

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan dari teknologi saat ini sudah semakin pesat, yang tentunya juga mempengaruhi penggunaan internet di masyarakat. Penggunaan internet saat ini sangat melekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. Kemajuan penggunaan teknologi dan internet menyebabkan terjadinya digitalisasi di masyarakat. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *Facebook* bersama dengan *Bain & Company* menyatakan bahwa jumlah konsumen digital yang ada di Indonesia mengalami pertumbuhan, dari sebelumnya 119 juta atau 58 persen pada tahun 2019, meningkat pada tahun 2020 menjadi 137 juta atau 68 persen.¹ Digitalisasi pun semakin beragam dalam berbagai bidang, salah satunya ekonomi. Pemanfaatan digitalisasi dalam bidang ekonomi saat ini mendorong pertumbuhan ekonomi baru yang disebut dengan ekonomi digital. Ekonomi digital adalah konsep ekonomi yang didasarkan pada barang dan jasa yang dibuat dan diperdagangkan secara elektronik.²

Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi digital, telah banyak perusahaan yang membuat sistem pembayaran yang transaksinya dapat dilakukan melalui ponsel atau biasa disebut dengan *Fintech (financial technology)* atau teknologi

¹ Leo Dwi Jatmiko. *Tahun Ini, Indonesia Punya 137 Juta Konsumen Digital*. Diakses dari <https://teknologi.bisnis.com/read/20200831/266/1285199/tahun-ini-indonesia-punya-137-juta-konsumen-digital> pada tanggal 31 Maret 2021

² Posmaria Sianturi, "Peran Ekonomi Digital dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional", *Jurnal Inspirasi* Vol. 8 No. 2, 2017, hlm. 52

finansial guna menjembatani kebutuhan dan menggerakkan kegiatan jual-beli antara penjual dan pembeli. Teknologi finansial adalah industri dalam layanan keuangan berbasis teknologi yang menghasilkan inovasi-inovasi dan memberikan fasilitas layanan keuangan yang berbeda dari lembaga keuangan konvensional sehingga mempermudah masyarakat dalam bertransaksi.³

Perkembangan teknologi finansial mempercepat arus globalisasi dan menjadikan sistem pembayaran digital menjadi alternatif sistem pembayaran di berbagai negara, salah satunya Indonesia. Selain itu, hasil riset yang dilakukan oleh *Hootsuite (We are Social)* yaitu platform manajemen media sosial, melaporkan pada bulan Januari 2021 sebesar 129.9 juta jumlah orang telah mengaktifkan transaksi pembayaran secara digital di Indonesia.⁴ Hal tersebut memperlihatkan bahwa sistem pembayaran digital telah marak digunakan oleh masyarakat.

Perkembangan dari teknologi finansial melahirkan dompet digital sebagai salah satu inovasinya. Lahirnya dompet digital menyebabkan terjadinya *cashless society* di masyarakat sehingga masyarakat saat ini sudah tidak lagi menggunakan uang tunai dalam melakukan transaksi pembayaran.⁵ Dompet digital atau *e-wallet* adalah dompet *virtual* yang digunakan untuk melakukan transaksi secara elektronik dengan lebih cepat dan aman.⁶ Kelebihan yang ditawarkan oleh dompet digital

³ Ni Luh Wiwik Sri Rahayu, dkk, *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 1

⁴ Simon Kemp. *Digital 2021: Indonesia*. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> pada tanggal 31 Maret 2021

⁵ Sisca Aulia, "Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital", *Jurnal Komunikasi* Vol.12 No.2, 2020, hlm.318

⁶ Alvin Yoga. *Semua yang Perlu Kamu Tahu Soal Dompet Digital atau E-Wallet*. Diakses dari <https://www.cosmopolitan.co.id/article/read/6/2020/20627/semua-yang-perlu-kamu-tahu-soal-dompet-digital-atau-e-wallet> pada tanggal 31 Maret 2021

memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi jual-beli, yang memungkinkan konsumen dapat berbelanja secara lebih cepat dan praktis. Dompot digital muncul sebagai model baru dari teknologi finansial yang penggunaannya dilakukan melalui platform teknologi dan berbasis digital yang akan tertanam pada layanan keuangan.⁷ Dengan berkembangnya sistem pembayaran dengan dompet digital seperti ini, menyebabkan perubahan perilaku konsumen di masyarakat, di mana masyarakat mengalami peralihan dari alat pembayaran secara konvensional menggunakan uang tunai menjadi pembayaran secara digital. Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa nilai transaksi uang elektronik per Agustus tahun 2020 naik hingga 33,8% atau Rp. 17 triliun dibandingkan dengan bulan Agustus tahun 2019.⁸ Dompot digital yang saat ini sedang berkembang di masyarakat pun beragam. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ipsos sebuah perusahaan riset pasar multinasional, terdapat empat dompet digital di Indonesia yang menjadi pemain utama, yakni GoPay, OVO, Dana dan LinkAja.⁹

OVO disebut sebagai dompet digital yang memiliki nilai transaksi terbesar di Indonesia dengan merujuk pada data Bank Indonesia (BI) yang menyatakan bahwa pangsa pasar dari dompet digital OVO mencapai 37% dari jumlah total

⁷ Ni Luh Wiwik Sri Rahayu, dkk, *Op.Cit.*, hlm.2

⁸ Dimas Jarot Bayu. *Nilai Transaksi Uang Elektronik Tumbuh 33,8% pada Agustus 2020*. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/15/nilai-transaksi-uang-elektronik-tumbuh-338-pada-agustus-2020> pada tanggal 31 Maret 2021

⁹ Kunthi Fahmar Sandy. *68% Generasi Milenial Indonesia Gunakan Dompot Digital*. Diakses dari <https://ekbis.sindonews.com/berita/1525015/34/68-generasi-milenial-indonesia-gunakan-dompot-digital> pada tanggal 01 April 2021

transaksi dompet digital yang ada di Indonesia.¹⁰ Selain itu, Rapyd, perusahaan *fintech* global melakukan riset *Asia Pacific eCommerce and Payment Study* pada tahun 2020. Hasil riset tersebut menyatakan bahwa OVO adalah metode pembayaran nomor satu yang paling sering digunakan di Indonesia. Disusul dengan kartu debit pada urutan kedua dan ATM Bank pada urutan ketiga. Walaupun kartu debit dan ATM Bank sering digunakan, akan tetapi popularitasnya rendah karena dompet digital memiliki kelebihan yang dapat digunakan untuk transaksi sehari-hari.¹¹ OVO pertama kali diluncurkan pada tahun 2017 dan dikembangkan oleh PT. Visionet Internasional yang saat ini berafiliasi dengan Grab.

Penelitian yang dilakukan oleh Kumala & Mutia (2020) mengungkapkan bahwa OVO adalah dompet digital yang lebih diminati dikalangan mahasiswa karena promo diskon atau *cashback* yang diberikan.¹² Mahasiswa merupakan bagian dari generasi muda yang identik dengan teknologi, khususnya dalam penggunaan internet. Menurut survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet pada tahun 2018 yang berusia 15-19 tahun memiliki persentase sebesar 91% dan usia 20-24 tahun dengan persentase sebesar 88,5%.¹³ Selain itu Ipsos sebagai perusahaan riset pasar multinasional juga

¹⁰ Pingit Aria. *OVO Jadi Dompet Digital Terbesar di Indonesia Berkat Ekosistem Grab*. Diakses dari <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/5e9a4e6c28da0/ovo-jadi-dompet-digital-terbesar-di-indonesia-berkat-ekosistem-grab> pada tanggal 01 April 2021

¹¹Rapyd. *Asia Pacific eCommerce and Payments Guide 2020*. Diakses dari <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/5246303/Asia%20Pacific%20eCommerce%20and%20Payments%20Guide%202020.pdf> pada tanggal 23 Agustus 2022

¹² Irna Kumala dan Intan Mutia, "Pemanfaatan Aplikasi Dompet Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa", *Seminar Nasional Riset dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*, 2020, hlm.68.

¹³ Erwin Prima. *Usia 15-19 Tahun Pengakses Internet Terbesar di Indonesia*. Diakses dari <https://tekno.tempo.co/read/1205955/usia-15-19-tahun-pengakses-internet-terbesar-di-indonesia> pada tanggal 02 April 2021

melakukan penelitian pada generasi muda yaitu generasi milenial dan gen Z pengguna dompet digital. Hasil penelitian dari Ipsos menunjukkan bahwa sekitar 68% generasi muda Indonesia menggunakan dompet digital setiap minggunya minimal satu hingga dua kali dengan rata-rata *top-up* saldo per minggunya sebesar Rp. 140.663.¹⁴ Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa generasi muda Indonesia, khususnya dalam rentang usia mahasiswa yang pada umumnya berusia 18-24 tahun adalah pengguna aktif internet yang sudah tidak asing lagi dengan penggunaan dompet digital.

Dalam konsep *embeddeness* atau keterlekatan yang dikemukakan oleh Granovetter, ia mengidentifikasi relasi sosial dalam konteks ekonomi.¹⁵ Tindakan ekonomi yang dilakukan oleh individu dilihat sebagai produk dari individu yang berinteraksi dalam jaringan sosial.¹⁶ Dalam penelitian ini, tindakan ekonomi berupa penggunaan OVO sebagai alat pembayaran yang digunakan oleh mahasiswa tidak hanya dilihat melalui fungsi utilitas atau nilai gunanya saja, tetapi juga dikaitkan dengan aktor lain di dalam jaringan sosialnya. Dengan begitu, penggunaan dompet digital OVO dilihat sebagai tindakan ekonomi yang melekat di dalam jaringan sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus untuk mendalami keterlekatan mahasiswa dengan jaringan sosialnya terkait dengan fenomena pembayaran digital,

¹⁴ Budi Cahyono. *Pengguna Dompet Digital Didominasi Generasi Milenial*. Diakses dari <https://www.ayojakarta.com/read/2020/02/12/11897/pengguna-dompet-digital-didominasi-generasi-milenial> pada tanggal 02 April 2021

¹⁵ Greta R. Krippner, Anthony S. Alvarez, "Embeddedness and the Intellectual Projects of Economic Sociolog", *Annual Review of Sociology* Vol. 33, 2007, hlm.222

¹⁶ Jens Beckert dan Milan Zafirovski, *International Encyclopedia of Economic Sociology*, (USA: Routledge, 2011), hlm. 231

khususnya dompet digital OVO dalam melakukan transaksi pembayaran sebagai pembentuk gaya hidup digital. Penelitian ini memiliki urgensi untuk menyajikan data terbaru terkait dengan hasil penelitian mengenai penggunaan teknologi dompet digital yang identik dengan mahasiswa khususnya di tingkat lokal sebagai alat pembayaran.

1.2 Permasalahan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan permasalahan penelitian yang akan diteliti dan dianalisis oleh peneliti pada penelitian ini. Saat ini *cashless society* atau masyarakat nirtunai mengalami perkembangan di masyarakat, hal tersebut terjadi karena lahirnya dompet digital sebagai model baru dari teknologi finansial. Dengan semakin banyaknya orang yang mengaktifkan transaksi pembayaran secara digital menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital marak digunakan oleh masyarakat.

OVO merupakan aplikasi dompet digital yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa. Terlebih lagi dengan kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan oleh OVO sebagai dompet digital menjadi daya tarik bagi mahasiswa. Dalam konsep *embeddedness* atau keterlekatan, penggunaan OVO tidak hanya dilihat sebagai tindakan ekonomi yang didasari pada fungsi utilitas atau nilai gunanya saja, tetapi juga melekat di dalam jaringan sosial. Dalam hal ini, penggunaan OVO yang dilakukan oleh mahasiswa berhubungan dengan relasi sosial yang terjalin di dalam jaringan sosial mahasiswa. Keterlekatan antara mahasiswa dengan jaringan

sosialnya juga dapat membentuk gaya hidup digital mahasiswa sehingga mahasiswa mengandalkan OVO dalam melakukan transaksi pembayaran.

Dari permasalahan tersebut, maka peneliti membuat pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme penggunaan platform dompet digital OVO di kalangan mahasiswa pengguna OVO di Kota Depok?
2. Bagaimana mekanisme penggunaan platform dompet digital OVO di kalangan mahasiswa pengguna OVO tersebut melekat (*embedded*) dengan gaya hidup digital mereka?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui mekanisme penggunaan platform dompet digital OVO di kalangan mahasiswa pengguna OVO di Kota Depok.
2. Untuk mengetahui mekanisme penggunaan platform dompet digital OVO di kalangan mahasiswa pengguna OVO tersebut melekat (*embedded*) dengan gaya hidup digital mereka.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai tambahan referensi bagi peneliti lain untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang memiliki topik relevan.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pustaka bagi kajian Sosiologi Ekonomi.

2. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai perkembangan dari pembayaran digital yang digunakan oleh mahasiswa dalam mengkonsumsi barang atau jasa dengan menggunakan OVO sehingga menjadi gaya hidup di kalangan mahasiswa.

1.5 Tinjauan Studi Sejenis

Dalam sebuah penelitian dibutuhkan penelitian terdahulu yang sejenis sebagai referensi. Tinjauan studi sejenis digunakan oleh peneliti sebagai acuan di dalam menulis penelitian. Tinjauan studi sejenis juga digunakan oleh penulis untuk membandingkan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian yang dilakukan peneliti.

Pertama, penelitian yang ditulis oleh Laila Ramadani dengan judul “Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa”.¹⁷ Penelitian ini diterbitkan pada Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan. Dalam penelitian ini menjelaskan pengaruh dari penggunaan kartu debit dan juga uang elektronik terhadap pengeluaran konsumsi

¹⁷ Laila Ramadani, “Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa”, *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan* Vol. 8 No. 1, 2016, hlm. 1-7

mahasiswa. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan 150 responden yang merupakan mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan adanya hubungan positif dan pengaruh yang signifikan diantara penggunaan kartu debit dan (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. Penggunaan kartu debit dan uang elektronik telah menjadi gaya hidup mahasiswa. Kartu debit disebut sebagai simbol budaya konsumen di kalangan mahasiswa yang menjadi *trend* karena memberikan kemudahan bagi penggunaanya dalam pengambilan uang secara tunai, pembayaran tagihan dan fasilitas lainnya. Pemakaian kartu debit menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi mahasiswa. Semakin tinggi penggunaan kartu debit maka pengeluaran konsumsi pun juga meningkat. Jika dilihat secara psikologis, seseorang lebih mudah untuk mengeluarkan uang dalam bentuk non-tunai. Hal tersebut disebabkan karena terjadinya perilaku pertukaran (*trade behaviour*) instrumen fisik dan non fisik pada uang.

Kedua, penelitian yang berjudul “Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru” oleh Muhammad Badri.¹⁸ Penelitian ini dipublikasi pada Jurnal Inovasi Bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Badri bertujuan untuk mengetahui bagaimana masyarakat Kota Pekanbaru mengadopsi hasil inovasi dari perkembangan teknologi yakni aplikasi dompet digital dan menggambarkan bagaimana peralihan *cashless society* di Kota Pekanbaru. Penelitian menggunakan

¹⁸ Muhammad Badri, “Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru”, *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* Vol.8, 2020, hlm. 120-127

metode kuantitatif - deskriptif. Penelitian memilih 120 responden dari generasi Y dan generasi Z.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis difusi inovasi yang terbagi kedalam lima aspek, yakni pertama Pengetahuan, kedua Persuasi, ketiga Keputusan, keempat Implementasi, dan kelima Konfirmasi. Hasilnya ditemukan, pada aspek pengetahuan responden memiliki pengetahuan yang tinggi terkait dengan aplikasi dompet digital dan manfaatnya. Pengetahuan ini dapat dipengaruhi melalui akses terhadap ponsel pintar, tablet, dan perangkat sejenis lainnya. Pada aspek persuasi, sumber informasi paling dominan yang diterima berasal dari media massa dan media sosial dibandingkan dengan komunikasi interpersonal dengan teman atau keluarga. Aspek keputusan ditemukan bahwa responden memiliki minat yang tinggi untuk mencoba aplikasi dompet digital. Lalu, pada aspek implementasi ditemukan bahwa meskipun para adopter telah mengunduh aplikasi dompet digital tetapi intensitas penggunaan dompet digital masih belum tinggi sekitar 54,7% . Hal ini terjadi karena uang tunai masih mempunyai peran dalam transaksi pembayaran. Selanjutnya, sebagian besar responden mengatakan akan terus mengadopsi inovasi aplikasi dompet digital, ini merupakan aspek konfirmasi. Hal tersebut didasari oleh kepraktisan dan kemudahan serta keuntungan yang diberikan seperti diskon dan *cashback*.

Ketiga, penelitian dilakukan oleh Wan Maharani S.S dan Arif Darmawan yang berjudul “Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Kota Batam Berdasarkan

Penggunaan *E-Money* Berbasis Aplikasi”.¹⁹ Tujuan penelitian untuk menganalisis penggunaan dan pola konsumsi *e-money* yang berbasis aplikasi pada masyarakat Kota Batam. Penelitian dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan total responden sebanyak 84.

Hasil penelitian menemukan bahwa sebesar 51% masyarakat Kota Batam menyatakan bahwa faktor promosi dan diskon adalah daya tarik utama yang menjadi alasan mereka untuk memakai *e-money* berbasis aplikasi. Terdapat tiga pemain utama yang digunakan oleh masyarakat Kota Batam, yaitu Dana, OVO, dan Gopay. Dalam penggunaannya, generasi milenial menjadi generasi dengan rata-rata pengeluaran konsumsi tertinggi. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti juga menemukan bahwa pengeluaran masyarakat untuk konsumsi pangan dasar masuk dalam kategori rendah, karena masih lebih banyak masyarakat yang memilih berbelanja di pasar tradisional. Pengeluaran konsumsi untuk makanan jadi juga tergolong rendah. Sementara untuk fasilitas rumah tangga dan tagihan masuk dalam kategori rendah. Faktor keamanan masih menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk melakukan pembayaran lewat *e-money* yang berbasis aplikasi ini karena masyarakat merasa lebih aman dengan pembayaran tunai jika jumlah tagihan besar.

Selain itu, konsumsi non makanan seperti *fashion*, transportasi, komunikasi dan hiburan juga masih masuk ke dalam kategori rendah. Namun, diantara kelompok konsumsi tersebut, terdapat peningkatan pengeluaran untuk konsumsi

¹⁹ Wan Maharani S.S, Arif Darmawan, “Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Kota Batam Berdasarkan Penggunaan E-Money Berbasis Aplikasi”, *Jurnal Akuntansi. Ekonomi dan Manajemen Bisnis* Vol.8 No.2, 2020, hlm. 248-261

hiburan seperti pembelian tiket untuk bioskop, hotel, wisata, dan karaoke walaupun masih tergolong rendah. Hal ini terjadi karena masih belum banyaknya promosi yang ditawarkan. Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa pola konsumsi masyarakat Kota Batam dalam menggunakan *e-money* yang berbasis aplikasi secara keseluruhan tidak mengalami perubahan yang begitu signifikan.

Keempat, penelitian ini berjudul “Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital Di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya”.²⁰ Penelitian yang ditulis oleh Vina Dewi Ramadhanty , Rafi Indra Permana , Belia Rida Syifa Fauzia , Nur Aini Rakhmawati ini dipublikasikan pada Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi. Penelitian memiliki tujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mendukung penggunaan dari dompet digital beserta dengan alasannya.

Hasil penelitiannya ditemukan bahwa mayoritas responden sebesar 95,18% menggunakan dompet digital. Dari hasil kuesioner ditemukan terdapat beberapa faktor yang membuat responden menggunakan dompet digital. Sebesar 40,96% responden setuju dengan keamanan dompet digital. 57,83% responden sangat setuju dengan kemudahan dompet digital untuk digunakan dan didapatkan. 60,24% responden juga sangat setuju bahwa promo seperti *cashback* dan diskon menjadi salah satu faktor penggunaan dompet digital. Sebesar 31,32% responden setuju bahwa tidak dikenai biaya admin merupakan salah satu faktor. 39,75% responden sangat setuju bahwa mereka menggunakan dompet digital karena mengikuti

²⁰ Vina Dewi Ramadhanty, dkk, “Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital Di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya”, *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi* Vol. 8 No.1, 2021, hlm. 312-321

perkembangan teknologi. Sebesar 84,09% responden sangat setuju dengan menggunakan dompet digital transaksi menjadi lebih praktis dan efisien dibanding uang tunai.

Privasi juga menjadi salah satu faktor penggunaan dompet digital karena para pengguna diharuskan untuk memasukkan *password* terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi, terlihat dari 48,19% responden yang sangat setuju dengan faktor ini. Sebanyak 40,96% responden juga sangat setuju dompet digital memberikan sistem security atau keamanan bagi penggunanya. Inovasi dari dompet digital juga mendukung penggunaan dompet digital, hal ini terbukti dengan persentase 40,96% responden menyatakan sangat setuju. Dari faktor-faktor penggunaan dompet digital tersebut, faktor praktis dan efisien menjadi paling banyak disetujui oleh mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital di kalangan mahasiswa sudah populer dan banyak digunakan untuk melakukan transaksi karena lebih praktis dan efisien.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Sisca Aulia dalam Jurnal Komunikasi dengan judul “Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital”.²¹ Penelitian dilakukan menggunakan metode deskriptif-kualitatif. Penelitian ini membahas mengenai pola perilaku dari konsumen generasi milenial dengan pembelian serba cepat serta tidak direncanakan (*impulsive buying*) yang didasari atas promosi dan sarana pembayaran digital. Penelitian menggunakan teori perubahan perilaku konsumen.

²¹ Sisca Aulia, “Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital”, *Jurnal Komunikasi* Vol.12 No.2, 2020, hlm.311-320

Pergeseran perilaku konsumen terbagi menjadi, (1) *Go Virtual*, (2) *Go Digiwhere*, (3) *Go Contactless*, (4) *Go Omni*, dan (5) *Go Confidential*. Hasil penelitian menemukan bahwa tren belanja masyarakat yang bergeser dari transaksi tradisional ke transaksi online tidak menurunkan tingkat konsumerisme masyarakat. Tingkat konsumerisme ini terus meningkat karena kemudahan yang diberikan dompet digital dalam memesan dan membeli barang. Dalam proses belanja, terdapat empat faktor yang mempengaruhi konsumen, yaitu kondisi psikologi dari pembeli, tindakan dari perusahaan, sosial, serta teknologi. Melalui dompet digital, konsumen tidak perlu lagi melakukan transaksi jual-beli secara tradisional. Pandemi Covid-19 juga telah mengembangkan *adaptive shopper* dalam masyarakat yang menumbuhkan sifat konsumerisme.

Keenam, Penelitian yang ditulis oleh Puji Rahayuningsih dan Susanto dalam Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) berjudul “Daya Tarik Dompet Digital”.²² Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui daya tarik OVO sebagai dompet digital. Penelitian dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian dilakukan dengan konsep perilaku konsumen.

Hasil dari penelitian ditemukan empat daya tarik yang dimiliki oleh OVO. Pertama, banyaknya promosi. Promosi yang diberikan oleh OVO berupa *cashback* dan *voucher*. Promosi ini diberikan agar para konsumen merasa memperoleh keuntungan lebih dibandingkan dengan dompet digital lainnya. Dari kedua promosi tersebut, *cashback* merupakan salah satu promosi yang paling dicari oleh

²² Puji Rahayuningsih, Susanto, “Daya Tarik Dompet Digital”, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* Vol.6 No1, 2021, 43-49

masyarakat saat ini. Kedua, kemudahan bertransaksi. Kemudahan transaksi ditunjukkan lewat fitur yang diberikan OVO seperti *top-up* saldo tanpa biaya tambahan administrasi dan fitur transfer ke bank lain tanpa biaya tambahan administrasi. Fitur tersebut yang menjadi ketertarikan lebih bagi OVO dibandingkan dengan dompet digital lain karena pengguna merasa diuntungkan. Dalam fitur ini OVO melibatkan sejumlah pihak untuk bekerjasama diantaranya Grab dan beberapa Bank seperti Mandiri, BRI, CIMB Niaga, BCA Permata Bank, BNI dan sebagainya serta beberapa *retail store* di bawah naungan Lippo Group.

Ketiga, banyak diterima pada *merchant-merchant*. Banyaknya merchant yang bekerjasama dengan OVO menjadi daya tarik OVO bagi pengguna. Terdapat ratusan merchant yang saat ini menjadi rekan OVO diantaranya Hypermart, Cinemaxx, Shihlin, Chatime, Matahari Department Store, dan lainnya. Dan keempat, lebih praktis, cepat dan mudah dalam bertransaksi. OVO memberikan berbagai manfaat dalam melakukan transaksi seperti mempersingkat waktu pembayaran sehingga transaksi lebih cepat dan lebih praktis karena tidak perlu membawa uang *cash* dalam jumlah banyak. Hanya dengan memasukkan nomor ponsel yang telah terdaftar atau *scan barcode* OVO yang ada di merchant pengguna sudah dapat melakukan transaksi.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Tiago Oliveira, Manoj Thomas, Goncalo Baptista, dan Filipe Campos dalam *Computers in Human Behavior* dengan judul “Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and

intention to recommend the technology”.²³ Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penentu dalam adopsi pembayaran seluler dan niat dari pengguna untuk merekomendasikan penggunaan teknologi ini. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif. Survei dilakukan di Portugal dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa dan alumni dari universitas di Portugal. 60% dari subjek penelitian adalah perempuan dengan usia berkisar antara 18 hingga 66 tahun, dan usia rata-rata adalah 29 tahun.

Penelitian dilakukan dengan menggabungkan teori *unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT2) dan *diffusion of innovations* (DOI). Hasil penelitian mengidentifikasi bahwa terdapat tiga area yang dapat mempengaruhi adopsi pengguna pembayaran seluler, yaitu karakteristik khusus pelanggan, karakteristik khusus teknologi, dan karakteristik lingkungan. Dalam penelitian ini, inovasi menjadi faktor penting dalam menjelaskan adopsi pembayaran seluler. Pada area pertama menjelaskan bahwa pelanggan yang mendapatkan informasi dengan baik lebih mungkin untuk mengadopsi pembayaran seluler. Informasi yang didapatkan oleh pelanggan menampilkan manfaat teknologi pembayaran seluler yang dikombinasikan dengan fitur keamanan. Informasi tersebut didapatkan melalui iklan atau dengan cara lain yang dapat menghasilkan hasil positif.

²³ Tiago Oliveira, Manoj Thomas, Goncalo Baptista, Filipe Campos, “Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology”, *Computers in Human Behaviour* Vol 61, 2016, hlm. 404-412

Pada area kedua melibatkan faktor spesifik dari teknologi seperti kompatibilitas, keamanan dan harapan kinerja. Promosi yang menekankan kegunaan pembayaran seluler seperti belanja lebih cepat, transaksi aman, di mana saja dan kapan saja dapat menarik perhatian dari pengguna dan memperkuat penerimaan dan penggunaan teknologi tersebut. Area ketiga melibatkan faktor lingkungan yang mencakup pengaruh sosial. Dalam area ini, pengaruh niat untuk merekomendasikan merupakan faktor signifikan yang dapat menguntungkan penyedia layanan. Pemasaran jejaring sosial melalui teman, kerabat dan atasan adalah cara yang ampuh yang dapat dilakukan untuk membantu pengenalan, promosi dan penggunaan teknologi pembayaran seluler.

Kedelapan, penelitian yang ditulis oleh Yestias Maharani dengan judul “Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2”.²⁴ Penelitian ini dipublikasikan pada Jurnal Akuntansi dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi. Penelitian ini memiliki tujuan melihat hubungan antara variabel UTAUT 2 dan menggabungkannya dengan variabel kepercayaan terhadap niat untuk menggunakan kembali transaksi *mobile payment*. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan sampel mahasiswa D3 Akuntansi yang termasuk generasi Z dengan total 146 responden. Penelitian dilakukan dengan menggunakan teori *The unified theory of acceptance and use of technology* (UTAUT 2) yang ditambah dengan variabel kepercayaan (*trust*). Untuk variabel UTAUT 2 yang digunakan dalam oleh peneliti di dalam penelitian ini

²⁴ Yestias Maharani, “Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2”, *Jurnal Akuntansi dan Bisnis* Vol. 7 No.2, 2021, hlm. 140-152

adalah ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai perolehan, dan kebiasaan.

Hasil penelitian mengungkapkan variabel ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, ekspektasi usaha, motivasi hedonis, kondisi fasilitas dan nilai perolehan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat generasi Z dalam menggunakan kembali transaksi *mobile payment*. Sementara variabel kebiasaan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat generasi Z dalam menggunakan kembali *mobile payment*. Hal tersebut terjadi karena generasi Z sudah terbiasa menggunakan *mobile payment* dan percaya bahwa transaksi yang dilakukan dengan menggunakan *mobile payment* bisa menjaga kerahasiaan data yang mereka miliki sehingga mereka akan terus menggunakan layanan *mobile payment* tersebut. Selain itu juga dengan tingkat keamanan yang baik dan informasi yang akurat menjadikan generasi Z merasa nyaman dan percaya untuk terus menggunakan *mobile payment*.

Kesembilan, penelitian yang dilakukan oleh Daivi Rodima-Taylor & William W. Grimes dengan judul “International remittance rails as infrastructures: embeddedness, innovation and financial access in developing economies”.²⁵ Penelitian ini dimuat pada *Review of International Political Economy*. Penelitian dilakukan dengan metode kualitatif - etnografi. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana teknologi baru dan model bisnis infrastruktur pembayaran digital

²⁵ Daivi Rodima-Taylor & William W. Grimes, “International remittance rails as infrastructures: embeddedness, innovation and financial access in developing economics”, *Review of International Political Economy*, 2019, hlm.1-20

berinteraksi dengan institusi sosial ekonomi lokal, norma, dan agensi dalam jaringan pengiriman uang. Penelitian dilakukan dengan konsep infrastruktur, *assemblage*, inovasi, dan ekonomi platform.

Pengiriman uang sangat penting bagi negara berkembang, khususnya bagi rumah tangga yang tidak memiliki akses ke sistem keuangan formal. Dengan menemukan solusi baru untuk pengiriman uang yang efisien telah menjadi isu pembangunan sentral di era mobilitas global yang semakin intensif saat ini. Kemajuan pesat baru-baru ini dalam teknologi keuangan digital yang difasilitasi oleh teknologi informasi dan konektivitas seluler, mengkonfigurasi ulang tatanan keuangan dan memperkenalkan aktor baru di luar sektor perbankan tradisional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai perantara sosial dan manusia adalah elemen penting dalam infrastruktur platform. Ekosistem inovasi yang muncul seputar mata uang seluler dan digital dibangun di atas pengetahuan dan pola asli pengelolaan sumber daya, praktik moneter budaya, dan nilai-nilai kekerabatan. Seperti yang terungkap dari kasus-kasus di Afrika dan Asia, hadirnya alternatif infrastruktur pengiriman uang telah membantu menurunkan biaya pengiriman uang dan memperkuat jaringan sosial serta kekerabatan yang mengikat diaspora dengan negara asal mereka.

Kesepuluh, penelitian yang ditulis oleh Sophie Mützel yang dimuat dalam *New Media & Society* dengan judul “Unlocking the payment experience: Future imaginaries in the case of digital payments”.²⁶ Penelitian ini membahas mengenai

²⁶ Sophie Mützel, “Unlocking the payment experience: Future imaginaries in the case of digital payments”, *new media & society* Vol.23 No.2, 2021, hlm. 284-297

peran platform dan inovasi teknologi finansial dalam membentuk kehidupan masyarakat sehari-hari dan interaksi mereka dengan orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan peran penting dari imajinasi masa depan dalam membentuk pengalaman pembayaran.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa terdapat tiga imajiner yang membentuk industri perbankan dan pembayaran, yaitu monetisasi data, pertumbuhan pembayaran digital, dan pengalaman pembayaran. Imajiner di industri perbankan dan pembayaran tersebut pada masa depan membentuk praktik modifikasi uang. Monetisasi data dilakukan dengan memanfaatkan data transaksional untuk fokus pada layanan bernilai tambah seperti iklan yang dipersonalisasi, penawaran khusus, manajemen loyalitas. Kemudian pertumbuhan pembayaran digital. Pertumbuhan pembayaran digital membayangkan masa depan platform pembayaran mendorong pertumbuhan transaksi pembayaran dengan menawarkan kemungkinan jejaring sosial, menghubungkan beberapa sumber data transaksional sekaligus juga menjamin privasi dan keamanan data dari pengguna.

Selanjutnya pengalaman pembayaran. Dengan kemudahan penggunaannya, yaitu hanya dengan menekan tombol pada *smartphone* sendiri diharapkan dapat menghemat waktu, aman sehingga transaksi dapat dilakukan secara langsung dan transparan. Pengalaman yang dirasakan dari pembayaran tersebut menjadi pengalaman yang dapat dibagikan dengan rekan-rekan dan juga dapat menyatukan *retailer* (pengecer), *brand* (merek) dan konsumen. Imajinasi dari pembayaran digital tersebut membentuk industri perbankan saat ini menjadi platform pembayaran dan memperbaiki layanan keuangan yang didasarkan dengan

modifikasi uang. Sebelumnya penggunaan uang tunai diminati karena memberikan kenyamanan (serbaguna dan dapat diterima secara luas), kontrol (pengeluaran terbatas pada uang tunai yang ada di dompet) dan nilai (gratis, dalam penampilan). Namun saat ini konsumen menginginkan kenyamanan berupa personalisasi pembayaran (bagaimana konsumen membayar), kontrol berupa alat pintar untuk mengontrol pengeluaran (pembayaran dilakukan secara transparan di aplikasi) dan nilai (penawaran yang diberikan secara personal). Data digital yang dihasilkan dari pembayaran digital menghadirkan jenis klasifikasi sosial baru yang dibentuk secara relasional oleh orang lain, dengan siapa kita mungkin terhubung kuat atau lemah. Pilihan individu dan relasional kita bercampur dan diformat untuk ekonomi digital. Akibatnya, pembayaran digital memainkan peran sentral dalam transformasi ekonomi saat ini yang dalam jangka panjangnya dapat mengubah cara orang berinteraksi.



Tabel 1.1

Perbandingan Tinjauan Pustaka Sejenis

No.	Judul / Sumber Referensi	Teori/ Konsep	Metodologi	Persamaan	Perbedaan
1.	<p>Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa</p> <p>Laila Ramadani (Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan, Vol. 8, No 1 Maret 2016)</p> <p>Jenis: Jurnal Nasional</p>	Teori Konsumsi	Kuantitatif	Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai penggunaan sistem pembayaran digital	Pembayaran elektronik yang digunakan adalah kartu debit dan e-money
2.	<p>Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru</p> <p>Muhammad Badri (Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis 8, 2020)</p> <p>Jenis: Jurnal Nasional</p>	Difusi inovasi	Kuantitatif	Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai penggunaan sistem pembayaran digital	Lebih berfokus pada minat untuk menggunakan dompet digital

3.	<p>Analisis Pola Konsumsi Masyarakat Kota Batam Berdasarkan Penggunaan E-money Berbasis Aplikasi</p> <p>Wan Maharani S.S, Arif Darmawan (Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis Vol.8 No.2, 2020)</p> <p>Jenis: Jurnal Nasional</p>	Konsumsi	Kuantitatif	Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai penggunaan sistem pembayaran digital	Lebih berfokus pada peran pembayaran digital dalam pengeluaran konsumsi sehari-hari
4.	<p>Analisis Faktor Penggunaan Dompet Digital Di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya</p> <p>Vina Dewi Ramadhanty, dkk (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi Vol.8 No. 1, 2021)</p> <p>Jenis: Jurnal Nasional</p>	Inovasi disruptif	Kuantitatif	Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai penggunaan sistem pembayaran digital	Lebih berfokus pada alasan yang melatarbelakangi penggunaan dompet digital
5.	<p>Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital</p> <p>Sisca Aulia (Jurnal Komunikasi Vol.12 No.2, 2020)</p> <p>Jenis: Jurnal Nasional</p>	Perubahan perilaku konsumen	Kualitatif	Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai penggunaan sistem pembayaran digital	Lebih berfokus pada perubahan transaksi masyarakat akibat penggunaan dompet digital

6.	<p>Daya Tarik Dompot Digital</p> <p>Puji Rahayuningsih & Susanto (JRMB Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Volume 6, Nomor. 1, 2021. 43-50)</p> <p>Jenis: Jurnal Nasional</p>	Perilaku konsumen	Kualitatif - studi kasus	Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai penggunaan sistem pembayaran digital	Lebih berfokus pada faktor yang mendorong penggunaan dompet digital
7.	<p>Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology.</p> <p>Tiago Oliveira; Manoj Thomas; Goncalo Baptista; Filipe Campos. (Computers in Human Behavior, 61, 404-414, 2016)</p> <p>Jenis: Jurnal Internasional</p>	Unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2) dan diffusion of innovations (DOI)	Kuantitatif	Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai penggunaan sistem pembayaran digital	Lebih berfokus pada minat untuk menggunakan dompet digital
8.	<p>Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2</p> <p>Yestias Maharani (Jurnal Akuntansi dan Bisnis : Jurnal Program Studi Akuntansi. 4 (1): 140-154, 2021)</p> <p>Jenis: Jurnal Nasional</p>	Unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2)	Kuantitatif	Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai penggunaan sistem pembayaran digital	Lebih berfokus pada minat untuk menggunakan kembali pembayaran digital

9.	International remittance rails as infrastructures: embeddedness, innovation and financial access in developing economies Rodima-Taylor, D., & Grimes, W. W (Review of International Political Economy, 2019) Jenis: Jurnal Internasional	Konsep infrastruktur, kumpulan, inovasi, dan ekonomi platform dengan fokus pada peran jaringan dan inisiatif lokal	Kualitatif - Etnografi	Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai penggunaan sistem pembayaran digital	Lebih berfokus pada peran pembayaran digital dalam pengiriman uang
10.	Unlocking the payment experience: Future imaginaries in the case of digital payments Sophie Mützel (New Media & Society, 23(2), 284–30, 2021) Jenis: Jurnal Internasional	Imajinasi sosio	Kualitatif - analisis teks	Persamaan penelitian ini adalah membahas mengenai penggunaan sistem pembayaran digital	Lebih berfokus pada peran pembayaran digital dalam memberikan pengalaman pembayaran

(Sumber: Olahan Peneliti, 2021)

1.6 Kerangka Konsep/Kerangka Teori

1.6.1

Dompot Digital sebagai Gaya Hidup Digital Mahasiswa

Pertumbuhan ekonomi digital saat ini mendukung perkembangan layanan keuangan berbasis teknologi. Dompot digital merupakan salah satu hasil inovasi perkembangan teknologi dalam layanan keuangan yang digunakan

untuk transaksi pembayaran. Transaksi pembayaran dengan menggunakan dompet digital dikenal juga dengan sebutan transaksi non-tunai. Transaksi non-tunai dengan menggunakan dompet digital berbeda dengan transaksi non-tunai pada kartu debit atau kredit, karena dompet digital tidak memiliki media fisik seperti kartu debit atau kredit melainkan melalui *server based* sehingga penggunaannya harus terlebih dahulu terkoneksi dengan server penerbit.

Dompet digital adalah teknologi yang digunakan dalam transaksi pembayaran elektronik. Transaksi ini dapat dilakukan melalui komputer, laptop dan ponsel.²⁷ Sistem pembayaran yang digunakan dalam dompet digital adalah QR (*Quick Response*) Code. Seiring dengan berkembangnya alat pembayaran digital di Indonesia, Bank Indonesia bersama dengan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI) mengembangkan standar QR Code. Bank Indonesia mengatur standarisasinya dengan mewajibkan seluruh penyedia layanan pembayaran non-tunai untuk menggunakan QRIS (*Quick Response Code Indonesia Standard*) sejak 1 Januari 2020. QRIS adalah standar QR Code yang digunakan dalam pembayaran digital melalui aplikasi berbasis *server* seperti dompet elektronik, atau *mobile banking*.²⁸

Berkembangnya penggunaan dompet digital menciptakan *cashless society* yang membentuk gaya hidup baru di masyarakat, yakni gaya hidup

²⁷ Himanshu Mathur, "Digital Money & Wallet: A Conceptual Framework", *International Journal of Research & Review*, Vol. 6 Issue: 9, 2020, hlm. 240

²⁸ Indonesia.go.id. "Satu QR Code untuk Semua Pembayaran". Diakses dari <https://indonesia.go.id/kategori/feature/2516/satu-qr-code-untuk-semua-pembayaran> pada tanggal 10 April 2021

digital. Gaya hidup digital merupakan pola hidup baru yang terjadi akibat perkembangan teknologi digital.²⁹ Melalui penggunaan dompet digital masyarakat tidak lagi menggunakan uang tunai dalam melakukan transaksi pembayaran. Melalui perubahan gaya hidup tersebut, masyarakat diberitahu bahwa melalui penggunaan instrumen nontunai seperti dompet digital, transaksi dapat dilakukan dengan lebih baik dan praktis. Perubahan pola transaksi tersebut terjadi karena didasari oleh transformasi budaya konvensional, yaitu penggunaan uang tunai dalam melakukan transaksi yang berubah menuju ke budaya baru yang lebih modern, yaitu dengan penggunaan instrumen nontunai.³⁰ Selain itu, banyaknya *merchant* yang bekerja sama dengan platform dompet digital semakin mendukung berubahnya gaya hidup masyarakat.³¹

Penggunaan dari dompet digital identik dengan mahasiswa yang termasuk bagian dari generasi muda. Hal tersebut terjadi karena generasi muda sudah tidak asing lagi dengan perkembangan teknologi dan internet, salah satunya dompet digital. Seperti yang disampaikan oleh Ipsos bahwa sekitar 68% dari generasi muda di Indonesia menggunakan dompet digital setiap minggunya minimal satu hingga dua kali dengan rata-rata pengisian ulang sebesar Rp. 140.663 per minggu.³² Penggunaan dan pengisian ulang dompet

²⁹ Tri Sulistyningtyas, Jelen Jaelani, Dana Waskita, "Perubahan Cara Pandang dan Sikap Masyarakat Akibat Pengaruh Gaya Hidup Digital", *Jurnal Sosioteknologi*, Edisi 27 Tahun 11, 2012, hlm. 159

³⁰ Shahnaz Hazbiyah, Eka Wenats Wuryanta, "Fenomena Cashless Pada Pembentukan Gaya Hidup Baru Generasi Milenial", *Jurnal IKON: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, Vol. XXV No.2, 2020, hlm. 190

³¹ *Ibid*, hlm. 187

³² Budi Cahyono, *Loc.Cit*

digital yang dilakukan terus-menerus setiap minggunya menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital telah menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda termasuk mahasiswa.

1.6.2 *Embeddedness* atau Keterlekatan

Embeddedness atau keterlekatan diajukan oleh Mark Granovetter guna menjelaskan basis-basis relasional dari tindakan sosial dalam konteks ekonomi.³³ Istilah *embeddedness* menggambarkan bahwa perilaku ekonomi dan pengambilan keputusan tidak dapat dipahami seperti yang diasumsikan dalam ekonomi klasik, yaitu sebagai fungsi utilitas atau nilai guna akan tetapi digambarkan sebagai produk dari aktor yang berinteraksi dalam konteks sosial. Konteks sosial ini terdiri dari jaringan interaksi sosial dan institusi sosial, politik, kognitif dan budaya serta norma dan kebiasaan para aktor.³⁴

Menurut Granovetter, *embeddedness* atau keterlekatan merupakan tindakan ekonomi yang dipengaruhi oleh hubungan pribadi para aktor dengan jaringan sosialnya.³⁵ Konsep keterlekatan juga menekankan mengenai hubungan sosial dengan jaringan sosial dalam menghasilkan kepercayaan (*trust*).³⁶ Granovetter menyatakan bahwa relasi sosial dan kepercayaan (*trust*) berguna untuk mendorong dan memperlancar performans ekonomi. Seperti

³³ Jacobus Belida Blikololong, "Evolusi Konsep *Embeddedness* Dalam Sosiologi Ekonomi (Sebuah Review)", *UG Jurnal*, Vol. 6 No.12, 2012, hlm. 28

³⁴ Jens Beckert dan Milan Zafirovski, *Loc. Cit*

³⁵ Roger Friedland, A.F. Robertson, *Beyond The Marketplace: Rethinking Economy and Society* (New York: Routledge, 1990), hlm. 98

³⁶ Mark Granovetter, *Op.Cit.*, hlm. 490

yang dimuat dalam studi awalnya, Granovetter menunjukkan bahwa pada ekonomi modern di Barat dalam hal mendapatkan pekerjaan sangat bergantung pada informasi mulut ke mulut dan kontak-kontak sosial, atau yang disebut dengan jaringan (*networking*).³⁷ Kepercayaan (*trust*) menjadi faktor penentu dalam melakukan tindakan ekonomi. Kepercayaan (*trust*) dihasilkan dari hubungan yang telah terjalin lama diantara aktor dengan jaringan sosial.³⁸

Dalam keterlekatan, Granovetter menolak pandangan *undersocialized* dan *oversocialized*.³⁹ Pandangan *undersocialized* melihat bahwa transaksi ekonomi tidak lagi ditentukan oleh hubungan sosial dari aktor yang bertransaksi, tetapi ditentukan oleh perhitungan rasional keuntungan individu.⁴⁰

Sementara pandangan *oversocialized* melihat transaksi ekonomi terjadi karena adanya pengaruh sosial, dimana pengaruh sosial tersebut diinternalisasi oleh aktor sehingga aktor memiliki kebiasaan atau norma yang terlepas dari pilihan rasionalnya.⁴¹

Granovetter berpendapat bahwa konsep keterlekatan dapat menjembatani pandangan *undersocialized* dan *oversocialized*.⁴² Granovetter melihat bahwa kedua pandangan tersebut tidak menggambarkan realitas

³⁷ Jacobus Belida Blikololong, *Loc.cit*

³⁸ Rochman Achwan, *Sosiologi Ekonomi di Indonesia* (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia, 2013), hlm. 37

³⁹ Greta R. Krippner, Anthony S. Alvarez, "Embeddedness and the Intellectual Projects of Economic Sociology", *The Annual Review of Sociology*, Vol.33, 2007, hlm. 223

⁴⁰ Mark Granovetter, "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness", *American Journal of Sociology*, Vol. 91 Issue 3, 1985, hlm. 482

⁴¹ *Ibid*, hlm. 485

⁴² Greta R. Krippner, Anthony S. Alvarez, *Loc.Cit*

tindakan ekonomi yang tepat karena pada kenyataannya, tindakan ekonomi yang termasuk *oversocialized* dan *undersocialized* melekat pada jaringan hubungan sosial.⁴³

Granovetter membedakan dua bentuk keterlekatan, yaitu:⁴⁴

1. Keterlekatan relasional, adalah tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat di dalam jaringan sosial personal yang sedang berlangsung diantara aktor-aktor sosial. Bagaimana aktor berinteraksi ditentukan oleh hubungan pribadi yang mereka miliki, seperti riwayat interaksi dan ekspektasi timbal balik yang diakibatkan dari interaksi tersebut.⁴⁵
2. Keterlekatan struktural, adalah tindakan ekonomi yang terjadi di dalam jaringan hubungan yang cakupannya lebih luas. Jaringan ini bisa berupa institusi sosial atau struktur sosial.

Apabila suatu kelompok memiliki kedua bentuk keterlekatan tersebut maka kelompok tersebut tidak hanya mampu menyebarkan informasi ekonomi, akan tetapi juga membentuk struktur sosial dan budaya yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkah laku ekonominya.⁴⁶ Penelitian ini menggunakan

⁴³ Damsar, Indrayani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009), hlm. 141.

⁴⁴ *Ibid*, hlm. 146-149

⁴⁵ Roger Friedland, A.F. Robertson, *Op.Cit.*, hlm. 99

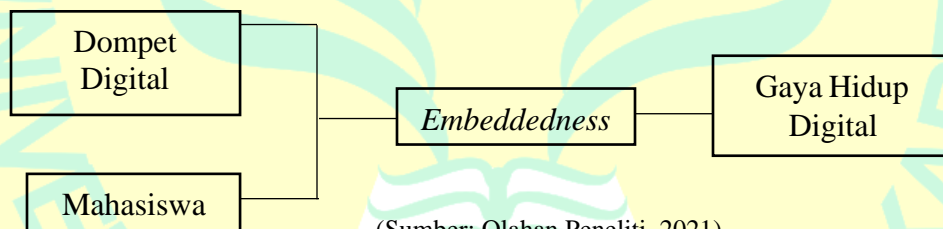
⁴⁶ Erfrida Nurul Azizah, "Peran Positif Tengkulak dalam Pemasaran Buah Manggis Petani: Studi Jaringan Sosial Tengkulak di Desa Karacak, Kecamatan Leuwiliang, Kabupaten Bogor", *Indonesian Journal of Sociology and Education Policy* Vol.1 No.1, 2016, hlm. 84

konsep keterlaksanaan yang diajukan oleh Granovetter untuk menganalisis keterlekatan yang terdapat pada hubungan yang terjalin diantara mahasiswa Kota Depok dengan jaringan sosialnya dalam penggunaan dompet digital OVO.

1.7 Skema Hubungan Antar Konsep

Peneliti menggambarkan konsep-konsep yang telah dijelaskan di dalam penelitian ini. Hubungan antar konsep dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana fenomena penggunaan dompet digital terbentuk. Konsep-konsep yang peneliti gunakan berhubungan satu dengan yang lainnya. Berikut ini merupakan skema hubungan antar konsep yang peneliti gunakan di dalam penelitian ini.

Skema 1.1
Hubungan Antar Konsep



(Sumber: Olahan Peneliti, 2021)

Penelitian ini melihat bahwa era ekonomi digital hadir seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi saat ini yang memunculkan sebuah fenomena baru, yaitu dompet digital sebagai sistem pembayaran digital. Sejalan dengan itu, transaksi pembayaran masyarakat pun mengalami perubahan dari yang sebelumnya konvensional menjadi digital, salah satunya dengan menggunakan dompet digital.

Mahasiswa adalah konsumen dari dompet digital. Keberadaan mahasiswa sebagai konsumen dompet digital disebabkan karena mahasiswa identik dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam penelitian ini, penggunaan OVO dianalisis menggunakan konsep keterlekatan Granovetter untuk melihat keterlekatan antara mahasiswa pengguna OVO di Kota Depok dengan jaringan sosialnya dalam menggunakan OVO. Keterlekatan hubungan tersebut juga dilihat sebagai pembentuk gaya hidup digital mahasiswa di Kota Depok sehingga mahasiswa di Kota Depok mengandalkan OVO dalam melakukan transaksi pembayaran.

1.8 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Creswell, metode kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna mengenai suatu fenomena sosial sejumlah individu atau sekelompok orang, sementara pendekatan studi kasus digunakan untuk menganalisis lebih dalam suatu kasus baik individu atau lebih.⁴⁷

Dalam penelitian ini, metode kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi mengenai fenomena pembayaran digital yang dilakukan oleh mahasiswa di Kota Depok. Pendekatan studi kasus dipilih oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi secara mendalam mengenai penggunaan dompet digital OVO sebagai tindakan ekonomi

⁴⁷ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, terjemahan Achmad Fawaid dan Rianayati Kusmini Pancasari (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019) hlm 18

yang melekat dengan gaya hidup mahasiswa di Kota Depok yang terlihat dari penggunaan dompet digital OVO dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Penelitian ini juga didukung dengan wawancara dan untuk memperkaya data dan analisis, peneliti juga menggunakan data sekunder seperti observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan sebagai penunjang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa dan mendalami fenomena pembayaran dompet digital OVO dari studi kasus yaitu mahasiswa pengguna OVO di Kota Depok.

1.8.1 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna OVO di Kota Depok. Untuk mendapatkan informasi mengenai subjek penelitian yang ada di dalam penelitian ini, peneliti memilih 4 mahasiswa di Kota Depok sebagai informan dalam membantu peneliti untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Mahasiswa dipilih menjadi subjek penelitian karena mahasiswa identik dengan penggunaan teknologi dan internet dan menurut penelitian yang dilakukan oleh Kumala & Mutia (2020), OVO merupakan aplikasi dompet digital yang lebih diminati oleh mahasiswa.⁴⁸ Selain itu keempat informan dipilih karena merupakan mahasiswa pengguna aktif dompet digital OVO.

⁴⁸ Irna Kumala dan Intan Mutia, *Loc. Cit*

1.8.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di salah satu kota di Jawa Barat tepatnya di Kota Depok. Kota Depok dipilih menjadi lokasi penelitian karena Kota Depok merupakan kota penyangga ibu kota yang memiliki berbagai instansi pendidikan, salah satunya universitas atau perguruan tinggi sehingga terdapat banyak mahasiswa yang berada di wilayah Kota Depok. Selain itu, menurut data BPS Kota Depok, penduduk dengan rentang usia 20-24 tahun merupakan salah satu jumlah penduduk di Kota Depok.⁴⁹ Adapun waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2021 – Agustus 2022.

1.8.3 Peran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen kunci. Menurut Creswell, peneliti sebagai instrumen kunci akan menggali informasi melalui wawancara, observasi dan dokumentasi dengan informan.⁵⁰ Dalam penelitian ini, peneliti berperan dalam mengumpulkan dan menganalisis data hasil temuan penelitian melalui hasil wawancara secara daring melalui Google Meet dengan mahasiswa pengguna OVO, kemudian hasil peneliti menyusun hasil penelitian dan menghubungkannya dengan konsep dan teori yang digunakan oleh peneliti.

⁴⁹ Badan Pusat Statistik Kota Depok. *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Depok (Jawa), 2018-202*. Diakses dari <https://depokkota.bps.go.id/indicator/12/34/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-depok.html> pada tanggal 18 Januari 2022

⁵⁰ John W. Creswell, *Op.Cit.*, hlm. 248

1.8.4 Proses Pengumpulan dan Analisis Data

1. Wawancara

Wawancara membantu peneliti dalam mengumpulkan data yang lebih kaya dari para informan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara terstruktur dengan menyusun pedoman wawancara dan tidak terstruktur yang bersifat terbuka.⁵¹ Wawancara dilakukan secara daring melalui Google Meet. Wawancara dilakukan secara daring dengan pertimbangan situasi pandemi Covid-19. Selama proses wawancara peneliti merekam dan mencatat apa saja yang disampaikan oleh informan secara mendetail.

2. Observasi

Observasi dilakukan pada penelitian ini untuk melihat langsung terkait dengan realita yang ada di lapangan dan membantu peneliti untuk melengkapi analisis penelitian yang didasarkan pada wawancara dan hasil temuan yang didapatkan berdasarkan pengamatan langsung. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung dengan mendatangi salah satu informan triangulasi, yakni *driver* Grab untuk melihat fenomena penggunaan dompet digital OVO.

3. Dokumentasi dan Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Peneliti

³⁵ *Ibid*, hlm. 254

mengambil beragam bentuk data pendukung penelitian, seperti gambar, tulisan dan hasil rekaman selama melakukan penelitian. Hal tersebut dilakukan untuk menjadi data pendukung dalam penelitian ini. Selain itu, pengumpulan data juga dilakukan dengan studi pustaka yang diperoleh dari jurnal, buku, dan referensi-referensi lain yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Selanjutnya dalam analisis data, data yang peneliti peroleh berupa hasil wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka dikumpulkan dan digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini. Data-data penelitian tersebut kemudian diinterpretasi dan dianalisis dengan menggunakan konsep keterlekatan atau *embeddedness* yang peneliti gunakan di dalam penelitian ini.

1.8.5 Triangulasi Data

Triangulasi data digunakan untuk memperkuat hasil temuan dan menambah validitas dari penelitian. Data yang diperoleh bisa berasal dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.⁵² Dalam penelitian ini, peneliti melakukan triangulasi data dengan melakukan wawancara dan observasi secara langsung dengan informan triangulasi yang juga memahami fenomena tersebut, yakni driver Grab dan pengguna OVO yang tidak menggunakan

³⁶ *Ibid*, hlm.282

Grab. Grab adalah perusahaan jasa berbasis daring yang bekerja sama dengan OVO sebagai layanan pembayarannya.

1.9 Sistematika Penulisan

Bab I: Pada bab ini peneliti akan menguraikan mengenai latar belakang permasalahan, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan studi sejenis, kerangka konseptual, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian dalam penelitian ini.

Bab II: Pada bab ini berisikan perkembangan sistem pembayaran digital di Indonesia dan *body of work* OVO sebagai platform disintermediasi. Kemudian diuraikan lebih lanjut mengenai mekanisme penggunaan OVO. Pada bab ini juga berisikan profil informan sebagai mahasiswa di Kota Depok.

Bab III: Pada Bab ini, berisi mengenai temuan lapangan dan pembahasan mengenai keterlekatan OVO dengan mahasiswa di Kota Depok yang dibagi kedalam dua sub bab. Pertama, awal mula mahasiswa menggunakan OVO dan OVO sebagai alat pembayaran mahasiswa yang terdiri dari pandangan mahasiswa terhadap OVO, fitur OVO yang biasa digunakan oleh mahasiswa, jenis transaksi seperti apa yang biasa dilakukan oleh mahasiswa dengan menggunakan OVO dan intensitas penggunaan OVO.

Bab IV: Bab ini membahas mengenai analisis keterlekatan pada mahasiswa dengan dompet digital OVO di Kota Depok. Peneliti menganalisis dengan menggunakan konsep *Embeddedness* dari Granovetter. Hasil analisis dibagi ke

dalam dua sub bab. Pertama, keterlekatan mahasiswa dengan jaringan sosial yang dibagi lagi menjadi keterlekatan mahasiswa dengan *peer group* dan keterlekatan mahasiswa dengan aplikasi Grab. Kedua, pembayaran dompet digital OVO yang melekat dengan mahasiswa sebagai pembentuk gaya hidup digital.

Bab V: Bab ini berisikan kesimpulan dan saran penelitian. Kesimpulan dan saran yang dibuat merupakan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan.

