

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi saat ini terus mengalami perkembangan setiap tahunnya. Hadirnya era digital turut mendorong manusia untuk mulai berubah dari yang dulunya masih berupa tradisional dan kini perlahan-lahan mulai berubah ke arah digital. Seluruh kegiatan yang dilakukan sekarang ini hampir semuanya beroperasi secara digital. Mulai dari aktivitas pembelajaran, transportasi, birokrasi hingga aktivitas komersial sehari-hari. Teknologi membuat membuat segala sesuatu menjadi mudah, cepat, efektif, dan efisien. Salah satu kegiatan sehari-hari tersebut berupa sistem pembayaran, di mana peredaran uang tunai sudah tidak sebanyak dahulu lagi.

Table 1.1 Jumlah Nilai Transaksi dan Jumlah Uang Elektronik di Indonesia Tahun 2017-2021

No	Tahun	Jumlah Kartu	Jumlah Volume Transaksi (Unit)	Jumlah Uang Elektronik (Rupiah)
1	2017	90 Juta	1,162,277 Ribu	12,307 Triliun
2	2018	167,21 Juta	3,429,05 Ribu	47,109 Triliun
3	2019	292,30 Juta	7,057,538 Ribu	145,159 Triliun
4	2020	432,28 Juta	15,043,475 Ribu	204,905 Triliun
5	2021	575,32 juta	8,263,282 Ribu	305,432 Triliun

Sumber: Bank Indonesia (2019)

Dari *Table 1.1* di atas Bank Indonesia mencatat bahwa jumlah nilai transaksi dan jumlah uang elektronik di Indonesia setiap tahunnya terus meningkat. Peningkatan paling tinggi pada jumlah kartu yaitu tahun 2020 sebanyak 432,28 Juta. Sedangkan jumlah volume transaksi peningkatan paling tinggi terdapat pada tahun 2020 sebanyak 15,043,475 Ribu. Peningkatan

selanjutnya terjadi pada jumlah uang elektronik di Indonesia secara domestik terdapat pada tahun 2021 sebanyak 305,432 Triliun.

Pembayaran nontunai kini banyak digunakan untuk transaksi oleh masyarakat. Mulai dari transportasi umum, pembayaran di *e-commerce*, *e-money*, kartu kredit dan penggunaan aplikasi dompet digital melalui *smartphone* untuk memfasilitasi transaksi yang dikeluarkan oleh bank. Fenomena ini dimanfaatkan juga oleh banyak perusahaan besar yang memunculkan sistem yang sama, yaitu *T-Cash* milik Telkomsel, Gopay milik Gojek, OVO milik Lippo Grup dan lain sebagainya.

Pembayaran nontunai berkembang pesat di seluruh wilayah Indonesia salah satunya di wilayah Sumatra Barat, QRIS menjadi salah satu pembayaran nontunai yang saat ini berkembang, QRIS dapat digunakan lintas *platform* dan aplikasi pembayaran, contohnya OVO, GoPay, Linkaja, dan Dana, semua dapat bertansaksi pada toko/*merchant* cukup dengan satu *QR code*. Dikutip dari [langgam.id](https://www.langgam.id) (2020), transaksi nontunai, Bank Indonesia mencatat *merchant* QRIS di Sumatra Barat pada bulan Juli 2020 mencapai 43.662 unit. Jumlah ini meningkat hingga lebih tiga kali lipat dari periode awal tahun, atau naiknya hingga 205,78% dari Januari yang hanya 21.003 *merchants*. Kepala Bank Indonesia perwakilan Sumbar Wahyu Purnama mengatakan Bank Indonesia mendorong peningkatan transaksi nontunai di Sumatra Barat. Perkembangan QRIS di Sumatra Barat cukup pesat, walaupun pangsa pasarnya baru mencapai 1,04 % dari total Nasional yang mencapai 4,2 juta. Sedangkan untuk wilayah Sumatra Barat secara keseluruhan, 51% transaksi nontunai lewat QRIS berada di Kota Padang. Sisanya di Bukittinggi, Pariaman, Payakumbuh, Solok dan daerah lainnya. Dari data ini dapat dilihat bahwa masyarakat Kota Padang menjadi pengguna terbanyak transaksi nontunai melalui QRIS.

Salah satu perusahaan yang menyediakan transaksi nontunai yaitu PT. Visionet Internasional yang di kembangkan oleh LippoX adalah aplikasi OVO, OVO adalah aplikasi

smart yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi melalui *OVO Cash* atau Saldo. Tersedia untuk *platform Android dan IOS*, mampu mengakomodir berbagai macam kebutuhan terkait transaksi *cashless* melalui *digital payment*. Dengan adanya pesaing dibidang yang sama, *OVO* harus berinovasi untuk memudahkan pelanggan bertransaksi guna mempertahankan dan menumbuhkan pangsa pasarnya.

Untuk melakukan pengisian saldo atau *top up* *OVO* dapat dilakukan dengan mengunjungi *OVO booth*, aplikasi *Grab*, aplikasi *Tokopedia* dan juga berapa Bank yang bekerja sama dengan *OVO* sehingga memudahkan pengguna *OVO* untuk melakukan pengisian saldo ataupun *top up*. Selain itu, *OVO* juga menerapkan sistem *OVO point* yang didapat dari setiap transaksi menggunakan *OVO* yang memiliki nilai 1 *OVO point* = Rp 1. Daya Tarik untuk pengguna *OVO* yaitu mendapatkan *cashback* untuk transaksi yang telah dilakukan, sehingga dapat mendorong pengguna untuk bertransaksi lebih banyak lagi.

E-Service Quality perlu diperhatikan oleh pihak manajemen *OVO* untuk mendorong peningkatan transaksi yaitu dengan cara mengevaluasi pelayanan melalui jaringan internet. Memanfaatkan jaringan internet dan perkembangan teknologi sehingga dapat mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi secara layanan elektronik. Menurut Khalfan & Alshawaf dalam Hammoud et al., (2018), menjelaskan *e-service quality* sebagai *e-channel* untuk melakukan transaksi perbankan melalui internet, telepon, Televisi, telpon genggam, dan komputer. Seiring kemajuan dan peningkatan teknologi, permintaan dan harapan pelanggan akan layanan terus meningkat. Pelanggan sekarang dapat beroperasi dan bertransaksi kapan saja, di mana saja, tanpa pergi ke perusahaan, tanpa dibatasi oleh jam kerja perusahaan, melakukan semua pembayaran (pembelian, faktur, stok lainnya) dengan cepat dan murah.

E-Service quality yang di rasakan nasabah *OVO* masih terdapat kejanggalan dalam memberikan informasi kepada calon nasabahnya terkait dalam penggunaan *OVO*, sehingga dalam penerapannya terdapat nasabah baru yang dirugikan. Hal ini terjadi karena *OVO* belum

menjelaskan kepada calon nasabah terkait jalur pendaftaran yang jelas. Ketika pengguna OVO dengan layanan *unregistered* dimasukkan ke dalam *OVO club* sehingga nasabah hanya bisa melakukan pembayaran dan tidak bisa melakukan transfer dana dan penarikan tunai. Selain itu nasabah juga merasa khawatir dengan keamanan yang dimiliki OVO, karena dengan rendahnya tingkat keamanan yang dimiliki maka data nasabah dan riwayat transaksi dapat diakses oleh orang lain. Hal ini juga didorong dengan pemahaman nasabah yang masih rendah dalam memanfaatkan fitur-fitur yang dimiliki OVO seperti dompet *online* yang bisa digunakan kapan saja saat dibutuhkan yang disebabkan karena minimnya *information quality/benefit* yang diterima nasabah.

Selain *e-service quality* yang bisa memengaruhi *e-satisfaction* dalam menggunakan OVO terdapat faktor lain, yaitu *perceived usefulness*. Menurut Chawla & Joshi (2019), *perceived usefulness* adalah keyakinan bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pengguna. *Perceived usefulness* dapat dijelaskan sebagai suatu persepsi atau evaluasi subjektif pengguna terhadap kemampuan yang diterima oleh teknologi tersebut. *Perceived usefulness* nasabah OVO seperti kinerja aplikasi menimbulkan keluhan bagi nasabah karena *OVO point* yang hilang, hal ini menandakan bahwa OVO memiliki keamanan yang masih rendah. Selain itu bagi nasabah yang mengisi saldo OVO bukan bertambah tetapi justru menjadi Rp 0, transaksi gagal melalui ATM, poin OVO dibekukan secara sepihak, hal ini tentunya disebabkan oleh kesalahan dalam *maintenance*.

Permasalahan yang terjadi pada *e-service quality* dan *perceived usefulness* di atas tentunya berdampak pada *e-satisfaction* nasabah pada saat penggunaan OVO. Menurut Ashghar & Nurlatifah (2020), menjelaskan bahwa *e-satisfaction* adalah pencapaian dari kepuasan suatu pelanggan dengan pengalamannya dalam dunia *online* (termasuk berselancar di internet dan pengalaman berbelanja) dengan *web e-commerce* yang telah diberikan. Ketidakpuasan pelanggan saat menggunakan OVO memaksa pelanggan untuk melaporkan

kejadian tersebut ke OVO, tetapi pelanggan hanya menerima email tanggapan yang menjelaskan tindakan SOP tanpa ada tindak lanjut nyata. Pelanggan juga merasa kecewa karena OVO memiliki potensi tetapi tidak fokus pada layanan pelanggan.

Berdasarkan fenomena di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Analisis pengaruh *E-Service Quality* dan *Perceived Usefulness* terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna OVO di Kota Padang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi OVO di Kota Padang?
2. Bagaimanakah pengaruh *perceived usefulness* terhadap *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi OVO di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

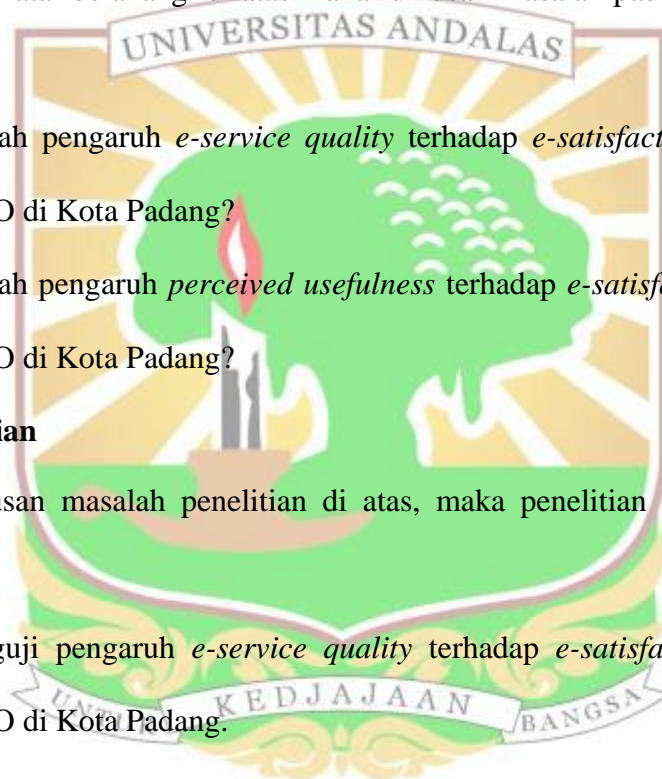
Sesuai rumusan masalah penelitian di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk menguji pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi OVO di Kota Padang.
2. Untuk menguji pengaruh *perceived usefulness* terhadap *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi OVO di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi Akademis



Penelitian ini diharapkan bermanfaat agar bisa memperluas ilmu pengetahuan serta memberikan informasi yang lebih jelas ketika membahas tentang transaksi secara *online* seperti halnya yang dilakukan oleh OVO.

3. Bagi Praktisi

Secara praktis penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini hendaknya memberikan manfaat kepada perusahaan karena dengan memperhatikan *e-service quality* maka dapat memberikan kenyamanan kepada nasabah ketika melakukan transaksi selaitu itu *perceived usefulness* juga dapat memberikan kepuasan kepada nasabah ketika melakukan transaksi secara *online* karena kebutuhan nasabah telah terpenuhi melalui kemudahan dalam bertransaksi sehingga semua transaksi yang dilakukan secara *online* dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

b. Bagi penelitian selanjutnya

Dapat digunakan sebagai referensi dan bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian lain yang sejenis dan menggunakan variabel lain yang lebih cocok ketika membahas bertransaksi secara *online*.

1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi dengan hanya membahas pengaruh *e-service quality* dan *perceived usefulness* terhadap *e-satisfaction* pada pengguna aplikasi OVO di Kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini berisi penjelasan tentang isi yang terkandung pada masing-masing bab secara singkat dari keseluruhan skripsi ini. Skripsi ini disajikan dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisikan hal-hal yang akan dibahas dalam skripsi. Bab ini berisikan latar belakang, ruang lingkup, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi landasan teoretis serta beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan topik penelitian ini. Dengan adanya landasan teori dari penelitian terdahulu, maka dapat dikembangkan kerangka pemikiran yang akan menjadi dasar dalam pembentukan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, definisi operasional, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi data, analisis data, hasil analisis, dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil pengolahan data, keterbatasan penelitian, saran-saran, dan implikasi yang berkaitan dengan penelitian.

