**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Indonesia saat ini sedang memasuki era globalisasi dan digitalisasi. Kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia tidak jauh dari unsur teknologi dan digital. Pada perkembangan teknologi saat ini dibutuhkan inovasi-inovasi baru agar semua kegiatan menjadi semakin efisien, cepat, aman. *The National Digital Research Centre* mendefinisikan *financial technology* atau *fintech* adalah “*innovation in financial services*” atau “inovasi dalam layanan keuangan” dengan teknologi modern (Finansialku, 2017, 10 Januari).

Berdasarkan Dorfleitner, Hornuf, Schmitt, dan Weber (2017), *FinTech* merupakan industri yang bergerak dengan cepat dan dinamis dimana terdapat banyak model bisnis yang berbeda.

Keberadaan *Fintech* bertujuan untuk membuat masyarakat lebih mudah mengakses produk-produk keuangan, mempermudah transaksi dan juga meningkatkan literasi keuangan. Sistem pembayaran berbasis teknologi menjadi salah satu sektor dalam industri *Fintech* yang paling berkembang di Indonesia.

Perusahaan pembiayaan berbasis teknologi atau *fintech* di Indonesia, 2019 menyatakan bahwa transaksi dari industri *FinTech* mencapai Rp 26 triliun. Total kebutuhan pendanaan di Indonesia mencapai Rp 1.900 triliun. Sehingga potensi *fintech* di Indonesia masih sangat besar (Sugianto, 2019, 27 Februari).

Pada Mei 2017, layanan aplikasi Go-Pay memperoleh lisensi dari Bank Sentral untuk menggunakan pemindaian *QR Code* untuk pembayaran. Go-Pay merupakan e- wallet terbesar keempat di Indonesia, melalu pemberi pinjaman terbesar di negara; E- money Bank Mandiri, Flazz Bank Central Asia, dan Perusahaan Telekomunikasi milik Negara. Pada Oktober 2017 transaksi Go-Pay merupakan 30 persen dari keseluruhan transaksi *e-money* di Indonesia. Pada tahun yang sama, layanan ini menjadi perusahaan *FinTech* paling proaktif untuk mendukung Gerakan *Cashless* Nasional oleh Bank modal.

**Tabel 1.1**

**Daftar Perusahaan yang menggunakan FinTech**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Nama Aplikasi | Rating | Nama Perusahaan |
| 1 | Go-Pay | 79,4% | PT. Dompet Anak Bangsa (Go-Jek). |
| 2 | OVO | 58,4% | PT. Visionet Internasional. |
| 3 | Dana | 34,2% | PT. Elang Sejahtera Mandiri (EMTEK). |
| 4 | T-Cash | 55,5% | PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya). |

Sumber: No. 1, 2, 4 : Franedya, 2019.

No. 3 : Pusparani, 2019.

GO-PAY merupakan metode pembayaran *Mobile Payment* yang disediakan oleh perusahaan GO-JEK untuk mempermudah proses transaksi bagi pengguna, *driver* maupun perusahaan itu sendiri. Layanan yang ditawarkan pada aplikasi Gojek antara lain yaitu Go-ride, Go-Car, Go-Food, Go-Send, Go-Shop, Go-Mart, Go-Tix, Go- Point, Go-Bills, Go-Box, Go-Med, Go-Glam, Go-Bills, Go-Pulsa, Go-Laundry dan Go- Pay.

**Gambar 1.1**

**Logo Go-Pay**

**A drawing of a face

Description automatically generated**

Sumber: Gojek Indonesia 2010, diakses 8 April 2019 <https://www.gojek.com/gopay/>

Go-Pay merupakan layanan dompet elektronik yang bertujuan untuk mempermudah transaksi pembayaran secara digital pada aplikasi Go-Jek. Dengan kata lain, Go-Jek sebagai perusahaan yang mendukung *financial technology* dengan menjadi salah satu pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan proses transaksi pembayaran secara *mobile*. Faktor pendorong peningkatan inklusi keuangan Go-Pay diantaranya adalah sudah mendapatkan izin penyelenggara uang elektronik dari Bank Indonesia (BI), dan telah digunakan 60% pengguna aktif Go-Jek (Andreas,D 2017, 23 November).

Dengan konsep *speed, simplicity,* dan *security,* Go-Pay menawarkan kemudahan transaksi bagi pelanggannya. *Speed,* dengan menyediakan system *Top-up* yang cepat, mudah, dan sederhana bisa melalui *ATM*, *mobile banking*, *internet banking*, *driver* maupun *Top-up Counter* di *Mall* tertentu. *Simplicity*, integrasi secara keseluruhan untuk semua transaksi layanan di dalam aplikasi Go-Jek. *Security*, dengan tingkat keamanan yang tinggi tanpa uang dalam bentuk fisik, semua saldo Go-Pay pelanggan akan tersimpan dengan aman didalam sistem Go-Jek.

Go-Pay juga meliris fitur pembayaran menggunakan *Quick Response Code* (*QR Code*). Dengan *QR Code*, pengguna Go-Pay dapat membayar hanya dengan memindai *QR Code* yang dimiliki *merchant*. Klaim Go-Jek, ada ribuan tempat dengan 52 merek tempat makan popular yang siap menerima pembayaran Go-Pay memanfaatkan fitur *QR Code*. *Merchant* modern seperti Chatime, Starbuck, Gramedia, Optik Seis, Alfamart, dan *merchant* lainnya.

**Gambar 1.2**

**Pembayaran *QR Code* Go-Pay**

A hand holding a cell phone

Description automatically generated

Sumber: Redaksi, (2019), Go-pay siap berevolusi menjadi Fintech <https://marketing.co.id/go-pay-siap-berevolusi-menjadi-fintech/>

Berdasarkan penelusuran di Internet terdapat dua hal penting yang mendorong niat seseorang untuk menggunakan *QR Code* pada aplikasi Go-Pay yaituKualitas Sistem dan Promosi perusahaan tersebut*.*

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:503), pengertian promosi penjualan menurupakan insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan dan untuk mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Dalam hubungannya dengan Go-Pay yang merupakan bagian dari teknologi digital, diharapkan dapat membantu peneliti agar lebih dipermudahkan dalam melakukan penelitian.

Promosi Penjualan yang dilakukan pada Go-pay, yaitu pengguna akan mendapatkan berbagai promo yang telah disesuaikan *merchant* tertentu, seperti; adanya promo *Cashback* 10 sampai 50 persen, *voucher*, diskon, kode kupon, dan *points* dari Go-Pay. Maka kemanapun pergi hanya perlu membawa *handphone*, dan jajan melalui Go-Pay akan mendapatkan banyak keuntungan dan dapat menikmati promo-promo yang menarik.

Tetapi peneliti mendapatkan masalah yang dialami pengguna Go-Pay terhadap promo yang diberikan tidak sesuai dengan persentase yang dicantumkan, dan promo *Cashback* tidak masuk setelah transaksi berhasil (Ivan, 2018, 16 November).

Kualitas Sistem adalah pengukuran proses sistem informasi yang berfokus pada hasil interaksi antara pengguna dan sistem.

Kualitas Sistem yang diberikan oleh Go-Pay berdampak positif bagi pengguna, seperti; transaksi non tunai lebih efisien karena setiap orang tidak perlu membawa uang tunai kemana-mana untuk melakukan transaksi bisnis, transaksi non tunai relatif tidak berbiaya mahal, dan non tunai lebih memudahkan untuk dilacak apabila terjadi tindakan pidana. Hanya dengan memindai *QR Code* yang dimiliki *merchant*, dan melakukan pembayaran sejumlah nominal yang ditetapkan.

Dari hal-hal positif Go-Pay juga terdapat hal negatif atau masalah yang dialami oleh pengguna Go-pay yakni, saat ini layanan Go-pay memang tengah mengalami kendala. Kendala terjadi lantaran sistem Go-pay tengah melakukan pengembangan sistem. Saat ini pihak Gojek tengah melakukan perbaikan. Dan sebelumnya, netizen banyak yang mengeluh bahwa saldo Go-Pay mereka tidak bertambah meski sudah melakukan isi ulang. Keluhan ini datang dari pengguna yang melakukan isi ulang dengan berbagai bank. Pengguna yang menggunakan cara alternatif seperti mengisi lewat pengemudi dan Alfamart pun mengeluhkan kalau saldo mereka juga masih belum bertambah, hal tersebut didapat melalui CNNIndonesia.com. Dan saldo Go-Pay terpotong tanpa ada kejelasan perunutukannya (Andi, 2019, 17 Januari).

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Pengaruh Persepsi Kualitas Sistem dan Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Go-pay berbasis *QR Code* di Jakarta”.**

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi beberapa perkembangan yaitu:

1. Apakah persepsi kualitas sistem (kecepatan, kemudahan, keandalan, keamanan sistem) *QR Code* mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Go-Pay?
2. Apakah promosi penjualan (*rebates*) *QR Code* mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi Go-Pay?
3. **Batasan Penelitian**

Peneliti yang dilakukan penulis memiliki Batasan-batasan antara lain:

1. Objek penelitian ini adalah kepuasan pengguna aplikasi Go-Pay.
2. Kualitas Sistem yang diteliti adalah persepsi kualitas (*perceived quality*).
3. Subjek penelitian ini adalah pengguna yang pernah menggunakan *QR Code* pada aplikasi Go-Pay.
4. Wilayah penelitian ini adalah di Jakarta.
5. Periode Juni-Juli 2019.
6. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan Batasan penelitian diatas, maka perumusan masalah yang diambil adalah “Bagaimana pengaruh Persepsi Kualitas Sistem dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Go-Pay berbasis *QR Code* di Jakarta?”.

1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui Pengaruh Persepsi Kualitas Sistem Go-pay berbasis *QR Code* Terhadap Kepuasan pengguna.
2. Mengetahui Pengaruh Promosi Penjualan Go-pay berbasis *QR Code* Terhadap Kepuasan pengguna.
3. **Manfaat Penelitian**

Hasil penelitan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan atas penelitian ini, yaitu:

**Bagi Perusahaan:**

1. Dapat menjadi gambaran untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan kepuasan pengguna aplikasi Go-Pay.
2. Dapat menjadi alat masukan bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kualitas sistem dan promosi penjualan bagi pengguna aplikasi Go-Pay.

**Bagi Penulis:**

1. Menjadi sarana yang baik dalam melatih diri dan mengalokasikan pengetahuan untuk mengadakan penelitian sejenis lainnya.
2. Menambah wawasan pengetahuan dalam menerapkan teori starategi pemasaran.

**Bagi Pembaca:**

1. Sebagai refrensi bagi pembaca selanjutnya yang akan melakukan penelitian terhadap pengaruh persepsi kualiats sistem dan promosi penjualan aplikasi Go-Pay.
2. Sebagai informasi untuk menambah wawasan terhadap faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam penelitian-penelitian terhadap persepsi kualitas sistem dan promosi penjualan aplikasi Go-Pay.