

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman semakin kian pesat terutama semenjak adanya pandemi Covid-19. Adanya aturan pembatasan-pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah guna menekan angka kasus yang terjangkit Covid-19 menyebabkan pergerakan yang dilakukan masyarakat menjadi sangat terbatas. Batasan-batasan tersebut mendorong masyarakat untuk menemukan kemudahan dalam melaksanakan kegiatan harian yang biasa dilakukan namun dengan tetap menerapkan aturan pembatasan yang ditetapkan oleh pemerintah. Pembatasan-pembatasan yang diterapkan mengharuskan masyarakat untuk memahami teknologi lebih dalam lagi daripada sebelum pandemi Covid-19 terjadi, sehingga pembatasan yang diterapkan tetap dapat dilaksanakan beriringan dengan kegiatan harian yang biasanya dijalankan. Mira Tayyiba selaku Sekretaris Jendral Kementerian Komunikasi dan Informatika (2020) menyatakan bahwa kondisi pandemi Covid-19 membuat masyarakat tidak punya pilihan selain memanfaatkan potensi sepenuhnya dan melakukan langkah adaptasi. Hal ini menyebabkan kemajuan teknologi semakin pesat. Semakin banyak kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan dalam memenuhi kebutuhan harian ataupun dalam bentuk media-media yang ditawarkan sehingga kegiatan harian yang dilakukan seperti biasanya dapat tetap terlaksana.

Kegiatan harian yang biasa dilakukan oleh manusia salah satunya yaitu bertransaksi. Transaksi yang merupakan salah satu proses dari siklus akuntansi,

yaitu suatu kegiatan dalam dunia bisnis yang tidak hanya melibatkan proses jual beli ataupun pembayaran dan penerimaan saja. Namun terdapat proses yang berdampak pada untung, rugi, arus, ataupun kegiatan lain yang bisa diukur dengan uang (Mursyidi, 2010:39). Dengan adanya pembatasan-pembatasan yang diterapkan menyebabkan masyarakat menjadi sulit bertransaksi jika alat pembayarannya menggunakan uang dalam bentuk fisik. Hal ini mendorong masyarakat untuk mengenal pembayaran non tunai (*cashless*) lebih dalam lagi.

Dilansir dari astalife.co.id *provider* pembayaran non tunai (*cashless*) melalui *platform* digital kian tumbuh subur seiring dengan meningkatnya minat masyarakat untuk menggunakan pembayaran nontunai yang ditandai dengan meningkatnya jumlah ponsel yang terkoneksi ke internet yakni 370.1 juta ponsel berdasarkan laporan wearesocial.com tahun 2022. Jumlah ini diperkirakan masih terus bertumbuh seiring waktu. Menurut Gubernur Bank Indonesia, Perry Warjiyo pada tahun 2022 transaksi ekonomi dan keuangan digital berkembang pesat ditopang oleh naiknya akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja daring, luas dan mudahnya sistem pembayaran digital. Bank Indonesia mencatat bahwa transaksi uang elektronik sepanjang tahun 2022 nyaris mencapai Rp 400 triliun melonjak 30.84% dari tahun 2021. Fenomena ini mulai terjadi dan dikenal seiring dengan pandemi Covid-19 yang berperan dalam akselerasi tren pembayaran *cashless* karena anjuran agar masyarakat mengurangi pembayaran dengan uang tunai yang berpotensi menjadi media transmisi penyebaran virus. Fenomena pembayaran secara *cashless* merupakan solusi untuk gaya hidup masyarakat yang membutuhkan kemudahan dan efisiensi namun tetap efektif.

Efektivitas sendiri diartikan sebagai ukuran berhasil tidaknya pencapaian tujuan suatu organisasi mencapai tujuannya (Mardiasmo 2017:134). Selain menawarkan keefektivitas tren *cashless* juga memiliki keuntungan karena rekam jejak digital bisa memudahkan pencatatan keuangan. Praktis dalam satu genggam, kini ponsel berfungsi sebagai sarana alat pembayaran melalui berbagai aplikasi *e-wallet* yang terinstal di ponsel. Dompot digital (*E-Wallet*) didefinisikan sebagai aplikasi elektronik ataupun *financial technology (fintech)* yang digunakan untuk transaksi secara online melalui *smartphone*, yang kegunaannya hampir sama dengan kartu kredit atau debit, jenis akun prabayar yang dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi online seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang online, tiket penerbangan dan sebagainya (Dewi Sartika et al., 2019:52). Dompot digital merupakan bagian dari sistem informasi akuntansi yang terintegrasi dengan dompot digital atau *e-wallet*, dimana beberapa faktor yang mempengaruhi pemakaiannya antara lain yaitu fitur dari layanan dan sistem informasi akuntansi (Mayzatul Azniza et al., 2023). Dalam penelitian Salsa Gina et al., (2023) mengatakan bahwa *e-wallet* merupakan bagian dari sistem informasi akuntansi berbasis dompot digital yang digunakan sebagai alat pembayaran dalam sistem informasi akuntansi berbasis dompot digital. Kemudahan dan efisien yang dirasakan dalam hal bertransaksi dengan *e-wallet* sangatlah pas dan efektif.

Kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan *e-wallet* juga dirasakan oleh mahasiswa. Sektor pendidikan merupakan salah satu sektor yang terdampak oleh adanya pandemi Covid-19. Kegiatan belajar mengajar yang

sebelumnya menerapkan sistem pembelajaran tatap muka langsung, diubah melalui kebijakan Kementerian Pendidikan menjadi kegiatan belajar mengajar dengan sistem dalam jaringan atau disingkat daring (Siahaan, 2020: 2). Pembelajaran yang dilakukan secara daring memberi dampak yang cukup besar bagi mahasiswa pada tingkat perguruan tinggi. Nabilah et al., (2021: 14) mengatakan bahwa pembelajaran secara daring karena pandemi Covid-19 mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Menurut Adek M. Roza selaku Head of Katadata Insight Center yang dilansir dari kompas.com transaksi belanja online dengan menggunakan *e-wallet* pada usia 18-25 tahun masih menduduki posisi kedua tertinggi yang paling banyak bertransaksi secara online yaitu sebesar 28% dimana persentase ini termasuk kalangan mahasiswa. Fenomena ini terus berlanjut dari waktu ke waktu meskipun pandemi Covid-19 telah selesai karena efektivitas *e-wallet* yang telah dirasakan sangatlah pas.

Mengenai efektivitas suatu sistem informasi akuntansi atau dalam penelitian ini dikaitkan dengan *e-wallet* yang pada dasarnya berkaitan dengan kesuksesan sistem tersebut (Vero Deswanto 2021:17) tentu saja tidak terlepas dari kepercayaan penggunanya yang dicerminkan penggunaannya. Berbicara mengenai kepercayaan merupakan suatu hal yang unik, karena kepercayaan menjadi salah satu faktor yang penting ketika dikaitkan dengan transaksi yang melibatkan kedua belah pihak terlebih lagi transaksi secara online ataupun melalui *e-commerce* (Dhiraj Kelly 2021: 3). Minimnya tingkat kepercayaan konsumen akan transaksi dunia maya akan menjauhkan konsumen dari situs belanja dunia maya (Dhiraj Kelly 2021: 4). Penelitian yang dilakukan oleh Chawla et al., (2019) menyebutkan

bahwa kemudahan yang dirasakan pengguna merupakan faktor yang mempengaruhi kepercayaan secara positif dan signifikan. Ditinjau dari hal tersebut maka dengan adanya kemudahan yang didapatkan oleh konsumen atau mahasiswa dalam hal bertransaksi dengan menggunakan *e-wallet* maka akan menumbuhkan kepercayaan dari penggunanya. Menumbuhkan rasa kepercayaan juga tidak luput dari faktor keamanan yang dirasakan oleh penggunanya. Co-Founder dan CEO Vida, Sati Rasuanto (2022) mengatakan bahwa kemandirian digital menjadi salah satu faktor yang penting untuk meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap berbagai sektor digital. Kualitas sistem informasi akuntansi yang akurat (*accurate*), tepat waktu (*timeliness*), relevan (*relevance*) dan lengkap (*complete*) (Adeh Ratna Komala, 2019:112), dimana hasilnya berupa pengolahan data yang telah di *input* oleh *user* (Sri Mulyani 2021: 18) yang ada pada *e-wallet* dimana sistem yang ada pada *e-wallet* akan menyimpan dan mengontrol informasi dari pengguna/user seperti password, alamat, pembelian, rincian kartu kredit pengguna, dan data penting lainnya menjadi faktor yang penting terkait dengan efektivitas *e-wallet* yang dirasakan penggunanya.

OVO merupakan aplikasi dompet digital ataupun *financial technology* (*fintech*) yang didirikan oleh Lippo Group dan pertama kali diluncurkan pada Maret 2017 oleh PT Visionet Internasional. OVO menawarkan kemudahan bertransaksi dengan menjalin mitra dengan sejumlah platform lainnya. Perkembangan *E-Wallet* OVO di Indonesia termasuk sebagai salah satu *e-wallet* yang memiliki perkembangan yang cukup pesat. Dilansir dari katadata.co.id penggunaan OVO pada saat pandemi covid-19 mengalami lonjakan pengguna

hingga 267%. Namun *E-Wallet* OVO juga tidak terlepas dari hambatan-hambatan yang dirasakan penggunaannya. Dilansir dari ojolakademi.com masalah seperti transfer pada aplikasi OVO dan tidak masuk ke rekening Bank yang dituju kadang muncul dan sebagian orang bingung mengatasinya. Meskipun *e-wallet* OVO menggunakan sistem komputerisasi yang canggih kadang kala permasalahan transfer tidak masuk muncul pada beberapa akun pengguna. Di beberapa kasus transfer melalui OVO tidak masuk ke rekening bahkan bisa sampai hitungan hari sehingga menyebabkan aktivitas terganggu. Padahal memang tidak ada batas jam transfer melalui *e-wallet* OVO sehingga pengiriman uang dapat dilakukan kapan saja. Kasus yang sama juga terjadi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Komputer Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti ditemukan beberapa kasus serupa. Menurut kesaksian Sri Lagu selaku salah satu mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Komputer Indonesia mengaku bahwa pernah mengalami kendala saat melakukan pengisian pulsa melalui *E-Wallet* OVO, lalu Fadia Hana juga pernah mengalami kendala saat menggunakan *E-Wallet* OVO dimana *top-up* saldo yang dilakukan tidak kunjung masuk ke sistem padahal transaksi *top-up* saldo telah berhasil dilakukan di merchant yang berkerjasama dengan *E-Wallet* OVO, selanjutnya Diana Tri Ambarwati juga pernah mengalami kendala saat menggunakan *E-Wallet* OVO, dimana transfer ke rekening bank yang ia lakukan tidak kunjung masuk dan membutuhkan proses lebih dari 1x24 jam. Hal ini membuat kepercayaan dan keaaman dan kemudahan bertransaksi yang dirasakan pengguna menjadi terusik.

Dilansir dari katadata.co.id berdasarkan riset NeuroSensum menunjukkan bahwa ShopeePay mendominasi pasar dompet digital Indonesia pada awal 2021. Penetrasi pasarnya tertinggi yakni 68%. Kemudian OVO 62%, DANA 54%, GoPay 53%, dan LinkAja 23%. Volume transaksi ShopeePay pun mencapai 29% dari total fintech pembayaran di Indonesia selama November 2020 hingga Januari 2021. Kemudian OVO 25%, GoPay 21%, DANA 20%, dan LinkAja 6%. ShopeePay juga memimpin dari sisi nilai transaksi yakni 33% dari total. Disusul oleh OVO 24%, GoPay 19%, DANA 18%, dan LinkAja 6%. Dari data tersebut diketahui bahwa *E-Wallet* OVO menduduki posisi kedua padahal *ShopeePay* diluncurkan setahun setelah *E-Wallet* OVO diperkenalkan kepada masyarakat.

Berdasarkan penelitian Penelitian Esa Nuraeni dan Bambang Somantri (2021) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* Ovo dimasa pandemi Covid-19 yang dipengaruhi oleh efektivitas *e-wallet* Ovo tersebut. . Semakin tinggi kepercayaan, maka semakin tinggi pula penggunaan *e-wallet* Ovo dimana hal ini mempengaruhi efektivitas dari *e-wallet* Ovo tersebut. Hasil penelitian dari Alifatul Laily dan Dwi Hari (2018) menemukan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh sebesar 81,1% terhadap penggunaan *e-money* pada bank BRI Lamongan dimana semakin tingginya kepercayaan maka akan mempengaruhi efektivitas daripada *e-money* tersebut.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Awan Dina Marsela et al., (2022), dimana ditemukan bahwa keefektifan *e-wallet* juga dapat dipengaruhi oleh persepsi pengguna untuk fitur keamanan, misal beberapa pengguna memilih *e-*

wallet dengan autentikasi biometrik sementara yang lain lebih memilih *e-wallet* dengan autentikasi dua faktor. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Aprilyani Wirheny et al., (2022) yang menemukan bahwa persepsi pengguna tentang risiko yang terkait *e-wallet* dapat mempengaruhi keefektifannya dimana jika pengguna menganggap dompet elektronik berisiko, mereka cenderung tidak menggunakannya.

Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Yuliani Dwi Rahmawati dan Rahmi Yuliana (2020) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-wallet* pada mahasiswa yang dipengaruhi akibat efektivitas yang dirasakan penggunaannya, dimana hal ini akan mempengaruhi efektivitas daripada *e-wallet* tersebut. Hasil penelitian Putri Nadilah et al., (2021) menemukan bahwa kemudahan penggunaan *E-Wallet* itu sendiri yang menjadikan penggunaan *E-Wallet* cukup efektif dalam proses menentukan keputusan pembelian di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan uraian yang di telah di paparkan dilatar belakang, fenomena tersebut menjadi dasar pemikiran penulis untuk melakukan penelitian sehingga penulis menetapkan judul dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Efektivitas *E-Wallet* Ovo Pada Mahasiswa Unikom”**

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah menurut Ninit Alfianika (2018:42) adalah pengenalan suatu masalah penelitian yang ada pada latar belakang.

Berdasarkan fenomena dan paparan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Adanya resiko bertransaksi menggunakan *E-Wallet* Ovo yang menyebabkan terusiknya kepercayaan yang akan mempengaruhi efektivitas *e-wallet* tersebut.
2. Adanya resiko bertransaksi menggunakan *E-Wallet* Ovo yang menyebabkan terusiknya kemandirian penggunaannya yang akan mempengaruhi efektivitas *e-wallet* tersebut.
3. Adanya resiko bertransaksi menggunakan *E-Wallet* Ovo yang menyebabkan terusiknya kemudahan penggunaan yang dirasakan penggunaannya yang akan mempengaruhi efektivitas *e-wallet* tersebut.
4. Penggunaan *E-Wallet* Ovo yang kini menduduki posisi kedua didahului oleh penggunaan *ShopeePay* padahal *E-Wallet* Ovo terlebih dahulu diperkenalkan kepada masyarakat.

1.3. Rumusan Masalah

Menurut Sugiyono (2015:55) Rumusan masalah berbeda dengan masalah. Masalah merupakan kesenjangan antara yang diharapkan dengan yang terjadi, sedangkan rumusan masalah itu merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawaban melalui pengumpulan data.

Berdasarkan uraian identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap efektivitas *E-Wallet* Ovo pada mahasiswa Unikom.

2. Seberapa besar pengaruh kemanan terhadap efektivitas *E-Wallet* Ovo pada mahasiswa Unikom.
3. Seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan terhadap efektivitas *E-Wallet* Ovo pada mahasiswa Unikom.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepercayaan terhadap efektivitas *E-Wallet* Ovo pada mahasiswa Unikom.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keamanan terhadap efektivitas *E-Wallet* Ovo pada mahasiswa Unikom.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan terhadap efektivitas *E-Wallet* Ovo pada mahasiswa Unikom.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan informasi mengenai pengaruh dari kepercayaan, keamanan dan kemudahan penggunaan terhadap efektivitas *E-Wallet* Ovo yang ditinjau berdasarkan fenomena yang ada, teori yang dibangun, data dan bukti empiris yang dihasilkan diharapkan dapat memberikan informasi tambahan.

1.5.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Pengembangan Ilmu Akuntansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pemahaman terkait efektivitas *E-Wallet* Ovo.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi sebagai tambahan referensi dalam melakukan penelitian sejenis dimana yang akan datang.