

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang masalah

Seiring berkembangnya zaman, teknologi informasi dan komunikasi membuat segalanya menjadi lebih mudah dengan segala aktivitas manusia yang menjadi lebih baik, baik dari segi ekonomi dan sosial. Pada perkembangan teknologi ini dibutuhkan inovasi-inovasi baru agar kegiatan manusia jadi lebih efisien, aman, cepat, dan nyaman terutama pada perekonomian dunia. *The National Research Centre* (NDRC) adalah investor pertama perusahaan teknologi, menyatakan bahwa *financial technology* adalah suatu inovasi baru gabungan antara layanan keuangan dengan teknologi moderen.

Menurut pada peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan inovasi khususnya berkaitan dengan *financial technology* (*fintech*) dalam memenuhi kebutuhan pada masyarakat, termasuk dalam bidang jasa sistem pembayaran. Baik dari segi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran (Bank Indonesia, 2016). Industri *financial technology* (*fintech*) merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan yang mulai di era digital saat ini. Sistem pembayaran berbasis teknologi menjadi salah satu sektor dalam industri *fintech* yang berkembang di Indonesia. Sektor inilah yang diharapkan pemerintah dan masyarakat untuk mendorong peningkatan jumlah masyarakat yang memiliki akses pada layanan keuangan.

Beberapa tahun belakangan ini industri finansial teknologi berkembang pesat di Indonesia, dari data 2017 nilai transaksi Fintech di Indonesia mencapai 15 miliar dollar AS, dan pada tahun 2020 Indonesia diharapkan menjadi kekuatan ekonomi digital terbesar di kawasan Asia Tenggara dengan potensi sebesar 130 miliar dollar AS atau sekitar Rp. 1690 triliun (Utomo, 2017).

PT Go-Jek Indonesia merupakan salah satu perusahaan penyedia aplikasi *mobile* yang menyediakan layanan yang lengkap, mulai dari transportasi, logistik, layanan pembayaran, dan layanan lainnya. Go-Jek mengembangkan berbagai inovasi pada layanannya sebagai solusi dan kemudahan untuk menghadapi masalah masyarakat saat ini. Layanan yang ditawarkan pada aplikasi Go-Jek antara lain, *Go-Ride*, *Go-Car*, *Go-Food*, *Go-Pulsa*, *Go-Send*, *Go-Point*, *Go-Bills*, *Go-Box*, *Go-Shop*, *Go-Mart*, *Go-Tix*, *Go-Med*, dan *Go-Pay*. *Go-Pay* adalah layanan dompet elektronik untuk mempermudah transaksi pembayaran secara *online* pada aplikasi Go-Jek. Dengan kata lain Go-Jek merupakan perusahaan yang mendukung *financial technology* dengan menjadi salah satu pihak yang terlibat dalam pemrosesan pada transaksi pembayaran secara *mobile*.

Gambar 1.1



Go-Jek bekerja sama dengan beberapa Bank Indonesia diantaranya, Bank Mandiri, Bank BNI, Bank Central Asia, CIMB Niaga, dan beberapa Bank lainnya yang memiliki dukungan teknologi. Hal ini dimaksudkan untuk memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan dan mitra (pengemudi) Go-Jek dalam melakukan transaksi. Pendiri Go-Jek Nadiem Makarim menuturkan bahwa fitur *Go-pay* merupakan jawaban dari kebutuhan pelanggan Go-Jek dalam mengintegrasikan sistem pembayaran untuk semua layanan Go-Jek.

Dompet elektronik ini yang termasuk dalam teknologi masih belum banyak digunakan meskipun pengguna cukup mengenal berbagai metode macam pembayaran elektronik. Namun pertumbuhan transaksi Go-Pay sangat tinggi saat pertama kali diluncurkan, tetapi sedikit penelitian yang sudah membahas tingkat penerimaan Go-Pay pada pengguna di Indonesia, dikarenakan perbedaan layanan sejenis di setiap negara berbeda. Penggunaan sistem (*actual system usage*) adalah kondisi nyata dari penggunaan suatu sistem teknologi yang dapat diukur berdasarkan intensitas penggunaan dan durasi waktu penggunaan. Jadi apabila pengguna menggunakan layanan Go-Pay secara intensif dapat dikatakan pengguna mengetahui sistem pembayaran Go-Pay dengan baik. Minat penggunaan Go-Pay pada penggunanya dapat dilihat dari beberapa variabel, adapun variabel yang berpengaruh pada penggunaan sistem pembayaran Go-Pay adalah kepercayaan, kemudahan penggunaan dan promosi.

Kepercayaan adalah kunci utama untuk meningkatkan tingkat kepercayaan dari konsumen kepada perusahaan terhadap jaminan dari fasilitas transaksi yang diberikan perusahaan. Dari sumber artikel yang dimuat Kompas.com pada 25 Juni 2019. (<https://money.kompas.com/read/2019/06/25/135941926/go-jek-alami-gangguan-sistem-konsumen-mengeluh-di-medsos>). terjadi masalah pada aplikasi transportasi *online* Go-Jek dengan mengalami gangguan sistem, yang dimana gangguan tersebut menyebabkan beberapa fitur layanan Go-Jek bermasalah, salah satunya fitur fintech yaitu Go-Pay. Yang dimana konsumen tidak dapat *update* saldo padahal konsumen sudah *push notification*. gangguan lain yang terjadi pada proses *top-up* saldo fintech Go-Pay, konsumen mempertanyakan pada pihak lain yang bersangkutan, misalnya perbankan yang melayani proses *Top-up* konsumen. Konsumen yang setia menggunakan layanan Go-Pay merupakan suatu penilaian yang diberikan konsumen kepada perusahaan Go-Jek yang bersumber dari kepercayaan selama menggunakan layanan transaksi Go-Pay. Layanan yang diberikan oleh Go-Jek selama ini mendapatkan banyak respon dari masyarakat. maka pihak Go-Jek seharusnya dapat meningkatkan sistem yang lebih baik pada aplikasinya, yang dimana semakin baik layanan yang diberikan oleh perusahaan semakin tinggi kepercayaan konsumen terhadap Go-Jek dalam menggunakan fitur

layanan pada aplikasinya, salah satunya fitur layanan fintech Go-Pay. sehingga akan meningkatkan kepercayaan penggunanya.

Kemudahan penggunaan didasarkan pada sejauh mana pengguna yakin bahwa suatu sistem yang digunakan akan mudah digunakan dan bebas akan usaha, kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor dasar yang berpengaruh pada minat pada teknologi. peneliti melihat masalah yang terjadi di wilayah Kelurahan Duren Sawit, yang dimana terdapat banyak industri rumahan dan pertokoan, tetapi masih banyak terdapat usaha dari mereka yang belum bekerjasama sebagai *merchant* pada Go-Jek dalam menggunakan fintech Go-Pay. Hal ini menjadi masalah dikarenakan kemudahan penggunaan tidak dapat berjalan baik apabila masyarakat masih banyak yang menggunakan uang tunai. Dengan kata lain seorang pengguna akan menggunakan salah satu sistem pembayaran apabila mudah dilakukan dalam sistem tersebut. Piotr Jakubowski sebagai *Chief Marketing Officer* Go-Jek mengatakan bahwa masyarakat akan semakin dimudahkan ketika melakukan pembayaran melalui Go-Pay selama menggunakan layanan Go-Jek (Prasandi, 2017), sehingga pengguna berharap selama menggunakan Go-Pay dapat mengurangi pada usaha, waktu, dan tenaga mereka selama menggunakannya. Maka Go-Jek harus memberikan penyuluhan kesetiap daerah-daerah yang dimana pengguna fintech Go-Pay masih terbelakang dengan memberikan informasi yang mudah agar semakin banyak *merchant* yang bekerjasama dengan Go-Jek khususnya di wilayah Kelurahan Duren Sawit.

Promosi adalah satu unsur dalam *marketing mix* tidak dapat diabaikan pada proses penjualan, Buchari Alma (2013:179), dalam usaha menunjang penjualan suatu produk dan mengenalkannya kepada orang lain atau konsumen, serta menarik konsumen untuk membeli suatu produk maka diperlukan satu usaha untuk mempromosikan produk tersebut. Menurut Purnawa dan Widiyanto (2012) dalam penelitiannya, menyatakan bahwa promosi dapat meningkatkan minat konsumen, dengan cara membuat iklan yang menarik. Tetapi terdapat masalah yang terjadi pada promosi yang diberikan konsumen saat menggunakan fitur layanan fintech Go-Pay pada aplikasi Go-Jek, yang dimana konsumen mengeluhkan tidak mendapatkan *cashback* yang sesuai saat bertransaksi

menggunakan fintech Go-Pay, padahal konsumen telah melihat histori produk pada *merchant* tersebut bahwa konsumen mendapatkan *cashback* yang sesuai dengan pembelian pada *merchant* tersebut.

(<https://mediakonsumen.com/2019/08/13/surat-pembaca/promo-cashback-gopay-tidak-diterima-ada-juga-tidak-sesuai-jumlahnya>).

Dalam hal ini maka pihak Go-Jek harus transparan dengan memberikan promo yang sesuai dengan yang diterima konsumen serta meningkatkan promosi yang lebih banyak dan baik lagi agar konsumen setia menggunakan fintech Go-Pay, khususnya konsumen di wilayah kelurahan Duren Sawit.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti telah memilih “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, dan Promosi terhadap Minat Menggunakan Fintech Go-Pay (Studi kasus pengguna aplikasi Go-Jek di Kelurahan Duren Sawit)”.

1.2. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay pada pengguna aplikasi Go-Jek di Kelurahan Duren Sawit?.
- 2) Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay pada pengguna aplikasi Go-Jek di Kelurahan Duren Sawit?.
- 3) Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay pada pengguna aplikasi Go-Jek di Kelurahan Duren Sawit?.
- 4) Bagaimana pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan promosi terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay pada pengguna aplikasi Go-Jek di Kelurahan Duren Sawit?.

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar:

- 1) Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay pada pengguna aplikasi Go-Jek di Kelurahan Duren Sawit?.
- 2) Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay pada pengguna aplikasi Go-Jek di Kelurahan Duren Sawit?.
- 3) Pengaruh promosi terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay pada pengguna aplikasi Go-Jek di Kelurahan Duren Sawit?.
- 4) Pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan promosi terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay pada pengguna aplikasi Go-Jek di Kelurahan Duren Sawit? .

1.4. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

- 1) Bagi Peneliti
Penelitian ini dijadikan pembelajaran bagi peneliti dalam menambah wawasan dan pengetahuan yang luas mengenai transaksi pembayaran elektronik dan untuk mengetahui lebih dalam tentang minat menggunakan serta hal yang mempengaruhi minat menggunakan pembayaran elektronik.
- 2) Bagi Ilmu Pengetahuan
Sebagai tambahan referensi dan wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang pemasaran dan teknologi khususnya tentang kepercayaan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay pada pengguna aplikasi Go-Jek.
- 3) Objek Penelitian
Hasil peneltian ini diharapkan juga bermanfaat khususnya untuk masyarakat di Kelurahan Duren Sawit, untuk mengetahui bagaimana keterkaitan kepercayaan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay.