

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Teknologi merupakan alat mempermudah masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya yang dibutuhkan baik dalam sosial maupun bidang ekonomi. Dengan adanya teknologi, pemanfaatan terhadap sumber daya menjadi lebih mudah dan efisien. Teknologi yang sedang berkembang pesat dikalangan masyarakat ini adalah internet. Pesatnya perkembangan internet saat ini di beberapa kalangan masyarakat, teknologi dan informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya di teknologi financial atau disebut dengan *Fintech*.

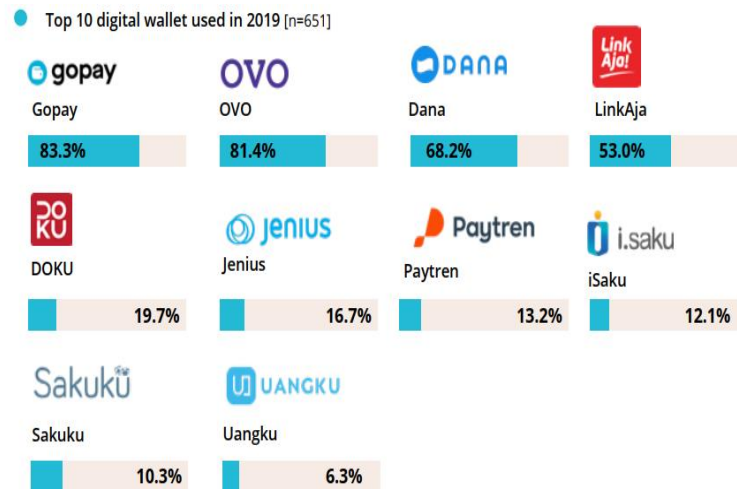
Penyelenggara Teknologi finansial di Indonesia dalam sistem pembayaran di Indonesia telah diatur oleh Bank Indonesia dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 18/40/PBI/2016 tentang penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran. Hal tersebut membuka peluang pertumbuhan perusahaan FinTech di Indonesia, terutama perusahaan pengembangan layanan Fintech Payment. Fintech adalah penggabungan dari layanan keuangan dan teknologi informasi, menurut Sweeney (2015) dan Kuo-Chen dan Teo (2015) dalam (Ryu, 2018) mendefinisikan sebagai produk atau layanan keuangan yang inovatif dengan teknologi yang tinggi.

Perkembangan fintech payment berupa layanan e-wallet, e-wallet sendiri merupakan salah satu jenis pembayaran elektronik. Transaksi pembayaran seperti ini sudah menggantikan uang fisik oleh pembayaran non tunai.

Metode pembayaran elektronik ini utamanya menggunakan smartphonedan dilakukan secara online sehingga tidak menyita banyak waktu. Layanan online ini terdiri dari aplikasi yang membantu memberikan layanan meningkatkan fleksibilitas dan efisiensi bagi pengguna dalam bisnis dan kehidupan.

Fintech payment yang cukup populer salah satunya di Indonesia adalah OVO, OVO merupakan *fintech payment* yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi pembayaran secara online. OVO sendiri adalah perusahaan *digital payment* milik grup perusahaan Lippo. OVO hadir pada tahun 2016 dan sampai pada akhir 2018 kemarin aplikasinya telah terpasang di 115 juta perangkat. Aplikasi OVO saat ini tersedia untuk platform Android dan iOS. OVO menggunakan sistem poin *reward*, yang disebut dengan OVO Point, untuk menjaga dan meningkatkan transaksi pengguna.

Penerbit atau penyedia uang elektronik di Indonesia pun beragam seperti e-money yang merupakan produk dari Bank Mandiri, Brizzi yang merupakan produk dari BRI, Tapcash yang merupakan produk dari BNI, Flazz yang merupakan produk dari BCA, Go-pay yang merupakan produk dari Go-Jek, Dana, OVO, dll. Kemunculan e-wallet lainnya menjadikan persaingan yang ketat bagi OVO, sesuai presentase peringkat yang dirilis oleh Fintech Report 2019 pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa OVO menduduki peringkat kedua setelah Go-Pay, hal ini menandakan bahwa OVO masih dapat bersaing dengan penyedia uang elektronik lainnya.



Sumber :Fintech Report 2019 (Daily Social.Id)

GAMBAR 1.1 DATA PENGGUNA DIGITAL WALLET TAHUN 2019

Hasil Penelitian diatas menyatakan bahwa lebih dari 80% orang telah menggunakan GoPay dan OVO dengan presentase penggunaan yang kompetitif. Digital wallet yang menduduki posisi pertama adalah Go-Pay sedangkan OVO menduduki posisi kedua dalam hal penggunaan dompet digital pada tahun 2019, dari penjelasan diatas menandakan bahwa OVO masih dapat bersaing dengan penyedia uang elektronik lainnya.

Manfaat serta kemudahan yang ditawarkan uang elektronik (e-wallet) dapat mempengaruhi peningkatan penggunaannya. Ketika sebuah layanan produk memiliki manfaat dan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas. Begitu pula dengan uang elektronik yang dirasa sangat membantu masyarakat, sehingga bukan tidak mungkin masyarakat akan berminat menggunakan kembali layanan uang elektronik.

Faktor tingkat kepercayaan terhadap produk juga akan berpengaruh dalam minat menggunakan uang elektronik. Kepercayaan adalah keyakinan yang kuat pada sesuatu dan merupakan kunci untuk menjaga kelangsungan hubungan antara pelanggan dan penyedia layanan (Chiu et al., 2012; Han dan Hyun, 2013) dalam (Gong, Liu, Zheng, & Wu, 2018) Penelitian ini kepercayaan berkenaan dengan keyakinan dan integritas dari responden layanan uang elektronik OVO.

Nurhayati (2012) dalam (I Gusti, I Gusti Ayu, & Ni Nyoman, 2017) mendefinisikan niat pembelian kembali sebagai kemauan dan aksi konsumen dalam mengkonsumsi ulang produk atau jasa, yang disebabkan oleh kesan memuaskan sesuai ekspektasi konsumen. Niat membeli kembali adalah kecenderungan perilaku membeli dari konsumen pada suatu produk barang dan jasa yang dilakukan secara berulang dalam jangka waktu tertentu dan secara aktif menyukai dan mempunyai sikap positif terhadap suatu produk barang atau jasa, didasarkan pada pengalaman yang telah dilakukan di masa lampau (Suryana dan Dasuki, 2013) dalam (I Made & Gede, 2017).

Fenomena layanan OVO sendiri berkembang seiring dengan perkembangan teknologi *financial*, bersamaan dengan meningkatnya berbagai perubahan lingkungan dan masalah teknologi layanan *fintech* yang semakin meningkat maka pengenalan dan pendalaman mengenai religiusitas juga perlu ditingkatkan karena menurut (Swinyard et al., p. 17) dalam (Agag & El-Marsy, 2016) mendefinisikan religiusitas sebagai sejauh mana tingkat kepercayaan pada nilai-nilai dan cita-cita agama tertentu dipegang dan dipraktikan oleh seorang individu.

Hadits Rasulullah berkata “*Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi semuanya*”.(HR. Bukhori Muslim).

Hadits tersebut menjelaskan bahwa manusia yang baik adalah manusia yang dalam hidupnya mampu bermanfaat bagi manusia yang lainnya, seperti dalam hal ini yaitu pemberian produk jasa layanan.

Kepercayaan sangat dibutuhkan oleh semua pengguna layanan elektronik, semakin baik fasilitas yang diberikan maka konsumen akan merasakan berbagai keuntungan dan kemudahan menggunakan fintech payment (e-wallet) tersebut, dari adanya keuntungan tersebut maka konsumen akan semakin percaya dengan fasilitas yang diberikan oleh layanan aplikasi tersebut, seperti OVO yang menyediakan layanan digital e-wallet. Mediakonsumen.com menyatakan server OVO mengalami gangguan seperti pengurangan saldo OVO secara tiba-tiba karena adanya kebobolan sistem keamanan. Kasus tersebut menjadikan kepercayaan konsumen terhadap OVO berkurang dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna dari adanya layanan tersebut semakin berkurang pula sehingga akan berpengaruh terhadap niat menggunakan kembali layanan tersebut. Oleh karena itu, peneliti akan meneliti seberapa besar kepercayaan berpengaruh terhadap niat menggunakan kembali layanan OVO. Peneliti juga akan membahas pengaruh manfaat yang dirasakan berpengaruh terhadap niat menggunakan kembali layanan OVO. Penelitian ini juga akan membahas seberapa besar pengaruh religiusitas memoderasi hubungan antara variabel kepercayaan dan manfaat yang dirasakan terhadap niat menggunakan kembali layanan OVO di Wilayah Surabaya dan Sidoarjo. Terkait dari fenomena diatas, menjadikan suatu

hal yang menarik untuk diteliti. Hasil penelitian ini akan dituangkan dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Manfaat yang dirasakan terhadap Niat Menggunakan Kembali dengan Moderasi Religiusitas pada Layanan OVO di Wilayah Surabaya dan Sidoarjo”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan kembali pada layanan OVO?
2. Apakah manfaat yang dirasakan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan kembali pada layanan OVO?
3. Apakah religiusitas memoderasi hubungan antara kepercayaan terhadap niat menggunakan kembali pada layanan OVO?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini dilakukan adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap niat menggunakan kembali pada layanan OVO.
2. Untuk menganalisis pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap niat menggunakan kembali pada layanan OVO.
3. Untuk menganalisis pengaruh religiusitas sebagai moderasi hubungan antara kepercayaan terhadap niat menggunakan kembali pada layanan OVO.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Layanan OVO

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi layanan OVO yaitu pentingnya membangun hubungan antara kepercayaan dan manfaat yang dirasakan terhadap niat menggunakan kembali dan religiusitas untuk meningkatkan pengguna layanan OVO.

2. Bagi peneliti dan peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi peneliti agar memahami tentang pengaruh kepercayaan terhadap niat menggunakan kembali dan pengaruh manfaat yang dirasakan terhadap niat menggunakan kembali serta pengaruh religiusitas sebagai moderasi antara kepercayaan terhadap niat menggunakan kembali. Hasil penelitian ini juga diharapkan bagi peneliti lain sebagai sumber informasi dan referensi untuk bahan penelitian dengan topik yang sama.

3. Bagi STIE Perbanas

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi STIE Perbanas Surabaya secara akademis dapat memberikan pengetahuan bagi mahasiswa/I dalam bidang pemasaran produk layanan *fintech e- payment* yang berkaitan dengan kepercayaan, manfaat yang dirasakan terhadap niat menggunakan kembali, pengaruh religiusitas sebagai moderasi antara kepercayaan terhadap niat menggunakan kembali.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Agar lebih mudah dalam memahami proposal skripsi ini maka peneliti membuat sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari penelitian terdahulu, landasan teori kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian antara lain adalahrancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan data pengukuran variabel, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini akan menjelaskan tentang Gambaran Subyek Penelitian, Analisis Data dan Pemabahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang Kesimpulan, Keterbatasan dan Saran.

