, yaitu menjaga data pengguna agar tidak jatuh ke tangan pihak yang merugikan.
4. Bukti transaksi, adanya bukti pada setiap pengguna saat selesai bertransaksi.

### **2.1.8 Kemudahan Penggunaan dalam Teknologi**

#### **2.1.8.1. Kemudahan yang Diperoleh dalam Penggunaan Teknologi**

Kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Kemudahan penggunaan dapat meyakinkan pengguna bahwa teknologi informasi yang akan diaplikasikan adalah suatu hal yang mudah dan bukan menjadi beban bagi mereka. (Jogiyanto, 2017).

Kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* merupakan suatu perasaan pengguna, bahwa aplikasi atau sistem tertentu merupakan suatu teknologi yang mudah digunakan sehingga tidak memerlukan banyak usaha untuk menggunakan dan memahaminya (Santi & Sudiasmo, 2020).

Pengertian kemudahan dalam teknologi sistem pembayaran yaitu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi sistem pembayaran itu bahwasanya dapat dipakai dengan mudah dan bebas dari segala permasalahan. Intensitas dan interaksi antara pengguna dengan teknologi sistem pembayaran juga bisa menunjukkan kemudahan bagi penggunanya (Rahmawati, 2022).

Dari teori diatas, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan kondisi dimana penggunanya dapat dengan mudah menggunakan suatu teknologi yang belum pernah digunakan sebelumnya.

#### **2.1.8.2 Technology Acceptance Model**

*Technology Acceptance Model* (TAM) adalah suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Metode TAM merupakan

pisau analisis yang digunakan untuk mengetahui sikap penerimaan pengguna terhadap hadirnya teknologi (Santi & Sudiasmo, 2020).

TAM menambahkan 2 konstruk utama ke dalam model TRA. Dua konstruk tersebut adalah persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Model TAM menunjukkan bahwa ketika pengguna disajikan dengan teknologi baru, persepsi kegunaan, dan persepsi kemudahan penggunaan adalah dua faktor yang mempengaruhi keputusan tentang bagaimana dan kapan mereka akan menggunakan teknologi baru. TAM mendefinisikan dua persepsi dan pemakai teknologi yang memiliki suatu dampak pada penerimaan mereka. TAM menekankan persepsi pemakai tentang “bagaimana kegunaan sistem untuk saya” dan “semudah apakah sistem”.

Kegunaan dan kemudahan adalah 2 faktor kuat yang mempengaruhi penerimaan atas teknologi dan merupakan determinan fundamental dalam penerimaan pemakai. Para pakar ahli meyakini bahwa untuk membuat suatu teknologi bisa diterima dengan baik oleh konsumen untuk mau mengadopsi suatu teknologi tersebut, maka teknologi tersebut harus memenuhi syarat model penerimaan teknologi.

### **2.1.8.3. Indikator Kemudahan Penggunaan dalam Penggunaan Aplikasi OVO**

Indikator-indikator kemudahan penggunaan yang dapat dijadikan sebagai acuan terhadap kemudahan penggunaan terhadap aplikasi OVO adalah sebagai berikut (Ryan Rezky, 2021):

1. Mudah dipahami dan dikuasai, yaitu pengguna dapat memahami dan menguasainya dengan baik.
2. Dapat dikendalikan, yaitu pengguna dapat mengendalikan produk tersebut sesuai keinginannya.
3. Bersifat fleksibel, yaitu dapat disesuaikan dengan keadaan.
4. Pemakaian yang mudah, yaitu mudah digunakan dan tidak mempersulit penggunaannya.


## 2.2. Review Peneliti Terdahulu

1. Penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi Penjualan dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan dan *E-Service Quality* terhadap keputusan penggunaan. Populasi yang digunakan adalah pengguna OVO dengan usia antara 20-39 tahun dengan Sampel sebanyak 200 responden. Metode penelitian dengan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian dan hipotesis variabel promosi penjualan dan *e-service quality* berpengaruh pada keputusan penggunaan pada pengguna OVO (Amalia Fajrin, 2020).
2. Penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan secara individual dan secara simultan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO pada masyarakat Solo Raya. Populasi yang digunakan adalah masyarakat Solo Raya dengan teknik *non probability sampling* dengan sampel yang berjumlah 120 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan hasil bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan secara positif dan signifikan serta secara simultan mempengaruhi minat menggunakan aplikasi OVO di wilayah Solo Raya (Latifah Robaniyah & Heny Kurnianingsih, 2021).
3. Penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi pada Pengguna OVO di Kota Surakarta). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan. Populasi yang digunakan adalah masyarakat Surakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t dan uji F dengan SPSS 25.0. Hasil penelitian menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan, keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan dan variabel kemudahan penggunaan dan keamanan berpengaruh signifikan atas keputusan penggunaan (Ahmad Iliyin & Widiartanto, 2020).

4. Penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO”. Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat produk terhadap minat penggunaan secara parsial dan simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 93 responden. Hasil penelitian menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan pada mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan (Sibuea, Oktavianthy, & Rangkuti, 2021).
5. Penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan terhadap Minat Menggunakan *Mobile Payment* LinkAja dengan Kemudahan sebagai variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa di Yogyakarta)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan, kegunaan, keamanan dan kemudahan sebagai variabel mediasi terhadap minat menggunakan *mobile payment* LinkAja. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang diambil adalah pengguna aplikasi LinkAja pada mahasiswa Yogyakarta dengan sampel sebanyak 225 responden dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan melalui kemudahan. Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan melalui kemudahan. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan melalui kemudahan (Mala Kresisiana Utami, 2021) .

Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Amalia Fajrin (2020)	Pengaruh Promosi Penjualan dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi OVO	Variabel bebas yaitu Promosi Penjualan (X1), <i>E-Service Quality</i> (X2), Variabel terikat yaitu Keputusan Penggunaan (Y)	Hasil penelitian dan hipotesis variabel promosi penjualan dan <i>e-service quality</i> berpengaruh pada keputusan penggunaan pada pengguna OVO.
2.	Latifah Robaniyah dan Heny Kurnianingsih (2021)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO	Variabel bebas yaitu Manfaat (X1), Kemudahan (X2), Keamanan (X3), Variabel terikat yaitu Minat Menggunakan (Y)	Hasil penelitian menyatakan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan dan keamanan secara positif dan signifikan serta secara simultan mempengaruhi minat menggunakan aplikasi OVO di wilayah Solo Raya.
3.	Ahmad Iliyinn dan Widiartanto (2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi pada Pengguna OVO di Kota Surakarta)	Variabel bebas yaitu Kemudahan (X1), Keamanan (X2) dan Variabel terikat yaitu Keputusan Penggunaan (Y)	Hasil penelitian menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan, keamanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan dan variabel kemudahan penggunaan dan keamanan berpengaruh signifikan atas keputusan penggunaan.
4.	Santi Johana Sibuea, Dolores Oktavianthy, dan Agus Edy Rangkuti (2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO	Variabel bebas yaitu Kemudahan (X1), Manfaat (X2) dan Variabel terikat yaitu Minat Menggunakan (Y)	Hasil penelitian menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat mempunyai pengaruh positif dan signifikan pada minat penggunaan.
5.	Mala Kresisiana Utami (2021)	Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Payment LinkAja</i> dengan Kemudahan sebagai variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa di	Variabel bebas yaitu kepercayaan (X1), Kegunaan (X2), Keamanan (X3), Variabel terikat yaitu Minat Menggunakan (Y) dan Variabel Mediasi yaitu Kemudahan (Y2)	Hasil penelitian menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, Keamanan berpengaruh positif dan signifikan

Yogyakarta)	terhadap minat menggunakan. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan melalui kemudahan. Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan melalui kemudahan.
	<p style="text-align: right;"><b>Lanjutan Tabel 2.1</b></p> Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan melalui kemudahan. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan melalui kemudahan.

### 2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2019).

Salah satu cara untuk membuat produk atau jasa agar mudah diingat oleh konsumen adalah dengan meningkatkan *e-service quality*. 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. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *e-service quality* berpengaruh pada minat penggunaan (Amalia Fajrin, 2020).

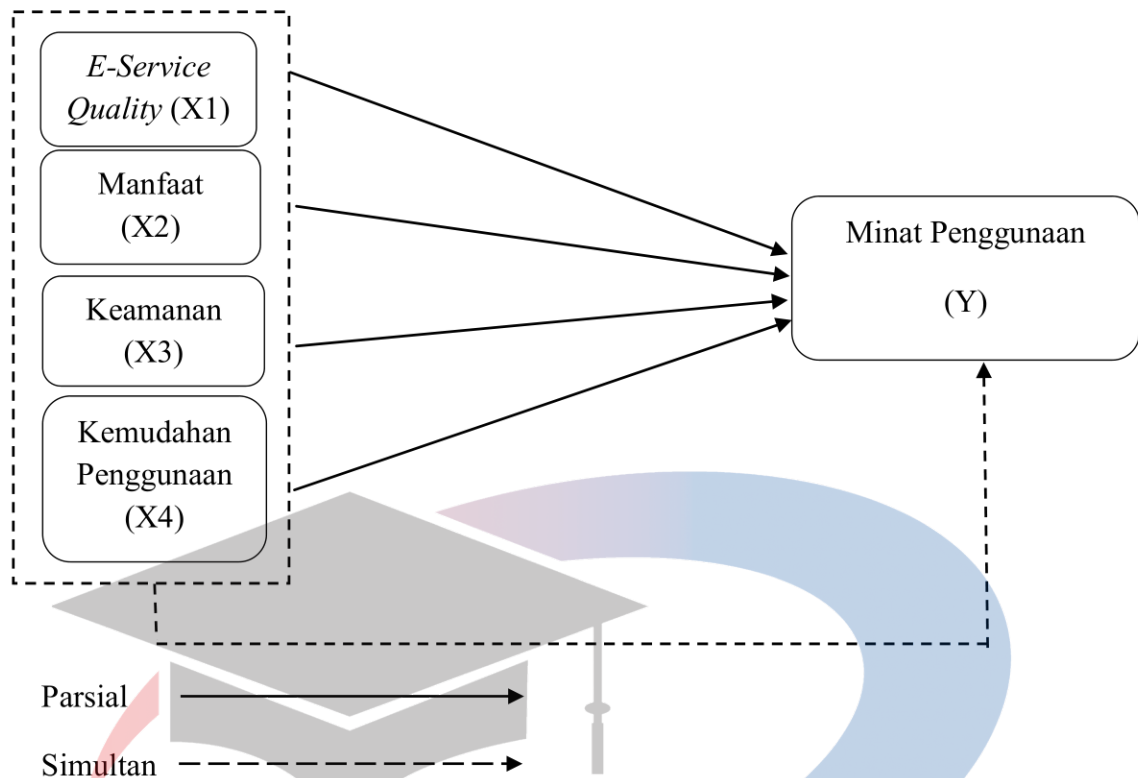
Selain *e-service quality*, manfaat dari aplikasi yang digunakan oleh pengguna juga berpengaruh pada minat penggunaan. Manfaat merupakan hasil yang didapatkan dari konsumen melalui produk atau jasa yang mereka gunakan. Manfaat yang positif

akan memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan. Manfaat juga merupakan salah satu hal penting yang perlu diperhatikan perusahaan terhadap pengguna yang menggunakan aplikasi tersebut. Hal penting yang diberikan produk kepada pengguna adalah kemudahan penggunaan aplikasi yang membantu konsumen dalam menjalankan aktivitas yang ada. Pada penelitian sebelumnya didapatkan hasil bahwa manfaat berpengaruh terhadap minat penggunaan (Latifah Robaniyah & Heny Kurnianingsih, 2021).

Dari manfaat yang didapatkan, keamanan dari aplikasi pada pengguna juga menjadi hal penting dalam mempengaruhi minat penggunaan. Keamanan merupakan unsur penting dalam penggunaan suatu produk atau jasa berbasis *online* dimana keamanan yang dimaksud adalah kerahasiaan data dari pengguna agar tidak digunakan oleh pihak yang tidak berwenang. Tujuan dari keamanan informasi yaitu untuk mencegah ancaman terhadap sistem serta mendeteksi dan memperbaiki kerusakan yang terjadi pada sistem. Dari penelitian sebelumnya didapatkan bahwa variabel keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan (Latifah Robaniyah & Heny Kurnianingsih, 2021).

Kemudian dari segi aplikasi yang digunakan, aplikasi yang digunakan juga harus bisa memudahkan konsumen dalam penggunaannya agar mereka bisa beraktivitas secara efektif dan efisien. Kemudahan penggunaan merupakan suatu persepsi bahwa produk atau jasa yang digunakan tidak memerlukan usaha yang berlebihan untuk digunakan kepada konsumen itu sendiri. Kemudahan Penggunaan dalam teknologi dapat meyakinkan pengguna bahwa teknologi informasi yang akan diaplikasikan adalah suatu hal yang mudah dan bukan merupakan beban bagi pengguna. Hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya didapatkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan (Latifah Robaniyah & Heny Kurnianingsih, 2021).

Sehingga dari hal tersebut, maka peneliti membuat kerangka konseptual yang menunjukkan pengaruh antara “*e-service quality*, manfaat, keamanan dan kemudahan penggunaan terhadap minat penggunaan”. Maka dirumuskan suatu kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

#### 2.4. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang dapat ditolak atau tidak dapat ditolak secara empiris.

Pengujian hipotesis perlu dilakukan karena masalah masih bersifat praduga sehingga masih perlu dibuktikan kebenarannya.

Dari kerangka konseptual yang diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

##### 2.4.1 Pengaruh variabel *E-Service Quality* terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO

*E-service quality* didefinisikan sebagai evaluasi dan penilaian menyeluruh konsumen terhadap kualitas pengiriman. *E-service quality* juga mempengaruhi sejauh mana sebuah situs mampu memfasilitasi kegiatan konsumen meliputi belanja, pembelian, dan pengiriman baik produk atau layanan secara efisien dan efektif. Sehingga pelayanan elektronik yang baik akan memberikan kepuasan bagi pengguna untuk terus menggunakan produk atau jasa yang ada pada perusahaan. (Amalia Fajrin, 2020).



Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu dimana penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh pada minat penggunaan (Amalia Fajrin, 2020). Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil adalah :

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh *E-Service Quality* terhadap minat penggunaan aplikasi OVO pada Mahasiswa Universitas Mikroskil Fakultas Bisnis.

#### **2.4.2 Pengaruh variabel Manfaat dengan Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO**

Manfaat merupakan kepercayaan seseorang bahwa teknologi yang digunakan mampu meningkatkan prestasi kerja seseorang. Manfaat dalam menggunakan aplikasi pembayaran mempunyai hubungan yang erat dengan pengguna. Dalam menggunakan suatu aplikasi pembayaran yang diharapkan pengguna adalah dapat mempercepat pembayaran yang cepat dan mempersingkat waktu tanpa perlu lama menunggu antrean. Selain menghemat waktu, pengguna juga tidak perlu membawa banyak uang *cash* dalam melakukan transaksi.

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu dimana penelitian menunjukkan bahwa manfaat berpengaruh pada minat penggunaan. (Latifah Robaniyah & Heny Kurnianingsih, 2021)

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh Manfaat terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO pada Mahasiswa Universitas Mikroskil Fakultas Bisnis.

#### **2.4.3 Pengaruh variabel Keamanan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO**

Keamanan merupakan suatu usaha untuk mengendalikan dan mengontrol suatu aktivitas agar tetap dalam keadaan normal. Keamanan dalam sistem informasi merujuk pada keamanan data dari pengguna dan kerahasiaan data dari pengguna dimana saat pengguna menggunakan suatu aplikasi pembayaran, mereka merasa aman karena uang yang ditabung dalam aplikasi pembayaran tidak mudah dibobol oleh pihak yang tidak berwajib. Dari keamanan ini, informasi yang ada pada aplikasi juga menjadi hal penting bagi pengguna agar mereka terlindungi dari ancaman yang berasal dari luar.

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu dimana penelitian menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh pada minat penggunaan (Latifah Robaniyah & Heny Kurnianingsih, 2021).

H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh Keamanan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO pada

Mahasiswa Universitas Mikroskil Fakultas Bisnis.

#### **2.4.4 Pengaruh variabel Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO**

Kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya (Jogiyanto, 2017). Bagi konsumen suatu aplikasi yang mudah digunakan perlu menghemat waktu dan biaya dalam melakukan suatu aktivitas. Dari fitur-fitur yang tersedia juga mudah digunakan serta mempermudah transaksi dalam kebutuhan sehari-hari.

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu dimana penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh pada minat penggunaan (Latifah Robaniyah & Heny Kurnianingsih, 2021).

H<sub>4</sub>: Terdapat pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO pada Mahasiswa Universitas Mikroskil Fakultas Bisnis.

#### **2.4.5 Pengaruh variabel *E-Service Quality*, Manfaat, Keamanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO**

Minat dalam penggunaan teknologi informasi adalah keinginan seseorang dalam penggunaan sebuah teknologi informasi secara terus menerus dan berasumsi bahwa seseorang itu memiliki akses terhadap teknologi informasi tersebut (Nopy Ernawati & Lina Noersanti, 2020). Terjadinya minat penggunaan dikarenakan adanya pertimbangan-pertimbangan dari pengguna sebelum menggunakan suatu aplikasi pembayaran. Pertimbangan tersebut adalah *E-Service Quality*, Manfaat, Keamanan, dan Kemudahan Penggunaan. *E-Service Quality* memiliki peranan penting dalam penggunaan aplikasi pembayaran. Pelayanan yang diberikan adalah

pelayanan dari segi fitur-fitur yang mampu memfasilitasi kegiatan konsumen meliputi belanja, pembelian, dan pengiriman baik produk atau layanan secara efisien dan efektif. Dari penggunaan suatu aplikasi pembayaran pengguna juga merasakan manfaat yang didapatkan yaitu mempercepat pembayaran dan tidak perlu membawa banyak uang *cash* sehingga keamanan yang didapatkan dari pengguna terhadap aplikasi pembayaran juga terjamin. Dari segi kemudahan penggunaan, pengguna tidak kesusahan dalam menggunakan aplikasi pembayaran yang mana bertujuan untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dari segi fitur-fitur yang disediakan dalam perusahaan agar memudahkan pengguna dalam kegiatan sehari-hari.

H<sub>5</sub> : Terdapat pengaruh *E-Service Quality*, Manfaat, Keamanan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi OVO pada Mahasiswa Universitas Mikroskil Fakultas Bisnis.



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL