

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

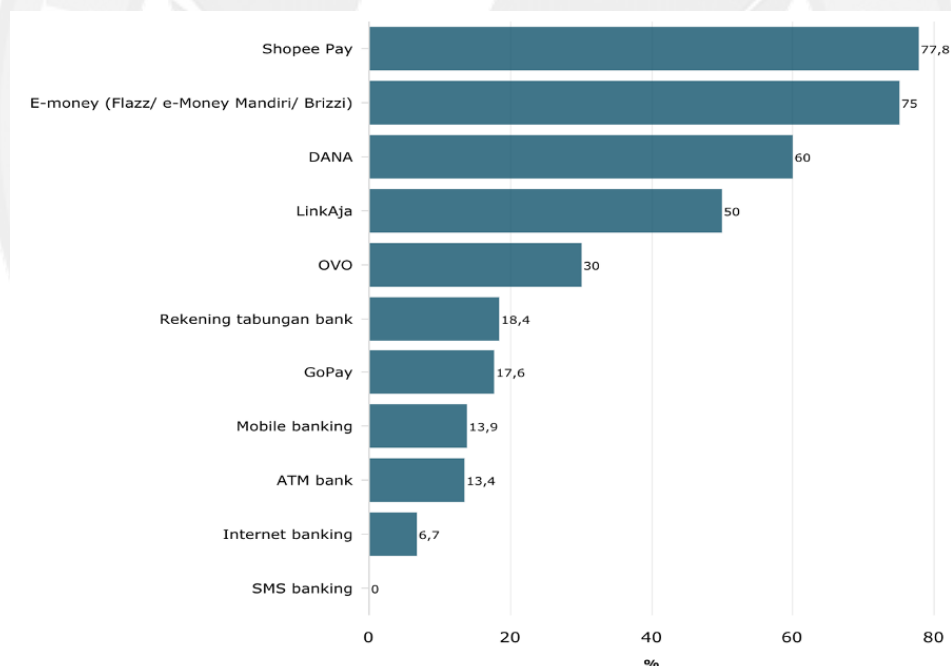
Perkembangan dunia teknologi sekarang ini sangat cepat dan semakin canggih, hal tersebut memang telah membawa manfaat yang luar biasa bagi kemajuan peradaban umat manusia. Banyak pekerjaan yang sebelumnya membutuhkan kemampuan fisik yang cukup besar, kini relatif sudah dapat tergantikan oleh perangkat mesin-mesin otomatis. Demikian pula dengan ditemukannya formula-formula baru di bidang IT, seolah sudah mampu menggeser posisi kemampuan otak manusia dalam berbagai bidang ilmu dan aktivitas. Kemajuan teknologi pada saat ini diakui dan dirasakan telah memberikan banyak kemudahan dan kenyamanan bagi kehidupan manusia di era modern seperti saat ini. Mengenai perkembangan ilmu berarti menggambarkan aplikasi ilmu dan teknologi dalam berbagai sektor kehidupan. Salah satunya yaitu sektor ekonomi yang membutuhkan dan mendapat sentuhan teknologi. Pesatnya perkembangan teknologi saat ini memberikan dampak yang besar terhadap perkembangan sistem pembayaran dalam transaksi bisnis terutama dalam menjaga keberlanjutan hubungan bisnis para pihak, yang semula hanya menggunakan uang tunai, kini sudah merambah pada sistem pembayaran digital atau bisa disebut sebagai *electronic money (e-money)* Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran *e-money* tersebut telah menggeser peran dari uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran kedalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Pembayaran secara non tunai pada umumnya dilakukan tidak dengan menggunakan uang sebagai alat pembayaran, melainkan dengan beberapa cara

seperti transfer antar bank maupun transfer intra bank melalui jaringan internal bank sendiri. Selain itu, pembayaran non tunai juga dapat dilakukan dengan cara menggunakan kartu sebagai alat pembayaran, sebagai contoh dengan menggunakan kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit. Di era revolusi industri 4.0 seperti saat ini, menunjukkan bahwa semakin meningkat dan banyaknya teknologi yang berpengaruh terhadap sistem pembayaran. Banyak aplikasi yang digunakan masyarakat sebagai fasilitas pembayaran non-tunai. Kegunaan aplikasi tersebut antara lain digunakan untuk mempermudah transaksi di berbagai macam aktivitas, sebagai contoh untuk pembayaran ojek *online*, pesan antar makanan, pembayaran tagihan listrik/telepon, pembayaran PDAM, pembelian Bahan Bakar Minyak untuk kendaraan dan masih banyak lagi kemudahan yang dihasilkan oleh aplikasi pembayaran digital (Aksele, 2021)

Di era Pandemi *coronavirus disease 2019* (Covid-19) menyebabkan masyarakat harus berusaha lebih untuk melakukan *pyshical distancing* atau jaga jarak agar rantai penyebaran virus tersebut dapat terputus. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh masyarakat adalah dengan menerapkan metode pembayaran dengan cara nontunai. Dengan metode pembayaran nontunai, masyarakat dapat meminimalisir kontak langsung dengan orang lain pada saat melakukan transaksi. Hal ini dapat membantu upaya penekanan penyebaran Covid-19. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) sendiri pernah memperingatkan bahwa uang kertas mungkin dapat menyebarkan virus corona. (Prasetya, 2020)

Sehingga, pembayaran dengan cara non tunai akan menjadi cara baru saat bertransaksi di era post-Covid-19. Pada akhirnya, pembayaran digital seperti e-wallet dipilih konsumen tidak hanya karena faktor promo, akan tetapi sudah

menjadi kebutuhan lantaran dianggap memberi keamanan dan kenyamanan saat melakukan transaksi. Berdasarkan data dari Bank Indonesia (BI), terjadi peningkatan nilai transaksi uang elektronik per Agustus 2020 yang mencapai Rp 17 triliun, atau naik sebesar 33,8% apabila dibandingkan dengan transaksi di bulan Agustus tahun sebelumnya. Alhasil, pembayaran digital melalui e-wallet menempati posisi kedua (26%) sebagai pilihan pembayaran, di bawah transaksi perbankan yang menempati posisi pertama sebesar 30%. Masyarakat yang pada awalnya hanya membeli barang-barang lifestyle lewat e-commerce, kini mulai merambah ke belanja kebutuhan pokok bahkan dalam melakukan transaksi pembelian Bahan Bakar Minyak untuk kendaraan bermotor (Ekarina, 2020)



**Gambar 1. 1 Layanan Perbankan yang Paling Sering Digunakan Gen Z dalam 3 Bulan Terakhir**  
Sumber : Katadata Insight Center (KIC) , (Ekarina, 2020)

Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) menjadi salah satu tempat publik yang rentan terhadap penyebaran virus Covid-19. Untuk mengantisipasi masifnya penyebaran virus tersebut. Pertamina menerapkan sejumlah prosedur

untuk mengantisipasi penyebaran varian virus corona baru ini. Beberapa upaya yang dilakukan antara lain : dengan melakukan pemeriksaan suhu kepada setiap petugas SPBU yang akan memulai dan mengakhiri shift bertugas. Petugas SPBU juga diwajibkan menggunakan masker, handzinitizer, dan menjaga jarak dengan konsumen sekitar 1,5 meter. Selain itu, beberapa SPBU menyediakan layanan self service untuk pengisian bahan bakar kendaraannya dengan menyiapkan petugas yang rutin membersihkan nozzle dengan cairan disinfektan. Tidak hanya itu, seluruh area SPBU seperti kantor dan fasilitas berupa toilet dan mushola pun dibersihkan secara rutin dengan disinfektan. Upaya lain yang dilakukan oleh Pertamina yaitu dengan menghimbau konsumennya untuk menggunakan metode pembayaran *cashless* untuk mengurangi interaksi secara langsung. Hal - hal tersebut dilakukan agar masyarakat tetap merasa aman dan nyaman saat melakukan pembelian BBM di SPBU Pertamina. Selain itu, secara tidak langsung hal tersebut dapat menjaga operator SPBU sebagai garda depan Pertamina yang melayani kebutuhan masyarakat secara langsung (Julaika, 2021)



**Gambar 1. 2 Seorang Pelanggan Mengisi BBM di SPBU Pertamina**

Sumber: <https://mediaindonesia.com/humaniora/297350/pertamina-antisipasi-penyebaran-covid-19-di-spbu>

PT. Pertamina (Persero) merupakan satu-satunya Perusahaan BUMN yang ditugaskan Pemerintah untuk menyediakan dan menyalurkan Bahan Bakar Minyak secara Nasional kepada masyarakat Indonesia. Sebagai satu-satunya Perusahaan plat merah yang diserahkan tanggung jawab atas distribusi BBM secara Nasional. Dengan maraknya kehadiran perusahaan swasta yang bergerak di bidang penjualan BBM retail, agar tidak kehilangan konsumen loyalnya, PT. Pertamina (Persero) terus berusaha untuk menciptakan strategi dan inovasi baru dalam memuaskan pelanggan dan tetap berupaya memperhatikan peningkatan pelayanan kepada para pelanggan (Admin, Sekilas Pertamina, 2021)



**Gambar 1. 3 Logo PT. Pertamina (Persero)**

Sumber : <https://www.pertamina.com> diunduh pada 08 Agustus 2021

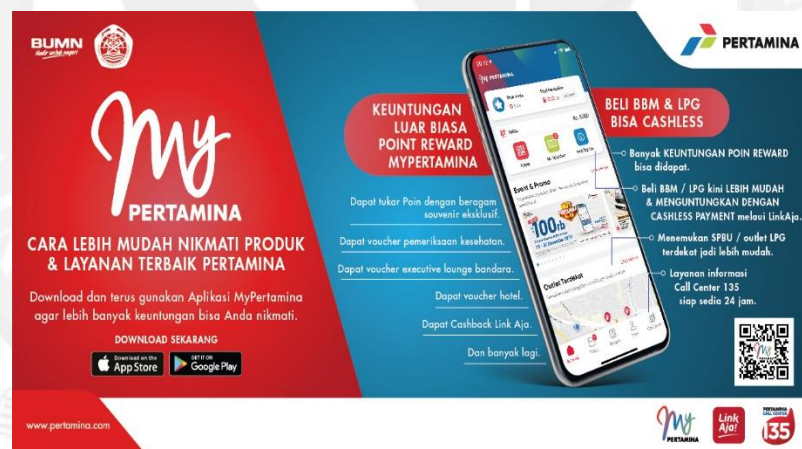
Di era industri 4.0, perkembangan teknologi saat ini semakin cepat dan canggih khususnya komunikasi dan teknologi informasi. Teknologi telah melekat pada diri manusia sehingga menjadi hal yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Salah satu teknologi yang paling banyak digunakan oleh manusia adalah Smartphone. Dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat, mengharuskan Perusahaan melakukan inovasi dalam mengembangkan bisnisnya untuk membuat konsumennya menjadi lebih loyal dan dapat memberikan kemudahan atau solusi yang tepat dan cepat sesuai kebutuhan / keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas terhadap produk dan layanan yang

diberikan sehingga tetap berlangganan dengan produk atau jasa yang ditawarkan (Riskinaswara, 2021)

Salah satu cara PT. Pertamina (Persero) dalam meningkatkan penjualan produk dan pelayanan adalah dengan meluncurkan Aplikasi MyPertamina yang ada di gengaman pelanggan melalui smartphone berbasis Ios dan Android. My Pertamina adalah program *loyalty* dan *e-payment* yang memberikan *user experiences* dari PT Pertamina (Persero) dengan mudah untuk seluruh pelanggan Pertamina. Dalam layanan *e-money* ini, telah terdaftar dan diawasi oleh Bank Indonesia. My Pertamina berfungsi sebagai *cashless payment* (sembilan sistem pembayaran non-tunai), sarana pelanggan untuk mendapatkan *point* dan *reward* serta pengaplikasian *e-voucher* yang dapat digunakan di berbagai *merchant* yang telah berkerjasama dengan PT Pertamina melalui My Pertamina Loyalty Program. Dalam aplikasi My Pertamina ini, Pertamina lebih mengutamakan promosi-promosi yang berhubungan dengan bahan bakar minyak untuk kendaraan, baik dalam promosi mendapatkan jumlah *point*, *voucher*, dan lain sebagainya. MyPertamina pertama kali dirilis pada Desember tahun 2016 dalam bentuk gerai dagang barang Pertamina di 3 tempat yaitu di MT Haryono, Lenteng Agung, Abdul Muis, Jakarta. Dengan menjual produk berupa pakaian dan produk-produk dari Pertamina lainnya. Lalu pada Januari 2017 bekerjasama dengan Bank Mandiri, Pertamina mengeluarkan produk Kartu Kredit Pertamina Mastercard. Kartu yang digunakan menggantikan uang tunai saat pengisian BBM di SPBU. Dan pada Agustus 2017 melalui program MyPertamina Loyalty diluncurkan dengan bentuk kartu elektronik dan aplikasi di acara Gaikindo Indonesia International Auto Show 2017. Dengan pengisian saldo melalui ATM dan aplikasi daring perbankan untuk

menggunakan pembayaran non-tunai (Admin, Digitalisasi SPBU Cashless Payment, 2021)

Pada tahun 2019 MyPertamina diluncurkan sebagai aplikasi dompet digital LinkAja! yang merupakan aplikasi dompet digital gabungan Telkomsel, Bank BRI, Bank Mandiri, Bank BNI. Dengan begitu Pertamina bekerjasama untuk transaksi bayaran antar instansi BUMN. Selain pembayaran non-tunai, MyPertamina juga menampilkan event & promo, navigasi SPBU yang menyediakan layanan MyPertamina, penukaran poin, dan Pengenalan produk –produk yang dimiliki Pertamina (Enduro, 2020). Sampai dengan saat ini, PT Pertamina (Persero) mencatat jumlah pengguna aplikasi MyPertamina telah mencapai 10 juta. Hal ini sejalan dengan program digitalisasi di 5.518 stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU) Pertamina (Herman, 2021)



**Gambar 1. 4 Informasi My Pertamina**

Sumber : <https://pertamina.com/id/digitalisasi-spbu--cashless-payment>

Sedangkan kompetitor dari PT. Pertamina (Persero) disisi penjualan BBM retail yaitu PT. Shell Indonesia juga memiliki aplikasi sejenis yaitu Shell Motorist Application yang diluncurkan pada 21 September 2012, aplikasi ini bisa digunakan untuk system operasi Apple dan Andriod (Zulfikar, 2021)



**Gambar 1. 5 Tampilan Aplikasi Shell Motorist**  
 Sumber : Aplikasi Shell Motorist

Dari hasil survey Katadata Insight Center diatas menunjukkan bahwa adanya hubungan antara kualitas pelayanan aplikasi pembayaran non tunai dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dalam hal ini, MyPertamina menggandeng LinkAja sebagai sarana pembayaran secara non tunai. Promosi – promosi yang dilakukan oleh MyPertamina secara tidak langsung turut membuat penggunaan *e-wallet* LinkAja meningkat. Penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian tersebut karena bertujuan dalam menganalisa hubungan antara kualitas layanan aplikasi dengan kepuasan pelanggan yang akan berdampak terhadap loyalitas pelanggan. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang mengacu pada Hussein dan Aziz, 2017 Shankar dan Jebarajakirthy pada Jurnal yang dibuat oleh (Inzamam dan Awan, 2020) terdapat empat dimensi yang diantaranya yaitu :



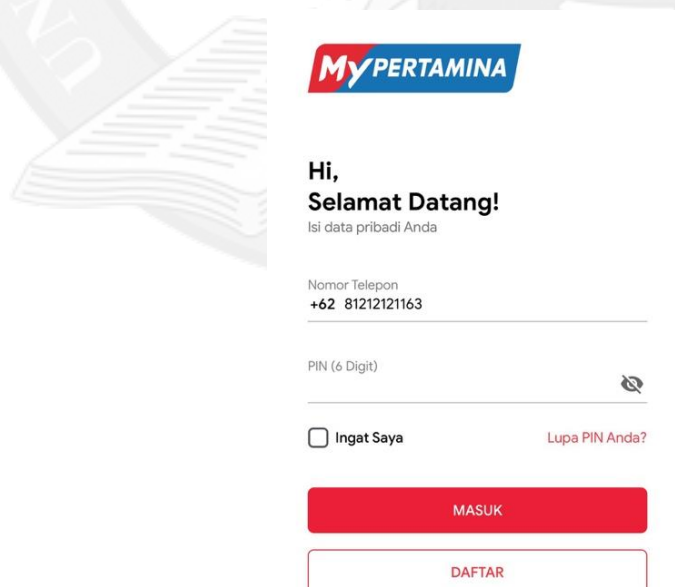
*Reability* berkenaan dengan fungsional teknis situs bersangkutan khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya (Inzamam dan Awan, 2020). Di dalam aplikasi MyPertamina sudah dimudahkan dengan adanya fitur *scan barcode* untuk melakukan transaksi pembayaran pembelian BBM.



**Gambar 1. 6 Tampilan Saldo dan Transaksi Pembayaran**

Sumber : Aplikasi MyPertamina

*Privacy and Security* yang dimaksud berupa jaminan bahwa data informasi pribadi pelanggan tidak akan diberikan kepada pihak lainnya (Inzamam dan Awan, 2020). *Privacy and Security* di aplikasi MyPertamina sudah sangat baik dengan adanya halaman untuk login menggunakan *username* dan *password*.

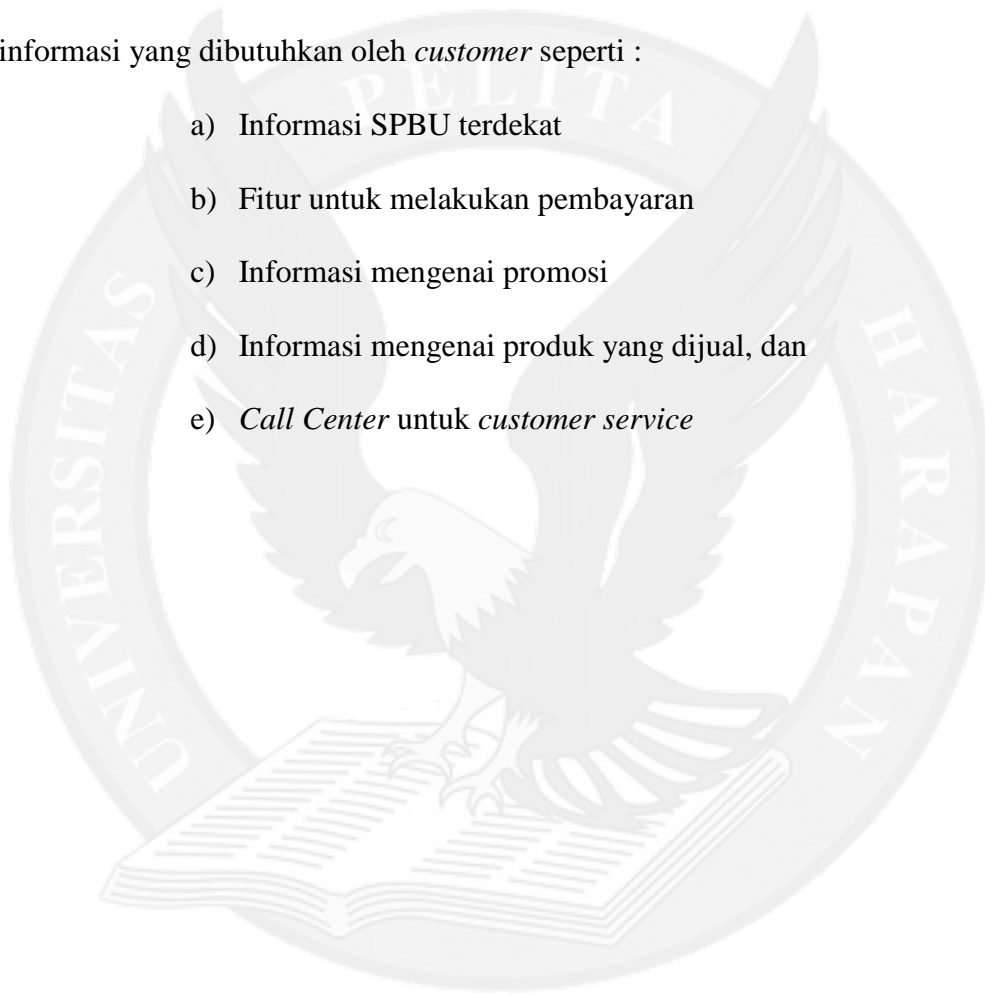


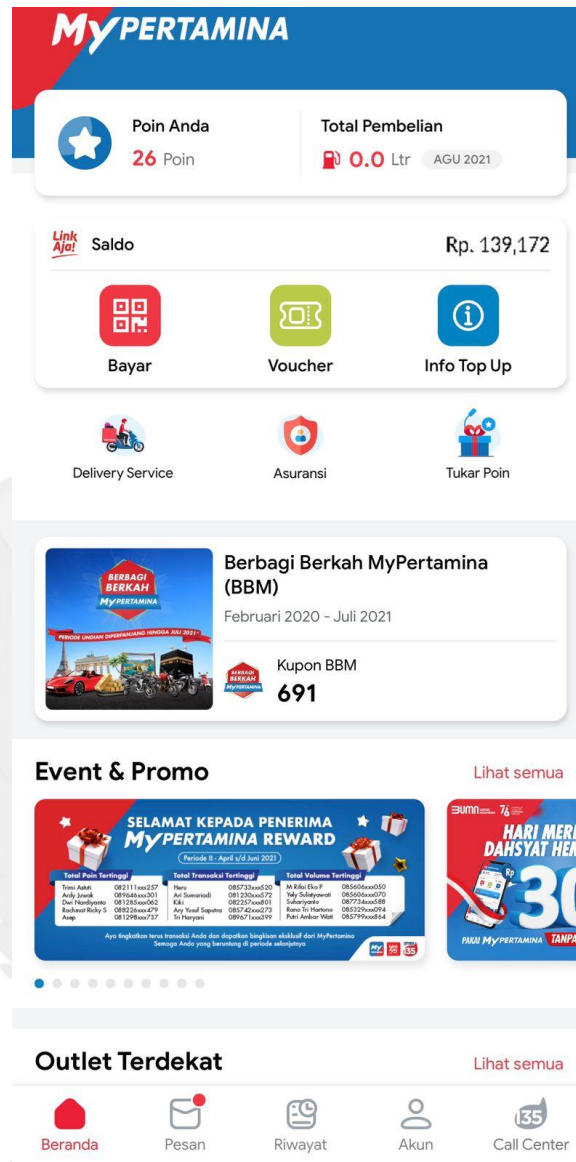
**Gambar 1. 7 Tampilan Login MyPertamina**

Sumber : Aplikasi MyPertamina

*Website Design* yang dimaksud pelanggan dapat mengakses website untuk mencari layanan yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan keinginan pelanggan. Web interaktif yang biasanya diinginkan pelanggan dapat meningkatkan kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas terhadap pelayanan elektronik (Inzaman dan Awan, 2020). *Website design* aplikasi MyPertamina sudah mencakup berbagai informasi yang dibutuhkan oleh *customer* seperti :

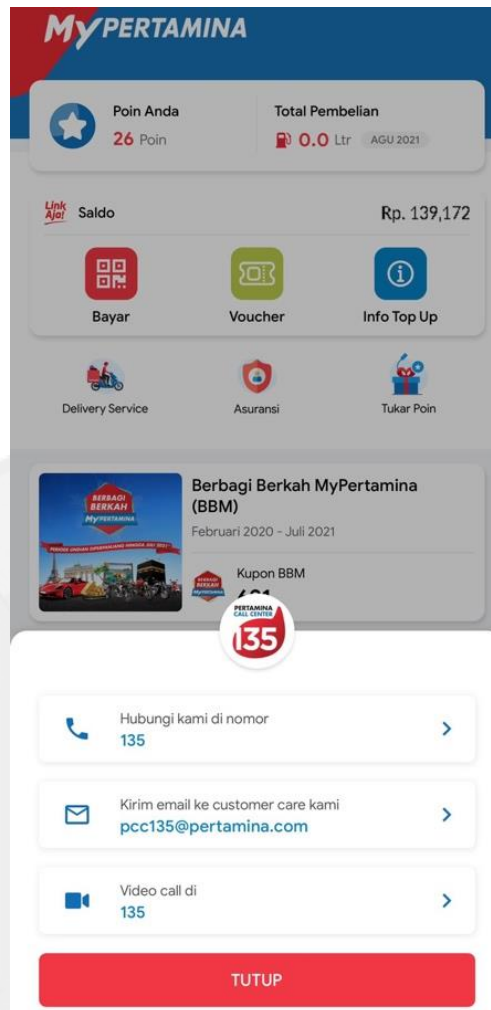
- a) Informasi SPBU terdekat
- b) Fitur untuk melakukan pembayaran
- c) Informasi mengenai promosi
- d) Informasi mengenai produk yang dijual, dan
- e) *Call Center* untuk *customer service*





**Gambar 1. 8 Tampilan MyPertamina**  
Sumber : Aplikasi MyPertamina

*Customer Service dan Support* yang berhubungan dengan penyediaan kebutuhan pelanggan untuk dapat berkomunikasi dengan perusahaan secara online atau melalui telepon yang mudah diakses oleh pelanggan (Inzaman dan Awan, 2020). Untuk memudahkan *customer* dalam memberikan kritik dan saran maupun menanyakan terkait kendala dari aplikasi yang digunakan, aplikasi MyPertamina sudah menyiapkan fitur *Call Center* untuk memudahkan *customer* untuk berkomunikasi dengan pihak dari PT. Pertamina (Persero).



**Gambar 1. 9 Tampilan Informasi Customer Service**  
 Sumber : Aplikasi MyPertamina

Dari semua penjelasan di atas, terlihat bahwa penting bagi Pertamina untuk selalu meningkatkan *E Customer Loyalty* di tengah-tengah persaingan dengan penyedia BBM lainnya yang sangat kompetitif untuk mempertahankan dan menjaga loyalitas dari pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi *E Customer Loyalty* dari aplikasi My Pertamina di area Surabaya Raya.

## 1.2 BATASAN MASALAH

Penelitian mengenai aplikasi MyPertamina memiliki tujuan utama yaitu untuk melihat pengaruh dari keandalan, privasi dan keamanan, desain situs web serta layanan dan dukungan pelanggan dari aplikasi MyPertamina terhadap kepuasan pelanggan yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pada penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data dan informasi hanya terbatas kepada :

1. Konsumen pria dan wanita.
2. Berdomisili di Jawa Timur
3. Berusia 18 – 55 tahun.
4. Masih menggunakan aplikasi MyPertamina minimal dua kali selama enam bulan terakhir.

## 1.3 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *reliability* berpengaruh signifikan terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya?
2. Apakah *privacy and security* berpengaruh signifikan terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya?
3. Apakah *website design* berpengaruh signifikan terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi MyPertamina di Area Surabaya Raya?

4. Apakah *customer service and support* berpengaruh signifikan terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya?
5. Apakah *reliability* berpengaruh signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya?
6. Apakah *privacy and security* berpengaruh signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya?
7. Apakah *website design* berpengaruh signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya?
8. Apakah *customer service and support* berpengaruh signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya?
9. Apakah *e-customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya?
10. Apakah *e-customer satisfaction* signifikan memediasi pengaruh *e-company service quality* terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya?

#### **1.4 TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat di atas, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk meneliti secara mendalam mengenai *e-customer satisfaction* serta *e-customer loyalty* terhadap pengguna aplikasi MyPertamina di

Jawa Timur. Selain itu, adapun tujuan yang lebih spesifik dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Meneliti dan menganalisa pengaruh *reliability* terhadap *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.
2. Meneliti dan menganalisa pengaruh *privacy and security* terhadap *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.
3. Meneliti dan menganalisa pengaruh *website design* terhadap *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.
4. Meneliti dan menganalisa pengaruh *customer service and support* terhadap *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.
5. Meneliti dan menganalisa pengaruh *reliability* terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.
6. Meneliti dan menganalisa pengaruh *privacy and security* terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.
7. Meneliti dan menganalisa pengaruh *website design* terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.
8. Meneliti dan menganalisa pengaruh *customer service and support* terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.

9. Meneliti dan menganalisa pengaruh *customer satisfaction* terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.
10. Meneliti dan menganalisa pengaruh *e-customer satisfaction* dalam memediasi *e-company service quality* terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi MyPertamina di area Surabaya Raya.

## **1.5 MANFAAT PENELITIAN**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari *reliability, privacy and security, website design* dan *customer service and support* terhadap variabel terkait yang terdiri dari *e-customer satisfaction* dan *e-customer loyalty*. Manfaat lainnya yaitu penelitian ini diharapkan akan berguna sebagai sumber informasi, pengetahuan, pedoman bagi pembaca bahkan penelitian di masa depan, khususnya dengan permasalahan yang sama ataupun dalam objek yang berbeda.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Selain dari manfaat di atas, penulis juga berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat juga bagi pihak PT. Pertamina (Persero) itu sendiri dan dapat digunakan sebagai acuan untuk mempertahankan maupun meningkatkan *reliability, privacy and security, website design* dan *customer service and support* dalam rangka menghasilkan *e-customer satisfaction* dan *e-customer loyalty* yang lebih baik lagi.



## **1.6 SISTEMATIKA PENULISAN**

Dalam rangka memudahkan pembaca dalam urutan pembahasan, penyusunan penelitian ini akan dilakukan secara sistematika sebagai berikut.

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Dalam bab yang pertama ini, akan dimulai dengan menjelaskan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, lalu rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penelitian ini.

### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Selanjutnya, pada bab yang kedua ini, penulis menyertakan beberapa teori ataupun jurnal yang digunakan sebagai dasar teori, penelitian terdahulu yang sejenis, dan juga ada pembetulan hipotesis menjadi kerangka utama dalam melakukan analisis, serta memberikan kesimpulan, implikasi, dan rekomendasi.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada bab yang ketiga, penulis akan membahas detail tentang metodologi penelitian yang digunakan seperti jenis penelitian, populasi penelitian, sampel dan teknik pengambilannya, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, instrument penelitian, metode pengumpulan data dan yang terakhir adalah metode analisis

### **BAB IV: PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian dalam bentuk tabel dan gambar, serta penjelasan detail tentang hasil penelitian yang diperoleh dan

pembahasan mengenai hasil-hasil pengolahan data. Pembahasan bersifat komprehensif dan mampu menjelaskan permasalahan penelitian.

## **BAB V: KONKLUSI, IMPLIKASI, REKOMENDASI**

Bab ini menjelaskan tentang konklusi dari hasil pembahasan dan Implikasinya serta rekomendasi yang dipandang perlu untuk mengatasi kekurangan - kekurangan yang ada.

