

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Saat ini teknologi dan informasi semakin berkembang dimana memberikan pengaruh pada setiap aspek kehidupan salah satunya pada system pembayaran. Pada dasarnya, kegiatan transaksi tidak terlepas dari kehidupan manusia dalam mencukupi kebutuhan sehari-hari. Kegiatan transaksi dapat dijalankan apabila difasilitasi oleh alat pembayaran. System pembayaran sebelumnya di Indonesia digunakan secara tunai, namun saat ini yang didukung dengan kemajuan teknologi dan informasi, system pembayaran beralih pada uang elektronik (*E-money*).

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik dalam ketentuan pasal 1 ayat 3 disebutkan bahwa uang elektronik adalah Suatu pembayaran yang diciptakan berdasarkan nilai uang yang disetor langsung kepada penerbit; dimana uang tersebut disimpan dalam suatu media server; uang tersebut bukan merupakan simpanan namun dikelola oleh penerbit sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Tabel 1. Volume dan nilai transaksi uang elektronik (2015-2019)

Tahun	Volume Transaksi	Nilai dalam Rupiah
2015	535,6 juta	5,3 Triliun
2016	683,1 juta	7,1 Triliun
2017	943,3 juta	12,4 Triliun
2018	2,9 miliar	47,2 Triliun
2019	2,7 miliar	95,7 Triliun

Sumber: Bank Indonesia, 2019

Saat ini transaksi menggunakan uang elektronik semakin dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan transaksi dengan uang elektronik. Menurut data yang diambil dari Bank Indonesia (BI), menyatakan bahwa pada 2018 terjadi peningkatan volume penggunaan *e-money* sebesar 209,8% atau 2,9 miliar transaksi sedangkan 2017 senilai 943,3 juta transaksi. Pada 2019

terjadi penurunan pada jumlah penggunaan 2,7 miliar namun terdapat peningkatan pada nilai dalam transaksi dari tahun sebelumnya sebesar 48,5 triliun.

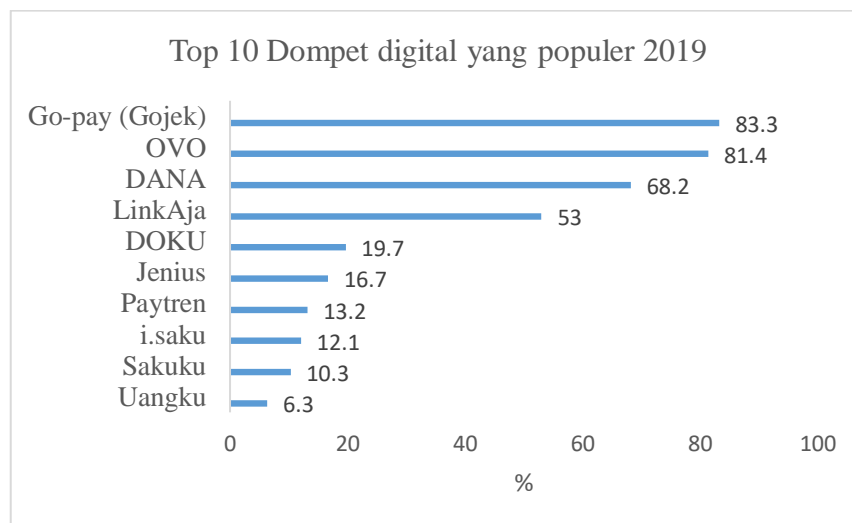
Munculnya uang elektronik atau *e-money* dapat membantu masyarakat dalam bertransaksi dengan mudah, cepat dan aman. Pembayaran menggunakan *e-money* dapat berjalan karena adanya kecanggihan ponsel sehingga masyarakat dapat dengan mudah bertransaksi tanpa membawa uang tunai baik dalam jumlah besar maupun kecil. Penggunaan uang elektronik membantu masyarakat dalam kegiatan sehari-hari seperti pembayaran pada e-commerce, tagihan listrik, pulsa, pembayaran tol, pembayaran layanan transportasi dan sebagainya sehingga diharapkan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Saat ini teknologi dan informasi semakin berkembang yang ditandai dengan meningkatnya penggunaan telepon genggam yang terkoneksi internet. Hal ini didukung dengan data survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang mengatakan bahwa 2018 dari jumlah penduduk Indonesia sebesar 246,16 juta jiwa, dimana sebesar 171,7 juta yang menggunakan internet. Sebelumnya pada 2017 jumlah penduduk sebanyak 262 juta jiwa, tercatat sebanyak 143,26 juta pengguna internet. Maka dari itu, terjadi peningkatan pada pengguna internet dari 2017 ke 2018 sebanyak 29,71 juta. (Kominfo,2018)

Tingginya pengguna internet di Indonesia, tentunya membuka kesempatan untuk pebisnis untuk menciptakan suatu hal baru dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yang ada. Pada zaman modern, seluruh aktivitas manusia yang berkaitan dengan pekerjaan, hobi, dan kebutuhan lainnya dibantu oleh internet. Internet merupakan suatu kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitas setiap harinya. Dengan meningkatnya pengguna internet, dapat menyebabkan adanya peningkatan persaingan pada perumbuhan uang elektronik atau *e-money*. Hal tersebut dapat dilihat dengan munculnya beranekaragam uang elektronik di Indonesia yaitu Go-pay, Ovo, Dana, Link Aja, e-cash mandiri, smart card, e-cheque, e-wallet dan sebagainya.

PT Gojek Indonesia berdiri pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim dimana perusahaan ini sebagai penyedia jasa transportasi online atau dikenal dengan sebutan Go-jek. Pada gojek terdapat beranekaragam fitur layanan yang dapat digunakan pelanggan seperti *Go-ride*, *Go-fod*, *Go-send*, *Go-box*, *Go-masage*, *Go-clean*, *Go-mart*, dan *Go-tix*. Selain digunakan pada jasa layanan transportasi online, *Go-pay* juga dapat digunakan untuk berbagai transaksi pembayaran tagihan seperti tagihan listrik, jasa kesehatan seperti BPJS, *Google play*, *Multifinance* dan tagihan lainnya. (Daily Sosial,2017).

Sebelumnya transaksi melalui Gojek menggunakan pembayaran secara tunai, namun pada 2015 Gojek meluncurkan aplikasi *mobile e-payment* atau Go-pay untuk menunjang kebutuhan masyarakat dalam memanfaatkan layanan Gojek. Hal ini didukung dengan data yang didapatkan dari Dailysocial.id (2019) pada gambar 1 yang menyatakan bahwa Gop-pay menempati urutan pertama diantara 10 dompet digital yang populer 2019.



Sumber: Dailysocial.id,2019

Gambar1. Grafik Top 10 Dompet digital yang populer 2019

Pada tahun 2019 Sebanyak 83,3% menggunakan dompet digital Go-pay. Semakin meningkat transaksi dompet digital dikalangan masyarakat maka Go-pay terus melakukan inovasi sehingga sukses dalam menarik minat masyarakat yang

ditandai dengan penggunaan uang elektronik yang terbanyak dan diminati masyarakat yaitu Go-pay.

Menurut Riset yang dilakukan oleh DailySocial menunjukkan Go-pay sebagai *e-money* yang banyak dipakai pada 2019. Dimana penggunaan Go-pay dan Ovo lebih dari 80% yaitu pengguna Gopay perempuan sebesar 84,5% dan laki-laki sebesar 82,3% sedangkan pengguna Ovo perempuan sebesar 79,5% dan laki-laki sebesar 82,8%. Namun kesadaran masyarakat akan layanan Ovo lebih besar daripada Go-pay dimana presentase Ovo sebesar 99,5% sedangkan Go-pay sebesar 98,5%. Ketika menggunakan layanan dompet digital, responden memiliki berbagai pertimbangan diantaranya yakni percaya akan produk, mau menggunakan produk fintech, mudah digunakan, hemat waktu, memiliki manfaat dan layanannya lengkap. Rendahnya kesadaran masyarakat terkait layanan Go-pay maka muncul berbagai permasalahan diantaranya pembobolan saldo Go-pay, kehilangan saldo Go-pay, maraknya penipuan saldo Go-pay, dan kendala saat melakukan top-up atau pengisian ulang saldo. Adanya Permasalahan tersebut menyebabkan terjadinya kerugian dan menciptakan ketidakpuasan pelanggan akan fitur Gopay.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu yang penting untuk meningkatkan mutu perusahaan. Menurut Kotler (2009) mengatakan perusahaan jasa dapat memenangkan persaingan apabila kualitas pelayanan berumutu tinggi daripada harapan pelanggan. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, Salah satu factor yang perlu diperhatikan yaitu kualitas layanan. Kualitas layanan merupakan keunggulan layanan dari perusahaan yang mampu mencukupi kebutuhan keinginan konsumen. (Fauzi & Wibowo, 2017). Kualitas pelayanan terdiri atas lima aspek penting yaitu aspek berwujud, keandalan, cepat tanggap, kepastian dan empati.

Menurut penelitian terdahulu, berwujud merupakan aspek yang penting dalam pengukuran layanan, dimana berwujud berupa tampilan fisik yang dapat dilihat dan diraba, keandalan merupakan suatu pelayanan yang diberikan perusahaan secara tepat waktu, Cepat tanggap merupakan kemampuan memberikan

layanan dengan respon yang cepat, kepastian merupakan kemampuan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen, dan empati merupakan kemampuan untuk memberi perhatian secara individual kepada konsumen. (Lubis & Andayani, 2017) Peningkatan kualitas layanan melalui aspek-aspek tersebut membuat konsumen merasakan adanya pelayanan yang dapat mencukupi kebutuhan konsumen.

Terdapat penelitian terdahulu sebagai acuan untuk mendukung penelitian ini yang mana diperoleh hasil yang mengungkapkan bahwa berwujud, keandalan, cepat tanggap, kepastian dan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Samsuddin & Ningsih, 2019). Penelitian sebelumnya juga menjelaskan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan melalui kualitas layanan yang berkualitas dapat memacu timbulnya kepuasan konsumen yang lebih tinggi, dimana hasil penelitiannya menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Armanto, 2018). Begitu juga dengan penelitian sebelumnya yang memperoleh hasil yang sama yaitu kualitas layanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Hanggraningrum *et al.*, 2017) Namun tidak semua penelitian yang memperoleh hasil yang sama dimana penelitian ini menyatakan tidak terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (Supartiningsih, 2017)

Berdasarkan penjelasan di atas dengan adanya masalah yang terjadi dan terdapat perbedaan berbagai penelitian terdahulu maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Dompot Digital Go-pay di DKI Jakarta”**.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah Berwujud (*tangible*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna dompet digital Go-pay di DKI Jakarta?
2. Apakah Keandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Dompet Digital Go-pay di DKI Jakarta?
3. Apakah Cepat Tanggap (*responsiveness*) berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan Pengguna Dompet Digital Go-pay di DKI Jakarta?
4. Apakah Kepastian (*assurance*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Dompet Digital Go-pay di DKI Jakarta?
5. Apakah Empati (*emphaty*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Dompet Digital Go-pay di DKI Jakarta?

I.3 Tujuan Penelitian

Ditinjau dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, terdapat tujuan dari penelitian yaitu:

1. Untuk membuktikan pengaruh Berwujud (*tangible*) terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Dompet Digital Go-pay di DKI Jakarta.
2. Untuk membuktikan pengaruh Keandalan (*reliability*) terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Dompet Digital Go-pay di DKI Jakarta.
3. Untuk membuktikan pengaruh Cepat tanggap (*responsiveness*) terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Go-pay di DKI Jakarta.
4. Untuk membuktikan pengaruh Kepastian (*assurance*) terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna dompet digital Go-pay di DKI Jakarta.
5. Untuk membuktikan pengaruh Empati (*emphaty*) terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna dompet digital Go-pay di DKI Jakarta.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Ditinjau dari tujuan penelitian yang telah dijelaskan, maka peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap agar penelitian ini menjadi masukan atau pengetahuan mengenai adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga penelitian ini dapat dijadikan sumber acuan dan mampu dikembangkan lebih lanjut terhadap penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap agar penelitian ini bisa memberikan kontribusi untuk perusahaan gojek berupa tambahan informasi untuk meningkatkan pelayanan demi mencapai kepuasan pelanggan dan dapat menjadi sumber acuan untuk peneliti selanjutnya ketika melakukan penelitian.