

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

OVO merupakan platform pembayaran digital dan layanan finansial di Indonesia. OVO mengakses berbagai persepsi kemudahan yang ditawarkan dalam bentuk aplikasi, seperti pembayaran, transfer, beli ulang, dan tarik dana. Aplikasi OVO dapat diunduh secara gratis di Google Play Store, dan App Store. Dompot elektronik OVO didirikan Maret 2017 dan disahkan oleh Bank Indonesia dengan surat No. 19/661/DKSP/Srt/B pada tanggal 7 Agustus 2017. Adrian Suherman yang sekarang menjadi Presiden Direktur OVO bersama beberapa mitra merintis PT Visionet Internasional (OVO).

Gambar 2. 1 Lambang Dompot Elektronik OVO



Sumber: OVO.id, 2019

Perusahaan Visionet Internasional berada dibawah naungan LippoX yang merupakan divisi bisnis digital payment milik Group Lippo (PT. Multipolar Indonesia). OVO bekerja sama dengan Lippo Group untuk menggandeng *merchant* yang ada di dalam ekosistemnya Lippo tersebut. Begitu platform dari merchant sudah mulai bergulir, OVO langsung membuka peluang ke berbagai *merchant* yang

ingin bergabung. OVO telah tumbuh lebih dari 400%, mencapai 115 juta pengguna tahun ini dan tersebar di seluruh Indonesia pada November 2017. Tak hanya itu, volume total transaksi OVO juga meningkat 75 kali lipat dari waktu yang sama.

Pencapaian OVO diraih dengan strategi tiga pilar dari segi penggunaan pembayarannya, yakni dengan gerai ritel/*offline*, *online-to-offline* (O2O), dan *online*. Pilar gerai ritel/*offline* adalah pembayaran yang langsung dilakukan oleh konsumen di beberapa retail seperti beberapa mall, toko klontong, dan pelaku UMKM lain. Berbagai kerjasama itu membuat OVO terhubung dengan lebih dari 500.000 gerai *offline*. UMKM yang menjadi *merchant* pun bertumbuh lebih dari 70%, dari 9000 UMKM pada agustus lalu, menjadi 180.000 saat ini. Pilar *online-to-offline* adalah pembayaran yang dilakukan dari online ke *offline*, pilar ini diperuntukkan untuk mitra Grab. Dalam hal ini, pengguna Grab dapat membayar menggunakan OVO dengan mengisi saldo OVO nya melalui driver Grab lalu OVO akan langsung mentransfer ke pihak Grab. Konsumen disini bertransaksi melalui Grab bukan OVO, saldo OVO akan otomatis masuk ke aplikasi Grab juga. Pilar ketiga disebut pilar online, pilar ini diperuntukkan untuk *e-commerce*, jenis pembayaran *e-commerce* biasanya dilakukan secara online oleh Bank atau perusahaan pembayaran digital. Hal inilah yang membuat OVO bermitra dengan Tokopedia dengan menggantikan Tokocash sebagai OVO untuk bertransaksi.

Dalam kesepakatan terbarunya, OVO dilaporkan telah mengakuisisi perusahaan pinjaman lokal *peer-to-peer taralite*, akuisisi itu dijadikan sebuah langkah yang akan membuka jalan bagi OVO untuk memasuki bisnis pinjaman yang dipandang sebagai penghasilan keuntungan potensial bagi perusahaan. OVO

akan meningkatkan performanya untuk menjadikan perusahaan ini tetap berkembang dan menjadi *e-money* yang dapat digunakan seluruh masyarakat Indonesia.

2.1.1 Klasifikasi Pelanggan OVO

Aplikasi OVO menawarkan 2 (dua) jenis klasifikasi pelanggan dengan jenis layanan OVO atau fitur-fitur layanan yang berbeda.

1. OVO Club

OVO Club adalah klasifikasi keanggotaan OVO yang memungkinkan anda dapat menikmati fasilitas uang elektronik (*unregistered*) dan OVO Points dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Untuk OVO Club, maksimum saldo OVO Cash adalah Rp 2.000.000 (dua juta rupiah).
- b. Untuk mendapatkan layanan yang lebih dari OVO maka pengguna dapat meng-*upgrade* OVO Club menjadi OVO Premier, dengan fitur layanan OVO yang lebih beragam.

2. OVO Premier

OVO Premier adalah klasifikasi keanggotaan OVO yang memungkinkan dapat menikmati fasilitas uang elektronik "*registered*", OVO Points, fitur layanan *budgeting*, dan fitur layanan lainnya yang dapat ditambahkan dari waktu ke waktu ("layanan"). Untuk OVO Premier, maksimum saldo OVO Cash adalah Rp 10.000.000 (sepuluh juta rupiah).

OVO Club dan OVO Premier memiliki jenis golongan, yaitu:

a. OVO Points

OVO Points adalah program loyalitas pelanggan yang ditujukan bagi seluruh pengguna OVO, dan juga pelanggan merchant rekanan atau mitra OVO. OVO Points akan diberikan setiap kali berbelanja atau membeli produk dan diskon yang menarik di seluruh *merchant* rekanan atau mitra OVO. Pengguna juga dapat menukarkan OVO Points yang telah dikumpulkan dan telah memiliki (*redeem poin*) dengan beberapa pilihan penawaran barang, dan mitra OVO, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Setiap OVO Points yang Anda dapatkan tidak dapat ditransfer atau dipindahkan ke pelanggan OVO lain.
2. Jumlah OVO Points yang diberikan akan berbeda-beda dari *merchant* rekanan atau mitra OVO.
3. Poin yang Anda terima akan berlaku untuk jangka waktu 12 (dua belas) bulan sejak penerimaan poin dan setelah jangka waktu tersebut terlampaui maka poin tersebut akan hangus.
4. OVO Points juga dapat digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran sebagai pengganti OVO Cash.

b. OVO Cash

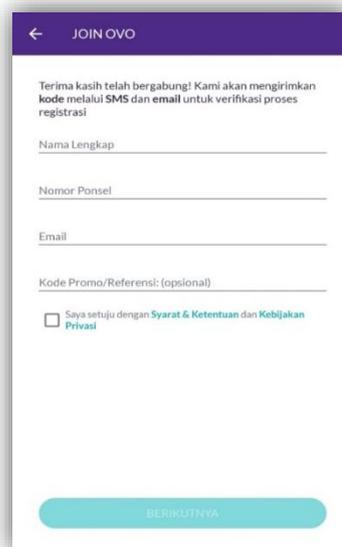
OVO Cash adalah saldo uang elektronik yang dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi pembayaran, pelanggan dapat melakukan *top-up* (atau menambah) saldo yang tersedia.

2.1.2 Gambaran Aplikasi OVO

Pengguna aplikasi OVO bukan hanya sebatas untuk digunakan melakukan pembayaran elektronik, OVO juga menyediakan berbagai layanan pada menu pilihan yang terdapat pada menu aplikasi, sebagai berikut:

1. *JOIN OVO*, adalah Fitur awal untuk mendaftar *e-money* OVO agar dapat digunakan dalam setiap transaksi pembayaran elektronik, pengguna harus terlebih dahulu menginstal aplikasi di *smartphone* android dan melakukan pendaftaran dan kemudian proses verifikasi nomor telfon dan email yang didaftarkan dengan mengikuti panduan dari aplikasi tersebut. Nomor telfon yang digunakan pada saat melakukan pendaftaran melalui aplikasi tersebut bisa digunakan sebagai nomor rekening dalam melakukan transaksi pembayaran dan melakukan pengisian saldo OVO Cash anda (*top-up saldo*).

Gambar 2. 2 Halaman Pendaftaran Aplikasi OVO



← JOIN OVO

Terima kasih telah bergabung! Kami akan mengirimkan kode melalui SMS dan email untuk verifikasi proses registrasi

Nama Lengkap _____

Nomor Ponsel _____

Email _____

Kode Promo/Referensi: (opsional) _____

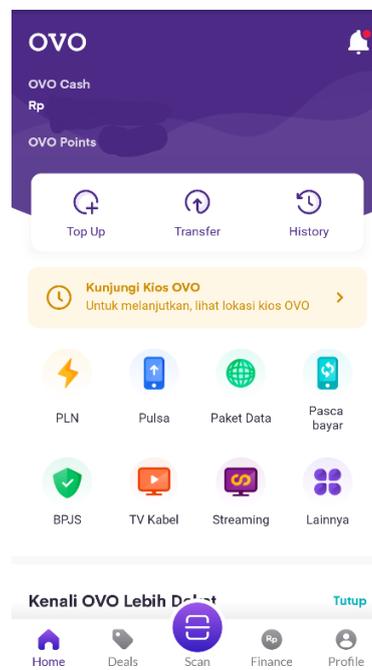
Saya setuju dengan Syarat & Ketentuan dan Kebijakan Privasi

BERIKUTNYA

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

2. *Home*, adalah halaman utama pada aplikasi. Pada halaman ini, para pengguna *e-money* ini, ia dapat memilih transaksi yang ingin dilakukan, seperti pembayaran rekening listrik, BPJS, asuransi, TV kabel, dan lain-lain. Pengguna aplikasi hanya perlu memasukkan kode atau nomor pelanggan yang dimiliki. Selain itu ia juga bisa melakukan transfer ke sesama pengguna OVO maupun ke rekening Bank tertentu.

Gambar 2. 3 Fitur Home pada Aplikasi OVO



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

3. *Deals*, adalah halaman aplikasi untuk mencari berbagai *merchant* yang bekerjasama dengan OVO, kode promo, voucher yang sesuai dengan kategori, sehingga akan memudahkan penggunaannya untuk menemukan

yang sesuai dengan kebutuhannya. Misalkan ia ingin mencari voucher makan, maka ia hanya perlu memilih kategori *Food and Beverage*.

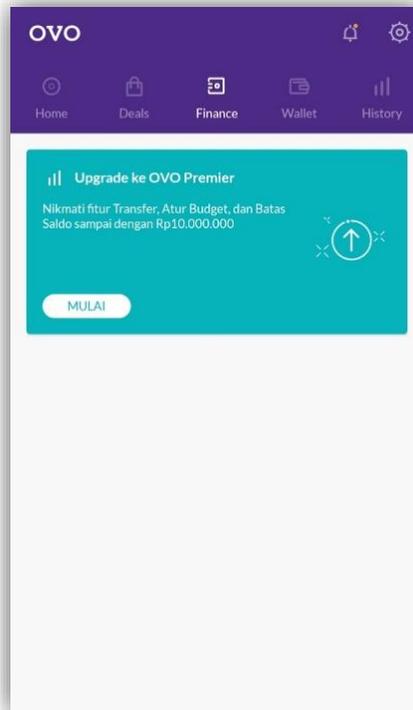
Gambar 2. 4 Fitur Deals Pada Aplikasi OVO



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

4. *Finance*, halaman ini dapat mengatur keuangan dengan membuat limit pemakaian dan menginvestasikan uang pada OVO. Namun halaman ini dapat diakses apabila penggunaannya sudah meng-*upgrade* akun OVO Club ke OVO Premiere. Proses *upgrade* dapat dilakukan di kios tertentu yang tersedia di mall besar tertentu yang daftarnya bisa dilihat dengan mengklik “lihat lokasi kios OVO” dan *upgrade* juga dapat dilakukan secara manual (sendiri), namun menunggu konfirmasi dari OVO minimal 1x24 jam.

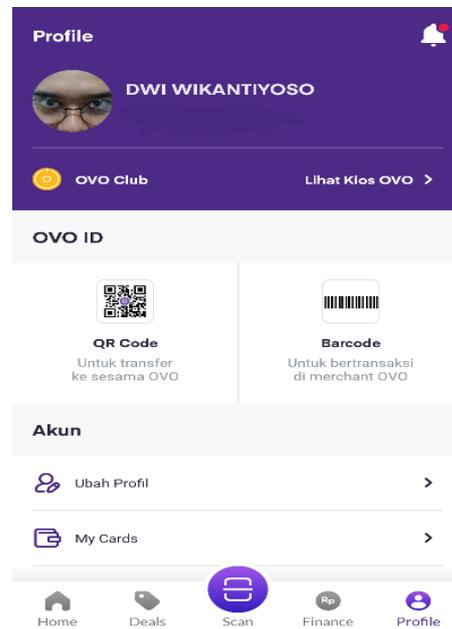
Gambar 2. 5 Fitur Finance Pada Aplikasi OVO



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

5. Profile, adalah halaman yang melihat pada profil akun OVO yang anda miliki. Berisi nama akun anda beserta nomor telfon dan juga status dari akun OVO anda apakah OVO club atau premier, serta berisi OVO ID anda berupa QR code yang berfungsi untuk transfer ke sesama OVO dan Barcode yang berfungsi untuk bertransaksi di merchant OVO.

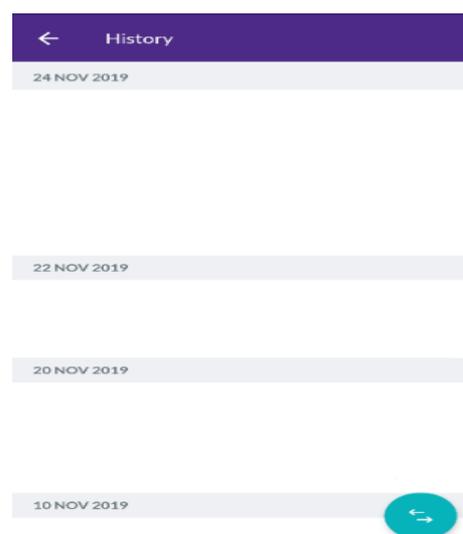
Gambar 2. 6 Fitur Profile Pada Aplikasi OVO



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

6. *History* adalah halaman yang digunakan untuk melihat catatan transaksi anda, baik pemasukan maupun pengeluaran.

Gambar 2. 7 Fitur *History* Pada Aplikasi OVO



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2019)

2.2 Identitas Responden Dompet Elektronik OVO

Identitas responden disajikan untuk mengetahui keadaan atau latar belakang responden sebagai sampel. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang telah mengambil keputusan untuk menggunakan dompet elektronik OVO di Kota Semarang. Data penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner secara langsung saat bertemu dengan responden. Selain itu, penulis juga melakukan penyebaran kuesioner secara online melalui *google form*. Pada bagian ini, disajikan data yang berkaitan dengan identitas responden meliputi jenis kelamin, usia, domisili, pekerjaan, rata-rata pengeluaran perbulan konsumen, lama penggunaan dompet elektronik OVO, intensitas penggunaan dompet elektronik OVO perbulan, jenis transaksi yang sering dilakukan, sumber informasi tentang dompet elektronik OVO yaitu sebagai berikut:

2.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah bentuk fisik yang membedakan antara laki-laki dengan perempuan. Dalam pengumpulan data responden, jenis kelamin responden bertujuan untuk mengetahui perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan yang menjawab pertanyaan penelitian. Berikut data mengenai jumlah responden dilihat dari jenis kelamin responden.

Tabel 2. 1 Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	49	49%
2.	Perempuan	51	51%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 2.1, pengguna OVO di Kota Semarang 51% didominasi oleh perempuan, dengan selisih yang tidak terlalu jauh antara laki-laki dan perempuan bisa dikatakan pengguna OVO berdasarkan jenis kelamin hampir merata.

2.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Terciptanya suatu teknologi diharapkan dapat digunakan oleh berbagai kelompok usia dari muda hingga tua, maka hal ini memungkinkan responden bervariasi dalam hal usia. Data mengenai usia responden berguna untuk mengetahui kelompok usia mana yang paling banyak menggunakan dompet elektronik OVO di Kota Semarang. Berikut ini adalah data mengenai jumlah responden dilihat dari usia.

Tabel 2. 2 Usia Responden

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	19 – 23 tahun	32	32%
2.	24 – 28 tahun	28	28%
3.	29 – 33 tahun	20	20%
4.	34 – 38 tahun	10	10%
5.	39 – 43 tahun	5	5%
6.	44 – 48 tahun	-	-
7.	49 – 53 tahun	5	5%
Jumlah		100 orang	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2.2 di atas diketahui bahwa 60% responden pengguna OVO berada dalam kelompok usia dibawah 30 tahun, yang mana kelompok usia ini memiliki tingkat aktivitas dan mobilitas yang tinggi baik sebagai pelajar/mahasiswa, pengusaha, atau pekerja. 30% pengguna OVO berusia 29-38 tahun, pada kelompok usia 40 tahun keatas yang merupakan usia

keemasan seseorang dalam karir OVO mendapatkan 5% dan 5% pada kelompok usia lanjut 50 tahun keatas.

2.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

Pada bagian ini menjelaskan jumlah responden pengguna OVO di Kota Semarang berdasarkan domisili yang dibagi dalam 16 kecamatan. Berikut hasil pengelompokannya.

Tabel 2. 3 Domisili Responden

No.	Domisili	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Banyumanik	15	15%
2.	Candisari	5	5%
3.	Gajah Mungkur	6	6%
4.	Gayamsari	2	2%
5.	Gunungpati	3	3%
6.	Mijen	1	1%
7.	Ngaliyan	6	6%
8.	Pedurungan	12	12%
9.	Semarang Barat	6	6%
10.	Semarang Selatan	6	6%
11.	Semarang Tengah	8	8%
12.	Semarang Timur	3	3%
13.	Semarang Utara	2	2%
14.	Tembalang	25	25%
	Jumlah	100 orang	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2.3, 25% responden berdomisili di Kecamatan Tembalang dan 15% berdomisili di Kecamatan Banyumanik, yang mana 2 kecamatan ini merupakan kawasan *Central Business District* bagian selatan Kota Semarang. 12% pengguna berdomisili di Kecamatan Pedurungan yang merupakan kawasan CBD wilayah timur Kota Semarang sedangkan Kecamatan Semarang Tengah yang menjadi CBD utama Kota Semarang memperoleh 8%. Hal ini dapat dikatakan bahwa OVO sudah banyak

digunakan pada wilayah pusat perekonomian di Kota Semarang. Pada wilayah pinggiran Kota Semarang seperti pada Kecamatan Mijen, Semarang Utara, dan Gunung Pati pengguna OVO tidak lebih dari 3%.

2.2.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pekerjaan utama yang dilakukan oleh responden. Berikut ini adalah data mengenai jumlah responden yang menggunakan dompet elektronik OVO dilihat dari pekerjaan.

Tabel 2. 4 Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Ibu Rumah Tangga	8	8%
2.	Mahasiswa/Pelajar	18	18%
3.	Pegawai BUMN/Swasta	38	38%
4.	TNI/Polri/PNS	6	6%
5.	Wiraswasta	22	22%
6.	Lain-lain	8	8%
	Jumlah	100 orang	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2.4, pengguna terbanyak OVO di Kota Semarang memiliki pekerjaan sebagai pegawai, baik pegawai BUMN maupun swasta. Pada posisi kedua sebanyak 22% pengguna OVO merupakan wiraswasta/pengusaha yang mana menggunakan OVO sebagai sarana untuk mendukung kegiatan usaha mereka dalam bertransaksi dengan konsumen mereka. 18% pengguna merupakan mahasiswa/pelajar dan pengguna terendah memiliki pekerja sebagai TNI/Polri/PNS sebesar 6%.

2.2.5 Identitas Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran dalam penelitian ini adalah sejumlah uang yang dikeluarkan oleh responden dalam 1 bulan untuk melakukan pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Berikut ini adalah data mengenai jumlah responden pengguna dompet elektronik OVO berdasarkan rata-rata pengeluaran perbulan.

Tabel 2. 5 Pengeluaran Perbulan Responden

No.	Rata-Rata Pengeluaran	Frekuensi	Persentase (%)
1.	<Rp 2.500.000	38	38%
2.	>Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000	44	44%
3.	>Rp 5.000.000 – Rp 7.500.000	12	12%
4.	>Rp 7.500.000 – Rp 10.000.000	2	2%
5.	>Rp 10.000.000	4	4%
	Jumlah	100 orang	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2.5 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden pengguna OVO memiliki rata-rata pengeluaran perbulan sebesar >Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000 dengan jumlah 44% dan persentase terendah sebesar 2% pengguna memiliki rata-rata pengeluaran > Rp 7.500.000 – Rp 10.000.000.

2.2.6 Identitas Responden Berdasarkan Lama Penggunaan OVO

Pada bagian ini menjelaskan jumlah responden pengguna dompet elektronik OVO berdasarkan lama penggunaannya. Berikut hasil pengelompokannya.

Tabel 2. 6 Lama Penggunaan OVO Responden

No.	Jangka Waktu Penggunaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< 3 bulan	4	4%
2.	> 3 bulan – 6 bulan	22	22%
3.	> 6 bulan – 1 tahun	35	35%
4.	> 1 tahun – 1,5 tahun	33	33%
5.	2 tahun	6	6%
	Jumlah	100 orang	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2.6, responden pada penelitian ini didominasi oleh pengguna yang telah menggunakan OVO dalam jangka waktu yang cukup lama, 35% menggunakan OVO selama lebih dari 6 bulan hingga 1 tahun dan 33% menggunakan lebih dari 1 tahun hingga 1,5 tahun. Persentase terendah merupakan pengguna baru OVO yang menggunakan OVO kurang dari 3 bulan.

2.2.7 Identitas Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan OVO dalam Satu Bulan

Data mengenai intensitas penggunaan dimaksudkan untuk mengetahui seberapa sering responden menggunakan dompet elektronik OVO dalam kurun waktu 1 bulan. Berikut adalah data mengenai responden berdasarkan intensitas penggunaan.

Tabel 2. 7 Intensitas Penggunaan OVO Responden

No.	Frekuensi Penggunaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat sering	32	32%
2.	Sering (> 5 kali)	30	30%
3.	Kadang-kadang (2-5 kali)	35	35%
4.	Tidak pernah	3	3%
	Jumlah	100 orang	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2.7, data terbanyak menunjukkan mayoritas pengguna OVO dengan persentase 62% (32% sangat sering 30% sering) dalam kurun waktu 1 bulan memiliki intensitas penggunaan yang tinggi yaitu lebih dari 5 kali bahkan tidak dapat mengingat dengan pasti berapa kali bertransaksi

menggunakan OVO, namun 3% responden menyatakan selama 1 bulan tidak pernah bertransaksi menggunakan OVO.

2.2.8 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Transaksi Melalui OVO

Data mengenai jenis transaksi dimaksudkan untuk mengetahui transaksi apa yang sering dilakukan oleh responden dengan menggunakan dompet elektronik OVO. Berikut adalah data mengenai responden berdasarkan jenis transaksinya.

Tabel 2. 8 Jenis Transaksi Melalui OVO Responden

No.	Jenis Transaksi	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Berbelanja di <i>online shop</i>	8	8%
2.	Bertransaksi pada <i>merchant-merchant</i> OVO	11	11%
3.	Membayar transportasi online	40	40%
4.	Memesan makanan pesan antar	41	41%
	Jumlah	100 orang	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2.8, jenis transaksi yang dilakukan oleh para pengguna OVO mayoritas (81%) merupakan transaksi yang berkaitan dengan Grab sebagai salah satu nama besar penyedia jasa layanan transportasi online, yaitu digunakan untuk memesan makanan menggunakan layanan pesan antar GrabFood dan membayar biaya transportasi. Jenis transaksi terendah dengan perolehan 8% yang dilakukan menggunakan OVO yaitu transaksi berbelanja di *online shop/e-commerce*.

2.2.9 Identitas Responden Berdasarkan Sumber Informasi tentang OVO

Data mengenai sumber informasi tentang OVO dimaksudkan untuk mengetahui dari mana responden mengetahui informasi tentang OVO

pertama kali. Berikut adalah data mengenai responden berdasarkan sumber informasi.

Tabel 2. 9 Sumber Informasi Responden

No.	Jenis Transaksi	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Internet/Sosial media	85	85%
2.	Keluarga/Teman	12	12%
3.	Sales di pusat perbelanjaan	3	3%
	Jumlah	100 orang	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2.9 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden mengetahui informasi dompet elektronik OVO adalah dari internet atau sosial media yaitu sebanyak 85%. Kemudian responden yang mengetahui OVO dari keluarga atau teman sebanyak 12%. Sedangkan yang paling sedikit adalah responden yang mengetahui OVO dari *sales* di pusat perbelanjaan yaitu sebanyak 3%.