

BAB I

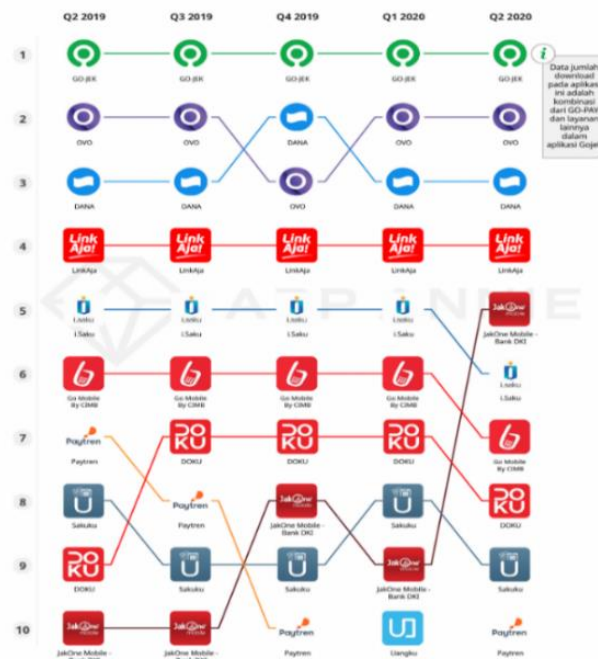
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi selalu meningkat dari tahun-ketahun. Dengan perkembangan teknologi tersebut telah mengubah cara hidup dengan menawarkan efisiensi dan kenyamanan dari berbagai aspek kehidupan dalam bermasyarakat. Terutama, dimasa perubahan revolusi digital dimana semua aktivitas diubah ke dalam teknologi digital. Perkembangan teknologi yang begitu pesat telah membuat sengitnya persaingan dibidang teknologi *fintech* di Indonesia. Menurut Kepala Departemen Komunikasi BI, Erwin Haryono, menyampaikan Di masa pandemi, dengan penggunaan platform digital, ekonomi digital dan transaksi keuangan Indonesia terus tumbuh aktif. Masyarakat juga memiliki preferensi dan penerimaan yang kuat terhadap transaksi digital. Hal ini terlihat dari berlanjutnya pertumbuhan positif transaksi mata uang elektronik pada November 2020 sebesar 20,27 persen (YoY) (Malik, 2020). Dengan semakin positifnya pertumbuhan pembayaran transaksi digital di Indonesia tersebut, membuat persaingan dalam *E-wallet* ini sangat kompetitif.

E-wallet atau dompet digital dapat diartikan sebagai metode pembayaran yang bertujuan untuk menyimpan uang dalam bentuk elektronik, bertransaksi secara online. Sehingga seiring berjalannya waktu, platform *E-wallet* terus bertambah beberapa diantaranya seperti Gopay, OVO, Dana dan LinkAja, dsb. Salah satu dari *E-wallet* yaitu Dana menurut Vincent Henry Iswaratioo selaku CEO Dana, menyatakan bahwa Dana itu sendiri telah memperoleh empat lisensi dari Bank Indonesia (BI), yakni izin penggunaan uang elektronik, dompet digital, lembaga keuangan digital (LKD) dan pengiriman uang online. Dana ini juga terintegrasi dengan sistem Dukcapil Kementerian Dalam Negeri (Clinton, 2018).

Saat ini, merek produk *E-wallet* sedang marak di Indonesia. Menurut iPrice Grup bekerja sama dengan App Annie, sebuah perusahaan analisis data terdapat sepuluh dompet aplikasi elektronik berdasarkan banyaknya pengguna aktif dalam sebulan. (Devita, 2020)



Sumber :Devita (2020)

Gambar 1. Sepuluh besar top *ten E-wallet* di Indonesia

Berdasarkan gambar 1, terlihat bahwa Dana menempati posisi ketiga pada Q2 2020 walaupun sebelumnya berhasil menempati posisi kedua. Pencapaian tersebut dapat dikatakan berhasil, karena Dana baru saja memasuki pasar dikuartal keempat tahun 2018. Walaupun berhasil menempati posisi kedua, Dana harus turun kembali dengan menempati posisi ketiga dan tetap konsisten hingga Q2 2020. Sehingga berdasarkan data tersebut dapat menunjukkan indikasi permasalahan keputusan penggunaan pada *E-wallet* Dana.

Keputusan penggunaan juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu *E-service quality*. *E-service quality* diartikan “sebagai sejauh mana sebuah situs web memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif menurut” (Zeithaml et al., 2018 hlm. 91). Salah satu dimensi dari *E-service quality* adalah *Efficiency*, yang mana didalam *Efficiency* terdapat kemudahan dalam menggunakan situs (Zeithaml et al., 2018 hlm. 91). Selanjutnya, berdasarkan dimensi kemudahan dan kecepatan dalam menggunakan situs tersebut terdapat hasil yang didapatkan berdasarkan riset oleh IPSOS (Rahayu, 2020) yang

merupakan perusahaan riset pasar independen dimana didalam perusahaan terdapat para ahli riset profesional. Data survei IPSOS yang terdiri dari variabel kemudahan penggunaan, kemudahan *top-up*, banyaknya promosi, dan tersedianya merchant offline dan online dapat terlihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Peringkat Tingkat Kepuasan Penggunaan E-Wallet

Peringkat	Merek	Tingkat Kepuasan Pengguna
1	ShopeePay	82%
2	OVO	77%
3	Gopay	71%
4	Dana	69%
5	Link Aja	67%

Sumber : Data diolah (Survey IPSOS, 2020)

Pada penjelasan tabel diatas, terlihat bahwa tingkat kepuasan pengguna yang terdiri dari salah satunya kemudahan penggunaan dan kemudahan untuk isi saldo. Ternyata, persentase kepuasan *E-service quality* dari aplikasi dompet digital Dana masih menempati peringkat keempat dengan perolehan persentase sebesar 69%. Dengan kata lain kemudahan penggunaan dan kemudahan untuk isi saldo dari Dana masih tergolong kurang maksimal. Sehingga masih kalah bersaing dibandingkan dengan pesaing lainnya. Padahal kemudahan penggunaan dan kemudahan untuk isi saldo merupakan suatu hal yang sangat signifikan dan penting terkait pelayanan produk elektronik. Sehingga, rendahnya persentase kepuasan kemudahan penggunaan dan kemudahan untuk isi saldo tersebut bisa berpotensi menjadi permasalahan bagi Dana itu sendiri.

Hal ini juga sejalan dengan beberapa penelitian yang menyatakan *E-service quality* dapat mempengaruhi keputusan penggunaan seperti yang terdapat pada penelitian terdahulu (Argitama & Suryoko, 2020) yang menunjukkan *E-service quality* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Adapun menurut penelitian lainnya (Amel, 2020) Dalam penelitiannya *E-service quality* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. sehingga dapat dikatakan *E-service quality* juga termasuk salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan *E-wallet* di Indonesia

Selanjutnya, salah satu hal yang dapat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan adalah harga. “Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa” (Shinta, 2011 hlm. 102). Terkait pada data harga dompet digital (*E-wallet*) dapat dilihat dari tabel perbandingan harga *top-up* pada dompet digital di Indonesia sebagai berikut.

Tabel 2. Perbandingan Harga Top-Up Pada Dompet Digital di Indonesia

No	Aplikasi <i>E-Wallet</i>	Biaya <i>Top Up</i>			
		<i>Top Up</i>	Melalui mobile banking dan ATM bersama	Alfamart / Indomaret	<i>Driver</i>
1.	Gopay	Rp. 1000	Rp. 5000 – Rp. 7500	Rp. 2000	-
2.	OVO	Rp. 1500	Rp. 1500	-	-
3.	Dana	-	-	-	-

Sumber : Data diolah *finance.detik*, (2020) dan *kumparan* (2020)

Berdasarkan tabel tersebut dapat terlihat bahwa harga yang ditawarkan Dana pada biaya *top-up* adalah harga termurah. Karena, tidak dikenakan biaya apapun dalam proses *top-up* yang dilakukan. Sedangkan para pesaingnya harga untuk *top-up* mencapai paling besar dikenakan harga Rp. 1,500. Bahkan, melalui mobile banking dan ATM bersama dapat dikenakan biaya Rp. 5,000 – Rp. 7,500. Sedangkan, harga *top-up* pada Alfamart maupun Indomaret dikenakan biaya sebesar Rp. 2,000. Berbeda dengan Dana yang tidak mengenakan biaya atau harga untuk melakukan *top-up*. Namun, berdasarkan tabel diatas Dana yang tidak dikenakan biaya atau harga tapi masih menempati peringkat ketiga dalam banyaknya pengguna aktif di Indonesia.

Harga sendiri merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran yang sangat penting dalam sebuah produk termasuk dalam produk jasa. Harga juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan konsumen (Julius & Limakrisna, 2016 hlm.78). “Dari perbedaan keputusan harga yang bersaing akan menentukan keberhasilan atau kegagalan bagi perusahaan. Dikarena harga merupakan dasar terbentuknya keuntungan, sehingga seluruh perusahaan berusaha memaksimalkannya dengan pengembangan pasar. Permintaan pasar

sebagian besar dipengaruhi oleh harga. Juga, harga akan memberikan posisi yang kompetitif pada pasar” (Arief, 2017). Namun pada penelitian tersebut bertolak belakang dengan dengan teori yang menyatakan harga dapat mempengaruhi keputusan penggunaan atau permintaan pasar dimana harga murah akan dapat meningkatkan permintaan pasar sedangkan disini terlihat meskipun tidak dikenakan biaya dalam proses top-up Dana justru masih menempati posisi ketiga

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu (Kharisma, 2019) yang menyatakan hasil penelitiannya menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Adapun berdasarkan penelitian lain (M. A. Wibowo & Suryoko, 2018) hasil penelitiannya ini juga menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Bisa disimpulkan dari penjelasan diatas, dipilihnya Dana dalam penelitian ini karena Dana adalah pendatang baru dan mulai memasuki dunia *E-wallet* pada tahun 2018. Namun, Dana mampu meraih dan masuk kejajaran 3 besar di Indonesia dalam usaha bidang *E-wallet* ini. Meskipun kualitas pelayanan elektroniknya dapat dikatakan cukup baik dengan memperoleh tingkat kepuasan pengguna 69% dan harganya murah dibandingkan pesaingnya. Namun, masih belum menjadi pilihan utama oleh pelanggan dan juga masih terus menempati posisi ketiga. Hal ini, berbanding terbalik dengan teori yang menyatakan bahwa keputusan penggunaan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan elektronik (*E-service quality*) dan harga. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti dan mengkaji mengenai hal yang menjadi alasan konsumen dalam menentukan keputusan penggunaan dalam memilih Dana sebagai *E-wallet* yang mereka gunakan.

Berdasarkan fenomena yang telah didukung oleh data-data diatas dan berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *E-Service Quality* dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Dana Indonesia’s Digital Wallet”**

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah *E-Service Quality* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan ?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan ?
3. Apakah *E-Service Quality* dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan ?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut maka dapat ditetapkan tujuan penelitian ini sebagai berikut

1. Untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis pengaruh *E-Service Quality* terhadap keputusan penggunaan
2. Untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan
3. Untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis pengaruh *E-Service Quality* dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian diharapkan dapat memberikan landasan bagi para peneliti selanjutnya atau memberikan sumber referensi dan menambah wawasan pemikiran terutama pada bidang manajemen pemasaran mengenai keputusan penggunaan pelanggan yang kaitannya dengan *E-service quality* dan harga. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai perbandingan bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang berkaitan dengan keputusan penggunaan pelanggan yang kaitannya dengan *E-service quality* dan harga

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini bagi perusahaan dapat dimanfaatkan sebagai masukan dalam menyusun strategi dan menjaga kualitas pelayanannya maupun harga yang sesuai dan juga dapat menjadi bahan pertimbangan lainnya. Manfaat Untuk Peneliti Selanjutnya, diharapkan dapat dimanfaatkan untuk menjadi perbandingan atau sebagai bahan referensi bagi peneliti lainnya dimasa mendatang.