

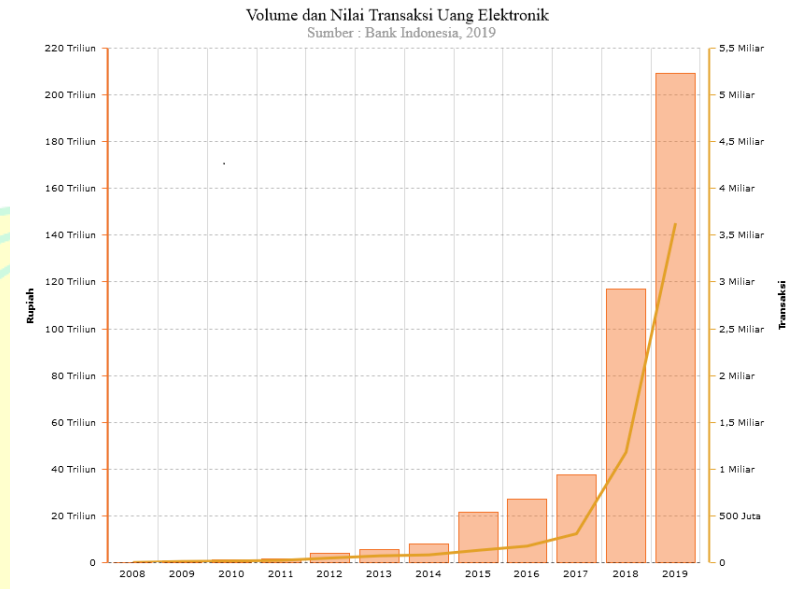
# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Saat ini era globalisasi berkembang semakin pesat, perubahan demi perubahan terjadi dalam setiap aspek kehidupan manusia seperti teknologi, komunikasi maupun sistem informasi. Dalam ketiga aspek tersebut menuntut perusahaan penyedia layanan telekomunikasi atau yang biasa disebut telepon pintar untuk berinovasi secara berkelanjutan, demi memenuhi kebutuhan pelanggan dan mempertahankan eksistensi perusahaan terhadap kompetitor perusahaan lainnya.

Berkembangnya telekomunikasi atau telepon pintar yang semakin pesat tersebut, membuat para pegiat ekonomi memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk diterapkan dalam perputaran roda perekonomian, dalam hal ini adalah pada penerapan sistem transaksi pembayaran digital. Sebelum adanya teknologi yang canggih saat ini, masyarakat melakukan transaksi menggunakan sistem barter yang kemudian terus berkembang sampai muncul transaksi menggunakan uang seperti, uang kertas, logam maupun elektronik. Menurut Bank Indonesia (2020) Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik yang nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu, Penggunaanya harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi. Dengan adanya sistem pembayaran digital masyarakat dapat melakukan transaksi pembayaran dengan mudah dan lebih modern. Berikut ini adalah data statistik transaksi uang elektronik di Indonesia :



**Gambar 1. 1 Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik**

pembayaran

elektronik, seperti dikutip dari Jayani (2019) tentang pelonjakkan masyarakat dalam melakukan transaksi secara digital. Tercatat pada akhir 2018 terjadi pelonjakkan volume transaksi uang elektronik senilai 209,8% menjadi Rp 2,9 miliar transaksi, apabila di refleksikan dengan tahun 2017 hanya sebesar 943,3 juta transaksi. Sama halnya seperti volume transaksi uang, nilai transaksi uang elektronik juga mengalami pelonjakkan mencapai Rp 47,2 triliun pada tahun 2018. Hingga Juli 2019 nilai transaksi elektronik sudah mencapai Rp 69 triliun.

Popularitas sistem transaksi pembayaran digital pada moda transportasi dan *e-commerce* semakin diminati oleh masyarakat Indonesia saat ini. Menurut Pratama (2019) melalui kompas.com berdasarkan hasil riset yang dikeluarkan

oleh *snapcart* mengatakan bahwa penggunaan uang elektronik biasa digunakan untuk 3 jenis transaksi yang paling acap digunakan oleh masyarakat yaitu transaksi retail 28%, pemasaran transportasi online 27%, dan pemesanan makanan online 20%. Menurut Zhou (2013) mengatakan Pembayaran seluler berarti bahwa pengguna mengadopsi terminal seluler seperti ponsel untuk melakukan pembayaran atas tagihan, barang dan jasa. Dibandingkan dengan pembayaran tradisional dan online, keuntungan utama dari pembayaran seluler ada di mana-mana. Artinya, dengan bantuan jaringan seluler dan terminal, pengguna dapat melakukan pembayaran kapan saja dari mana saja. Menurut Liébana et al., (2019) mengatakan sebagian besar perusahaan teknologi memfokuskan diri mereka upaya untuk meningkatkan jumlah layanan seluler yang tersedia, termasuk pembayaran *mobile*, yang didefinisikan sebagai semua transaksi komersial yang berlangsung melalui jaringan dan nirkabel perangkat.

Menurut Wahyu Ario Pratomo (2020) melalui Inews.id mengatakan Peluang keuangan digital di Indonesia sangat besar dengan pesatnya perkembangan alat pembayaran digital, sehingga penggunaan uang kertas akan semakin berkurang. Penerapan transaksi nontunai pun terus berkembang, hal ini merupakan hasil logis dari generasi milenial Indonesia yang lebih mengutamakan transaksi yang efisien, cepat dan mudah. Mengingat struktur demografi Indonesia saat ini didominasi oleh generasi Y dan Z, maka keberadaan uang elektronik atau *e-wallet* menjadi penting. Dompot Digital atau

*e-wallet* sesuai dengan Pasal 1, Ayat 7 Peraturan Perbankan Indonesia Dokumen No. 18/40 / PBI / 2016 tahun 2016 Transaksi pembayaran adalah layanan elektronik yang digunakan untuk menyimpan data alat pembayaran meliputi alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan / atau mata uang Elektronik, juga bisa menampung dana untuk pembayaran Bank Indonesia (2020).

Menurut Santia (2020) melalui Liputan6.com mengatakan bahwa masyarakat menggunakan penggunaan nontunai untuk melakukan berbagai transaksi keuangan, seperti belanja online, bayar listrik, bayar di restoran, bayar transportasi, nonton film, dan berbagai layanan perbankan digital. Motivasi masyarakat dalam memilih alat pembayaran nontunai terbagi menjadi tiga bagian yaitu konsumen yang tidak takut dengan pembayaran nontunai (jaminan), konsumen yang menikmati pembayaran nontunai dan memperkaya kehidupannya (penyemangat), dan Konsumen percaya bahwa pembayaran nontunai baru, mereka akan mengikuti perkembangan zaman (inspirasi). Menurut

riset yang dilakukan oleh Ipsos (2020) tentang peningkatan pengguna dompet digital dalam berbagai umur :

Berdasarkan data di atas yang di teliti oleh Ipsos (2020) dari 500 responden diseluruh Indonesia, Peningkatan penggunaan dan kuantitas konsumen dompet digital Indonesia sangat tinggi di kalangan generasi muda. Dengan kata lain, usianya antara 18-29 tahun. Selama ini konsumen Indonesia cukup menyerap inovasi-inovasi baru terutama generasi muda. Generasi muda ini mulai



*Gambar 1. 2 data ipsos*

menggunakan dompet digital sejak dini dan menjadi yang pertama coba inovasi baru, termasuk yang disediakan oleh dompet digital.

Menurut riset yang dilakukan oleh Ipsos (2020) , ada empat pemain utama industri dompet digital Indonesia, yakni GoPay, Ovo, Dana, dan LinkAja. Dalam tiga indikator pemimpin pasar (jumlah transaksi pertama, jumlah transaksi menggunakan dompet digital, dan jumlah transaksi berulang),



**Gambar 1. 3 data ipsos**

studi tersebut menemukan bahwa GoPay menduduki peringkat pertama dari semua indikator ini.

Riset Ipsos juga menemukan bahwa GoPay adalah dompet digital yang paling dikenal oleh generasi milenial dan Z (58%), diikuti oleh Ovo (29%), Dana (9%) dan LinkAja (4%). Saat mempelajari lebih lanjut pengalaman anak muda dalam mengadopsi dompet digital, Ipsos menemukan bahwa 71% anak muda termotivasi untuk menggunakan dompet digital pertama kali untuk tujuan promosi. Namun, karena sudah terbiasa dengan kemudahan yang diberikan dompet digital, loyalitas mereka tidak lagi ditentukan hanya oleh promosi. Beberapa aspek yang diinginkan konsumen dari dompet digital adalah kenyamanan (68%), promosi (23%) dan keamanan (9%).

GOPAY merupakan salah satu layanan yang disediakan dalam aplikasi Gojek, menempati peringkat pertama di antara *e-wallet* dengan jumlah pengguna aktif bulanan tertinggi dari kuartal kedua tahun 2019 hingga kuartal kedua tahun 2020. Meski data yang tersedia merupakan total kumulatif pengguna aplikasi Gojek secara keseluruhan, namun total unduhan aplikasi GOJEK masih menempati urutan tertinggi, di antara aplikasi yang paling banyak diunduh di platform Android dan iOS. Jika pengguna baru akan menggunakan *e-wallet* untuk transaksi, GOPAY akan dipilih sebagai *e-wallet* terlebih dahulu. Sebanyak 60% responden menyatakan bahwa mereka menggunakan GOPAY sebagai *e-wallet* pertama mereka. Selain itu, GOPAY memiliki pengguna paling alami (54%). Meskipun tidak ada promosi atau *cash back*, pengguna GOPAY tetap menggunakan GOPAY sebagai alat transaksi mereka.

Persaingan antar penyedia layanan dompet digital semakin sengit dari waktu ke waktu. Untuk menghadapi persaingan ini, penyedia layanan dompet digital harus bisa mengetahui apa itu yang dibutuhkan oleh masyarakat dan membuat inovasi yang lebih menarik sehingga bisa memuaskan konsumen.

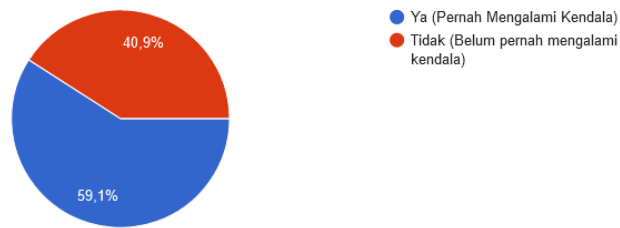
Menurut Farooq et al., (2018) mengatakan bahwa kepuasan mengacu pada perasaan senang atau kecewa seseorang akibat membandingkan kinerja produk dalam kaitannya dengan harapannya. Kepuasan Pelanggan tetap menjadi area fokus utama dalam banyak sosial dan perilaku studi vioural.

Konsep Kepuasan Pelanggan itu pada umumnya didasarkan pada pengertian bahwa bisnis harus memuaskan pelanggannya agar berkelanjutan dan menguntungkan. Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Namun, menurut Prasetio (2021) ada kendala kepuasan pelanggan yaitu layanan *customer service* yang menggunakan bot. Hal tersebut membuat jawaban yang diberikan oleh *customer service* adalah jawaban yang tidak diinginkan oleh pelanggan pengguna gopay dan membuat konsumen tidak mengerti terhadap fitur layanan *customer service* tersebut. Menurut Zhou (2013) dalam penelitiannya tentang intensitas menggunakan kembali layanan *mobile payment* di China, bahwa terdapat beberapa faktor yang diantaranya adalah kualitas pelayanan dan kepercayaan yang dapat membuat pelanggan menjadi puas dan memilih dompet digital sebagai metode dalam melakukan transaksi pembayaran. Faktor pertama yaitu kualitas pelayanan. Kualitas layanan mencerminkan keandalan, daya tanggap, jaminan dan personalisasi. Memberikan layanan berkualitas akan menandakan bahwa layanan yang diberikan memiliki kemampuan yang baik. Sebaliknya, jika penyedia layanan menghadirkan pelayanan yang tidak dapat diandalkan dan memiliki respon yang lambat terhadap pengguna, pengguna tidak dapat membangun kepercayaan di dalamnya. Dengan demikian, kualitas layanan dapat mempengaruhi kepercayaan pengguna. Namun, dikutip dari Media Konsumen menurut Rosada (2020) bahwa pelayanan Gopay buruk dikarenakan pegawai administrasi kantor cabang tidak memberikan respon



yang diinginkan oleh konsumen. Tentu saja ini tidak mencerminkan kualitas pelayanan yang andal dalam sebuah perusahaan.

Faktor kedua yaitu kepercayaan. Kepercayaan mencerminkan kesediaan untuk berada dalam kerentanan berdasarkan posisi ekspektasi terhadap perilaku masa depan pihak lain. Kepercayaan mencakup tiga keyakinan: kemampuan, integritas dan kebajikan. Kemampuan berarti bahwa penyedia layanan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memenuhi tugas mereka. Integritas berarti penyedia layanan menjaga mereka menjanjikan dan tidak menipu pengguna. Kebajikan berarti pelayanan itu penyedia memperhatikan kepentingan pengguna, bukan hanya keuntungan mereka sendiri Zhou (2013). Namun, menurut Thomas (2019) dalam Tirto.id mengatakan bahwa pernah terjadi kasus pembobolan saldo Gopay pada beberapa pelanggan. Pembobolan saldo tersebut juga menghancurkan uang yang cukup besar. Tentunya dari kejadian tersebut dapat menurunkan kepercayaan pelanggan dalam menggunakan Gopay karena sistem keamanan yang kurang baik. Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti dengan penyebaran kuesioner melalui *google form* pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang pernah menggunakan Gopay, nyatanya masih terdapat beberapa kendala yang dialami responden dalam menggunakan Gopay. Berikut merupakan hasil survei awal yang dilakukan peneliti pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta tentang kepuasan pelanggan pengguna Gopay:



Gambar 1. 4 Hasil Survey Awal Pengguna Gopay pada Mahasiswa

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2021)

Berdasarkan survei awal peneliti lakukan pada 50 mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, dapat diketahui bahwa 40,9% responden menyatakan bahwa mereka tidak pernah mengalami kendala saat menggunakan Gopay, namun 59,1% responden menyatakan pernah mengalami kendala saat menggunakan Gopay. Terdapat beberapa kendala yang pernah dialami oleh pengguna Gopay, dapat dilihat pada tabel 1.4 berikut:

**Tabel 1. 1 Data Kendala yang Dihadapi Pengguna Gopay**

No.	Kendala yang dihadapi pengguna	Jumlah
1.	<b>User Interface (pengguna tatap muka) yang kurang efisien</b>	<b>25%</b>
2.	<b>Proses top up yang rumit</b>	<b>11,4%</b>
3.	<b>Prosedur dalam melakukan transaksi yang rumit</b>	<b>9,1%</b>
4.	<b>Beberapa fitur aplikasi yang kurang dimenegerti</b>	<b>40,9%</b>
5.	<b>Kurangnya keamanan saat bertransaksi</b>	<b>4,5%</b>

---

6. <b>Kurangnya keamanan menyimpan uang di dompet digital</b>	<b>9,1%</b>
---	-------------

---

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2021)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa terdapat responden yang mengalami kendala lebih dari satu permasalahan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa masalah yang dialami oleh pengguna Gopay yang kemungkinan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna Gopay.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan, terdapat dua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan. Berdasarkan uraian yang telah disebutkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif mengenai kepuasan konsumen pengguna Gopay pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

### **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang sudah disebutkan di atas, maka dapat disebutkan dibawah ini tentang masalah yang akan diteliti :

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepercayaan (*trust*) pengguna sistem pembayaran *online* Gopay pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?

2. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) pengguna sistem pembayaran *online* Gopay pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kepercayaan (*trust*) terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) pengguna sistem pembayaran *online* Gopay pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah dituliskan sebelumnya, maka dari itu tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan data empiris dan fakta yang tepat (sahih, tepat, dan benar), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) tentang :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepercayaan (*trust*) pengguna sistem pembayaran *online* Gopay pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kepercayaan (*trust*) terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) pengguna sistem pembayaran *online* Gopay pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) pengguna sistem pembayaran *online* Gopay pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian kualitas pelayanan (*service quality*) dan kepercayaan (*trust*) sudah dilakukan penelitian sebelumnya oleh beberapa ahli, misalnya di Afrika Selatan oleh Dlodlo (2014), di Selandia Baru oleh Xin et al. (2015), di Eropa, Amerika Utara dan Afrika oleh Liébana-Cabanillas et al. (2019), dan di Timur Tengah oleh Sharma & Sharma (2019). Kualitas pelayanan (*service quality*) dan kepercayaan (*trust*) diteliti menggunakan *platform* yang berbeda seperti, *mobile banking*, *mobile payment*, dan *Near-field Communication*. Pada penelitian saat ini, penulis akan meneliti pada sektor industri *e-wallet*. Penelitian pada industri *e-wallet* dapat dikatakan masih langka diteliti, oleh sebab itu penulis sangat tertarik untuk meneliti tentang *e-wallet*.

Selanjutnya, kualitas pelayanan (*service quality*) dan kepercayaan (*trust*) terdapat perbedaan pada subjek penelitian, seperti subjek yang sebelumnya sudah pernah menggunakan *mobile payment* di Afrika Selatan, dan Oman, perbedaan latar belakang budaya dan fungsi masing-masing *mobile payment* di Selandia Baru. Kualitas pelayanan (*service quality*) dan kepercayaan (*trust*) terdapat teknik analisa yang berbeda untuk di teliti seperti *structural equation modeling* (SEM), *partial least square* (PLS) dan analisis regresi berganda. Pada

penelitian saat ini, subjek penelitian yang peneliti ambil adalah mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta yang pernah menggunakan Gopay selama 6 bulan terakhir dan teknis analisis yang digunakan adalah *structural equation modeling* (SEM).

