

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi di era modern telah berdampak penting terhadap perubahan sistem pembayaran dalam bertransaksi. Masyarakat Indonesia yang dulunya berbelanja dengan uang tunai kini mengetahui dan menggunakan metode pembayaran nontunai untuk berbagai transaksi. Uang tunai sebagai alat pembayaran yang sah dan dapat dibawa kemana-mana memiliki kekurangan dalam penggunaan sehari-hari seperti mudah rusak, basah, mudah hilang, dan mudah dipalsukan karena bentuknya yang tipis. Uang kertas pecahan kecil, tidak cocok untuk bertransaksi bahkan dalam banyak situasi sehari-hari, sehingga dikeluarkan inovasi baru yaitu uang elektronik.

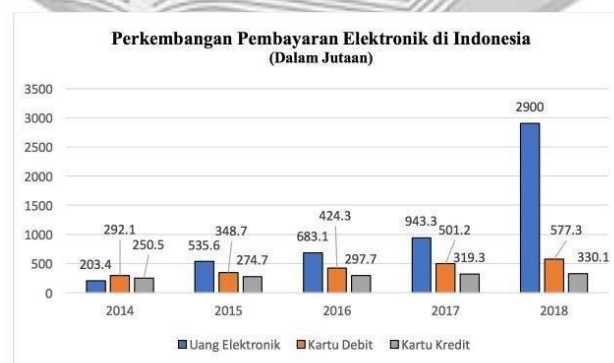
Pembayaran menggunakan sistem non tunai yang dikenal saat ini adalah uang elektronik. Uang elektronik adalah salah satu bentuk pembayaran elektronik yang nilai mata uangnya disimpan pada media elektronik tertentu (Bi.go.id, 2019). Beberapa jenis pembayaran elektronik yang dapat digunakan yaitu uang digital atau uang elektronik, dompet elektronik, dan *smart card*. Setiap metode pembayaran memiliki karakteristik, fungsi, manfaat dan kelebihan masing-masing, sehingga terdapat metode transaksi yang berbeda.

Disisi lain, penggunaan uang elektronik masih belum dipercaya oleh masyarakat. Uang elektronik memiliki kesederhanaan dalam bertransaksi yang memudahkan masyarakat dalam mengonsumsi dan membuat masyarakat menjadi konsumtif. seringkali terlalu boros. Oleh karena itu, diperlukan sikap bijak saat menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran. Tingginya minat penggunaan uang elektronik telah memicu terjadinya penipuan di seluruh dunia online. Adanya

pencurian data dan pencurian uang elektronik membuat para pengguna layanan uang elektronik kita perlu lebih berhati-hati dan waspada. Penting juga bagi pemerintah untuk lebih memperkuat sistem jaringan.

Perkembangan pembayaran elektronik yang sangat pesat, karena memberikan berbagai keuntungan dan kemudahan dalam bertransaksi, maka banyak orang yang tertarik untuk menggunakan metode pembayaran non tunai. Menurut hasil data di Bank Indonesia (Fitra, 2019), pendataan ini mengumpulkan data perkembangan pembayaran elektronik di Indonesia dari tahun 2014 hingga 2018, dan penggunaan pembayaran elektronik mengalami peningkatan setiap tahunnya. Seperti diketahui, pada 2018 terdapat 2.900 pengguna uang elektronik (juta), disusul pengguna kartu debit 577,3 (juta) dan pengguna kartu kredit 330,1 (juta). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa rata-rata volume transaksi tahunan pengguna uang elektronik (2014-2018) adalah 94,7%, pengguna kartu debit 18,6%, dan pengguna kartu kredit 7,1%. Hal ini terjadi karena penggunaan uang elektronik sebagai alat transaksi (seperti membayar tol, membayar parkir, belanja kebutuhan, dll) telah membangkitkan minat masyarakat yang besar. Seiring kebijakan yang diberlakukan pemerintah, pengguna metode pembayaran elektronik akan terus bertambah.

Gambar 1.1
Grafik Perkembangan Pembayaran Elektronik di Indonesia tahun 2014-2018



Sumber : www.katadata.co.id, 2019

Kebijakan pemerintah untuk meningkatkan transaksi non tunai telah mendorong pertumbuhan transaksi mata uang elektronik. Menurut data Bank Indonesia, jumlah transaksi mata uang elektronik antara Januari hingga Oktober 2017 meningkat 60% menjadi 8,77 triliun pada periode sebelumnya hanya mencapai 5,48 triliun. Penerbitan uang elektronik meningkat dari 51,2 juta unit pada akhir tahun lalu menjadi 75 juta atau meningkat 48%. Dengan berkembangnya teknologi digital, banyak orang melakukan transaksi dengan mudah dan praktis yang akan mendorong peningkatan transaksi nontunai.

Peningkatan penggunaan transaksi nontunai menandakan bahwa di tahun 2019, masyarakat Indonesia banyak menggunakan beberapa jenis aplikasi pembayaran digital. Tiga layanan dengan tingkat penggunaan aplikasi yang paling populer saat ini adalah Go-Pay, Ovo dan Link Aja. Konsumen yang menggunakan aplikasi pembayaran digital akan mencari manfaat yang bisa dirasakan langsung, serta faktor kenyamanan dan manfaat yang dirasakan. Konsumen bisa langsung merasakan manfaat tersebut, seperti Go-Pay yang memberikan promosi *cash back*. Setelah transaksi selesai, *cash back* dapat langsung ditransfer ke saldo Go-Pay, atau dapat digunakan ke semua fungsi yang tersedia di aplikasi Go-Jek untuk melakukan transaksi lain.

Hal ini memungkinkan pengguna Go-Pay untuk melakukan berbagai aktivitas, seperti memesan makanan hingga jasa transportasi dan berbagai aktivitas promosi yang semakin banyak diadopsi oleh para pesaingnya. Go-Pay menjadi salah satu fungsi pembayaran elektronik yang sering dijumpai. Go-Pay adalah layanan pembayaran elektronik dari perusahaan lokal Go-Jek. Go-Jek adalah penyedia layanan *on-demand* berbasis aplikasi terkemuka di Indonesia. Perusahaan akan menyediakan berbagai layanan di sini, antara lain transportasi, logistik, pembayaran, pengantaran makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya (Gojek, Indonesia, 2019).

Go-Pay adalah metode pembayaran seluler yang disediakan oleh Go-Jek, yang mempermudah proses transaksi pengguna, pengemudi, dan perusahaan itu sendiri (Huwaydi & Persada, 2018). Go-Jek menjadi perusahaan yang bergerak dalam pengembangan teknologi keuangan, yang terlibat langsung dalam transaksi yang dilakukan melalui telepon seluler.

Go-Jek bekerja sama dengan banyak bank di Indonesia, seperti Bank BNI 46, Bank BRI, Bank BCA, Bank Mandiri, Bank CIMB Niaga, Bank PermataBank dan beberapa bank lain yang telah mendapatkan bantuan teknis (Priyono, 2017). Guna memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengemudi dan pelanggan untuk bertransaksi. Mengutip Roy Franedy (2019) dalam cnbcindonesia.com (2018), diketahui bahwa transaksi konsumen Go-Pay berjumlah 6,3 miliar dolar AS atau setara dengan 87 triliun, yang setara dengan 69,6% dari seluruh transaksi Go-Jek. Fakta ini menunjukkan bahwa konsumen Go-Pay memberikan potensi keuntungan yang lebih besar kepada Go-Jek.

Sekarang sudah inovatif menggunakan Go-Pay sebagai metode pembayaran elektronik untuk aplikasi Go-Jek sehingga bisa dibayar secara online, di toko *e-commerce* dan *offline* lainnya. Ini dilakukan untuk bersaing di pasar. Mengingat semakin banyaknya pesaing yang menggunakan berbagai jenis pembayaran elektronik lainnya. Go-Pay berinovasi untuk memberikan berbagai keuntungan yang nyaman dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Persaingan tersebut tidak hanya dari segi teknologi, tetapi juga telah merambah ke persaingan harga, promosi dan *cash back*, kemudahan bertransaksi, tingkat keamanan, tingkat layanan, manfaat yang diperoleh dan tingkat kepercayaan terhadap produk. Oleh karena itu, persaingan dalam penyediaan layanan harus meningkatkan kualitasnya agar pengguna tetap loyal. Guna meningkatkan minat

pengguna Go-Pay, Go-Jek dapat menjaga standar profesional dengan berbagai cara, termasuk menjaga pandangan konsumen dalam menggunakan layanan Go-Pay.

Go-Jek menawarkan berbagai promosi menarik, mulai dari diskon hingga harga spesial, banyak pengguna Go-Jek yang merasa lebih leluasa saat membayar dengan Go-Pay. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Go-Pay akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga mendorong konsumen untuk membeli dan memberikan layanan yang sangat berguna bagi konsumen saat bertransaksi melalui aplikasi Go-Jek.

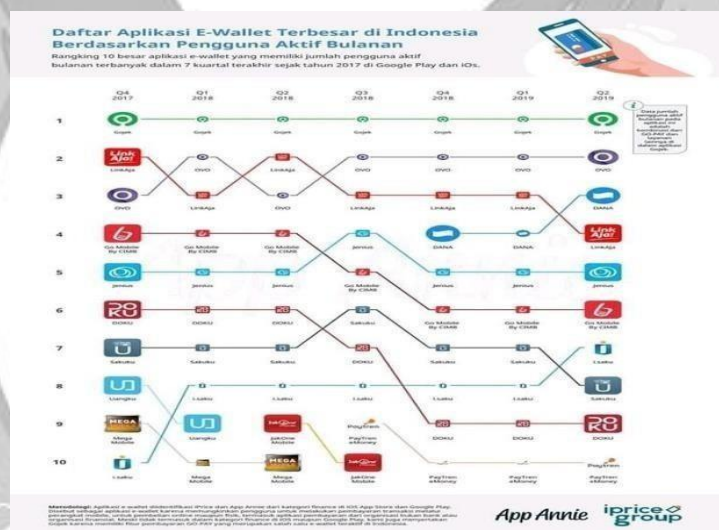
Persepsi menurut Pride dan Ferrel dalam Fadila dan Lestari (2013:45), adalah segala proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian masukan informasi, sensasi yang diterima melalui penglihatan, perasaan, pendengaran, penciuman dan sentuhan untuk menghasilkan makna. Menurut Boyd, Walker dan Larreche dalam Fadila dan Lestari (2013:45), persepsi (perception) adalah proses dengan apa seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi. Sedangkan menurut Kotler (2013:179), persepsi adalah dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Jadi dapat disimpulkan dari pengertian persepsi diatas bahwa persepsi merupakan proses dalam memakai sesuatu yang diterima melalui kelima indra supaya setiap individu dapat memilih, mengatur dan menerjemahkan suatu informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti.

Menurut Jogiyanto (2007) manfaatnya adalah sebagian orang mengira bahwa dengan menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja mereka. Pada saat yang sama, menurut Fred D. Davis (Fred D. Davis, 1989), pandangan tentang tunjangan adalah bahwa beberapa orang berpikir bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja pekerjaan mereka. Oleh karena itu, dapat disimpulkan

bahwa persepsi manfaat merupakan tingkat kepercayaan pengguna terhadap manfaat teknologi atau sistem yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Jika pengguna menganggap teknologi itu efektif, pengguna akan menggunakannya, begitu pula sebaliknya.

Adanya aplikasi Go-Jek memiliki beberapa keunggulan sebagai berikut: Dapat memberikan banyak keuntungan dengan menggunakan Go-Pay untuk bertransaksi misalnya mempermudah pekerjaan, bekerja lebih cepat, memberikan keuntungan lebih, memberikan rasa aman, dan meningkatkan efisiensi.

Gambar 1.2
Grafik Daftar Aplikasi E-Wallet Terbesar di Indonesia



sumber : cnbcindonesia.com

Munculnya pembayaran nontunai dengan menggunakan Go-Pay membuat transaksi nontunai menjadi lebih mudah. Pembayaran dengan Go-Pay dapat membantu pengguna saat memesan berbagai layanan yang tersedia di aplikasi Go-Jek. Salah satu layanan yang sangat bermanfaat untuk melakukan transaksi tanpa harus menyiapkan uang tunai yang sesuai sesuai tarif yang akan dibayarkan, dan tanpa harus khawatir Informasi tentang kembalian atau perubahan (untuk mempermudah pekerjaan) sesuai dengan gaji agar waktu transaksi menjadi lebih pendek dan pendek (bekerja lebih

cepat). Banyaknya promosi dan cash back yang diberikan memberikan keuntungan bagi pengguna Go-Pay. Saat transaksi selesai, pengguna bisa mengumpulkan Go-Points yang bisa ditukar dengan hadiah (untuk keuntungan lebih). Go-Pay memiliki sistem keamanan yang ketat dan terjamin yang memberikan rasa aman (memberikan rasa aman) saat pengguna melakukan transaksi pembayaran. Selain nyaman digunakan, tidak perlu banyak membuang waktu dan tenaga untuk menggunakan Go-Pay untuk bertransaksi, sehingga transaksi menjadi lebih praktis (efisiensi meningkat).

Kemudahan yang dirasakan adalah sejauh mana orang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu itu mudah (Fred D. Davis, 1989; Jogiyanto, 2007). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pengguna dalam menggunakan teknologi tidak membutuhkan banyak upaya untuk mencapai rasa kemudahan. Go-Pay bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi dengan cepat. Berbagai manfaat yang diberikan oleh Go-Pay dapat membangun makna positif dan memungkinkan konsumen mengambil keputusan untuk menggunakan Go-Pay. Karena bagi seseorang dalam sistem informasi, jika mudah digunakan, maka orang tersebut akan menggunakannya.

Begitu pula sebaliknya, jika seseorang merasa sistem informasi tersebut sulit digunakan, orang tersebut juga tidak mau menggunakannya. Kemudahan penggunaan Go-Pay dapat dilihat dari betapa mudahnya mengakses aplikasi Go-Jek dan apakah penggunaannya yang mudah. Saat menggunakan Go-Pay untuk bertransaksi, Anda akan merasa nyaman, fleksibel, mudah dipelajari, mudah digunakan, dan mudah berinteraksi.

Go-Pay memungkinkan pengguna untuk leluasa melakukan transaksi 24 jam, sehingga transaksi terasa lebih fleksibel dan dapat dilakukan kapan pun, di mana pun (fleksibel). Aplikasi Go-Jek sangat mudah dipelajari yang memudahkan pengguna

dalam memahami isi aplikasi, karena aplikasi Go-Jek memberikan tampilan yang praktis, sehingga mudah untuk dipahami ketika pengguna ingin menggunakan berbagai macam yang tersedia jasa(Mudah untuk dipelajari).

Go-Jek juga menyediakan sistem aplikasi yang mudah digunakan, karena menggunakan sistem berbasis aplikasi lebih mudah (mudah digunakan) dibandingkan pengoperasian manual.Saat ingin memesan layanan yang tersedia di Go-Jek, pengguna dapat dengan mudah menggunakan aplikasi yang merespon pesanan tersebut,sehingga memudahkan untuk melakukan interaksi antara pengguna dengan system aplikasi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penelitian ini menggunakan Go-Pay untuk mengetahui “Hubungan *E-service quality* (X_1) terhadap *Customer Satisfaction* (Y_1) dan *Customer Loyalty* (Y_2)). Menurut hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan adanya fenomena masyarakat yang menggunakan layanan aplikasi Go-Jek untuk melakukan pembayaran nontunai melalui Go-Pay karena tertarik dengan berbagai keuntungan dan kemudahan penggunaan.

Sampel yang digunakan adalah orang yang berusia minimal 17 tahun dengan penyebaran kuisioner. Metode penelitian yang digunakan adalah metode regresi berganda yang menggunakan SMART PLS.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah realibility berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen menggunakan Go-Pay?
2. Apakah privacy dan security berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen menggunakan Go-Pay?

3. Apakah website design berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen menggunakan Go-Pay?
4. Apakah customer service and support berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen menggunakan Go-Pay?
5. Apakah realibility berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay?
6. Apakah privacy dan security berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay?
7. Apakah website design berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay?
8. Apakah customer service and support berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay?
9. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah realibility berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen menggunakan Go-Pay.
2. Untuk mengetahui apakah privacy dan security berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen menggunakan Go-Pay.
3. Untuk mengetahui apakah website design berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen menggunakan Go-Pay.
4. Untuk mengetahui apakah customer service and support berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen menggunakan Go-Pay.

5. Untuk mengetahui Apakah realibility berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay.
6. Untuk mengetahui Apakah privacy dan security berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay.
7. Untuk mengetahui Apakah website design berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay.
8. Untuk mengetahui Apakah customer service and support berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay.
9. Untuk mengetahui apakah kepuasan konsument berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen menggunakan Go-Pay.

1.4 Manfaat penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis.

1.4.1. Manfaat teoritis

Semoga penelitian ini dapat memperkaya dan mengembangkan ilmu teoritis yang didapat dalam perkuliahan.

1.4.2. Manfaat Managerial

Penelitian ini diharapkan semakin meningkatkan wawasan dan pengetahuan sebutin semua variable tentang manfaat dan kepercayaan yang dirasakan dari penggunaan Go-Pay pada pengambilan keputusan konsumen.

- Untuk perusahaan

Bisa dijadikan referensi untuk perusahaan Go-Jek dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan Go-Pay, kemudian perusahaan dapat menerapkan keputusan tersebut.

- Penelitian lebih lanjut

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi lebih lanjut dan bahan referensi untuk penelitian kedepannya terkait dengan kegunaan yang dirasakan dan kemudahan pengambilan keputusan konsumen menggunakan Go-Pay.

1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi ini berisikan lima bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1: Pendahuluan

Dalam bab ini, peneliti membahas dan mendeskripsikan konteks umum penelitian dalam beberapa bagian, seperti latar belakang, pertanyaan, tujuan, manfaat, dan kerangka sistematis penelitian.

BAB 2: Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang deskripsi dan penjelasan semua variabel tidak terikat dan terikat, korelasi, model penelitian, dan hipotesis serta berbagai teori pendukung variable.

BAB 3: Metode Penelitian

Dalam bab ini, peneliti menjelaskan alat analisis dan pendekatan metodologis yang digunakan dalam penelitian, dibantu dengan data dari berbagai sumber. Rincian termasuk populasi, sampel, analisis konseptual, metode pengumpulan data, dan tes yang akan dibahas.

BAB 4: Hasil dan Pembahasan

Bab ini merangkum hasil penelitian berdasarkan data yang dikumpulkan dan membahas hasil analisis statistik tentang korelasi antar variabel.

BAB 5: Kesimpulan dan Saran

Bab terakhir menyajikan kesimpulan dari temuan analisis empiris, implikasi manajerial penelitian, dan juga rekomendasi untuk melakukan penelitian selanjutnya.