

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan era kali ini semuanya banyak yang berubah, salah satunya yaitu evolusi alat pembayaran di Indonesia. Awal mulanya, alat pembayaran di Indonesia seperti sistem tukar barang antara yang diperjual belikan. Dalam perkembangannya, mulai diketahui dasar terpilih yang memiliki nilai pembayaran yang lebih diketahui dengan uang. Sehingga kali ini uang tengah menjadi salah satu alat pembayaran utama yang sah di masyarakat. Selanjutnya alat pembayaran lalu bertumbuh dari alat pembayaran tunai (*cashbased*) ke alat pembayaran nontunai (*non cash*) seperti alat pembayaran berlandas elektronik (Bank Indonesia, 2018). Salah satu alat pembayaran elektronik diketahui dengan *money electronic (e-money)*. *E-money* adalah salah satu wujud uang digital. *E-money* beroperasi buat memindahkan data sisa uang yang tertanam pada *e-money* kita ke komputer maupun sistem data penjualan, sehingga barang yang kita impikan terbeli tanpa menghasilkan ekstra uang *cash*.

Berdasarkan peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 mengenai uang elektronik dalam pasal 1 ayat 3 menyatakan uang elektronik yaitu instrumen pembayaran yang memenuhi syarat sebagai berikut: diterbitkan karena dasar nilai disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang dikemas dengan cara elektronik dalam sarana server maupun chip, serta nilai uang yang diatur oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagai mana dimaksud dalam undang-undang yang mengontrol perihal perbankan. Pada awal pencetakannya, uang elektronik ini cuma diterbitkan dalam wujud chip pada kartu tetapi kini uang elektronik diterbitkan dalam wujud lain yang perlu terkoneksi terlebih dahulu dengan server penerbit. buat di Indonesia sendiri nilai uang yang dikemas dengan cara elektronik dituturkan *e-money* sebaliknya uang yang dikemas dalam sarana server dituturkan *e-wallet*. Masyarakat umumnya lebih dahulu mengetahui keberadaan uang elektronik atau *e-money* sebagai salah satu cara pembayaran non

tunai. Kemudian muncullah dompet digital di Indonesia yang sebenarnya masih menjadi bagian dari *e-money*, namun tentunya dengan ada perbedaan antara keduanya. Perbedaan yang pertama adalah pada bentuknya. *E-money* berbentuk chip yang ditanam pada kartu atau media lain. Dengan kata lain, *e-money* menggunakan *chip based*. Sedangkan pada dompet digital atau *e-wallet* lebih berbentuk uang elektronik yang berada di server atau dengan kata lain *server based*. Jadi, bisa dikatakan dalam penggunaannya sendiri harus terkoneksi terlebih dahulu dengan server penerbit. Perbedaan yang kedua adalah pada jangkauannya penggunaan keduanya. Uang elektronik pada umumnya berbentuk kartu, seperti misalnya Danamon Flazz, digunakan dalam transaksi keseharian. Misalnya untuk membayar jalan tol, membayar tiket transportasi umum, membayar parkir di mall, pembelian digera ritel, serta pembayaran tiket tempat wisata. Sedangkan dompet digital digunakan untuk belanja *online* maupun *offline*, membayar token listrik, tagihan BPJS, tagihan TVkabel, dan lain sebagainya.

Tabel 1. 1
Jumlah Transaksi Uang Elektronik

No	Periods	Value
1	2014	3,319,556
2	2015	5,283,018
3	2016	7,063,689
4	2017	12,375,469
5	2018	47,198,616
6	2019	145,165,468

sumber: Value in IDR millions - <https://www.bi.go.id>

Dari informasi itu tampak perkembangan jumlah transaksi uang elektronik di tahun 2014 dekati tahun 2019 memuncak sungguh laju, tetapi kelanjutan uang elektronik ini tidak

dari dampak kelanjutan *e-commerce* serta *onlineshop* di Indonesia. tiap-tiap *e-commerce* lantas tumbuh serta makin menggalakkan terobosan dalam segi teknologi, salah satunya dengan menawarkan alat pembayaran menggunakan *e-wallet* yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun menggunakan *smartphone* tanpa perlu membawa dompet. Selain itu di era revolusi industri 4.0 menuntut kinerja yang serba cepat dan otomatis sehingga keberadaan *e-wallet* menjadi daya dukung yang sangat penting. Menggunakan *e-wallet* sebagai media pembayaran menjadikan nilai pembayaran yang lebih pasti dan tepat. Dac-Nhuong Le dkk, (2019) *e-wallet* ialah satu kategori dari pembayaran elektronik yang sanggup membuat bisnis sebagai *online* dengan komputer alias *smartphone*. *E-wallet* menyediakan jalan keluar yang sungguh tenteram untuk usaha dagang apapun serta membolehkan konsumen buat membeli produk mereka sebagai *online*. Berdasarkan data dari Bank Indonesia sampai bertepatan pada 24 Mei 2019, terlihat 38 uang elektronik yang telah menerima izin BI, 37 antara lain adalah *e-wallet*. Iprice Group bekerja sama dengan perseroan kajian data terpercaya App Annie, berjuang merangkum olahan data yang lebih positif hal aplikasi *e-wallet* setidaknya terkemuka di Indonesia dengan memanfaatkan data jumlah *download* aplikasi serta konsumen aktif bulanan, penelitian ini memperkenalkan statistika yang lebih berwujud. Dari olahan data itu, terdapat 10 temuan utama dari aplikasi *e-wallet* paling populer di Indonesia.

Tabel 1. 2
Penggunaan E-wallet di Indonesia tahun 2020

No	Keterangan	Pengguna
1.	Gopay	58%
2.	Ovo	29%
3.	Link aja	9%
4.	Dana	4%

Sumber : <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>

Kehadiran alat pembayaran yang dihadirkan oleh bisnis berbasis web sebagai *e-wallet* seharusnya dapat bekerja sama dengan pertukaran pembeli dan pembeli sangat membutuhkan penggunaan *e-wallet* yang sederhana dan mudah digunakan. Pembeli juga akan lebih sering menggunakan sesuatu dengan keuntungan besar untuk diri mereka sendiri. Jika pembeli merasakan keuntungan luar biasa dari menggunakan *e-wallet*, mereka akan menggunakan *e-wallet* dan melakukan pembelian tanpa henti. Pemenuhan pembeli sebagian besar terjadi saat melakukan pertukaran atau pembelian yang menguntungkan, dengan asumsi kemajuan dilakukan oleh organisasi yang meningkatkan dan menguntungkan pembeli, pelanggan akan merasa puas untuk menggunakan kembali *e-wallet*, kemajuan yang menguntungkan pembeli seperti batas besar, cashback sebagai uang tunai dalam aplikasi e-dompet atau fokus yang dapat digunakan kembali.

E-cash unik dalam kaitannya dengan tagihan dan *Mastercard*, karena kartu ini adalah item masuk dan bukan item prabayar. *Charge* atau *Mastercard* memerlukan banyak konfirmasi untuk memastikan uang masuk ke rekening konsumen. *E-cash* jelas lebih pragmatis, karena tidak perlu dilakukan dengan alasan aset yang digunakan hanyalah berbagai aset yang baru saja konsumen masuk ke kartu *e-cash*, dengan cara ini konsumen *e-cash* tidak harus *interface* dengan server, tidak perlu repot dengan tanda, tidak perlu repot dengan PIN. Selain itu, biayanya lebih murah karena tidak ada persyaratan biaya korespondensi *online*, misalnya *Mastercard* (Gobear, 2018).

Pemanfaatan *e-wallet* ini berdampak pada bisnis transportasi salah satunya gojek. Gojek Indonesia didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim. Organisasi ini ditempati oleh administrasi transportasi sebagai delegasi dimana menghubungkan pengemudi ojek dengan konsumen. Ada berbagai macam administrasi yang dihadirkan dalam aplikasi terbaru gojek, misalnya gofood yang merupakan administrasi angkut makanan terbesar dengan lebih dari 550.000 kafe terdaftar dalam aplikasi gojek. Go Ride dan go vehicle adalah manfaat transportasi

sepeda motor dan kendaraan yang disiapkan untuk mengantar dan mengantarkan para pemudik sampai tujuannya. Gosend adalah administrasi *messenger* yang disiapkan untuk mendapatkan dan menyampaikan arsip atau bundel ke tujuannya sesuai permintaan dalam aplikasi. Goshop adalah kantor dari Gojek yang siap membelanjakan *merchandise* yang diminta oleh konsumen di berbagai toko-toko. Apalagi administrasinya berbeda. (Gojek, 2019)

Gopay atau baru-baru ini disebut juga sebagai gowallet adalah dompet virtual untuk menyimpan kredit gojek yang dapat digunakan untuk membayar pertukaran yang terhubung dengan administrasi di aplikasi gojek. Gojek merupakan salah satu organisasi yang memberikan layanan transportasi *online* berupa taksi *cruiser*. Sebagai organisasi yang memberikan manfaat transportasi berbasis *online*, bantuan mendasar yang diberikan gojek untuk konsumennya adalah transportasi. Selain sepeda motor, gojek juga memiliki layanan transportasi yang menggunakan kendaraan roda empat. Bantuan ini bernama go car. Berguna membantu kebutuhan masyarakat setempat, gojek juga memiliki layanan lain untuk memudahkan aktivitas keseharian masyarakat setempat, seperti go food, go spotless dan go massage. Gopay dapat juga digunakan untuk melakukan pembayaran ketika menggunakan layanan Gojek seperti Go-Ride, Go-Car, Go-Food dan lain sebagainya.

Seluruh administrasi di aplikasi gojek melibatkan gopay sebagai perangkat cicilan nontunai yang dihadirkan oleh gojek untuk bekerja sama dengan penukaran cicilan menggunakan administrasi gojek. Saat ini gopay hanyalah tahap *e-cash* dengan menambahkan *highlight* Transfer, Receive, dan *Withdraw* (menarik uang tunai ke saldo keuangan). Interaksi ini berkelanjutan dan hanya dapat diakses oleh pengguna tertentu. Go-pay juga memberikan data pertukaran guna memberikan riwayat penggunaan dan administrasi top up. Gopay dapat dimanfaatkan untuk berbagai penukaran pengisian, antara lain tagihan PLN, BPJS Kesehatan, *Mobile legends*, Kode Voucher *Google Play*, Gas PGN, Pascabayar, Tv kabel, PDAM, *Multifinance* (DailySocial, 2017).

Gojek mengklaim bahwa gopay telah menambah 30% transaksi nontunai di seluruh Indonesia per Oktober 2017, penggunaan normal gopay untuk penukaran setiap bulan menjadi 25%, top up yang nyata juga meningkat menjadi 15%. Perkembangan pemanfaatan gopay diklaim meningkat signifikan dibandingkan tahun 2016. Hal ini didukung oleh hasil peninjauan dari *Confidential Research Mobile Payment* yang menyatakan bahwa gopay merupakan electronic cash yang paling luas keterlibatannya di Indonesia. Gopay memimpin dengan jumlah pengguna yang datang hanya sekitar 3/4 dari jumlah pengguna tunai elektronik dibandingkan dengan uang elektronik lainnya.

Dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pengguna gopay, gojek bekerja sama dengan berbagai bank besar untuk mempermudah pengguna menambah saldo mereka. Bank-bank ini menggabungkan BNI, BRI, Mandiri, BCA, CIMB Niaga, dan Bank Permata serta organisasi bank seperti ATM Prima dan ATM Bersama. Pada pilihan *disconnected*, mereka menggunakan armada *driver* yang diklaim lebih besar jumlahnya dibandingkan organisasi transportasi berbasis web lainnya. Dengan tujuan akhir untuk meningkatkan jumlah pengguna gopay, gojek bekerja sama dengan berbagai bank besar guna mempermudah konsumen menambah saldo mereka. Bank-bank ini menggabungkan BNI, BRI, Mandiri, BCA, CIMB Niaga, dan Bank Permata serta organisasi bank seperti ATM Prima dan ATM Bersama. Dalam pilihan terputus, mereka memanfaatkan armada pengemudi mereka yang mengaku lebih besar jumlahnya dibandingkan organisasi transportasi berbasis web lainnya.

Kepuasan konsumen sangat penting bagi organisasi gojek, dengan melakukan berbagai inovasi dan mengeluarkan fitur-fitur baru untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Seperti yang ditunjukkan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2014: 177). Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen merupakan elemen vital bagi kehadiran, koherensi, dan peningkatan organisasi. Saat ini,

banyak organisasi secara progresif memahami pentingnya kepuasan konsumen dan melakukan teknik untuk memberikan kepuasan kepada pembeli. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa variabel termasuk kualitas pelayanan elektronik dan persepsi manfaat.

Kualitas layanan elektronik (*E-Service-Quality*) ialah sejauh mana sebuah web bekerja dengan belanja, pembelian, dan pengiriman barang dan administrasi yang mahir dan layak (Parasuraman, dkk dalam Permana dan Djatmiko 2018). Kualitas Layanan elektronik mempengaruhi kepuasan penggunaan gopay. Hal ini sesuai dengan penelitian (Aliyah et al., 2021) menyatakan bahwa kualitas layanan elektronik sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Mengingat kekhasan ini, penulis tertarik untuk mengarahkan penelitian tentang dampak kualitas layanan elektronik pada kepuasan konsumen.

Komponen berikut yang mempengaruhi kepuasan adalah persepsi manfaat. Persepsi manfaat adalah kondisi di mana orang menerima bahwa pemanfaatan inovasi tertentu akan berhasil pada presentasi mereka. Adams, dkk dalam muflihat (2016) mencirikan kehandalan semu sebagai tingkat keyakinan individu terhadap pemanfaatan suatu mata pelajaran tertentu yang dapat memberikan keuntungan bagi individu yang menggunakannya. Dilihat manfaat mempengaruhi pemenuhan pembelian, hal ini sesuai dengan penelitian (Setyowati dan Respati, 2017) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen pada penggunaan Gopay dengan mengambil judul "**Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik dan Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan penggunaan GOPAY**". Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Aliyah et al., 2021) yang berjudul Kualitas Layanan Elektronik, Harga, dan Persepsi Manfaat fitur Go-Pay terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di kota Padang. Komitmen untuk penelitian ini adalah untuk menambahkan variabel persepsi manfaat. Alasan pemilihan variabel persepsi manfaat mengacu pada

penelitian sebelumnya yang dipimpin oleh (Rahayu dan Riana, 2020) menyatakan bahwa semakin tinggi manfaat nyata dari keunggulan yang diberikan oleh administrasi Gojek, semakin tinggi kepuasan konsumen dengan administrasi Gojek.

1.2 Rumusan masalah

Perumusan masalah yang diajukan peneliti dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang yang disampaikan di atas adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan konsumen pada pengguna gopay di kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat terhadap kepuasan konsumen pada penggunaan gopay di kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan gopay di kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap kepuasan pelanggan pada penggunaan gopay di kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi tambahan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas atau mahasiswa yang mempelajari eksekutif, khususnya dalam hal kepuasan konsumen. Selain itu juga dapat menambah pengetahuan tentang kualitas bantuan terhadap kepuasan konsumen dan selanjutnya pemahaman tentang kesan keuntungan pada kepuasan konsumen.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya, karena sebagian besar akan menganggap wajar untuk memberikan penemuan bermanfaat bagi para pengusaha bisnis di luar sana untuk mempertimbangkan kenyamanan pembeli, kebutuhan pembeli, dan mengikuti lebih banyak perkembangan mode dan gaya hidup pembeli. Sehingga pengguna Gopay dapat mengetahui apa yang mempengaruhi pelanggan dalam memilih *E-cash* yang ideal. Maka Gopay dapat meningkatkan kualitas layanan elektronik dan persepsi manfaat dalam menuai penilaian yang baik oleh para pengguna Gopay.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam ulasan ini, penulis, akan mengambil ruang lingkup yang berfokus pada variabel dependen dan variabel independen. Pada variabel dependen membahas tentang reaksi atau respons jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Pada variabel independen membahas tentang variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas layanan elektronik dan persepsi manfaat,

Maka ruang lingkup yang akan diamati oleh penelitian ini dikhususkan pada konsumen yang menggunakan Gopay di Kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan, penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini memuat landasan masalah, definisi masalah, sasaran penelitian, kepentingan penelitian, dan sistematika penyusunan.

BAB II :TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini berisi pendirian hipotesis dan gagasan yang memperkuat eksplorasi ini. Bagian ini juga akan membahas eksplorasi masa lalu, struktur teoritis dan berisi judul-judul tentang perbaikan spekulasi pemeriksaan.

BAB III :METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode yang digunakan untuk penelitian yang menjabarkan tentang desain penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, sumber dan metode pengumpulan data, metode analisis data dan prosedur pengujian hipotesisnya.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai analisis data dan pembahasan yang terdiri dari deskripsi awal dari hasil analisis data serta pengujian. Pada bab ini akan membuktikan apakah pengaruh kualitas layanan elektronik dan persepsi manfaat terhadap kepuasan konsumen pada penggunaan Go Pay Kota Padang.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi yang berhubungan dengan hasil penelitian, keterbatasan peneliti yang mempengaruhi hasil penelitian serta saran yang berhubungan dengan keterbatasan penelitian. Bagian akhir terdiri atas daftar pustaka sebagai sumber referensi dan lampiran hasil olahan penelitian.