

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sistem pembayaran dewasa ini memegang peranan yang sangat penting yaitu sebagai urat nadi perekonomian suatu negara. Apabila sistem pembayaran tidak berjalan dengan baik dan bermasalah, maka akan merusak kestabilan perekonomian suatu Negara. Sistem pembayaran yang efisien dapat diukur dari kemampuan dalam menciptakan biaya yang minimal untuk mendapatkan manfaat dari suatu kegiatan transaksi. Karena kegiatan transaksi penting dalam siklus perekonomian, dimana kegiatan tersebut melibatkan alat pembayaran. Alat pembayaran merupakan instrument dalam sistem pembayaran yang merupakan media transaksi bagi produsen dan konsumen.

Awal mula alat pembayaran yang dikenal itu adalah sistem *barter* antarbarang yang diperjualbelikan. Kemudian dalam perkembangannya mulai dikenal satuan tertentu yang memiliki nilai pembayaran yang lebih dikenal dengan uang.

Hingga saat ini uang masih menjadi salah satu alat pembayaran utama yang berlaku di masyarakat. Selanjutnya alat pembayaran terus berkembang dari alat pembayaran tunai ke alat pembayaran nontunai.¹

Dengan akses pembayaran nontunai, transaksi semakin mudah dan sederhana sehingga diharapkan masyarakat tidak kesulitan untuk melakukan proses jual beli maupun membawa uang tunai dalam jumlah yang banyak. Sebelum teknologi berbasis internet belum digunakan secara luas, masyarakat milenial sudah mengenal berbagai macam alat pembayaran nontunai seperti kartu (ATM, kredit dan debit), cek, blyet giro dan uang elektronik. Namun lazimnya masyarakat lebih gemar menggunakan uang kartal, seperti uang kertas dan uang logam. Perkembangan teknologi juga merangsang transformasi wujud uang demi menciptakan transaksi yang efisien. Masyarakat bahkan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi dan keuangan berlomba-lomba menawarkan

¹ Bank Sentral Republik Indonesia, *Sistem pembayaran di Indonesia*, (<https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/sekilas/Contents/Default.aspx>), pada tanggal 12 Desember 2019 pukul 16.30.

kemudahan bertransaksi melalui saluran nontunai, khususnya pada uang elektronik. Secara sederhana, uang elektronik didefinisikan sebagai “alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu.”² Uang elektronik diciptakan untuk membantu konsumen agar dapat bertransaksi dengan lebih mudah, transaksi pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien, pencatatan data keuangan personal secara otomatis, lebih aman dan memudahkan akses *e-commerce*. Dengan adanya uang elektronik, bagi Bank Indonesia dapat mengontrol perputaran uang di masyarakat sehingga inflasi dapat dikontrol dengan baik. Selain itu, Bank Indonesia dapat menghemat biaya operasional untuk memproduksi uang, baik uang kertas maupun uang logam yang mudah rusak.

Produk-produk alat pembayaran elektronik tersebut hadir dalam bentuk berbasis *chip* dan *server*. Alat pembayaran berupa uang elektronik berbasis *chip*, beberapa literature menyebut uang

² Bank Sentral Republik Indonesia, *Edukasi Perlindungan Konsumen*, (<https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>), pada tanggal 13 Desember 2019 pukul 20.06.

elektronik jenis ini sebagai *e-money* atau *card based product* adalah jenis uang elektronik yang dikelola oleh pelayan untuk mengoperasikan system pembayaran melalui media *barcode* yang terdapat di dalam aplikasi. Pesatnya penggunaan ponsel pintar di kalangan masyarakat mendorong perusahaan telekomunikasi juga ikut ambil bagian dalam melahirkan uang elektronik berbasis *server* berupa aplikasi ponsel. Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang.³ Sehingga perusahaan-perusahaan penyedia jasa layanan keuangan yang menawarkan efisiensi transaksi berupa uang elektronik berusaha melakukan penetrasi ke dalam pasar untuk menyerap para pengguna aktif ponsel pintar yang jumlahnya mencapai yang disebutkan di atas.

Perkembangan uang elektronik di Indonesia kian pesat. Dikutip dari situs resmi Bank Sentral di Indonesia, Bank Indonesia sendiri telah memberikan izin 53 penerbit uang

³ Indah Rahmayani, Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia, (https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media), pada tanggal 13 Desember 2019 pukul 20.06.

elektronik. Penerbitnya didominasi oleh bank dan perusahaan telekomunikasi. Berdasarkan statistik Sistem Pembayaran Bank Indonesia, hingga Oktober 2020 jumlah uang elektronik mencapai 410 juta instrument. Jika dibandingkan dengan Desember 2019 yang sebanyak 292 juta, jumlah tersebut meningkat hampir dua kali lipat.⁴ Dari sisi transaksi, nominal per Januari 2020 mencapai Rp15,8 triliun (US\$1,1 miliar) hampir tiga kali lipat transaksi tahun lalu Rp5,8 triliun.⁵ Berdasarkan laporan terbaru We Are Social, pada tahun 2020 disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada kenaikan 17% atau 25 juta pengguna internet di negeri ini.

Berdasarkan hasil riset Jakpat bekerjasama dengan DailySocial 74.6% pengguna aplikasi e-wallet adalah pada usia

⁴ Bi.go.id, *Statistik Sistem Pembayaran*, (<https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/jumlah%20uang%20elektronik.aspx>) pada tanggal 20 November 2020 jam 9.30.

⁵ Investing.com, *Transaksi Uang Elektronik di Indonesia Melonjak 173% di Januari 2020*, (<https://id.investing.com/news/economy/transaksi-uang-elektronik-di-indonesia-melonjak-173-di-januari-2020-1962884>), pada tanggal 20 November 2020 pukul 10.27.

produktif 20-35 tahun.⁶Dikutip dari riset mengenai uang elektronik yang dilakukan oleh situs tirto.id, situs berita tersebut bekerja sama dengan Jakpat melakukan *survey* kepada 1.002 responden bahwa terlihat dari proporsi pria sebanyak 51,20 persen dan wanita 48,80 persen. Sedangkan dari sisi usia, mayoritas responden dengan 3,42 persen berusia 26-35 tahun. Hanya 1,50 persen responden yang berusia diatas 45 tahun.⁷

Berdasarkan temuan dan data di atas jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia yang produktif selama 10 Oktober 2019 sebesar 131 juta jiwa,⁸ tentu uang elektronik sendiri belum menyerap sebesar jumlah tersebut karena jumlah uang elektronik baru mencapai 90 juta instrument hingga akhir 2017. Selisih tersebut jika dihitung dengan banyaknya populasi penduduk produktif di Indonesia adalah sebesar 102 juta jiwa

⁶ Iprice.co.id, *Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?*, (<https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>) pada tanggal 20 November jam 13.10.

⁷ Dinda Purnamasari, *50,90 Persen Masyarakat Khawatirkan Pengguna Data E-Money*, (<https://tirto.id/5090-masyarakat-khawatirkan-penggunaan-data-e-money-cy41>), pada tanggal 14 Desember 2019 pukul 10.27.

⁸ Badan Pusat Statistik, *Penduduk Berumur 15 Tahun Ke Atas Menurut Provinsi Dan Jenis Kegiatan Selama Seminggu Yang Lalu 2018*, (<https://jatim.bps.go.id/statictable/2019/10/10/1717/penduduk-berumur-15-tahun-ke-atas-menurut-provinsi-dan-jenis-kegiatan-selama-seminggu-yang-lalu-2018>), pada tanggal 15 Desember 2019 pukul 12.03.

belum menggunakan uang elektronik. Jika jumlah uang elektronik di Indonesia dibandingkan dengan jumlah pengguna aktif ponsel pintar sebesar 100 juta jiwa di mana 38,42 persen diantaranya merupakan generasi milenial yang diklaim sebagai mayoritas warganet atau netizen, maka didapatkan selisih antara jumlah pengguna aktif ponsel pintar dengan jumlah uang elektronik sebesar 10 juta jiwa belum minat menggunakan uang elektronik. Berdasarkan data di atas, dapat diasumsikan bahwa penggunaan uang elektronik berbasis aplikasi yang masih tergolong rendah.

Hal ini menjadi ironi karena uang elektronik yang bertujuan untuk mempercepat durasi transaksi dan mempermudah proses pembayaran apalagi tangan masyarakat kini lebih banyak waktu untuk menggunakan ponsel namun penggunaan uang elektronik di ponsel belum menyentuh seluruh pengguna ponsel pintar. Sehubungan dengan hal tersebut, minat masyarakat untuk menggunakan uang elektronik masih rendah padahal kemampuan untuk menggunakan *smartphone* sudah meningkat.

Berdasarkan observasi penulis, uang elektronik sudah banyak digunakan untuk pembayaran transportasi umum dan pembayaran di *minimarket*. Hingga saat ini elektronik yang berbasis pada telepon seluler yang berkembang di kalangan masyarakat yaitu T-Cash milik Telkomsel, Gopay milik Gojek, OVO milik Lippo Group dan lain sebagainya. Dari salah satu produk uang elektronik berbasis *server*, OVO merupakan produk yang memberikan penawaran menarik.

OVO adalah aplikasi uang elektronik yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi dan juga kesempatan yang lebih besar untuk mengumpulkan poin di banyak tempat⁹, terutama di penyedia layanan milik Lippo Group dan penyedia layanan yang bekerja sama dengan OVO. Terlebih penyedia layanan yang menawarkan saluran pembayaran melalui OVO menawarkan diskon. Hingga Maret 2018, pengguna OVO baru mencapai 95 juta pengguna.¹⁰ Sedangkan pesaingnya yaitu pengguna T-Cash

⁹ OVO, *About Us*, <https://www.OVO.id/about>, pada tanggal 16 Desember 2019 pukul 10.02.

¹⁰ Liputan6.com, OVO Targetkan 20 Juta Pengguna Aplikasi Pembayaran Tahun Ini, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3414907/OVO-targetkan-20-juta-pengguna-aplikasi-pembayaran-tahun-ini>, pada tanggal 16 Desember 2019 pukul 12.40.

yang dikutip dari situs kontan.co.id pada Juli 2018 mencapai 25 juta¹¹ dan pengguna Gopay yang dikutip dari situs tirto.id pada Oktober 2017 mencapai 11 juta.¹² Jika dibandingkan dengan pengguna aktif ponsel pintar tercipta selisih angka yang cukup jauh pada jumlah pengguna ketiga aplikasi tersebut. Padahal OVO sendiri memberikan stimulus kepada masyarakat berupa diskon dan poin hadiah di tempat-tempat yang kerap dikunjungi oleh masyarakat dalam memperoleh barang dan jasa terutama anak muda kekinian yang memiliki gaya hidup modern nan konsumtif.

OVO, aplikasi e-wallet milik Lippo Group berhasil menduduki peringkat kedua berdasarkan jumlah download aplikasi di Q2 2019. OVO bisa digunakan sebagai metode pembayaran untuk transaksi offline di Matahari Department Store and Lippo Mall. Untuk transportasi, OVO merupakan metode pembayaran di Grab Indonesia, melebarkan kerjasama OVO juga

¹¹ Klaudia Molasiarani, *Juli 2018, Pengguna Tcash Tembus 25 Juta*, <https://keuangan.kontan.co.id/news/juli-2018-pengguna-tcash-tembus-25-juta>, pada tanggal 16 Desember 2019 pukul 16.35.

¹² Ringkan Gumiwang, *Jurus Go-jek Mengurangi Beban “Bakar Uang” dari Go-Pay*, <https://tirto.id/jurus-go-jek-mengurangi-beban-bakar-uang-dari-go-pay-cKQ8>, pada tanggal 16 Desember 2019 pukul 17.45.

menggandeng *e-commerce unicorn* Indonesia, Tokopedia dengan OVO Cash. Kerjasama yang dilakukan oleh OVO dengan Tokopedia merupakan satu langkah besar untuk meningkatkan jumlah pengguna OVO di Indonesia. Berdasarkan data *Map of Ecommerce* Indonesia Q1 2019 Tokopedia menduduki peringkat pertama di platform iOS dan Android.¹³

Untuk OVO, jumlah pengguna yang menggunakan secara berulang tercatat ada 53 persen dan pengguna yang memilih OVO sebagai pilihan utama sebesar 28 persen.¹⁴ Survei MarkPlus menunjukkan, jumlah transaksi di platform OVO 24%. Survei ini dilakukan terhadap 502 responden yang menggunakan layanan teknologi finansial (fintech) pembayaran selama Juni-Agustus.

Selain itu, nilai transaksi menggunakan dompet digital OVO Rp 134 ribu per transaksi. Dari sisi nilai transaksi, OVO mendominasi yaitu 24% dari total dompet digital. Sebanyak 28% dari total responden menilai bahwa OVO menawarkan promosi

¹³Iprice.co.id, *E-wallet Terbaik di Indonesia* (<https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>) pada tanggal 21 November 2020 jam 10.32.

¹⁴Money.kompas.com, *Gopay, OVO, Dana, LinkAja, Mana yang Paling Banyak Digunakan Konsumen?*. (<https://money.kompas.com/read/2020/02/12/142602626/gopay-ovo-dana-linkaja-mana-yang-paling-banyak-digunakan-konsumen>) Pada tanggal 21 November 2020 jam 10.40.

lebih banyak. Kemudian 20% menilai OVO mempermudah berbelanja online. Sebanyak 26% responden pun memilih OVO dalam bertransaksi.¹⁵

Sistem transfer pada alat pembayaran non tunai dikategorikan menjadi dua yaitu ala pembayaran untuk kredit transfer dan debit transfer. Kredit transfer adalah perintah pembayaran yang bertujuan menepatkan dana dari pengirim ke penerima melalui jalur transfer dan dari bank pengirim ke bank penerima dan dimungkinkan melalui bank lain sebagai *intermediary*, sedangkan debit transfer adalah system transfer dana dimana perintah debit transfer dibuat atau diotoritas oleh pihak yang mempunyai dana dan akan melakukan pengiriman dana (*payer*) kepada pihak lain (*payee*).¹⁶

Penelitian ini dilakukan di kampus UIN Sultan Maulana Hasanuddin dan di khususkan untuk mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang mempunyai potensi menengah

¹⁵ Katadata.co.id, *Hasil Dua Survei: ShopeePay Kalahkan GoPay dan OVO saat Pandemi*, (<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5f50a03bf2ece/hasil-dua-survei-shopeepay-kalahkan-gopay-dan-ovo-saat-pandemi>) pada tanggal 21November 2020 jam 15.23.

¹⁶ Aulia pohan, *System Pembayaran, Strategi Dan Implementasi Di Indonesia* (Jakarta: Radjawali, 2011), hlm. 58.

dalam pengembangan instrument pembayaran non tunai. Meskipun mempunyai potensi menengah dalam pengembangan instrument pembayaran non tunai, khusus untuk produk OVO pengembangannya masih belum optimal. Dikarenakan mahasiswa masih terbiasa menggunakan uang tunai dan belum terbiasa menggunakan OVO. Selain itu belum meratanya informasi mengenai OVO.

Peneliti melakukan pra survei pada 50 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Pra survei tersebut menunjukkan hasil bahwa 15 atau 30% mahasiswa pernah menggunakan OVO. Mahasiswa yang pernah menggunakan OVO mengatakan bahwa bertransaksi menggunakan OVO lebih praktis dan efisien daripada menggunakan uang cash karena dapat menghemat waktu dan dapat membayar dengan uang pas tanpa kembalian.

Selain itu, banyak keuntungan yang diperoleh ketika menggunakan OVO. Di sisi lain, banyak kekhawatiran dan kendala yang dirasakan oleh mahasiswa ketika menggunakan

OVO seperti Top up yang tidak masuk, saldo yang berkurang tanpa adanya transaksi, terjadinya penipuan, peyalahgunaan identitas, dan promo yang tidak mesti didapatkan oleh semua orang.

Mahasiswa yang tidak menggunakan OVO sebesar 70% atau 35 mahasiswa menyatakan bahwa menggunakan OVO terlalu ribet daripada menggunakan *cash* termasuk dalam hal *Top up*, pengurusan OVO *premier* yang harus ke kios OVO, rumah yang tidak terjangkau dengan layanan OVO menyebabkan tidak tertariknya menggunakan OVO. Mahasiswa yang tidak menggunakan dompet digital OVO rata-rata memilih menggunakan Shopeepay dan Gopay dikarenakan lebih mudah dan lebih sering digunakan untuk kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis paparkan, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh persepsi terhadap minat menggunakan OVO. Dan penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI OVO** (Studi pada

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin)”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, perlu adanya identifikasi masalah penelitian agar penelitian yang di laksanakan memiliki ruang lingkup yang jelas. Terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi, yaitu:

1. Pengguna uang elektronik berbasis aplikasi yang masih tergolong rendah.
2. Masyarakat kini lebih banyak watu untuk menggunakan ponsel namun penggunaan uang elektronik di ponsel belum menyentuh seluruh pengguna ponsel pintar.
3. Minat masyarakat untuk menggunakan uang elektronik masih rendah padahal kemampuan untuk *smartphone* sudah meningkat.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan Identifikasi masalah diatas, penulis membatasi masalah yaitu :

1. Minat masyarakat untuk menggunakan uang elektronik masih rendah padahal kemampuan untuk menggunakan smartphone sudah meningkat.
2. Hingga Maret 2018, pengguna OVO baru mencapai 9,5 juta pengguna. Jika dibandingkan dengan pengguna aktif ponsel pintar tercipta selisih angka yang cukup jauh. Padahal memberikan stimulus kepada masyarakat berupa diskon dan poin hadiah di tempat-tempat yang kerap dikunjungi oleh masyarakat dalam memperoleh barang dan jasa terutama anak muda kekinian yang memiliki gaya hidup modern nan konsumtif.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan langkah yang sangat penting karena langkah ini akan menentukan kemana suatu penelitian akan di arahkan. Rumusan masalah pada dasarnya adalah merumuskan pertanyaan yang jawabanya akan dicari melalui penelitian berdasarkan seputar pengaruh persepsi mahasiswa terhadap minat menggunakan aplikasi OVO.

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian yaitu: Bagaimana pengaruh persepsi mahasiswa terhadap minat menggunakan aplikasi OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi mahasiswa terhadap minat menggunakan aplikasi OVO pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten.

F. Manfaat/ Signifikansi Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini akan memberikan sumbang saran dalam pengembangan ilmu ekonomi khususnya pada bilang ekonomi perbankan dalam pembahasan uang elektronik.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk melengkapi kajian teoritis yang berkaitan dengan persepsi

mengenai uang elektronik berbasis aplikasi dan minat menggunakannya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan yang bersangkutan yaitu OVO, diharapkan lebih menggiatkan dalam penyelenggaraan dan promosi uang elektronik di berbagai sector dan di lapisan masyarakat.

b. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan regulasi mengenai uang elektronik berbasis server.

c. Bagi Pelaku Pemasaran

Sebagai masukan terutama bagi pelaku pemasaran uang elektronik dalam menarik minat masyarakat terutama generasi muda.

d. Bagi Pembaca

Sebagai salah satu bahan untuk menambah referensi bacaan yang ingin melakukan penelitian selanjutnya,

khususnya bagi para mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

e. Bagi penulis

Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapat dalam bangku perkuliahan dan membandingkannya dengan praktek di lapangan.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek permasalahan. Kerangka pemikiran disusun dengan berdasarkan pada tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan atau terkait. Kerangka berpikir ini merupakan suatu argumentasi dalam merumuskan suatu hipotesis, argumen kerangka berpikir menggunakan logika deduktif untuk metode kuantitatif dengan memakai pengetahuan ilmiah sebagai pemisah premis dasar.

Persepsi merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap individu untuk mengetahui dan memahami informasi tentang dunia sekeliling dengan bantuan alat indera. Ada beberapa syarat yang perlu dipenuhi agar individu dapat

mengadakan persepsi, antara lain adanya objek yang dipersepsi, alat indera atau reseptor dan perhatian.¹⁷ Dalam penelitian ini, persepsi yang akan diteliti adalah persepsi dari mahasiswa.

Objek dari persepsi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah uang elektronik. Uang elektronik adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Berdasarkan medianya, uang elektronik terbagi menjadi dua, yaitu uang elektronik berbasis card dan uang elektronik berbasis server. Berdasarkan medianya, uang elektronik terbagi menjadi dua, yaitu uang elektronik berbasis card dan uang elektronik berbasis server. Uang elektronik berbasis card ialah uang elektronik dengan menggunakan kartu, di mana di dalam kartu tersebut tertanam sebuah chip yang berguna sebagai alat pendeteksi ketika akan digunakan. Sedangkan uang elektronik berbasis server adalah uang elektronik yang menggunakan media aplikasi dalam perangkat personal computer (PC) baik dalam ponsel maupun dalam komputer dan di dalamnya tertera sebuah barcode. Dalam

¹⁷ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1989), Edisi Revisi, Cet. 1, hlm. 53.

penelitian ini, uang elektronik yang dimaksud adalah uang elektronik berbasis server. Di mana uang elektronik berbasis server ini terbagi menjadi tiga, yaitu uang elektronik yang di produksi oleh bank seperti sakuku, mandiri e-cash, unikQu, T bank, yang di produksi oleh penyedia jasa telekomunikasi seperti paypro, T-cash, XL tunai, speed cash; dan oleh perusahaan teknologi penyedia layanan seperti gopay, truemoney, OVO, dan paytren.

Dari ketiga bagian uang elektronik berbasis server tersebut yang akan diteliti adalah uang elektronik di produksi oleh perusahaan teknologi penyedia layanan, salah satu contohnya yaitu OVO. OVO adalah sebuah aplikasi smart yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara *online*.¹⁸ Dari persepsi mahasiswa mengenai uang elektronik tersebut, maka penelitian ini mencari tahu pengaruh dari persepsi mahasiswa itu.

Minat merupakan suatu aspek psikologis yang mendorong individu merasa suka, senang serta ketertarikan terhadap suatu

¹⁸ Cermati.com. OVO, (<https://www.cermati.com/e-money/OVO>), pada tanggal 17 Desember pukul 12.55.

objek tertentu untuk memperoleh kepuasan dari apa yang disenanginya. Menurut Abdul Rachman Abror, ada beberapa unsur yang dapat menentukan minat tersebut, yaitu kognisi (mengenalan), emosi (perasaan) dan konasi (kehendak).¹⁹ Dari persepsi mahasiswa mengenai uang elektronik tersebut maka penelitian ini mencari tahu pengaruhnya terhadap minat menggunakan aplikasi OVO.

Untuk memudahkan, kerangka berpikir di lukiskan dalam bentuk skema dimana melukiskan keterkaitan antarvariabel dibawah ini:

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



¹⁹ Abd. Rachman Abror, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya, 1993), Cet. 4, hlm. 112.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penyusunan penelitian ini, penulis membagi pembahasan menjadi lima bab, Bab tersebut saling berkaitan satu sama lain, yang diawali dengan bab pendahuluan dan diakhiri dengan bab penutup. Dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan : Bab ini berisi tentang Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, Kerangka Pemikiran, Hipotesis, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

Bab II Kajian Teoritis : Bab ini membahas mengenai penjelasan teori-teori yang berkaitan dengan judul penelitian yang akan dilakukan.

Bab III Metodologi Penelitian: Bab ini membahas mengenai metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian yang akan digunakan yaitu tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, metode penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan operasional variabel penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan: Bab ini memaparkan tentang gambaran umum penelitian pengujian dan hasil analisis data, Pembahasan hasil analisis data dan jawaban atas pertanyaan – pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah.

Bab V Penutup dan Saran: Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian berdasarkan analisis data yang telah diolah dan telah dibahas pada bagian sebelumnya dan memberikan saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.