

BAB I

PENDAHULUAN

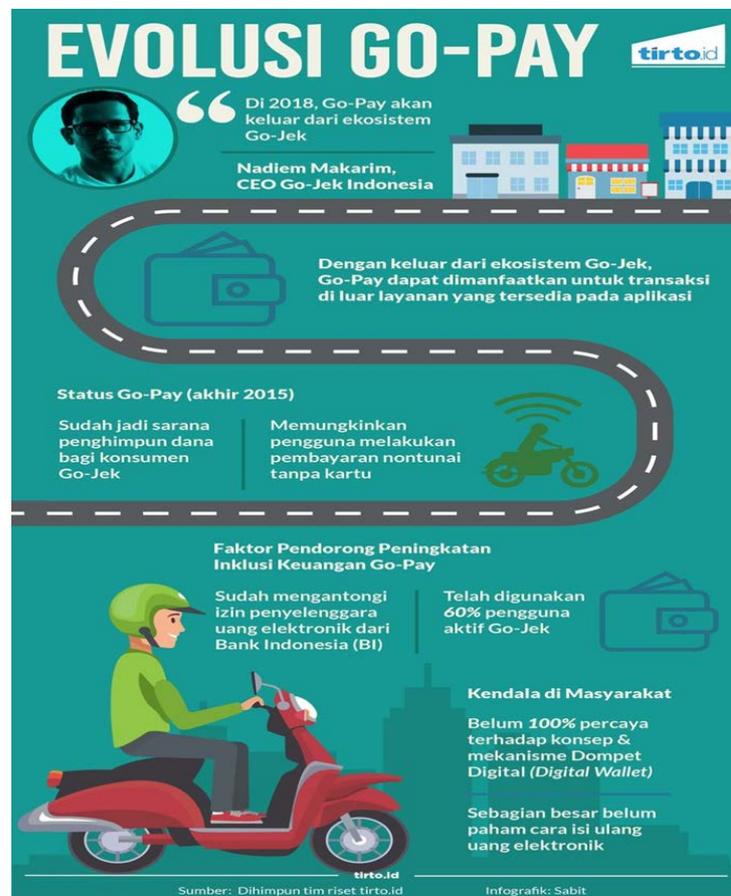
1.1. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan teknologi telah merubah sebagian kehidupan manusia, tidak terkecuali dalam bidang keuangan yang menyebabkan lahirnya inovasi dalam layanan keuangan berbasis teknologi informasi yang biasa disebut dengan *financial technology* (fintech). Fintech menawarkan kemudahan dan akses yang mudah bagi kalangan yang belum terjangkau produk keuangan konvensional. Karena fintech berbasis pada internet yang membuat fintech lekat dengan generasi muda yang sangat familiar dengan memanfaatkan internet sebagai kebutuhan sehari-hari. Salah satu faktor pesatnya perkembangan fintech di Indonesia adalah generasi *millennials*. Generasi *millennials* adalah generasi yang memiliki semangat *entrepreneur* yang sangat tinggi. Banyaknya generasi *millennials* yang memilih fintech karena masih tergolong baru, sehingga peluang untuk menjadi sukses tinggi didalamnya. (fintech.id)

Salah satu sistem pembayaran di Indonesia yang telah berevolusi menjadi fintech adalah Go-Pay yang terdapat dalam platform Go-jek. Tahun 2018 adalah tahunnya Go-Pay karena Go-Pay bisa digunakan untuk secara *online* maupun *offline* sehingga bisa digunakan secara *cash*. Evolusi Go-Pay mengikuti jejak kesuksesan fitur uang elektronik AliPay milik Alibaba yang disebut sebagai penguasa sistem pembayaran di China. Go-Pay disediakan untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam berbagai proses transaksi. Beberapa bank besar yang menjadi mitra Go-Jek dalam layanan Go-Pay adalah BCA, Mandiri, BNI, BRI, Permata Bank, Cimb Niaga serta pengisian saldo via ATM Bersama dan PRIMA. Melalui Go-Pay para pengguna bisa melakukan pembayaran dengan mudah untuk segala layanan yang tersedia di aplikasi Go-Jek seperti: pembayaran transportasi, pembayaran layanan pesan antar makanan, pembayaran pengiriman barang, pembayaran layanan pembelian tiket, pembayaran layanan petugas

kebersihan, pembayaran jasa belanja, pembayaran tagihan listrik, pulsa, bpjs, internet dan *multifinance* serta dapat melakukan *transfer* saldo ke sesama pengguna dan dapat melakukan penarikan saldo Go-Pay. Berikut gambar 1.1 evolusi gojek pada tahun 2018.

Gambar 1.1 Evolusi Go-Pay



Berdasarkan gambar diatas maksud dari Go-Pay keluar dari ekosistem Go-Jek Menurut Nadiem Makarim CEO PT Dompot Anak Bangsa adalah Go-Pay tetap ada dalam aplikasi Go-Jek dan tak dipisahkan, hanya diperluas fungsinya agar dapat diterima untuk transaksi di luar aplikasi. Demi memperkuat Go-Pay Pada akhir tahun 2017 Go-Pay telah melakukan langkah akuisisi dengan tiga *startup fintech* yakni Midtrans, Kartuku dan Mapan. (tirtoid)

Beberapa bulan belakang ini Go-jek melakukan promosi besar-besaran dengan memberikan potongan harga (*diskon*) kepada setiap pembelian produk makanan yang bekerjasama dengan Go-Jek dengan melakukan transaksi

pembayaran melalui Go-Pay dengan sistem pembayaran berbasis fintech *QR Code* yang telah diberi izin oleh Bank Indonesia. *QR Code (Quick Response)* adalah bentuk evolusi kode batang dari satu dimensi menjadi dua dimensi yang dapat menyimpan banyak informasi. Meskipun sudah memberikan promosi bukan berarti Go-Pay tidak memiliki masalah, menurut Nadiem Makarim CEO Go-Jek, masalah utama yang dihadapi dalam menggunakan Go-Pay adalah kepercayaan masyarakat yang belum 100% percaya pada *digital wallet* dan masih banyak yang belum mengerti bagaimana caranya melakukan *top up* (isi ulang uang elektronik). Demi menjaga kepercayaan pengguna, Go-Pay dilengkapi dengan sistem yang aman demi kelancaran transaksi dan memperkokoh kualitas layanan.

Menurut Yoganda (2017) Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan fintech adalah kepercayaan. Kepercayaan pada sistem pembayaran elektronik adalah kepercayaan konsumen bahwa transaksi pembayaran elektronik akan diproses sesuai dengan harapan konsumen Kim (2018:88). Menurut Pratiwi (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kepercayaan menjadi faktor penting karena menjadi alasan konsumen dalam menggunakan *e-money* di Indonesia.

Faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan adalah persepsi kemudahan dan promosi. Menurut Hartono (2010:114) persepsi kemudahan adalah suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi dapat dengan jelas digunakan dan tidak dibutuhkan banyak usaha melaiikan mudah digunakan dan mudah mengoprasikan. menurut (Yogananda *et al*, 2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa persepsi kemudahan membuat mahasiswa berminat menggunakan uang elektronik karena uang elektronik dinilai mudah untuk digunakan sebagai suatu sarana pembayaran transaksi dan mudah untuk dipelajari cara penggunaannya.

Menurut Buchari Alma (2013:179) promosi adalah satu unsur dalam *marketing mix* yang tidak dapat diabaikan dalam suatu proses penjualan. Dalam usaha menunjang penjualan suatu produk dan memperkenalkan kepada orang lain atau konsumen, serta menarik konsumen untuk membeli suatu produk, maka diperlukan suatu usaha untuk mempromosikan produk tersebut. Menurut Purnawa

dan Widiyanto (2012) dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi dapat meningkatkan minat konsumen menggunakan *e-toll card* dengan cara membuat iklan yang menarik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay di Kel.Malaka Sari Jaktim ?
2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay di Kel.Malaka Sari Jaktim?
3. Apakah promosi mempunyai berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay di Kel.Malaka Sari Jaktim?
4. Apakah kepercayaan, kemudahan dan promosi berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay di Kel.Malaka Sari Jaktim?

1.3. Tujuan Penelitian

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

1. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay di Kel.Malaka Sari Jaktim.
2. Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay di Kel.Malaka Sari Jaktim.
3. Pengaruh promosi terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay di Kel.Malaka Sari Jaktim.
4. Pengaruh kepercayaan, kemudahan dan promosi terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay di Kel.Malaka Sari Jaktim.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi ilmu pengetahuan

Sebagai tambahan referensi dan wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang pemasaran khususnya mengenai kepercayaan, persepsi manfaat dan promosi terhadap minat menggunakan fintech Go-Pay dalam aplikasi Go-Jek

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat bagi PT Dompot Anak Bangsa atau Go-Jek yang diharapkan dapat memberikan informasi dan motivasi dalam meningkatkan minat menggunakan fintech Go-Pay dalam aplikasi Go-Jek