

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Pada saat ini dalam era digitalisasi, telah banyak perkembangan yang terjadi di tengah-tengah kehidupan kita. Contohnya seperti dalam bidang teknologi dan informasi dimana terdapat perkembangan pesat untuk sistem pembayaran. Sistem pembayaran merupakan suatu hal yang sangat berkaitan dan sering dilakukan dalam kehidupan manusia sehari-hari. Berawal dari transaksi yang dilakukan secara tunai, pada saat ini sistem pembayaran telah sangat maju dengan adanya model pembayaran yang telah terintegrasi secara digital, sehingga dapat memudahkan masyarakat dan dapat melakukan transaksi hanya dengan menggunakan *QR Code*.

Di Indonesia sendiri terdapat Bank Indonesia sebagai bank sentral yang telah resmi meluncurkan *QR Code Indonesia Standard (QRIS)* pada tanggal 17 Agustus 2019. Hal ini menjadikan QRIS satu-satunya *QR Code* sebagai standar pembayaran di Indonesia. Dapat diartikan juga bahwa QRIS merupakan wujud dari penyatuan berbagai macam *QR Code* yang berasal dari berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) yang ada di Indonesia. Maka aplikasi pembayaran dari berbagai PJSP pada saat ini yang merupakan bank maupun non-bank dapat digunakan oleh masyarakat di seluruh toko, warung makan, pedagang, tempat parkir, tiket wisata, dan yayasan tempat donasi sebagai penjual (*merchant*). Dengan adanya QRIS ini Bank Indonesia memiliki tujuan, yaitu mendorong agar terdapat efisiensi dalam bertransaksi, mempercepat jalannya inklusi keuangan, memajukan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang tujuan akhirnya adalah untuk mendorong agar terdapat pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

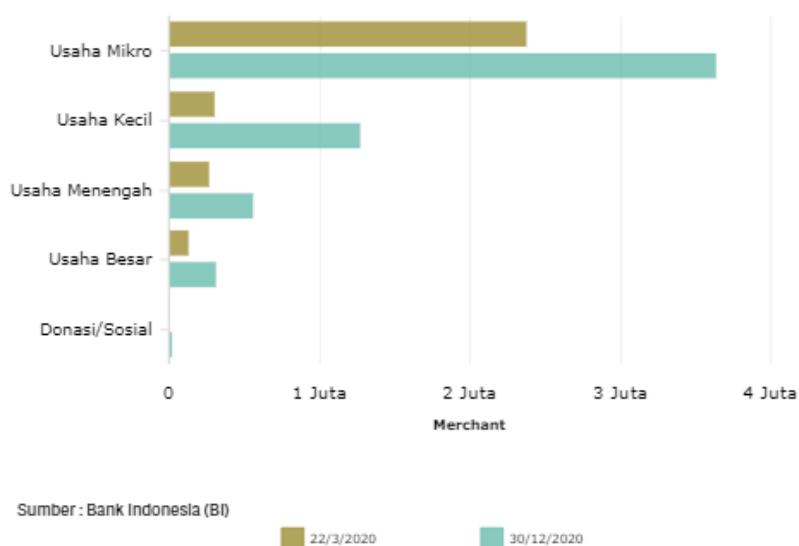
Menurut Peraturan Bank Indonesia yang merupakan Peraturan Anggota Dewan Gubernur No.21/18/PADG/2019 dijelaskan bahwa standarisasi *QR Code* yang dilakukan memiliki banyak manfaat baik untuk pengguna maupun *merchant*. Bagi pengguna QRIS sangat mudah untuk digunakan karena hanya dengan melakukan *scan* melalui aplikasi QRIS, maka pembayaran akan segera terselesaikan. Sehingga hal ini juga memudahkan masyarakat agar tidak perlu

menyiapkan uang tunai hanya cukup melalui *e-money* yang perlu di isi ulang. Lalu bagi pihak *merchant*, dengan adanya QRIS dapat memudahkan pengelolaan kas dan menghindari beredarnya uang palsu.

Terdapat dua sistem yang digunakan oleh QRIS, yaitu *Customer Presented Mode* (CPM) dimana pengguna dapat memberikan *QR Code* kepada *merchant* melalui aplikasi pembayaran yang ada. Selain itu terdapat *Merchant Presented Mode* (MPM) yang dapat diartikan dalam melakukan transaksi, pengguna hanya perlu untuk melakukan *scan QR* pada *merchant* yang telah tergabung dalam Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) seperti Link Aja, Gopay, OVO, DANA dan lainnya. Hal tersebut merupakan salah satu faktor yang menjadikan QRIS berbeda karena penggunaannya yang praktis dan efisien hanya dengan melalui satu *QR Code*.

Selanjutnya menurut KataData Indonesia (2021), sampai tanggal 17 September 2021 Bank Indonesia (BI) mencatat total pedagang atau *merchant* yang telah menjadi pengguna QRIS, yaitu berjumlah 10,45 juta pedagang atau *merchant*. Diantaranya terdapat 96% pengguna berasal dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Melihat pertumbuhan tersebut, maka Bank Indonesia optimis pada akhir tahun 2021 ini akan ada penambahan *merchant* sebanyak 12 juta di seluruh Indonesia.

Gambar 1. Perkembangan Pedagang (*Merchant*) QRIS



Sumber : *Katadata.co.id*, 2021

Mahira Nurul Fathya, 2022

ANALISIS KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA QUICK RESPONSE CODE INDONESIAN STANDARD (QRIS) PADA UMKM DI DKI JAKARTA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

BI mencatat terdapat peningkatan yang pesat pada transaksi dalam menggunakan QRIS selama pandemi. Menurut data BI, tercatat sejak 22 Maret 2020 QRIS memiliki pengguna sejumlah 3,1 juta *merchant*, hingga pada 30 Desember 2020 terdapat peningkatan 88% menjadi 5,8 juta pedagang atau *merchant* ritel nasional. Hal ini sebagian besar terjadi pada *merchant* UMKM dari usaha mikro sejumlah 3,6 juta serta usaha kecil dengan jumlah 1,3 juta. Selanjutnya dalam hal ini, usaha kecil mendapatkan peningkatan yang paling tinggi sebesar 316% dari 304,4 ribu sampai dengan 22 Maret 2020. Sedangkan untuk *merchant* lainnya terdapat sebanyak 310,7 ribu usaha besar, 558,5 ribu usaha menengah, dan 14,7 ribu donasi sosial.

Menurut riset yang dilakukan oleh Bank Indonesia melalui KataData Indonesia (2021) dapat diketahui bahwa *merchant* yang paling banyak memakai QRIS adalah UMKM dan terkecil adalah sosial. Sehingga dapat disimpulkan bahwa walaupun QRIS sudah banyak digunakan oleh pedagang pada saat ini, tetapi dengan melihat target yang ditetapkan oleh BI masih terdapat banyak juga *merchant* yang belum menggunakan QRIS.

Kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat, seperti halnya semakin tinggi tingkat kualitas yang diberikan kepada pelanggan maka dapat diartikan juga akan semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Maka dengan begitu, untuk mencapai kepuasan pelanggan perlu diperhatikan kualitas layanan yang diberikan. Kualitas merupakan totalitas dari layanan yang bergantung dalam memuaskan kebutuhan pelanggan yang terletak pada kemampuannya. Dalam hal ini sesuatu dikatakan memiliki kualitas dapat diukur melalui terpenuhi atau terlampauinya harapan dari pelanggan akan pelayanan yang diberikan. (Kotler & Keller, 2016 hlm. 157).

Dengan adanya pertumbuhan *e-services* pada saat ini telah terdapat kriteria yang berbeda-beda dalam mengevaluasi kualitas layanan dari yang sebelumnya layanan non-internet menjadi berbasis internet. Dalam studi yang disponsori oleh *Marketing Science Institute* dilakukan penelitian untuk memahami bagaimana cara konsumen menilai *e-service quality*. Studi tersebut mendefinisikan *E-S-QUAL* sebagai sejauh apa sebuah pelayanan berbasis internet dapat memfasilitasi penggunaannya melalui seberapa efektif dan efisien saat digunakan. Penelitian ini

menghasilkan empat dimensi untuk mengevaluasi layanan inti. (Zeithaml *et al.*, 2018 hlm. 91).

Menurut penelitian terdahulu terdapat empat aspek yang penting dalam mengukur *e-service quality*, yaitu *efficiency* yang merupakan kemampuan dalam memberikan layanan kepada pelanggan untuk mengakses aplikasi dengan mudah dan cepat, *system availability* merupakan pengukuran sejauh mana perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat dan sesuai dengan fungsinya, *fulfillment* merupakan pengukuran sejauh mana janji yang diberikan terpenuhi, dan *privacy* merupakan seberapa tingkat keamanan sebuah aplikasi dalam melindungi informasi pelanggan. (Ekowati *et al.*, 2018). Peningkatan layanan dengan aspek-aspek tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan yang dapat membuat pelanggan tertarik untuk membeli atau menggunakan kembali barang dan jasa yang ditawarkan.

Terdapat penelitian terdahulu yang menjadi acuan untuk mendukung penelitian ini dimana memperoleh hasil yang mengungkapkan bahwa *efficiency*, *fulfillment*, *privacy*, dan *system availability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (San *et al.*, 2020). Begitu juga dengan penelitian sebelumnya yang berikut ini memiliki pengaruh positif antara *e-service quality* dengan kepuasan konsumen dimana 58% sangat setuju menggunakan *e-payment* dapat dilakukan kapan saja dan 57% sangat setuju bahwa *e-payment* juga cepat dalam mengkonfirmasi pembayaran dan keamanan terjamin. (Putri & Marlana, 2021). Tetapi tidak semua penelitian memiliki hasil yang sama, dimana penelitian berikut menyatakan tidak terdapat pengaruh antara *efficiency*, *system availability*, dan *privacy* terhadap kepuasan pelanggan (Sjahroeddin, 2018).

Berdasarkan uraian dan fenomena di atas tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) pada UMKM di DKI Jakarta”**.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang diatas, sehingga dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut :

Apakah Kualitas Layanan (*e-service quality*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada UMKM di DKI Jakarta?

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penulis melakukan penelitian ini karena :

Untuk menganalisis dan membuktikan bahwa Kualitas Layanan (*e-service quality*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) pada UMKM di DKI Jakarta.

### **I.4 Manfaat Hasil Penelitian**

a. Manfaat Teoritis

a) Bagi Pembaca

Menambah wawasan mengenai ilmu pemasaran, terutama mengenai kualitas layanan yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b) Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan mengenai ilmu kualitas layanan atau *service quality* terhadap pelanggan yang merasakan kepuasan akan jasa yang diberikan.

c) Bagi Peneliti Lain

Dapat diharapkan bahwa dari hasil penelitian ini diperoleh wawasan mengenai *service marketing* yang dapat berguna sebagai referensi.

b. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan hasil dari penelitian yang dilakukan dapat menjadi sumbang pikiran mengenai pengaruh dari kualitas layanan bagi kepuasan UMKM dalam bertransaksi melalui QRIS, terutama dalam penelitian yang selanjutnya.