



Lydia Lionita Sihaloho

NIM. 15/379313/EK/20373

Departemen Akuntansi, Universitas Gadjah Mada

lydia.lionita.s@mail.ugm.ac.id

Dosen Pembimbing Skripsi: Sony Warsono, MAFIS., Ak., CA., Ph.D.

ABSTRAK

Penggunaan perangkat seluler dan internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Per Januari 2018, penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 132,7 juta dan penggunaan telepon seluler telah mencapai 91% dengan 60% di antaranya menggunakan gawai pintar. Nilai transaksi pembayaran seluler di Indonesia pada tahun 2017 telah mencapai RP 18 triliun dan diperkirakan akan meningkat menjadi Rp 459 triliun di tahun 2020. Penggunaan alat pembayaran seluler memberikan keuntungan bagi penggunanya dari segi fleksibilitas, portabilitas, dan kecepatan. Sistem pembayaran seluler mempunyai potensi untuk menyelesaikan dua masalah dalam waktu bersamaan yang dilihat dari sisi *demand* dan *supply*. Sebelumnya, sistem pembayaran seluler hanya dikuasai oleh perbankan, namun beberapa tahun belakangan, muncul banyak pemain baru. Terhitung Maret 2019, sudah ada 47 uang elektronik yang beredar di Indonesia. Salah satu pemain besarnya adalah OVO. Hanya dalam waktu singkat, OVO sudah bisa menyaingi beberapa pesaingnya yang sudah lebih dahulu masuk seperti Gopay, T-Cash, dan juga sistem pembayaran tradisional yang ditawarkan oleh perbankan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merasa bahwa penelitian yang menguji dan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberterimaan pengguna terhadap sistem pembayaran seluler, khususnya OVO, perlu dilakukan. Penelitian ini menggunakan model yang dikembangkan oleh Liebana-Cabanilas pada tahun 2017 yang diberi nama Mobile Payment Model (MPM). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada industri teknologi finansial, perusahaan-perusahaan penyedia layanan pembayaran seluler, dan juga akademisi di Indonesia yang meneliti tentang keberterimaan teknologi.

Kata kunci: sistem pembayaran seluler, OVO, model pengadopsian teknologi, transaksi non-kas, sistem



Lydia Lionita Sihaloho

NIM. 15/379313/EK/20373

Departemen Akuntansi, Universitas Gadjah Mada

lydia.lionita.s@mail.ugm.ac.id

Dosen Pembimbing Skripsi: Sony Warsono, MAFIS., Ak., CA., Ph.D.

ABSTRACT

The use of mobile devices and internet in Indonesia is increasing year by year. As of January 2018, internet penetration in Indonesia has reached 132.7 million and mobile devices usage has reached 91% with 60% of them using smartphones. The value of mobile payment transactions in Indonesia in 2017 has reached Rp 18 trillion and is expected to increase to Rp. 459 trillion in 2020. The use of mobile payment instruments provides benefits for its users in terms of flexibility, portability and speed. The mobile payment system has the potential to solve two problems at the same time which are viewed from the side of demand and supply. Previously, the mobile payment system was only controlled by banks, but in recent years, there have been many new players. As of March 2019, there have been 47 electronic money circulating in Indonesia. One of the big players is OVO. In just a short time, OVO has been able to rival some of its competitors who have already entered, such as Gopay, T-Cash, and also other traditional payment systems offered by banks.

Based on this background, the author feels that research that examines and identifies factors which influence user acceptance of the mobile payment system, especially OVO, needs to be done. This study uses a model developed by Liebana-Cabanilas in 2017 which is named the Mobile Payment Model (MPM). This research is expected to contribute to the financial technology industry, cellular payment service companies, and academics in Indonesia who research technology acceptance.

Keywords: mobile payment system, OVO, technology adoption model, non-cash transaction, system