

Persepsi Penggunaan *E-wallet* OVO pada Generasi Z di Masa Pandemi Covid-19

Annisa Retno Utami

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid, Jakarta, Indonesia

Email: annisa_utami@usahid.ac.id

Abstract

The development of digital technology has made changes in making transactions, one of these developments with the emergence of various kinds of e-wallets, namely OVO. OVO as one of the e-wallets that are widely used by Generation Z. In this study, it aims to determine the perception of the use of OVO e-wallets in Generation Z during the Covid-19 pandemic. The sample in the study used was 100 respondents with a susceptibility age of 18-25 years. The distribution of questionnaires using a google form given to respondents who use OVO in making transactions during the Covid-19 pandemic. Data analysis method using descriptive analysis. Descriptive analysis is used to describe the results of research on consumer perception variables using OVO during the Covid-19 pandemic. The results of this study showed that the perception of ease in making transactions had the highest value with a result of 93 and the lowest result in inni's research on trustworthy security security of 63. The perception measurement in this study was seen from three perceptions, namely benefits, convenience and safety and risk.

Keywords: *E-wallet, OVO, Generation Z, Perception, Covid-19 Pandemic.*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital membuat adanya perubahan dalam melakukan transaksi, salah satu perkembangan tersebut dengan munculnya berbagai macam e-wallet yaitu OVO. OVO sebagai salah satu e-wallet yang banyak digunakan oleh Generasi Z. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi penggunaan e-wallet OVO pada Generasi Z di masa pandemic covid-19. Sampel pada penelitian yang digunakan berjumlah 100 responden dengan rentan usia 18-25 tahun. Penyebaran kuesioner menggunakan google form yang diberikan kepada responden yang menggunakan OVO dalam melakukan transaksi pada masa pandemic Covid-19. Metode analisis data dengan menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan hasil penelitian pada variable persepsi konsumen yang menggunakan OVO pada masa pandemic Covid-19. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dalam melakukan transaksi memiliki nilai tertinggi dengan hasil 93 dan hasil terendah dalam penelitian ini pada security keamanan yang dapat dipercaya sebesar 63. Pengukuran persepsi pada penelitian ini dilihat dari tiga persepsi yaitu manfaat, kemudahan serta keamanan dan resiko.

Kata Kunci: *E-wallet, OVO, Generasi Z, Persepsi, Pandemi Covid-19.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital membuat adanya perubahan dalam melakukan transaksi pembayaran yang sebelumnya dilakukan secara tunai saat ini dapat dilakukan secara digital dengan memanfaatkan *e-wallet*. Adanya pembayaran secara *e-wallet* membuat adanya persaingan transaksi digital dengan munculnya berbagai macam *e-wallet* seperti Dana, OVO, Gopay, Link, Flip, dan lain-lain.

Salah satu *e-wallet* yang banyak masyarakat gunakan yaitu OVO. Berdasarkan data dari DailySocial.id (23 Desember 2021), pengguna *e-wallet* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah OVO (58,9%), kemudian disusul oleh Gopay (58,4%), Shopeepay (56,4%), serta Dana (55,7%). Berdasarkan data tersebut juga pengguna transaksi *e-wallet* tersebut banyak digunakan pada aplikasi *e-commerce* dan didominasi oleh generasi milenial dengan rata-rata penggunaan transaksi untuk *top up* mencapai Rp. 140.663 per minggu. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Lembaga Jakpat dari 2.496 responden menunjukkan bahwa sekitar 68% bahwa pengguna dari *e-wallet* tersebut adalah generasi milenial.

Adanya pembayaran dengan menggunakan *e-wallet* pada masa pandemic covid-19 dapat meminimalisir penyebaran virus, serta memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran dan meminimalisir kontak langsung pada saat transaksi. Menurut Nizam et.al (2018) pembayaran dengan menggunakan *e-wallet* memberikan keamanan dan penghematan biaya. Sedangkan menurut Nasution et.al (2021) penggunaan *e-wallet* memberikan pencegahan dalam kontak langsung dengan orang lain, dapat digunakan dengan *smartphone*, serta tidak perlu bersentuhan dengan uang kertas atau menyimpan uang kertas (*cashless*).

Berdasarkan data American Psychiatry Association (2013), Generasi Z atau yang biasa disebut dengan Gen Z memiliki perilaku yang konsumtif di media sosial dengan kemampuan literasi keuangan yang masih rendah, hal tersebut dapat dilihat pada pengelolaan keuangan pribadi dalam melakukan transaksi secara kompulsif, seperti pada saat melakukan pembelian secara berlebihan. Penelitian yang dilakukan oleh Kumala dan Mutia (2020), mengatakan bahwa dengan penggunaan *e-wallet* jauh lebih mudah, memberikan keamanan, efektif dan kreatif dibandingkan dengan penggunaan uang tunai pada kalangan mahasiswa misalkan dalam melakukan pembayaran transportasi *online*, memesan makan dan minum dan melakukan transaksi di *e-commerce*.

Adanya system pembayaran secara digital ini memberikan beberapa kemudahan dan manfaat bagi kalangan Gen Z dalam melakukan transaksi pembayaran. Di masa pandemi saat ini pembayaran secara digital atau *e-wallet* dikenal sebagai *cashless society*. *Cashless society* merupakan individu yang melakukan transaksi secara non tunai atau dikenal sebagai transaksi tidak menggunakan uang tunai namun menggunakan uang digital (Katon & Yuniati, 2020).

Meskipun dengan menggunakan *e-wallet* efisien dan praktis tetapi berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan Prakosa & Winka (2020) mengatakan bahwa banyaknya generasi milenial yang menggunakan *e-wallet* tetapi masih banyak juga generasi milenial yang menggunakan uang cash dalam pembayaran barang maupun jasanya. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman manfaat dan kemudahan sehingga mengurangi rasa kepercayaan terhadap penggunaan *e-wallet* tersebut (Rahmawati & Yuliana, 2019).

Persepsi kemudahan merupakan tingkat dimana penggunaan teknologi dapat dipahami oleh seseorang (Bayu & Dewa, 2019). Dalam menggunakan *e-wallet* kemudahan menunjukkan hal yang harus diperhatikan di dalam suatu perusahaan, karna memberikan minat pengguna dalam memenuhi kebutuhannya. Persepsi manfaat juga penting dalam konsumen menggunakan *e-wallet*, sebab konsumen merasakan manfaat dari aplikasi *e-wallet* sehingga akan lebih sering menggunakan dalam bertransaksi.

Pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diadopsi dalam mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi individu dalam melakukan teknologi seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Ardianto & Azizah (2021) bahwa intensi penggunaan dan teknologi dalam melakukan pembayaran secara digital dapat memberikan tingkat kepercayaan, kemudahan dan memberikan manfaat serta meminimalisir risiko. Sedangkan menurut Kim, et.al (2010) persepsi risiko dapat mempengaruhi sikap individu dalam melakukan transaksi dengan *e-wallet*.

Faktor risiko keamanan ini harus diperhitungkan oleh perusahaan yang menerbitkan *e-wallet*) untuk meminimalkan persepsi pengguna terhadap risiko transaksi yang mungkin timbul. Selain itu, faktor kepercayaan juga berperan penting dalam menerima teknologi baru seperti *e-wallet*, tanpa kepercayaan pengguna tidak akan menggunakan teknologi baru (Violinda dan Khorunnisya, 2022).

Melihat permasalahan tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya persepsi dalam menggunakan *e-wallet* khususnya OVO pada generasi Z di masa pandemic Covid-19.

2. KAJIAN TEORI

E-Wallet

E-wallet yang biasa dikenal dengan dompet digital merupakan suatu produk teknologi terbaru dalam sistem keuangan yang digunakan dalam melakukan transaksi pembayaran. Menurut Kanhekar & Mane (2015) dompet digital atau *e-wallet* sebagai perangkat elektronik yang digunakan oleh seseorang untuk melakukan transaksi perdagangan elektronik dalam melakukan pembelian baik secara *online* atau *offline*.

Persepsi

Persepsi sebagai motivasi seseorang dalam mengambil sebuah keputusan atau tindakan. Persepsi dapat diartikan sebagai proses yang digunakan oleh individu dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan masukan informasi untuk menciptakan gambaran (Kotler, 2012). Samuel (2014) menambahkan bahwa persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik saja, namun dapat berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Beberapa macam persepsi dari berbagai teori yaitu :

Persepsi Manfaat

Menurut Rahmatsayah (2011), persepsi manfaat dapat diartikan sebagai probabilitas subyektif dari pengguna potensial dalam menggunakan aplikasi untuk mempermudah pekerjaannya. Dengan adanya kinerja yang mudah dapat membantu menghasilkan keuntungan yang lebih baik, baik dari segi fisik maupun non fisik, dengan hasil yang lebih cepat dan memuaskan.

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan sebagai kepercayaan dalam menggunakan teknologi dengan memberikan kemudahan pada saat menggunakannya (Jogiyanti, 2007). Kemudahan ini menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Sun dan Zhang (2011) mengidentifikasi dimensi dari persepsi kemudahan yaitu, *ease to learn* (mudah untuk dipelajari), *ease to use* (mudah digunakan), *clear and understandable* (jelas dan mudah dimengerti), dan *become skillful* (menjadi terampil).

Persepsi Keamanan dan Risiko

Keamanan dan resiko keselamatan menjadi pertimbangan yang mempengaruhi persepsi pelanggan dalam mengambil keputusan (Jebran dan Dipankar, 2012). Park dan Kim (2006) mendefinisikan bahwa keamanan sebagai “kemampuan perusahaan dalam transaksi online untuk dapat melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data”.

Sukma (2011) dalam penelitian yang dilakukannya mengemukakan bahwa faktor keamanan memiliki hubungan yang positif dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian secara online.

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini dilakukan pada Generasi Z dengan rentan usia 18-25 tahun. Populasi dari penelitian ini yaitu pengguna *e-wallet* OVO yang sudah pernah melakukan transaksi pembayaran produk dengan *e-wallet* OVO pada masa pandemic Covid-19. Sampel dari penelitian ini berjumlah 100 responden, dengan pemilihan sampel dengan teknik random sampel.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan menginterpretasikan dengan memberikan gambaran dari situasi kegiatan. Instrumen penelitian yang digunakan dalam mengukur intensi penggunaan *e-wallet* melalui *technology accepted model* (TAM) yaitu dengan indikator persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi risiko (Singh & Ghatak, 2021). Pengambilan data pada penelitian ini dengan kuesioner yang disebar dengan menggunakan google form.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini menggambarkan persepsi penggunaan *e-wallet* OVO pada Generasi Z di masa pandemi covid-19 yang diukur dengan metode *Technology Accepted Model* (TAM). Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh gambaran sebagai berikut :

Tabel 1. Data Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-Laki	42
Perempuan	58

Sumber : data diolah 2022

Berdasarkan hasil data pada tabel 1 mengenai data responden diperoleh hasil penelitian 42 responden laki-laki dan 58 responden berjenis kelamin perempuan. berdasarkan hasil penelitian tidak adanya perbedaan yang signifikan antara pengguna *e-wallet* OVO pada masa pandemi Covid-19 berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2. Kategori Usia Responden

Usia	Jumlah
18-21	49
22-25	51

Sumber : data diolah 2022

Dari data pada tabel 2 mengenai kategori usia responden diperoleh hasil 49 responden berusia 18-21 tahun dan 51 responden berusia 22-25 tahun. Dari hasil penelitian ini pengguna *e-wallet* OVO berdasarkan usia tidak ada perbedaan, artinya pengguna *e-wallet* OVO dari segi usia sama.

Tabel 3. Persepsi Manfaat

Keterangan	Setuju	Tidak Setuju

E-Wallet OVO dapat meningkatkan produktivitas	92	8
E-Wallet OVO mempercepat proses transaksi	84	16
E-Wallet OVO membuat transaksi lebih efektif	89	11

Sumber : data diolah 2022

Berdasarkan data tabel 3 mengenai persepsi manfaat, dari hasil penelitian 92 responden menyatakan bahwa e-wallet ovo dapat meningkatkan produktivitas, 84 responden menyatakan bahwa e-wallet ovo dapat mempercepat proses transaksi, dan 89 responden menyatakan bahwa e-wallet ovo mampu membuat transaksi lebih efektif. Dengan melakukan pembayaran menggunakan OVO transaksi menjadi lebih efektif dan cepat.

Tabel 4. Persepsi Kemudahan

Keterangan	Setuju	Tidak Setuju
E-Wallet OVO mudah untuk digunakan	93	7
E-Wallet OVO mudah dalam melakukan top-up saldo	82	18
E-Wallet OVO mudah untuk dipahami dan dipelajari	80	20

Sumber : data diolah 2022

Berdasarkan data pada tabel 4 mengenai persepsi kemudahan bahwa 93 responden menyatakan bahwa e-wallet ovo mudah untuk digunakan, 82 responden menyatakan e-wallet ovo mudah dalam melakukan top-up saldo, dan 80 responden menyatakan bahwa e-wallet ovo mudah untuk dipahami dan dipelajari. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa responden, konsumen merasa dimudahkan dalam melakukan pembayaran dengan menggunakan OVO di masa pandemic ini, dikarenakan meminimalisir kontak langsung dan OVO memberikan promosi dan diskon.

Tabel 5. Persepsi Keamanan dan Resiko

Keterangan	Setuju	Tidak Setuju
E-Wallet OVO aman untuk digunakan dalam transaksi	73	27
E-Wallet OVO memiliki resiko yang rendah dalam penggunaannya	70	30
E-Wallet OVO memiliki security keamanan yang dapat dipercaya	63	37

Sumber : data diolah 2022

Berdasarkan data pada tabel 5 mengenai persepsi keamanan dan resiko bahwa 73 responden menyatakan bahwa e-wallet ovo aman untuk digunakan dalam melakukan transaksi, 70 responden menyatakan bahwa e-wallet ovo memiliki resiko yang rendah dalam penggunaannya dan 63 responden menyatakan bahwa e-wallet ovo memiliki security keamanan yang dapat dipercaya. Dari hasil wawancara konsumen merasa aman dalam melakukan transaksi pembayaran dengan OVO karena dapat membuat pin ketika melakukan konfirmasi pembayaran.

5. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa hasil tertinggi mengenai persepsi dari pengguna e-wallet ovo pada masa pandemic pada generasi Z yang memiliki hasil nilai tertinggi pada persepsi kemudahan yaitu E-Wallet OVO mudah untuk

digunakan dengan hasil 93 responden menyatakan setuju. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan bahwa Generasi Z merasa diberikan kemudahan dengan menggunakan e-wallet ovo pada masa pandemic dalam meminimalisir resiko dengan transaksi tunai terhadap penyebaran covid-19, selain itu e-wallet OVO suka memberikan promo potongan harga sehingga dapat menguntungkan pengguna.

Hasil terendah pada persepsi keamanan dan resiko mengenai E-Wallet OVO memiliki security keamanan yang dapat dipercaya sebesar 63 responden menyatakan setuju sedangkan 37 responden menyatakan tidak setuju, hal tersebut dikarenakan pernah adanya kebocoran data pengguna dari OVO sehingga responden merasa dengan adanya kebocoran data tersebut membuat security keamanan belum dapat dipercaya karena data tersebut bisa disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Saran dalam penelitian ini yaitu perusahaan OVO harus lebih meningkatkan Kembali security keamanan untuk dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dikarenakan OVO pernah mengalami kebocoran data sehingga hal tersebut membuat konsumen khawatir terhadap keamanan dari OVO, mengingat OVO merupakan e-wallet yang digunakan oleh responden untuk melakukan transaksi pembayaran.

6. DAFTAR RUJUKAN

- Ardianto, K., & Azizah, N. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13.
- Association, A. P. (2013). *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (5th Editio). Arlington.
- Bayu, P. A., & Dewa, S. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *Jurnal Akuntansi*, 27, 927.
- Kanhekar, H. R., & Mane, S. N. (2015). Digital Wallet. *International Journal of Wireless and Microwave Technologies*, 5(4), 62–68.
- Katon, F., & Yuniati, U. (2020). Fenomena Cashless Society Dalam Pandemi Covid-19 (Kajian Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial) Cashless Society Phenomenons in the Covid-19 Pandemy (Study of Symbolic Interactions in Millennial Generation). *Signal*, 8(2), 134– 145.
- Kim, T., Suh, Y. K., Lee, G., & Choi, B. G. (2010). Modelling roles of task-technology fit and self-efficacy in hotel employees' usage behaviours of hotel information systems. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 709–725.
- Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi*, 64–69.
- Nasution, A. P., Munthe, I. R., & Rambe, B. H. (2021). Transaksi Uang dan Dompot Digital Pada Saat Masa Pandemi Virus Corona (Covid-19). *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(1), 1– 6.
- Nizam, F., Hwang, H. J., & Valaei, N. (2018). Measuring the Effectiveness of E-Wallet in Malaysia. *3rd IEEE/ACIS International Conference on Big Data, Cloud Computing, and Data Science Engineering*, 59–69.

- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. Y. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *Journal Of Economics And Banking*. [Http://182.253, 197](http://182.253.197).
- Violinda, Q., & Khorunnisya, N. V. (2022). Minat Generasi Milenial Menggunakan E-Wallet Link Aja: Perspektif Teori Persepsi dan Perilaku. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 8(1), 181-181.