

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis pada era saat ini perkembangan teknologi selalu mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini tentunya tidak terlepas dari kebiasaan manusia yang selalu bergantung pada teknologi seperti *smartphone*. Saat ini jenis alat pembayaran tidak hanya kartu kredit dan kartu debit, melainkan uang elektronik yaitu *e-wallet* OVO. *E-wallet* OVO merupakan salah satu *platform* yang digunakan untuk transaksi pembayaran dengan metode pembayaran elektronik secara digital yang didalamnya terdapat saldo OVO cash sehingga aplikasi *e-wallet* OVO dinilai dapat memudahkan proses pembayaran yang mempersingkat waktu penggunaannya. Dengan adanya kemunculan kemunculan *e-wallet* OVO, membuat masyarakat ber persepsi dalam memilih *e-wallet* yang tepat untuk melakukan transaksi. Persepsi tersebut di antaranya persepsi manfaat. Berikut adalah highlight menarik dari riset *E-Wallet* terpopuler di indonesia tahun 2019-2020:

Tabel 1.1 E-Wallet terpopuler di Indonesia tahun 2019-2020

Jenis E-Wallet	Rating E-Wallet Terpopuler
Gopay	1
OVO	2
DANA	3
Link Aja	4
Go Mobile by CIMB	5
i.saku	6
Sakuku	7
DOKU	8
Paytren	9

Sumber: inet.detik.com

Persepsi manfaat merupakan kepercayaan seseorang yang mana dia memiliki gambaran atas suatu teknologi yang dapat meningkatkan kinerja, sehingga mereka yakin bahwa teknologi tersebut bermanfaat bagi mereka (Sun and Zhang 2015) Pentingnya persepsi manfaat bagi masyarakat yaitu untuk mengetahui suatu ukuran dimana penggunaan teknologi dapat dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya (Davis et al,2011). Menurut (Nurmalasari 2018) persepsi manfaat dapat dilihat dari : meningkat produktivitas, meningkatkan keefektifan dalam kehidupan sehari-hari, mengurangi waktu transaksi, sangat bermanfaat.

Terkait dengan persepsi manfaat ada beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi manfaat salah satunya yaitu persepsi kemudahan. Persepsi kemudahan merupakan keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi

informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat menggunakan (Widjiana 2010 : 33).

Hal ini membuktikan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan mempunyai keterkaitan yang sama dalam menggunakan *e-wallet* OVO. Adapun yang menjadi indikator-indikator persepsi kemudahan menurut (Sun and Zhang, 2015) *ease to learn, ease to use, timelines, clear and understandable*.

Setelah adanya persepsi manfaat dan persepsi kemudahan masyarakat membutuhkan kepercayaan dalam menggunakan *e-wallet* OVO. Kepercayaan tersebut sangat dibutuhkan oleh semua pengguna *e-wallet* OVO. Variabel kepercayaan dalam penelitian ini ditekan kan untuk menjaga privasi pengguna *e-wallet* OVO. Terdapat beberapa indikator kepercayaan menurut (Moorman 2017), yaitu : kinerja sesuai dengan harapan nasabah, kepercayaan telah mengerjakan sesuai dengan standar, kepercayaan bahwa pelayanan konsisten, kepercayaan perusahaan bertahan lama.

Didalam terbentuknya persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kepercayaan, diketahui bahwa terdapat variabel terikat yang mempengaruhi yakni minat pengguna. Minat pengguna adalah kecenderungan subjek yang menetapkan untuk merasakan tertarik pada bidang studi atau pokok bahasan tertentu (Winkle, 2014:218). Indikator menurut Amijaya, (2010:22), yakni : keinginan menggunakan *e-wallet* dimasa mendatang, kesesuaian pengguna *e-wallet* dengan kebutuhan, dukungan dalam menggunakan *e-wallet*, keinginan merekomendasikan *e-wallet*.

Desa Medaeng yang terletak di Jl. A, Yani No4, Medaeng Wetan, Medaeng, Kec.Waru, Sidoarjo Desa yang memiliki jumlah masyarakat terbanyak yaitu generasi milenial.

Terikait dengan banyak nya generasi milenial di Desa Medaeng tentu banyak yang menggunakan media elektronik perkembangan media elektronik selalu mengalami kemajuan yang sangat pesat. Maka setiap orang harus mampu menyesuaikan dirinya pada perkembangan zaman yang maju sangat pesat. Adanya kemunculan e-wallet akan meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan e-wallet terssebut karena e-wallet merupakan dompet elektronik yang mudah dan praktis saat digunakan dalam bertransaksi dan menghemat waktu saat berbelanja.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat pengguna *E-Wallet* OVO di Desa Medang Waru Sidoarjo”**.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan diatas maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat pengguna *E-Wallet* OVO?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat pengguna *E-Wallet* OVO?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat pengguna *E-Wallet* OVO?
4. Apakah persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat pengguna *E-Wallet* OVO?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka yang menjadi tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap minat pengguna *E-Wallet* OVO.
2. Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat pengguna *E-Wallet* OVO.
3. Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat pengguna *E-Wallet* OVO.
4. Untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kepercayaan terhadap minat pengguna *E-Wallet* OVO.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan mengenai pengguna *E-Wallet* OVO dimasyarakat.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Peneliti
Penelitian ini sebagai sarana menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori-teori yang sudah diperoleh dibangku kuliah.
 - b. Bagi Perusahaan *E-Wallet* OVO
Dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen mengenai pentingnya

minat konsumen dalam memilih dan menggunakan *E-Wallet* OVO

- c. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi orang banyak khususnya bidang pemasaran.
- d. Bagi Peneliti Selanjutnya
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi penelitian selanjutnya dan dapat dijadikan bahan referensi dalam bidang yang sama

