

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dan telekomunikasi banyak digunakan di berbagai sektor dan lapisan masyarakat di Indonesia, termasuk masyarakat umum, pemerintah dan dunia usaha. Salah satu contoh kemajuan di bidang teknologi dan telekomunikasi saat ini adalah internet. Dalam bidang ekonomi disebut *e-commerce*, yang digunakan untuk transaksi jual beli secara *online*. Pada masa pandemi Covid 19, penggunaan *e-commerce* terus mengalami peningkatan. Hal ini menjadi contoh bahwa ada fenomena ketergantungan konsumen terhadap internet. Hadirnya internet akan membantu mereka memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan layanan yang lebih cepat, efektif dan efisien. Keberadaan *e-commerce* pastinya akan diikuti dengan perkembangan teknologi di industri pembayaran. Ditandai dengan adanya transisi dari metode pembayaran konvensional ke pembayaran digital menimbulkan adanya reaksi positif dan negatif dari masyarakat umum. Faktor utilitas menjadi pertimbangan sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan pembayaran digital.

Menurut Davis (dalam Joan dan Sitinjak, 2019) berpendapat bahwa kebermanfaatan diuraikan sebagai persepsi pribadi konsumen mengenai kinerja suatu sistem. Dalam hal system pembayaran eletronik dapat mendorong peningkatan kinerjanya. Tersedianya fitur yang simpel sehingga tidak membuat pengguna mengalami kesulitan dalam pengaplikasiannya. Hal lain didukung dengan adanya beragam penawaran yang menarik. (pressrelease.kontan.co.id)

Pengaktivasian ShopeePay dapat dilakukan dengan mudah yaitu *install* pada *App Store* atau *Play Store*. Setelah itu buka halaman ShopeePay, masukkan kode verifikasi yang dikirimkan ke nomor yang terdaftar pada akun pengguna. Kemudian masukkan PIN transaksi (*money.kompas.com*). ShopeePay menjadikan metode penggunaan non tunai yang mudah digunakan tanpa batasan waktu dan tempat. Namun di sisi lain, terlepas dari manfaat dan kemudahan yang ditawarkan, sebagian dari masyarakat masih memilih untuk tidak menggunakan *e-wallet* untuk bertransaksi.

Litter berpendapat (dalam Falah, 2018) bahwa keengganan seseorang menggunakan *fintech* karena pertimbangan masalah ketidakpastian dan keamanan. Seperti yang kita ketahui bahwa adanya teknologi pembayaran digital memiliki rentas resiko terhadap masalah keamanan seperti jaringan dan system. ShopeePay terus meningkatkan system keamanan jaringan eletronik yang sesuai untuk melindungi pengguna dan data privasinya dari peretas, virus, pembobolan data, dan kejahatan lainnya. Jaminan keamanan dan privasi pengguna menjadi hal

yang diutamakan. Apabila jaminan tersebut tercapai maka pengguna tersebut bersedia menggunakannya kembali di masa mendatang. Adanya kesadaran resiko yang dimiliki pengguna terutama dalam hal system keamanan dan jaringan ShopeePay. Beberapa pengguna yang memiliki masalah akun yang diblokir atau dinonaktifkan oleh pihak perusahaan. Hal ini terjadi karena beberapa hal yang disebabkan oleh *system error* atau *human error*. Kesalahan yang umum terjadi akibat salah memasukkan PIN. Dari segi keamanan, ShopeePay memiliki fitur PIN yang digunakan saat melakukan pembayaran. Jika melakukan kesalahan memasukkan PIN 5 kali berturut-turut, maka akun otomatis terblokir (idekredit.com). Berikut beberapa keluhan pelanggan ShopeePay yang didapatkan dari *review* pengguna di *Google Play Store*.

Tabel I .1 Data Keluhan Pelanggan

No	Keluhan Pelanggan
1	Sistem <i>error</i> pada aplikasi android (tidak bisa <i>login</i> , Nomer OTP tidak sampai atau dikirim)
2	<i>Customer service</i> tidak cukup membantu
3	Transaksi mengalami masalah (pembayaran di <i>cancel</i> , barang tidak sampai/kesalahan barang yang dikirim)
4	Akun yang digunakan mengalami masalah atau kendala (di <i>banded</i> secara tiba-tiba, sehingga tidak bisa bertransaksi)
5	Masalah pada ShopeePay (saldo hilang/tidak bisa digunakan/tidak bisa daftar dan memuat fitur)

6	Diskon mengalami masalah sehingga tidak bisa digunakan
7	Sistem kerja aplikasi buruk (lemot dalam memuat fitur)
8	Adanya penipuan (produk palsu, <i>seller</i> berbohong mengenai kondisi/stok barang)
9	<i>Voucher</i> bermasalah (<i>voucher</i> tidak dapat digunakan untuk <i>checkout</i>)
10	Tidak adanya system pengembalian barang/dana (tidak ada <i>cashback</i> akibat kesalahan sistem dan <i>refund</i> dana yang sudah dibayarkan atau terpotong)

Sumber : Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan data yang diperoleh dari *Hootsuite (We Are Social)* yang telah dilakukan survei jumlah penduduk Indonesia per Januari 2020 sebanyak 272, 1 juta jiwa. Jumlah pengguna telepon seluler di Indonesia pada Januari 2022 berjumlah 338,2 juta pengguna. Sebanyak 175, 4 juta jiwa merupakan pengguna internet.



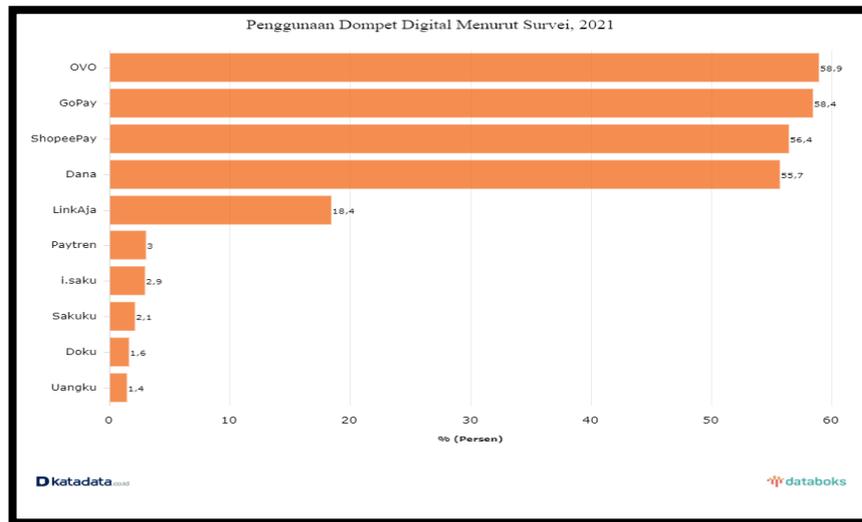
Gambar I. 1 Data Hootsuite

Sumber : hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/, 2022

Berdasarkan data tren pengguna internet dan sosial media pada tahun 2022 menunjukkan bahwa 204,7 juta jiwa atau 73,7% dari populasi masyarakat Indonesia telah terhubung melalui jaringan internet dan sudah menggunakan fasilitas internet. Berdasarkan data tersebut juga diketahui bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia menjadikan internet sebagai sarana untuk membantu dan mempermudah aktivitas dalam berbagai bidang kehidupan. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan total populasi jumlah penduduk sebanyak 277,7 juta. Pada tahun 2021 sebanyak 274,9 juta atau naik 1%. Jumlah perangkat *mobile* yang terhubung sebanyak 370,1 juta pada tahun 2021 sebanyak 345,3 juta jiwa atau naik sebesar 3,6%. Pengguna Internet pada tahun 2021 sebanyak 204,7 juta atau naik 1% dari 202,6 juta. Pengguna media media sosial aktif sebanyak 191,4 juta pada tahun 2021 sebanyak 170 juta atau naik 12,6%.

Dampak dari adanya kemajuan teknologi akan mempermudah aktivitas bisnis mulai dari produksi, pemasaran, penjualan hingga transaksi pembayarannya. Perubahan tersebut diwujudkan dengan adanya berbagai perubahan aktivitas transaksi dimana transaksi dapat dilakukan tanpa harus hadir dalam satu tempat. Inovasi pembayaran non tunai dapat dilakukan dengan menggunakan perangkat *mobile* yang terkoneksi dengan internet sehingga proses transaksi dapat dilakukan secara cepat, efektif dan efisien.

Layanan keuangan digital hadir di Indonesia atau yang dikenal dengan *e-wallet*.

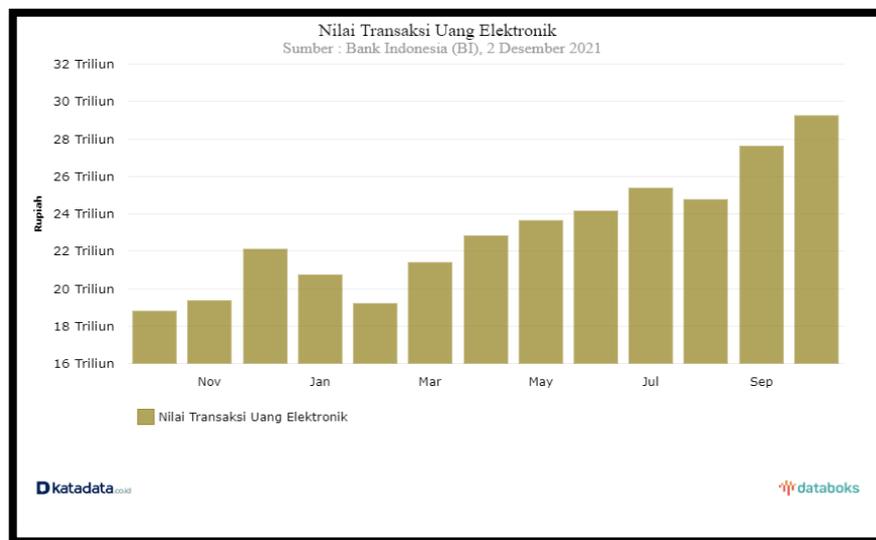


Gambar I. 2 Data penggunaan dompet digital

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>, 2022

Berdasarkan hasil survei *DailySocial Fintech Report 2021* menggunakan 1.500 responden, menunjukkan bahwa OVO menjadi aplikasi dompet digital yang paling banyak digunakan dengan persentase 58,9%. Sedangkan GoPay digunakan oleh 58,4% responden. ShopeePay berada di posisi ketiga dengan persentase pemakaian oleh 56,4% responden. Dana berada di posisi keempat dengan pengguna sebanyak oleh 55,7% responden. Sedangkan Dana berada di posisi keempat dengan 50% responden yang menggunakannya. Dompet digital lainnya memiliki penggunaannya di bawah 50%. Beberapa diantaranya adalah LinkAja yang digunakan oleh 18,4% responden. *PayTren* digunakan oleh 3% responden dan *i.saku* sebesar 2,9% responden.

E-wallet adalah salah satu bentuk finansial teknologi yang berkembang di Indonesia. Dengan *e-wallet* tersebut masyarakat dapat melakukan transaksi non tunai dengan menggunakan nomor *handphone* atau dengan memindai kode QR (*Quick Response*). Di dorong industri yang kompetitif dan situasi Covid 19, maka penyedia layanan *e-wallet* saling berasing menarik konsumen untuk menggunakan layanan mereka.



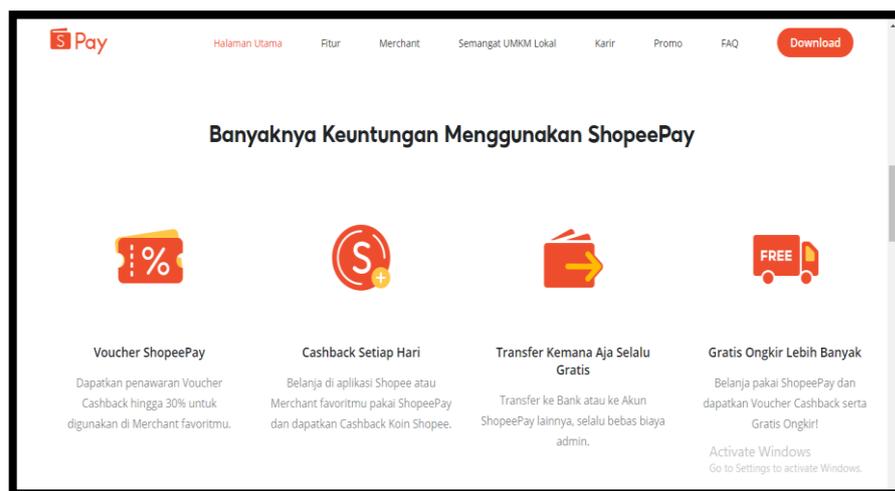
Gambar I. 3 Nilai transaksi uang elektronik

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/> (Diakses pada Februari 2022)

Didasarkan pada data yang bersumber dari Bank Indonesia (BI) diketahui nilai transaksional uang elektronik per Desember 2021 pada bulan Oktober mengalami kenaikan sebesar 29,2 triliun rupiah. Humairoh, dkk (2020) mengungkapkan bahwa penggunaan pembayaran nontunai saat pandemi dirasakan sangat penting dalam pencegahan penyebaran virus

Covid 19 yaitu dengan mengurangi kontak fisik dalam bertransaksi salah menggunakan *e-wallet* dalam transaksi di *merchant offline*.

Berbagai jenis pembayaran non tunai tersedia. Mulai dari berbentuk fisik seperti kartu *e-money* atau tidak berbentuk fisik seperti *e-wallet*. Salah satu aplikasi belanja *online* yang sedang populer dan banyak digunakan oleh mayoritas pengguna *online shop* di Indonesia adalah Shopee. Shopee merupakan aplikasi *e-commerce* jual beli *online*. Shopee memiliki satu fitur pembayaran di dalamnya yaitu ShopeePay.

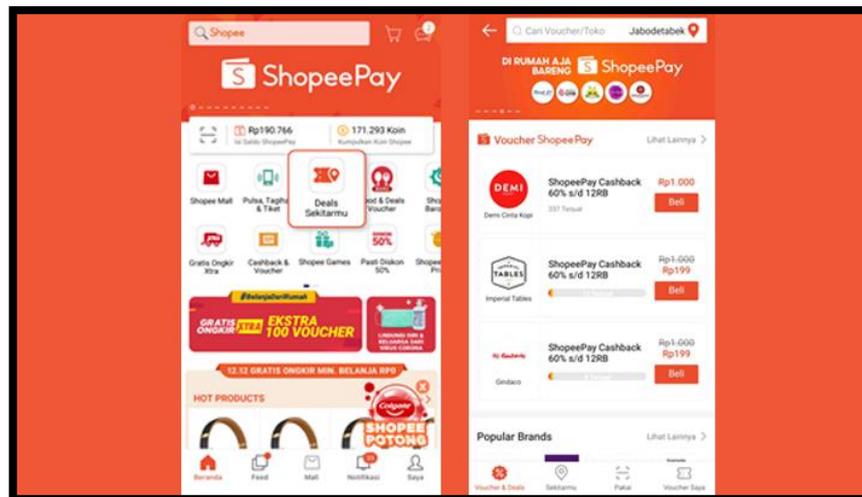


Gambar I. 4 Keuntungan ShopeePay

Sumber : Shopee (Diakses Juni 2022)

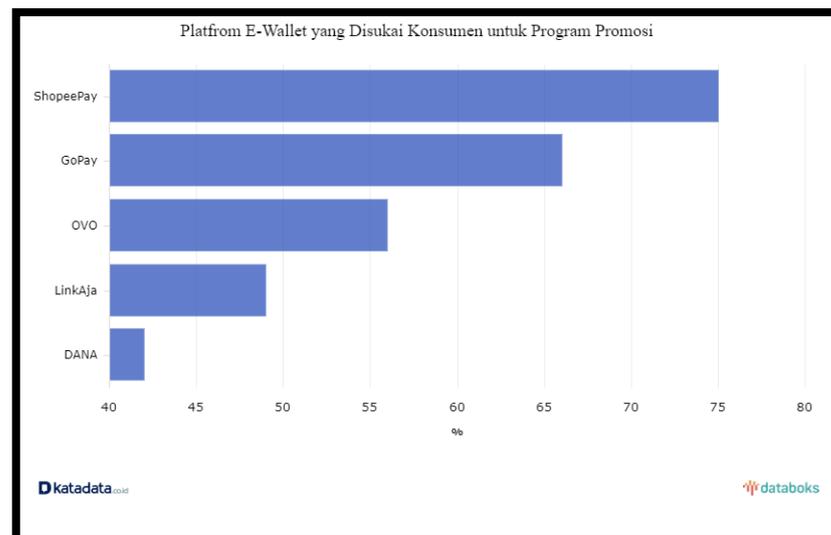
ShopeePay adalah salah satu produk *e-commerce* yang dikelola oleh PT AirPay *International* Indonesia. Layanan yang diberikan ShopeePay antara lain menyimpan uang melalui rekening pengguna yang tertaut, melakukan pembelian di *merchant partner*, mengirim dan menerima dana serta menarik dana ke rekening bank yang tertaut ShopeePay. Keunggulan

lain yang ditawarkan yaitu bebas biaya admin saat melakukan isi saldo maupun penarikan saldo ke rekening bank. Adapun penawaran lain yang ditawarkan yaitu kupon dan diskon dalam bentuk potongan harga langsung dan pengembalian dana atau *cashback* berupa poin yang bisa digunakan untuk pembayaran selanjutnya.



Gambar I. 5 Fitur ShopeePay

Sumber : Shopee (Diakses Juni 2022)



Gambar I. 4 Platform e-wallet

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/> (Diakses pada Mei 2022)

Berdasarkan hasil survei Jakpat, sebanyak 2.292 responden dari 25 provinsi di Indonesia pada tanggal 9 April hingga 28 Juni 2021, ShopeePay menjadi salah satu *e-wallet* terpopuler dengan presentase sebesar 75%. GoPay berada diposisi kedua dengan presentase sebesar 66%. OVO berada diposisi ketiga dengan presentase sebesar 56%. Sedangkan Link Aja dan DANA berada diposisi keempat dan kelima dengan persentase sebesar 49% dan 42%. Hasil laporan tersebut menunjukkan adanya permintaan *e-wallet* di masyarakat Indonesia karena berbagai manfaat yang ditawarkan.



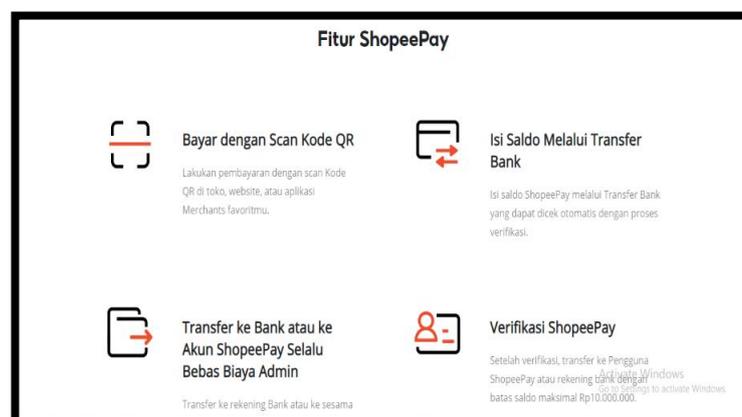
Gambar I. 5 Survei MarkPlus

Sumber : MarkPlus Analisis dalam <https://alpha-news.id/> (Diakses Februari 2022)

Dari hasil survei Markplus, Inc. sebagai sebuah perusahaan riset pasar melaporkan bahwa adanya peningkatan penggunaan dompet digital selama pandemi dari tiga bulan terakhir terhitung bulan Juni, Juli dan

Agustus 2020. Data dikumpulkan dari 502 responden di kota besar yang memiliki tingkat penetrasi penggunaan *smartphone* tertinggi di Indonesia. Dari data tersebut juga menunjukkan jika transaksi digital sedang meningkat karena masyarakat cenderung memilih untuk memenuhi kebutuhannya secara *online*. ShopeePay menguasai 26% pangsa pasar, diikuti oleh OVO (24% dari total), GoPay (23% dari total) dan DANA (19% dari total) dan LinkAja (8% dari total). Kebiasaan belanja *online* yang tercipta dari integrasi ShopeePay dengan ShopeePay menjadikan salah satu platform *e-commerce* terbesar memastikan terbukanya peluang pasar dengan berbagai penawaran menarik, sehingga nilai transaksi terus tumbuh.

Kualitas layanan merupakan visi utama dalam peningkatan kepercayaan konsumen terhadap suatu layanan. Terpenuhinya harapan, keinginan dan kebutuhan pelanggan yang direspon dengan cepat akan mendorong terwujudnya pelayanan yang berkualitas sehingga berdampak positif yaitu tercapainya loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.





Gambar I. 6 Fitur ShopeePay

Sumber : <https://shopeepay.co.id/fitur> (Diakses Juni 2022)

Di lihat dari sisi layanannya, ShopeePay memiliki fitur yang memudahkan penggunaannya untuk melakukan pembayaran yang dapat digunakan di toko/*merchant* yang di dukung. ShopeePay menawarkan berbagai keuntungan seperti *cashback*, dan *voucher* gratis ongkir atau transaksi untuk *merchant* tertentu. Cara *top up* ShopeePay dapat dilakukan dengan mudah yaitu melalui internet atau *SMS banking*, ATM dan melalui Alfamart atau Indomaret. Terkait pembayarannya tidak hanya terbatas untuk belanja tapi juga untuk melakukan pembayaran dan pembelian pulsa, paket data dan internet, pembayaran BPJS dan token listrik. Dari layanan keamanannya tersedia fitur *password*, yang membuat belanja *online* dapat dilakukan dengan nyaman dan aman karena perlindungan privasi penggunaannya. Jaminan tersebut akan membuat pengguna merasa aman saat melakukan isi saldo, transfe saldo akun atau ke bank karena danya fitur PIN.

Ketika kualitas pelayanan tidak diperhatikan, maka sebagai konsekuensinya produk atau perusahaan tersebut akan berpindah ke produk atau perusahaan lain yang memberikan pelayanan yang sesuai keinginan mereka yang akan berdampak pada hilangnya niat pembelian ulang mereka

(Kotler & Keller, 2012). ShopeePay berusaha untuk terus meningkatkan serta mempertahankan kualitas layanannya sehingga penggunanya merasa puas, senang, dan percaya terhadap layanan yang diberikan. Kepuasan tersebut yang menjadi tujuan utama dalam suatu layanan agar tercapai pelanggan yang loyal. Jika pelanggan loyal maka mereka bersedia menggunakan kembali ShopeePay dalam transaksinya.

Menurut Tjiptono (dalam Hamdalah, 2020) mengatakan bahwa ketika jasa yang diterima jauh lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa tersebut dapat dikategorikan buruk. Kurangnya kemampuan pelayanan yang diberikan ShopeePay akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan kepuasan pelanggan menjadi penentu loyalitas sebagai strategi agar perusahaan mampu bersaing dalam dunia bisnis yang kompetitif.

ShopeePay menjadi salah satu produk finansial teknologi di bidang jasa, sehingga reputasi dan citra baik harus selalu dijaga. Mengingat beberapa literatur yang ada menunjukkan bahwa kepuasan dengan media elektronik ditentukan oleh kualitas. Pelanggan puas ketika mereka merasa ketika kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan harapan. Jika perusahaan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas maka pelanggan merasa loyal. Adanya kepuasan tersebut dapat membangun loyalitas pelanggan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah hasil dari mempersepsikan kinerja nilai suatu produk atau layanan. Semakin baik

kinerja suatu produk jasa maka terjadi peningkatan pelanggan puas dan loyal.

Menurut Kalalo (2013:1555) berpendapat bahwa loyalitas “*customer loyalty deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service consistently on the future, despite situasional influences and marketing effort having the potential to cause switching behaviour.*”

Pendapat di atas memiliki maksud bahwa kemampuan seorang pelanggan untuk secara konsisten dan berulang kali membeli baik produk atau jasa di masa depan, bahkan jika pengaruh situasi usaha pemasaran berpotensi merubah perilaku didefinisikan sebagai loyalitas konsumen.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tentang bagaimana ShopeePay sebagai perusahaan *fintech* yang menyediakan layanan berkualitas untuk mencapai loyalitas. Oleh karena itu, judul yang diangkat oleh peneliti adalah “Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Customer Loyalty* ShopeePay.”

B. Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana gambaran tentang *E-service Quality* dan *E-customer Loyalty* ShopeePay ?

2. Apakah terdapat pengaruh *E-service Quality* terhadap *E-customer Loyalty* ShopeePay ?

C. Tujuan dan Manfaat Penulisan

1. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran tentang *e- service quality* dan *e-customer loyalty* ShopeePay
2. Untuk mengetahui pengaruh *e- service quality* terhadap *e-customer loyalty e- wallet* ShopeePay

2. Manfaat Penulisan

1. Bagi Fakultas Ekonomi
 1. Sebagai sarana pengembangan dan penyediaan arsip pembelajaran sesuai kurikulum yang dipelajari Fakultas Ekonomi.
 2. Sebagai acuan perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran.
2. Bagi Pembaca
 1. Dapat menambah ilmu pengetahuan dan sebagai acuan serta referensi untuk peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian.
 2. Sebagai referensi dalam mendukung perkembangan IPTEK di masa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Sebagai bentuk dalam pengaplikasian ilmu yang telah dipelajari dan diwujudkan dalam studi kasus secara nyata serta untuk menyempurnakan hasil penelitian.
2. Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti serta acuan penelitian selanjutnya.