

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kecanggihan teknologi saat ini yang semakin mempermudah setiap kegiatan manusia terus semakin meningkat setiap saat dan menyebabkan setiap orang di haruskan untuk dapat mengikuti perkembangan kemajuan teknologi agar dapat beradaptasi dengan teknologi yang akan semakin baik kualitasnya. Perkembangan teknologi terus menerus di perbaiki agar semakin baik lagi untuk dapat mempermudah kegiatan manusia dan meningkatkan taraf kehidupan sehari-hari dalam berbagai bidang. Salah satunya adalah dalam bidang *fintech* atau *financial technology* yang berarti pemanfaatan inovasi teknologi oleh bidang industri keuangan dengan tujuan untuk mendukung sistem keuangan hingga pelayanan dalam industri keuangan menjadi lebih efektifisien (juwita.2018). Dengan dapat mempermudah kegiatan khususnya dalam bertransaksi maka akan menimbulkan sebuah perasaan puas dimana apa yang diharapkan sesuai dengan apa yang didapatkan (kotler,2009) mempermudah tiap kegiatan dengan tidak mengurangi kualitas pelayan ditambah adanya penawaran berupa promo menjadikan kecanggihan pada bidang *fintech* dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Salah satu bentuk inovasi dalam bidang *fintech* adalah pembayaran saat belanja kini sudah dapat dilakukan secara nontunai atau cashless dimana sebelumnya pembayaran dilakukan menggunakan alat pembayaran tunai berupa uang kartal seperti uang kertas dan uang logam. Saat ini pembeli tidak perlu membayar belanjannya dengan uang tunai dan dapat melakukan pembayaran secara non tunai cukup menggunakan kartu ATM, kartu kredit, cek, e-money atau menscan barcode pada aplikasi dompet digital dengan teknologi pembayaran digital (Aly Muhammad, 2020). Pembayaran non tunai sendiri sudah di remiskan oleh Bank Indonesia pada tahun 2009 pada Peraturan Bank Indonesia (Np. 11/12/PBI/2009) mengenai uang elektronik, kemudian menjadi lebih berkembang setelah diadakannya Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tahun 2014 oleh Bank Indonesia dengan harapan kegiatan pelayanan dan sistem pembayaran nontunai semakin meluas dan betul

terbukti setelah dibuat Gerakan Nasional Non Tunai berdasarkan data statistik Bank Indonesia pada akhir Juni 2018, bahwa volume transaksi pembayaran cashless mencapai 206,9 juta transaksi dan pada bulan September 2018 tercatat sejumlah 142,477,296 instrumen uang elektronik. Dengan data tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 298,6% pada volume transaksi cashless di Indonesia jika dibandingkan pada tahun 2017.

Dengan adanya Gerakan Nasional Non Tunai yang diadakan oleh Bank Indonesia dijadikan peluang dan di sambut positif oleh berbagai pihak dalam industri fintech seperti perbankan, *E-commerce*, restoran, hingga Ritel. Kini masyarakat Indonesia, terutama di wilayah perkotaan mulai akrab dengan pembayaran nontunai. Data survei Daily Social terkait E-money di Indonesia tahun 2017 menunjukkan, dari 1055 responden sebanyak 56,80% memiliki uang elektronik selama setahun atau kurang. Adapun 42,43% responden merasa uang elektronik membantu mengendalikan pengeluaran. *E-commerce* yang merupakan kegiatan menjual dan membeli produk secara elektronik oleh perusahaan penjual dengan perantara perusahaan saat dengan Shopee dalam pembayaran cashless menggunakan sistem *QR Code (Quick Response)* atau yang sering disebut dengan dengan bentuk evolusi kode batang dari satu dimensi menjadi dua dimensi. *Quick Response Code (QR Code)* merupakan inovasi teknologi yang digunakan sebagai metode pembayaran pada dompet digital secara umum (Ruslan, Karmawan, Suhajito, Fernandoand & Gui, 2019).

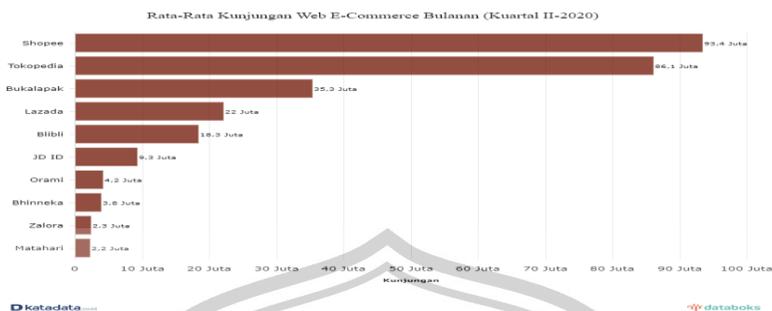
Banyaknya pelanggan yang memilih menggunakan aplikasi *e-commers* Shopee karena adanya penawaran menarik kepada pelanggan seperti promosi *cashback* hingga *discount* yang tiap hari selalu di perbaharui. Shopee juga banyak memberikan waktu waktu tertentu untuk memberikan promo yang lebih menarik pada tanggal yang mudah di ingat seperti 10.10, 11.11, 12.12 dan banyak lainnya. Selain mempromisikan keuntungan keuntungan tersebut bisnis online ini memberikan penawaran berupa pembayaran secara online atau bisa disebut non tunai dimana metode ini sering di sebut dengan *digital payment* (mokhammad,2021). Pembayaran yang dilakukan dalam transaksi online pada aplikasi shopee dapat melalui beberapa cara yang sangat mempermudah pelanggan dalam bertransaksi di mana saja, mulai dari pembayaran transfer via Bank, pembayaran melalui indomart/alfamart dan

Shopeepay. Shopeepay merupakan alat pembayaran yang ada pada aplikasi shopee, yang dimana pelanggan cukup melakukan *top up* atau isi ulang saldo. Dengan melakukan transaksi pembayaran menggunakan Shopeepay pelanggan akan mendapatkan penawaran promosi yang lebih banyak dan sangat menguntungkan pengguna. saat ini pembayaran menggunakan Shopeepay sudah dapat dilakukan juga pada *merchant* Shopee yang sudah meluas dengan menggunakan *system QR Code* yakni dengan cara melakukan *scan barcode* yang telah disediakan oleh *merchant* menggunakan aplikasi shopee pada *smartphone*.

Untuk dapat menyebarkan penggunaan cashless secara maksimal dengan sistem *QR Code* dibutuhkan kepercayaan pelanggan (Kotler,2012) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan kesediaan bergantungnya antara suatu perusahaan dengan mitra bisnisnya. Dengan begitu pelanggan tidak perlu mencemaskan apapun karena sudah percaya hingga bergantung pada sistem pembayaran ini. Dapat dilihat dari berbagai faktor dalam keberhasilan *relationship marketing* yakni *trust/kepercayaan* antara berbagai segi pihak yang bersangkutan. Berikut hasil penelitian Kurniasari yang menghasilkan bahwa kepercayaan adalah bagian yang mendasar pada saat membentuk komitmen yang cenderung menjadi kunci dalam merintis sebuah loyalitas terhadap pelanggan. Yang dimana dengan munculnya rasa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan akan meningkatkan komunikasi terhadap sistem pembayaran cashless dengan menggunakan sistem *QR Code* yang ditawarkan perusahaan untuk mempermudah dan lebih efisien.

Saat ini banyak bermunculan *e-commerce* baru di Indonesia yang ingin ikut bersaing adanya pernyataan oleh (Molla & Licker, 2001) yang mengatakan bahwa kepuasan merupakan faktor utama untuk dapat bersaing dalam persaingan antar *e-commerce* mengharuskan masing-masing pesaing meningkatkan kulaitasnya untuk dapat memberikan kepuasan. berdasarkan data yang penulis dapatkan adanya 50 persaingan *e-commerce* di Indonesia saat ini dan berikut adalah data yang penulis peroleh dari Peta Persaingan *E-Commerce* Indonesia pada Kuartal II-2020. Rata-Rata Kunjungan *Web E-Commerce* Bulanan (Kuartal II-2020) (iPrice, 21 Juli 2020).

Gambar 1.1 peta persaingan e-commerce Indonesia pada Kuartal II 2020



Sumber : iPrice, 21 Juli 2020

Berdasarkan data yang diperoleh dari Iprice menunjukkan jika Shopee menguasai pasar *e-commerce* berdasarkan jumlah kunjungan bulanan pada kuartal II-2020. Rata-rata kunjungan per-bulannya sebanyak 93,4 juta. Selain itu, Shopee menduduki peringkat pertama di AppStore dan Playstore. Dengan data tersebut dapat penulis simpulkan jika banyaknya masyarakat Indonesia yang puas terhadap pelayanan yang dilakukan oleh Shopee hingga dapat menjadi *Leader market e-commerce* di Indonesia saat ini. Seperti yang dinyatakan oleh (Nugroho,2018) dengan adanya persaingan ketat antara pemain e-commerce diharuskan mampu memberikan kepuasan terhadap penggunanya untuk dapat memenangkan persaingan.

Menurut Kotler dan Keller (2015) kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan atau perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kerja (hasil) produk konsumen atas kinerja yang telah diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Berdasarkan data hasil survei yang dilakukan oleh Ipsos yang merupakan perusahaan riset pasar yang independen dan dikelola oleh ahli riset profesional menyatakan bahwa hasil survei yang berjudul “Kepuasan, Persepsi, dan Loyalitas Pengguna Dompot Digital di Indonesia” mendapati ShopeePay mendominasi di setiap aspek penggunaan dompet elektronik. Associate Project Director Ipsos in Indonesia menjelaskan, dari aspek kepuasan terhadap merek e-wallet. ShopeePay menempati

peringkat satu untuk kepuasan ini dengan skor 82%. Angka itu jauh melebihi pemain lain seperti Ovo (77%), Gopay (71%), Dana (69%), dan LinkAja (67%). Dari hasil survei tersebut dapat diambil beberapa faktor penyebab banyaknya kepuasan terhadap ShopeePay untuk digunakan karena layanan yang mudah digunakan dan saat pengisian saldo sangat mudah ditambah banyaknya penawaran promosi jika melakukan transaksi menggunakan shopeePay.

Melihat kondisi saat ini yang diakibatkan oleh pandemi yang dialami secara global oleh seluruh dunia yakni menyebarkan virus covid-19 yang sangat meresahkan semua manusia mulai dari para ahli dalam bidangnya mengupayakan untuk memberhentikan penyebaran covid-19 ini. Dampak yang akibatkan adalah menurunnya sektor ekonomi seluruh dunia karena adanya perintah dari tiap pemerintah untuk melakukan isolasi mandiri sehingga seluruh pekerjaan dilakukan secara *work from home/WFH*. namun kini tiap negara berusaha mengembalikan kondisi neganya masing-masing dengan memperbaiki sektor ekonominya salah satunya dengan pemanfaatan pembayaran *cashless* atau nontunai untuk upaya meminimalisis penyebaran virus yang telah diteliti bahwa terdapat banyaknya virus yang menempel pada uang tunai dan akan berbahaya jika sampai kepada banyak orang. Selain itu banyak kemudahan yang didapatkan dalam penggunaan pembayaran *cashless* dengan teknologinya yang semakin canggih yakni cukup menscan *QR Code* dari Shopee yang saat ini telah di sediakan oleh tempat pembelanjaan seperti ritel.

Bersumber pada data riset yang dikutip diplatform berita Kontan.co.id dimana Shopeepay dinyatakan merajai transaksi uang eletronik saat harbolnas di tengah masa pandemi, yang dilakukan oleh Snapchart selama September-Desember 2020 dengan melakukan survey secara online dan mencakup seluruh Indonesia, dengan total responden dipilih sebanyak 1.000 orang. Berdasarkan hasil riset tersebut, ShopeePay tercatat sebagai merek e-wallet yang paling sering digunakan (50%), dengan selisih yang cukup besar dibandingkan dengan 4 pemain lainnya, seperti Ovo (23%), Gopay (12%), Dana (12%), dan LinkAja (3%). Dimana kelima e-wallet tersebut merupakan brand terpopuler yang banyak digunakan sebagai alat pembayaran digital karena telah banyak bekerja sama dengan merchant dan sering menawarkan promosi yang sanagt menarik minat pengguna. Dan shopeePay mendapatkan 28% responden yang

mengaku pada bulan September telah menggunakan pembayaran, dikarenakan ShopeePay sangat aktif dalam menawarkan berbagai macam program promo dan diskon, sehingga sangat menarik konsumen terutama bagi para ibu-ibu untuk menggunakannya. ShopeePay juga multifungsi, selain dapat digunakan untuk transaksi online melalui website belanja Shopee yang kini merupakan platform e-commerce terpopuler dan terbesar di Indonesia. ShopeePay juga dapat digunakan untuk pembayaran offline di berbagai gerai. Sehingga sangat disukai konsumen dan paling banyak digunakan.

Shopee menggunakan shopeepay sebagai alat pembayaran pembelian yang dapat digunakan oleh pengguna aplikasi, mengingat shopeepay merupakan salah satu fitur pembayaran digital yang tersedia di aplikasi shopee. dengan menggunakan ShopeePay, maka sudah otomatis pelanggan bisa melakukan belanja produk apa saja yang Anda inginkan di Shopee. Dan saat ini penggunaan Shopeepay telah diperbaharui dengan dapat menscan *QR Code* dalam transaaksi pembelian di toko yang telah bekerja sama dengan toko Merchant Shopee yang merupakan partner shopee dimana toko tersebut menerima pembayaran menggunakan shopeepay dengan sistem *QR Code*. Dimana konsumen merasa dimudahkan dengan sistem pembayaran *QR Code* karen tidak perlu mengambil uang tunai terlebih dahulu di mesin ATM atau melakukan kontak fisik terutama pada masa pandemi seperti saat ini dan cukup memastrikan smartphome terhubung dengan internet maka sudah dapat melakukan pembayaran digital dengan mudah. Kemudahan saat bertransaksi menggunakan *digital payment* dengan sistem *QR Code* juga didukung dengan keuntungan lainnya yang dapat dirasakan oleh konsumen dengan mendapatkan promo dan diskon potongan harga yang akan sangat menarik.

Saat ini pembayaran menggunakan ShopeePay mulai dapat banyak di penuhi di kota Jember mulai dari kedai kedai yang berada di pinggir jalan hingga Mall dan pusat perbelanjaan. salah satunya adalah Jember Roxy Square dimana didalamnya sudah banyak didapati *outlet* yang menyediakan transaksi menggunakan ShopeePay dengan menaruh x-benner yang berisikan promo dan diskon jika transaksi menggunakan ShopeePay. BurgerKing, Roti'O, Hongdae, seblak preanger, batagor gaga, kebab baba rafi, donuts Coffe, Ngikan, Corndog, Pempem Bujang Tuo,

Naughty, Lesfemmes, Machwath, Bata, Caption, Mr. DIY, Potato Life, Game Fantasia, Janji Jiwa dan Teabreak merupakan salah satu yang menggunakan pembayaran menggunakan ShopeePay. Dengan mulai banayaknya tersebar outlet yang menyediakan transaksi menggunakan SopeePay di Jember Roxy Square dapat cukup menunjukkan bahwa transaksi *cashlesh* dengan *QR Code* lebih banyak dipilih oleh masyarakat yang tentunya memberikan kepercayaan hingga kepuasan dalam penggunaan transaksi *cashlesh* ShoopePay.

Tabel 1.1 Hasil Kuesioner Pra-Survei Mengenai Kepuasan Pengguna pada Pengguna ShopeePay Di Jember Roxy Square 2021

No.	Pertanyaan	Jawaban %	
		puas	Tidak puas
1	Kenyamanan saat transaksi menggunakan ShopeePay di Jember Roxy Square	83,3%	16.7%
2	Shopeepay merupakan alat pembayaran yang berkualitas	86.7%	13.3%
3	Respon yang cepat dari toko penyedia pembayaran menggunakan shopeepay	80%	20%
4	Kemudahan saat berbelanja menggunakan shopeepay	86.7%	13.3%
5	Harga yang ditawarkan cenderung terjangkau	83.3%	16.7%
6	Banyak promo yang menguntungkan pelanggan	83.3%	16.7%
7	Kegiatan transaksi menggunakan shopeepay berjalan dengan lancar	73.3%	26.7%
8	pengunaan shopeepay membantu dalam berbelanja di jember roxy square	86.7%	13.3%
9	Pengalaman belanja yang menyenangkan	83.3%	16.7%
10	Kepuasan menggunakan shopeepay saat berlanja di jember roxy square	86.7%	13.3%

Sumber: Google Form, pada 30 pengguna ShopeePay di Jember Roxy Square (2021)

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan adanya beberapa indikator yang bernilai rendah dan apabila dilihat secara keseluruhan masih kurang cukup untuk dapat dikatakan sempurna, yang dapat dikaitkan dengan jenis jenis kepuasan pelanggan Kotler (2017) dimana adanya jenis jenis kepuasan yang diterima menyesuaikan dengan harapan kosumen, Kepuasan Fungsional, dan Kepuasan Psikologikal.

Diketahui bahwa pengguna ShopeePay di Jember Roxy Square masih terdapat adanya ketidakpuasan yang dirasakan, diantaranya:

1. Harapan kosumen, berdasarkan indikator Respon yang cepat dari toko penyedia pembayaran menggunakan ShopeePay, namun kenyataannya dengan respon yang kurang cepat mengakibatkan masih adanya pelanggan yang merasa tidak puas.
2. Kepuasan Fungsional, berdasarkan indokator Kegiatan transaksi menggunakan shopeepay berjalan dengan lancar, namun kenyataannya masih adanya ketidakpuasan dari pengguna menandakan adanya kegiatan transaksi yang tidak berjalan lancar.
3. Kepuasan Psikologikal, berdasarkan indikator pengalaman belanja menyenangkan yang di alami oleh pengguna ShopeePay, namun kenyataannya masih ada pelanggan yang merasa tidak puas saat bertransaksi menggunakan ShopeePay.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis merasa perlu mengangkat hal tersebut menjadi sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Pembayaran *Cashless* Dengan Sistem *QR Code* dan *Percieved Trust* pada Kepuasan Pengguna ShopeePay Di Jember Roxy Square”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diulas diatas dapat dirumuskan permasalahan dalam suatu pertanyaan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pembayaran *cashlesh* dengan sistem *QR Code* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Shopee Pay di Jember Roxy Square?
2. Apakah *Percieved Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pengguna Shopee Pay di Jember Roxy Square?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah berpengaruh positif dan signifikan pembayaran *chassless* dengan sistem *QR Code* terhadap pengguna shopee Pay di Jember Roxy Square.
2. Untuk mengetahui apakah berpengaruh positif dan signifikan *Percieved Trust* atau kepercayaan terhadap pengguna shopee Pay di Jember Roxy Square.

1.4 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Akademis

Penelitian ini sangat bermanfaat untuk memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan tentang berbagai hal yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembayaran secara non tunai dengan sistem *QR Code*

2) Manfaat Praktis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan masukan bagi masyarakat maupun pihak manajemen Jember Roxy Square mengenai transaksi pembayaran secara non tunai dengan sistem *QR Code*.