

ANALISIS APLIKASI OVO SEBAGAI MEDIA PEMBAYARAN NON TUNAI PADA HYPERMART DEPARTEMENT STORE BANJARMASIN

ABSTRAK

Sahidah¹, Basuki², Abdurrahim³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 17.31.0678

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1111066301

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1105088902

Email :sahhidah85@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan : (1) Bagaimana cara menggunakan aplikasi ovo sebagai media pembayaran di Hypermart Departemen Store Banjarmasin, (2) Apa saja kendala dalam menggunakan aplikasi ovo sebagai media pembayaran di Hypermart Departemen Store Banjarmasin dan (3) Apa saja keuntungan yang di dapat dari penggunaan pembayaran ovo di Hypermart Banjarmasin.

Rancangan penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis,, Dilihat dari hasil responden penelitian ini berdasarkan umur, dapat kita lihat atas responden yang berumur 17 -25 tahun berjumlah 73 orang, sedangkan responden yang berumur 26 – 35 tahun berjumlah 115 orang, dan yang terakhir responden yang berumur 36 -50 tahun berjumlah sekitar 65 orang dari sini dapat kita gambarkan bahwa banyaknya peminat berkalangan dewasa dari usia 26 – 35 tahun.

Dari hasil penelitian dan wawancara yang telah saya lakukan di area perbelanjaan Hypermart terhadap para pelanggan yang berbelanja maupun pimpinan Area hypermart dapat saya simpulkan beberapa hal yaitu seperti yang saya jelakan di bawah ini : 1).Cara menggunakan aplikasi ovo ini dilakukan dengan cara utama iyalah melakukan download aplikasi melalui playstore, setelah aplikasi terdonload akan dilakukan registrasi seperti mengisi data dari member yang ingi menggunakan aplikasi ini, setelah download dan registrasi dilakukan maka aplikasi dapat di gunakan sebagai media pembayaran non tunai (Dompot Digital) di hypermart Banjarmasin. 2).Kendala yang sering didapati dalam penggunaan aplikasi ovo sebagai media pembayaran non tunai di hypermart adalah kurangnya pengetahuan cutumer tentang tata cara menggunakan aplikasi ovo oleh pelanggan Hypermart Banjarmasin, lemahnya jaringan selular yang di gunakan para customer hypermart Banjarmasin yang mengakibatkan adanya hambatan kelancaran dalam melakukan transaksi di area kasir Hypermart Banjarmasin. 3).Nilai positif dari aplikasi ovo terhadap Hypermart juga memberi pengaruh yang lumayan bagus bagi hypermart, karena semenjak adanya ovo di hypermart dan adanya promosi tambahan dari ovo juga memberi pengaruh positif bagi pelanggan, yang menjadikan pelanggan ingin selalu berbelanja di hypermart

Kata Kunci : Aplikasi OVO, Hypermart Banjarmasin, Keuntungan Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to solve the following problems: (1) How to use the OVO application as a payment medium at the Hypermart Department Store Banjarmasin, (2) What are the obstacles in using the OVO application as a payment medium at the Hypermart Department Store Banjarmasin and (3) What are the advantages obtained from the use of OVO payments at Hypermart Banjarmasin.

The design of this research is a qualitative research that is descriptive and tends to use analysis. Judging from the results of the respondents in this study by age, we can see that the respondents aged 17 -25 years were 73 people, while the respondents aged 26-35 years were 115 people. , and the last respondent aged 36 -50 years amounted to about 65 people from here we can describe that there are many adult enthusiasts from the age of 26-35 years.

From the results of research and interviews that I have conducted in the Hypermart shopping area to customers who shop and the leaders of the Hypermart Area, I can conclude several things, as I explain below: 1). How to use the Ovo application is done in the main way, namely doing download the application through the playstore, after the application is downloaded, registration will be carried out such as filling in data from members who want to use this application, after the download and registration is done, the application can be used as a non-cash payment medium (Digital Wallet) at hypermart Banjarmasin. Although there are still many possibilities that the people of Banjarmasin don't really know and know this application, especially for people who often shop at Hypermart Banjarmasin. 2). Constraints that are often found in the use of the ovo application as a non-cash payment medium at hypermarts are the lack of customer knowledge about the procedures for using the ovo application by Hypermart Banjarmasin customers, the weakness of the cellular network used by Banjarmasin hypermart customers which results in obstacles to smooth operations. transactions at the Banjarmasin Hypermart cashier area. 3). The positive value of the ovo application on Hypermart also has a pretty good influence on hypermart, because since the existence of ovo in hypermart and additional promotions from ovo also have a positive influence on customers, which makes customers want to always shop at hypermart because they get more reward compared to shopping at other stores

Keywords: OVO Application, Hypermart Banjarmasin, Company Profits

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin canggih, turut berperan pada pertumbuhan sektor jasa terutama jasa perbankan. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang terjadi, pola sistem pembayaran dalam bertransaksi ekonomi terus mengalami perkembangan dan perubahan teknologi yang berkembang pesat dalam sistem pembayaran mampu menggantikan peranan uang tunai (currency) sebagai alat.

Di Indonesia telah terjadi perkembangan dalam hal transaksi dengan cara non-tunai dalam beberapa

tahun terakhir ini. Hal tersebut terjadi karena semakin banyak pusat-pusat kegiatan ekonomi yang menyediakan fasilitas pembayaran secara non-tunai maupun sering kita sebut dengan uang elektronik termasuk Hypermart Departement Store Banjarmasin. Alat pembayaran non-tunai saat ini dapat berupa di antaranya kartu kredit, kartu debit, ATM, Aplikasi ovo yang secara umum sudah dikenal oleh masyarakat luas. Bank Indonesiasebagai bank central memiliki wewenang dalam melaksanakan, memberi persetujuan maupun perijinan terhadap

penyelenggaraan sistem pembayaran secara tunai maupun non-tunai.

Menurut Bank Indonesia (2006), Alat pembayaran secara non-tunai sejalan dengan berkembangnya tuntutan masyarakat akan kemudahan dalam bertransaksi, kini dunia perbankan telah memberikan solusi dengan inovasi inovasi baru pada masyarakat dalam bertransaksi. Perkembangan jumlah pembayaran non-tunai tahun ketahun semakin meningkat.

Selain aspek ekonomi, aspek masyarakat juga perlu untuk digali, mengetahui karakter masyarakat seberapa besar potensi yang dapat berkembang dalam masyarakat mengenai pembayaran secara non-tunai sehingga dapat diterapkan dalam penggunaan aplikasi ovo sebagai media pembayaran di Hypermart Departemen Store Banjarmasin.

OVO sendiri merupakan aplikasi digital finance terpadu yang dikembangkan LippoX, yang sudah terintegrasi dengan beberapa perusahaan Lippo. Di bawah naungan LippoX sebagai perusahaan digital payment milik grup perusahaan Lippo, sebuah smart financial apps diluncurkan. Bernama OVO, aplikasi ini mencoba mengakomodasi berbagai kebutuhan terkait dengan cashless dan mobile payment. Aplikasi OVO saat ini tersedia untuk platform Android dan IOS. OVO menggunakan sistem point reward, yang disebut dengan OVO point, untuk menjaga dan meningkatkan transaksi pengguna. Layanan ini terbagi ke dalam dua kategori pengguna, OVO Club (pengguna biasa) dan OVO Premier. Pembedanya adalah pada OVO Point yang didapat untuk setiap perolehan transaksi, maksimal saldo OVO Cash dan juga beberapa fitur lainnya. Di versi premium, pengguna diberikan akses untuk fitur

pengelolaan pengeluaran. Selain itu ada kemudahan transfer nominal uang yang ditawarkan dalam aplikasi, visi dari OVO sendiri adalah untuk menjadi aplikasi keuangan yang bekerja secara berkesinambungan, serta memberikan penawaran menarik bagi penggunanya.

Pengaruh pembayaran non-tunai saat ini sangat berdampak positif bagi masyarakat dan juga tempat perbelanjaan, pengaruh sebuah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak kepercayaan dan perbuatan seseorang dalam menentukan sikap (KBBI 1997:747). Pengaruh adalah sebuah daya yang ada timbul dari sesuatu baik orang maupun benda dan sebagainya yang berkuasa atau yang berkekuatan dan berpengaruh terhadap orang lain (Poerwardaminta:731). Dengan banyaknya masyarakat yang sudah mulai menyukai bertransaksi secara non-tunai akhirnya memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam berbelanja, Menurut Warjiyo (2006), alat pembayaran non-tunai memberikan manfaat kepada perekonomian, seperti tingkat kepuasan yang semakin bertambah dengan berkurangnya biaya transaksi, adanya sumber pendapatan bagi penyedia jasa pembayaran non-tunai, peningkatan kecepatan transaksi, pertumbuhan ekonomi, dan tingkat kesejahteraan.

Pembayaran melalui non-tunai lebih nyaman dibandingkan uang tunai, untuk transaksi yang bernilai kecil, karena nasabah tidak perlu mempunyai sejumlah uang pas untuk transaksi, kesalahan dalam menghitung dapat dikurangi, Non-tunai juga mempengaruhi industri jasa keuangan dimasa depan dan mampu mengurangi, *Barrier* dalam

mengakses industri jasa keuangan (Gomez&Capias:2003). Dengan mengembangkan model penerimaan teknologi yang diambil dari salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi *Technology Acceptance Model* teori ini diperkenalkan pertama kali oleh Davis (1986) sebagai adaptasi dari *Technology of Reason Action* (TRA) dan (TRA) *Theory of Reasoned Action* oleh Ajzen&Fishbein(1980).

Kenyamanan aktivitas atau manfaat yang dirasakan oleh masyarakat dengan bertransaksi secara non-tunai tingkat kemudahan diukur dengan menggunakan indikator: (1) Jaringan merchant yang luas; (2) Kelancaran transaksi; (3) Kemudahan tempat isi ulang; (4) Pelayanan merchant yang memuaskan; (5) Kemudahan mendapatkan pelayanan on-line saat mendapat masalah; dan (6) Biaya transaksi rendah. Keamanan dalam bertransaksi melalui aplikasi menunjukkan tingkat keamanan dan privasi pada saat menggunakannya sebagai media pembayaran non-tunai tingkat keamanan diukur dari indikator: (1) Tidak khawatir memberikan informasi; (2) Kepercayaan bahwa informasi dilindungi ; dan (3) Kepercayaan keamanan uang yang ada didalam elektronik terjamin pada saat transaksi.

Pembayaran melalui aplikasi ovo memberikan berbagai keunggulan diantaranya mengedepankan kecepatan, kemudahan dan efisiensi dibandingkan pembayaran melalui pembayaran non-tunai lainnya, mulai dari manfaat yang didapat dalam menggunakan aplikasi ovo namun pembayaran melalui aplikasi ovo masih kurang digemari oleh masyarakat, hal ini di akibatkan kurangnya pemahaman masyarakat mengenai manfaat dan kemudahan bertransaksi melalui aplikasi OVO

sehingga kepercayaan terhadap pembayaran melalui aplikasi OVO belum sesuai dengan tujuan mempermudah dan simpel ,bukan menjadi mempersulit bertransaksi. Selain faktor persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan yang mempengaruhi minat menggunakan teknologi, faktor lainnya persepsi resiko. Meskipun, teknologi memberikan banyak manfaat dan kemudahan penggunaan bagi para penggunanya ,ternyata masih ada sejumlah pengguna yang menolak untuk menggunakan teknologi karena terdapat masalah ketidakpastian dan keamanan (Kuisma *et al.*,2007; Littler and Melanthiou,2006 dalam Lee,2009:130). Salah satu faktor yang bisa mempengaruhi persepsi konsumen ialah resiko, menurut Pavlou(2001:10) resiko ialah suatu keadaan ketidakpastian yang dipertimbangkan seseorang untuk memutuskan “iya: atau “tidak” dalam melakukan transaksi. Faktor resiko keamanan ini perlu diperhatikan oleh penerbit aplikasi ovo guna meminimalkan persepsi masyarakat tersebut akan resiko transaksi yang dapat terjadi, akibat transaksi yang dilakukan secara elektronik dengan tujuan agar pengguna uang elektronik terhindar dari berbagai kekhawatiran pada saat bertransaksi menggunakan aplikasi ovo. Beberapa factor resiko yang dapat terjadi oleh pengguna uang elektronik diantaranya adalah : Kesalahan Ketika memasukan kode verifikasi , Server down atau sedang gangguan maintance , lupa kata sandi, nomor hand phone yang telah terblokir atau tidak aktif.

Berdasarkan latar belakang yang telah di bahas sebelumnya, maka penulis kemudian tertarik untuk mengajukan penelitian lebih jauh tentang penggunaan ovo sebagai media pembayaran non tunai sebagai tugas akhir perkuliahan dengan judul

“Analisis Aplikasi OVO Sebagai Media Pembayaran Non Tunai Di Hypermart Departement Store Banjarmasin”

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian, Pada penelitian ini metode yang di gunakan adalah metode Diskriptif Kualitatif, pengertian metode diskriptif kualitatif Menurut Sugiyono (2005:21) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas'. Gabungan dari berbagai data yang masih belum dapat “ bercerita “ banyak sehingga perlu diolah lebih lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui kegiatan wawancara dengan pihak Aplikasi OVO di Hypermart Banjarmasin diperoleh gambaran mengenai penggunaan Aplikasi OVO sebagai media pembayaran non tunai di Hypermart Banjarmasin, yang sekarang sudah berjalan cukup baik sebagai media pembayaran non Tunai.

Adapun penjelasan dari masing masing kegiatan Apk yaitu sebagai berikut :

1. Penggunaan Aplikasi OVO
Aplikasi OVO ini adalah pembayaran yang di lakukan secara digital yang di perkenalkan atau di kemukakan pada tahun 2017.dan pada tahun inilah ovo bergabung di PT. Hypermart sebagai aplikasi

pertama yang menyokong media pembayaran non tunai pada perusahaan ini melalui beberapa penjelasan dan training penggunaan aplikasi itu sendiri,dan aplikasi ini sendiri bisa kita gunakan dengan cara mendownload atau menginstal aplikasi ini sendiri melalui handphone Anandroid maupun Apple baik di Playstore maupun di App store, Aplikasi OVO ini juga memeberikan klaim bahwa, OVO ini sudah di terima lebih dari 30 ribu mitra di 211 kota serta 75% diantaranya adalah di bagian pusat perbelanjaan di Indonesia dan salah satu mitranya juga adalah PT HYPERMART

DEPARTEMENT STORE BANJARMASIN ini dan adajuga di beberapa tempat perbalanjaan yang lainnya di area seputaran mall baik di beberapa Restoran, Kedai kopi, Accecories dan bnyk store lainnya

2. Peran Aplikasi OVO sebagai media pembayaran Non Tunai sistem pembayaran melalui aplikasi ovo yang saat ini terjadi di Hypermart Banjarmasin memberikan suasana baru bagi peminatnya, pengaruh pembayaran melalui aplikasi ovo tersebut belum begitu dikenal oleh orang banyak yang di akibatkan ketidak tahuan masyarakat banjarmasin akan penggunaan aplikasi ovo dihypermart. Selain hal itu dalam penggunaan applikasi ovo sebagai media pembayaran di hypermart Banjarmasin belum begitu lancar akibat beberapa jaringan internet pada milik

customer yang tidak begitu lancar sehingga menyebabkan kendala dalam melakukan pembayaran sehingga membuat antrian panjang di kasir hypermart Banjarmasin. Namun diluar dari hal seperti yang saya jelaskan di atas aplikasi ini sebenarnya juga memberikan begitu banyak keuntungan yang bisa didapatkan oleh pelanggan dari penggunaan aplikasi ovo saat berbelanja di hypermart seperti tambahan diskon 5 - 10 %, sebagai contoh sebuah barang berharga Rp. 350.000 disc 10% maka barang tersebut nilainya menjadi Rp. 315.000 terkadang meski nilainya mungkin terlihat tidak seberapa tapi ini bisa membuat customer tetap berbelanja di toko tersebut. ditambah lagi setiap perbelanjaan mendapatkan cash back poin yang di mana bilai Poin tersebut sama nilainya dengan nilai Rupiah, Contohnya seperti seandainya pelanggan memiliki OVO poin senilai 100.000 poin, nilai tersebut sama dengan nilai uang Rp.100.000 yang di mana poin tersebut tidak bisa diuangkan atau di transfer ke Bank rekening melainkan untuk di belanjakan kembali.

3. Pelanggan pengguna OVO Aplikasi dan OVOHycard *OVO Hycard memiliki keterkaitan dengan aplikasi OVO itu sendiri biasa kartu member di gunakan sebagai media pengumpulan poin dan diskon tambahan yang akan di berikan PT. Hypermart kepada para pelanggan yang memiliki kartu member ini, dan Aplikasi*

OVO ini sendiri berguna dan bertujuan sebagai media pembayaran yang juga memberikan cash back berupa ovo poin, seandainya pelanggan memiliki kartu Member OVOHYCARD dan Aplikasi OVO maka para pelanggan secara otomatis mereka akan mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda yakni keuntungan dari kartu member dan juga keuntungan dari aplikasi ini sendiri.

Tapi hal yang terjadi pada saat ini pelanggan yang memiliki aplikasi OVO ini masih tidak sebanding dengan pelanggan yang memiliki kartu member OvoHycard menjaikan promosi yang di berikan untuk pelanggan menjadi kurang lancar dan penjualan pun kurang berdampak baik bagi perusahaan, hal seperti ini di sebabkan karena perbedaan cara melakukan promosi seperti kalau promosi kartu member OvoHycard biasanya di lakukan oleh semua karyawan, sedangkan promosi Aplikasi Ovo hanya di lakukan oleh Spg maupun Spb yang bersangkutan saja, maka dalam hal ini saya sebagai spg juga menyarankan sebuah pemikiran bagaimana cara meningkatkan pengguna Aplikasi Ovo ini sendiri. Kepada kepala manajer saya menyampaikan bahwa seharusnya semua karyawan PT. Hypermart Departement Store Banjarmasin baik itu dari kalangan Spg, Spb, maupun kasir juga ikut andil membantu dalam melakukan promosi tentang penggunaan, keuntungan, maupun manfaat

bagi para pelanggan setia yang melakukan transaksi.

Hal seperti ini bertujuan agar bisnis mencapai harapan dan tujuan perusahaan secara bersama, untuk menarik pelanggan agar selalu senang dan puas ketika berbelanja di PT. Hypermart Departement Store Banjarmasin.

1. Promosi Aplikasi OVO

Promosi ini dilakukan guna memperkenalkan aplikasi OVO sebagai media pembayaran non tunai yang bisa dilakukan di beberapa Merchant yang bertanda dan memiliki edisi pembayaran OVO, dengan adanya karyawan yang disediakan oleh pihak Aplikasi OVO ini sendiri, secara tidak langsung mereka juga dapat lebih mudah untuk berinteraksi dengan pelanggan yang akan melakukan perbelanjaan di are Hypermart, dengan keadaan seperti ini para Spg maupun Spb hanya berfokus untuk mempromosikan maupun memperkenalkan aplikasi ini.

2. Kendala kurangnya minat pelanggan

Penyebab masih sedikitnya penggunaan aplikasi ovo di Hypermart Banjarmasin bisa diperbaiki dengan cara

promosi meningkatkan standar service yang baik kepada customer dengan memberikan pemahaman tentang manfaat dan kegunaan aplikasi ovo, setiap customer yang datang ke Hypermart Banjarmasin untuk berbelanja bisa ditawarkan untuk menggunakan aplikasi ovo dan SPG ovo pun harus memahami semua ruang lingkup aplikasi ovo itu sendiri agar dapat lebih meyakinkan customer untuk menggunakannya. Jaringan Data Seluler pada saat pembayaran di kasir menggunakan aplikasi ovo kadang hal yang sering terjadi adalah jaringan data seluler customer lemah atau hilang sehingga tidak dapat melakukan pembayaran dan pada akhirnya menyebabkan kondisi tidak nyaman karena antrian menumpuk, hal tersebut bisa ditangani dengan cara menyediakan wifi gratis oleh SPG ovo, dengan hal itu apabila terjadi hal tersebut kasir bisa meminta bantuan kepada SPG ovo untuk memberikan wifi gratis kepada customer agar pembayaran bisa dilakukan dengan lancar.

PENUTUP

1. Cara menggunakan aplikasi ovo ini dilakukan dengan cara utama ialah melakukan download aplikasi melalui playstore, setelah aplikasi terdonload akan dilakukan registrasi seperti mengisi data dari member yang ingi menggunakan aplikasi ini, setelah download dan registrasi dilakukan maka aplikasi dapat di gunakan sebagai media pembayaran non tunai (Dompot Digital) di hypermart Banjarmasin. Meski masih ada banyak kemungkinan masyarakat Banjarmasin belum begitu tahu dan mengenal aplikasi ini, terutama bagi masyarakat yang sering berbelanja di Hypermart Banjarmasin.
2. Kendala yang sering didapati dalam penggunaan aplikasi ovo sebagai media pembayaran non tunai di hypermart adalah kurangnya pengetahuan cutumer tentang tata cara menggunakan aplikasi ovo oleh pelanggan Hypermart Banjarmasin, lemahnya jaringan selular yang di gunakan para custumer hypermart Banjarmasin yang mengakibatkan adanya hambatan kelancaran dalam melakukan transaksi di area kasir Hypermart Banjarmasin
3. Nilai positif dari aplikasi ovo terhadap Hypermart juga memberi pengaruh yang lumayan bagus bagi hypermart, karena semenjak adanya ovo di hypermart dan adanya promosi tambahan dari ovo juga memberi pengaruh positif bagi pelanggan, yang menjadikan

pelanggan ingin selalu berbelanja di hypermart karena mendapatkan lebih banyak reward di bandingkan berbelanja di store lain, maka hal ini juga memberi keuntungan bagi perusahaan karena adanya kenaikan yang lumayan bagi penjualan perusahaan. selain itu lokasi hypermart yang juga nyaman dan strategis karena berada area mall membuat pelanggan merasa nyaman berbelanja di tempat seperti ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alter, S., 1992. Information systems: A Management Perspective. The Benjamin/Cummings Publishing Company, Inc
- Buyens, Jim (2001) Web Database Development. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Anis Nurjanah, (2020). “ PERSEPSI PENGGUNAAN OVO TERHADAP MINAT DAN KEPUASAN DIKALANGAN MAHASISWA” , Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi) Volume 01 Nomor 02 Tahun 2020 (Hal: 122-131) <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Anggun, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Sikap Terhadap Keputusan Penggunaan Serta Dampaknya Atas Kepuasan Pelanggan OVO. Universitas Bina Nusantara.
- Artikel dalam jurnal: Syarifuddin, Ferry, dkk. 2009. Dampak Peningkatan Pembayaran Non-Tunai terhadap Perekonomian

dan Implikasinya terhadap Pengendalian Moneter di Indonesia Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan April 2009.

Fahri Rivaldi (2016) Perancangan Aplikasi Mobile “Kamusku”. [Diakses pada 7 Februari 2019] https://www.researchgate.net/publication/311589301_JURNAL_PERANCANGAN_APLIKASI_MOBILE

Lihua, L. (2020). Pengaruh Promosi Aplikasi OVO Terhadap Loyalitas Pelanggan. Universitas Paramadina.

Muhammad Ridho Ar-Robi dan Berto Mulia Wibawa, (2019). “Analisis Tingkat Kepuasan dan Performa Pada Merchant OVO di Surabaya”. Jurnal sains dan seni ITS Vol. 8, No1 (2019).

Nurits Nadia Khafiyah, (2019). “Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ovo”.

Syarifuddin, Ferry, dkk. 2009. Dampak Peningkatan Pembayaran Non-Tunai terhadap Perekonomian dan Implikasinya terhadap Pengendalian Moneter di Indonesia Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan April 2009.

Veronika Hardi, (2021). “PENGARUH KINERJA LAYANAN DAN PROMOSI OVO TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL OVO (SURVEY PADA MASYARAKAT SURABAYA” , Commercium,