

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era industri 4.0 ini banyak sekali berkembang berbagai *platform* baru yang memudahkan aktivitas manusia dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Salah satu kemajuan yang sangat kita rasakan saat ini yaitu dengan adanya dukungan dari teknologi internet. Internet sangat memudahkan manusia dalam menjalankan aktivitas maupun dalam memenuhi kebutuhan. Hal ini terbukti dengan tingginya pertumbuhan pengguna internet di Indonesia maupun di mancanegara.



Gambar I.1: Ranking Pertumbuhan Internet di Dunia
Sumber: wearesocial.com (2020)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat ketiga pertumbuhan internet tertinggi di dunia dengan 17% pertumbuhan

populasi yang mengakses internet atau setara dengan 25,3 juta pengakses internet baru dalam satu tahun (wearesocial.com, 2020). Oleh karena itu Indonesia saat ini menjadi salah satu negara yang memiliki peran besar dalam dunia digital.

Perkembangan teknologi internet ini mendukung berbagai sektor, salah satunya sektor perdagangan dalam menjangkau target pasar yang semakin luas. Internet juga mendukung berbagai aktivitas menjadi lebih efisien, karena kini segala hal dapat dikerjakan secara daring. Dewasa ini kita dapat melakukan apapun secara daring dari mulai berbelanja sampai pemeriksaan kesehatan pun melalui internet. Selain itu, saat ini dengan adanya platform digital biaya margin produksi produk tambahan, barang atau jasa, mendekati nol (Schwab, 2016).

Pesatnya perkembangan teknologi internet ini memaksa manusia untuk menciptakan berbagai fitur pendukung yang memudahkan penggunaannya, salah satunya yaitu fitur pembayaran. Tak lengkap rasanya jika berbagai kecanggihan dan kemudahan yang ditawarkan tidak dimaksimalkan nilainya. Maka itu terciptalah pembayaran nontunai melalui uang elektronik (*electronic money*). Pada dasarnya melalui pembayaran elektronik ini uang akan disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital, tentu saja tanpa mengurangi nilai dari uang tersebut. Begitu pun dengan proses pemindahannya yang dilakukan melalui alat pembayaran elektronik.

Pembayaran elektronik senantiasa berkembang sejalan dengan tuntutan juga kebutuhan konsumen dan untuk memenuhi kebutuhan sistem pembayaran di bisnis *e-commerce*. Karenanya saat ini pembayaran elektronik hadir dalam

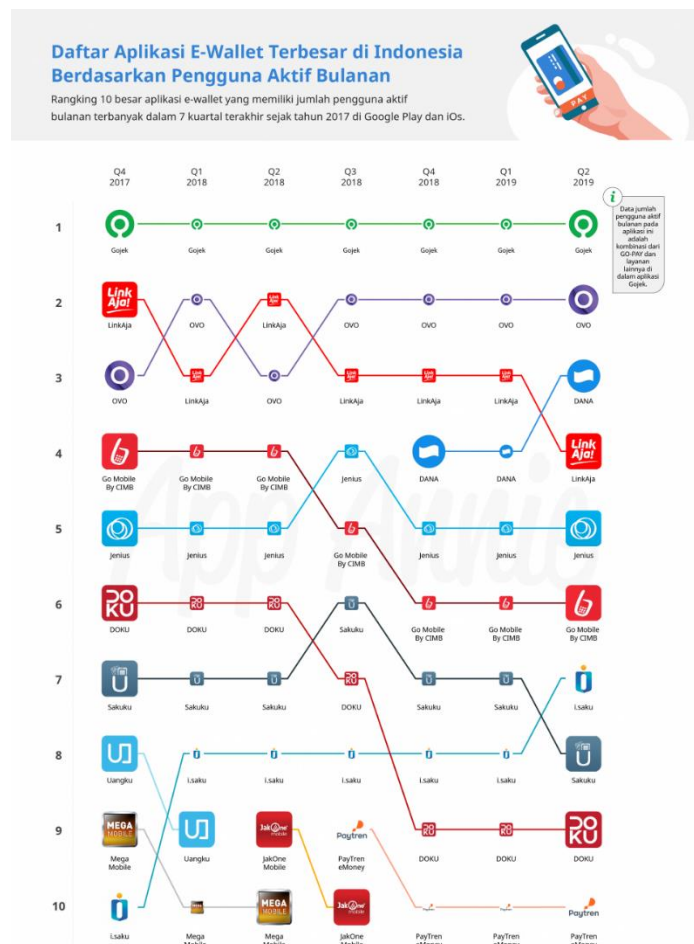
beberapa fitur seperti *micropayment*, *e-cash* atau *digital cash*, *smart card*, *e-cheque*, dan *e-wallet*. Tentunya dengan fungsi, karakteristik dan keunggulan yang berbeda-beda (Mahribi, 2016).

Fitur pembayaran elektronik *e-wallet* merupakan salah satu bukti nyata yang bisa kita gunakan saat ini untuk memudahkan aktivitas transaksi finansial manusia. Dengan menggunakan *e-wallet* kita dapat mentransfer uang dengan potongan administrasi yang tergolong sangat sedikit apabila dibandingkan dengan potongan admin yang selama ini kita keluarkan jika mentrasfer antar bank. Selain itu dengan menggunakan *e-wallet* kita akan mendapatkan berbagai potongan harga ataupun promosi dari *merchant* yang bekerjasama dengan pihak *e-wallet* terkait. *Merchant* dapat mempromosikan dagangan atau produk mereka melalui aplikasi *e-wallet* tersebut, dengan menggunakan permainan potongan harga maupun promosi lainnya. Dengan ini para pelanggan *merchant* tidak segan untuk mendownload dan juga menggunakan *e-wallet* demi mendapatkan keuntungan dan berbagai kemudahan yang ditawarkan.

Banyak sekali fitur-fitur yang disediakan *e-wallet* yang di klaim memudahkan transaksi finansial pelanggannya. Pengguna dapat mengisi saldo *e-wallet* untuk melakukan pembayaran (listrik, air, asuransi, internet, pembelian barang dan jasa, pulsa, dsb) maupun mentransfer saldo mereka ke *account* ataupun pengguna lainnya. Transfer *e-wallet* ke sesama pengguna, dengan fitur ini pengguna dapat mengirimkan sejumlah uang digital dari saldo mereka kepada pengguna lain dengan ada atau tidaknya potongan biaya administrasi, tergantung melalui *e-wallet* mana mereka mentransfer. Jika ada potongan biaya administrasi

pun tergolong sangat kecil jumlahnya jika dibandingkan dengan transfer antar bank. Selain itu, pengguna juga dapat menerima saldo dari pengguna lain serta dapat pula menarik kembali saldo yang mereka miliki ke rekening bank yang mereka daftarkan dalam *account* pengguna, namun dengan syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi. Dan masih banyak lagi fitur-fitur yang terdapat di dalam *e-wallet* yang memudahkan penggunaannya melakukan aktivitas finansial mereka.

Terdapat beberapa *e-wallet* yang saat ini digunakan oleh masyarakat Indonesia, namun berdasarkan data tersebut kita dapat melihat *e-wallet* yang paling sering digunakan untuk memenuhi kebutuhan finansial konsumennya.



Gambar I.2: 10 Besar Daftar Aplikasi E-Wallet dengan Pengguna Aktif Bulanan di Indonesia
 Sumber: www.iprice.co.id (2020)

Gambar di atas menunjukkan perkembangan *e-wallet* di Indonesia dengan indikator jumlah pengguna aktif bulanan yang menggunakan *e-wallet*. Berdasarkan data tersebut dapat kita simpulkan bahwa pemegang posisi tiga besar teratas *e-wallet* dengan pengguna terbanyak di Indonesia pada tahun 2019 yaitu Go-Pay, OVO, dan DANA (Iprice.co.id, 2019).

Tabel berikut merupakan rangkuman dari 3 besar *e-wallet* yang banyak di gunakan oleh pengguna *e-wallet* di Indonesia.

Tabel I.1
Tiga Besar *E-Wallet* dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia Tahun 2019

No.	Nama <i>E-Wallet</i>	Rating	Jumlah Pengunduh
1.	Go-Pay (by Go-Jek)	4,3	50 Juta
2.	OVO	3,7	10 Juta
3.	DANA	4,5	10 Juta

Sumber: data diolah Peneliti (2020)

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa DANA adalah *e-wallet* terbesar ketiga yang memiliki rating 4,5 dengan jumlah pengunduh 10 juta penduduk Indonesia pada tahun 2019. Kemudian OVO dan Go-Pay memimpin setelahnya.

DANA merupakan sebuah *platform* berbentuk dompet digital (*e-wallet*) buatan anak negeri yang menawarkan kemudahan berbagai transaksi finansial secara non-tunai maupun non-kartu. Mengusung konsep *open platform*, DANA

dapat digunakan oleh berbagai aplikasi, gerai-gerai *online* maupun konvensional maupun (www.liputan6.com, 2018).

DANA memiliki berbagai fitur yang memudahkan pengguna dalam bertransaksi non-tunai dan non-kartu, yaitu:

1. Isi saldo atau *Top Up* (fitur yang digunakan untuk mengisi saldo DANA pengguna melalui transfer bank, kartu debit dan kredit, maupun agen)
2. Kirim DANA (digunakan ketika pengguna hendak mengirimkan saldo DANA ke sesama pengguna)
3. Minta DANA (digunakan ketika pengguna ingin meminta saldo DANA dari pengguna lain)
4. *Scan QR* (fitur ini memudahkan pengguna dalam transfer saldo antar pengguna, ketika bertanskasi di *merchant*, dan transaksi lainnya dengan menggunakan *scan kode QR*)
5. *Nearby* (digunakan untuk melihat daftar *merchant* yang lokasinya berada di sekitar pengguna, fitur *Nearby* dihadirkan untuk memudahkan pengguna menemukan mitra *merchant* dana yang dekat dengan lokasi mereka)
6. *Feed* (fitur yang membantu pengguna berbagi aktivitas maupun melihat aktivitas pengguna lainnya serta promo yang sedang mereka pakai)
7. Berita DANA (berisi cara penggunaan fitur-fitur maupun layanan dana yang tersedia)
8. Riwayat (dapat melihat riwayat transaksi DANA)
9. *Pocket* (berisi informasi tentang *voucher* yang tersedia, kode *voucher*, *loyalty*, tanggal kadaluwarsa *voucher* maupun riwayat penggunaan *voucher*)

10. Akun Pengguna (berisi data informasi pribadi pengguna seperti nama pengguna, kartu debit/kredit yang digunakan untuk DANA, tipe akun pengguna DANA seperti premium atau tidak, nomor telepon yang digunakan, dan lain sebagainya)
11. Pengaturan (fitur yang digunakan untuk mengatur akun kepemilikan DANA seperti nomor HP, alamat email, PIN, dan lain sebagainya)

Selain itu, DANA juga menyediakan layanan pembayaran untuk produk digital seperti pulsa, *home shopping*, *e-samsat*, DANA siaga, DANA kaget, transfer bank, listrik PLN, air PDAM, pasca bayar, Telkom, internet, TV kabel, gas, *games*, *digital voucher*, DANA *deals*, cicilan, DANA *paylater*, BPJS, asuransi, parkir, lazada, bukalapak, dan layanan lainnya seperti pembayaran donasi melalui dompet duaafa maupun kitabisa, tarik saldo, bayar patungan, *transfer via chat*, *transfer to bank*, atur tagihan DANA bisnis, Covid-19 info maupun *video consultation* (www.dana.id, 2020).

DANA menawarkan berbagai kemudahan bertransaksi dengan uang digitalnya, akan tetapi pada keamanan pada produk *digital wallet* atau *e-wallet* perlu menjadi perhatian para pengguna karena terkoneksi pada rekening bank pengguna. Walaupun Bank Indonesia sebagai lembaga otoritas sistem pembayaran telah menerbitkan Peraturan Bank Indonesia (PBI) dan Peraturan Anggota Dewan Gubernur (PADG) mengenai Teknologi Finansial dan *Regulatory Sandbox* yaitu melalui PBI No.19/12.PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial, Bank Indonesia mengatur mengenai kewajiban pendaftaran di Bank Indonesia bagi penyelenggara teknologi finansial

yang melakukan kegiatan sistem pembayaran. Kewajiban pendaftaran tersebut dikecualikan bagi penyelenggara jasa sistem pembayaran yang telah memperoleh izin dari Bank Indonesia dan bagi penyelenggara teknologi finansial yang berada dibawah kewenangan otoritas lain (Bank Indonesia, 2016). Penyelenggara dompet elektronik wajib memperoleh izin atau persetujuan dari Bank Indonesia yaitu bank atau lembaga selain bank yang menyelenggarakan dompet elektronik dengan pengguna aktif telah mencapai atau direncanakan akan mencapai jumlah paling kurang 300.000 (tiga ratus ribu). Namun demikian, penyelenggara dompet elektronik yang memiliki pengguna aktif di bawah 300.000 (tiga ratus ribu) wajib menyampaikan laporan penyelenggaraan kegiatan dompet elektronik kepada Bank Indonesia (Bank Indonesia, 2018).

Walaupun sudah diatur sedemikian rupa, ternyata setelah Peneliti melakukan penelusuran lebih lanjut Peneliti menemukan beberapa keluhan para pengguna mengenai *perceived security* dan *perceived usefulness* pada saat bertansaksi menggunakan *e-wallet* DANA. Diantaranya seperti terblokirnya akun pengguna sehingga uang yang masih terdapat pada akun pun tidak bisa ditarik maupun digunakan; sulitnya melakukan transaksi pembelian melalui aplikasi; dan sulitnya mentransfer uang ke pengguna lain.

Beberapa pengguna menilai juga pembaruan pada aplikasi *e-wallet* DANA justru membuatnya menjadi sulit untuk digunakan. Karena keluhan tersebut pengguna pun menjadi tidak puas dan kecewa dengan aplikasi ini (play.google.com, 2020).

Padahal para pengguna *e-wallet* menggunakan aplikasi DANA untuk mempermudah aktivitas mereka dan telah didukung oleh peraturan yang dibuat oleh Bank Indonesia yang seharusnya membuat mereka merasa aman menggunakannya, hal ini otomatis akan memengaruhi loyalitas mereka sebagai pengguna *e-wallet* DANA. Hal ini di dukung oleh (Reddy & Sambaiah, 2019) dalam penelitiannya yang membahas beberapa faktor yang memengaruhi *customer loyalty* pada penggunaan *e-wallet* di India, diantaranya yaitu; *perceived value*, *ease of use*, *trust*, *perceived security*, dan *self-efficacy*. Sebelumnya Kumar *et al.* (2018); dalam penelitiannya mengatakan bahwa *perceived security* signifikan memengaruhi *repurchase intention* melalui *grievance redressal*, *trust* dan *customer satisfaction*. Penelitian yang dilakukan oleh Wong *et al.* (2014); menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *e-customer loyalty* dan *e-customer satisfaction*.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini berjudul: **“Pengaruh *Perceived Security* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening*: Studi Kasus *E-Wallet*”**.

B. Pertanyaan Penelitian

1. Apakah *perceived security* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada aplikasi *e-wallet* DANA?

2. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* pada aplikasi *e-wallet* DANA?
3. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada aplikasi *e-wallet* DANA?
4. Apakah *perceived security* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada aplikasi *e-wallet* DANA?
5. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada aplikasi *e-wallet* DANA?
6. Apakah *perceived security* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai *intervening* pada aplikasi *e-wallet* DANA?
7. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai *intervening* pada aplikasi *e-wallet* DANA?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh signifikan *perceived security* terhadap *customer satisfaction* pada aplikasi *e-wallet* DANA.
2. Untuk menguji pengaruh signifikan *perceived usefulness* terhadap *customer satisfaction* pada aplikasi *e-wallet* DANA.
3. Untuk menguji pengaruh signifikan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada aplikasi *e-wallet* DANA.

4. Untuk menguji pengaruh signifikan *perceived security* terhadap *customer loyalty* pada aplikasi *e-wallet* DANA.
5. Untuk menguji pengaruh signifikan *perceived usefulness* terhadap *customer loyalty* pada aplikasi *e-wallet* DANA.
6. Untuk menguji pengaruh signifikan *perceived security* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai *intervening* pada aplikasi *e-wallet* DANA.
7. Untuk menguji pengaruh signifikan *perceived usefulness* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai *intervening* pada aplikasi *e-wallet* DANA.

D. Kebaruan Penelitian

Penelitian ini berjudul “**Pengaruh *Perceived Security* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening*: Studi Kasus *E-Wallet*”.**

Berikut merupakan faktor pembeda yang telah dirangkum oleh Peneliti sebagai pembeda dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh beberapa Peneliti lain, yaitu sebagai berikut:

Tabel I.2
Kebaruan Penelitian

Judul Penelitian	Pembeda	Keterangan
1. Mr.R.Sambaiah, Dr.M. SivaKoti Reddy (2019) <i>Customer Satisfaction Towards the Mobile Wallets Usage – An Empirical Analysis among the Rural Bank Customers in the State of Telangana</i>	Objek	Pada penelitian tersebut, objek penelitian yang diambil merupakan objek yang berkaitan dengan sektor bank dan <i>e-commerce</i> . Sedangkan penelitian ini menggunakan <i>e-wallet</i> sebagai objek penelitian.
2. Anup Kumar, Amit Adlankaha, Kampan Mukherjee (2017) <i>The Effect of Perceived Security and Grievance on Continuance Intention to Use M-Wallets in a Developing Country</i>	Pendekatan Penelitian	Pada salah satu penelitian tersebut, pendekatan penelitian dilakukan dengan SPSS. Sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .
3. Theresa Winnie Poh-Ming Wong, May-Chiun Lo, T. Ramayah (2014) <i>The Effects of Technology Acceptance Factor on Customer E-Loyalty and E-Satisfaction in Malaysia</i>	Sampel	Pada penelitian tersebut, sampel yang diambil berasal luar negeri seperti India, Eropa dan Bostwana. Sedangkan pada penelitian ini, sampel yang diambil merupakan sampel dari negara Indonesia, tepatnya di wilayah JABODETABEK.
4. Muslim Amin, Sajad Rezaei, Maryam Abolghasemi (2014) <i>User Satisfaction with Mobile Website: The Impact of Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU) and Trust</i>		
5. Mustafa I. Eid (2011) <i>Determinants of E-Commerce Satisfaction, Trust, and Loyalty in Saudi Arabia</i>		
6. Nihan Özgüven (2011) <i>Analysis of the Relationship Between Perceived Security and Customer Trust and Loyalty in Online Shopping</i>		

Sumber: data diolah Peneliti (2020)