

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan Negara berkembang dengan memiliki jumlah penduduk sebanyak 269 juta. Penduduk Indonesia mempunyai berbagai macam kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda. Dengan adanya hal tersebut maka, masyarakat Indonesia senantiasa melakukan kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh manusia atau masyarakat guna memenuhi kebutuhan hidupnya, pada umumnya kegiatan ekonomi ini terdiri dari kegiatan produksi, konsumsi dan distribusi.

Kegiatan produksi ini merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh, menciptakan dan menghasilkan suatu barang dan jasa. Kegiatan konsumsi ialah suatu kegiatan yang sifatnya mengurangi atau menghabiskan suatu barang yang dihasilkan dari kegiatan produksi. Untuk dapat mengkonsumsi suatu barang maka, harus ada kegiatan distribusi. Kegiatan distribusi merupakan suatu kegiatan memindahkan suatu barang atau jasa dari satu tempat ke tempat lain, guna memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia sebagai makhluk hidup.

Dalam kegiatan perekonomian ini tidak terlepas dari perkembangan zaman dan perkembangan teknologi yang mempermudah komunikasi dan bisnis untuk mendukung suatu kegiatan perekonomian terutama dalam kegiatan transaksi bisnis, sehingga dalam transaksi bisnis ini sudah sangat mudah dengan adanya sistem uang elektronik sebagai metode pembayaran dalam kegiatan bisnis yang dapat dibayar dengan adanya jaringan internet.

Dengan adanya jaringan internet ini para produsen maupun konsumen dapat dengan mudah mendapatkan berbagai macam hal untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya seperti berbelanja atau bahkan memesan transportasi dan penginapan secara *online*. Kemudahan tersebut tentu saja meningkatkan keinginan konsumen untuk menggunakan internet.

Hal ini di tunjukan dengan adanya data yang di peroleh dari Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia 2018, Negara Indonesia menempati peringkat ke 6 sebagai Negara pengguna internet terbanyak di dunia. Dengan adanya data tersebut menunjukan adanya peningkatan pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahunnya. Berikut adalah jumlah data pengguna internet selama 5 tahun terakhir

Tabel 1.1
Data Pengguna Internet Di Indonesia

No	Tahun	Jumlah Pengguna Internet
1	2013	72.8 juta
2	2014	83.7 juta
3	2015	93.4 juta
4	2016	102.8 juta
5	2017	112.6 juta
6	2018	123 juta

Sumber : (Diolah Peneliti,2019)

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas menunjukan peningkatan secara signifikan pengguna internet dari tahun ke tahunnya. Pada tahun 2013 pengguna internet di Indonesia sebanyak 72.8 juta, tahun 2014 sebanyak 83.7 juta, tahun 2015 sebanyak 93.4 juta, tahun 2016 sebanyak 102.8 juta, tahun 2017 sebanyak 112.6 juta dan di tahun 2018 sebanyak 123 juta (kominfo.go.id, 2018).

Uang elektronik ini merupakan suatu alat transaksi untuk mendapatkan barang dan jasa, biasanya transaksi yang dilakukan melibatkan penggunaan jaringan komputer seperti (internet dan sistem penyimpanan harga di gital). Sebelum adanya uang elektronik ini pembayaran dilakukan secara cash dan sebagaian masyarakat lebih memilih menggunakan kartu debit atau kartu kredit dalam melakukan pembayarannya.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat sehingga memberikan

kemudahan pada berbagai aspek kehidupan. Di era revolusi industri 4.0 dan semakin berkembangnya industri digital. Hal ini menyebabkan bahwa segala kegiatan yang dilakukan tidak akan bisa terlepas dari peranan teknologi informasi. Seperti yang telah terjadi pada sistem pembayaran ritel dan transportasi dengan munculnya instrumen pembayaran yang dikenal sebagai *electronic money (e-money)*. *E-money* digunakan dengan cara menyetorkan uang terlebih dahulu kepada penerbit uang dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi. Di zaman sekarang terdapat 32 penerbit *e-money* yang merupakan bank dan lembaga selain bank yang menerbitkan produk *e-money* dan telah diberi izin dan disahkan oleh Bank Indonesia.

Tabel 1.2

Daftar Penyelenggara Uang Elektronik Per 26 September 2018

No	Nama Penerbit	Nama Produk Server Based	Nama Produk Chip Based
1	B.P.D. Sumsel Babel	-	BSB Cash
2	B.P.D. Dki Jakarta	-	Jakcard
3	Bank Central Asia	Sakuku	flazz
4	Bank Cimb Niaga	Rekening Ponsel	-
5	Bank Mega	Mega virtual	Mega cash
6	Bank National Nobu	Nobu <i>E - money</i>	-
7	Bank Mandiri	Mandiri <i>E- cash</i>	<i>E- toll</i>
8	Bank Negara Indonesia	Unikqu	Tap Cash
9	Bank Qnb Indonesia	Doonet	-
10	Bank Permata	BBM Money	-
11	Bank Rakyat Indonesia	T Bank	Brizzi
12	PT. Artajasa Pembayaran	MYNT <i>E-money</i>	-
13	PT. Espay Debit Indonesia	Dana	-

14	PT. Finnet Indonesia	Finnchannel	-
15	PT. Indosat	Pay Pro	-
16	PT. Skye Sab Indonesia	Skye Mobile	Sky Ecard
17	PT. Nusa Satu Inti Artha	Dokupay	-
18	PT. Telekomunikasi Indonesia	Flexy Cash	Ivascard
19	PT. Smartfren Telecom	Uangku	-
20	PT. Telekomunikasi Selular	T-Cash	Tapizy
22	PT. Witami Tunai Mandiri	Truemoney	-
23	PT. XI Axiata	XL Tunai	-
24	PT. Buana Media Teknologi	Gudang Voucher	-
25	PT. Bimasakti Multi Sinergi	Speedcash	-
26	PT. Visionet Internasional	OVO Cash	-
27	PT. Inti Dunia Sukses	Isaku	-
28	PT. Veritraa Sentosa	Paytren	-
29	PT. Solusi Pasti Indonesia	Kas Pro	-
30	PT. Ezeelink Indonesia	Ezeelink	-
31	PT. E2pay Global Utama	M-Bayar	-
32	PT. Dompot Anak Bangsa	Gopay	-

Sumber : Bank Indonesia 2018 dan diolah Penulis

Di tunjukan dengan Tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa hingga saat ini ada 11 bank yang menerbitkan uang elektronik dan 21 lembaga selain bank, yaitu operator telekomunikasi Banyaknya perusahaan yang ikut serta menerbitkan uang elektronik menunjukkan bahwa permintaan dan minat masyarakat terhadap *e-money* juga semakin tinggi. Hal ini di tunjukan dengan banyaknya transaksi menggunakan uang elektronik yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia.

Berikut adalah jumlah transaksi penggunaan uang elektronik di Indonesia

Tabel 1.3
Jumlah Transaksi Penggunaan Uang Elektronik Di Indonesia

Tahun	Volume (Ribuan Transaksi)	Volume (Milliaran Transaksi)
2008	2.560.591,-	76.675,-
2009	17.436.631,-	519.213,-
2010	26.541.982,-	693.467,-
2011	41.060.149,-	981.297,-
2012	100.623.916,-	1.971.550,-
2013	137.900.779,-	2.907.432,-
2014	203.369.990,-	3.319.556,-
2015	535.579.528,-	5.283.018,-
2016	683.133.352,-	7.063.689,-
2017	943.319.933,-	12.375.469,-
2018	1.784.705.605,-	28.150.561,-

Sumber: Bank Indonesia 2018 (Agustus) dan Diolah Peneliti

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas dapat terlihat bahwa jumlah volume transaksi uang elektronik dari tahun ke tahunnya mengalami peningkatan hingga 1.784.705.605 pada bulan Agustus 2018 begitu juga dengan *value* transaksinya yang semakin meningkat hingga Rp. 28.150.561,- pada bulan Agustus 2018. Oleh karena itu dapat dilihat bahwa masyarakat sadar akan kebutuhan *e-money* dan berminat menggunakan produk *e-money*.

Sampai saat ini dikalangan masyarakat, *e-money* dikenal untuk penggunaan pembayaran tol, pembayaran parkir, pembayaran kereta api, pembayaran belanja di toko *retail*, pembayaran untuk transportasi online,

untuk pembayaran di *food court*. Namun produk-produk *e-money* yang ada pada saat ini tidak memiliki jaringan yang saling berhubungan satu sama lain. Hal ini menjadi sebagai kelemahan sistem *e-money* di Indonesia karena masing-masing *e-money* hanya dapat digunakan bertransaksi di *merchant* dengan alat pembaca *e-money* (*e-money reader*) yang diterbitkan *issuer* produk *e-money* itu sendiri. Masyarakat sebagai pembeli harus memiliki sebanyak mungkin produk *e-money* untuk dapat melakukan transaksi karena tidak semua pedagang sebagai *merchant* menyediakan *e-money reader* yang mendukung semua produk *e-money*.

Selain itu, apabila dibandingkan dengan kartu debit, jumlah uang elektronik yang beredar masih jauh di bawah jumlah kartu debit yang beredar di Indonesia. Uang elektronik dan kartu debit menawarkan manfaat utama yang sama, yaitu efisiensi pembayaran. Namun masih banyak masyarakat yang lebih memilih untuk menggunakan kartu debit dari pada uang elektronik ketika melakukan pembayaran non-tunai.

Metode pembayaran *e-money* ini memiliki beberapa manfaat dan kelebihan dibandingkan dengan uang tunai atau cash maupun alat pembayaran non tunai lainnya. Dibandingkan dengan uang tunai, transaksi menggunakan *e-money* ini jauh lebih cepat, nyaman, dan aman khususnya untuk transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), karena pengguna *e-money* tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu karena sifatnya yang non tunai maka dapat mengurangi biaya operasional *merchant* sebagai akibat penurunan biaya *cash handling*. Jika dibandingkan dengan kartu debit dan kartu kredit, *e-money* akan lebih efisien waktu karena tidak harus memerlukan proses otorisasi *on-line*, tidak perlu melakukan tanda tangan maupun memasukkan PIN (*Personal Identification Number*). Seperti halnya Gopay Produk *e-money* dan fitur yang ada di aplikasi gojek. Gojek merupakan perusahaan

teknologi yang bergerak di bidang penyedia jasa transportasi online yang melayani masyarakat melalui jasa ojek. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2010 di Jakarta dan didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadim Makarim. Hingga saat ini Gojek sudah tersedia di 50 kota yang tersebar di Indonesia, bahkan pada tahun 2016 aplikasi gojek ini sudah di unduh kurang lebih hamper 10 juta kali di Google Play Store dan telah tersedia juga di App Store yang bisa di unduh oleh masyarakat. Gojek dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat, memberikan fitur dan layanan diantaranya :

1. Goride yaitu layanan transportasi penumpang dengan menggunakan sepeda motor.
2. Gosend yaitu layanan transportasi pengiriman barang.
3. Gofood yaitu layanan pemesanan dan pengantaran makanan
4. Gobox yaitu layanan pengiriman barang yang berukuran besar
5. Goclean yaitu layanan membersihkan rumah.
6. Goglam yaitu layanan penyedia jasa kecantikan.
7. Gomassage yaitu layanan pemesanan tiket.
8. Goauto yaitu layanan penyedia monitor.
9. Gobills yaitu layanan berbagai macam pembayaran.
10. Goshop yaitu layanan untuk berbelanja barang
11. Gomed yaitu layanan pembelian obat.
12. Gopulsa yaitu layanan isi ulang pulsa elektronik
13. Godeals yaitu layanan penawaran diskon
14. Gocar yaitu layanan transportasi penumpang dengan mobil
15. Gobird yaitu layanan transportasi dengan menggunakan taksi regular
16. Gopay yaitu layanan pembayaran digital

Dalam memperluas bisnisnya PT Karya Anak Bangsa ini memiliki banyak anak perusahaan diantaranya; PT. Midtrans, PT. Lintas Promosi

Global, PT. Global Locket Sejahtera, PT. Global Studio Film, PT. Dompot Anak Bangsa. Anak perusahaan Gojek ini senantiasa memberusaha memberikan pelayanan yang baik untuk memuaskan konsumennya, seperti halnya PT. Dompot Anak Bangsa sebagai anak perusahaan Gojek yang menerbitkan dan penyelenggara uang elektronik dengan nama produknya yaitu Gopay dan telah disetujui oleh Bank Indonesia. Hal ini di tunjukan pada tabel 1.2 bahwa Gopay merupakan *e-money* yang di terbitkan oleh PT. Dompot Anak Bangsa.

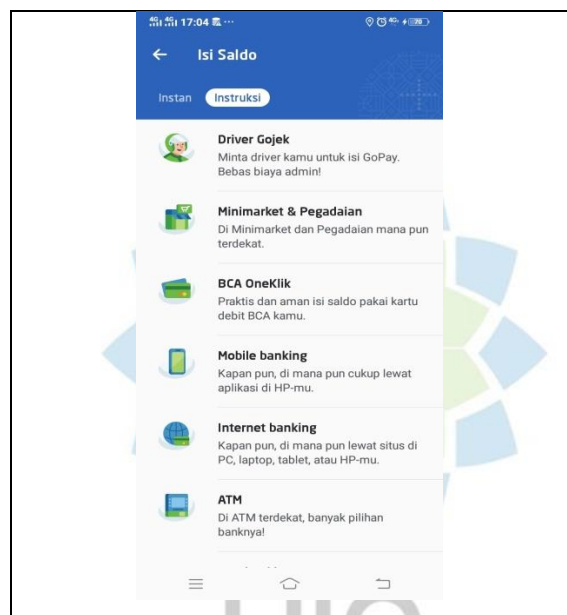
Layanan penggunaan gopay ini di pakai sejak perusahaan gojek memberi promo sebesar 50%, menurut riset lembaga survey jakpat pada desember 2018 lalu, persentase penggunaan gopay di Indonesia telah mencapai 27,1 persen, berada di urutan keempat setelah mandiri e-money sebesar 43,8 persen, BCA Flazz 39,2 persen, dan telkomsel T-cash 29,1 persen. Gopay memiliki daya tarik di bandingkan layanan uang digital lainnya karena menurut riset yang dilakukan jakpat, para pengguna gopay memakainya untuk membayar layanan yang ada di aplikasi gojek seperti goride, gosend, gofood, juga layanan lain seperti pembayaran kurir gosend, pemesanan makanan, dan belanja gomart.

Gopay sendiri di perkenal oleh PT Dompot Anak Bangsa pada tanggal 26 April 2016 yang menggantikan layanan gojek credit. Gopay menawarkan berbagai macam kemudahan dan fasilitas yang menguntungkan konsumennya seperti dalam setiap transaksi pembayaran selalu pas tanpa uang kembalian tidak hanya itu gopay juga menawarkan tiga aspek yang membuat konsumen tertarik menggunakan layanan ini diantaranya adalah speed, simplicity, dan security. Dengan banyaknya kemudahan dan manfaat yang di rasakan oleh konsumen gojek dengan adanya layanan gopay berdasarkan hasil wawancara langsung dengan beberapa konsumen.

Pengguna gopay kini dapat isi saldo dengan enam metode pilihan

diantaranya : Driver Gojek, Minimarket dan Pegadaian, BCA Oneklik, Mobile Banking, Internet banking, dan ATM. Seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut ini :

Gambar 1.1
Metode Pengisian Saldo Gopay



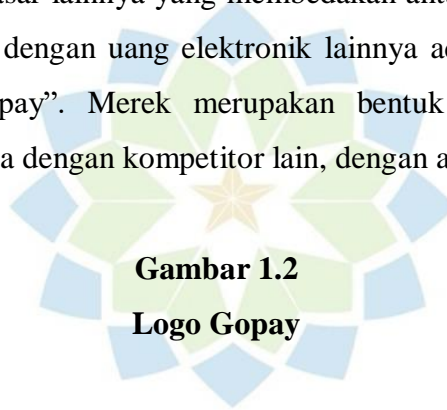
(sumber : aplikasi Gojek dan diolah oleh peneliti)

Keputusan pembelian adalah suatu preferensi konsumen atas merek yang ada di dalam pilihan dan niat konsumen untuk membeli merek yang paling disukai. Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Merek adalah suatu tanda produk atau jasa yang ditawarkan dan dibuat oleh perusahaan agar konsumen dapat mengenalnya. Pengertian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, desain, atau kombinasi dari semuanya. Menurut Kartajaya(2010), mendefinisikan merek sebagai: "Aset yang menciptakan nilai bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas."

Alasan masyarakat saat ini lebih memilih menggunakan Gopay

sebagai uang elektronik atau alat pembayaran nontunai adalah persepsi masyarakat yang menilai bahwa dengan menggunakan layanan Gopay lebih praktis dibanding menggunakan uang tunai, para penggunanya dapat melakukan via internet tanpa harus mengambil uang dari dompet. Pelanggan juga merasa aman karena Gopay ini telah terintegrasi dibawah naungan institusi jasa keuangan sehingga kepercayaan pelanggan akan lebih besar, serta tarif yang telah terstandarkan sehingga pelanggan tidak perlu melakukan tawar menawar atau menunggu kembalian dari penjual.

Hal mendasar lainnya yang membedakan antara Gopay sebagai alat uang elektronik dengan uang elektronik lainnya adalah pelabelan merek (branding) “Gopay”. Merek merupakan bentuk identitas yang akan menjadi pembeda dengan kompetitor lain, dengan adanya merek Gopay.



Gambar 1.2
Logo Gopay



(Sumber : gojek.com dan diolah oleh peneliti)

Masyarakat akan teringat dengan nuansa hijau yang bisa diakses dengan aplikasi di android meskipun saat ini mempunyai pesaing yang sangat ketat dengan Ovo. Identitas merek yang menunjukkan kelebihan produk yang tidak dimiliki produk lain.

Melihat fenomena yang terjadi dilapangan peneliti menemukan beberapa komentar negatf tentang ketidakpuasan mengenai

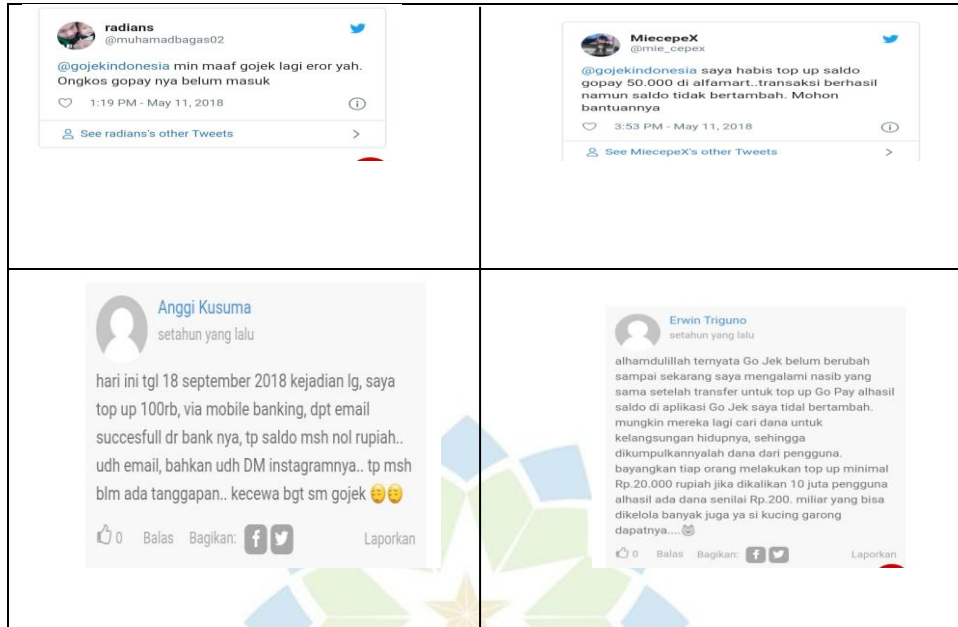
pengguna layanan gopay yang mulai banyak dan membuat server pengguna aplikasi tersebut menjadi lambat untuk digunakan, yang sebelumnya gojek merupakan salah satu aplikasi yang banyak diminati karena cepat dan praktis tetapi saat ini gojek mulai kurang diminati karena server pada aplikasinya yang mulai susah untuk digunakan dan juga pada saat penggunaan gopay sebagai metode pembayaran nontunai sering mengalami eror pada servernya, ada juga penumpang yang mengeluhkan banyaknya driver yang tidak mengambil orderan goride dan gofood karena pembayarannya menggunakan gopay.

Pengguna Gojek mengeluhkan tak bisa melakukan pemesanan jika menggunakan Gopay sebagai opsi pembayaran. Media sosial dipenuhi keluhan Gopay yang sedang bermasalah. Nugi, salah satu pengguna Gojek kepada CNNIndonesia.com mengaku tidak bisa memesan Gojek jika ia membayar menggunakan Gopay. "Saya ngga bisa pakai Gojek, muncul notifikasi Gopay failed terus. Tapi kalau pas pilih bayar cash bisa (pesan)," ujar Nugi kepada CNNIndonesia.com, Kamis (5/9). Senada, Vithri pun mengeluhkan tidak bisa memesan Goride jika ia menggunakan opsi pembayaran Gopay. Namun, ia tetap bisa memesan Goride jika memilih opsi pembayaran tunai. Mereka yang menggunakan layanan Gofood pun menyebutkan bahwa pembayaran menggunakan Gopay tengah bermasalah. Akun @adjeid menyebut saldo Gopaynya belum terpotong padahal transaksi sudah selesai dilakukan. Sebelumnya, netizen banyak yang mengeluh bahwa saldo Gopay mereka tidak bertambah meski sudah melakukan isi ulang, Keluhan ini datang dari pengguna yang melakukan isi ulang dengan berbagai bank. Adapun keluhan yang lainnya dirasakan ketika pengisian saldo di alfamart ataupun di pegadaian servernya sering mengalami eror atau tidak bisa digunakan.

Gambar 1.2

Keluhan beberapa pengguna Gopay

(Rievew Pelanggan “ Twitter dan CNNIndonesia”)



(Sumber : cnnindonesia.com dan diolah oleh peneliti tahun2019)

Salah satu cara yang sering dilakukan perusahaan dalam dunia bisnis untuk memperkenalkan mereknya dan mengukur keberadaan merek di pasar dapat diketahui dengan ekuitas merek (brand equity). Merek sebagai nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual dan untuk mendefinisikannya dari barang atau jasa pesaing. Ekuitas merek adalah nilai tambah yang diberikan pada produk dan jasa. Nilai ini bisa dicerminkan dalam cara konsumen berpikir, merasa dan bertindak terhadap merek, harga, pangsa pasar dan profitabilitas yang dimiliki perusahaan.

Ekuitas merek (brand equity) tidak dapat terlepas dari empat dimensi yaitu brand awareness (tingkat kesadaran akan suatu merek), perceived quality (persepsi konsumen tentang kualitas dan keunggulan suatu merek), brand associations (kesan yang muncul di benak konsumen tentang suatu merek), dan brand loyalty (loyalitas konsumen terhadap

suatu merek). Dengan semakin banyaknya jumlah pesaing di pasar, meningkat pula ketajaman persaingan di antara merek yang beroperasi di pasar dan hanya produk yang memiliki ekuitas merek yang kuat yang akan tetap mampu bersaing, merebut, dan menguasai pasar.

Loyalitas merek dan persepsi kualitas memberikan kepercayaan diri pada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Semakin kuatnya ekuitas merek, semakin kuat pula daya tariknya di mata konsumen untuk memilih perusahaan tersebut yang selanjutnya dapat menggiring konsumen untuk melakukan pembelian dan mengantarkan perusahaan untuk meraup keuntungan dari waktu ke waktu.

Pada wilayah UIN Sunan Gunung Djati Bandung merupakan wilayah dimana banyak sekali mahasiswa yang menggunakan E-money sebagai alat pembayaran. Sebelumnya gopay merupakan uang elektronik yang banyak diminati oleh mahasiswa, karena sangat praktis dan mudah dalam menggunakannya.

Berikut terdapat *mini survey* yang dilakukan oleh peneliti terhadap 20 orang responden mahasiswa jurusan manajemen, mengenai seberapa besar keputusan pembelian mereka terhadap gopay sebagai alat pembayaran.

Tabel 1.3
Hasil Mini Survey

No	Hari/Tgl	Pernyataan	Hasil
1	Rabu, 04 Desember 2019	Apakah anda tertarik menggunakan gopay sebagai alat pembayaran?	Dari 20 orang responden, 7 responden diantaranya mengatakan YA dan 13 responden lainnya mengatakan TIDAK

2	Rabu, 04 Desember 2019	Apakah loyalitas merek yang ditawarkan gopay menarik bagi anda untuk menggunakannya ?	Dari 20 orang responden, 14 responden diantaranya mengatakan YA dan 6 responden lainnya mengatakan TIDAK
3	Rabu, 04 Desember	Loyalitas merek yang diberikan gopay membuat anda ingin menggunakan fitur gopay sebagai alat pembayaran ?	Dari 20 orang responden, 7 responden diantaranya mengatakan YA dan 13 responden lainnya mengatakan TIDAK
4	Rabu, 04 Desember	Apakah layanan yang ditawarkan sesuai dengan persepsi kualitas yang diharapkan ?	Dari 20 orang responden, 12 responden diantaranya mengatakan YA dan 8 responden lainnya mengatakan TIDAK
5	Rabu, 04 Desember	Apakah persepsi kualitas yang ditawarkan sesuai dengan yang dibutuhkan ?	Dari 20 orang responden, 18 responden diantaranya mengatakan YA dan 2 responden lainnya mengatakan TIDAK

6	Rabu, 04 Desember	Apakah loyalitas merek dan persepsi kualitas yang ditawarkan gopay membuat anda tertarik untuk menggunakannya sebagai alat pembayaran ?	Dari 20 orang responden, 16 responden diantaranya mengatakan YA dan 4 responden lainnya mengatakan TIDAK

Berdasarkan hasil mini survey yang telah dilakukan penulis, dapat diketahui bahwa dari sebagian besar responden atau lebih dari 50% jawaban responden mengatakan YA itu artinya responden tertarik menggunakan gopay sebagai alat pembayaran. Akan tetapi ada beberapa responden yang tidak tertarik menggunakan gopay, karena servernya sering eror dan susah dalam melakukan transaksi pembayarannya.

Dengan adanya beberapa fenomena diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH *BRAND LOYALITY* DAN *PERCEIVED QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN GOPAY SEBAGAI *E-MONEY* (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Manajemen di Fakultas FEBI Angkatan 2016-2019 UIN Sunan Gunung Djati Bandung)”**.

