

Bab 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sekarang ini perkembangan teknologi di era digital makin maju dan membawa perubahan di segala aspek kehidupan manusia. Teknologi yang dapat memberikan perubahan di kehidupan manusia salah satunya adalah *smartphone*. *Smartphone* hadir dengan memberikan kemudahan dan manfaat bagi penggunanya. Bahkan, saat ini penggunaan *smartphone* tidak hanya sebagai sarana komunikasi, melainkan dapat menjadi perangkat multifungsi yang dapat membantu manusia dalam menyelesaikan pekerjaan. Hal ini tentu tidak terlepas dari kebiasaan manusia yang bergantung pada teknologi *smartphone*. Penggunaan *smartphone* di kehidupan sehari-hari ini dapat membantu mereka untuk tetap *update* dengan pekerjaan dan hubungan sosial dengan orang lain melalui internet.

Data yang di dapatkan melalui Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2020) di tahun 2018 – 2019, penggunaan internet sebanyak 64,8 persen dan mengalami kenaikan pada tahun 2019 – 2020 menjadi 73,7 persen. Hal ini tentu ditemukan adanya pertumbuhan jumlah pengguna internet dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 171 juta jiwa menjadi 196,7 juta jiwa dari total populasi 266,9 juta jiwa. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh APJII terkait *device* yang digunakan untuk akses internet yaitu sebesar 95,4 persen melalui *smartphone*, 19,7 persen melalui laptop atau *tablet*, dan 9,5 persen melalui komputer (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020). Dapat disimpulkan bahwa saat ini internet lebih sering digunakan melalui *smartphone* setiap harinya.

Dilansir dalam Liputan6.com (2019) kemajuan teknologi pada *smartphone* menciptakan berbagai layanan yang dapat diakses secara digital. Mulai dari pemesanan makanan dan minuman, pemesanan jasa

transportasi, berbelanja, pemesanan tiket liburan, dan pembayaran *online* mengalami digitalisasi. Pembayaran *online* menjadi salah satu tren di kalangan pengguna *smartphone*. Penggunaan uang dalam bentuk fisik saat ini mulai berkurang. Hal ini karena, masyarakat sudah mulai beralih menggunakan aplikasi finansial untuk pembayaran.

Penggunaan aplikasi finansial mengalami peningkatan setiap bulannya. Oleh karena itu, *iPrice Group* dan *App Annie* melakukan riset setiap satu tahun untuk mengetahui peningkatan yang terjadi. Hasil penelitian oleh *iPrice Group* dan *App Annie* menyatakan terdapat peningkatan sebesar 70 persen terhitung sejak bulan Juni 2019 sampai bulan Juni 2020. Penggunaan aplikasi finansial di tahun 2019 sebesar 1,67 miliar mengalami peningkatan, sehingga mencapai 2,83 miliar pada bulan Juni tahun 2020 (iPrice.co.id, 2020).

Dalam dunia bisnis, pembayaran non tunai menggunakan *e-wallet* (dompet elektronik) semakin meningkat (M. T. Hidayat et al., 2020). Hal ini karena, penggunaan *e-wallet* tidak membutuhkan waktu yang lama dan juga mudah digunakan, sehingga *e-wallet* banyak dipilih oleh masyarakat. *E-wallet* (dompet digital) merupakan suatu layanan transaksi pembayaran berbasis peladen yang digunakan melalui *smartphone* dengan metode pembayaran melalui scan kode QR. *E-wallet* dapat digunakan sebagai alat transaksi untuk pembelian *online* dan untuk mentransfer uang antar bank atau sesama *e-wallet* (Kusuma & Syahputra, 2020). Selain itu, *e-wallet* juga dapat digunakan untuk transaksi pembayaran makanan, belanja, tagihan rumah tangga (air, listrik, internet dan tv kabel), asuransi, dan lain-lain.

Dilansir dalam Liputan6.com (2021), transaksi digital semakin meroket tinggi sejak terjadinya pandemi covid 19. Hal ini karena, sejak adanya pandemi covid 19 banyak masyarakat yang menghindari kontak fisik saat bertransaksi dan lebih memilih layanan digital *e-wallet* untuk bertransaksi. Berdasarkan data Bank Indonesia (BI) transaksi digital mengalami peningkatan sebesar 37,8% termasuk transaksi transfer dan

digital *banking*. Perkembangan aplikasi *e-wallet* meningkat sejak kuartal kedua tahun 2019 sampai kuartal kedua tahun 2020.



Sumber: iPrice.co.id 2020

Menurut hasil riset *iPrice* dan *App Annie*, rangking *e-wallet* di Indonesia saat ini di dominasi oleh perusahaan lokal. Berdasarkan data diatas, aplikasi Go-Pay, OVO, Dana, dan Link-Aja menempati posisi empat besar selama periode 2019-2020 sebagai pengguna aktif terbanyak. Untuk aplikasi *e-wallet* dengan total unduhan terbanyak yaitu Go-Pay, OVO, Dana, dan Link Aja (*iPrice.co.id*, 2020). *E-wallet* Dana sebagai

pendatang baru yang hadir pada tahun 2018, kini sudah berhasil menggantikan Link Aja pada posisi ketiga.

Dilansir dalam Tirto.id (2019) menurut catatan Bank Indonesia, saat ini di Indonesia terdapat 37 merek aplikasi *e-wallet*, termasuk salah satunya adalah DANA. Kehadiran DANA turut meramaikan persaingan. DANA sebagai pendatang baru yang resmi diluncurkan pada tahun 2018 ini cukup menggebrak. DANA langsung menunjukkan kegigihan untuk menjadi pelopor dompet digital di Indonesia. Selain itu, DANA juga melakukan promosi paling gencar dengan memberikan penawaran yang menarik, sehingga DANA berhasil menggantikan posisi Link-Aja pada urutan ketiga pengguna aktif bulanan terbanyak.

Dikutip dari Dana.id (2021) DANA merupakan layanan dompet digital yang di rancang untuk menciptakan setiap transaksi tunai maupun non tunai secara digital, baik secara daring maupun luring dan dapat berjalan dengan cepat, praktis, serta terjaga sistem keamanan. DANA hadir sebagai *platform* yang siap memberikan manfaat dan mendukung berbagai kegiatan ekonomi masyarakat.

Saat ini jumlah perusahaan penyedia layanan dompet digital semakin banyak, maka semakin berat persaingan antar perusahaan. Oleh karena itu, untuk melawan persaingan tersebut, perusahaan patut menyadari apa yang dibutuhkan oleh masyarakat saat ini. DANA terus menciptakan inovasi-inovasi terbaru untuk menarik minat pelanggan. Selain itu, DANA juga memberikan segala bentuk layanan yang terbaik kepada pelanggan. Hal ini tentunya dapat menjadikan pelanggan setia menggunakan DANA dan tentunya akan memberikan kepuasan bagi pelanggan.

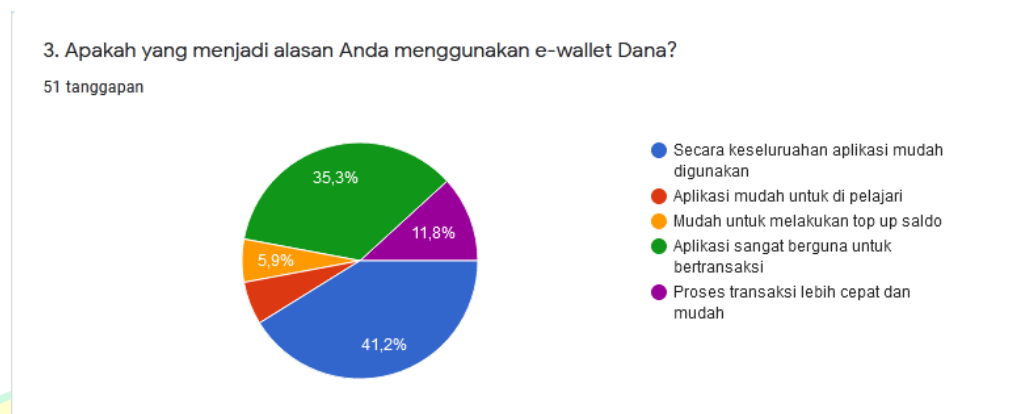
Customer satisfaction (kepuasan pelanggan) merupakan bagian terpenting dalam bisnis dan kepuasan menjadi faktor terpenting bagi pengguna untuk tetap menggunakan layanan tersebut (Purba et al., 2020). Memenuhi kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Perusahaan mesti mencari tahu faktor yang memengaruhi kepuasan

pelanggan. Faktor pertama yang memengaruhi kepuasan pelanggan yaitu *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan). *Perceived ease of use* merupakan saat individu telah memercayai layanan dengan bebas tanpa upaya penggunaan yang besar (Sandy & Firdausy, 2021).

Teknologi yang mudah digunakan akan menarik perhatian individu untuk menggunakan teknologi tersebut. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizan et al., (2019) memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh antara *perceived ease of use* dan *customer satisfaction* aplikasi Grab di wilayah DKI Jakarta. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan aplikasi bagi seseorang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen dan berdampak pada pemakaian aplikasi akan semakin meningkat.

Faktor kedua yaitu *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) merupakan sebuah kepercayaan yang diberikan oleh pengguna kepada sebuah sistem atau layanan untuk meningkatkan efektivitas atau mengurangi usaha yang dikeluarkan dalam menyelesaikan pekerjaan mereka (Sandy & Firdausy, 2021). Masyarakat akan memilih dan menggunakan aplikasi tersebut, jika mereka merasa bahwa aplikasi tersebut dapat membantu meningkatkan kinerjanya. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Purba et al., (2020) menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna aplikasi OVO. Hal ini menyatakan bahwa pengguna merasa terdapat manfaat positif yang didapat dari pembayaran menggunakan OVO.

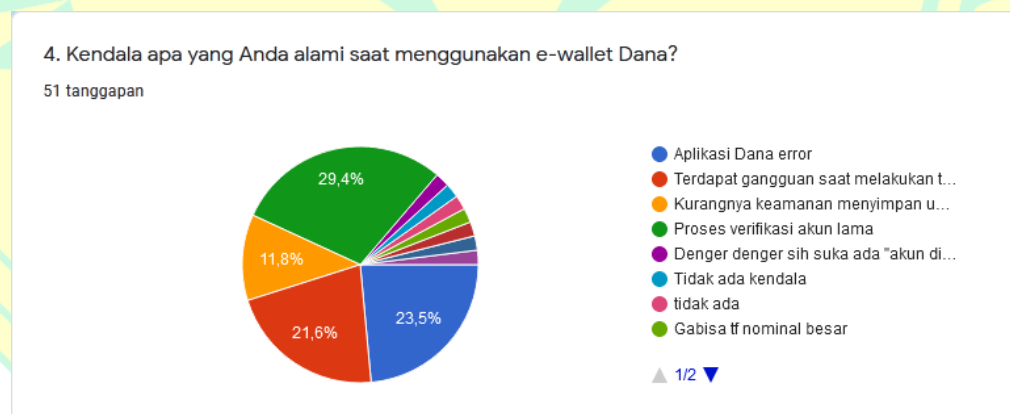
Peneliti melakukan survei awal mengenai *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) *e-wallet* DANA dengan menggunakan google form kepada 51 responden, untuk mengetahui faktor yang dapat memengaruhi *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) saat menggunakan DANA serta kendala apa saja yang dialami oleh pelanggan.



Gambar 1. 2 Alasan Pengguna Menggunakan DANA

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Bersumber pada gambar 1.2, menyatakan bahwa sebanyak 41,2 % memilih menggunakan DANA karena secara keseluruhan aplikasi mudah digunakan, kemudian sebanyak 35,3 % memilih menggunakan DANA karena aplikasi sangat berguna untuk bertransaksi, dan sebanyak 11,8 % memilih menggunakan DANA karena proses transaksi lebih cepat dan mudah. Banyak hal yang membuat pengguna memilih menggunakan DANA, namun tiga hal diatas menjadi lebih dominan diantara yang lain.



Gambar 1. 3 Kendala Pengguna Saat Menggunakan DANA

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2021)

Menurut gambar 1.3, menyatakan masih terdapat beberapa kendala yang dialami pengguna yaitu sebesar 29,4 % menyatakan bahwa DANA tidak bisa mentransfer uang dengan jumlah nominal yang besar,. Kemudian 23,5 % karena aplikasi DANA sering error, selanjutnya

sebanyak 21,6 % menyatakan terdapat gangguan saat melakukan *top up* saldo, dan 11,8 % menyatakan kurangnya keamanan menyimpan uang di dompet digital.

Dapat dilihat bahwa ternyata masih terdapat kekurangan dari kemudahan penggunaan yang telah ditawarkan oleh Dana, seperti aplikasi *e-wallet* Dana sering error saat digunakan, saat *top up* saldo sering mengalami gangguan, tidak bisa mentransfer uang dalam jumlah yang besar, dan masih sedikit *merchant* yang bekerja sama dengan Dana. Selain itu, dari manfaat yang telah ditawarkan oleh Dana masih terdapat kekurangan, seperti risiko keamanan menyimpan uang di dompet digital, menjadi lebih konsumtif, dan juga masih terkena biaya tambahan saat transaksi. Kekurangan tersebut tentu dapat memengaruhi kepuasan dari pengguna Dana dan mengurangi tingkat kepuasan yang seharusnya didapat pengguna secara lebih, namun tingkat kepuasan tersebut malah berkurang. Hal tersebut tentu harus di perbaiki lagi agar dapat memberikan layanan terbaik, sehingga pengguna akan merasa puas selama menggunakan Dana.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap *Customer Satisfaction E-Wallet DANA*.”

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah di jelaskan di atas, maka dapat di buat rumusan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Apakah *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*?
2. Apakah *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*

2. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini bisa memberikan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti dalam bidang *financial technology* serta melatih keterampilan peneliti dalam menganalisis masalah

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan pendapat dan pengambilan keputusan untuk menaikkan tingkat kepuasan pelanggan dalam memilih dan menggunakan layanan DANA

3. Bagi Universitas

Penelitian ini bisa dijadikan pelengkap informasi yang bermanfaat untuk dunia ilmu pendidikan khususnya pengetahuan di bidang *marketing*. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber rujukan.