

# STUDI PERBANDINGAN PERSEPSI KUALITAS LAYANAN ONLINE PENGGUNA OVO DAN GO-PAY DI SURABAYA TIMUR

Melissa Florensia<sup>1\*</sup>, Erwin Rediono Tan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Widya Kartika

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap penggunaan financial technology (Fintech). Informan dalam penelitian ini adalah informan pelaku, yaitu masyarakat Kota Surabaya Timur yang menggunakan ataupun tidak menggunakan fintech. Teknik pengumpulan data menggunakan metode indepth interview kepada 10 informan dilatar belakangi usia dan profesi yang berbeda. Teknik analisa yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap penggunaan financial technology (fintech) meliputi sikap, minat, pemahaman, dan harapan. Dimana sikap masyarakat terhadap penggunaan fintech, memberikan dukungan kepada kemajuan inovasi teknologi keuangan di Indonesia yang sangat membantu masyarakat, sedangkan minat masyarakat untuk menggunakan fintech sudah terbukti dari hasil wawancara dari 10 responden sudah berminat menggunakannya. Masyarakat sudah begitu memahami manfaat dan penggunaan fintech karena penggunaan fintech lebih efisien dan efektif dibandingkan jasa keuangan lainnya sehingga masyarakat termotivasi untuk menggunakan fintech. Dan harapan masyarakat kepada penyelenggara fintech agar memberikan sosialisasi kepada masyarakat dan kemudahan atau kepraktisan dalam menggunakan layanan, sehingga masyarakat yang kurang memahami teknologi dapat menggunakannya dengan mudah.

**Kata Kunci :** Persepsi, Masyarakat, , Teknologi Finansial, dan Penggunaan Fintech

## Abstract

This study aims to determine public perceptions of the use of financial technology (Fintech). The informants in this study were informants, namely the people of East Surabaya City who used or did not use fintech. The data collection technique used the indepth interview method to 10 informants from different ages and professions. The analysis technique used is a qualitative descriptive method that is useful for providing facts and data. The results showed that people's perceptions of the use of financial technology (fintech) included attitudes, interests, understanding, and expectations. Where people's attitude towards the use of fintech, provide support to the advancement of financial technology innovation in Indonesia which is very helpful to the community, while the public's interest to use fintech has been proven from interviews with 10 respondents who are interested in using it. The public is so familiar with the benefits and use of fintech because the use of fintech is more efficient and effective compared to other financial services so that people are motivated to use fintech. And the hope of the community to the fintech organizers is to provide socialization to the community and the ease or practicality of using services, so that people who lack understanding of technology can use it easily.

**Keywords :** Perception, Society, Financial Technology, and Use of Fintech

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di Indonesia semakin berkembang dengan pesat dan cepat, dari dulu yang masih tradisional hingga berubah menjadi teknologi digital online dan

perubahan itu akan sangat berpengaruh ke aktivitas manusia sehari-hari. Salah satunya dalam sistem pembayaran. Perkembangan dari transaksi sistem pembayaran digital bisa meningkatkan penggunaan pembayaran yang

<sup>\*)</sup>Penulis Korespondensi

jauh lebih fleksibel dan efisien terutama di bidang perekonomian. Cepat atau lambat masyarakat Indonesia akan menjadi masyarakat modern yang tidak lagi menggunakan uang tunai untuk melakukan transaksi. Contohnya sekarang dengan penggunaan kartu debit, kredit, m-banking, e-banking, paypal, kartu Prabayar dan sebagainya. Dengan kemunculan pembayaran non tunai memancing perusahaan-perusahaan besar untuk memunculkan sistem yang sama. Saat ini ada dua sistem pembayaran digital baru yang sedang marak dua tahun terakhir ini dan cukup menjadi perhatian masyarakat, yaitu OVO dan GO-PAY. Agresifnya OVO dan GO-PAY harus di waspadai oleh perbankan dengan keberadaan uang elektronik pada zaman sekarang seperti OVO dan GO-PAY atau sebagainya karena perumbuhan yang begitu cepat pengguna transaksinya dan hal ini telah merubah gaya hidup orang yang sudah terbiasa dengan pembayaran non tunai terutama di kota-kota besar. Bahkan, Kementerian Keuangan (Sri Mulyani Indrawati) juga telah bekerja sama dengan penyedia layanan pembayaran digital dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga menegaskan perusahaan aplikasi yang mengeluarkan OVO dan GO-PAY sebagai sistem pembayaran telah berada dalam pengawasan Bank Indonesia (BI) yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No.18/17/PBI/2016 tanggal 29 Agustus 2016 perihal Perubahan Kedua atas Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik. Oleh karena itu, jika ada pengguna yang merasa dirugikan oleh sistem pembayaran tersebut maka seharusnya melaporkan pada Bank Indonesia (BI) sebagai pengawas. Selain itu, limit atau batas maksimal penyimpanan dana pengguna dalam dompet uang elektronik adalah 10 juta per pengguna. Tingginya angka transaksi pembayaran dalam masyarakat membuat Bank Indonesia melihat ini menjadi sebuah peluang bagi perkembangan dalam inovasi ekonomi Indonesia. Tapi Bank Indonesia menyebutkan, rata-rata transaksi pembayaran menggunakan OVO dan GO-PAY lebih tinggi daripada transaksi uang elektronik yang diterbitkan oleh bank. Asisten Gubernur sekaligus Kepala Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran (DKSP) BI Filianingsih Hendarta mencatat rata-rata transaksi pembayaran pengguna dompet elektronik mencapai Rp. 33 ribu per transaksi sementara pengguna uang

\*)Penulis Korespondensi

elektronik terbitan bank hanya sekitar Rp. 13 ribu per transaksi. Kenapa bisa begitu? Karena kebanyakan pembayaran uang elektronik bank ke jalan tol, biasanya bayarnya sedikit. Kalau yang non bank untuk transaksi pembelian minuman dan makanan GO-FOOD itu memang lebih tinggi. Selain itu jumlah penggunanya juga lebih tinggi dompet elektronik yang mencapai 113,5 juta per Maret 2019 ketimbang bank cuma separuhnya sekitar 60,3 juta pengguna. Data ini menunjukkan bahwa potensi penggunaan dompet digital dan uang elektronik sebagai bagian dari transaksi pembayaran non tunai masih sangat besar. Data BI mencatat bahwa tingkat inklusi keuangan Indonesia sampai awal tahun ini baru sekitar 25%. Padahal target inklusi keuangan pemerintah ingin mencapai 75% sampai akhir tahun ini. Dengan adanya QR Code dan juga Gerbang Pembayaran Nasional (GPN) ini bisa mendorong masyarakat lebih banyak memanfaatkan pembayaran non tunai.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dimana penelitian ini harus mampu memberikan / membuktikan mengenai fakta-fakta suatu peristiwa yang ada dilapangan bahkan peneliti juga harus mampu mengorek-ngorek secara mendalam kepada responden. Dengan teknik pengumpulan data dalam penelitian dengan menggunakan wawancara, mengajukan pertanyaan kepada informan secara tatap muka, dari wawancara tersebut akan diperoleh hasil dari tanya jawab oleh informan yang nantinya akan menjadi data dalam penelitian. Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya ataupun orang lain atau suatu kejadian maupun suatu hal kepada peneliti. Peneliti memilih teknik *purposive sampling* yaitu menetapkan kriteria yang dipenuhi oleh informan sebelum melakukan penelitian. Maka kategori informan dalam penelitian ini ialah informan pelaku, yaitu masyarakat Kota Surabaya yang menggunakan layanan online OVO dan GO-PAY. Sasaran dalam penelitian ini untuk melihat persepsi informan terhadap penggunaan layanan online OVO dan GO-PAY sebagai alat pembayaran elektronik saat ini yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat di Surabaya tentang persepsi / pemikiran mereka. Dalam penelitian kualitatif, karena permasalahan yang dibawa oleh

B-34-2

peneliti masih bersifat sementara, maka teori yang digunakan dalam penyusunan proposal penelitian kualitatif juga masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan / konteks sosial.

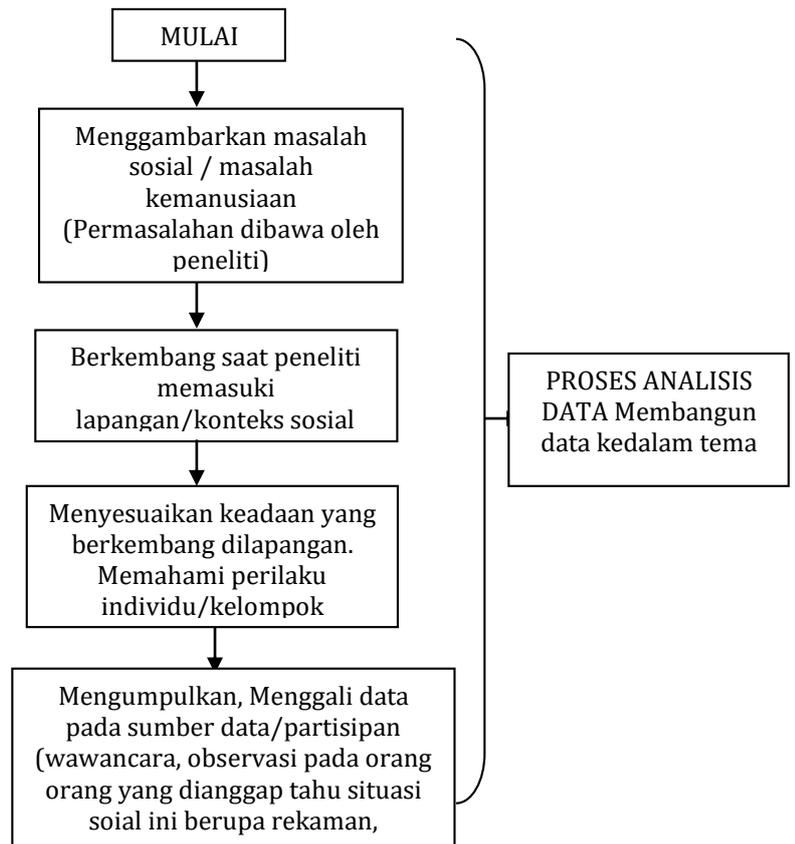
**Populasi dan Sampel**

Pada situasi sosial / obyek penelitian ini peneliti mengamati secara mendalam aktivitas (*activity*) orang-orang (*actors*) yang ada pada tempat (*place*) tertentu. Aktivitas yang dilakukan orang-orang (pelaku) sebagai pengguna OVO dan GO-PAY dalam menggunakan layanan online OVO dan GO-PAY. Apa yang mereka gunakan di aplikasi OVO/GO-PAY? Sebagai alat pembayaran digital / untuk kebutuhan lainnya, yang kedua fintech ini juga telah bekerja sama dengan GRAB dan GOJEK. Peneliti melakukan pengamatan di area Surabaya Timur. Penentuan sumber data pada orang yang diwawancra dilakukan secara purposive yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Pengambilan sampel secara random di Surabaya Timur yang nantinya akan dibagi-bagi di setiap wilayahnya dengan total jumlah 10 orang narasumber yang dipilih adalah mereka yang sudah menggunakan layanan online OVO dan GO-PAY ini dan tahu tentang penggunaan OVO dan GO-PAY.

**Flowchart Penelitian**

Dalam melakukan pelaksanaan penelitian harus tahu metode penelitian apa yang di bentuk melalui tahapan- tahapan penelitian dengan memulai menggambarkan masalah sosialnya yang sudah terjadi di masyarakat melalui tema yang diangkat peneliti saat peneliti memasuki lapangan / konteks sosial, dan disitulah peneliti dapat mengembangkan secara luas tema yang berkaitan, peneliti harus mampu menggali dan memahami maksud perilaku individu / kelompok yang peneliti sendiri harus mengamati perilaku individu / kelompok yang dianggap tahu tentang situasi sosial yang diambil, begitupun sebaliknya dengan individu / kelompok juga harus tahu apa informasi yang akan diambil dari mereka oleh peneliti, dan di tahap terakhir setelah informasi terkumpul dengan jelas, peneliti melakukan analisis data, menyesuaikan data yang ada dengan informasi yang diamabil dilapangan

Flowchart Penelitian digambarkan seperti pada tabel 1 berikut:



Tabel 1 Flowchart Penelitian

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Karakteristik Responden**

Karakteristik narasumber yang menggunakan *fintech* berkaitan dengan usia mereka digambarkan dalam tabel.

Tabel 2 Karakteristik Narasumber Menurut Usia

Usia	Jumlah Per Orang
18-20 Tahun	1
21-30 Tahun	5
31-40 Tahun	4
<b>Total</b>	<b>10</b>

Berdasarkan karakteristik usia narasumber diatas, mayoritas usia narasumber yang

\*)Penulis Korespondensi

menggunakan *fintech*, jumlah narasumber terbanyak adalah yang berusia 21-30 tahun sebanyak 5 orang. Selanjutnya, narasumber yang berusia 31-40 tahun sebanyak 4 orang dan sisanya berusia 18-20 tahun sebanyak 1 orang. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen yang menggunakan *fintech* kebanyakan berusia dewasa yaitu 21-30 tahun dan 31-40 tahun, karena mungkin pada usia tersebut merupakan usia produktif yang sibuk sibuknya dengan aktivitas mereka sehari-hari sehingga membutuhkan suatu jasa alternatif yang bisa membantu mereka seperti OVO dan GO-PAY.

Karakteristik narasumber yang menggunakan *fintech* berkaitan dengan pekerjaan mereka digambarkan dalam tabel .

Tabel 3 Karakteristik Narasumber Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Per Orang
Pelajar / Mahasiswa	4
Karyawan Swasta	4
Wirausaha	1
Ibu Rumah Tangga	1
<b>Total</b>	<b>10</b>

Berdasarkan karakteristik jenis pekerjaan narasumber diatas, mayoritas narasumber yang menggunakan *fintech* yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 4 orang lalu sebagai pelajar / mahasiswa juga sama dengan karyawan swasta sebanyak 4 orang , wirausaha sebanyak 1 orang dan yang sebagai ibu rumah tangga juga 1 orang.

### Deskriptif Hasil Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini, maka akan dijelaskan mengenai variabel-variabel yang berpengaruh terhadap persepsi kualitas layanan online pengguna OVO dan GO-PAY di Surabaya Timur. Adapun variabel-variabel tersebut adalah : Perilaku Konsumen , Akses Aplikasi, Keamanan, dan Manajemen Perusahaan. Variabel-variabel tersebut akan dibahas secara lebih terperinci sebagaimana berikut ini

### Perilaku Konsumen

Kehidupan penduduk Indonesia makin mudah ditengah tengah perang pelanggan antara OVO dan GO-PAY dalam penggunaan uang digital. GO-PAY dan OVO sama sama mendorong terjadinya transaksi ditoko-toko *offline* . Super app yang menjadi pendukung masing-masing juga menyediakan pemesanan *online* untuk layanan *offline*. Bila target yang hendak dicapai adalah menguasai semua transaksi harian para konsumen dengan menawarkan subsidi, maka jalan lain yang ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan menjadikan pelanggan makin tergantung dengan uang digital.

Dari hasil wawancara kelima narasumber dapat disimpulkan mereka lebih sering menggunakan OVO meskipun GO-PAY juga mereka pakai, alasan mereka untuk memilih OVO ketimbang GO-PAY berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya, tetapi rata-rata mereka bilang kalau OVO itu promonya lebih besar ketimbang GO-PAY. Sedangkan dari hasil wawancara dengan seorang narasumber diketahui alasannya kalau di GO-PAY *cashbacknya* langsung masuk ke saldo GO-PAY sedangkan kalau OVO masuknya ke OVO POINT, jadi lebih enak di GO-PAY saldonya satu aja, *cashbacknya* juga langsung masuk ke saldo utama, jadi gak dibeda bedakan. Sedangkan keempat narasumber lainnya, mereka tidak memilih OVO maupun GO-PAY, mereka memakai keduanya dan melihat mana yang lebih murah, itulah yang akan mereka pakai (netral) dan juga ada yang mengatakan sistem pembayarannya lebih murah dibanding jika pakai uang tunai.

### Akses Aplikasi

Akses merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan suatu layanan jasa. Sebelum konsumen memilih dan memutuskan untuk menggunakan suatu layanan jasa pasti mereka berharap dengan menggunakan layanan jasa maka produktivitas mereka akan meningkat tetapi jika didalam suatu layanan jasa terdapat akses yang membuat konsumen tersebut kewalahan (ribet) tentu saja konsumen tersebut akan berpikir dua kali untuk menggunakan jasa tersebut.

\*)Penulis Korespondensi

Dari hasil wawancara ke 9 narasumber dapat disimpulkan akses aplikasi OVO dan GO-PAY sangatlah baik dari aplikasinya untuk layanan sangat simple dan dapat dipahami oleh konsumen. Sedangkan seorang narasumber mengatakan layanannya sedikit membingungkan dan kurang paham cara menggunakannya, hal tersebut karena narasumber jarang menggunakannya untuk keperluan transaksi.

#### **Keamanan**

Setiap dompet digital diwajibkan memiliki sistem keamanan yang baik, sehingga para pengguna juga merasa aman untuk melakukan transaksi saat menggunakan aplikasi tersebut. Selain itu, saldo di setiap dompet digital bisa mencapai jutaan rupiah. Sehingga akan sangat fatal akibatnya jika tidak memiliki sistem keamanan yang mumpuni, karena hal tersebut justru dapat memancing terjadinya tindak kriminal yang dilakukan oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab.

Dari hasil wawancara ke 10 orang narasumber memiliki jawaban yang sama mengenai keamanan aplikasi OVO dan GO-PAY, mereka menjawab keamanan aplikasi OVO dan GO-PAY sudah aman karena ada untuk melakukan transaksi aplikasi juga memberikan notifikasi persetujuan/pemberitahuan terlebih dahulu ke konsumen jadi akan lebih terjaga keamanannya.

#### **Manajemen Perusahaan**

Sebagai salah satu perusahaan penyelenggara jasa sistem pembayaran yang mendukung implementasi kebijakan sesuai standart Bank Indonesia dalam layanan transaksi non tunai dapat mendorong inklusi keuangan di Indonesia untuk memperebutkan hati konsumen dalam memilih suatu layanan jasa yang lebih baik. Namun untuk memperoleh suatu kesempatan itu kebijakan setiap perusahaan tidaklah sama, kebijakan yang berbeda akan berpengaruh yang tidak sama pula terhadap perilaku setiap individu yang terlibat didalamnya.

Dari hasil wawancara ke 10 orang narasumber menunjukkan manajemen perusahaan dari kedua

perusahaan OVO dan GO-PAY hampir sama sama menguntungkan dari pihak pengguna dan cukup memuaskan pelanggannya. Dengan manajemen perusahaan yang baik pelanggan juga akan mendukung untuk melangsungkan kinerja perusahaan dan tidak akan membanding-bandingkan dengan perusahaan layanan lainnya

#### **4. Simpulan**

Pemahaman masyarakat terhadap penggunaan *fintech* dari hasil wawancara bahwa 9 dari 10 orang narasumber sudah mengetahui tentang *fintech* dan memahami cara penggunaan serta manfaat layanan yang diberikan oleh layanan *fintech*. Masyarakat sudah mulai tertarik untuk menggunakan *fintech* dilihat dari pemaparan 10 orang narasumber yang sudah memanfaatkan atau menggunakan layanan sistem pembayaran. Masyarakat telah termotivasi untuk menggunakan *fintech* karena penggunaannya efektif dan efisien sehingga masyarakat mendapatkan keuntungan dalam penggunaannya dan masyarakat perlu sosialisasi lebih lagi para penyelenggara *fintech* dan kemudahan dalam menggunakan layanan, sehingga masyarakat yang kurang memahami teknologi dapat menggunakannya dengan mudah.

#### **Daftar Pustaka**

- Hermawan, H. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria di Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1(2).
- Khoirulloh, K., Haryono, A. T., & Wulan, H. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Roti Bakar Breadhouse Sirojudin, Tembalang Semarang). *Journal of Management*, 4(4).
- Adelia, P. Z., & Nurtjahjanti, H. (2017). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dokter Praktik Dengan Kepuasan Konsumen Pasien Rawat Jalan Pengguna Kartu Bpjs Kesehatan Di Rsup Dr Kariadi Semarang. *Empati*, 5(2), 312-316.

<sup>\*</sup>)Penulis Korespondensi

- Saputro, D. A., Hufron, M., & Slamet, A. R. (2017). pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan dan switching barriers terhadap loyalitas pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Ogan Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 6(02).
- Raharjo, C. A., & Amboningtyas, D. (2017). THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE AND BRAND IMAGE ON CONSUMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS MODERATING ON THE POINT" BAROKAH" SIKOPEK. *Journal of Management*, 3(3).
- Warokka, C. A., Lopian, J., & Jorie, R. J. (2015). Pengaruh Eksperiental Marketing dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Mobil Suzuki Ertiga pada PT. Sinar Galesong Prima Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa pengaruh service quality, food quality, dan price terhadap kepuasan pelanggan restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1-10.
- Permana, M. V. (2013). Peningkatan Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Produk dan Kualitas Layanan. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(2).