

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, perkembangan dalam bidang jasa keuangan memberikan dampak yang baik dalam perkembangan teknologi. Secara perlahan perkembangan dalam bidang jasa keuangan merambah ke era digital yang lebih maju. Perpaduan yang terjadi pada perkembangan teknologi dan keuangan sering diartikan sebagai *financial technology (fintech)*. Dengan adanya *fintech* diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan pada masyarakat Indonesia[1].

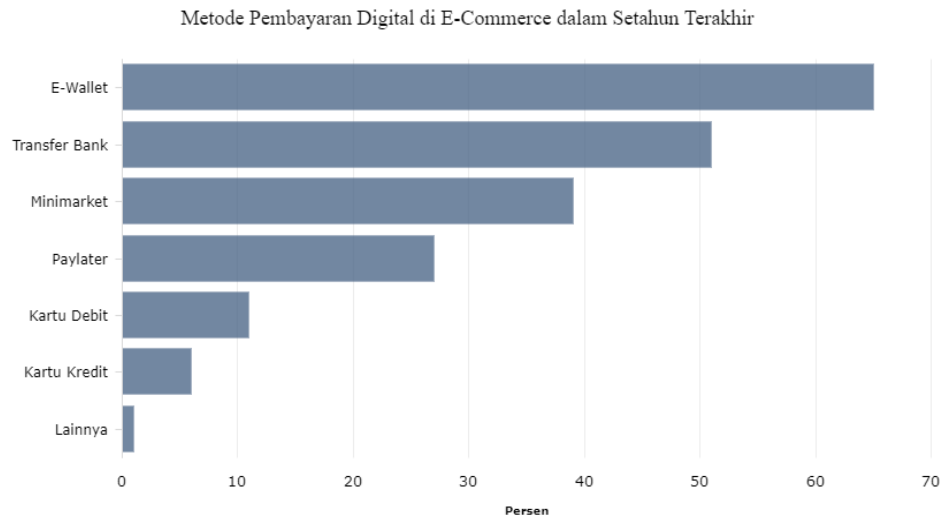
Perkembangan teknologi saat ini belum menjadi pemicu yang baik bagi perkembangan perekonomian dimasa pandemi Covid-19 (*Corona Virus Disease 2019*). Semakin maraknya penyebaran Covid-19 membuat beberapa sektor perekonomian menjadi lemah, banyak masyarakat yang enggan menggunakan transaksi uang tunai karena hal tersebut masih menjadi faktor utama penyebaran penularan Covid-19. Dengan hal tersebut, *fintech* dapat memiliki potensi yang baik untuk mengambil peran proses pemulihan perekonomian yang ada di Indonesia[2].

Peran *fintech* dalam penelitian ini untuk mendorong tingkat inklusi keuangan. Inklusi keuangan adalah sebuah kondisi dimana setiap masyarakat mempunyai akses di berbagai layanan keuangan yang berkualitas, lancar, tepat waktu dan aman[3]. Inklusif keuangan memiliki tiga karakter dasar, yang dapat dijelaskan sebagai berikut: yang pertama, *fintech* dapat meningkatkan akses dan desentralisasi dalam sistem keuangan, yang dimana kemajuan teknologi yang digunakan dapat memberikan inklusi yang baik bagi komunitas, individu atau UMKM yang tidak *bankable* supaya mendapatkan peran sebagai penyedia dan pengguna dana dalam sistem keuangan. Yang kedua, *fintech* dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas dan berkolaborasi lintas sektor yang dimana teknologi dapat menjadi penyedia untuk transparansi, penelusuran, pertanggungjawaban, dan

pembagian informasi yang lebih besar kepada pemerintah, masyarakat dan swasta untuk saling melakukan kerja sama. Dan yang terakhir, *fintech* memiliki biaya yang lebih rendah melalui peningkatan yang efisiensi, kecepatan dan otomatisasi[4]. Hal tersebut dapat membuat *fintech* lebih menjangkau kedalam seluruh lapisan masyarakat supaya dapat mengakses keuangan dengan efektif dan efisien.

Teknologi *fintech* adalah sebuah bentuk yang dapat menjadi alternatif bagi instansi keuangan serta penggunaanya dalam memberikan dan mendapatkan layanan. *Fintech* mempermudah proses pembiayaan seperti dapat memberikan pinjaman tanpa bunga. Pemberi pinjaman dapat berasal dari masyarakat manapun serta dalam jumlah berapapun yang dibutuhkan. Hal ini menghapuskan beberapa syarat birokrasi yang pada awalnya ada pada institusi sebelumnya dengan tetap diawasi oleh pemerintah[5].

Dalam kategori pembayaran, *fintech* terbagi menjadi dua jenis, yaitu *payment gateway* dan dompet digital (*e-wallet*). Pengguna *e-wallet* dapat menyimpan uang mereka di aplikasi dan dapat digunakan untuk transaksi baik *online* maupun *offline*[6]. Beberapa *e-wallet* yang digunakan di Indonesia yaitu Go-Pay, OVO, Link, Dana dan lain sebagainya. Industri *fintech* di Indonesia di dominasi oleh *e-wallet* lokal. Pada Gambar 1.1 terdapat grafik yang menampilkan metode pembayaran digital yang terjadi pada *e-commerce* selama satu tahun terakhir, yang menunjukkan *E-Wallet* menjadi metode pembayaran yang paling populer hingga mencapai 65%.

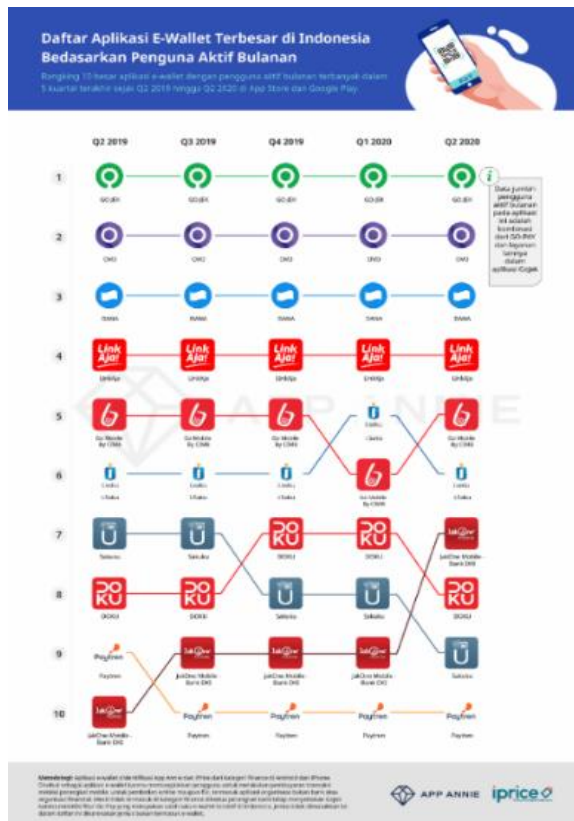


katadata.co.id

databoks

Gambar 1.2 Metode Pembayaran Digital Payment Tahun 2020-2021[1]

Salah satu aplikasi *digital payment* yang saat ini banyak digunakan yaitu OVO. OVO merupakan salah satu aplikasi *smart* yang dapat memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk mendapatkan *point* di banyak tempat yang terdapat *merchant* bertanda *OVO Accepted Here* dan dapat menggunakan *OVO points* di *merchant* tersebut pada tanda *OVO zone*[7].



Gambar 1.2 Daftar Aplikasi E-Wallet di Indonesia [8]

Berdasarkan Gambar 1.2 diperoleh data dari situs iPrice9, menyebutkan bahwa aplikasi OVO menjadi peringkat kedua dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam melakukan pembayaran. Perkembangan yang terjadi pada pembayaran *online* saat ini, diperlukan adanya tingkat pengukuran pembayaran menggunakan *digital payment* untuk dilakukan analisis penerimaan menggunakan metode TAM (*Technology Acceptance Model*). TAM merupakan konsep sistem bukti yang mewakili bagaimana konsumen mulai menggunakan teknologi informasi (TI). Secara luas, TAM menjelaskan penerimaan dan penggunaan nyata dari sebuah teknologi informasi[9]. Model ini menempatkan faktor pada sikap dan perilaku pemakai dengan keempat variable TAM yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) dan minat penggunaan (*behavioral intention*)[9].

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penerimaan *digital payment* OVO pada kedai Kontekstual Kopi yang beralamatkan di Sudan, dusun 5, candi wulan, kutasari, kabupaten Purbalingga. Untuk meningkatkan perekonomian pada kedai Kontekstual kopi karena sebelumnya sudah terkena dampak adanya pandemi Covid-19. Salah satu cara yang dilakukan oleh kedai Kontekstual kopi yaitu dengan mengimplementasikan pembayaran secara *online* menggunakan aplikasi OVO. Namun, Permasalahan yang terjadi pada kedai Kontekstual kopi pembayaran digital OVO belum dilakukan secara maksimal yaitu masih terdapat kekurangan dalam penggunaan aplikasi OVO, seperti pelanggan kedai Kontekstual kopi yang belum bisa menggunakan pembayaran *digital* menggunakan aplikasi OVO dan beberapa pelanggan kedai belum menggunakan OVO. Sehingga perlu dilakukan analisis penerimaan *digital payment* OVO pada kedai Kontekstual Kopi dengan menggunakan metode TAM. Variabel TAM yang digunakan pada penelitian ini yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) dan minat penggunaan (*behavioral intention*).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat penerimaan *digital payment* OVO pada kedai Kontekstual Kopi. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk mengangkat permasalahan yang ada sebagai bahan penelitian untuk tugas akhir. Adapun judul yang dipilih yaitu: **“ANALISIS PENERIMAAN IMPLEMENTASI *DIGITAL PAYMENT* PADA KEDAI KOPI DENGAN MENGGUNAKAN METODE *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Semakin banyaknya penyebaran Covid-19 yang terjadi saat ini, pembayaran uang tunai yang semula banyak dilakukan, dapat menyebabkan penularan Covid-19 yang lebih cepat. Pembayaran dengan menggunakan uang tunai kini sudah mulai teralihkan dengan melakukan pembayaran secara digital.

. Untuk meningkatkan perekonomian pada kedai Kontekstual kopi karena sebelumnya sudah terkena dampak adanya pandemi Covid-19. Salah satu cara yang dilakukan oleh kedai Kontekstual kopi yaitu dengan mengimplementasikan pembayaran secara *online* menggunakan aplikasi OVO. Permasalahan yang terjadi pada kedai Kontekstual Kopi, pembayaran digital OVO belum dilakukan secara maksimal yaitu masih terdapat kekurangan dalam penggunaan aplikasi OVO seperti pelanggan kedai Kontekstual kopi masih banyak yang belum bisa menggunakan pembayaran digital menggunakan aplikasi OVO dan belum banyak pelanggan kedai yang menggunakan OVO. Sehingga menjadi alasan penting untuk melakukan tingkat pengukuran penerimaan implementasi pembayaran digital dengan menggunakan aplikasi OVO berdasarkan variabel TAM, yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) dan minat penggunaan (*behavioral intention*).

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi penerimaan pengguna dalam layanan aplikasi OVO dengan menggunakan metode TAM?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang diangkat dari latar belakang penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisa faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna dalam layanan aplikasi OVO dengan menggunakan metode TAM.
- b. Faktor yang digunakan dalam penelitian ini meliputi persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) dan minat penggunaan (*behavioral intention*) terhadap penggunaan aplikasi OVO.
- c. Objek dalam penelitian ini merupakan pelanggan kedai Kontekstual Kopi yang menggunakan aplikasi OVO.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga, yaitu:

- a. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat penerimaan *digital payment* OVO pada kedai Kontekstual Kopi.
- b. Untuk mengukur tingkat penerima pengguna aplikasi OVO dengan menggunakan metode TAM.
- c. Penelitian ini dilakukan untuk menemukan jawaban berdasarkan masalah yang telah dirumuskan yaitu mengetahui tentang faktor apa saja yang mempengaruhi pengguna sehingga dapat menerima penggunaan *digital payment* OVO sebagai alat pembayaran.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi di perpustakaan IT Telkom Purwokerto.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi Peneliti yang akan melakukan penelitian serupa.

1.6.2 Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sumbangan dalam aspek ilmu dan dapat digunakan sebagai rujukan penelitian selanjutnya dalam inovasi teknologi dan dapat dimanfaatkan untuk rujukan penelitian lainnya sesuai kebutuhan pemanfaatan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi *opportunity* bagi OVO serta lembaga penyedia layanan sejenis dalam menyediakan layanan yang lebih baik, efektif, dan efisien dalam memenuhi kebutuhan penggunanya.