

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

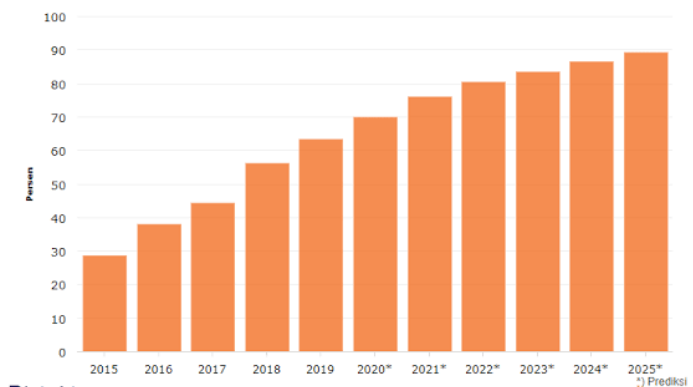
Selama ini perkembangan teknologi telah membawa banyak perubahan yang sangat pesat dalam segala aspek kehidupan manusia sehingga membuka peluang munculnya inovasi baru. Salah satu aspek teknologi yang paling jelas adalah semakin banyak orang yang memiliki dan menggunakan ponsel pintar.

Mengutip dari terbitan databoks.katadata.co.id, penggunaan smartphone atau ponsel pintar di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat. Pada 2015, hanya 28,6% penduduk Indonesia atau digunakan 73,9 juta orang yang menggunakan ponsel pintar. Kemudian pada 2018 ada sedikit peningkatan yakni lebih dari setengah populasi penduduk Indonesia berjumlah 150,4 juta penduduk atau 56,2 persen dari penduduk Indonesia menggunakan perangkat komunikasi genggam ini. Setahun setelahnya, ada sekitar 170,6 juta masyarakat dari total 269,6 juta penduduk sudah menggunakan ponsel pintar. Ini artinya 63,3% persen penduduk Indonesia telah menjadikan ponsel pintar sebagai sebuah perangkat primer.

Gambar 1.1

Penetrasi Ponsel Pintar di Indonesia

Sumber: Statista, Juli 2020



Presentasi Pengguna Ponsel Pintar (Smartphone)

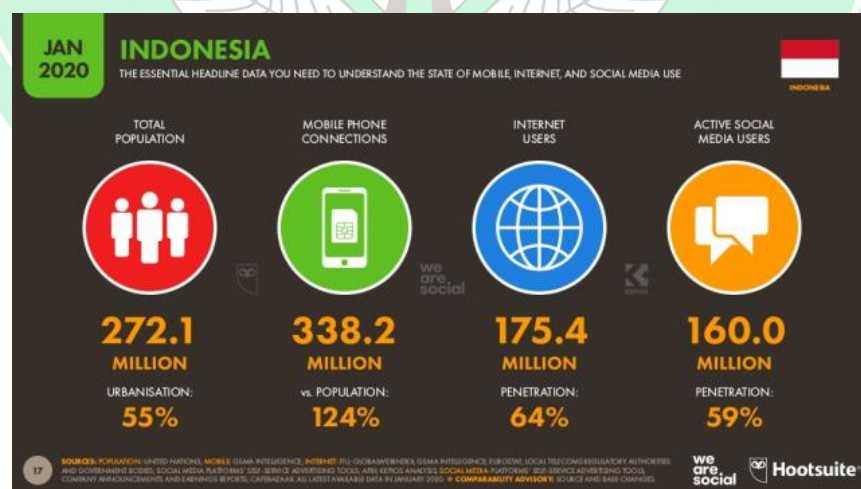
Sumber: databoks.katadata.co.id

Prediksinya hingga tahun 2025 setidaknya akan ada 89,2 persen populasi penduduk di Indonesia yang akan memanfaatkan beragam fitur di ponsel pintar. Angka itu merujuk pada prediksi dalam kurun waktu enam tahun (2019-2025) terkait penetrasi pasar ponsel di tanah air yang bakal tumbuh 25,9 persen. Seiring waktu, ponsel pintar juga akan menjadi lebih mudah dan lebih murah, sehingga semakin banyak digunakan.

Selanjutnya, dengan adanya ponsel pintar ini atau yang disebut *smartphone*, internet juga akhirnya sudah menjadi kebutuhan setiap negara, tidak terkecuali Indonesia. Menurut riset platform manajemen media sosial HootSuite dan agensi marketing sosial *We are Social* bertajuk “*Global Digital Reports 2020*”, hampir 64 persen penduduk Indonesia sudah terkoneksi dengan jaringan internet.

Riset yang dirilis pada akhir Januari 2020 itu menyebutkan, jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 175,4 juta orang, sementara total jumlah penduduk Indonesia sekitar 272,1 juta. Dibanding tahun 2019 lalu, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat sekitar 17 persen atau 25 juta pengguna.

Gambar 1.2



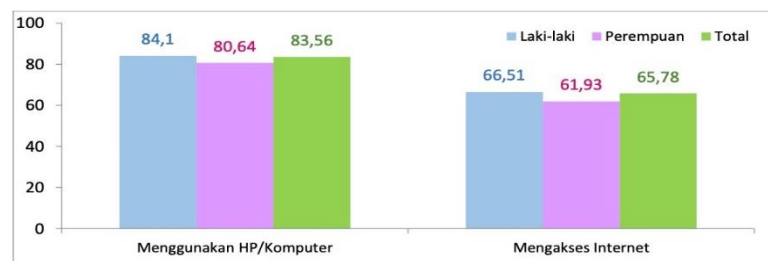
Presentasi Pengguna Internet

Sumber: kumparan.com/kumparantech.co.id

Menurut kajian We Are Society, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta. (<https://hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>). Namun, faktanya jumlah pengguna internet seluler jauh lebih banyak, hampir dua kali lipat. Saat ini, menurut catatan, terdapat 338,2 juta penduduk Indonesia yang menggunakan koneksi internet di perangkat seluler seperti smartphone atau tablet.

Gambar 1.3

Persentase Anggota RT Berusia 5 Tahun Ke Atas Menurut Jenis Kelamin Dan Penggunaan Teknologi Informasi, 2020



Pengguna hp/computer dan Pengakses Internet di Kota Cirebon

Sumber: BPS, Susenas Maret 2020

Sedangkan di Kota Cirebon sendiri, menurut data dari Dinas Kominfo (Kementerian Komunikasi Informasi dan Statistik) hasil dari survey BPS Kota Cirebon menyebutkan 83,56% anggota rumah tangga berusia 5 tahun keatas sudah menggunakan *smartphone* atau pun Komputer dan 65,78% nya sudah mengakses internet dari data penduduk sejumlah 322.542 Jiwa Penduduk di Kota Cirebon. Survey ini membuktikan bahwa lebih dari setengah penduduk Kota Cirebon sudah menggunakan *smartphone* dan juga mengakses internet.

Banyaknya masyarakat yang menggunakan *smartphone* dan internet dijadikan sebagai peluang untuk berbagai pihak, sehingga lahir berbagai inovasi baru yang dapat mengubah dan membantu kehidupan sehari-hari masyarakat. Inovasi tersebut merupakan perkembangan teknologi informasi menuju era yang benar-benar digital, sistem yang senantiasa berubah dan mempengaruhi tingkah laku serta ekspektasi masyarakat dalam mengakses berbagai layanan informasi dan elektronik.

Salah satu perkembangan tersebut dinamakan Teknologi keuangan atau *Financial Technology* (Fintech) yang merupakan pelayanan jasa keuangan yang mana sektor inilah yang sangat diharapkan pemerintah dan masyarakat untuk mendorong peningkatan jumlah pengguna yang dapat mengakses layanan keuangan. (Wibowo, 2015). *Fintech* adalah sebuah inovasi layanan dalam lembaga keuangan non bank yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat untuk menjangkau konsumennya. Menurut Muliaman D. Hadad, Ph.D (Ketua Dewan Komisioner OJK) *Fintech* merupakan sebuah inovasi yang berhasil mentransformasi suatu sistem atau pasar yang eksisting, dengan memperkenalkan kepraktisan, kemudahan akses, kenyamanan, dan biaya yang ekonomis, dikenal sebagai Inovasi Distrupitif (*Distruputive Innovation*). (Hadad M. D., 2017).

Menurut Peraturan Perbankan Indonesia 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Keuangan, masyarakat beranggapan bahwa *financial technology* mengacu pada teknologi yang digunakan oleh sektor keuangan yang akan menghasilkan teknologi baru, produk baru, layanan baru atau model bisnis baru, layanan baru atau model bisnis baru akan berdampak pada kestabilan mata uang dan kestabilan sistem keuangan yang akan memberikan efisiensi, kelancaran, keamanan dan keunggulan dalam sistem pembayaran.

Kemajuan teknologi di era modern ini telah berdampak penting terhadap perubahan sistem pembayaran dalam bertransaksi. Masyarakat Indonesia yang dulunya berbelanja dengan uang tunai kini lebih mengetahui berbagai transaksi menggunakan metode pembayaran non tunai. Pembayaran menggunakan sistem non tunai yang dikenal saat ini adalah uang elektronik. Uang elektronik merupakan salah satu bentuk alat pembayaran elektronik dimana nilai uang disimpan di beberapa media elektronik. (Bi.go.id, 2019). Ada beberapa jenis yang dapat digunakan dalam pembayaran elektronik yaitu *digital cash*, *e-cash*, *e-wallet*, *smart card*. Setiap pembayaran tersebut memiliki cara transaksi yang berbeda karena punya karakteristik, fungsi, manfaat, serta keunggulan masing-masing. Perkembangan pembayaran secara elektronik semakin pesat karena

memberikan berbagai manfaat dan kemudahan dalam bertransaksi sehingga banyak masyarakat yang berminat menggunakan metode pembayaran secara non tunai. Sehingga muncul isu serta fenomena *Cashless Society*, yang merupakan keadaan ekonomi di mana transaksi finansial masyarakat tidak lagi bergantung pada uang kertas dan koin fisik. Uang tidak lagi dinilai dalam bentuk fisik semata, dan dapat dipindahkan melalui transfer informasi digital.

Menurut data Bank Indonesia, pada Agustus 2020 nilai nominal transaksi uang elektronik mencapai Rp. 17,23 triliun dengan volume 386,7 juta transaksi. Nilai itu meningkat dibandingkan juli yang sebanyak 381,5 juta transaksi, senilai Rp. 16,09 triliun. Sepanjang tahun ini, nilai transaksi uang elektronik tertinggi terjadi pada April yang senilai 17,55 triliun, meskipun volume transaksi hanya 324,8 juta. Berdasarkan volume transaksi, sepanjang tahun 2020 yang tertinggi di bulan Januari sebanyak 456,9 juta transaksi, senilai Rp. 15,87 triliun. Secara akumulasi Januari-Agustus 2020, nilai transaksi uang elektronik senilai Rp. 126,95 triliun atau rata-rata Rp. 15,86 triliun per bulan. Nilai itu melonjak 31 persen dibandingkan rata-rata transaksi uang elektronik pada 2019 yang senilai Rp. 12,09 triliun perbulan. Total nilai transaksi uang elektronik sepanjang 8 bulan tahun 2020 ini sudah merepresentasi 87 persen dari total akumulasi nilai transaksi di 2019. (Malik, 2020)

Tabel 1. 1
Nilai Transaksi Uang Elektronik 2020

Periode	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Volume (Juta)	457,94	431,46	401	324,87	298,18	339,89	381,57	386,7
Nominal (Rp Triliun)	15,87	15,17	15,03	17,55	15,03	14,95	16,09	17,23

Sumber: Bank Indonesia 2020

Pengguna metode pembayaran elektronik juga diprediksi akan terus bertambah dengan adanya kebijakan yang diberlakukan oleh pemerintah. Seperti yang telah kita ketahui Pemerintah Indonesia mencanangkan Indonesia menuju era *cashless society* sejak tahun 2014. Bahkan Bank Indonesia sudah membentuk “Gerakan Nasional Non Tunai” (GNNT) yang diperkuat dengan peraturan Bank Indonesia nomor 18/17/PBI/2016 tentang uang elektronik menyatakan bahwa dalam rangka meningkatkan sekaligus mendukung keuangan inklusif, penggunaan uang elektronik melalui penyelenggaraan layanan keuangan digital perlu ditingkatkan dan diperlancar. Kebijakan yang telah dikeluarkan pemerintah untuk meningkatkan transaksi secara non tunai sudah mendorong pertumbuhan transaksi uang elektronik. Berkembangnya penggunaan sistem pembayaran non-tunai juga dinilai wajar mengingat kelebihan yang ditawarkan sistem tersebut. sistem pembayaran non-tunai dinilai lebih aman dibanding penggunaan uang fisik.

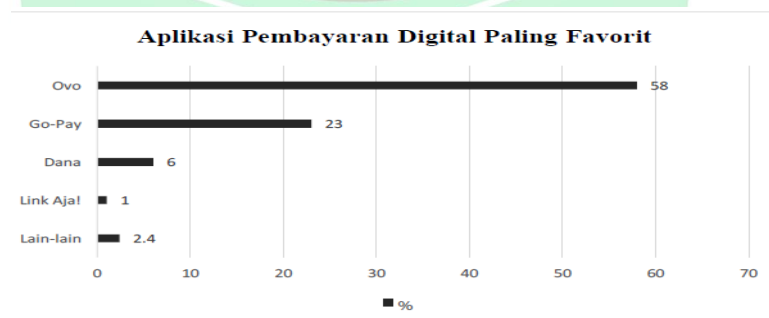
Uang elektronik muncul sebagai jawaban atas kebutuhan terhadap instrumen pembayaran mikro yang diharapkan mampu melakukan proses pembayaran secara cepat dengan biaya yang relatif murah, karena nilai uang yang disimpan instrumen ini dapat ditempatkan pada suatu media tertentu yang mampu diakses dengan cepat secara *off-line*, aman dan murah. (Bank Indonesia, Working Paper, 2006). Tujuan dari uang elektronik atau biasa disebut *e-money* adalah sebagai alat pembayaran yang dapat memberikan berbagai manfaat bagi penggunanya yaitu memberikan keamanan, kemudahan dan kecepatan ketika melakukan transaksi pembayaran tanpa harus membawa uang *cash*. Terlebih banyaknya platform digital yang bermunculan pada saat ini yang memberikan layanan berupa pembayaran elektronik juga menyediakan fitur dompet elektronik yang membantu dan memudahkan masyarakat dalam bertransaksi dan menyimpan uang.

Di masyarakat, system pembayaran non tunai sudah lama digunakan yaitu melalui penggunaan kartu kredit. Bagi masyarakat menengah ke atas mungkin sudah terbiasa melakukan pembayaran dengan kartu kredit, tapi tidak untuk kalangan menengah ke bawah. Bagi masyarakat menengah ke

bawah sangat sulit untuk mendapatkan kepercayaan bank dalam hal kepemilikan kartu kredit. Oleh karena itu, system pembayaran non-tunai yang mungkin bisa dilakukan oleh semua kalangan adalah *e-money*. Saat ini sudah banyak variasi *e-money* mulai dari kartu *e-money* sampai rekening ponsel. Selain karena munculnya GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai), manfaat penggunaan system pembayaran non tunai sangat besar sekali. System ini dapat memperkecil resiko kehilangan uang.

Fenomena meningkatnya penggunaan transaksi non tunai menunjukkan bahwa ada beberapa jenis aplikasi dompet digital yang populer digunakan masyarakat Indonesia. Tiga layanan dengan pengguna tertinggi yaitu OVO sebesar 58%, Go-Pay sebesar 23%, Dana sebesar 6% disusul dengan LinkAja dan lain-lainnya. Setelah muncul pada tahun 2017 OVO gencar dalam persaingannya, OVO dapat menduduki peringkat pertama sebagai aplikasi dompet digital paling favorit periode Mei 2019 lalu dan berhasil mengalahkan Go-Pay yang merupakan pesaingnya. Jika dianalisis lebih lanjut OVO memiliki pengguna yang banyak dikarenakan cakupan layanan aplikasi pembayaran menggunakan OVO sudah dapat digunakan di 500.000 *merchants* sehingga dengan cakupan yang luas membuat OVO menduduki peringkat pertama menjadi aplikasi dompet digital favorit. Dan transaksi pembayaran yang paling sering digunakan adalah transaksi ritel (28%), pemesanan transportasi (27%), dan pemesanan makanan online (20%). Sisanya, untuk transaksi e-commerce (15%) dan pembayaran tagihan (7%). (tribunnews.com).

Gambar 1.4



Aplikasi Pembayaran Digital Favorit Periode 2019

Sumber: tribunnews.com, 2021

Konsumen yang menggunakan aplikasi pembayaran melalui dompet digital akan mencari keuntungan yang dapat dirasakan secara langsung. Pengguna aplikasi OVO dinilai dapat mempermudah proses pembayaran dengan mempersingkat waktu tanpa menunggu antrian terlalu lama, bukan hanya mempersingkat waktu, tetapi juga tidak perlu membawa uang tunai saat melakukan pembayaran. Aplikasi OVO adalah salah satu *platform* yang digunakan sebagai media transaksi dalam melakukan pembayaran elektronik atau secara digital yang di dalamnya terdapat saldo OVO cash, dimana pengguna dapat mengoperasikan sepenuhnya aplikasi tersebut melalui ponsel seluler. OVO Cash sendiri adalah sejumlah uang atau dana berupa uang elektronik (*e-money*) yang dapat di akses melalui aplikasi OVO yang dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi keuangan, seperti pembayaran diberbagai *Merchant* rekanan, isi ulang (*top up*) dan pengecekan saldo. (Ovo, FAQ, 2018).

Peneliti mengambil aspek dari model *Technology Acceptance Model* (TAM) yakni persepsi manfaat dan persepsi kemudahan menjadi variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan OVO. Menurut (Jogiyanto, 2007) persepsi manfaat yakni seseorang yakin jika memakai suatu teknologi tertentu akan meningkatkankinerja pekerjaannya. Sedangkan menurut (Davis F. , 1989) menjelaskan bahwa persepsi manfaat yakni seseorang yakin jika penggunaan sistem tertentu dapat meningkatkan performa pekerjaannya. Jadi dapat disimpulkan persepsi manfaat tingkat kepercayaan pengguna terhadap manfaat teknologi atau sistem yang digunakan untuk mengambil keputusan. Jika pengguna yakin bahwa teknologi tersebut berfungsi maka pengguna tersebut akan menggunakannya dan begitu sebaliknya. Kehadiran aplikasi OVO memiliki keunggulan yang dapat membantu aktivitas penggunanya, dengan melakukan transaksi menggunakan OVO memberikan banyak manfaat seperti *make job easier, work more quickly, give more benefits, give sense of security, and increase efficiency*.

Kemunculan *cashless payment* OVO mempermudah dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai. Banyaknya promo dan cashback

yang ditawarkan memberikan keuntungan bagi pengguna OVO. Terlebih OVO memiliki banyak kelebihan karena *Merchant* yang dimiliki OVO sebanyak 500.000 dengan diunduh 105 juta. OVO telah mencatatkan pertumbuhan jumlah merchant lebih dari 70% di tahun 2018. Berbagai macam yang ditawarkan OVO juga sangat lengkap, meliputi *Onsite Dining*, *Offline Retail*, *Offline Groceries*, *Online Marketplace*, *Food Delivery*, *Online Transportation*, *Telecom Top-Ups*, *Utilities*, *Investment*, dan *Fund transfer*.

Persepsi Kemudahan yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Davis F. , 1989). Jadi dapat disimpulkan bahwa menggunakan persepsi kemudahan merupakan tingkat kepercayaan pengguna bahwa menggunakan teknologi tidak perlu mengeluarkan usaha yang keras. OVO memiliki tujuan agar mempermudah pengguna nya untuk melakukan transaksi secara cepat. Berbagai keuntungan yang diberikan OVO dapat membangun hal positif yang membuat konsumen mengambil keputusan untuk menggunakan fasilitas OVO tersebut. Kemudahan dalam menggunakan OVO terlihat dari seberapa mudah mengakses aplikasi OVO dan dalam pemakaiannya apakah *easy to use* ataukah tidak. Kemudahan yang dirasakan jika melakukan transaksi menggunakan OVO seperti *flexible*, *easy to learn*, *easy to use*, *easy to interact*.

Namun, selain adanya persepsi dari teknologi atau aplikasi tersebut, perilaku seseorang dalam hal menggunakan uang elektronik dipicu karena beberapa faktor salah satunya yaitu kemampuan finansial. Penggunaan uang elektronik dilihat dari kemampuan finansial seseorang yaitu, Kemampuan (*ability*) adalah suatu kapasitas seorang individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan. Individu yang tingkat kemampuannya tinggi cenderung akan menyelesaikan tugas pekerjaan dengan baik, cepat dan tepat (Robbins, 2007). Sehingga kemampuan finansial dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam memecahkan masalah atau mengelola keuangannya, baik yang didapat dari gaji maupun uang saku yang berarti menunjuk pada situasi ekonomi seseorang dimana

keadaan tersebut akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan menggunakan uang elektronik. Kecakapan finansial ini juga merujuk pada bagaimana seseorang menghasilkan serta mengatur keuangannya sehingga dapat mempengaruhi keputusan mereka menggunakan uang elektronik.

Kota Cirebon diprediksi akan menjadi kota metropolitan, sehingga Kota Cirebon saat ini mengalami perkembangan yang pesat, banyak nya pusat perbelanjaan, pusat kuliner, pendidikan, perdagangan, industri, juga pariwisata sehingga profesi-profesi tersebut menuntut kesibukan yang lebih tinggi dikarenakan sistem yang ada, dan akan cepat mengetahui informasi mengenai global termasuk hal-hal yang berkaitan dengan *m-payment*, sehingga memiliki kecenderungan untuk melakukan transaksi online yang jauh lebih mudah dan praktis. Pengguna di Kota Cirebon memiliki faktor berbeda yang akan mempengaruhi minat menggunakan *Cashless Payment* OVO ketika manfaat dan kemudahan dalam penggunaan layanan tersebut sesuai dengan keinginan pengguna. Namun, sebaliknya ketika pengguna menganggap faktor tersebut tidak sesuai maka konsumen kurang berminat menggunakan *Cashless Payment* OVO. Selain itu, kemampuan finansial juga dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan uang elektronik.

Berdasarkan fenomena ini peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi Manfaat (X_1) dan persepsi Kemudahan (X_2) yang ditawarkan dan Kemampuan Finansial (X_3) terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan (Y) *cashless payment* OVO di Kota Cirebon karena menurut beberapa hasil survey *Cashless Payment* OVO memberikan berbagai keunggulan diantaranya mengedepankan kecepatan, kemudahan dan efisiensi dibandingkan dengan instrument pembayaran nontunai lainnya, ini mengindikasikan bahwa *Cashless Payment* OVO memberikan banyak manfaat dan kemudahan bagi penggunanya.

Banyak manfaat dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi OVO. Namun, banyak masyarakat yang masih belum yakin dalam menggunakan aplikasi OVO, kenyataannya masih hanya sebagian masyarakat di Kota Cirebon yang cenderung menggunakan *cashless payment* OVO. Kemampuan Finansial seseorang juga menjadi faktor yang

mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan *cashless payment*. Fenomena tersebut adalah cerminan dari penetrasi layanan keuangan yang memang belum merata di Kota Cirebon. Sebanyak 67% masyarakat masih belum memiliki rekening atau belum secara maksimal melakukan transaksi keuangan (News Data Finansial Tool, 2020). Menunjukkan besarnya kesenjangan inklusi keuangan yang dikarenakan keterbatasan akses terhadap layanan dan produk keuangan dengan biaya yang terjangkau. OVO salah satu platform yang mendukung dan senantiasa berperan aktif untuk meningkatkan inklusi keuangan dan mendukung inisiatif Bank Indonesia untuk mempercepat penetrasi ekonomi digital dikalangan masyarakat terutama di Kota Cirebon karena wilayah ini memiliki potensi daerah yang kaya akan keragaman kultur, budaya, kesenian, pariwisata, industry kerajinan maupun kuliner, dengan OVO berperan menyediakan berbagai layanan keuangan yang mudah diakses oleh masyarakat Kota Cirebon.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna menganalisis *Cashless Society* dengan Judul: **“PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN DAN KEMAMPUAN FINANSIAL TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN CASHLESS PAYMENT OVO DI KOTA CIREBON”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang dapat teridentifikasi sebagai berikut:

1. Masih sedikitnya masyarakat yang mengenal Cashless Payment
2. Minat masyarakat dalam bertransaksi online menggunakan Dompot Digital masih sedikit
3. Pandangan masyarakat yang terbatas terhadap uang eletronik dan dompet digital dengan persepsi yang salah tentang efektif dan efisien antar uang elektronik dan uang fisik.

C. Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini. Penelitian di fokuskan pada Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Kemampuan Finansial terhadap Keputusan menggunakan *Cashless Payment* OVO di Kota Ciebon.

D. Rumusan Masalah

Rumusan yang akan dijawab oleh penulis adalah apakah Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Kemampuan Finansial dapat mempengaruhi Keputusan Menggunakan *Cashless Payment* OVO. Maka pertanyaan penulis yang bisa diambil adalah:

1. Apakah Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *Cashless Payment* OVO?
2. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *Cashless Payment* OVO?
3. Apakah Kemampuan Finansial berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *Cashless Payment* OVO?
4. Apakah Persepsi Manfaat, Kemudahan dan Kemampuan Finansial berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *Cashless Payment* OVO?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan *cashless payment* OVO.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan menggunakan *cashless payment* OVO.
3. Untuk menganalisis pengaruh kemampuan finansial terhadap keputusan menggunakan *cashless payment* OVO.

4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan dan kemampuan finansial terhadap keputusan menggunakan *cashless payment* OVO.

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan dapat mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama kuliah dengan realita di lapangan serta sebagai sarana atau media pembelajaran untuk memahami lebih dalam mengenai perkembangan teknologi yang disebut financial technology berupa dompet digital.

2. Manfaat Ilmiah

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan ilmiah bagi mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon khususnya Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

3. Manfaat Akademik

Sebagai bentuk perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi di IAIN Syekh Nurjati Cirebon, khususnya program Studi Perbankan Syariah sebagai sumbangsih pikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

4. Bagi Perusahaan

Dapat menjadi acuan bagi perusahaan OVO untuk mengetahui pengaruh-pengaruh apa sajakah yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan OVO, yang kemudian dapat diterapkan oleh perusahaan.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini ditulis sistematika penulisannya yaitu sebagai berikut:

Pada BAB I merupakan bab yang berisi pendahuluan, yaitu meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Pada BAB II merupakan bab yang berisi kajian pustaka, yaitu meliputi landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

Pada BAB III merupakan bab yang berisi metodologi penelitian, yaitu meliputi tempat dan waktu penelitian, desain/metode penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional atau variabel, instrumen penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Pada BAB IV merupakan hasil dan pembahasan dari hasil penelitian, yaitu meliputi kondisi objektif penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

Pada BAB V merupakan bab yang berisi penutup, yaitu meliputi kesimpulan dan saran.

