

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 ShopeePay

ShopeePay adalah layanan pembayaran uang elektronik yang termasuk kedalam ekosistem *marketplace* Shopee, Shopee ini sendiri merupakan perusahaan yang diluncurkan di Singapura dan melakukan ekspansi di beberapa negara khususnya kawasan Asia Tenggara dan salah satunya adalah Indonesia (Sukmaconvert, 2020). ShopeePay ini resmi diluncurkan pada bulan Januari 2019 sebagai metode pembayaran pada *platform* Shopee yang mana setelah disetujui oleh Bank Indonesia untuk melakukan kegiatan operasionalnya (Sukmaconvert.com, 2020).



Gambar 1.1 Logo ShopeePay

Sumber: (ShopeePay, 2022)

Fintech dompet *digital* ShopeePay ini dapat dipergunakan untuk berbagai keperluan finansial, antara lain sebagai metode untuk melakukan transaksi *online* pada aplikasi atau situs Shopee, transaksi online yang dilakukan di luar Shopee seperti di aplikasi mitra yang menerima pembayaran menggunakan ShopeePay atau situs *merchant*, transaksi *offline* dengan *merchant* yang menerima pembayaran melalui QRIS dan ShopeePay, dan dapat juga menerima atau mentransfer pembayaran ke/dari kontak dan menarik saldo ShopeePay tersebut ke rekening bank (Shopee, 2022).

1.1.2 GoPay

GoPay adalah dompet *digital* serba bisa. Mulai dari transaksi cepat untuk semua layanan Gojek dan ratusan Rekan Usaha, hingga mengirim atau menerima uang

dengan mudah. GoPay merupakan bagian dari salah satu layanan pada ekosistem Gojek yang merupakan sebuah perusahaan teknologi terkemuka asal Indonesia yang bermula dengan pelayanan angkutan melalui jasa ojek (GoPay, 2022).



Gambar 1.2 Logo GoPay

Sumber: (GoPay, 2022)

GoPay adalah uang elektronik yang bisa kalian pakai untuk melakukan transaksi pembayaran dan keuangan melalui aplikasi Gojek. Sebelumnya Gopay disebut dengan Go Wallet yang mana merupakan salah satu produk dompet *digital* yang berfungsi untuk menyimpan Gojek Kredit yang nantinya dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atau transaksi-transaksi yang berhubungan dengan setiap layanan yang ada didalam aplikasi Gojek (OjekOnline.co.id, 2022).

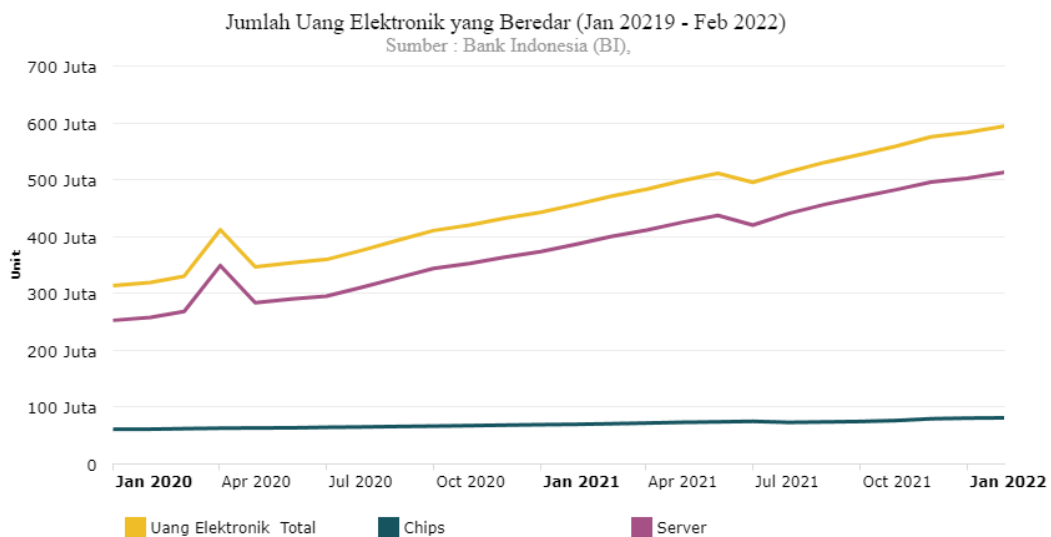
Gopay dapat dipergunakan untuk membayar saat berbelanja restoran atau Supermarket dengan cara *scan* untuk pembayaran pakai GoPay di warung, restoran, minimarket, hingga supermarket favorit. Dan GoPay juga dapat dipergunakan untuk pembayaran belanjaan di Tokopedia, *ecommerce*, serta produk *digital* lainnya jadi lebih mudah dan praktis. Selain itu Gopay dapat menjadi pembayaran untuk melakukan pembayaran tagihan bulanan serta untuk keperluan *games* dan hiburan, GoPay juga berfungsi sebagai menu pembayaran untuk semua layanan Gojek mulai berbelanja makanan GoFood, GoCar/Goride sebagai moda transportasi, GoSend, serta layanan Gojek lainnya (Gojek, 2022).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pandemi COVID-19 di Indonesia merupakan bagian dari pandemi penyakit virus corona 2019 (COVID-19) yang menimpa seluruh negara, penyakit ini disebabkan oleh virus corona sindrom pernapasan akut berat 2 (SARS-CoV-2). Kasus positif COVID-19 di Indonesia pertama kali dideteksi pada tanggal 2 Maret 2020, ketika dua orang terkonfirmasi tertular dari seorang warga negara Jepang. Pada tanggal

9 April, pandemi sudah menyebar ke 34 provinsi dengan DKI Jakarta, Jawa Barat dan Jawa Tengah sebagai provinsi paling terpapar virus corona di Indonesia (Jaya, 2021).

Sehingga pandemi COVID-19 ini mengakibatkan banyak aspek di Indonesia harus beradaptasi dengan keadaan, salah satunya adalah sistem pembayaran yang mulai berubah karena adaptasi digitalisasi oleh masyarakat. Sistem pembayaran mulai ter-digitalisasi dan beralih dari yang sebelumnya menggunakan uang tunai yang mengharuskan untuk terjadinya kontak fisik (bertemu antar individu, tangan yang tersentuh saat memberi-menerima uang tunai) menjadi minimnya kontak antara individu masyarakat secara langsung, dan sistem pembayaran ini menjadi solusi dari upaya masyarakat dalam mengurangi potensi dari tertularnya virus ini. Seperti yang dikatakan oleh Annur (2021) menjelaskan bahwa meningkatnya transaksi uang elektronik seiring dengan maraknya belanja online selama pandemi karena kemudahan sistem pembayaran *digital* tersebut, dan juga jenis transaksi ini dianggap lebih aman serta minim kontak sehingga lebih dapat mencegah potensi dari penularan virus corona.

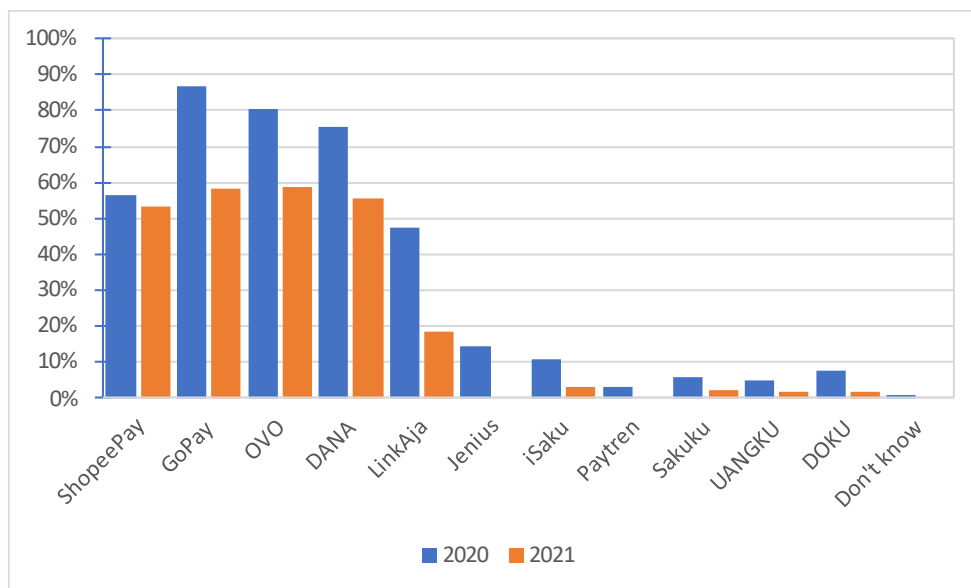


Gambar 1.3 Grafik Jumlah Uang Elektronik Yang Beredar

Sumber: Jumlah Uang Elektronik yang Beredar (Kusnandar, 2022)

Berdasarkan gambar 1.3, menampilkan data oleh Katadata.co.id, perusahaan media dan riset berita terkini ekonomi dan bisnis Indonesia. Memaparkan bahwa Transaksi *digital* yang kian marak di Indonesia memicu kenaikan jumlah uang elektronik (*e-money*). Perubahan perilaku berbelanja masyarakat dari *offline* (tatap

muka) ke belanja online melalui *marketplace* membuat jumlah uang elektronik telah mencapai 500 juta unit per Januari 2022, serta berdasarkan data Bank Indonesia (BI), jumlah uang elektronik yang beredar mencapai 594,17 juta unit pada Februari 2022. Dengan rincian, sebanyak 512,98 juta unit (86,34%) merupakan uang elektronik yang berbasis server dan sebanyak 81,19 juta unit (13,67%) berbasis *chips* atau kartu (Kusnandar, 2022).



Gambar 1.4 Survei Dompet Digital Yang Paling Banyak Digunakan Di Tahun 2020-2021

Sumber: DailySocial (Eka, 2021)

Dari gambar 1.4, terdapat data hasil survei yang dilakukan oleh DailySocial, perusahaan media teknologi yang fokus di informasi, opini dan discovery, dengan melakukan survei kepada 562 responden. Dari hasil survei tersebut mendapatkan bahwa pada tahun 2020 GoPay merupakan dompet *digital* yang paling banyak dipergunakan dengan persentase tertinggi sebesar 87%, setelahnya yaitu OVO sebesar 80,4% lalu DANA sebesar 75,6%, dan ShopeePay sebesar 53,2% menjadi *fintech* dompet *digital* yang paling mendominasi pada tahun 2022 (Eka, 2020).

Dan berdasarkan pada gambar 1.4 pada tahun 2021 diketahui bahwa perusahaan media teknologi yang fokus di informasi, opini dan discovery, melalui survei dengan melibatkan sebanyak 805 responden, mengungkapkan bahwa OVO merupakan dompet *digital* dengan pengguna terbanyak, disusul oleh GoPay, dan kemudian adalah ShopeePay, dan DANA yang menempati peringkat keempat sebagai

pilihan masyarakat dalam melakukan kegiatan transaksi menggunakan *fintech* dompet *digital* (Eka, 2021).

Secara umum, terdapat 2 jenis dompet *digital* ini, yakni aplikasi pembayaran yang tertanam di ekosistem seperti ShopeePay dan GoPay sehingga memiliki intensif *traffic* pengguna yang kuat karena dari aplikasi induk mereka yakni ShopeePay dalam ekosistem Shopee dan GoPay yang terdapat pada ekosistem Gojek sehingga mampu menyedot trafik tinggi terutama pada masa pandemi, tempat orang berbelanja online dan memesan makanan lebih sering dari sebelumnya, dompet *digital* yang disematkan di dalam aplikasi yang lebih besar disebut juga lebih menguntungkan dalam hal volume transaksi, sedangkan aplikasi independen seperti OVO dan DANA memiliki lebih banyak fleksibilitas untuk mengembangkan produknya. Mereka lebih mungkin untuk lebih fokus dalam menyediakan berbagai layanan keuangan kepada pelanggan mereka (Dewi, 2022).

Sehingga, karena adanya peluang yang besar bagi *fintech* dompet *digital* karena pertumbuhan jual dan beli yang dilakukan secara *digital* saat ini, perusahaan *fintech* dompet *digital* perlu menyediakan suatu nilai lebih dari kompetitornya agar calon pelanggan lebih memilih untuk menggunakan produk milik mereka. Seperti menjaga dan meningkatkan kualitas layanan yang akan diberikan kepada calon pelanggan, sehingga menciptakan kepuasan pelanggan yang akan berpengaruh terhadap dipilihnya produk *fintech* dompet *digital* tersebut, dan hal ini akan dibahas pada penelitian ini.

1.3 Perumusan Masalah

Melalui penjelasan yang telah dikemukakan sebelumnya dapat diketahui bahwa perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi menggunakan *fintech* dompet *digital* sebagai alat pembayaran. Pembayaran yang sebelumnya dilakukan secara dominan dengan pembayaran tunai beralih menjadi pembayaran *digital* menggunakan *fintech* dompet *digital* dikarenakan fenomena COVID-19 sebelumnya mengakibatkan keberlanjutan dari tren pembayaran hingga pasca COVID-19 saat ini. Sehingga faktor pemicu dari penggunaan *fintech* dompet *digital* sebagai metode pembayaran adalah kualitas layanan yang menjadi alasan dari penggunaan *platform* tersebut. Karena adanya fenomena ini, akan sangat berdampak pada diharuskannya membangun

kualitas layanan yang baik dan memiliki kelebihan dari kompetitor agar pelaku *fintech* dompet *digital* dapat memaksimalkan kepuasan pelanggan, sehingga dipilihnya produk *fintech* dompet *digital* daripada produk kompetitor. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti fenomena ini menggunakan model kano yang bertujuan untuk eksplorasi pengaruh dari atribut kualitas suatu layanan/produk atas kepuasan pelanggan yang kemudian dapat dilakukan upaya dalam peningkatan tingkat kepuasan pelanggan, dengan riset yang berjudul “KUALITAS LAYANAN FINTECH DOMPET DIGITAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN MODEL KANO SELAMA COVID-19 TAHUN 2022 (STUDI KASUS PADA FINTECH DOMPET DIGITAL SHOPEEPAY DAN GOPAY DI KOTA BANDUNG)”. Melalui latar belakang yang telah dilakukan sebelumnya penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan dari dompet *digital* ShopeePay dan GoPay?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan dengan penggunaan dompet *digital* ShopeePay dan GoPay?
3. Apa saja fitur layanan yang perlu dilakukan perbaikan, penyesuaian, dan peningkatan oleh dompet *digital* ShopeePay dan GoPay selama COVID-19 pada tahun 2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki tujuan berupa:

1. Mengetahui persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan dari dompet *digital* ShopeePay dan GoPay.
2. Mengetahui kepuasan pelanggan dengan penggunaan dompet *digital* ShopeePay dan GoPay.
3. Mengetahui fitur layanan yang perlu dilakukan perbaikan, penyesuaian, dan peningkatan oleh dompet *digital* ShopeePay dan GoPay selama COVID-19 tahun 2022.

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui hasil penulisan yang didapatkan oleh penulis diharapkan kedepannya dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang menggunakan penelitian ini dan memiliki ketertarikan dengan objek yang dilakukan pada penelitian ini, dengan aspek-aspek antara lain:

1.5.1 Aspek Akademis

Dengan hasil yang dihasilkan pada penelitian ini, penulis berharap dapat dipergunakan oleh pembaca sebagai bahan acuan penelitian terkait yang akan diteliti dan dapat menjadi wawasan serta ilmu yang bisa diaplikasikan dalam menganalisis masalah secara sistematis dan konseptual juga sebagai bahan perbandingan dengan penelitian terkait lainnya yang memiliki topik serta kajian yang serupa.

1.5.2 Aspek Praktis

Melalui penelitian ini penulis mengharapkan hasil dari penulisan ini dapat menjadi pertimbangan, masukan, dan informasi bagi perusahaan *fintech* ShopeePay dan GoPay dalam melakukan identifikasi apa keinginan dan yang dibutuhkan bagi pelanggan atas harapan kualitas layanan yang diharapkan oleh pengguna agar mengetahui apa saja yang dapat ditingkatkan oleh ShopeePay dan GoPay.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

a. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan secara tepat dari objek penelitian, latar belakang ujian penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

b. Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi teori-teori terkait penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

c. Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan uraian tentang jenis penelitian, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

d. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan tentang karakteristik responden, hasil dari penelitian, dan pembahasan mengenai penelitian

e. Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini memaparkan tentang kesimpulan yang merupakan jawaban dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang dikemukakan oleh peneliti.