BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat sekarang berada di era teknologi dengan perkembangan yang sangat pesat sehingga membuat masyarakat harus dapat beradaptasi dengan teknologi informasi. Teknologi informasi sangat berpengaruh terhadap kehidupan sehari-hari dan dapat dilihat bahwa masyarakat semakin bergantung terhadap teknologi informasi [1]. Salah satu bidang yang memanfaatkan teknologi informasi yaitu bidang keuangan. Sebelum perkembangan teknologi yang pesat, masyarakat menggunakan tunai untuk melakukan suatu transaksi. Namun beberapa tahun belakangan ini sudah beralih menggunakan pembayaran non-tunai atau yang biasa disebut dengan *e-wallet*.

E-Wallet merupakan alat pembayaran modern yang berbasis digital [2]. *E-Wallet* memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan pembayaran untuk kegiatan sehari-hari [3] karena proses transaksi dan pembayarannya yang sangat mudah. Masyarakat tidak perlu membawa *cash* ataupun kartu debit dan kredit karena *e-wallet* hanya perlu menggunakan *smartphone* yang memiliki koneksi internet [4].

E-Wallet yang populer digunakan adalah OVO dan GoPay. OVO merupakan aplikasi *e-wallet* yang telah digunakan sejak tahun 2017. OVO didirikan oleh Lippo *Group* pimpinan James Riady dan dikelola oleh PT. Visionet Internasional. OVO bekerjasama dengan beberapa aplikasi seperti Grab, Tokopedia, dan layanan *streaming* film HOOQ [5], [6]. OVO juga bekerjasama dengan beberapa *merchant* seperti Matahari *Department Store*, Miniso, Burger King dan masih banyak lagi [7]. OVO juga dapat digunakan untuk pembayaran tagihan listrik, tagihan air, BPJS Kesehatan dan lain-lain.

GoPay diluncurkan pertama kali pada tahun 2016 yang merupakan bagian dari aplikasi Gojek besutan Nadiem Makarim, Kevin Aluwi, dan Michaelangelo Moran [8]. GoPay pada saat itu digunakan sebagai pembayaran resmi untuk aplikasi Gojek yang bergerak di bidang transportasi *online* [9]. Setelah aplikasi Gojek dan Tokopedia melakukan *merger* menjadi GoTo *Group* pada 17 Mei 2021, GoPay telah memiliki aplikasi tersendiri pada 26 Juli 2023. GoPay sendiri dapat digunakan dalam berbagai pembayaran, seperti Isi Ulang seperti pulsa dan paket data, Asuransi seperti BPJS Kesehatan, Layanan publik seperti Pajak Bumi Bangunan (PBB) dan lain sebagainya [10].

Dikutip dari *website* cnbcindonesia.com yang diakses pada tanggal 26 September 2023, OVO menjadi peringkat pertama yang di mana sebagian besar masyarakat

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

menggunakan OVO dalam transaksinya baik di aplikasi Grab ataupun Tokopedia. OVO juga meluncurkan beberapa fitur baru, seperti OVO *Invest* yang bermitra dari Bareksa dan produk asuransi kesehatan dan jiwa yang bermitra dengan Prudential. Pada akhir tahun 2021, saham OVO yang dipegang oleh Grab sebesar 90% ini menandakan bahwa OVO kini semakin melekat dengan Grab. GoPay menduduki posisi kedua setelah OVO. Berdasarkan Laporan *DSInnovate Fintech*, OVO dan GoPay tetap menduduki posisi teratas. Tingkat *awareness* keduanya mencapai 93,9% dan popularitas penggunaan OVO dan GoPay juga berada di posisi teratas, yaitu 58.9% pada OVO dan 58.4% pada GoPay [11]. Jika dilihat dari *website* bi.go.id pada tahun 2022, GoPay menjadi platform yang paling banyak digunakan dan disusul oleh OVO yang menduduki posisi kedua [12].

Dalam penelitian Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi *E-Wallet* OVO dan GOPAY Dengan Metode *User Experience Questionnaire* memberikan hasil yang baik di keenam variabelnya [13]. Tetapi OVO juga mendapatkan komentar negatif dari Dwi Purwanto yang mengatakan tampilan yang kacau, tidak lengkap pembayarannya, aplikasinya yang sangat lambat [14]. Hal yang sama terjadi pada GoPay di dalam penelitian Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi *E-Wallet* OVO dan GOPAY Dengan Metode *User Experience Questionnaire* mendapat hasil yang lebih baik dan lebih unggul daripada OVO [13]. Namun komentar negatif didapat dari Kirana Astianti yang mengatakan bahwa transfer ke rekening bank selalu gagal dan menunggu waktu transaksi yang sangat lama [15].

Aplikasi OVO maupun GoPay tentunya selalu melakukan *update* agar layanannya dapat mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan layanan dan kebutuhan pengguna adalah dengan meningkatkan pengalaman pengguna menjadi lebih baik dan memuaskan agar dapat memberi nilai dan manfaat kepada pengguna. *User experience* merupakan persepsi pengguna pada saat menggunakan suatu produk atau layanan. Untuk meningkatkan pengalaman pengguna, perlu dilakukannya evaluasi terhadap tingkat pengalaman pengguna dan menganalisis serta menemukan area mana saja yang perlu diperbaiki dalam *user experience* [16].

Pengalaman pengguna dapat diukur dengan beberapa metode, seperti UEQ yang telah mengalami perkembangan menjadi UEQ+, *Modular Evaluation of Key Components of User Experience* (meCUE) 2.0, *Questionnaire for Interaction Satisfaction* (QUIS), *Usability Metric for User Experience* (UMUX) dan *Standarized User Experience Percentile Rank Questionnaire* (SUPR-Q) [17].

UEQ dirancang untuk pengukuran *user experience* yang dikembangkan oleh Laugwitz, Schrepp dan Held pada tahun 2005 [18]. UEQ+ merupakan pengembangan dari

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

UEQ yang menawarkan pengukuran *user experience* lebih kompleks. UEQ hanya memiliki 6 variabel yaitu: *Attractiveness* (Daya Tarik), *Efficiency* (Efisiensi), *Perspicuity* (Kejelasan), *Dependability* (Tingkat Keandalan), *Stimulation* (Stimulasi) dan *Novelty* (Kebaruan). Sedangkan pada UEQ+ terdapat penambahan 14 variabel yaitu *Trust* (Tingkat Kepercayaan), *Haptics* (Haptik), *Acoustics* (Akustik), *Personalization* (Personalisasi), *Usefulness* (Kegunaan), *Value* (Nilai), *Aesthetics* (Estetika Visual), *Intuitive Use* (Penggunaan Secara Intuitif), *Trustworthiness of Content* (Tingkat Kepercayaan Terhadap Konten), *Quality of Content* (Kualitas Konten), *Clarity* (Kejelasan Tampilan), *Response Behavior* (Bentuk Respon), *Response Quality* (Kualitas Respons) dan *Comprehensibility* (Kemampuan Memahami Perintah) sehingga UEQ+ memiliki 20 variabel [19]. Pada penelitian ini menggunakan 9 variabel yaitu Tingkat Kepercayaan *(Trust),* Tingkat Keandalan (*Dependability*), Kualitas konten (*Quality of Content*), Tingkat Kepercayaan Terhadap Konten (*Trustworthiness of Content*), Nilai (*Value*), Kejelasan Tampilan (*Clarity*), Penggunaan Secara Intuitif (*Intuitive Use*), Efisiensi (*Efficiency*), Kegunaan (*Usefulness*). Hal ini didasarkan pada kategori OVO dan GoPay yang termasuk ke dalam kategori *Online Banking* pada *handbook* UEQ+ sehingga hanya menggunakan 9 variabel tersebut [19].

Penelitian ini ditujukan kepada penduduk Kota Medan. Kota Medan merupakan ibukota dari Provinsi Sumatera Utara. Kota Medan adalah kota terbesar ke-3 di Indonesia setelah DKI Jakarta dan Surabaya [20]. Hal tersebut menandakan bahwa Kota Medan mengalami perkembangan yang pesat sehingga perkembangan *e-wallet* di Kota Medan meningkat karena banyaknya *merchant* yang mendukung sistem pembayaran menggunakan *e-wallet*.

Beberapa penelitian terdahulu telah menggunakan UEQ dalam melakukan evaluasi *user experience* pada aplikasi *mobile* seperti penelitian yang mengkaji *user experience* masyarakat Jabodetabek terhadap *online food delivery* GrabFood dan GoFood. Penelitian ini melibatkan 290 responden di Jabodetabek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa GrabFood mendapatkan penilaian *above average* untuk keseluruhan variabel, sedangkan GoFood mendapatkan penilaian *excellent* untuk 5 variabel dan *good* untuk 1 variabel. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa GoFood lebih unggul dari GrabFood dari *user experience* menggunakan model UEQ [21].

Penelitian lainnya mengenai analisis pengalaman pengguna *platform video communication* dengan UEQ+, khususnya dengan aplikasi *Microsoft Teams* untuk mendukung perkuliahan secara *daring*. Penelitian ini melibatkan 150 responden di lingkungan Universitas Mikroskil dan menggunakan 9 variabel yaitu *Efficiency* (Efisiensi),

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

Perspicuity (Kejelasan), *Dependability* (Tingkat Keandalan), *Trust* (Tingkat Kepercayaan), *Usefulness* (Kegunaan), *Intuitive Use* (Penggunaan Secara Intuitif), *Trustworthiness of Content* (Tingkat Kepercayaan Terhadap Konten), *Quality of Content* (Kualitas Konten) dan *Clarity* (Kejelasan Tampilan). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para pengguna puas dan memiliki impresi yang positif terhadap aplikasi *Microsoft Teams*. Hal ini dibuktikan dengan nilai *mean* keseluruhan variabel yang lebih besar dari 0,8 dan nilai KPI 2,21 yang lebih besar dari nilai standar deviasi yaitu 0,69 [17].

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengukuran/penilaian pengalaman pengguna, mengetahui dan membandingkan hasil pengukuran/penilaian dari aplikasi OVO dan GoPay. Penelitian ini menggunakan pengukuran *User Experience Questionnaire Plus* (UEQ+) untuk dapat membandingkan hasil pengukuran/penilaian pengalaman pengguna dari kedua aplikasi tersebut. UEQ+ dipilih karena menyediakan pertanyaan yang kompleks dan mudah dipahami oleh pengguna atau responden. UEQ+ juga cukup mudah untuk diterapkan, efisien dan memiliki variabel yang lebih relevan untuk penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat Tugas Akhir dengan judul **"Analisis Pengalaman Pengguna *E-Wallet* dengan Model UEQ+ pada Aplikasi OVO dan GoPay"**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, dapat ditemukan beberapa masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana hasil pengukuran/penilaian *user experience* pada aplikasi OVO?
2. Bagaimana hasil pengukuran/penilaian *user experience* pada aplikasi GoPay?
3. Bagaimana perbandingan hasil pengukuran/penilaian *user experience* pada aplikasi OVO dan GoPay?

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui hasil pengukuran/penilaian *user experience* dari kedua aplikasi tersebut.
2. Untuk mengetahui perbandingan hasil pengukuran/penilaian *user experience* antara kedua aplikasi tersebut.

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

1.4 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berikut, yaitu:

1. Bagi Praktisi

   Dapat mengetahui pendapat pengguna terhadap *e-wallet* OVO dan GoPay berdasarkan pengalaman penggunanya yang bertujuan untuk pengembangan produk yang lebih baik

2. Dari sisi akademik

   Dapat mengetahui gambaran *user experience* pengguna aplikasi OVO dan GoPay secara umum.

1.5 Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa batasan masalah, yaitu:

1. *E-Wallet* yang menjadi objek penelitian ini hanya aplikasi OVO dan GoPay.
2. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan model UEQ+ yang menggunakan 9 variabel yaitu Tingkat Kepercayaan *(Trust),* Tingkat Keandalan (*Dependability*), Kualitas konten (*Quality of Content*), Tingkat Kepercayaan Terhadap Konten (*Trustworthiness of Content*), Nilai (*Value*), Kejelasan Tampilan (*Clarity*), Penggunaan Secara Intuitif (*Intuitive Use*), Efisiensi (*Efficiency*) dan Kegunaan (*Usefulness*).
3. Responden di dalam penelitian ini hanya pengguna aplikasi OVO dan GoPay di Kota Medan yang sebanyak 2.494.512 orang [22]. *Sampling* yang digunakan adalah *simple random sampling* dan diambil sampel minimal 384 orang menggunakan rumus *Lemeshow* dengan *margin of error* 5%.
4. Kuesioner disebarkan menggunakan *Microsoft Forms* menggunakan skala pengukuran *semantic differential* pada skala *likert* 7 poin yaitu poin 1 (sangat tidak setuju) sampai poin 7 (sangat setuju) sesuai dengan ketentuan dari *handbook* UEQ+ [19]. Penyebaran kuesioner akan dimulai pada tanggal 16 Desember 2023.

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.