

BAB I

PENDAHULUAN

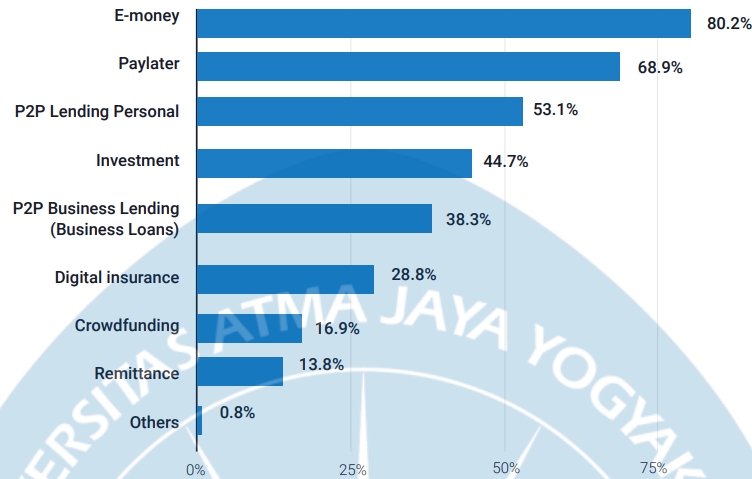
1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada masa ini, internet sudah sangat melekat dengan kehidupan sehari-hari. Hal tersebut berdampak pada tingkat pengguna internet di Indonesia yang bertumbuh tiap tahunnya. Hasil survei APJII (2023) mengatakan bahwa jumlah pengguna internet yang ada di Indonesia mencapai 210.026.769 juta jiwa. Jumlah ini meningkat dibandingkan pada tahun 2018-2020 (Ketua Umum APJII, 2022).

Perubahan yang terjadi akibat kemajuan teknologi merubah gaya hidup masyarakat dalam melakukan transaksi di setiap harinya. Sistem pembayaran semakin terdigitalisasi dengan kehadiran *financial technology* atau yang dikenal dengan *fintech*. Gai dkk., (2018) mendefinisikan *fintech* sebagai penerapan komputer dan teknologi digital terkait di bidang layanan keuangan dan secara substansial mendefinisikan ulang kerja entitas keuangan.

Dalam riset yang dilakukan oleh *dailysocial* (2021), yaitu media penyedia informasi teknologi untuk masyarakat memberikan hasil bahwa masyarakat Indonesia mempertimbangkan *E-money*, Investasi, dan *Paylater* sebagai produk *financial* yang berkaitan dengan teknologi. Terlihat bahwa 80,2% masyarakat sadar kehadiran *E-money*, 44,7% sadar dengan kehadiran Investasi, dan 68,9% sadar kehadiran *Paylater*, selanjutnya dapat dilihat pada Gambar 1.1 di bawah ini:

Gambar 1. 1 *Awareness* Masyarakat Terhadap Produk *Fintech*



Sumber: Laporan Tahunan *Fintech dailysocial* (2021)

Fintech menawarkan metode pembayaran yang mudah dan praktis bagi penggunaannya (akseleran.co.id, 2020). Pengguna *fintech* menyetor uang kepada penyedia layanan dalam bentuk elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi (Departemen Komunikasi Bank Indonesia, 2020). Untuk dapat menggunakan layanan *fintech payment*, pengguna akan diarahkan untuk mendaftarkan identitas diri terlebih dahulu, selanjutnya pengguna diarahkan untuk melakukan pengisian saldo yang dapat dilakukan melalui ATM transfer, kartu debit, dan untuk beberapa aplikasi *fintech payment* dapat melakukan pengisian saldo melalui *booth* yang ada di sejumlah *mall*, atau melalui *driver* ojek *online* (Aftech Indonesia, 2023).

OVO adalah suatu dompet digital asal Indonesia yang menyediakan beragam jenis transaksi. Perusahaan ini dibuat oleh Lippo Group atau LippoX. OVO pertama kali dibentuk pada bulan Maret 2017 dan dipimpin oleh PT Visionet

International. Pada bulan Mei 2018, Lippo Group dan Tokyo Century membentuk serangkaian kemitraan di Indonesia, termasuk investasi sekitar USD 120 juta di OVO oleh Tokyo Century. Pada bulan Juli 2018, OVO mengumumkan aliansi strategis dengan beberapa perusahaan terkemuka di Indonesia. Seperti, Bank Mandiri, Alphamart, Grab, Mocha dll (Aftech Indonesia, 2023). Kemitraan baru ini, ditambah kemitraan dengan jaringan Lippo, menjadikan OVO sebagai *platform* pembayaran yang paling diterima di Indonesia.

Gambar 1. 2 Logo OVO



Sumber: Wikipedia (2023)

Seiring berjalannya waktu, OVO saat ini diterima oleh lebih dari 700.000 pedagang, termasuk lebih dari 550.000 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di 373 kota dan wilayah di seluruh Indonesia. Hal ini menjadikan OVO sebagai bagian dari ekosistem digital terbesar di Indonesia. OVO mendapatkan izin dari Bank Indonesia sebagai penyedia uang elektronik pada bulan Agustus 2017.

OVO menjadi semakin populer karena memiliki beragam fitur menarik. Fitur-fitur OVO memberikan pengalaman yang berbeda dibandingkan dengan pembayaran tunai konvensional. Salah satu fitur yang paling menarik adalah *OVO Points*, yang berarti ketika menggunakan saldo OVO untuk membayar, akan

menerima OVO Points yang dapat ditukar menjadi saldo. Berikut penjelasan fungsi lainnya untuk informasi lebih lanjut:

- a. Poin berlipat: Salah satu fitur utama yang ditawarkan oleh OVO adalah kesempatan untuk mengumpulkan poin setiap kali melakukan pembelian di pedagang yang bekerjasama dengan OVO Zone. Sebagaimana diungkapkan sebelumnya, OVO tidak hanya menyediakan metode pembayaran, tetapi juga memberikan imbalan loyalitas yang dapat diperoleh setiap kali berbelanja di berbagai pedagang mitra OVO.
- b. Kampanye yang menarik: Fitur berikutnya adalah bahwa OVO seringkali menyelenggarakan beragam kampanye menarik bagi anggota OVO yang berbelanja di pedagang mitra OVO. Penawaran ini bisa menjadi sarana bagi yang mencari diskon, terutama jika telah mengumpulkan banyak poin sebelumnya.
- c. Pembayaran lebih cepat: Mirip dengan metode pembayaran tunai lainnya, OVO juga memungkinkan pembayaran yang lebih cepat dan efisien. Hanya perlu menggunakan *smartphone* dan koneksi internet, sehingga tidak perlu khawatir tentang pengambilan uang tunai atau mengantri di ATM, yang terutama berguna di tengah situasi seperti pandemi saat ini.
- d. Atur keuangan dengan tepat: Melalui OVO, memiliki kemampuan untuk mengelola dan melacak pengeluaran dengan lebih efektif. Semua transaksi tercatat, dapat dengan mudah memantau aliran masuk dan keluar uang. Hal ini berbeda dengan menggunakan uang tunai, yang seringkali sulit untuk

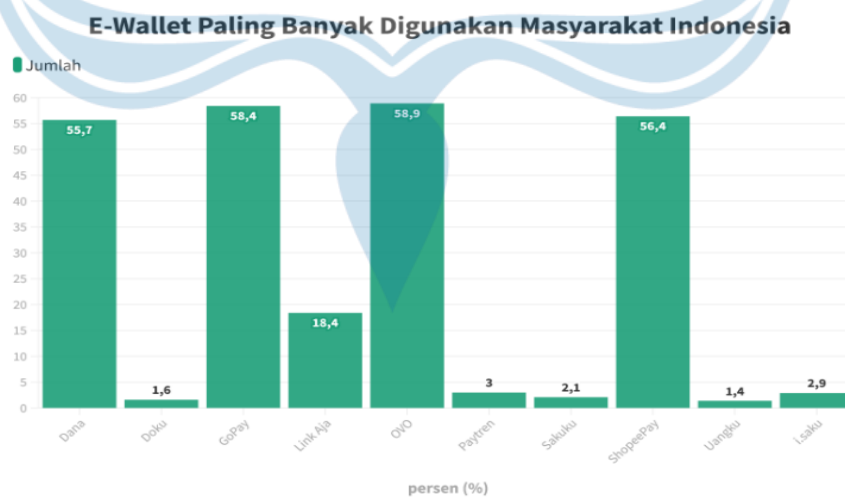
dilacak dan dapat mengganggu manajemen keuangan, terutama jika pengeluaran menjadi sulit terkendali (idcloudhost, 2020)

Pada kategori aplikasi mandiri, OVO memimpin dengan 20,8 juta pengguna aktif bulanan, disusul Dana dan LinkAja. Perlu diketahui bahwa laporan ini diterbitkan pada pertengahan tahun 2021. OVO menjadi yang terdepan karena sebagian besar masyarakat menggunakannya untuk bertransaksi di Grab dan Tokopedia. OVO baru-baru ini mulai bekerja sama dengan Bareksa untuk OVO Invest. Pengguna OVO dapat membeli reksa dana dan melacak perubahan harga di aplikasi seluler OVO. OVO juga bermitra dengan Prudential untuk produk asuransi kesehatan dan jiwa. Asuransi meningkat akibat pandemi ini. Namun pasca mergernya Gojek dan Tokopedia, OVO semakin dikaitkan dengan Grab. Pada akhir tahun 2021, Grab memiliki 90% saham OVO (Intan Rakhmayanti Dewi, 2022)

Untuk memperluas jangkauan pengguna, OVO mengumumkan kemitraan dengan *platform* belanja *online* Tokopedia pada bulan November. Tokopedia resmi menjalin kemitraan dengan OVO sebagai alternatif pembayaran digital selain Tokocash. Dari bulan Oktober hingga November 2018, bisnis OVO melaporkan pertumbuhan lebih dari 70 persen. Saat ini OVO sudah tersedia di 303 kota di Indonesia. Prestasi ini memperkuat posisi OVO sebagai solusi inklusi keuangan yang dapat diakses di mana saja. OVO mencapai berbagai lapisan masyarakat, dengan 77% penggunaanya berada di luar wilayah Jabodetabek (idcloudhost, 2020b).

Kemudahan dalam bertransaksi tersebut yang menjadikan OVO sebagai salah satu *fintech payment* berkembang pesat (Selvi Mayasari, 2022). Selain kemudahan, adanya sistem promosi menarik minat masyarakat untuk menggunakan OVO sebagai *fintech payment*. Menurut survei yang dilakukan oleh *DailySocial*, aplikasi dompet digital OVO digunakan oleh mayoritas masyarakat Indonesia dengan tingkat penggunaan mencapai 58,9 persen. Proporsi ini hanya sedikit lebih tinggi daripada pengguna aplikasi *Gopay*, yang mencapai 58,4 persen. Selanjutnya, ada aplikasi *ShopeePay* dengan tingkat penggunaan sebanyak 56,4 persen dan Dana dengan tingkat penggunaan sebanyak 55,7 persen. Sementara itu, aplikasi LinkAja, PayTren, dan i.saku digunakan oleh pengguna dompet digital dengan persentase di bawah 50 persen menurut survei ini (Naomi Adisty, 2022). Kombinasi layanan lainnya yang digunakan pengguna yang selanjutnya dapat dilihat pada Gambar 1. 3

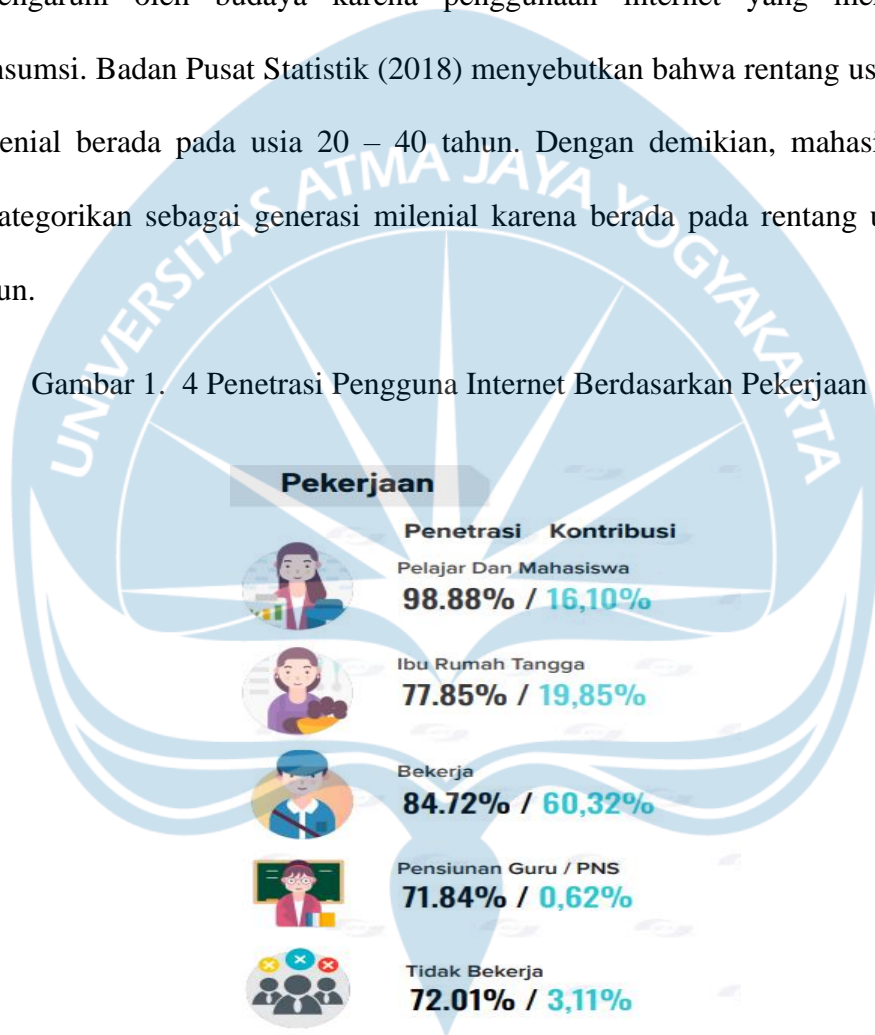
Gambar 1. 3 Persentase Penggunaan Aplikasi Uang Elektronik Tahun 2021



Sumber: Laporan Survei *dailysocial* (2021)

Hampir semua kelompok masyarakat memakai OVO sebagai *fintech payment* tidak terkecuali kelompok milenial kelas menengah (Elsa Catriana, 2020). Dikutip Rizka Alifah (2018) dari generasi milenial dinilai sangat mudah dipengaruhi oleh budaya karena penggunaan internet yang meningkatkan konsumsi. Badan Pusat Statistik (2018) menyebutkan bahwa rentang usia generasi milenial berada pada usia 20 – 40 tahun. Dengan demikian, mahasiswa dapat dikategorikan sebagai generasi milenial karena berada pada rentang usia 20–40 tahun.

Gambar 1. 4 Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Pekerjaan 2023



Sumber: Laporan Survie APJII 2023

Kemungkinan besar, tren penggunaan teknologi finansial (*fintech*) dalam transaksi keuangan dapat memiliki dampak pada cara seseorang mengelola

keuangan. Humaira dan Sagoro menyatakan bahwa perilaku manajemen keuangan merupakan cara seseorang dalam mengatur keuangan berdasarkan faktor psikologis dan kebiasaan pribadi (Humaira & Sagoro, 2018). Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Erlangga dan Krisnawati, mengatakan bahwa perilaku manajemen keuangan seseorang bisa dinilai berdasarkan lima indikator, yakni konsumsi, arus kas, kredit, tabungan dan investasi, serta asuransi (Yudha Erlangga dkk., 2020).

Perkembangan sistem informasi menunjukkan adanya cara pembayaran yang digunakan secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen dan kebiasaan belanja (See-To & Ngai, 2019). Hal ini didukung oleh Boden dkk. (2020), yang menemukan bahwa pembayaran *fintech* memiliki dampak yang lebih besar terhadap kemauan dibandingkan dengan kartu kredit. Pembayaran *Fintech* menyediakan biaya transaksi yang lebih rendah, rasa nyaman dalam berbisnis dan sistem pembayaran digital ini dapat meminimalisir inflasi karena banyaknya uang yang beredar di masyarakat (Budiarti dkk., 2021). Hal ini didukung oleh penelitian Kennedy Kipkemboi & Calvin Bahia (2019) mengatakan pembayaran *fintech* membantu pengguna mengelola arus kas lebih baik karena pembayaran *fintech* membantu pengguna menyederhanakan konsumsi, mengurangi biaya transaksi dan *fintech payment* juga dapat meningkatkan inklusi keuangan dengan memberikan akses ke layanan keuangan kepada individu yang sebelumnya sulit untuk mengaksesnya. Saat ini, mahasiswa harus memiliki kemampuan dalam memanfaatkan teknologi yang berarti mahasiswa dituntut untuk menguasai teknologi. Selain itu, penggunaan *fintech* tidak dapat terlepas dari mahasiswa (Kumala & Mutia, 2020). Berdasarkan hal tersebut, mahasiswa akan berpotensi

terkena dampak dari penggunaan *fintech payment*. Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan beberapa penelitian terdahulu.

Hasil penelitian dari Yudha Erlangga dkk. (2020) mengatakan *fintech payment* secara positif mempengaruhi cara mahasiswa di Wilayah Bandung Raya mengelola keuangan. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin umum mahasiswa di Wilayah Bandung Raya mengadopsi *fintech payment*, semakin positif perubahan dalam perilaku manajemen keuangan. Hasil uji analisis deskriptif penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel penggunaan *fintech payment* oleh mahasiswa di Wilayah Bandung Raya dapat diklasifikasikan sebagai positif atau baik angka 84% yang dapat disimpulkan bahwa *fintech payment* telah berkembang pesat dan mahasiswa telah menggunakan layanan *fintech* untuk bertransaksi.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai dampak penggunaan dompet digital OVO sebagai *fintech payment* terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Provinsi Yogyakarta. Adapun judul penelitian ini adalah **“Pengaruh *Fintech Payment* Dompet Digital OVO terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa di Provinsi Yogyakarta”**

1.3 Perumusan Masalah

Peningkatan pengguna internet merubah gaya hidup seseorang. Saat ini, banyak pengguna internet melakukan transaksi berbelanja di internet. Sebagian besar pembayaran tidak dapat dilakukan secara tatap muka. *Fintech* menawarkan konsep kemudahan transaksi kepada penggunanya. Provinsi DIY sebagai Provinsi penyumbang 63,8% pengguna dompet digital di Indonesia. Dalam melakukan

bertransaksi tersebut yang menjadikan OVO sebagai salah satu *fintech payment* berkembang secara cepat. OVO merupakan aplikasi dengan pengguna terbanyak di Indonesia menurut survei (*dailysocial*, 2021). Berdasarkan konsep kemudahan yang ditawarkan dan berbagai macam promosi yang dilakukan OVO berpotensi mempengaruhi perilaku manajemen keuangan seseorang. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Yudha Erlangga dkk. (2020) mengatakan *Fintech payment* berkontribusi secara positif terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin sering mahasiswa menggunakan *fintech payment* semakin baik perilaku manajemen keuangannya. Berdasarkan perumusan masalah yang telah disampaikan, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah: Apakah terdapat pengaruh penggunaan *fintech payment* dompet digital OVO terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Provinsi DIY?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengacu pada perumusan masalah, maka tujuan utama dalam penelitian ini adalah: Untuk menganalisis pengaruh penggunaan *fintech payment* dompet digital OVO terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Provinsi DIY.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1. Aspek Teoritis

Manfaat dari penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian berikutnya dengan topik *fintech* dan perilaku manajemen keuangan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan tentang pengaruh *fintech payment* terhadap

perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Provinsi DIY dan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta tambahan ilmu pengetahuan khususnya di bidang keuangan literasi keuangan digital.

1.5.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa untuk memanfaatkan *fintech payment* sebaik mungkin dan mengelola perilaku keuangannya dengan baik. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk mengembangkan kebijakan keuangan sehingga dapat meningkatkan literasi keuangan digital pada mahasiswa khususnya di Provinsi DIY. Kemudian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada PT. Visionet Internasional sebagai perusahaan *fintech payment* dompet digital OVO agar mengetahui bagaimana perilaku penggunaan konsumennya sehingga dapat meningkatkan layanan yang sesuai.

1.6. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan ini dirancang untuk menyajikan pandangan yang lebih terperinci terkait dengan penelitian ini. Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penjelasan penelitian secara umum. Isi bab ini meliputi: Gambaran umum objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka dari penelitian yang dilakukan. Isi bab ini meliputi: Teori – teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, dan Pengembangan Hipotesis Penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan, metode, dan teknik yang akan digunakan untuk menjawab masalah penelitian. Isi bab ini meliputi: Jenis Penelitian, Operasional Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, dan Teknik Analisis Data.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian. Isi bab ini meliputi: Karakteristik Responden, Hasil Penelitian, dan Pembahasan Hasil Penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran berupa saran praktis dan saran akademis kepada pihak – pihak terkait maupun bagi penelitian selanjutnya.