

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi serta sains baru-baru ini sudah berdampak signifikan pada kehidupan manusia. Di bidang ekonomi, kemajuan teknologi ini terlihat jelas dalam kemudahan sistem pembayaran dan adopsi uang tunai secara luas. Sistem pembayaran itu sendiri sudah berkembang menjadi sistem yang didasarkan pada transaksi elektronik. Sistem pembayaran elektronik ini memfasilitasi pembayaran dan transaksi jual beli tidak hanya sesuai perjanjian, tetapi juga langsung dengan pembayaran. Beriringan pandemi yang sedang berlangsung, khususnya Covid-19. Menurut Aris Kurniawan, Koordinator pemberdayaan kapasitas TIK Kemkominfo, pandemi sudah memberi efek domino yang cukup besar di multisektoral yang meliputi sektor kesehatan, sosial, ekonomi dan keuangan. terutama bagi kondisi perekonomian di Indonesia.

Sistem pembayaran elektronik ini memakai mata uang elektronik dan didukung oleh koneksi internet bukan uang tunai seperti halnya kegiatan transaksi konvensional. E-money adalah istilah umum untuk mata uang elektronik. Sesuai Peraturan BI (No: 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik), kini PBI No. 17/18/2015, nilai e-money didasarkan pada penyetoran nomor uang sebelum diterbitkan, setelah itu nilai e-money disimpan di server atau chip dan dapat digunakan untuk melakukan transaksi jual beli dengan pedagang selain penerbit.

Ada peningkatan signifikan dalam penggunaan layanan keuangan yang dikenal sebagai “e-money”. Di negara ini, sistem pembayaran berbasis teknologi, termasuk sebagian dari industri financial technology, saat ini sedang berkembang. Menurut Sukma (2016), pemerintah dan masyarakat berharap bisa meningkatkan akses masyarakat terhadap jasa keuangan melalui sektor ini di masa mendatang.

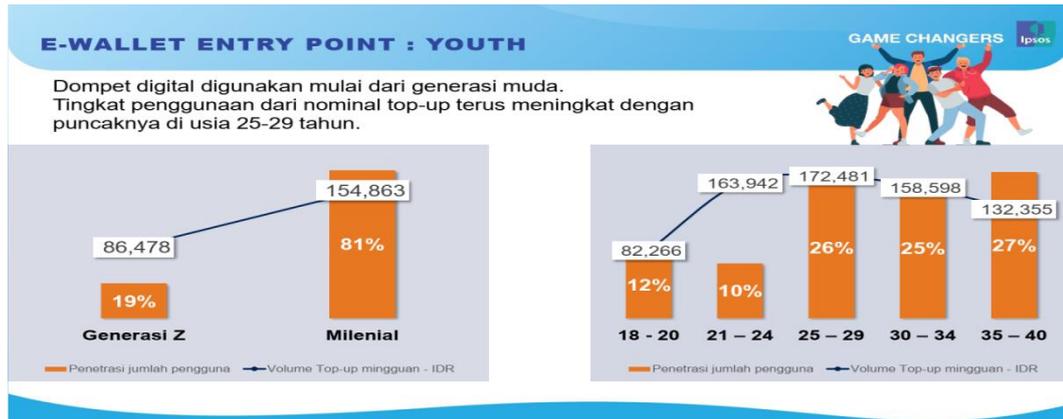
E-money diperkenalkan di Indonesia oleh BI pada April 2007. Dikutip dari *finansialku.com*, berikut contoh e-money menurut bentuknya:

- E-money berbasis kartu : mandiri e-money, Flazz BCA, BRI Brizzi, BNI Tap Cash
- E-money berbasis server : T-cash (Telkomsel), Dompetku/Paypro (Indosat)
- E-money berbasis aplikasi : Go-pay (Go-Jek), Ovo (Grab), TokoCash (Tokopedia)

Dompot besar sebab membawa banyak uang tunai dan kartu kredit tidak nyaman dan mungkin merepotkan di era sistem pembayaran seluler nirsentuh ini. Kecenderungan transaksi *cashless* saat ini menguntungkan bukan hanya sebab nyaman dan efisien, tetapi juga sebab memungkinkan untuk melacak transaksi keuangan melalui jejak digital. Hal itu pastinya bisa berguna bagi penggunanya untuk bisa melaksanakan pencatatan dan mengelola keuangannya. Ponsel kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan media hiburan, tetapi juga sebagai alat pembayaran utama melalui aplikasi mobile banking ataupun e-wallet di ponsel. Selain itu, transaksi *cashless* bisa menghemat waktu sebab tidak perlu menunggu kembalian.

Peningkatan penggunaan *cashless* memberi banyak keuntungan bagi individu, bisnis, dan negara. Selain lebih praktis dan efisien, pembayaran memakai metode *cashless* juga menguntungkan penggunanya. Pasalnya, perusahaan keuangan digital sering berkolaborasi dengan berbagai merchant ataupun penyedia layanan untuk menawarkan promosi, seperti cashback, potongan harga, beli satu bisa satu penawaran gratis, dll.

Selain beberapa hal yang sudah disebutkan di atas, pembayaran dengan memakai metode *cashless* juga berfungsi untuk mengurangi resiko penyebaran virus Covid-19 yang menyebar melalui droplet, dan uang dalam bentuk fisik bisa menjadi salah satu media penyebaran penyakit tersebut. Dengan begitu pembayaran dengan metode bisa dijadikan solusi untuk mengurangi resiko penularan virus Covid.



Gambar 1. Data pengguna dompet digital berdasarkan umur

Sumber : <https://teknoia.com/pengguna-dompot-digital-di-indonesia-mulai-tidak-terpengaruh-promo-cd5821edf144>



Gambar 2. Daftar dompet digital dengan pengguna terbanyak di Indonesia

Sumber : <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/11/24/ketahui-5-dompot-digital-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2021>

Terdapat banyak jenis dompet digital yang dipakai di Indonesia sebagaimana data diatas. Dan mengacu pada gambar diatas, Dompot digital (*e-Wallet*) yang merupakan salah satu bentuk implementasi dari *cashless* dan Gojek sebagai dompet digital dengan jumlah pengguna terbanyak nomor 2 di Indonesia menurut *goodnewsfromindonesia.id* PT. GO-JEK Indonesia menawarkan beragam layanan, termasuk transportasi, logistik, layanan

Wildan Yusufi, 2023

PENGARUH KEMUDAHAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA GOPAY

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Manajemen S1

[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

pembayaran, dan lainnya. Perusahaan oleh Nadiem Makarim merupakan perusahaan teknologi yang memakai e-money (Gopay) sebagai alat pembayaran.

Saat ini, Gojek tersedia di 50 kota lebih di Indonesia, dan menurut siaran pers yang dikeluarkan oleh Gojek pada 23 April 2019, aplikasi itu sudah diunduh >142 juta kali di PlayStore per Maret 2019. Korporasi ini menyediakan berbagai layanan kepada kliennya memakai Go-pay sebagai salah satu metode pembayarannya. Ini, seperti yang direkomendasikan, akan mengurangi pembayaran tunai, yang bisa memfasilitasi penularan virus Covid-19. (infobrand.id)

Peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian di kalangan mahasiswa Jurusan Manajemen di UPN “Veteran” Jakarta, berdasarkan informasi dan uraian yang sudah diberi sebelumnya dikarenakan mereka dianggap bisa menjadi representative dari generasi Milenial yang dinilai sangat erat kaitannya dengan penggunaan e-Wallet yang biasa dipakai untuk pembayaran cashless. Studi ini mengkaji dampak periklanan dan promosi terhadap pilihan pembayaran cashless, khususnya Gopay. Jadi, studi ini akan diberi judul “Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Gopay”

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai konteks dan permasalahan yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalahnya ialah:

1. Apakah Kemudahan Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pengguna Gopay.
2. Apakah Promosi Memengaruhi Keputusan Pembelian Pengguna Gopay.
3. Apakah Kemudahan Dan Promosi Memengaruhi Keputusan Pembelian Pengguna Gopay.

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan uraian masalah sebelumnya, tujuan studi ini yakni:

1. Menganalisis serta membuktikan Pengaruh Kemudahan Pada Keputusan Pembelian Pengguna Gopay.

2. Menganalisis serta membuktikan Pengaruh Promosi Pada Keputusan Pembelian Pengguna Gopay.
3. Menganalisis serta membuktikan Pengaruh Kemudahan Dan Promosi Pada Keputusan Pembelian Pengguna Gopay.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Sesuai tujuan penelitian, studi ini diperkirakan akan menghasilkan banyak manfaat teoretis serta praktis:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Studi ini di harapkan bisa memberi kontribusi pemikiran untuk menambah pengetahuan dan praktik keilmuan pemasaran yang berguna. Studi ini juga diharapkan bisa bermanfaat dibidang manajemen pemasaran, khususnya pada pengaruh kemudahan serta promosi pada keputusan metode pembayaran yang dipilih serta bisa menjadi referensi dan juga perbandingan untuk peneliti berikutnya dalam melaksanakan pengembangan. Dan juga, studi ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk penelitian lanjutan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Berharap studi ini bisa memberi referensi bagi perkembangan keilmuan dan pengetahuan terkhusus berkenaan dengan keputusan pembelian. Selain itu, bisa menjadi bahan pertimbangan dan pedoman untuk meningkatkan kinerja bisnis pada Pengaruh Kemudahan serta Promosi Pada Keputusan Pembelian Pengguna Gopay.