BAB I

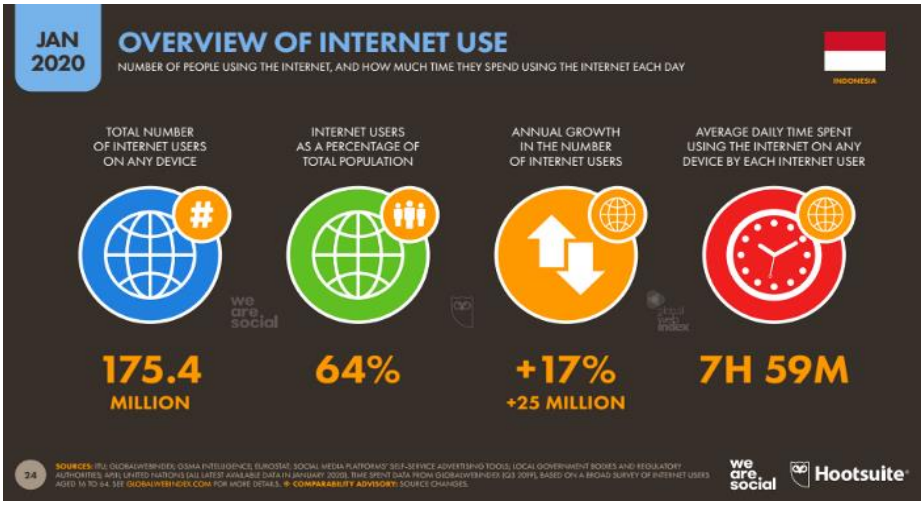
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi bersifat dinamis yang artinya terus berubah dan berkembang secara aktif. Teknologi memberikan pengaruh positif untuk mengubah pandangan masyarakat menjadi lebih terbuka, salah satunya perkembangan teknologi yang didukung dengan adanya internet. Hingga saat ini internet sangat melekat di benak masyarakat, bahkan telah mengubah pola hidup masyarakat, karena internet merupakan penunjang segala aktivitas para penggunanya dalam melakukan akses informasi secara efektif dan efisien. Pengguna internet pun juga mengalami peningkatan disetiap tahunnya.

Gambar 1.1

Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2020



Sumber : *Hootsuite (We Are Social)* Tahun 2020

Berdasarkan gambar 1.1 di atas, peneliti menyajikan data yang diperoleh dari *We Are Social* dan *Hootsuite* menyatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2020 yaitu 175,4 juta jiwa atau sebanyak 64% dari total populasi Indonesia sebesar 272,1 juta jiwa. Pengguna internet pada tahun ini mengalami kenaikan sebesar 17% atau 25,3 juta jiwa dari awal tahun 2019. Jumlah pengguna ini hampir menyentuh jumlah total populasi masyarakat Indonesia dengan mengahabiskan waktu selama 7 jam 59 menit yang hampir 8 jam digunakan untuk akses internet. Berdasarkan hal tersebut pada akhirnya mengantarkan Indonesia menjadi peringkat ketiga pengguna internet terbesar di dunia (*We Are Social* dan *Hootsuite,* 2020)

Tidak dipungkiri bahwa sebagian besar waktu pengguna internet dihabiskan untuk mengakses internet guna mencari informasi-informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. Dengan banyaknya pengalaman pengguna internet, tentu akan berdampak pada bidang kehidupan, salah satunya adalah dunia bisnis. Hal inilah yang memberikan peluang bagi para pelaku bisnis untuk menciptakan pelayanan yang prima bagi targetnya. Banyaknya usaha-usaha yang tercipta akan memunculkan perilaku kompetitif, sehingga para pelaku usaha diharuskan melakukan suatu inovasi untuk menciptakan produk serta layanan yang lebih berkualitas, memiliki sisi unik atau sesuatu yang berbeda dari produk sejenis lainnya dan memperbaiki strategi untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain. Pelaku bisnis sangat diuntungkan dengan berkembangnya teknologi yang didukung oleh banyaknya pengguna. Dapat dilihat bahwa sebagian besar pelaku usaha atau perusahaan telah menggunakan teknologi untuk memberikan

kemudahan bagi para penggunanya. Salah satu teknologi yang saat ini dikembangkan dan mampu menarik perhatian yaitu sistem *electronic wallet* atau *digital wallet*. Menurut (Qasim & Abu-Shanab, 2016) Sistem *digital wallet* merupakan salah satu inovasi teknologi yang terdapat dalam sektor pembayaran dengan memanfaatkan perangkat mobile sebagai media untuk melakukan transaksi keuangan seperti pembayaran dan transfer dana.

Hutami dan Septyarini (2018) menjelaskan bahwa *electronic wallet* (*e-wallet*) merujuk pada dompet sementara atau sebuah akun yang berisi dana pada suatu aplikasi online yang digunakan untuk mempermudah konsumen dalam melakukan proses transaksi dengan cara non tunai. Menurut Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik menyatakan bahwa terdapat dua jenis uang elektronik yang dibedakan berdasarkan media penyimpanan yaitu *server based* dan *chip based*. Penyimpanan uang elektronik dalam media penyimpanan *chip* dapat berbentuk kartu prabayar atau *smart card* yang dikeluarkan oleh pihak perbankan sedangkan media *server* melalui perangkat lunak atau *software* dan aplikasi yang dikeluarkan oleh pihak non perbankan, sehingga penyebutan penggunaan uang elektronik yang berbasis pada aplikasi disebut sebagai dompet digital atau *electronic wallet* (bi.go.id).

Penggunaan e-*wallet* dan *e-money* sangat didukung oleh pemerintah untuk mewujudkan *Cashless Society*, dimana masyarakat melakukan transaksi tanpa uang tunai, melainkan dengan menggunakan alat pembayaran berbasis elektronik. Menurut (Saraswati dan Purnamawati, 2020) pemerintah juga memiliki program Gerakan Nasional Non Tunai (GNTT) yang memiliki tujuan menumbuhkan

kesadaran masyarakat dan meningkatkan penggunaaan nontunai dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonomi dengan harapan dapat memberikan pemahaman masyarakat mengenai transaksi pembayaran dengan menggunakan instrumen nontunai.

Tabel 1.1

Data Transaksi Uang Elektronik dan Dompet Digital

Tahun	Transaksi
2018	2,9 miliar
2019	5,22 miliar
2020 (Januari)	457 juta

Sumber : Indonesia.go.id, 2020

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari Bank Indonesia dalam (Indonesia.go.id, 2020) menyatakan bahwa transaksi pembayaran digital mengalami kenaikan drastis. Mulai tahun 2018 dengan nilai 2,9 miliar sampai pada bulan Januari 2020 dengan nilai 457 juta. Dan dikutip dari pihak Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH) menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik melalui dompet digital pada Januari 2020 mencapai 300 juta transaksi, Namun, di April 2020 nilainya melonjak 50 persen menjadi 450 juta transaksi, pada Maret 2020 mencapai Rp15,04 triliun lalu naik menjadi Rp17,55 triliun pada bulan April 2020 (Hidayah dan Alvionita, 2020). Di sisi lain, penggunaan transaksi pembayaran melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan kartu debit mengalami penurunan. Dari sebelumnya 600 juta transaksi pada Januari 2020, mengalami

penurunan sebesar 500 juta transaksi pada bulan April 2020, atau terkoreksi 16,67 persen. Tingginya penggunaan dompet digital tentunya ditunjang oleh penggunaan ulang dan penambahan pengguna baru.

Dikutip dari survei iPrice dan App Anie, hasil penelitiannya menyatakan bahwa dalam penggunaan aplikasi finansial mengalami peningkatan sebesar 70% sejak tahun 2019 dan e-*wallet* lokal masih tetap mendominasi di Indonesia, Pihak Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH) juga menyebutkan bahwa peningkatan penggunaan uang elektronik didukung oleh pembayaran transaksi melalui perdagangan elektronik, karena sebagian masyarakat khususnya milenial memilih kecepatan transaksi dalam pembayaran saat melakukan belanja secara online yang sedang berkembang saat ini (Rachmatunnisa, 2020). Menurut (Huwaydi, 2018: 56-57) menyatakan bahwa milenial memilih menggunakan sesuatu yang lebih efisien untuk melakukan transaksi dengan cara berpindah ke transaksi yang berbasis elektronik berupa aplikasi melalui *smarthphone*. Generasi milenial merupakan generasi modern yang hidup di pergantian *millennium* disebut dengan generasi Y yang lahir sekitar tahun 1980 sampai awal tahun 2000 (Hidayatullah, 2018). Jadi bisa dikatakan generasi milenial adalah generasi yang saat ini berusia sekitar 20–40 tahun yang memegang kendali perkembangan inovasi-inovasi dalam segala kebutuhan termasuk kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan segala kegiatan.

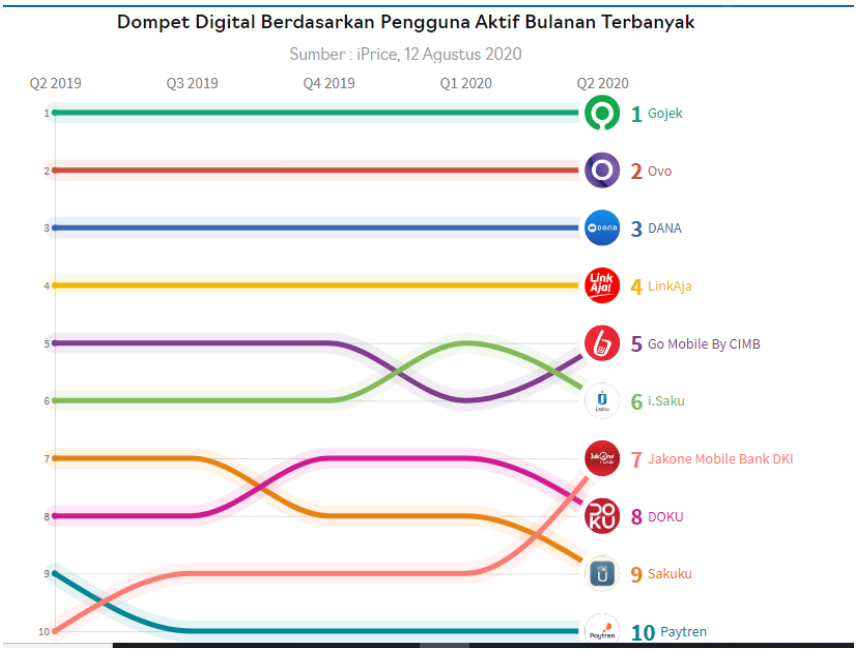
Menurut (Arhando, 2019) mengemukakan hasil survei yang dilakukan oleh lifepal.id menyatakan bahwa terdapat empat kota besar yang memiliki banyak generasi milenial yang menggunakan layanan dompet digital, urutan pertama diisi

oleh Bandung (69,4 persen), kemudian posisi kedua adalah Jakarta (65,9 persen), Yogyakarta (63,8 persen), dan posisi terakhir yaitu Surabaya (37,5 persen). Sehingga generasi milenial saat ini digunakan sebagai target pasar bagi perusahaan *fintech* untuk mendorong perkembangan digital di Indonesia. Menurut Lembaga Jajak Pendapat alias Jakpat telah melakukan riset tentang tren dompet digital di Indonesia pada tahun 2020. Dari riset yang dilakukan kepada 2.496 responden sejak pertengahan April hingga Juni diketahui beberapa alasan generasi *millennials* dalam menggunakan dompet digital di antaranya yaitu dompet digital atau *e-wallet* merupakan alat yang mudah untuk digunakan, memiliki penawaran berbagai promo yang menarik, dan mengurangi penyebaran virus Corona serta keamanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pengguna layanan sangat terjamin (Junaedi, 2020).

Berdasarkan data Bank Indonesia per 21 Mei 2020 menyatakan bahwa hingga saat ini sudah terdapat 51 penerbit *e-wallet* yang sudah mendapat izin dari Bank Indonesia, salah satunya adalah Gopay. Gopay merupakan fitur transaksi pembayaran elektronik yang dinaungi oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa atau lebih populer dengan sebutan Go-Jek. Layanan Gopay telah diluncurkan oleh PT Dompet Anak Bangsa sejak 2016 sebagai wujud kontribusi dalam mendukung transaksi non tunai yang dirancang oleh pemerintah. Gopay dapat digunakan untuk transaksi berbagai layanan Go-jek secara online dan offline mulai dari Go-Food, Go-Ride, Go-Mart, Go-Send dan transaksi ofline di *merchant* yang telah bekerjasama dengan Go-Jek.

Gambar 1.2

Data Pengguna Aktif Dompet Digital Tahun 2019-2020



Sumber: databoks.katadata.id, 2020

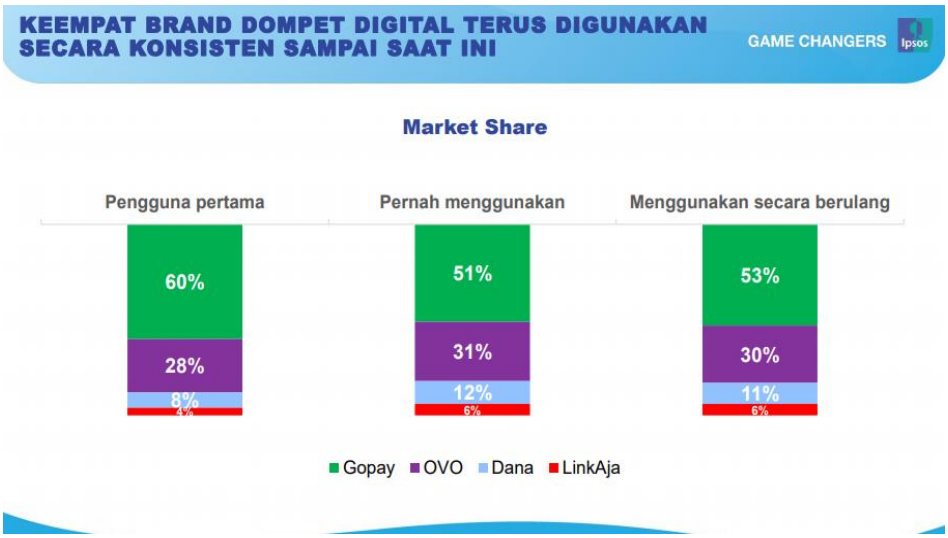
Menurut gambar 1.2 di atas, peneliti menyajikan data yang diperoleh dari (databoks.katada.id, 2020) dari hasil riset iPrice dan App Annie menyatakan bahwa Gopay telah menduduki peringkat pertama dengan pengguna aktif bulanan terbanyak serta total download aplikasi Gojek terbanyak baik platform Android dan iOS sejak Q2 2019 hingga Q2 2020. Dengan konsistensinya menjadi peringkat pertama, Gopay masih terlibat masalah, (Clinten Bill, 2019) dalam laporan kompas.com menyatakan pada Q4 tahun 2019 layanan pembayaran dan transaksi online Gopay tidak dapat digunakan, pengguna mengaku tidak bisa melakukan pembayaran layanan Go-Food dan Go-Pulsa serta layanan yang lainnya, pihak Gopay memberikan pernyataan bahwa aplikasinya sedang pada tahap perbaikan. Serta masih banyaknya kasus-kasus peretasan atau pembobolan

akun Gopay yang menjerat penggunanya terutama dari kalangan selebritas yaitu Aura Kasih dan Maia Estianty pada akhir November dan Desember 2019. Peretasan ini terjadi karena penipu berhasil mengambil kode *One Time Password* (OTP) dari pemilik akun, sehingga saldo Gopay berhasil diambil oleh penipu (Thomas, 2019).

(Indonesia.go.id, 2020) menyatakan bahwa lembaga riset yang berasal dari Prancis yaitu Ipsos menyatakan bahwa layanan dompet digital Gopay menjadi fitur dompet digital paling diminati di Indonesia dengan persentase sebesar 54%, kemudian OVO sebesar 11%, DANA 11%, dan LinkAja 6%. Percepatan pertumbuhan Gopay dibuktikan dengan imbalan yang diberikan oleh Bank Indonesia sebagai perusahaan teknologi keuangan teraktif mendukung inklusi Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dan edukasi keuangan serta pemberdayaan umum.

Gambar 1.3

Brand Dompet Digital Yang Digunakan Secara Konsisten



Sumber: Ipsos Februari 2020

Berdasarkan riset dari Ipsos pada bulan Februari 2020 menyatakan bahwa dompet digital yang digunakan pertama kali sampai dengan penggunaan secara berulang dan konsisten terdapat pada brand Gopay. Penggunaan secara berulang atau *repeat usage* adalah perilaku pelanggan yang memberikan tanggapan positif terhadap kulitas layanan suatu perusahaan dan berniat untuk melakukan penggunaan kembali atau mengkonsumsi kembali produk atau jasa suatu perusahaan (Chandra, dkk, 2015). Penggunaan ulang suatu layanan dapat dilihat dari intensitas pengguna, semakin sering pengguna menggunakan layanan tersebut, maka pengalaman dalam akses terhadap layanan tersebut akan semakin tinggi. Minat pelanggan dalam menggunakan ulang berbagai layanan sangat ditentukan oleh perilaku pertama saat menggunakan layanan tersebut yang didapat setelah melakukan proses beli atau penggunaan layanan serta berkaitan pula dengan kepuasan dan kepercayaannya terhadap layanan yang telah digunakannya (Arfiani, dkk, 2018). Dalam hal ini, Gopay selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan keamanannya agar pengguna merasa puas, percaya dan selalu menggunakan kembali fasilitas Gopay dalam menunjang transaksi Gojek maupun *merchant* terkait. Dengan hal ini menarik minat peneliti untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna untuk menggunakan kembali dompet digital Gopay.

Faktor-faktor yang digunakan untuk mengetahui penggunaan ulang *e-wallet* gopay yaitu *e-service quality. E-service quality* adalah suatu layanan informasi yang menyediakan mekanisme bagi perusahaan untuk memberikan pembeda bagi penawaran layanan dan membangun keunggulan kompetitif (Suherli dan Keni,

2019). Semakin bagus kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahan maka perilaku penggunaan berulang suatu layanan juga akan semakin meningkat. Dalam penelitian (Chandra, dkk, 2015) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan faktor utama untuk mengetahui sikap penggunaan ulang layanan internet banking dan didukung oleh hasil penelitiannya bahwa *e-service quality* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap penggunaan ulang BCA *Mobile*.

Faktor kedua yaitu kenyamanan (*enjoyment)*. *Enjoyment* merupakan suatu perilaku individu dalam menggunakan teknologi untuk menunjang aktivitasnya dan dipercaya memberikan kesenangan untuk dirinya (Baskara, dkk, 2016). Tingkat kenyamanan yang lebih tinggi dapat memudahkan pengguna untuk melakukan transaksi kapanpun dan di manapun. Menurut (Ipsos, 2020) kenyamanan mencakup suatu kepraktisan dalam menggunakan suatu layanan *e-wallet* dengan tidak kesusahan dalam membawa uang, tidak perlu mengambil uang dan tidak perlu membawa kartu debit/ kredit dalam melakukan transaksi, sehingga dapat menghemat waktu. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh (Oktarini dan Wardana, 2018) menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pembelian ulang. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Juniwati, 2015) menyatakan bahwa *perceived enjoyment* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap pembelian ulang secara online.

Dikarenakan adanya kesenjangan terhadap penelitian terdahulu (*research gap*) yang tidak memberikan konsistensi pengaruh variabel bebas terhadap

variabel terikat, sehingga menarik minat peneliti dalam menggunakan variabel tersebut untuk mengetahui apakah variabel tersebut berpengaruh atau tidak dengan menggunakan obyek yang berbeda yaitu pada *e-wallet* Gopay.

Peneliti menambahkan variabel intervening dalam penelitian ini. Variabel intervening adalah variabel antara dalam menjembatani variabel bebas dengan variabel terikat, sehingga variabel bebas secara tidak langsung memberikan pengaruh keterkaitan terhadap variabel terikat (Tuckman dalam Sugiyono, 2013:39). Variabel intervening dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu kepercayaan (*Trust*). Kepercayaan adalah suatu sikap merasa aman terhadap suatu transaksi yang dilakukan dan percaya terhadap data-data pribadinya tetap terjaga. *Trust* merupakan faktor penting dalam mengembangkan layanan transaksi online (Ariani, 2018). Menurut (Ihsan dan Siregar, 2019) menyatakan bahwa kepercayaan adalah faktor utama dalam mengetahui bagaimana persepsi pengguna tentang ketidakpastian dan kemungkinan konsekuensi yang tidak diinginkan dari kegiatan pembelian produk atau layanan terutama dalam melakukan transaksi berbasis digital.

Berdasarkan beberapa data dan teori yang sudah dipaparkan di atas. Peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan ulang pada dompet digital melalui variabel kepercayaan, sehingga judul dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Dan Kenyamanan Terhadap Penggunaan Ulang Dompet Digital Gopay Melalui Kepercayaan Pada Generasi Milenial Di Surabaya”**.

1.2 Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas maka rumusan beberapa permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya ?
2. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap *trust* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya ?
3. Apakah *enjoyment* berpengaruh terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya ?
4. Apakah *enjoyment* berpengaruh terhadap *trust* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya ?
5. Apakah *trust* berpengaruh terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya ?
6. Apakah *trust* berpengaruh dalam memediasi hubungan antara *e-service quality* terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya ?
7. Apakah *trust* berpengaruh dalam memediasi hubungan antara *enjoyment* terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya ?
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap *trust* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya ?
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *enjoyment* terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya ?
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *enjoyment* terhadap *trust* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya ?
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *trust* terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya ?
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *trust* dalam memediasi hubungan antara *e-service quality* terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya ?
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *trust* dalam memediasi hubungan antara *enjoyment* terhadap *repeat usage* pada pengguna milenial *e-wallet* Gopay di Surabaya?

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan pengetahuan serta referensi bagi semua pihak yang melakukan penelitian sejenis terutama dalam ilmu pemasaran terkait *e-service quality*, *enjoyment*, *trust*, dan *repeat usage* atau perilaku konsumen dalam penggunaan ulang suatu jasa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi tambahan bagi perusahaan atau pelaku usaha jasa, khususnya di bidang *e-wallet* mengenai faktor-faktor penggunaan ulang atau *repeat usage* diantaranya *e-service quality*, *enjoyment*, *trust* terhadap aplikasi layanan dompet digital.