

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Digitalisasi telah menjadi tren di dunia dan menjadi semakin meluas di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Indonesia menjadi negara terbesar di Asia Tenggara yang menggunakan internet. Seperti dilansir oleh Kompas.com (2023) menurut laporan terbaru dari *We Are Social* dan *Meltwater* bertajuk “Digital 2023”, jumlah pengguna internet di Indonesia per Januari 2023 ini tercatat mencapai 212,9 juta, Jumlah ini naik 10 juta jiwa atau sekitar lima persen dari tahun sebelumnya. Lalu pada tahun 2022 lalu *We Are Social* juga menyebutkan jumlah pengguna internet di Indonesia berjumlah berkisar 202 juta.

**Tabel 1.1 Gambaran Umum Adopsi dan Penggunaan Koneksi Perangkat dan Layanan**

	Jumlah	Presentasi (Total Populasi)
Koneksi <i>Hanphone</i> Seluler	353.8 Juta Jiwa	128%
Pengguna Internet	212,9 Juta Jiwa	77%
Pengguna Aktif Media Sosial	167 Juta Jiwa	60,4%

Sumber: Reportal (2022)

Dengan besarnya pengguna internet di Indonesia, secara tidak langsung juga semakin mendorong munculnya layanan digital dan *start up* di Indonesia, beberapa sektor yang telah mengalami digitalisasi di Indonesia antara lain adalah *e-commerce*, *fintech*, *edtech*, dan layanan transportasi *online*. Pada era

digital seperti saat ini, tentunya penggunaan aplikasi digital semakin meluas dan menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu aplikasi digital yang paling populer digunakan di Indonesia pada saat ini adalah aplikasi dompet digital atau *e-wallet*. Penggunaan dompet digital semakin populer digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dompet digital adalah sebuah aplikasi atau layanan yang penggunanya dapat untuk menyimpan uang secara digital dan juga dapat melakukan transaksi elektronik. Selain itu, dompet digital dapat memberikan layanan transaksi elektronik dengan mudah, cepat, dan aman kepada penggunanya. Umumnya dompet digital tersedia pada *smartphone* dan dapat untuk melakukan pembayaran-pembayaran seperti transfer uang, pembelian tiket, dan lain-lain.

Menurut Aditya, Rosiyadi, Gata, dan Husain (2019) *e-wallet*, atau yang dikenal sebagai dompet digital, adalah bentuk uang elektronik yang memfasilitasi transaksi tanpa tunai secara efisien, praktis, cepat, dan aman. Ini dirancang untuk mempermudah pembayaran non-tunai dengan menggantikan penggunaan uang tunai. Lalu menurut Auliya (2018) dompet digital adalah suatu layanan elektronik yang digunakan untuk menyimpan informasi mengenai instrumen pembayaran, seperti kartu dan/atau uang elektronik, yang bertujuan untuk menyimpan dana dan memfasilitasi pembayaran.. Penggunaan dompet digital di Indonesia semakin lama semakin banyak dan semakin digemari penggunaannya oleh masyarakat di Indonesia. Dompet digital semakin banyak dan semakin digemari penggunaannya oleh masyarakat Indonesia karena dompet digital sangat mudah dan praktis untuk digunakan. Beberapa

keuntungan dari menggunakan dompet digital adalah pengguna tidak perlu membawa uang tunai atau kartu kredit, pengguna dapat memantau transaksi mereka dengan mudah, dan pembayaran dapat dilakukan dengan cepat.

Seperti yang dilansir oleh Kompas.com, riset yang dilakukan oleh InsightAsia (2022) menunjukkan bahwa dalam masyarakat digital Indonesia, penggunaan dompet digital semakin menjadi opsi pembayaran utama yang lebih disukai daripada pembayaran tunai dan transfer bank. Hasil riset menunjukkan 74% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai macam transaksi keuangan mereka. Dua dari lima besar aplikasi dompet digital yang paling populer digunakan oleh masyarakat di Indonesia adalah aplikasi dompet digital OVO dan DANA. Kedua aplikasi ini menawarkan berbagai fitur seperti transfer uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan masih banyak lagi. Seperti yang dilansir oleh CNBC Indonesia riset yang dilakukan oleh DSInnovate *Fintech* (2022) Dalam hal kesadaran "*top of mind*", tingkat kesadaran OVO menonjol sebagai yang tertinggi dengan tingkat kesadaran sebesar 93,9 persen, yang sama dengan Gopay yang juga mencapai 93,9 persen. Sementara itu, DANA menempati posisi ketiga dengan tingkat kesadaran sebesar 92,3 persen. Di urutan keempat, Shopeepay mencatat tingkat kesadaran sebesar 82,7 persen. Terakhir, dalam lima besar dompet digital di Indonesia, LinkAja menempati peringkat terakhir dengan tingkat kesadaran sebesar 72 persen.

**Tabel 1.2 Daftar Popularitas Dompet Digital**

Dompet Digital	Presentasi
----------------	------------

OVO	93,9%
Gopay	93,9%
DANA	92,3%
Shopeepay	82,7%
LinkAja	72%

Sumber: Reportal (2022)

Sementara itu untuk penggunaan dompet digital yang paling banyak digunakan, masih dalam riset yang dilakukan oleh DSInnovate (2022) kelompok dengan tingkat penggunaan dompet digital dengan jumlah penggunaan paling banyak dalam satu bulan peringkat pertama ada OVO penggunaan sebanyak 58,9 persen. Lalu di peringkat kedua ada Gopay dengan penggunaan dalam satu bulan sebanyak 58,4 persen. Di peringkat ketiga ada Shopeepay dengan penggunaan dalam satu bulan sebanyak 56,4 persen. Sedangkan untuk DANA berada di peringkat keempat dengan penggunaan dalam satu bulan sebanyak 55,7 persen. Kemudian untuk posisi terakhir dalam penggunaan selama sebulan ditempati oleh LinkAja dengan penggunaan sebanyak 18,4 persen. Sementara itu untuk penggunaan dompet digital juga bermacam-macam seperti *top up*, belanja *online*, transfer dan investasi.

**Tabel 1.3 Daftar Pengguna Dompet Digital dalam Satu Bulan**

Dompet Digital	Presentasi
OVO	58,9%
Gopay	58,4%
Shopeepay	56,4%

Dompot Digital	Presentasi
DANA	55,7%
LinkAja	18,4%

Sumber: Reportal (2022)

Dengan tingginya angka presentase yang dicapai oleh OVO dan DANA dalam hal *top of mind* dalam riset yang dilakukan oleh InsightAsia, serta sering digunakannya OVO dan DANA dalam berbagai transaksi dapat disimpulkan bahwa OVO dan DANA berhasil memuaskan penggunanya. Olivia (2022) mengatakan seperti yang dilansir dalam Kompas.com, menurut hasil riset yang dilakukan oleh InsightAsia bahwa aplikasi dompet digital dengan tingkat kepuasan pelanggan paling tinggi adalah Aplikasi Gopay dengan tingkat kepuasan sebanyak 84 persen. Aplikasi OVO berada di peringkat kedua dengan tingkat kepuasan sebanyak 80 persen. Terakhir Aplikasi DANA berada di peringkat ketiga dengan tingkat kepuasan sebanyak 75 persen.

**Tabel 1.4 Daftar Tingkat Kepuasan Pengguna Dompot Digital**

Dompot Digital	Presentasi
Gopay	84%
OVO	80%
DANA	75%

Sumber: Reportal (2022)

Walaupun dalam hasil riset yang dilakukan oleh InsightAsia OVO dan DANA pada tahun 2022 memiliki nilai yang baik dalam hal *top of mind* dan juga kepuasan pelanggan, namun pada kenyataannya masih banyak pengguna dari aplikasi OVO dan DANA yang memiliki pengalaman yang tidak enak

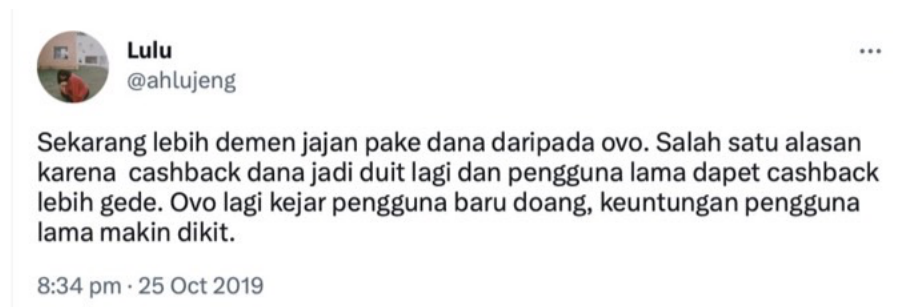
yang secara tidak langsung menunjukkan bahwa OVO dan DANA masih banyak memiliki kekurangan. Berikut ini beberapa contoh pengalaman pengguna aplikasi OVO dan DANA



### **Gambar 1.1 Pengalaman Pengguna Aplikasi OVO dan DANA**

Sumber: Twitter.com (Diakses tahun 2023)

Dari gambar contoh studi kasus di atas akun twitter bernama @ShibalSekiya21 mengeluhkan tentang keamanan dari Aplikasi DANA. Ia mengalami kehilangan uang hingga sebesar 500 ribu. Jika dilihat @ShibalSekiya21 mencurahkan keluhannya dengan menulis di media sosialnya dengan me-mention akun twitter resmi DANA. Walaupun dilihat dari gambar yang melihat keluhan dari @ShibalSekiya21 hanya sebesar 1.987 orang yang mana jumlah tersebut tidak sebanding dengan jumlah pengguna DANA di Indonesia tetapi keluhan-keluhan seperti ini tentunya akan sangat berbahaya bagi perusahaan DANA itu sendiri. Karena pada saat ini semua pengguna bisa mengeluhkan semua apa yang dirasakan di media sosial mereka yang mana jejak digital sangat susah dihilangkan yang bisa saja merugikan DANA dimasa depan jika DANA tidak memperbaiki keamanannya.



**Gambar 1.2 Pengalaman Pengguna Aplikasi OVO dan DANA**

Sumber: Twitter.com (Diakses tahun 2023)

Dari gambar contoh studi kasus diatas akun twitter bernama @ahlujeng lebih memilih menggunakan DANA daripada OVO. Ia lebih memilih DANA karena merasa pada saat itu OVO kurang memberikan *cashback* pada pengguna lama. Menurutnya OVO lebih mementingkan pengguna baru daripada pengguna lama. Keluhan-keluhan seperti ini tentunya akan sangat berbahaya bagi perusahaan OVO itu sendiri. Karena pada saat ini semua pengguna bisa mengeluhkan semua apa yang dirasakan di media sosial mereka yang mana jejak digital sangat susah dihilangkan yang bisa saja merugikan OVO dimasa depan jika OVO tidak memperhatikan pelanggannya.

Jika dilihat dari dua studi kasus diatas mempunyai keluhan yang berbeda. Dapat dilihat faktor-faktor seperti keamanan dan diskon sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan Faktor-faktor lain seperti kemudahan menggunakan aplikasi serta kenyamanan dan adalah contoh lain faktor-faktor yang menjadi kepuasan pelanggan. Adapun contoh studi kasus yang lainnya dapat dilihat pada Lampiran 1.

Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam keberhasilan suatu aplikasi digital. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, semakin besar kemungkinan mereka untuk tetap menggunakan aplikasi tersebut dan

merekomendasikannya kepada orang lain. Menurut Heri (2017) kepuasan adalah respons dari pelanggan terhadap penilaian perbedaan antara harapan awal mereka dan kinerja aktual produk setelah penggunaannya. Lalu menurut Darmawan (2017) kepuasan telah dijelaskan sebagai tingkat respons emosional dari interaksi dengan layanan. Dengan demikian, kepuasan dipengaruhi oleh pengalaman langsung yang telah dialami di masa lampau.

Beberapa penelitian sebelumnya juga telah dilakukan tentang kepuasan pelanggan terhadap aplikasi dompet digital. Sebagai contoh penelitian yang dilakukan oleh Mayilsamy dan Vishmita (2021) menyatakan bahwa kecepatan transaksi, keamanan, biaya dan layanan pengaduan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan dompet digital. Contoh lainnya penelitian yang dilakukan oleh Sangashetty Shetkar (2023) menyatakan bahwa faktor-faktor seperti kenyamanan, *user friendly*, kecepatan, keamanan, bahasa biaya dan juga efektivitas mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan dompet digital. Karena dari beberapa penelitian sebelumnya mempunyai faktor-faktor yang bervariasi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna dompet digital, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui faktor-faktor kepuasan pelanggan pengguna Aplikasi OVO dan DANA. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI OVO DAN DANA”**.



## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, adapun hasil dari perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan pada pengguna Aplikasi OVO dan DANA?
2. Apa saja faktor-faktor yang menjadi perbedaan kepuasan pelanggan pada pengguna Aplikasi OVO dan DANA?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari pertanyaan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada pengguna Aplikasi OVO dan DANA.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi perbedaan kepuasan pelanggan pada pengguna Aplikasi OVO dan DANA.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan pengetahuan tentang kepuasan konsumen pada pengguna dompet digital OVO dan DANA dan menjadi salah satu bahan untuk penelitian selanjutnya.

### **2. Manfaat Praktis**

Agar penelitian ini dapat memberikan saran atau masukan guna mengambil langkah yang tepat dalam meningkatkan pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen pada pengguna Aplikasi OVO dan DANA.