

BAB I

PENDAHULUAN

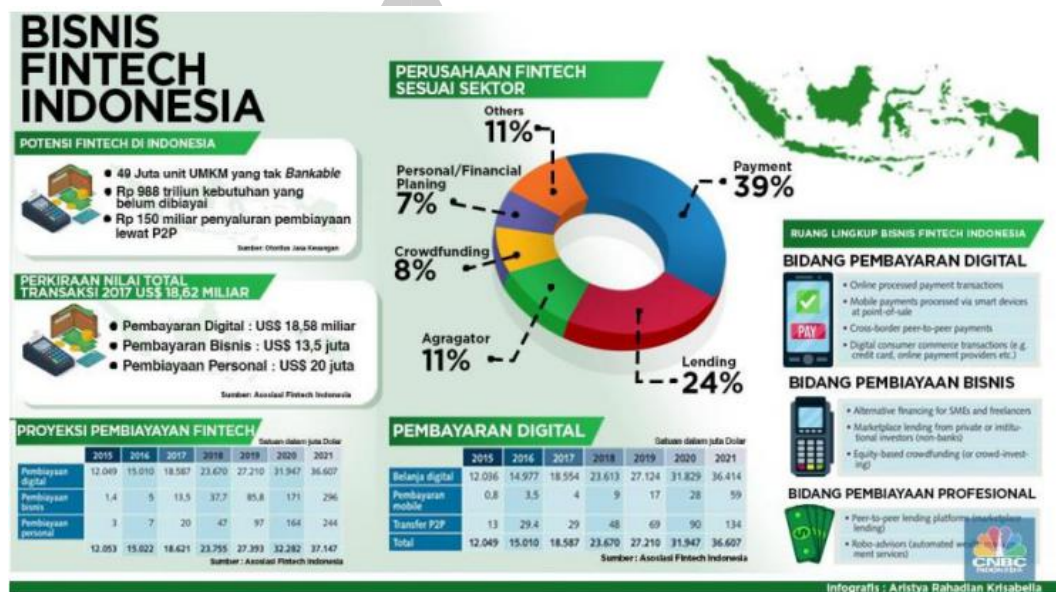
1.1 Latar Belakang Masalah

Mempertahankan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) merupakan hal yang sangat diperlukan bagi perusahaan dalam penjualannya di masa mendatang. Sejalan dengan penelitian terdahulu Abror *et al.*,(2020) yaitu dimana pelanggan akan selalu membeli lagi dari penjual ataupun merek yang sama karena merupakan hasil dari keyakinan pelanggan bahwa mereka menerima nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang sudah disediakan pada alternatif lain.

Perkembangan dalam sektor jasa keuangan saat ini semakin mengalami kemajuan. Berbagai macam teknologi digital yang semakin modern menyebabkan banyak pihak yang berinovasi memanfaatkan teknologi digital, inovasi – inovasi yang dilakukan dalam industri *fintech* bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan serta menyesuaikan tren perilaku pelanggan (Kementerian Komunikasi dan Informasi, 2019), hal ini ditandai dengan banyaknya bisnis *financial technology* berbasis digital di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga menyatakan bahwa industri *fintech* di Indonesia berkembang sangat pesat dalam dua tahun terakhir karena semakin luasnya pasar dalam sektor keuangan (Palinggi & Allolinggi, 2020)

Secara umum, industri *fintech* di Indonesia dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu, *payment*, *lending*, dan *crowdfunding*. Berdasarkan gambar 1.1 di Indonesia bisnis dalam sektor *payment* memiliki presentase paling tinggi

sebesar 39 persen, sektor *payment* merupakan alat pembayaran non tunai yang digunakan saat melakukan transaksi dengan *merchant* contohnya adalah ShopeePay, OVO, GoPay dan LinkAja yang sudah terintegrasi dengan *merchant* pilihan (Kementerian Komunikasi dan Informasi, 2019)



Sumber : Palinggi & Allolinggi, (2020)

Gambar 1.1
INFOGRAFIS BISNIS FINTECH DI INDONESIA

Teknologi digital menjadi sebuah kebutuhan yang sangat penting. Di era digitalisasi sekarang di Indonesia juga mulai banyak aplikasi yang menawarkan fitur – fitur pembayaran melalui transaksi digital dan pembayaran non tunai yang lebih efektif dan efisien. Pembayaran non tunai atau pembayaran menggunakan kartu ini lebih dikenal oleh masyarakat luas, contoh pembayaran non tunai seperti kartu debit, kredit dan ATM. Transaksi pembayaran non tunai selalu mengalami kemajuan tiap tahun nya karena didukung oleh kemajuan

teknologi, perubahan pola hidup masyarakat serta inovasi menjadikan uang elektronik sebagai salah satu jenis transaksi non tunai (Lintangsari et al., 2018).

Maraknya *platform e-commerce* yang menawarkan opsi pembayaran digital untuk memudahkan konsumen dalam bertransaksi dan memenuhi kebutuhan harian konsumen secara *online* serta memberikan berbagai kemudahan layanan yang bisa di dapatkan. Saat ini masyarakat banyak melakukan pembayaran melalui transaksi elektronik. Peningkatan yang dialami ini yang kemungkinan disebabkan karena kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi elektronik yang dirasakan oleh masyarakat. Sebanyak 80 persen masyarakat di Indonesia memilih menggunakan transaksi pembayaran elektronik, hal ini di di dasarkan hasil penelitian Consumer Payment Attitude Study 2016 (Bila & Saino, 2020).

Layanan transaksi digital ini termasuk dalam kategori *financial technology (fintech)* yang menawarkan teknologi digital sistem pembayaran yang berbasis server yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat menggunakan produk keuangan menjadi lebih mudah. Pengguna dapat bertransaksi secara langsung dengan praktis dan aman melalui transaksi pembayaran elektronik menggunakan smartphone. Menurut Kholifah, (2020) dengan adanya *fintech* cara pembayaran digital menjadi lebih mudah, praktis, aman dan nyaman. Penggunaan pembayaran elektronik ini terus meningkat seiring ada nya berbagai macam aplikasi penjualan online (*e-commerce*) yang memiliki sistem pembayarannya masing – masing seperti Shopee dengan ShopeePay, Gojek dengan GoPay dan

Tokopedia dengan OVO. Fenomena seperti ini yang menjadikan tumbuhnya persaingan dari berbagai aplikasi *platform* pembayaran elektronik yang serupa.

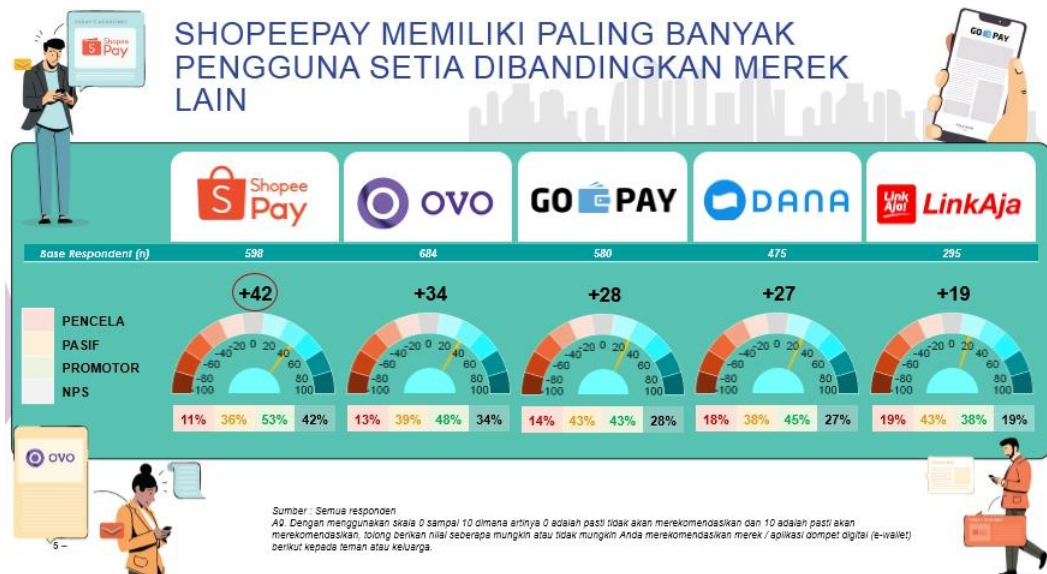
Tabel 1. 1
JUMLAH TRANSAKSI ELEKTRONIK PALING SERING DIGUNAKAN

No	E-Wallet	Jumlah Transaksi
1.	ShopeePay	32 %
2	OVO	25%
3	GoPay	20%
4	Dana	15%
5	<i>Link Aja</i>	8%

Sumber : <https://www.liputan6.com/>

Berdasarkan perbandingan tabel diatas diketahui bahwa transaksi elektronik menggunakan ShopeePay lebih sering digunakan oleh masyarakat Indonesia., dibandingkan dengan OVO, GoPay, Dana, dan *Link* aja. Banyaknya transaksi elektronik yang dilakukan oleh pengguna ini bisa didasari karena adanya kepuasan dari pengguna ShopeePay sehingga pengguna loyal untuk terus menggunakan ShopeePay. Menurut Sembiring, (2014) meningkatkan kualitas layanan merupakan hal yang penting bagi perusahaan bidang jasa hal ini dikarenakan akan menarik minat pelanggan untuk menggunakan jasa ataupun membeli produk jasa yang ditawarkan, apabila pelanggan merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan maka pelanggan akan terus menggunakan atau membeli produk jasa yang ditawarkan. Loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan. Loyalitas pelanggan adalah sebuah usaha konsumen untuk tetap setia dengan kesadaran , kesan, kualitas ,kepercayaan dan kebanggaan yang kuat terhadap sebuah produk yang di ikuti dengan pembelian berulang, apabila

konsumen puas dengan kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan, maka konsumen akan senang dan tidak akan berpaling ke perusahaan lain yang menawarkan pelayanan serupa, sehingga ini akan saling menguntungkan bagi perusahaan dan konsumen.



Sumber: www.ipsos.com

Gambar 1. 2
 SURVEI PENGGUNA SHOPEEPAY OLEH IPSOS INDONESIA

Dari survei tersebut ShopeePay memiliki pengguna yang paling setia diantara *platform* pembayaran elektronik lain, sehingga apabila sebuah *e-commerce* menawarkan sebuah fitur layanan yang efektif dan efisien dalam hal memudahkan transaksi pembayaran pengguna maka pengguna akan merasa senang dengan kualitas layanan yang diberikan dan akan menerima sebuah kepuasan, kepercayaan, dan berkomitmen untuk terus menjadi pengguna yang setia karena pengguna merasakan layanan yang diberikan sesuai dengan harapan,

sehingga pengguna tidak akan berpindah ke *e-commerce* lain yang berarti akan meningkatkan loyalitas pengguna.

Survei penelitian ini dilakukan di Surabaya, hal ini dikarenakan Surabaya merupakan Ibukota dari Provinsi Jawa Timur yang mana menurut catatan Bank Indonesia, peningkatan transaksi di Jawa Timur sebesar 12,07 persen nominal transaksi *e-commerce* pada kuartal II tahun 2021 dibandingkan dengan kuartal sebelumnya. Nominal transaksi *e-commerce* di Jawa Timur mencapai Rp. 11,76 triliun pada kuartal II tahun 2021 dibandingkan dengan kuartal I tahun 2021 yakni sebesar Rp 10,49 triliun. Menurut kepala deputy Bank Indonesia Jatim peningkatan transaksi non-tunai yang dilakukan masyarakat dikarenakan berbagai keunggulan yang ditawarkan seperti kemudahan transaksi, jaminan keamanan, dan pemberian potongan harga jika menggunakan transaksi dengan fitur non- tunai. Metode pembayaran transaksi non-tunai di Jawa Timur yang paling banyak digunakan pertama adalah pembayaran menggunakan fitur transfer melalui bank sebesar 36,81 persen, urutan kedua menggunakan uang elektronik sebesar 28,46 persen dan urutan ketiga menggunakan kredit tanpa kartu sebesar 11,51 persen. Dari laporan Bank Indonesia Jawa Timur tersebut di Jawa Timur masyarakat lebih banyak menggunakan transaksi non tunai melalui transfer bank dibandingkan dengan uang elektronik yang memperoleh presentase lebih rendah (Widarti, 2021), dalam hal ini maka penelitian ini akan menganalisis faktor apa yang mempengaruhi pemilihan penggunaan metode pembayaran transaksi non- tunai yang di pilih oleh konsumen, seperti kualitas layanan yang

diharapkan konsumen atau kepuasan yang didapatkan, kepercayaan yang diyakini oleh konsumen serta komitmen konsumen.

Oleh karena itu kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan pelanggan, dan komitmen saling mempengaruhi satu sama lain dan perlu dilakukan secara jangka panjang untuk dapat mempengaruhi peningkatan loyalitas pengguna. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka penelitian kali ini akan membahas **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Kepercayaan Pelanggan dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna ShopeePay di Surabaya”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna ShopeePay di Surabaya?
2. Apakah kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna ShopeePay di Surabaya?
3. Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna ShopeePay di Surabaya?
4. Apakah komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna ShopeePay di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna ShopeePay di Surabaya.
2. Untuk menganalisis signifikansi kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pengguna ShopeePay di Surabaya.
3. Untuk menganalisis signifikansi kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna ShopeePay di Surabaya.
4. Untuk menganalisis signifikansi komitmen terhadap loyalitas pelanggan pengguna ShopeePay di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan pada penelitian ini, dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi ShopeePay :

Memberikan saran serta informasi untuk perusahaan sehingga dapat dipertimbangkan dalam meningkatkan kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan pelanggan dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan pengguna ShopeePay di Surabaya.

2. Bagi Peneliti :

Penelitian ini sebagai hasil penulisan karya ilmiah yang merupakan implementasi ilmu yang sudah didapatkan dan dipelajari oleh peneliti di Universitas Hayam Wuruk Perbanas.

3. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Diharapkan penelitian ini dapat berpartisipasi untuk tambahan literatur manajemen pemasaran tentang pengaruh kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan pelanggan dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan pengguna ShopeePay pada di Surabaya.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam sub bab ini, maka akan menguraikan sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Pada Bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah. Rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu yang akan digunakan sebagai acuan penelitian, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai rancangan penelitian, batasan batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi ,sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, instrumen penelitian , serta teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan mengenai Gambaran Subyek Penelitian, Analisis Data serta Pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan. Bab ini juga membahas terkait saran serta keterbatasan yang ada dalam penelitian yang digunakan sebagai evaluasi oleh peneliti

