

## Pengaruh Analisis SWOT *Digital Payment* (OVO) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Muhammad Fhareza Deri<sup>1</sup>, Ramadian Maghvira Saragih<sup>2</sup>

Ayu Andini<sup>3</sup>, Fadillah Hanum<sup>4</sup>, Nurbaiti<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[sujakreza@gmail.com](mailto:sujakreza@gmail.com)<sup>1</sup>, [saragihdian936@gmail.com](mailto:saragihdian936@gmail.com)<sup>2</sup>, [ayuandini890@gmail.com](mailto:ayuandini890@gmail.com)<sup>3</sup>

[fadillahhanum201413@gmail.com](mailto:fadillahhanum201413@gmail.com)<sup>4</sup>, [nurbaiti@gmail.com](mailto:nurbaiti@gmail.com)<sup>5</sup>

### ABSTRACT

*Technology is growing and providing convenience to every user. Then this technology has also brought changes in transactions with OVO digital payments, especially among students. . With OVO, transactions are easier and definitely safer. According to Harumi, as a financial technology company, OVO implements a layered security system, which continues to be improved, referring to industry security standards, according to Bank Indonesia regulations for protecting consumer and corporate data from cyber attacks. The existence of a SWOT analysis plays a very important role in knowing the strengths and weaknesses of the OVO digital payment platform. The purpose of writing this article is to determine the effect of digital payments on student consumptive behavior by conducting case studies on users of the OVO digital payment platform. This study used a survey-based quantitative method with a sample of 50 respondents who were students of Medan City. Based on the results of simultaneous and partial testing, it was found that there was a significant influence between the ease of online transactions on student consumptive behavior.*

**Keywords :** *digital payment(ovo), swot analisis, student consumptive behavior.*

### ABSTRAK

Teknologi semakin berkembang dan memberikan kemudahan kepada setiap penggunaannya. Kemudian dari teknologi ini turut membawa perubahan dalam bertransaksi dengan *digital payment* OVO khususnya dikalangan Mahasiswa. Dengan adanya OVO bertransaksi menjadi lebih mudah dan pastinya aman. Menurut Harumi sebagai perusahaan teknologi finansial, OVO menerapkan sistem keamanan berlapis (*layered-security system*), yang terus ditingkatkan mengacu pada standard keamanan industri, sesuai peraturan Bank Indonesia untuk perlindungan data konsumen dan perusahaan dari serangan cyber. Adanya Analisis SWOT berperan sangat penting untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan pada platform digital payment OVO. Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa dengan melakukan studi kasus pada pengguna platform digital payment OVO. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif berbasis survei dengan sampel penelitian sebanyak 50 orang responden yang merupakan mahasiswa Kota Medan. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan dan parsial ditemukan adanya pengaruh signifikan antara kemudahan bertransaksi online terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

**Kata kunci:** *digital payment(ovo), analisis swot, perilaku konsumtif mahasiswa.*

## PENDAHULUAN

Di Indonesia, kemajuan teknologi berkembang pesat. Sampai saat ini, satu-satunya aspek kemajuan teknologi yang terlihat jelas di era digital adalah penggunaan mata uang digital untuk pembayaran (digital payment). Satu-satunya metode pembayaran yang menggunakan internet sebagai mata uang sekunder adalah pembayaran digital. Oleh karena itu, sistem pembayaran digital sangat memudahkan dan membantu masyarakat umum dalam menyelesaikan pembayaran untuk semua jenis transaksi kapanpun dan dimanapun itu terjadi (Pram 2016).

Pengenalan mata uang digital memiliki efek positif dan negatif pada masyarakat yang menggunakan platform OVO. Berbagai studi kasus menyiratkan bahwa ketersediaan platform apa pun, apa pun subjeknya, tidak dapat dicegah. Namun, manfaat yang diterima pengguna OVO dapat membantu meningkatkan volume pembayaran digital baik dari sudut pandang pemasok maupun pengguna. Jika penggunaan OVO positif diamati, ada banyak manfaat yang dapat diterima pengguna, beberapa di antaranya tercantum di bawah ini. (1) Pengecer tidak harus menawarkan sedikit perubahan untuk mata uang. (2) Pengguna tidak diharuskan memiliki banyak uang tunai saat melakukan pembelian. (3) Melakukan pembayaran pembelian online menjadi lebih mudah dilakukan kapan saja dan dari mana saja (Ramadhan et al., 2016). Selain itu, penawaran promosi dan diskon OVO menjadi satu-satunya metode pembayaran digital yang tidak dapat ditolak. Siapa pun yang menggunakan OVO memiliki pilihan untuk menyediakan berbagai layanan bagi mereka dengan memanfaatkan berbagai diskon dan promosi yang ditawarkan oleh platform pembayaran digital.

Menurut penelitian Fatmasari dan Wulandari (2016), prevalensi e-money dalam ekonomi arus utama dapat mengurangi kecemasan masyarakat saat melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan konsumsi. Karena kemudahan penggunaan dan kepraktisan penggunaan e-money tersebut di atas, konsumen memiliki akses dana yang cukup untuk melakukan transaksi keuangan. Ini adalah tren yang diterima dengan baik oleh mahasiswa.

Anjani dan Astiti (2020) menyebutkan bahwa belanja konsumen dapat didasarkan pada item apapun yang mewakili kegemaran seseorang, terutama jika individu tersebut adalah anggota komunitas penggemar, seperti komunitas anime. Ini mungkin menjadi platform yang sangat membantu bagi perempuan untuk mengekspresikan diri, termasuk ketika terlibat dalam perilaku konsumtif. Untuk itu perilaku konsumtif yang mengorbankan kebutuhan dimasa depan demi penawaran diskon yang menarik di masa kini, dapat menjerumuskan seseorang kedalam kondisi kesehatan keuangan yang buruk, selain itu perilaku konsumtif harus dihindari karena dapat menimbulkan masalah keuangan yang lebih mendalam di kemudian hari.

Temuan dari Nisa (2017) menunjukkan bahwa ketika kontrol terhadap perilaku diri sendiri meningkat maka permintaan konsumen mahasiswa akan meningkat. Beberapa temuan penelitian lainnya juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari pengendalian diri atau perilaku pengendalian diri terhadap

kemampuan individu dalam mengelola keuangannya (Achtziger et al., 2015; Strömbäck et al., 2017). Seseorang dengan kontrol diri yang baik, yang secara konsisten mengelola uangnya, yang memiliki prosedur perbankan yang lebih andal, dan yang memiliki persepsi yang tenang tentang situasi keuangan saat ini maupun yang akan muncul di masa depan. Selain itu, mereka yang memiliki pengendalian diri yang kuat memiliki efek positif pada bundling (Liu et al., 2019). Namun, hasil penelitian dari Ramadhan tahun 2019 menunjukkan bahwa pengendalian tubuh seseorang meningkat pada saat itu tanpa terpengaruh secara signifikan oleh pola konsumsi mayoritas. Hal ini disebabkan karena mahasiswa tersebut merupakan seorang remaja putri yang tidak mampu secara mantap mengendalikan dirinya. Hasil studi di atas menunjukkan bahwa ada beberapa ambiguitas mengenai sejauh mana kontrol atas tindakan sendiri berkaitan dengan peserta pasar keuangan, yang terkait dengan peserta konsumsi pemangku kepentingan utama.

OVO dinobatkan menjadi platform pembayaran digital paling populer di Indonesia. Menurut survei Kadence International, responden menilai bahwa OVO merupakan dompet digital (e-wallet) yang paling mereka kenal dengan perolehan tingkat brand awareness atau kesadaran merk sebesar 96%. OVO juga mendominasi jumlah pengguna aktif dengan perolehan skor sebesar 71%. Dengan kondisi pengguna aktif terbesar, 31% responden juga menjadikan OVO sebagai merk yang paling sering mereka gunakan. Gopay menyusul di posisi kedua dengan persentase kesadaran merk responden tak jauh berbeda dengan OVO, yakni 95%. Survei Kadence dilakukan pada Juli 2021 ini melibatkan 1.000 responden melalui survei online di beberapa kota besar di Indonesia, yaitu Jabodetabek, Bandung, Surabaya, Makassar, Medan, dan Palembang. Survei ini meneliti pola perilaku pengguna aktif 14 platform pembayaran digital dan hanya 5 platform yang dinilai cukup populer di Tanah Air.

Dalam penelitian ini, dengan menggunakan gejala laten masalah tersebut di atas sebagai titik awal, kami menganalisis analisis SWOT penggunaan pembayaran digital (OVO) dalam kaitannya dengan pengendalian diri konsumen-mahasiswa. Memanfaatkan kontrol internal, penggunaan OVO yang terus-menerus selama perilaku yang berfokus pada konsumen dapat dilarang atau diizinkan. Berdasarkan paragraf di atas, beberapa masalah yang diangkat dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Mengavaluasi kelemahan dan kekuatan platform *digital payment* OVO terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Apakah kontrol diri mampu memediasi penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.
3. Menganalisis *digital payment* OVO terhadap perkembangan teknologi.

#### **TINJAUAN TEORETIS** ***Digital Payment (OVO)***

Aplikasi pembayaran digital secara umum diatur oleh Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan secara khusus oleh Peraturan Bank Indonesia No. 16/1/PBI/2014 tentang Perlindungan Konsumen Sistem Pembayaran. Acuan untuk mendapatkan perlindungan hukum dapat dibuat dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Bank Indonesia No. 16/1/PBI/2014 tentang Dengan Tampil Kerja Sistem Pembayaran, apabila konsumen yang menggunakan aplikasi pembayaran digital mengalami kesulitan sebagai hasil dari penyelenggara jasa sistem pembayaran. Bagi konsumen yang menggunakan aplikasi pembayaran digital, regulasi tersebut memberikan kepastian hukum. Pembayaran digital (OVO) adalah teknologi baru yang memberikan informasi kepada masyarakat umum tentang metode pembayaran non-tunai yang lebih praktis, efisien, dan aman di setiap transaksi. Beberapa orang menyebut sistem pembayaran digital sebagai "dompet" atau "uang berguna" di perangkat seluler. Berada di tengah, Ovo dikutip oleh 79 persen responden survei Populix. Sejak September 2017, pasar digital telah memiliki akses ke mata uang elektronik, dan terus berkembang dari tahun ke tahun. Di tahun 2019, Tokopedia akan terus berinvestasi di Ovo. Pada 2021, Grab akan menambah jumlah perangkat yang dimilikinya di Ovo menjadi 79,5 persen. Ovo memiliki berbagai layanan lain, seperti perbankan investasi dan asuransi (Raihan Hasya, 2022). OVO terus mengembangkan bisnisnya lebih dari sekadar melayani sebagai platform pembayaran digital; sebaliknya, sekarang mengajukan proposal untuk menawarkan layanan perbankan yang komprehensif seperti investasi, perlindungan, dan pemeliharaan properti. Ini adalah upaya terakhir kami untuk memenuhi kebutuhan penduduk yang terus-menerus sakit. (2020); Karaniya Dharmasaputra.

### **Analisis SWOT**

Dalam metode analisis ini, istilah "analisis SWOT" mengacu pada empat elemen "Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman", yang masing-masing merupakan singkatan dari "Kuatan", "Kelemahan", "Kelemahan", dan "Kesempatan". . . Akibatnya, analisis SWOT dapat dilihat sebagai alat perencanaan strategis atau pemecahan masalah yang dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari, terutama ketika melibatkan bisnis atau proyek tertentu. Metode ini menekankan pentingnya faktor internal dan eksternal untuk menerapkan strategi pemecahan masalah secara efektif (Ananda, 2022). Di bidang pembayaran digital, analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi risiko dan peluang saat ini dan merumuskan rencana tindakan untuk bergerak maju. Analisis ini diulang setiap dua bulan atau setiap tahun. Analisis SWOT adalah bagian penting dari proses perencanaan bisnis untuk pemula. Hal ini akan membantu dalam menyusun strategi sehingga seseorang dapat memulai usaha dengan landasan yang kokoh dan memahami arah yang akan diambil. (L Malihah, 2021).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, hal ini berfungsi memberi gambaran atau mendeskripsikan pada objek yang akan diteliti dengan menggunakan sampel dan populasi. Data dari penelitian ini ialah data sekunder yang didapatkan melalui buku, jurnal penelitian terdahulu, maupun literatur yang lain. Variabel independen dari penelitian ini yaitu efektivitas, hedonis, kemanfaatan, serta kepercayaan. Sedangkan minat penggunaan Digital Payment sebagai variabel dependen.

Metode ini digunakan dengan secara fakta, aktual yang sesuai dengan situasi dan fenomena yang ada. Metode ini dilakukan untuk memahami dan menafsirkan mengenai minat penggunaan Digital Payment di kalangan mahasiswa.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Mahasiswa adalah satu-satunya penerus populasi Generasi Z yang aktivitas sosial sehari-harinya tidak jauh oleh teknologi digital. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Badri (2020), menemukan Generasi Z di Medan merupakan pengguna aktif smartphone yang memahami dan menggunakan aplikasi dompet digital atau yang disebut juga dengan digital payment. Generasi Z saat ini, yang mencakup populasi orang yang tinggal di komunitas matriarkal yang dikendalikan oleh smartphon.. Menurut Lina dan Rosyid (1997), periode saat ini menandai peralihan dari era Anakanak ke Era Remaja, sehingga lebih mudah dipahami dari sudut pandang psikistik. Dengan hadirnya infrastruktur digital, beberapa inisiatif dapat diakses oleh orang dewasa, seperti kursus online atau ruang kelas, serta marketplace dan sistem pembayaran digital.

Ramadani (2016) menegaskan bahwa diskon dan promosi marketplace dapat membuat konsumen lebih bersemangat karena konsumen percaya akan mendapat untung jika menyelesaikan transaksi selama promosi masih berlaku. Akibatnya, banyak mahasiswa pengguna platform OVO digital akan takut kehilangan akses ke harga terbaik yang tersedia bagi mereka. Pertumbuhan aktivitas perjudian online juga dapat mengakibatkan peningkatan penggunaan OVO. Mahasiswa lebih cenderung menggunakan metode pembayaran digital untuk bertransaksi karena berbagai keuntungan, antarlain penggunaan yang lebih cepat, praktis, dan aman. Sebaliknya, ada banyak potongan potongan harga yang menarik dalam bentuk koin atau promo yang menarik. Dengan hasil evaluasi Ramadani di tangan (2016). Dalam analisis wawancaranya, Ulayya dan Mujiasih (2020) menunjukkan bahwa mahasiswa tersebut sangat nyaman dengan sistem pembayaran digital yang mereka adopsi, yang mampu memfasilitasi pembayaran dimanapun dan kapanpun mereka dibutuhkan. Selain itu, promo cash back yang ditawarkan kepada nasabah melalui layanan e-money dapat mengubah pola pikir mereka saat membeli suatu produk karena mereka yakin hal tersebut akan menguntungkan mereka. Promosi saat ini membuat banyak mahasiswa sangat kurang mampu mengontrol keputusan pembelian dan terus melakukan pembelian tanpa memikirkan lebih lanjut kebutuhan dan kegunaan yang dimaksudkan.

Pembayaran menggunakan uang digital yang sering disebut digital payment dan banyak brand digital payment yang ada, pada kali ini peneliti mengambil salah satu contoh brand digital ternama yaitu OVO. Digital payment merupakan alat pembayaran digital yaitu di saat ingin membeli sesuatu tidak lagi menggunakan uang cash, kartu debit, ataupun kartu kredit, tetapi dapat melakukan pembayaran menggunakan OVO ini, yang aplikasinya terdapat di smartphone, dengan cara menscan barcode yang di sediakan si penjual, dan kemudian pembayaran berhasil. Dengan ini dapat mudah membayar apa yang di beli, dan tidak perlu lagi membayar menggunakan uang cash. Khususnya kepada para mahasiswa, sangat cocok untuk melakukan pembayaran tanparibet. Untuk berbelanja dapat lebih mudah melakukan pembayaran dengan adanya OVO. Disamping itu dikarenakan mahasiswa sangat mudah melakukan pembayaran menggunakan OVO efeknya membuat mahasiswa menjadi lebih konsumtif, yaitu belanja yang berlebihan dikarenakan dengan mudah dan praktisnya membayar sesuatu tanpa menghiraukan harga, lain hal jika menggunakan uang cash, konsumen melihat langsung uang yang di keluarkan.

Dengan itu jangan mudah tergoda dengan barang yang apa dilihat dan promo yang ada di aplikasi digital payment ,terkhusus kepada mahasiswa dapat membeli barang sesuai kebutuhannya saja , jika ingin membeli barang yang diinginkan ,belilah dan jangan berlebihan ,disamping itu juga harus mempunyai tabungan untuk situasi yg tidak diinginkan.

Pemanfaatan pembayaran digital (OVO) dengan cara yang lebih canggih dapat mengurangi risiko konsumen. Perilaku konsumtif seringkali dikaitkan dengan tindakan mengkonsumsi barang atau jasa yang kualitasnya di atas rata-rata, tergantung kebutuhan individu. Perilaku konsumtif dapat dipandang sebagai alat untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara impulsif tanpa mempertimbangkan kegunaannya, sehingga yang ditonjolkan adalah status, gengsi, kekayaan, keistimewaan, dan hal-hal lain yang menarik perhatian (Triyaningsih dan Slamet, 2011).

Dengan banyak pengguna digital payment ini dapat dijadikan peluang dari oknum untuk melakukan kejahatan siber. Dengan melakukan kegiatan *Social engineering* yaitu tindakan mengelabui atau merekayasa suatu kondisi yang memengaruhi sisi psikologi korban. Tujuannya untuk mendapatkan data pribadi korban.

Adapun teknik yang dilakukan dalam social engineering yaitu *phising*. Pishing merupakan usaha untuk menjebak korban untuyk mencuri informasi pribadi yang digunakan, informasi yang di curi berupa PIN( Personal Identification Number), dan OTP(On Time Password). Tindakan pishing ini menggunakan media seperti, e-mail, media sosial, Panggilan telepon, dan via SMS. Jadi dengan adanya tindakan seperti itu, pihak dari digital payment OVO lebih meningkatkan sistem pengamanan dan bagi pengguna digital payment untuk lebih berhati-hati, jangan mudah percaya dengan penawaran-penawaran yang tanpa diketahui kejelasannya.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian yang telah diselesaikan terkait pola konsumsi OVO pengguna dan konsumen utama. Sikap berimplikasi positif dan signifikan terhadap jangka waktu konsumsi konsumen utama. Akibatnya, hubungan antara perilaku konsumen dengan tingkat konsumsinya mulai menunjukkan tanda-tanda perbaikan. Perilaku normal positif dan signifikan berkaitan dengan periode waktu konsumen utama melakukan pembelian. Artinya, semakin tinggi niat perilaku konsumtif mahasiswa, semakin tinggi norma subjektif yang dimiliki. Kontrol positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dilakukan terhadap mayoritas mahasiswa. Artinya, semakin tinggi niat perilaku konsumtif mahasiswa, semakin tinggi kontrol perilaku yang dirasakan. Semakin sikap positif untuk perilaku konsumtif yang dimiliki, dan tinggi untuk perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan temuan studi dan bukti yang telah dikumpulkan, ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mengurangi jumlah konsumsi oleh mahasiswa, antara lain melakukan pencegahan agar tidak terlalu banyak gaya dan gengsi tetap menjalani gaya hidup seadanya. kebal terhadap efek iklan smartphone yang terus-menerus menggoda orang untuk membeli barang, dan memiliki kontrol yang ketat atas perilakunya sendiri sehingga tidak terlibat dalam perilaku berisiko, sehingga tidak menjadi aktivitas konsumen yang berisiko. Hal ini dapat dilakukan dengan mendorong diri untuk hidup seadanya dan bermartabat, seperti menahan diri dari perilaku yang dapat membuat seseorang menjadi boros, menghindari hanya membeli barang-barang pesta, dan membuat rencana untuk penggunaan setiap kantong uang. uang yang diterima.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 2013. *Sikap Manusia: Teori Dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Evan, I, W Winarno, W, and H P Putro. 2021. "Evaluasi Tingkat Penerimaan E-Money di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta Menggunakan Modifikasi UTAUT2." *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 11-22.
- Suhendry, W. 2020. "Minat Penggunaan OVO di kota Pontianak Menggunakan Model unified Theory Of Acceptance and Use Technology." *Jurnal Ekonomi Manajemen* 1-12.
- V, Wiratna Sejarweni. 2018. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi: Pendekatan Kualitatif*. 2018: Pt. Pustaka Baru.
- <https://sis.binus.ac.id/2019/10/10/apa-itu-e-payment-bagaimana-konsep-pembayaran-elektronik/>
- <https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/20211117/266/1467378/ov-o-amankan/transaksi-digital-pakai-keamanan-berlapis>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/22/kadence-ovo-jadi-platform-pembayaran/digital-terpopuler-di-indonesia>