

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi saat ini telah mendorong kemajuan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, sehingga sekarang sudah menjadi tolak ukur suatu negara apakah negara tersebut bisa dikategorikan maju dengan menilai apakah negara tersebut menguasai dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Bangsa Indonesia adalah salah satu bangsa yang masuk dalam lingkungan global, maka Indonesia harus berkontribusi dalam kemajuan dan penguasaan media informasi dan teknologi, khususnya untuk bangsa Indonesia sendiri. (Nugraha, 2013)

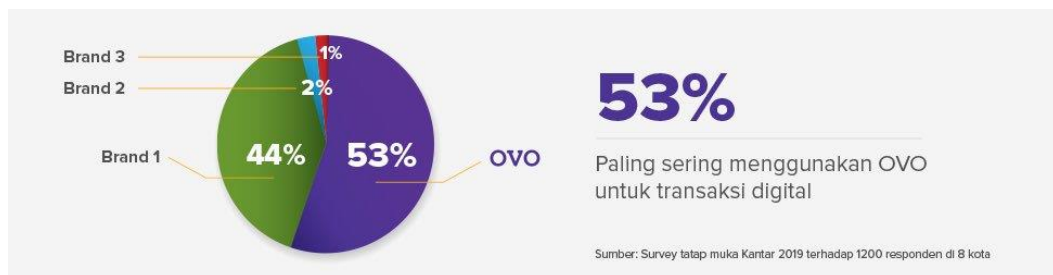
Salah satu teknologi yang sangat banyak dipakai di era globalisasi ini adalah Internet. Dengan Internet, masyarakat lebih mudah untuk berkomunikasi dan bersosialisasi dengan orang lain tanpa memikirkan jarak yang ada. Internet juga membantu masyarakat dalam menjalankan bisnis karena akses yang mudah dan dapat dicapai dari manapun dan kapanpun.

Metode pembayaran pun sekarang cukup beragam, ada metode menggunakan *transfer*, *credit card*, *debit card*, *cash*, dan yang paling baru adalah menggunakan pembayaran elektronik seperti *e-money* dan *e-wallet*. Salah satu perusahaan yang mendapat perhatian dari konsumen dalam *e-money* adalah OVO. OVO merupakan salah satu startup dalam *mobile payment* di bawah naungan PT

Visionet Internasional sebagai perusahaan *digital payment* milik grup perusahaan Lippo, sebuah aplikasi *smart financial* diluncurkan bernama OVO, aplikasi ini mencoba memenuhi berbagai kebutuhan terkait dengan *cashless* dan *mobile payment*.

OVO mulai memasuki pasar pada akhir tahun 2016, kurang dari satu tahun OVO diunduh oleh lebih dari 60 juta *smartphone*, dan tersedia pada lebih dari 350,000 gerai di 212 kota, mengalahkan perusahaan dompet digital lainnya di Indonesia.

OVO merupakan satu-satunya dompet digital yang diterima secara nasional di gerai fisik dan *online*, dengan penerimaan lebih dari 90% pusat perbelanjaan di Indonesia, termasuk di antaranya *hypermarket*, *department store*, *coffee shop*, bioskop, penyedia jasa parkir, dan jaringan rumah sakit terkemuka di Indonesia. (Kurniawan, 2018)



Gambar 1. 1 Grafik Pengguna OVO

Dalam Gambar 1.1, dapat dilihat bahwa jumlah pengguna aplikasi OVO paling banyak dibandingkan dengan kompetitornya. Aplikasi OVO mendapatkan konsumen sebanyak 53 %. Untuk sisanya di dapat oleh *e-wallet* lainnya yang ada di Indonesia. Data tersebut diambil di tahun 2019.

Upaya untuk memprediksi minat seseorang atau perilaku konsumen dalam penerimaan teknologi diantaranya dengan menggunakan pendekatan TAM (*Technology Acceptance Model*). Penerimaan teknologi informasi oleh konsumen memiliki proses adaptasi. TAM oleh Davis (1989) untuk menjelaskan perilaku pemakaian komputer yang dikembangkan dari Theory Reasoned Action (TRA) dan Theory Planned Behavior (TPB). (Lai, 2017)

Dengan berdasarkan latar belakang tersebut dan perkembangan *e-wallet* di Indonesia, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tingkat penerimaan penggunaan aplikasi OVO sebagai salah satu metode pembayaran elektronik dalam masyarakat dengan menggunakan metode *Partial Least Squares*.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana pengaruh faktor *Social Influence* dalam model *Technology Acceptance Model* terhadap niat menggunakan aplikasi OVO

1.3 Batasan Masalah

Sebagai koridor untuk menyelesaikan rumusan masalah, berikut beberapa batasan yang diberikan agar penjelasan lebih mudah, jelas, dan akurat sesuai dengan kebutuhan penelitian.

1. Penelitian dilakukan hanya pada aplikasi OVO
2. Metode yang digunakan adalah *Partial Least Squares*
3. Data yang diambil hanya dari *user* yang sudah pernah bertransaksi atau menggunakan aplikasi OVO

1.4 Tujuan dan manfaat penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aplikasi OVO diterima dan digunakan oleh masyarakat dan untuk mengetahui apakah lingkungan sosial dari *user* mempengaruhi *user* untuk menggunakan aplikasi OVO