

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi pada saat ini berkembang dengan sangat pesat. Beragam inovasi teknologi informasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat modern yang didukung dengan adanya kehadiran layanan internet sebagai salah satu penunjang kemudahan dalam menjalankan berbagai aktivitas kehidupan (saefullah, 2020). Internet adalah media yang memungkinkan sebuah proses komunikasi berlangsung efisien dengan menyambungkannya pada beragam aplikasi (Onno W. Purbo dan Prihatna, 2005).

Program akselerasi transformasi digital di tanah air menunjukkan pertumbuhan yang menggembirakan karena mampu memberi kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dari sektor digital (Kemkominfo, 2023). Hal ini diperkuat oleh kolaborasi riset Google, Temasek, dan Bain & Company pada tahun 2022 yang menyebutkan bahwa Indonesia berhasil mendapatkan nilai ekonomi digital sebesar USD77 miliar atau sekitar Rp1.189 triliun. Hal tersebut diperjelas lagi dalam artikel yang dimuat oleh Kementerian Agama Republik Indonesia (2020) yang menyatakan semakin meningkatnya penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari tentunya didukung oleh kemudahan dalam mengakses melalui smartphone dan perangkat teknologi sejenis.

Salah satu bentuk inovasi dalam perkembangan teknologi, yaitu terciptanya metode baru bagi kemudahan bertransaksi. Menurut Undang-Undang Bank Indonesia. Sistem transaksi dibagi menjadi 2 yaitu secara tunai dan non-tunai. Konsumen dapat melakukan transaksi pembayaran non-tunai seperti menggunakan handphone ataupun kartu debit dan kredit yang dimiliki (bi.go.id, 2020). Hingga kini, penggunaan instrumen transaksi non-tunai di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, diindikasikan dengan semakin meningkatnya jumlah transaksi pembayaran non-tunai disertai tawaran berbagai keunggulan dan kemudahan (sikapiuangmu.ojk.go.id, 2020). Data yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia di tahun 2022 menunjukkan bahwa transaksi uang elektronik di Indonesia mengalami peningkatan yang konsisten, hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1

Jumlah Transaksi Uang Elektronik Di Indonesia Tahun 2018

Bulan	Volume	Nominal
Januari	827,200,163	72,323,145
Februari	753,842,753	68,290,150
Maret	851,986,988	78,039,560
April	923,432,056	89,049,077
Mei	895,471,368	81,823,813
Juni	933,551,764	85,823,563
Juli	1,025,669,665	96,735,499
Agustus	1,078,168,331	100,582,196
September	1,076,616,632	98,546,266
Oktober	122,259,026	131,210,166
November	134,600,843	132,407,211
Desember	1,395,821,187	142,966,706

Sumber : Laporan Bank Indonesia, 2018

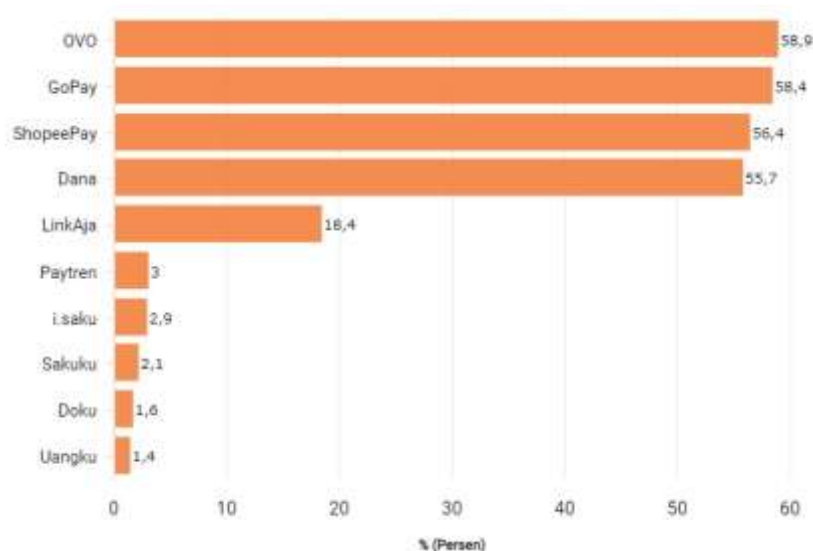
Data tersebut membuktikan bahwa peningkatan transaksi uang elektronik di Indonesia membawa perubahan yang signifikan terutama di dalam sistem pembayaran. *Less cash society* atau perubahan kebiasaan masyarakat pada proses transaksi dari tunai menjadi non tunai dalam bentuk digital memiliki 3 keuntungan. Pertama, transaksi non tunai lebih efisien karena setiap orang tidak perlu membawa uang tunai untuk melakukan transaksi bisnis. Kedua, transaksi non tunai relatif tidak berbiaya mahal apalagi seringkali terdapat banyak promo. Ketiga, transaksi non tunai lebih memudahkan untuk dilacak apabila terjadi tindak pidana (sikapiuangmu.ojk.go.id, 2020).

Salah satu instrumen transaksi uang elektronik atau non tunai yang saat ini mengalami kenaikan cukup pesat adalah dompet digital (*e-wallet*). Menurut Mulyana dan Wijaya (2018:64) dompet digital merupakan alat pembayaran digital atau elektronik yang berbasis server. Dompet digital dilindungi dengan kata sandi yang hanya diketahui oleh penggunanya untuk menjaga keamanan pada aplikasi yang digunakan (Devi Lianovanda, 2022). Survei yang dilakukan oleh lembaga survei terkemuka, yaitu Katadata (2022) menyatakan, bahwa dengan adanya dompet digital seseorang dapat melakukan pembayaran untuk memenuhi kebutuhannya seperti belanja online, pembelian tiket pesawat, dan pembelian makanan. Dari beberapa produk dompet digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, seperti: OVO, Gopay, Link Aja, Flip, DANA, Shopeepay dan sebagainya yang telah mendapatkan izin beroperasi. Produk tersebut memiliki

kesamaan fitur yang ditawarkan kepada pengguna yang didominasi oleh kalangan remaja.

Aplikasi ojek online milik PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk memiliki produk pembayaran GoPay, dominasi GoPay dalam persaingan dompet digital telah mencakup banyak layanan transaksi untuk pembelian secara online maupun offline (gojek.com, 2022). Tujuan hadirnya GoPay adalah untuk mempermudah para penggunanya disaat mereka melakukan transaksi di dalam aplikasi Go-Jek. GoPay bekerja sama dengan beberapa bank terkemuka di Indonesia diantaranya Bank Central Asia, Bank Mandiri, Bank Rakyat Indonesia, Bank BNI, dan beberapa lainnya yang memiliki dukungan teknologi (keuangan.kontan.co.id, 2017).

Disajikan data pengguna beberapa platform dompet digital yang biasa digunakan di Indonesia, yaitu sebagai berikut :



Sumber : databoks, 2022

Gambar 1.1

Survei Pengguna Dompet Digital di Indonesia Tahun 2021

Disajikan gambar, dapat dilihat bahwa Survey yang dilakukan oleh DailySocial pada tahun 2021 yang melibatkan 1.500 responden, menunjukkan bahwa ShopeePay menduduki posisi ketiga sebagai dompet digital paling banyak digunakan oleh masyarakat dengan persentase 56,4% responden. Sedangkan posisi pertama dan kedua diduduki oleh OVO (58,9% responden) dan GoPay (58,4% responden) (Pahlevi, 2022). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 541 orang belum menggunakan GoPay sebagai platform E-wallet dalam melakukan transaksi (databoks.katadata.co.id, 2023).

Dalam mekanisme transaksi GoPay dengan banyaknya pesaing perlu diikuti upaya meningkatkan kualitasnya. Menjawab tuntutan untuk meningkatkan kualitasnya, saat ini GoPay menjadi platform dompet digital yang dapat melakukan transfer, receive (menerima uang), dan *withdraw* (menarik uang ke rekening bank) dengan syarat sudah upgrade ke GoPay Plus (gopay.co.id, 2022). Untuk menggunakan fitur tersebut pengguna wajib mengikuti proses KYC (*Know Your Customer*) dengan syarat memasukan foto diri (*selfie*) dan kartu identitas (KTP, SIM, KITAS, atau paspor) (Karimuddin, 2017).

Disisi lain kendala yang kerap terjadi saat melakukan upgrade GoPay Plus bagi penggunanya, antara lain akun GoPay yang diblokir, sulitnya melakukan pembaharuan data, penolakan E-KTP, dan insentif bantuan sosial prakerja yang terhambat, permasalahan demikian dapat berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan GoPay dimasa mendatang

(mediakonsumen.com, 2020). Pada kasus-kasus yang telah terjadi di Indonesia, GoPay seringkali mengalami permasalahan pada sistemnya. Seperti yang terjadi pada tahun 2018 bahwa banyak sekali keluhan yang dialami oleh penggunanya seperti saldo GoPay yang hilang dan tidak masuk ketika diisi ulang, serta transaksi antar pengguna dan driver yang sering tidak berhasil (mediakonsumen.com, 2021).

Adapun menurut data oleh (mahirtransaksi.com, 2022) menerangkan bahwa platform GoPay mengalami beberapa masalah diantaranya error saat ingin membuka aplikasi, akun terkunci atau dibekukan karena alasan keamanan sehingga akses transaksi dibatasi sementara, gangguan proses transaksi saat sinyal lemah, dan gangguan apabila limit transfer, apabila terus dibiarkan maka akan mempengaruhi ketertarikan konsumen untuk menggunakan dompet digital GoPay. Selain itu, diterangkan di mediakonsumen.com terkait kendala pada penarikan tunai saldo GoPay via ATM BCA, terdapat keterangan transaksi tidak dapat diproses meskipun dana sudah berkurang dan platform menyatakan sudah selesai, hal tersebut telah dilaporkan kepada pihak *customer service* dan mendapat solusi kurang memuaskan, tentunya hal tersebut menyebabkan kerugian bagi pengguna GoPay tersebut.

Kendala yang berbeda pada penggunaan GoPay melalui Go-Jek dialami oleh artis Maia Estianti selaku korban, kronologi terjadinya pembobolan akun Gopay miliknya, bermula ketika dilakukan layanan pesan antar Gofood. Korban mendapatkan panggilan dari sopir Go-food tersebut

berkedok mengalami mogok. Disitu korban diminta memasukkan nomor telepon dengan kode yang diberikan sopir tersebut. Sejak saat itu, pelaku dapat mengakses akun pengguna Gopay dan menguras saldo yang ada. Korban melaporkan kejadian tersebut kepada pihak Gopay, namun tanggapan pihak dari Gojek kurang memuaskan. (Thomas, 2019).

Hal tersebut tentunya dapat memengaruhi Minat Perilaku Penggunaan Kembali, yaitu bentuk sikap atau perilaku yang cenderung untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Davis, 1989) dikutip dalam (Juhri, 2017). Tingkat pengguna sebuah teknologi pada seseorang dapat diprediksi dari sikap dan perhatian pengguna terhadap teknologi tersebut. Minat Perilaku Penggunaan Kembali sebagai minat (keinginan) seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Jogiyanto, 2008). Minat Perilaku Penggunaan Kembali dapat muncul karena produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan sehingga konsumen memiliki minat untuk menggunakan layanan tersebut (Subagio dan Jessica, 2020) . Oleh karena itu, Go-Jek harus lebih memperhatikan peningkatan minat konsumen untuk menggunakan GoPay, sebab hal tersebut merupakan salah satu faktor utama dalam mendorong untuk melakukan penggunaan aktual (Subagio dan Jessica, 2020).

Minat Perilaku Penggunaan Kembali (*behavioral intention to use*) dalam penelitian ini dapat terbentuk jika GoPay sanggup memenuhi Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*) dan Kepercayaan Atas Merek (*brand trust*) yang dirasakan kepada pengguna, sehingga

apabila konsumen berminat menggunakan, maka akan berupaya berbagai cara untuk bisa menikmati aplikasi tersebut, misalnya dengan mengunduh aplikasi GoPay di *Playstore* atau *Appstore* yang terdapat pada *smartphone*, variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan menjelaskan ada dua sebab orang menerima dan menolak aplikasi teknologi informasi, yakni pertama, orang cenderung menggunakan atau tidak menggunakan teknologi informasi, karena mereka percaya bahwa teknologi informasi mampu membantu atau mempersulit dalam melakukan tugas-tugas dengan lebih baik. Kedua, sekalipun pengguna potensial percaya bahwa sistem ini berguna, namun pada saat yang sama mereka juga mempercayai bahwa sistem ini terlalu sulit digunakan (Davis, 1989). Kedua konstruk tersebut berpengaruh terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali seseorang menggunakan sistem teknologi informasi (Aditya, 2016).

Selain itu, terdapat kendala terkait kepercayaan bahwa layanan tersebut dapat memberikan manfaat dan kemudahan dalam penggunaannya (Mariam, Firdaus, Rohmat, & Yusuf, 2021). Menurut CEO Go-Jek, Nadiem Makarim, bahwa tantangan terbesar dari GoPay adalah meningkatkan kepercayaan masyarakat. Menurutnya, masyarakat masih belum sepenuhnya percaya dengan uang elektronik (Tempo.Co, 2017). Hal tersebut dapat dikaitkan dengan teori kepercayaan atas merek, yakni keyakinan akan suatu merek terhadap adanya pemuasan kebutuhan dilihat dari kredibilitas, integritas, dan keunggulan yang diletakkan pada merek tertentu (Gurviez, 2003). Oleh karena itu pentingnya memperhatikan Minat

Perilaku Penggunaan Kembali bagi GoPay adalah keterkaitannya untuk menyediakan sistem yang lebih baik dari pesaing dan meningkatkan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan para penggunanya (Trihutama, 2018).

Secara keseluruhan, induk perusahaan Gojek yakni GoTo Gojek Tokopedia (GOTO), membukukan kerugian bersih yang diatribusikan kepada pemilik entitas induk Rp 13,65 triliun pada semester 1 tahun 2021. Berdasarkan publikasi laporan keuangan perusahaan, kerugian tersebut melonjak 117,28% dari periode yang sama di tahun sebelumnya Rp 6,28 triliun. Sedangkan beban umum dan administrasi juga naik dari sebelumnya Rp 3,83 triliun menjadi Rp 5,76 triliun.

Berdasarkan beberapa fenomena di atas, penelitian ini dilakukan guna memberikan alternatif kepada PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. mengenai Minat Perilaku Penggunaan Kembali (*behavioral intention to use*), Persepsi Kemudahan Penggunaan (*perceived ease of use*), serta Kepercayaan Atas Merek (*brand trust*) yang dirasakan oleh pelanggan GoPay di Kota Surabaya, agar terbentuknya perilaku Minat Perilaku Penggunaan Kembali Dompot Digital GoPay menghasilkan keuntungan bagi PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. Berdasarkan latar belakang tersebut, dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Atas Merek terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali Dompot Digital GoPay di Kota Surabaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali dompet digital GoPay di Kota Surabaya?
2. Apakah Kepercayaan Atas Merek berpengaruh terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali dompet digital GoPay di Kota Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, tujuan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali dompet digital GoPay di Kota Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan Atas Merek terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali dompet digital GoPay di Kota Surabaya.

1.4 Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dapat memberikan gambaran tentang pengaruh Persepsi Kemudahan penggunaan dan Kepercayaan Atas Merek terhadap Minat Perilaku Penggunaan Kembali. Sebagai bahan informasi untuk pertimbangan kualitas yang dimiliki GoPay sebagai salah satu platform dompet digital agar pemanfaatannya optimal.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jawa Timur. Selain itu penelitian ini sangat bermanfaat bagi peneliti sebagai buah karya ilmiah.

b. Bagi Perusahaan

Untuk membantu pihak manajemen dalam meningkatkan pengendalian internal terhadap platform, serta memberikan masukan atau rekomendasi kepada pihak manajemen terhadap pengendalian internal yang sudah diterapkan.