

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mendorong perubahan signifikan dalam cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. Salah satu inovasi yang kini semakin banyak digunakan adalah aplikasi *electronic wallet* atau *e-wallet*, yang memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi keuangan secara digital, cepat, dan praktis.

Dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan teknologi dalam aktivitas sehari-hari menjadi semakin umum, khususnya dalam hal transaksi keuangan. Salah satu inovasi yang mengalami pertumbuhan signifikan di Indonesia adalah penggunaan aplikasi *electronic wallet (e-wallet)*. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi secara cepat, aman, dan praktis hanya melalui perangkat mobile. Salah satu aplikasi *e-wallet* yang cukup populer dan memiliki jumlah pengguna yang besar di Indonesia adalah OVO.

Aplikasi OVO hadir sebagai solusi pembayaran digital yang terintegrasi dengan berbagai layanan, mulai dari belanja *online*, transportasi, pembayaran tagihan, hingga layanan keuangan lainnya. Dalam menghadapi persaingan ketat di antara berbagai *platform e-wallet* diantaranya GoPay, Dana, dan ShopeePay. OVO dituntut untuk tidak hanya menyediakan fitur yang lengkap, tetapi juga menghadirkan pengalaman pengguna (*user experience*) yang unggul.

User experience merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu aplikasi digital. *User experience* mencakup keseluruhan persepsi dan respons pengguna terhadap sistem, termasuk kemudahan penggunaan, tampilan antarmuka, kecepatan akses, keamanan, serta kepuasan emosional yang dirasakan selama berinteraksi dengan aplikasi. Pengalaman pengguna yang positif dapat meningkatkan kepuasan pengguna, yang pada akhirnya dapat mendorong loyalitas pengguna terhadap aplikasi tersebut. Kepuasan pengguna adalah indikator penting dalam mengevaluasi kinerja sebuah layanan digital. Ketika pengguna merasa

bahwa aplikasi memenuhi atau bahkan melebihi harapan mereka, maka mereka cenderung untuk terus menggunakan layanan tersebut. Loyalitas pengguna tidak hanya ditunjukkan oleh penggunaan berulang, tetapi juga melalui kesediaan merekomendasikan aplikasi kepada orang lain dan tidak berpindah ke aplikasi pesaing.

Berdasarkan data dari kuesioner awal pegguan aplikasi ovo lebih banyak yang berusia 20-22 tahun, pengguna yang lebih banyak menggunakan aplikasi ovo yaitu fakultas teknik dan fitur yang sering digunkan pengguna yaitu fitur pembelian pulsa dan pengisian paket data, Transfer dan penarikan. Dari sumber (*katadata.co.id*), jumlah pengguna aplikasi OVO di Indonesia mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, OVO tercatat memiliki sekitar 115 juta pengguna. Namun, pada tahun 2021 jumlah tersebut dilaporkan menurun menjadi sekitar 20,8 juta pengguna dan angka ini relatif tetap pada tahun 2022 menurut sebagian sumber, meskipun terdapat laporan lain yang menyebutkan jumlah pengguna hanya sekitar 1,5 juta. Selain itu, faktor persaingan dengan aplikasi dompet digital lain seperti GoPay, Dana, dan ShopeePay juga dapat memengaruhi jumlah pengguna aktif OVO dari tahun ke tahun.

Meskipun OVO termasuk dalam jajaran *e-wallet* yang cukup dikenal di Indonesia, menurut rating di google play store, menunjukkan bahwa aplikasi OVO mendapatkan rating 3,7/5 dari pengguna, rating aplikasi OVO menjadi yang terendah dari aplikasi *e-wallet* yang lain seperti dana, gopay dan shopeepay. Penilaian negatif tersebut umumnya berkaitan dengan masalah teknis aplikasi, pelayanan yang dirasa kurang memuaskan, serta pengalaman pengguna yang dianggap tidak optimal. Adapun ulasan negatif yang diberikan pengguna aplikasi OVO meliputi: Transfer yang sering gagal, terjadi ya sering terjadi *error* saat mengupgrade ke OVO premium, Pemotongan saldo waktu pengisian saldo dan lamanya respon dari *customer service*. Aplikasi OVO dipilih karena merupakan salah satu pemain utama dalam pasar *e-wallet* di Indonesia, dengan jumlah pengguna yang signifikan serta tingkat persaingan yang tinggi. Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut, mengingat keberhasilan sebuah aplikasi digital

sangat dipengaruhi oleh bagaimana pengguna merasakan dan menilai pengalaman mereka saat menggunakan aplikasi tersebut.

Aplikasi e-wallet yang populer untuk saat ini adalah aplikasi GoPay, GoPay saat ini menjadi dompet digital yang paling populer di Indonesia dibandingkan dengan OVO, karena keberhasilannya membangun ekosistem layanan yang terintegrasi dengan aktivitas harian masyarakat. GoPay merupakan bagian dari GoTo Group, yang menaungi layanan transportasi online Gojek, pesan-antar makanan GoFood, hingga marketplace Tokopedia. Integrasi ini membuat pengguna terbiasa menggunakan GoPay untuk berbagai kebutuhan mulai dari membayar ojek, memesan makanan, hingga berbelanja online dan offline. Selain itu, kemudahan transaksi, promosi yang konsisten, serta jangkauan merchant yang luas turut meningkatkan kenyamanan dan loyalitas pengguna. Berdasarkan data kuartal II tahun 2025, GoPay mencatat sekitar 22,4 juta pengguna aktif bulanan, menandakan tingginya tingkat penggunaan dan transaksi harian di masyarakat. Sementara itu, meskipun OVO masih memiliki basis pengguna yang besar dan jumlah unduhan mencapai lebih dari 300 juta kali, tingkat penggunaan aktifnya cenderung menurun karena berkurangnya integrasi dengan layanan besar seperti Tokopedia setelah bergabungnya Tokopedia ke dalam ekosistem GoTo. Faktor-faktor inilah yang menjadikan GoPay lebih unggul dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia dalam bertransaksi digital saat ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Analisis Pengaruh *User experience Honeycomb* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Aplikasi OVO”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di jelaskan di atas, penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah variabel user experience honeycomb mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi OVO?
2. Apakah variabel user experience honeycomb mempengaruhi loyalitas pengguna aplikasi OVO?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah variabel *user experience* honeycomb mempengaruhi pengguna kepuasan aplikasi OVO
2. Untuk mengetahui apakah variabel *user experience* honeycomb mempengaruhi loyalitas pengguna aplikasi OVO

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penulis laporan ini adalah:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teknologi dalam kepuasan dan loyalitas pengguna aplikasi *e wallet* Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pengalaman pengguna memengaruhi persepsi dan perilaku mereka, pengembang aplikasi dapat merancang sistem yang lebih responsif, efisien, dan mudah digunakan. Hal ini mendorong inovasi teknologi yang berfokus pada kebutuhan dan kenyamanan pengguna (*user-centered design*), sehingga aplikasi tidak hanya berfungsi secara teknis.

1.5 Batasan Masalah dan Asumsi

1.5.1 Batasan Masalah

Adapun hasil yang diperoleh tidak menyimpang dari tujuan yang diinginkan, maka penelitian diberi batasan sebagai berikut:

1. Penelitian hanya di fokuskan kepada variabel-variabel yang termasuk dalam *User experience* yaitu *use, feel, think*
2. Penelitian ini difokuskan pada pengguna aplikasi OVO dikalangan mahasiswa Universitas Malikussaleh, dan tidak mencakup pengguna didaerah lain yang mungkin memiliki perilaku atau preferensi berbeda.
3. Responden dalam penelitian ini dibatasi pada pengguna aktif aplikasi OVO yaitu pengguna yang telah menggunakan aplikasi *e-wallet* secara rutin minimal dalam tiga bulan terakhir.

1.5.2 Asumsi

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan aplikasi OVO, sehingga mampu memberikan penilaian yang relevan terkait *user experience*, kepuasan dan loyalitas.
2. Responden menjawab kuesioner secara jujur dan objektif berdasarkan pengalaman pribadi saat menggunakan aplikasi OVO.
3. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dianggap mewakili populasi pengguna aplikasi OVO dikalangan mahasiswa Universitas Malikussaleh.