

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang terjadi di dunia sangat pesat sehingga era globalisasi pun semakin memperlihatkan adanya perubahan teknologi. Salah satunya semakin berkembangnya teknologi yang dinamakan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan sebuah sistem dimana konsumen dapat berhubungan langsung dengan perusahaan dengan menggunakan teknologi internet berbasis digital sehingga dapat melakukan aktivitas transaksi bisnis secara efektif dan efisien. Selain itu adanya *e-commerce* ini masyarakat telah dimudahkan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya yang sangat beragam, seperti kebutuhan akan informasi, komunikasi, sosial, serta keinginan masyarakat. Perkembangan perusahaan yang menggunakan *e-commerce* sangat pesat karena hal ini didukung juga dengan perkembangan pengguna internet di Indonesia.

Menurut data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada akhir tahun 2017 penetrasi pengguna internet terjadi peningkatan. Data menunjukkan statistik pengguna internet mengalami kenaikan dari tahun 2016 sebanyak 10,56 juta pengguna atau naik 7% yaitu di tahun 2017 ini pengguna internet di Indonesia menjadi 54,68% dari seluruh penduduk Indonesia, atau sekitar 143,26 juta pengguna (www.Apjii.or.id, 2019). Berikut adalah datanya dalam bentuk info grafis, seperti gambar dibawah ini :

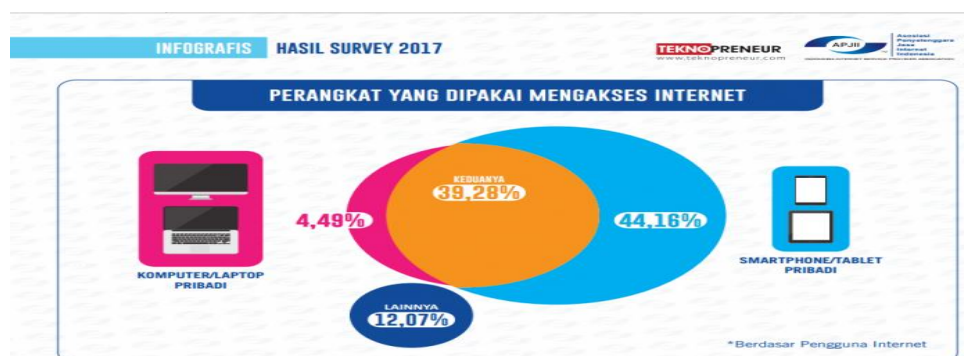


Gambar I.1

Statistik Pengguna Internet Indonesia Tahun 2017

Sumber : <https://apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-danPerilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>, (diakses 13 Januari 2019)

Penggunaan internet berkembang pesat karena didukung oleh *device* atau alat yang digunakan mengakses internet dan menjalankan berbagai sistem dan aplikasi. Berdasarkan survei APJII perangkat yang paling banyak dipakai untuk mengakses internet, menjalankan sistem dan aplikasi adalah *smartphone* atau tablet sebesar 44,16% atau 63,3 juta orang dan komputer/laptop pribadi sebesar 4.49% atau 6,4 juta orang dan yang memakai keduanya sebanyak 39,28% atau 56.2 juta orang (www.Apjii.or.id, 2019).

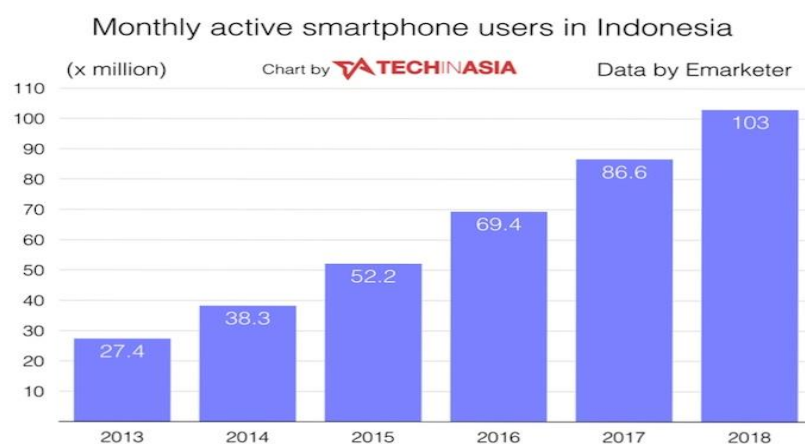


Gambar I.2

Perangkat yang dipakai mengakses internet Tahun 2017

Sumber : <http://teknopreneur.com/2018/03/02/penggunaan-smartphone-meningkat-apakah-masyarakat-mulai-meninggalkan-pc/> (diakses 14 Januari 2019)

Data diatas menguraikan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia menggunakan *smartphone* pada era globalisasi ini, hal dikarenakan untuk mendapatkan *smartphone* semakin mudah dan semakin sadarnya masyarakat akan kegunaan *smartphone* untuk kehidupan sehari hari dikarenakan efisiensi dan fleksibelitasnya. Terbukti dari laporan baru *E-marketer* menyatakan akan terdapat dua miliar pengguna *smartphone* aktif di seluruh dunia pada tahun 2016 dan Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai pertumbuhan terbesar, di bawah China dan India. Secara kolektif tiga negara ini akan menambah lebih dari 400 juta pengguna *smartphone* baru dari 2014 hingga 2018. Dalam laporan ini Indonesia melampaui 100 juta pengguna *smartphone* aktif pada tahun 2018, menjadikannya negara dengan populasi pengguna *smartphone* terbesar keempat di dunia, di belakang China, India, dan Amerika Serikat (Millward, 2019).



Gambar I.3

Pengguna Smartphone Di Indonesia Tahun 2018

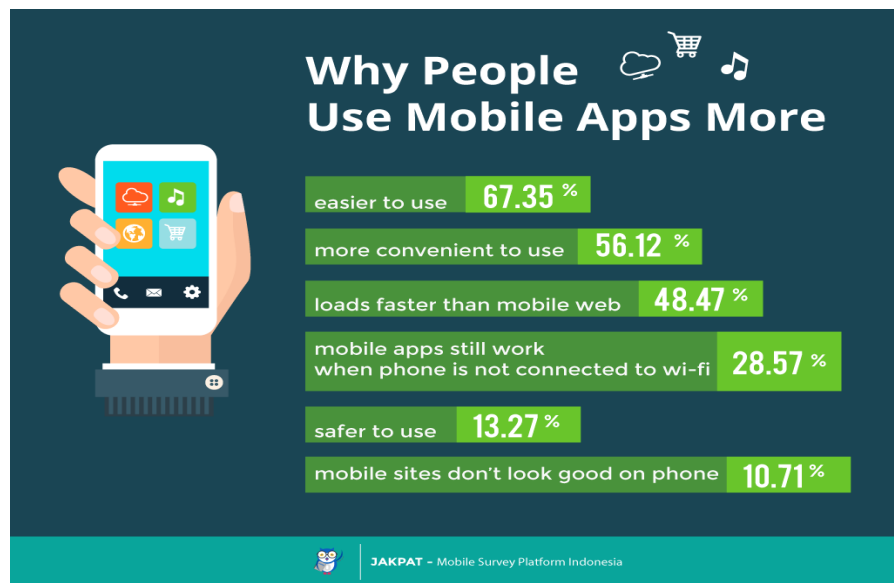
Sumber : <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>
(14 Januari, 2019)

Penetrasi *Smartphone* yang kuat menjadi pertanda baik untuk pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia karena *smartphone* tidak bisa lepas dengan *mobile application* didalamnya. *Mobile application* termasuk salah satu yang menjadi daya tarik masyarakat untuk menggunakan *smartphone* dan *mobile application* inilah yang sebenarnya menjadi pembeda *handphone* biasa dengan *smartphone*. *Mobile application* juga yang dapat membantu dalam pekerjaannya di kehidupan sehari-harinya, dengan mempertimbangkan manfaat, kenyamanan, kemudahan, keamanan kecepatan, akses *offline* dan desain. Salah satu aplikasi yang sering digunakan dan berguna untuk kebutuhan sehari-hari adalah aplikasi *payment*, aplikasi *e-commerce* yang merupakan bergerak dibidang jasa keuangan atau pembayaran secara *online*, dimana dengan menggunakan aplikasi tersebut kita dapat merasakan manfaat serta kemudahan dan cepat dalam melakukan transaksi *online* baik pembayaran maupun pembelian kebutuhan sehari-hari, hal ini dikenal dengan istilah *payment gateway*. Adapun perusahaan yang bergerak dibidang *payment gateway* antara lain seperti bank, perusahaan *start up* berbasis *fintech*, toko retail modern, dan lain-lain.

PT. Veritra Sentosa Internasional salah satu perusahaan *start up* yang bergerak dibidang *fintech*, adapun pengertian dari *Financial Technology (Fintech)* menurut Carney dalam Rizkidewi (2018: 5) inovasi keuangan yang diaktifkan secara teknologi yang dapat menghasilkan model bisnis baru, aplikasi, proses atau produk dengan efek material yang terkait

di pasar keuangan, lembaga keuangan dan penyediaan layanan keuangan. PT. Veritra Sentosa Internasional mengeluarkan aplikasi yang dinamakan *Paytren*. *Paytren* merupakan aplikasi transaksi *mobile* berbentuk *payment* yang menyediakan jasa pembayaran dan pembelian yang mana pada sistem *Paytren* dirancang dengan mengutamakan layanan kemudahan, keamanan dan kenyamanan untuk para penggunanya. (*Paytren.co.id*, 2019).

Tercatat bahwa jumlah pengguna aplikasi PT Veritra Sentosa Internasional (*Paytren*) terus melonjak. Dalam kurun waktu setahun, angkanya meningkat lebih 65 persen. Hingga jumlah pengguna aplikasi *Paytren* sampai Kamis 6 April 2017 pukul 00.20 WIB sebanyak 1.230.723 dan pada pertengahan April 2018 jumlah pengguna aplikasi *Paytren* menembus 2 juta (*Republika.co.id*, 2019). Hal ini dapat terjadi karena banyak kemungkinan, seperti menurut Jakpat – *Mobile Survey Platform Indonesia*, 2017 beberapa faktor yang menjadi pertimbangan masyarakat mengapa menggunakan *mobile application* yaitu kenyamanan, kemudahan, keamanan kecepatan, akses *offline* dan desain, data dari jakpat masyarakat menggunakan *mobile apps* 67,35% karena mudah digunakan, lalu 56,12% karena lebih nyaman digunakan, sisanya 48,47% akses lebih cepat dari *mobile web*, 28,57% *mobile apps* masih bisa digunakan ketika *smartphone* tidak terkoneksi dengan wi-fi, 13,27% aman digunakan dan 10,71% situs *mobile* tidak terlihat cocok pada *smartphone* (*Opera.com*, 2019).

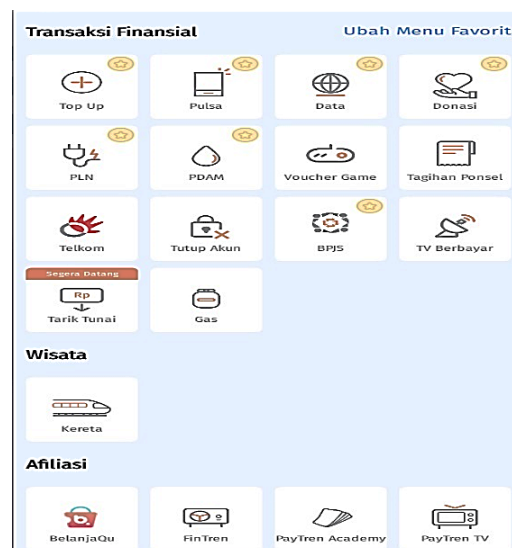


Gambar I.4

Mengapa Orang-Orang Lebih Banyak Menggunakan Mobile Apps
 Sumber : <https://blogs.opera.com/indonesia/2015/07/kamu-pengguna-mobile-app-atau-mobile-web/> (diakses 14 Januari, 2019)

Menurut Imanuel dalam jurnal Kurniawan, Zusrony dan Kusumajaya (2018: 3) aplikasi pembayaran melalui *smartphone* atau sering disebut *m-payment* adalah aplikasi dengan bantuan *smartphone* yang berguna untuk otorisasi dan konfirmasi sebuah pertukaran nilai finansial dengan imbalan barang atau jasa. Aplikasi *Paytren* salah satu yang termasuk aplikasi *mobile payment* yang sedang terkenal saat ini, bahkan *Paytren* telah melakukan banyak pembaharuan dari *Paytren Orange*, *Paytren 5.0 Beta*, sampai saat ini menjadi *Paytren 5.17*. Wujud transformasi *Paytren* salah satunya adalah memperbaharui Aplikasi *Paytren* menjadi *Paytren 5.17*. Adapun, beberapa fitur pembaharuan dalam Aplikasi *Paytren 5.17* pada tahun 2018 yang dapat ditemukan diantaranya:

1. Daftar dengan nomor telepon: Mudah diingat nama pengguna untuk top up dan mengirim uang, juga untuk berinteraksi dengan Obrolan.
2. Kemudahan Top Up: Isi saldo *Paytren* eMoney Anda dari rekening bank mana pun (ATM, mobile banking, dan internet banking)
3. Transfer Dana/Pengiriman Uang Termudah: Kami memberi Anda kemampuan untuk mentransfer uang Anda ke pengguna lain (transfer P2P), mengirim uang ke rekening bank domestik (Transfer antarbank real-time) dan juga mengirim atau menerima uang dari luar negeri
4. Bayar dan Beli: Memecahkan masalah Anda untuk sebagian besar utilitas dan biaya bulanan yang harus dibayarkan, bahkan Amal dan Donasi reguler Anda
5. Pembayaran QR: Belanja tidak pernah semudah ini hanya dengan memindai QR dan mengesahkan pembayaran Anda, sederhana namun aman! (www.news.treni.co.id, 2019)



Gambar I.5
Fitur Aplikasi *Paytren* 5.17
Sumber: dikelola oleh Penulis, 2019

Gambar dan penjelasan dari beberapa fitur diatas diatas merupakan contoh aplikasi *Paytren* saat ini yang memiliki semakin banyak fitur, dari mulai seperti bayar tagihan listrik, beli tiket pesawat dan kereta api, beli pulsa/ paket data, voucher game, PLN, PDAM, GAS, TELKOM, pembayaran tagihan kredit bahkan *Paytren* sudah bisa menyediakan transfer uang dimana PT. Veritra Sentosa Internasional ini sudah bekerja sama dengan beberapa bank, seperti BNI, Mandiri, Mandiri Syariah, BRI Syariah, BCA, Bank Sinar Mas, Bank Danamon, Cimb Niaga, BRI syariah dan *Maybank* serta fitur merchant, sedekah, donasi, zakat dan lain sebagainya.

Pembaharuan fitur-fitur diatas mempunyai hubungan dengan meningkatnya kepercayaan pengguna akan kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan sehingga terjadi kenaikan jumlah pengguna pada tahun 2018 mencapai 2 juta pengguna dari tahun 2017 yang hanya berjumlah 1.230.723. Seperti menurut Davis dalam jurnal Utami dan Kusumawati (2017: 32) *perceived ease of use* merupakan tingkatan di mana *user* percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah sedangkan *perceived Usefulness* merupakan tingkatan dimana *user* percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.

Proses dari kemudahan penggunaan dan merasakan manfaat akan menimbulkan rasa puas kepada pengguna sehingga akan menentukan perilaku pembelian atau penggunaan ulang terhadap aplikasi *Paytren*, dibuktikan dalam penelitian Sanaji (2016: 212) semakin baik kemudahan

yang dirasakan dan manfaat yang dirasakan, maka kepuasan juga akan semakin meningkat.

Menurut Kotler dan Keller (2016: 153) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapan. Perubahan aplikasi *Paytren* setelah pembaharuan menjadi *Paytren* 5.17 menghasilkan rasa kepuasan karena semakin mudahnya dan semakin banyaknya fitur yang bisa dirasakan manfaatnya, sehingga rasa puas ini menyebabkan timbulnya niat melakukan pembelian ulang atau penggunaan ulang seperti yang dijelaskan oleh Rohmatin dan Andjarwati (2019: 107) Niat beli ulang adalah tindakan yang dilakukan setelah seseorang telah merasa puas akan suatu produk atau jasa, dan ingin mengulangi pengalaman baiknya. Selain itu Tu (2012: 647) berpendapat *customer satisfaction* mencerminkan bagaimana perasaan pelanggan terhadap situs *web* maupun aplikasi tertentu yang mana didefinisikan sebagai sejauh mana mereka senang dengan pengalaman mereka mengenai suatu situs *web* maupun aplikasi.

Melihat peningkatan pengguna aplikasi *Paytren* yang terjadi, tentunya harus ada upaya untuk mempertahankan bahkan lebih meningkatkan intensi penggunaan aplikasi *Paytren* sehingga pelanggan akan merasa tingkat kemudahan penggunaan *Paytren* meningkat terus-menerus, merasakan manfaat produk dan mendapat kepuasan bertransaksi yang tidak menimbulkan adanya resiko dalam merekomendasikan produk

ke pihak lain serta bersedia untuk membeli atau menggunakan ulang aplikasi *Paytren*. Maka dari itu untuk menjaga tingkat intensi penggunaan aplikasi *Paytren*, sebagai salah satu aplikasi *payment gateway* buatan negara Indonesia, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Repurchase intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening* (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi *Paytren* Komunitas Griya Inspira)**

1.2. Perumusan Masalah

Beberapa perumusan masalah yang dapat ditarik dari latar belakang masalah diatas adalah sebagai berikut:

1. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada aplikasi *Paytren* ?
2. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada aplikasi *Paytren* ?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada aplikasi *Paytren* ?
4. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada aplikasi *Paytren* ?
5. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada aplikasi *Paytren* ?

1.3. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan ini adalah antara lain:

1. Untuk mengetahui *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada aplikasi *Paytren*.
2. Untuk mengetahui *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* pada aplikasi *Paytren*.
3. Untuk mengetahui *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada Aplikasi *Paytren*.
4. Untuk mengetahui *perceived ease of use* berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada aplikasi *Paytren*.
5. Untuk mengetahui *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *repurchase intention* pada aplikasi *Paytren*.

1.4. Manfaat Penulisan

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, yaitu antara lain:

1. Manfaat Teoritis:
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media pembelajaran secara nyata oleh peneliti, dengan mengaplikasikan ilmu yang didapatkan di bangku kuliah.
 - b. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan dukungan di lapangan terhadap teori-teori pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap *Repurchase intention* dengan *Customer Satisfaction* Sebagai *Intervening*.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi niat beli ulang melalui kepuasan pelanggan ini berguna bagi pemilik perusahaan *e-commerce* sejenis dalam menjalankan usahanya agar strategi yang direncanakan perusahaan dapat berjalan sesuai kenyataan yang terjadi dilapangan yang pada akhirnya akan memberikan kemajuan pada perusahaan tersebut.