



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Hingga saat ini, bidang teknologi selalu melakukan inovasi yang terus-menerus dan teknologi berkembang dalam berbagai bidang yang ada di dunia ini. Banyak perubahan yang diakibatkan oleh sebuah inovasi di bidang teknologi seperti bidang kesehatan, otomotif, sosial, dan lain-lain. Salah satu bidang yang juga mendapatkan inovasi di bidang teknologi adalah pada bidang ekonomi. Pada bidang ekonomi sendiri sudah mendapatkan inovasi secara terus-menerus, hal ini dilakukan tidak lain adalah untuk mempermudah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh manusia. Pada zaman dahulu, manusia melakukan transaksi dengan sederhana dimana di saat ada barang yang di jual maka calon pembeli yang berminat untuk membeli akan membayar barang tersebut dengan nilai yang telah disepakati dengan menggunakan uang kartal. Uang kartal adalah uang yang diterbitkan oleh bank sentral yang digunakan sebagai alat pembayaran yang sah dalam kegiatan transaksi jual-beli dalam kehidupan sehari-hari. Tetapi sampai hari ini dimana teknologi terus berkembang dan berinovasi, maka dalam melakukan transaksi pembayaran tidak hanya dapat menggunakan uang kartal saja, tetapi pada saat ini mulai tersedia cara transaksi dengan sistem *cashless*.

Sistem pembayaran dengan sistem *cashless* merupakan sebuah sistem pembayaran dimana pada saat transaksi, pembeli tidak perlu menggunakan uang tunai untuk membayar produk/jasa yang telah didapatkan tetapi menggunakan sistem digital. Sistem pembayaran dengan *cashless* itu sendiri juga sudah sudah mulai diterapkan di indonesia sendiri bahkan di dunia. sistem *cashless* sendiri juga memiliki manfaat dalam

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



melakukan transaksi yaitu, masyarakat menganggap sistem *cashless* lebih praktis dalam melakukan transaksi karena tidak perlu membawa uang tunai sehingga mengurangi resiko, dan saat melakukan transaksi juga penjual tidak harus repot untuk mencari yang kembalian jika uang yang diberikan oleh pembeli melebihi harga produk/jasa yang diberikan, dengan transaksi *cashless* maka pembeli dapat langsung membayar sesuai dengan harga yang telah disepakati, selain itu, juga saat melakukan transaksi antar negara, masyarakat tidak perlu lagi harus menukar mata uang rupiah menjadi mata uang negara tujuan dimana dengan sistem pembayaran *cashless* saldo yang kita miliki akan langsung diubah menjadi mata uang negara tujuan sesuai dengan nilai mata uang tersebut pada masa itu.

Dalam sistem pembayaran *cashless* sendiri juga memiliki berbagai macam cara yaitu, ada transaksi yang melakukan sistem transfer dimana pembeli hanya perlu mentransfer sejumlah uang yang telah disepakati antara penjual dan pembeli ke rekening penjual. Ada juga transaksi yang menggunakan mesin EDC dimana penjual menggunakan mesin EDC sesuai dengan kartu bank yang dimiliki oleh pembeli kemudian melakukan transaksi dengan pembeli sesuai dengan jumlah yang disepakati. Sistem pembayaran *cashless* yang lain adalah yaitu menggunakan dompet digital dimana pembeli hanya cukup menggunakan aplikasi yang terdaftar di penjual lalu melakukan transaksi.

Dompet digital merupakan sebuah inovasi berupa uang elektronik yang menggunakan basis aplikasi seperti paypal, DANA, GoPay, Link Aja, OVO, dan Shopeepay dimana dompet digital biasanya memiliki berbagai promo yang menarik serta sistem pembayaran yang simpel dan praktis. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia, Dompet Elektronik adalah sebuah layanan elektronik yang digunakan untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menyimpan data pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Pada awalnya, dompet digital hanya digunakan untuk pembayaran yang hanya tersedia di *e-commerce* yang bekerja sama dengan dompet digital lainnya. Tetapi, setelah melakukan inovasi secara terus menerus, penyedia dompet digital tersebut juga mulai bekerja sama dengan merchant-merchant lain untuk bekerja sama dan membuat transaksi di merchant-merchant yang bekerja sama tersebut menjadi lebih mudah untuk melakukan pembayaran.

Pada umumnya, dompet digital dapat dikatakan cukup mudah dalam penggunaan dan sistem pengoperasiannya, pengguna sebelumnya harus sudah mengunduh aplikasi dompet digital di handphonenya masing-masing, setelah itu pengguna bisa mendaftar untuk dapat menggunakan dompet digital tersebut yaitu dengan mengisi informasi mengenai data-data yang dibutuhkan untuk registrasi tersebut. Setelah mendaftar dan melakukan registrasi maka diperlukan beberapa waktu untuk penyedia aplikasi melakukan validasi data-data dan setelah selesai melakukan verifikasi maka aplikasi dompet digital tersebut sudah dapat digunakan untuk bertransaksi tetapi dengan syarat harus mengisi saldo sebelum menggunakannya.

Sampai sekarang ini, sudah banyak dompet-dompet digital yang mulai berkembang di dunia termasuk di Indonesia. Dompet digital awalnya digunakan hanya untuk melakukan pembayaran di *e-commerce* saja, sekarang sudah banyak dompet digital yang mulai bermunculan untuk melakukan pembayaran khusus di merchant-merchant yang tersedia dimana salah satu penyediaannya adalah *shopeepay*. *Shopeepay* sendiri adalah sebuah dompet digital yang memiliki aplikasi yang sama dengan aplikasi *e-commerce* shope. Dalam menggunakannya *shopeepay* sendiri cukup mudah karena

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dimiliki IBI BKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



aplikasi pengguna hanya cukup membuka aplikasi shopee dan pada tampilan awal aplikasi kita langsung dapat menemukan *shopeepay*. Pada awal kemunculannya, *shopeepay* sendiri merupakan sebuah dompet digital yang digunakan hanya untuk membayar transaksi yang dilakukan pada *e-commerce* shopee saja. Tetapi, untuk meningkatkan inovasi dan memperketat persaingan antar pesaing yang lain, maka *Shopeepay* sendiri melakukan inovasi sehingga hingga sekarang *Shopeepay* memiliki berbagai sistem pembayaran lainnya seperti transfer ke Bank lain, transfer ke sesama *Shopeepay*, pembayaran PLN, pulsa, paket data, pasca prabayar, BPJS kesehatan, asuransi, yang terintegrasi dengan aplikasi shopee. Bahkan *Shopeepay* sendiri juga memiliki *Shopeepay* later dimana kita dapat melakukan transaksi tanpa harus memiliki saldo saat itu juga dengan batasan yang telah ditentukan dan harus di bayar setelah jatuh tempo.

Dalam perkembangannya, dompet digital sendiri memiliki perkembangan yang cukup baik di Indonesia. Hal ini dibuktikan melalui data bank Indonesia yang menunjukkan nilai transaksi dompet digital yang terdapat di Indonesia pada Februari 2021 diketahui memiliki jumlah sebesar Rp 19.2 triliun atau tumbuh sebesar 26.4 persen dari tahun ke tahun. (Oktaviano, A 2021, *Bisnis dompet digital di Indonesia semakin berkembang, siapa yang jadi jawara?* Diakses pada 17 Desember 2021 <https://keuangan.kontan.co.id/news/bisnis-dompet-digital-di-indonesia-semakin-berkembang-siapa-yang-jadi-jawara>)

Dengan nilai transaksi dan pertumbuhan yang cukup tinggi pada data pengguna dompet digital di Indonesia pada Februari 2021, maka bisa dikatakan bahwa masyarakat Indonesia sudah mulai memiliki kebiasaan baru dalam melakukan transaksi yaitu menggunakan dompet digital. Dari sekian banyak nilai transaksi tersebut, maka



neurosensum, yaitu perusahaan riset/survei pasar berbasis teknologi melakukan survei yang dirilis pada awal maret 2021. Pada survei tersebut, Neurosensum mencari tahu bagaimana tren penggunaan dompet digital di masyarakat. Pada hasil riset ini, Neurosensum mendapatkan data mengenai penetrasi pasar pada 5 dompet digital terbesar yang menguasai pasar dompet digital indonesia saat ini yang dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.1**  
**Pangsa Pasar 5 Dompet Digital Terbesar di Indonesia**  
**November 2020 – Januari 2021**

Dompet Digital	Penetrasi Pasar	Volume transaksi
<i>Shopeepay</i>	68 persen	29 persen
OVO	62 persen	25 persen
DANA	54 persen	20 persen
Gopay	53 persen	21 persen
LinkAja	23 persen	6 persen

Sumber : , Muhtarom, I 2021 ,Persaingan 5 Dompet Digital Berebut Pasar di Masa Pandemi Covid-19 diakses pada 17 Desember 2021 (<https://bit.ly/3nQZt5P>)

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk saat ini *Shopeepay* memiliki penetrasi pasar yang paling besar di antara 5 perusahaan dompet digital lainnya yaitu sebesar 68 persen, dengan volume transaksi sebesar 29 persen dari total transaksi dompet digital selama periode survei. Disusul oleh OVO, DANA, dan Gopay yang memiliki penetrasi pasar yang tidak berbeda jauh dengan *Shopeepay* dan juga jumlah transaksi masing-masing dompet digital tersebut juga tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Di lain sisi, dompet digital LinkAja ternyata memiliki penetrasi pasar sebesar 23 persen saja yang dimana memiliki perbedaan yang cukup signifikan jika dibandingkan 4 dompet digital lainnya sedangkan volume transaksinya juga yang memiliki 6 persen dari total transaksi tergolong kecil jika dibandingkan dengan 4

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

perusahaan dompet digital lainnya yang memiliki jumlah transaksi sebesar 20-29 persen dibanding total transaksi 5 perusahaan dompet digital tersebut.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam besarnya penetrasi pasar dan jumlah transaksi yang dimiliki oleh *shopeepay*. Secara umum, faktor keberhasilan *Shopeepay* dalam memiliki penetrasi pasar dan jumlah transaksi terbesar diantara lainnya adalah karena kualitas layanannya yaitu *Shopeepay* sendiri dalam menjalankan layanan digitalnya, *Shopeepay* memiliki aplikasi yang terintegrasi dengan *e-commerce Shopee* sendiri sehingga hal tersebut memudahkan konsumen dalam melakukan belanja online dengan menggunakan *Shopeepay*. Selain memudahkan konsumen dalam berbelanja online, dengan aplikasi yang terintegrasi, konsumen sendiri merasakan kepraktisan satu aplikasi tersebut tanpa harus mengunduh aplikasi lain. Dan juga dikarenakan aplikasi yang terintegrasi pula maka segala catatan transaksi pada *Shopeepay* secara offline maupun catatan transaksi dalam belanja online juga menjadi satu dan memudahkan pelanggan untuk melihat catatan transaksi tersebut.

Salah satu faktor penting dalam keberhasilan *Shopeepay* dalam mendapatkan posisi pertama sebagai dompet digital terbesar saat ini adalah melakukan promosi. Promosi merupakan *Shopeepay* sendiri memiliki keunggulan lain yaitu pada kuartal 2021 *Shopeepay* melakukan strategi promosi yang cukup baik sehingga dengan strategi promosi tersebut *Shopeepay* mendapatkan posisi yang unggul dalam survei tersebut. Strategi promosi tersebut memiliki berbagai macam jenis seperti, diskon atau *cashback* yang menggiurkan bagi pelanggan yang membuat pengguna yang memiliki lebih dari satu dompet digital memilih untuk menggunakan *Shopeepay*. Ada juga iklan dan promosi pada toko-toko offline yang membuat konsumen yang sebelumnya tidak mengetahui mengenai *shopeepay* dapat mengetahui *Shopeepay* beserta dengan promo-



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



promo yang sedang berjalan lainnya yang menstimulus orang-orang untuk menggunakan *shopeepay*.

Setelah berhasil menguasai pangsa pasar dompet digital, *Shopeepay* tentu saja harus berpikir dan mencari tahu strategi lain untuk tetap mempertahankan para konsumen-konsumen yang telah mereka dapatkan untuk tetap menggunakan *Shopeepay* sebagai alat transaksi digital. Sebagai konsumen, tentu saja masyarakat akan terus menggunakan layanan atau aplikasi yang akan terus menguntungkan bagi mereka dan juga masyarakat akan terus menggunakan aplikasi yang juga dinilai aman dan memberikan banyak benefit lainnya sehingga *Shopeepay* harus terus mencari cara agar tetap mendapatkan loyalitas pelanggan tersebut.

Secara umum, loyalitas pelanggan merupakan sebuah perasaan setia dari konsumen dalam menggunakan suatu produk atau jasa dari perusahaan tertentu secara terus-menerus karena konsumen memiliki kepuasan selama menggunakan produk atau jasa tersebut dan konsumen akan cenderung merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain jika produk atau jasa tersebut memuaskan mereka. Maka dari itu, *Shopeepay* harus memikirkan strategi lebih lanjut mengenai mendapatkan loyalitas pelanggan lebih lanjut.

Adanya intensitas promosi yang telah dilakukan oleh *shopeepay* pada tahun lalu, juga penetrasi yang memiliki nilai paling tinggi diantara 4 (empat) pesaing lainnya, dan dengan kualitas layanan yang cukup memuaskan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian pada *Shopeepay*.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mencari tahu dan ingin melakukan penelitian mengenai masalah “Pengaruh Promosi penjualan dan *E-service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Dompet Digital *Shopeepay*”.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, maka peneliti mengemukakan bahwa permasalahan-permasalahan yang akan di hadapi adalah :

- a. Bagaimana promosi penjualan yang dilakukan oleh dompet digital *Shopeepay*?
- b. Bagaimana kualitas Layanan yang dimiliki oleh dompet digital *Shopeepay*?
- c. Apakah promosi penjualan yang dilakukan oleh dompet digital *Shopeepay* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?
- d. Apakah Kualitas layanan yang dimiliki oleh dompet digital *Shopeepay* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dilakukan sebagai salah satu cara agar penelitian ini lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka penulis membatasi masalah–masalah yang akan dibahas dalam skripsi ini, yaitu :

- a. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna *shopeepay*?
- b. Apakah *E-Service Quality* (Kualitas layanan elektronik) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna *shopeepay*?

## 1.4 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat batasan yang akan dihadapi dalam aspek waktu, tenaga, daya dan sumber maka penulisan skripsi ini hanya akan dibatasi pada :





a. Objek penelitian ini adalah promosi penjualan dan kualitas layanan dari dompet

digital *Shopeepay*

b. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan dompet digital *Shopeepay*

c. Batasan geografis penelitian ini adalah Jakarta

d. Periode penelitian dari 5 Desember 2021 – 22 Februari 2022

### 1.5 Rumusan Masalah

Setelah menjabarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah pada sub bab sebelumnya, maka penulis memutuskan untuk merumuskan masalah yaitu “Bagaimana pengaruh promosi penjualan dan *E-Service Quality* terhadap loyalitas pelanggan pengguna dompet digital *Shopeepay* di Jakarta?”

### 1.6 Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini, diharapkan untuk mendapatkan manfaat yaitu untuk mengetahui :

a. Mengetahui bagaimana pengaruh promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan pengguna dompet digital *Shopeepay*

b. Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna dompet digital *Shopeepay*



## 1.7 Manfaat Penelitian

Ⓒ Berdasarkan uraian di atas maka penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan dan bagi pembaca, yaitu :

a. Bagi perusahaan

Manfaat yang didapat oleh perusahaan yang mengembangkan dompet digital *Shopeepay* adalah agar perusahaan dapat mengetahui bagaimana promosi yang dilakukan perusahaan dan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan berdampak pada loyalitas pelanggan dalam menggunakan dompet digital terutama dompet digital *Shopeepay*. Dan dalam diharapkan juga penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan untuk meningkatkan performa layanan dompet digitalnya.

b. Bagi pembaca

Bagi pembaca yang membaca hasil penelitian ini diharapkan akan mendapatkan ilmu baru mengenai bidang penelitian ini dan juga diharapkan nantinya penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian lainnya yang bersangkutan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.