

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi ini di Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yg pesat. Teknologi itu sudah ialah suatu kebutuhan sangat krusial, segala sesuatu menjadi praktis dan cepat berkat kemajuan teknologi. Keliru satunya perkembangan teknologi di bidang info serta komunikasi, teknologi ini sangat dibutuhkan hampir semua insan di dunia. Rakyat-masyarakat teranyar bahkan menduga teknologi gosip serta komunikasi itu sudah termasuk kebutuhan yang primer di hidupnya disamping sandang, pangan, dan papan. Keliru satu bukti nyata akan adanya perkembangan di bidang teknologi gosip dan komunikasi merupakan ada dan berkembangnya internet.

Kemajuan teknologi artinya sesuatu yg tidak mampu kita hindari pada kehidupan ini, sebab kemajuan teknologi akan berjalan sesuai memakai kemajuan ilmu pengetahuan insan. Setiap inovasi diciptakan untuk menyampaikan manfaat positif bagi kehidupan manusia agar lebih maju buat mempertinggi kreativitas. Menyampaikan poly kemudahan, serta sebagai cara baru pada melakukan aktifitas insan. Spesifik di bidang teknologi rakyat sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa sang inovasi-penemuan yang sudah dihasilkan di dasa warsa terakhir ini. Tetapi demikian, walaupun pada awalnya diciptakan buat membuat manfaat positif, di sisi lain pula memungkinkan digunakan buat hal negatif. Mirip pihak-pihak yang menyalahgunakan media

umum , pihak-pihak yang saling merugikan satu sama lain.

Secara normatif, pengguna berharap perangkat lunak OVO mampu menjadi dompet digital buat melakukan segala macam pembayaran, namun konkret nya pembayaran di software OVO terbatas serta kurang lengkap, fitur yg disediakan pun tidak mendukung kebutuhan pengguna, dan jua Bila ingin mengupgrade OVO pengguna harus mendatangi Both OVO buat mengubah sebagai OVO Premiere, yang mana akan poly menyita waktu hanya untuk pengaupgradeannya saja.

**(Slameto, 2015)** Minat ialah suatu rasa lebih senang dan rasa ketertarikan di suatu hal atau aktivitas tanpa terdapat yang menyuruh.

**(Viethal Rifaai, 2017)** Uang elektro yg dimaksud merupakan indera pembayaran elektronika yang diperoleh memakai menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara tertentu, pula melalui agen-agen penerbit, atau menggunakan pendebitan rekening pada bank, dan nilai uang tersebut dimasukan sebagai nilai uang pada media uang elektro, yg dinyatakan pada satuan Rupiah, yang digunakan buat melakukan transaksi.

**(Chiu et al, 2015)** kemudahan. penggunaan merupakan konsumen konfiden menggunakan bertransaksi secara online akan menghilangkan perjuangan yg berat dibandingkan transaksi secara konvensional.

**(McKnight et al, 2015)** kepercayaan dibangun antara pihak-pihak yang belum saling mengenal baik di hubungan juga proses transaksi Dimensi kepercayaan pada kaitannya menggunakan online shop adalah berkaitan erat menggunakan keyakinan konsumen di mediator dan online vendor

(Basu Swastha, 2017) harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk Jika mungkin) yg dibutuhkan untuk menerima sejumlah kombinasi asal barang beserta pelayanannya.

Ovo ialah layanan dompet digital (smart financial apps yg memberikan aneka macam transaksi di sejumlah kawan OVO. Perusahaan ini merupakan besutan kelompok Lippo yaitu LippoX. OVO pertama kali diluncurkan pada Maret 2017 dan berada pada bawah naungan PT Visionet Internasional. pada awalnya Ovo menjalin kerjasama menggunakan perusahaan Lippo lainnya mirip Hypermart dan jua RS Siloam. Walau demikian Ovo memang didesain buat sebagai open platform.

Di Mei 2018, kelompok Lippo serta Tokyo Century sudah menghasilkan serangkaian kemitraan di Indonesia termasuk investasi di OVO, dimana Tokyo Century menginvestasikan kurang lebih US\$120 juta. pada bulan Juli 2018, OVO mengumumkan kemitraan strategis menggunakan beberapa perusahaan krusial sekaligus pada Indonesia. Perusahaan yg digandeng, diantaranya Bank mandiri, Alfamart, Grab, dan Moka. Kemitraan baru ini, beserta menggunakan kemitraan yang telah dijalin memakai jaringan Lippo, berakibat OVO menjadi platform pembayaran memakai penerimaan terluas di Indonesia.

Untuk memperluas basis penggunaanya, OVO jua mengumumkan kerja sama memakai platform belanja online Tokopedia pada bulan November. Tokopedia resmi menggandeng OVO sebagai digital payment pengganti Tokocash. OVO menambahkan 80 juta pengguna aktif bulanan Tokopedia ke di 60 juta basis pengguna OVO. berbagai kemitraan tersebut menghasilkan

pengguna Ovo semakin tinggi drastis. di bulan Oktober serta November 2018, dianggap OVO bertumbuh pada jumlah merchant memakai pangsa lebih dari 70 %. waktu ini OVO sudah hadir pada 303 kota pada Indonesia. Pencapaian ini menegaskan peran OVO menjadi solusi inklusi keuangan pada mana saja. OVO sudah menjangkau Sabang sampai Merauke memakai 77 % pengguna OVO berada di luar Jabodetabek.

OVO dan Go-Pay akan memperbanyak berkolaborasi menggunakan aneka macam perusahaan, menjadi upaya meraup peluang buat terus tumbuh.

OVO menetapkan perseroan akan terus menjalin kerja sama, khususnya memakai perusahaan yang berkiprah di sektor keuangan, premi, serta peminjaman uang. Ekosistem yg tertutup akan lebih sulit tumbuh serta sulit pada mengatasi perseteruan-permasalahan yg ada pada Indonesia. OVO juga meyakini bahwa layanan keuangan berbasis digital akan terus tumbuh.

Disaat pandemi Covid-19 OVO menjamin mencatatkan lonjakan jumlah pengguna baru hingga 267%. Jumlah transaksi di dagang el jua meleset sampai sebanyak 110%. menggunakan sejumlah catatan pertumbuhan tadi, perseroan melakukan peningkatan hukum sebesar 20% selama pandemi. kerja sama akan membawa OVO pada profitabilitas.

Berikut jumlah pennguna di aplikasi OVO beberapa tahun terakhir ditemukan adanya peningkatan jumlah pengguna sebagaimana yang terlihat di Tabel 1.1 ini dia :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Pengguna software OVO**  
**Periode 2018 – 2020**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengguna</b>	<b>Persentase</b>
2018	16.150.000	-
2019	9.500.000	41,1%
2020	115.000.000	91,7%

*Perkembangan pengguna Tahun 2018-2020 di perangkat lunak OVO*

Berdasarkan data pada atas, mampu dijelaskan bahwa jumlah pengguna sepanjang tahun 2018 s/d 2020. pada tahun 2019 terjadi penurunan sebanyak 41,1% serta pada tahun 2020 terjadi kenaikan yg sangat tinggi sebesar 91,7% dikarenakan pada tahun 2020 disebabkan wabah covid-19 sehingga banyak pengguna OVO di Indonesia.

Sesuai kenyataan diatas terlihat pada jumlah pengguna perangkat lunak OVO belum aporisma, yang disinyalir ditimbulkan oleh Kemudahan Pengguna, agama, Keamanan, dan Harga Nilai belum memikat Minat pengguna pada perangkat lunak OVO. dipandang berasal akibat pengamatan di tabel 1.1

Beberapa peneliti yang sejalan menggunakan mengkaji perihal faktor-faktor yg mensugesti minat memakai uang elektronika ialah oleh **(Utami dan Kusmati, 2017)** pertanda bahwa variabel keamanan e-money berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa pada memakai e-money sebab meningkat keamanan e-money maka minat mahasiswa memakai e-money semakin tinggi. Sedangkan akibat penelitian **(Aptaguna dan Pitaloka, 2016)** menerangkan

bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat beli jasa Gojek Goride hal ini ditimbulkan oleh kualitas layanan yang telah baik sebagai akibatnya menghasilkan pelanggan tidak mempertimbangkan harga, serta asal (**Firdauzi, 2017**) di penelitiannya bahwa variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan uang elektronik karena kemudahan ditawarkan oleh uang elektro memungkinkan konsumen lebih menentukan uang elektronik pada bertransaksi sebagai akibatnya semakin banyak kemudahan yg ditawarkan maka harapan konsumen buat memakai uang elektronika semakin akbar.

Berdasarkan latar belakang tersebut, menarik buat di kaji lebih lanjut ihwal penelitian penggunaan software OVO dikalangan mahasiswa terutama ihwal faktor-faktor yg mempengaruhinya. sang sebab itu, penyusun merumuskan sebuah penelitian yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR yang menghipnotis MINAT PENGGUNA E-MONEY di aplikasi OVO”**

## **1.2 Identifikasi masalah**

Berikut latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagi berikut :

1. Belum adanya kemudahan yang terasa di pelanggan
2. Tidak semua pelanggan yang merasakan kemudahannya
3. Kepercayaan pelanggan belum maksimal
4. Kurangnya keyakinan dari beberapa yang ingin mencoba
5. Masih rentannya keamanan
6. Akun dapat dibobol

7. banyak tambahan harga tiap transaksi
8. Terlalu banyak potongan tiap transaksi
9. Peningkatan minat pengguna masih rendah
10. Kurang nya minat untuk mencoba

### **1.3 Batasan masalah**

Sesuai pada latar belakang dilema serta pertarungan yang diidentifikasi di atas, maka perlu adanya restriksi duduk perkara. Mengingat luasnya konflik yang terdapat serta banyak variable yg mempengaruhi minat pengguna, maka penelitian ini dibatasi oleh satu variabel memakai Variabel Dependen yaitu Minat (Y) serta Variabel Independen yaitu Kemudahan Pengguna (X1), kepercayaan (X2), Keamanan (X3), dan Harga Nilai (X4).

### **1.4 Rumusan masalah**

Sinkron latar belakang yang dikemukakan diatas, maka bisa dirumuskan persoalan menjadi berikut :

1. Bagaimana kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa UPI YPTK Padang menggunakan aplikasi OVO?
2. Bagaimana keamanan teknologi berpengaruh terhadap minat mahasiswa UPI YPTK Padang memakai aplikasi OVO?
3. Bagaimana kepercayaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa UPI YPTK Padang menggunakan perangkat lunak OVO?

4. Bagaimana nilai harga berpengaruh terhadap minat mahasiswa UPI YPTK Padang memakai aplikasi OVO?
5. Bagaimana kemudahan penggunaan, keamanan teknologi, kepercayaan, dan nilai harga berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa UPI YPTK Padang memakai software OVO?

## **1.5 Tujuan dan Manfaat**

### **1.5.1 Tujuan penelitian**

Sinkron rumusan duduk perkara yang sudah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian :

1. Untuk mengetahui bagaimana kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa
2. Untuk mengetahui bagaimana keamanan teknologi berpengaruh terhadap minat mahasiswa
3. Untuk mengetahui bagaimana kepercayaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa
4. Untuk mengetahui bagaimana nilai harga berpengaruh terhadap minat mahasiswa
5. Untuk mengetahui bagaimana kemudahan penggunaan, keamanan teknologi, kepercayaan, serta nilai harga berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa



### 1.5.2 Manfaat penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

a. Bagi penulis

Bagi Penulis, akibat penelitian ini bisa berguna buat menambah pengetahuan serta memperluas wawasan pada bidang ilmu pengetahuan ekonomi, khususnya perihal alat pembayaran non tunai khususnya uang elektronik pada perangkat lunak OVO.

b. Bagi pemerintah

Bagi Pemerintah, buat bahan pertimbangan di membuat regulasi tentang uang elektronika berbasis server.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya yg ingin melakukan penelitian tentang pengguna e-money di software OVO

d. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan tentang penggunaan e-money di software OVO.