

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dimasa digital saat ini menuntut adanya perkembangan teknologi, terlebih lagi pada masa pandemi, dimana hampir semua aktifitas manusia dilakukan secara digital, terlebih lagi dalam masalah keuangan yang mulai beralih ke *cashless*. Bentuk inovasi ini bisa juga disebut sebagai inovasi finansial yang diberi suatu sentuhan teknologi modern, yang membuat banyaknya perusahaan-perusahaan mendirikan usaha *financial technology (fintech)*. Banyaknya persaingan antara perusahaan pada produk *fintech* maka perusahaan keuangan semakin kompetitif. Masing-masing perusahaan akan membuat produk sebaik mungkin agar dapat memenangkan persaingan pasar dikalangan pengguna. Salah satu produk dari *fintech* ini berupa dompet digital (*e-wallet*). Tidak membutuhkan media kartu, hanya menggunakan *smartphone* yang pasti dibawa oleh masyarakat saat ini, maka *e-wallet* bisa digunakan untuk berbagai macam transaksi. Beragamnya dompet digital ini dipicu dengan beragamnya tawaran produk yang menarik, mudah, inovatif dan tepat guna.

Salah satu penyedia layanan dompet digital adalah aplikasi DANA, besutan PT Espay Debit Indonesia Koe. Aplikasi DANA adalah *platform* dompet digital yang didesain untuk menjadikan setiap transaksi dapat dilakukan secara non tunai. DANA sebagai pendatang baru aplikasi *e-wallet* di Indonesia langsung menunjukkan kegigihannya untuk menjadi *pioneer* aplikasi *e-wallet* di Indonesia. DANA pertama kali hadir di Indonesia pada tahun 2018 dan langsung memperkenalkan layanan berbasis *open platform*. Penawaran instan *cashback* dan penambahan poin dengan menggunakan aplikasi *e-wallet* menjadi strategi pemasaran yang ampuh untuk menggaet pengguna dalam menggunakan aplikasi *e-wallet* sebagai salah satu metode pembayaran non tunai. *Cashback* juga diklaim membantu meningkatkan penjualan *merchants* yang bekerja sama dengan aplikasi *e-wallet* tersebut.

Persepsi dalam menggunakan setiap aplikasi yang dirasakan oleh konsumen tentunya berbeda-beda. Dimana ada konsumen yang merasa puas dengan kemudahan yang diberikan, ada juga konsumen yang merasa puas dengan manfaat yang diberikan. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Didalam menggunakan sebuah aplikasi, tentunya akan ada istilah niat menggunakan kembali. Dimana niat menggunakan kembali sangat penting dalam mencapai sebuah kesuksesan aplikasi tersebut. Niat pembelian/ penggunaan ulang disebut juga dengan keinginan dan tindakan konsumen untuk membeli/ menggunakan ulang suatu produk/ jasa, karena adanya kepuasan yang diterima sesuai yang diinginkan dari suatu

produk/jasa. Merk yang sudah melekat dalam hati pelanggan akan menyebabkan pelanggan melanjutkan pembelian atau menggunakan ulang. Pemasar pada umumnya menginginkan pelanggan yang diciptakan dapat dipertahankan selamanya. Mengingat perubahan-perubahan yang terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri pelanggan seperti selera maupun aspek psikologis, *social* dan *cultural* pelanggan yang berdampak pada proses keputusan menggunakan ulang (Nurhayati & Murti, 2012). Niat penggunaan ulang suatu aplikasi mencerminkan kepuasan terhadap jasa yang dikonsumsi oleh konsumen. Niat menggunakan ulang muncul setelah mendapatkan apa yang diharapkan melebihi ekspektasi awal. Niat menggunakan ulang aplikasi DANA masih kalah saing dengan Gojek dan OVO, dikarenakan aplikasi DANA masih kurang menciptakan inovasi-inovasi yang diinginkan masyarakat, contohnya seperti jarang bekerja sama dengan *merchant-merchant* dipusat perbelanjaan sehingga untuk membayar transaksi sulit menemukan mesin *Electronic Data Capture (EDC)* DANA. Dan juga DANA sudah jarang ada promo-promo *discount* yang menarik sehingga para pengguna beralih keaplikasi lain. Seorang pengguna yang mempunyai niat atau minat untuk menggunakan suatu sistem akan ada jika pengguna telah mendapatkan kepuasan. Sehingga untuk mendapatkan niat berkelanjutan pada seorang pengguna adalah dengan memberikan kepuasan terlebih dahulu.

Kepuasan pelanggan atau pengguna sebagai salah satu elemen penting dalam strategi bisnis dan tujuan kegiatan bisnis, dimana kepuasan sebagai penentu utama dari niat menggunakan kembali pengguna dalam melakukan layanan. Salah satu faktor yang mempengaruhi niat menggunakan kembali adalah kepuasan. Kepuasan pengguna *e-wallet* sangat penting karena semakin seseorang merasa puas dalam penggunaan aplikasi tersebut, akan cenderung menjadi respon baik seseorang terhadap suatu objek yang nantinya akan diterima sehingga meningkatkan niat pengguna. Sama halnya dengan pengguna *e-wallet* sebagai salah satu aplikasi penyimpanan uang, banyak kemudahan dan manfaat yang diberikan kepada penggunanya, tetapi apakah seseorang tersebut bisa menerimanya. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya adalah kemudahan dalam penggunaan aplikasi dan juga manfaat yang dirasakan oleh setiap konsumen dalam menggunakan aplikasi dompet digital. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa yang ada didalam aplikasi tersebut. Kepuasan pelanggan dianggap juga sebuah rasa senang, suka atau kecewa seorang pelanggan yang ada setelah mengetahui kinerja yang dipikirkan dan yang telah diharapkan (Deny & Setiawan, 2018). Kepuasan ada karena pengetahuan, ketrampilan, sikap dan perilaku yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa, pelanggan akan merasa puas jika perusahaan mampu memberikan apa yang diinginkan bahkan melebihi harapan mereka.

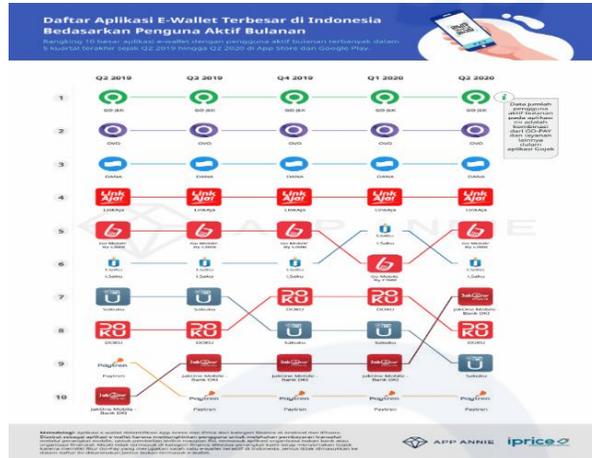
Didalam kepuasan tentunya ada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan tersebut, seperti persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Persepsi kemudahan (*perceived ease of*

use) sering disebut sebagai tingkatan pengguna teknologi atau sistem dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah (Adiutama & Santika, 2014). Persepsi kemudahan itu sejauh mana konsumen merasakan kemudahan interaksi dengan aplikasi dan dapat menerima informasi produk yang ia butuhkan. Persepsi kemudahan menunjukkan seberapa jauh seorang pengguna aplikasi berpendapat bahwa teknologi tersebut tidak banyak memerlukan upaya yang rumit (Wen & Prybutok, 2011). DANA merupakan salah satu layanan aplikasi yang memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk melakukan berbagai transaksi dan pembayaran. Kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi DANA ini membuat aplikasi DANA menjadi diminati oleh semua kalangan masyarakat. Untuk menggunakan aplikasi DANA, masyarakat bisa langsung untuk *download* aplikasi DANA, melakukan *register*, lalu mengisi saldo melalui *topup Virtual Account* di *mobile banking*. Dan ketika sudah ada saldo yang terisi maka untuk penggunaan saldo bisa untuk transfer ke akun bank, ataupun dapat digunakan untuk pembayaran di *merchant-merchant* yang tersedia mesin *edc* DANA.

Dalam penelitian Bimaniar *et al.* (2018) menyatakan ada hubungan persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan dengan niat untuk menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa niat pengguna dipengaruhi oleh kemudahan dan manfaat yang diterima oleh penggunanya.

Sebagai masyarakat tentunya ingin menggunakan aplikasi yang mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Aplikasi bisa dikatakan bermanfaat jika ada tingkatan dimana seorang pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Juga persepsi manfaat bisa dikatakan jika sejauh mana seseorang meyakini bahwa sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Ketika seorang pengguna merasakan manfaat sesuai yang dijanjikan suatu aplikasi maka akan membentuk kepuasan dalam diri seseorang (Purba *et al.* 2020). Begitu juga dengan aplikasi DANA yang memberikan begitu banyak manfaat bagi para penggunanya. Manfaat yang dapat dirasakan yaitu dapat *transfer* uang dengan mudah ke sesama pengguna DANA maupun ke akun bank lain secara gratis selama 10 kali pemakaian. Tidak hanya itu didalam aplikasi DANA juga pengguna dapat melakukan pembayaran berupa tagihan listrik, membeli pulsa, maupun transaksi di *merchant* yang bekerja sama dengan DANA. Meskipun banyak manfaat yang ditawarkan oleh DANA namun masih banyak masyarakat yang menggunakan uang tunai untuk membayar barang atau jasa. Hal ini dikarenakan terbatasnya *merchant-merchant* yang menyediakan transaksi menggunakan DANA dan sistem verifikasi yang cenderung lambat karena tergantung pada koneksi internet atau sistem aplikasi DANA itu sendiri. Hal tersebut mengakibatkan kurangnya pemahaman mengenai manfaat sehingga kepuasan terhadap pembayaran non tunai belum sesuai dengan tujuannya yang mengatakan mempermudah bukan mempersulit dan mengurangi niat menggunakan DANA sebagai pilihan alat pembayaran dan penyimpanan uang yang tepat.

Berikut ini adalah daftar aplikasi *e-wallet* terbesar di Indonesia berdasarkan pengguna aktif bulanan.

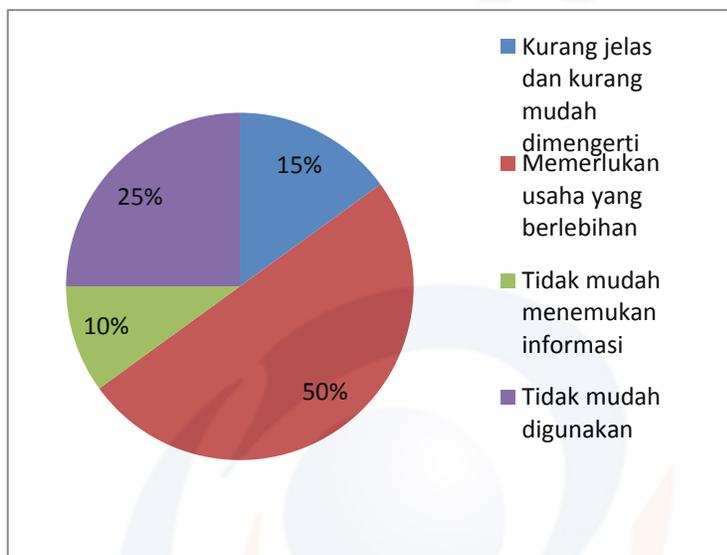


Sumber: <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>

Gambar 1.1 Daftar Peringkat Pengguna Aktif Bulanan 2020

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa aplikasi DANA konsisten dengan berada diposisi 3 besar *e-wallet* dengan pengguna aktif bulanan tertinggi. DANA merupakan *e-wallet non-government* yang memiliki tipe servis *financial* yang fokus untuk melakukan transaksi dan pengiriman uang.

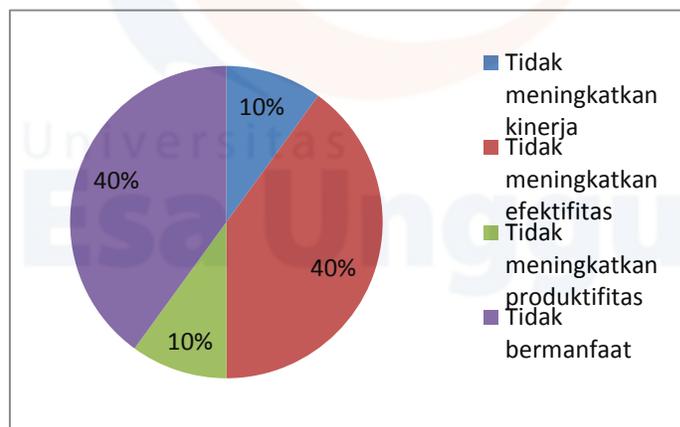
Untuk memperkuat data tersebut maka peneliti melakukan pra survey terlebih dahulu dengan menyebarkan kuesioner kepada 25 responden pengguna aplikasi DANA untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terkait persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepuasan pengguna aplikasi DANA. Oleh sebab itu dapat diperjelas dengan hasil tabulasi pra survey sebagai berikut:



Sumber; data diolah, 2021

Gambar 1. 2 Hasil Prasurvey 20 Responden variabel Persepsi Kemudahan pada pengguna Aplikasi DANA

Dapat diketahui dari hasil 20 responden pengguna aplikasi DANA terkait dengan variabel persepsi kemudahan bahwasanya situs yang kurang jelas dan kurang mudah dimengerti sebanyak 3 responden yaitu 15% menyatakan aplikasinya kurang jelas dan mudah dimengerti karena seringkali aplikasinya tidak stabil, dan sering terjadi *error* dalam sistem aplikasi DANA sehingga membuat pengguna merasa tidak mengerti dengan sistem aplikasi DANA. Memerlukan usaha yang berlebihan sebanyak 10 responden yaitu 50% menyatakan aplikasinya masih memakai verifikasi kode yang dikirimkan ke nomor *handphone* pengguna, sedangkan yang diinginkan oleh pengguna untuk melakukan verifikasi yaitu hanya dengan menggunakan sidik jari. Tidak mudah menemukan informasi sebanyak 2 responden yaitu 10% pengguna mengalami masalah untuk menemukan informasi terkait promo-promo, serta penggunaan mesin *EDC* Dana yang jarang ada. Tidak mudah digunakan sebanyak 5 responden yaitu 25% menyatakan masih menggunakan PIN untuk *login* ke aplikasinya.

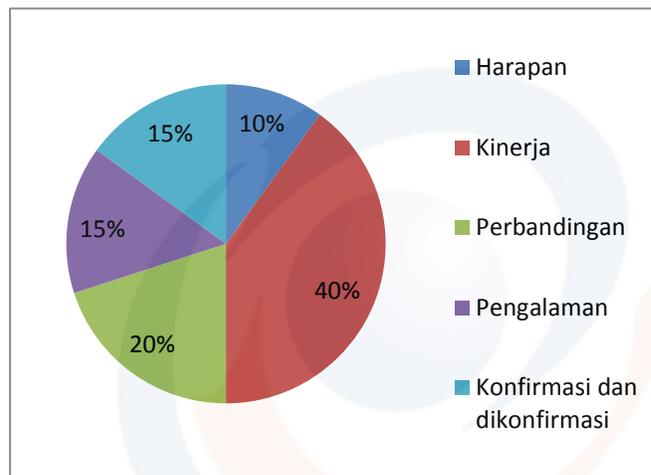


Sumber; data diolah, 2021

Gambar 1. 3 Hasil Prasurvey 20 Responden variabel Persepsi Manfaat pada pengguna Aplikasi DANA

Dapat diketahui dari hasil 20 responden pengguna aplikasi DANA terkait dengan variabel persepsi manfaat bahwasanya tidak meningkatkan kinerja sebanyak 2 responden (10%) mengalami permasalahan terkait dengan *transfer* uang ke Bank yang dituju sehingga mengurangi kinerja. Tidak meningkatkan efektifitas sebanyak 8 responden

(40%) mengalami permasalahan yang berkaitan dengan aplikasi DANA tidak bekerjasama dengan *merchant-merchant* sehingga mengurangi efektifitas dalam pembelian. Tidak meningkatkan produktifitas sebanyak 2 responden (10%) mengalami masalah promosi seperti jarang adanya *discount* sehingga mengurangi produktifitas bagi para pengguna. Tidak bermanfaat sebanyak 8 responden (40%) merasa aplikasi DANA tidak bermanfaat karena tidak adanya kerjasama antar aplikasi transportasi umum.



Sumber; data diolah, 2021

Gambar 1. 4 Hasil Prasurvey 20 Responden variabel Kepuasan pada pengguna Aplikasi DANA

Dapat diketahui dari hasil 20 responden pengguna aplikasi DANA terkait dengan variabel kepuasan bahwasanya harapan sebanyak 2 responden (10%) mengalami permasalahan promo *voucher discount* yang jarang ada tidak seperti saat pertama DANA hadir di Indonesia sehingga pengguna beralih ke aplikasi lain. Kinerja 8 responden (40%) mengalami permasalahan pengiriman uang ke Bank yang dituju yang sering terhambat/ telat masuk sehingga kinerja layanan kurang maksimal. Perbandingan sebanyak 4 responden (20%) pelanggan merasa bahwa aplikasi DANA jarang ada bekerja sama dengan *merchant-merchant* yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari. Pengalaman terhadap sistem sebanyak 3 responden (15%) mengalami masalah aplikasi seperti sistem *error* yang sering terjadi disaat membuka aplikasi lalu aplikasinya tiba-tiba keluar sehingga kepuasan terhadap sistem berkurang. Dan konfirmasi dan dikonfirmasi sebanyak 3 responden (15%) merasa ada permasalahan yang terkonfirmasi oleh pengguna.

Berdasarkan uraian diatas yang telah dibahas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Melalui Kepuasan Terhadap Niat Menggunakan Ulang Pada Aplikasi DANA**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. Kemudahan verifikasi yang menjadi kendala dalam pembuatan akun dan sistem pembayaran dalam aplikasi sehingga niat menggunakan kembali menjadi rendah.
2. Manfaat aplikasi dalam pengiriman uang/*transfer* ke Bank yang akan dituju masih ada kendala sehingga membuat niat menggunakan kembali menurun.
3. Kepuasan yang dirasakan oleh pengguna berkurang, karena promo *discount* yang sudah jarang ditemukan oleh para pengguna DANA sehingga membuat pengguna memilih untuk menggunakan uang tunai/ Debit sehingga niat menggunakan kembali ikut berkurang.
4. Manfaat yang diberikan belum maksimal karena belum adanya kerjasama dengan transportasi umum seperti ojek online sehingga masyarakat beralih ke aplikasi *e-wallet* lain dan membuat masyarakat jarang untuk menggunakan kembali aplikasi DANA.
5. Masyarakat jarang menemukan mesin *Electronic Data Capture (EDC)* DANA di merchant-merchant tempat perbelanjaan sehingga, masyarakat beralih ke aplikasi yang menyediakan mesin (*EDC*).

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini hanya meneliti variable yang paling dominan yaitu persepsi kemudahan(x_1) dan persepsi manfaat(x_2) melalui kepuasan(z) terhadap niat menggunakan kembali(y).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh langsung terhadap niat menggunakan kembali aplikasi DANA?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh langsung terhadap niat menggunakan kembali aplikasi DANA?
3. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh langsung terhadap niat menggunakan kembali aplikasi DANA?
4. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh langsung terhadap kepuasan dalam menggunakan aplikasi DANA?

5. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepuasan dalam bertransaksi menggunakan DANA?
6. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh tidak langsung melalui kepuasan terhadap niat menggunakan kembali aplikasi DANA?
7. Apakah persepsi manfaat berpengaruh tidak langsung melalui kepuasan terhadap niat menggunakan kembali aplikasi DANA?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh langsung persepsi kemudahan terhadap niat menggunakan kembali aplikasi DANA.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh langsung persepsi manfaat terhadap niat menggunakan kembali aplikasi DANA.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh langsung kepuasan terhadap niat menggunakan kembali aplikasi DANA.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh langsung persepsi kemudahan terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA.
5. Untuk mengetahui adanya pengaruh langsung persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA.
6. Untuk mengetahui adanya pengaruh tidak langsung persepsi kemudahan melalui kepuasan terhadap niat menggunakan kembali aplikasi DANA.
7. Untuk mengetahui adanya pengaruh tidak langsung persepsi manfaat melalui kepuasan terhadap niat menggunakan kembali aplikasi DANA.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan dan tujuan penelitian maka, manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan untuk memperbaiki *system* dan memperbanyak kerjasama dengan *merchant-merchant* dipusat perbelanjaan.
2. Bagi Pihak Lain
Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang berarti dan memperkaya referensi untuk penelitian lebih lanjut tentang *e-wallet*.
3. Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai penggunaan *e-wallet*.



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa