

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis akan membahas terkait latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Latar belakang masalah memiliki isi berupa fenomena yang terjadi dan menarik perhatian peneliti. Identifikasi masalah mencakup masalah-masalah yang akan dibahas oleh peneliti dengan dasar latar belakang masalah yang peneliti gunakan. Batasan masalah berisikan batasan dari masalah yang telah diidentifikasi agar penelitian dapat dilakukan secara terfokus.

Batasan penelitian berisikan batasan-batasan kriteria dari subjek penelitian, objek penelitian, tempat penelitian, dan lainnya. Rumusan masalah merangkum batasan masalah hingga batasan penelitian yang dibuat dalam bentuk kalimat berbentuk pertanyaan. Tujuan penelitian berisikan capaian yang ingin diraih melalui penelitian ini. Manfaat penelitian berisikan manfaat bagi banyak orang, yang diharapkan akan dihasilkan setelah penelitian dilakukan.

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pesat teknologi saat ini, telah mengubah berbagai aspek dalam lingkungan bisnis, termasuk dalam hal transaksi jual beli. Transaksi jual beli yang dulu hanya dilakukan secara tatap muka, kini kian bergeser ke arah transaksi *online*. Tentunya, pergeseran jenis transaksi ini memunculkan berbagai macam inovasi yang mendukung meningkatnya tren tersebut pada saat ini. Inovasi berupa integrasi teknologi dalam sistem pembayaran memiliki dampak yang baik bagi pemilik bisnis dan juga *customer*, hal ini dikarenakan integrasi teknologi dapat memberikan pengalaman yang



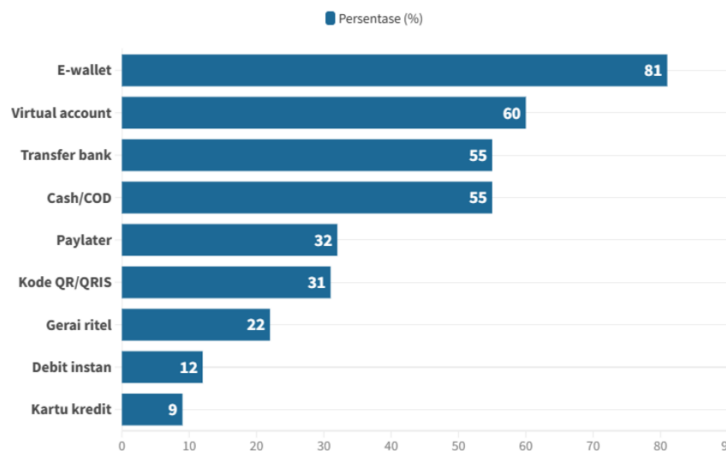


menyenangkan, dan memberikan rasa aman serta kemudahan dalam kegiatan transaksi sehari-hari. Dompot yang dulunya berbentuk besar dan tidak praktis untuk dibawa kemana-mana, kini telah berevolusi mengikuti perkembangan tren menjadi bentuk yang terintegrasi ke dalam *gadget* sehari-hari yang lebih praktis dan efisien. Dompot yang terintegrasi ini lebih dikenal sebagai dompet digital atau *e-wallet*.

E-Wallet atau dompet digital merupakan suatu layanan elektronik berbentuk aplikasi/*software* yang berfungsi untuk menyimpan uang ataupun data, menjadi instrumen pembayaran, serta media investasi dan berbagai fitur lainnya. *E-Wallet* yang merupakan perkembangan dari dompet tradisional, memiliki segudang fitur yang tidak dimiliki oleh pendahulunya, seperti kepraktisan dalam transaksi dan penyimpanannya, sistem keamanan yang terjamin, serta fleksibilitas dalam penggunaan berbagai jenis metode pembayaran. Semua hal tersebut kini dapat digunakan dengan mudah melalui *device* pribadi masing-masing individu secara praktis dan efisien. Dalam sudut pandang pemilik bisnis, *e-wallet* juga memberikan manfaat, seperti mengurangi biaya operasional, meningkatkan efisiensi operasional, dan meminimalisir risiko kerugian.

Gambar 1. 1

Persentase Metode Pembayaran di Indonesia Tahun 2023



Sumber: GoodStats.id, “Metode Pembayaran yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2023”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Instititut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Berdasarkan gambar 1.1 yang peneliti peroleh dari East Ventures (EV) melalui GoodStats.id, *e-wallet* menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia dalam segi metode pembayaran, dengan persentase sebesar 81% pada tahun 2023, yang mengungguli metode pembayaran lainnya, seperti *virtual account* dengan persentase sebesar 60%, kemudian metode pembayaran transfer bank dan *cash on delivery* sebesar 55%, serta *paylater* dengan angka 32%, dan *QR code* di angka 31%. Popularitas penggunaan *e-wallet* menunjukkan angka yang tinggi dan terus meningkat secara stabil dalam beberapa tahun terakhir dan tren ini kemungkinan akan terus berlanjut. Pada tahun 2025 mendatang, diperkirakan akan ada lebih dari 250 juta pengguna baru *e-wallet* di kawasan Asia Tenggara, dengan penyumbang terbesar jumlah pengguna tersebut berasal dari negara Indonesia, yang diperkirakan akan mencapai 130 juta pengguna baru di periode mendatang. Data ini bersumber dari International Data Corporation (IDC) InfoBrief yang didukung oleh 2C2P. Dengan melihat data tersebut maka dapat diketahui bahwa industri *fintech*, dalam kasus ini khususnya produk *e-wallet* di Indonesia, memiliki potensi dan pasar yang sangat besar.

Dilansir dari *website* Kompasiana, persentase penggunaan *e-wallet* terus melonjak dari yang awalnya hanya sekitar 10% sebelum pandemi melanda Indonesia, pada tahun 2020 sendiri angkanya telah mencapai 44% dan memiliki kemungkinan yang sangat besar untuk kian meningkat setiap tahunnya. Dalam studi lainnya oleh InsightAsia yang berjudul “*Consistency That Leads: E-Wallet Industry Outlook 2023*”, ditemukan bahwa metode pembayaran menggunakan *e-wallet* juga mengungguli metode pembayaran lainnya seperti uang tunai, transfer bank, kartu debit, *virtual account* transfer dan lain sebagainya. Mayoritas pengguna *e-wallet* tersebut memanfaatkannya untuk transfer uang, membeli pulsa, ataupun membayar tagihan rumah tangga seperti tagihan listrik dan air.

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.



Salah satu perusahaan yang menjalankan bisnis *e-wallet* ialah PT Espay Debit Indonesia Koe (EDIK) dengan aplikasi dompet digitalnya yang bernama DANA. DANA merupakan inovasi digital di bidang layanan keuangan yang dirancang sebagai solusi transformatif dalam ekosistem pembayaran digital. Sejak berdirinya DANA pada 5 Desember 2018, *platform* ini telah memperoleh tiga lisensi fundamental dari Bank Indonesia, yang mencakup kategori penerbit uang elektronik, penyelenggara dompet digital, serta penyelenggara transfer dana. DANA saat ini memiliki berbagai kemitraan yang tersebar ke berbagai sektor, seperti Bank BRI, BCA, Mandiri, serta Visa, tak luput juga banyak *merchant* di *platform online* dan *offline* yang menggunakan DANA untuk transaksi yang dilakukannya.

DANA terus melakukan inovasi dan mengembangkan berbagai macam fitur yang dapat digunakan, mulai dari DANA *Goals*, layanan *transfer* sesama pengguna DANA serta transfer ke rekening bank, fitur *split bill*, hingga fitur investasi mulai dari reksa dana hingga emas. Selain dari fitur-fitur yang melimpah, DANA juga memiliki berbagai sertifikasi keamanan dengan standar tinggi, mulai dari sertifikasi ISO 27001, sertifikasi PCI-DSS, 0 *Data Sharing Policy*, dan DANA *Protection* yang memberikan jaminan uang kembali 100%. Implementasi teknologi digital dalam layanan keuangan ini memberikan sejumlah keunggulan signifikan dibandingkan dengan mekanisme pembayaran konvensional atau transaksi menggunakan uang fisik. Tujuan fundamental dari keberadaan teknologi yang diaplikasikan DANA adalah mengoptimalkan pengalaman pengguna melalui peningkatan efektivitas dan efisiensi dalam proses transaksi keuangan. Di tengah intensifnya persaingan ekosistem aplikasi dompet digital, DANA secara konsisten memosisikan dirinya untuk terus berinovasi dan berkompetisi dengan *platform* sejenis yang turut meramaikan pasar layanan keuangan digital. Berikut disajikan gambar terkait *e-wallet* paling sering dipakai di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

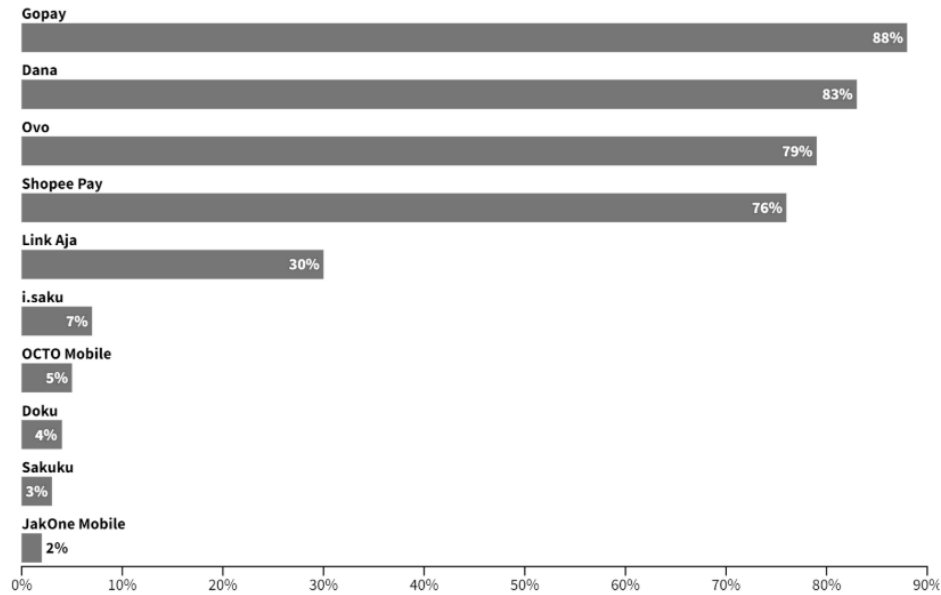
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Gambar 1. 2

Persentase *E-Wallet* yang Paling Sering Dipakai di Indonesia



Sumber: GoodStats.id, “*Ini 10 E-Wallet yang Paling Sering Dipakai Masyarakat Indonesia Tahun 2022*”

Berdasarkan gambar 1.2 di atas dari *website* GoodStats, diketahui bahwa dari daftar *e-wallet* yang ada di Indonesia, DANA menduduki peringkat kedua dalam kategori *e-wallet* yang paling sering digunakan di Indonesia. Survei tersebut dilakukan oleh Populix dengan melibatkan 1.000 responden di Indonesia.

Berdasarkan data yang ada, dapat diketahui bahwa *e-wallet* DANA memiliki angka pengguna yang baik di mata konsumen. Keberhasilan DANA menduduki peringkat *top 2 e-wallet* di Indonesia tidak semata-mata diukur dari kuantitas pengguna, melainkan juga ditentukan oleh kualitas pengalaman dan kepercayaan yang berhasil dibangun dengan basis konsumennya. Dalam persaingan *e-wallet* yang semakin kompetitif, jumlah pengguna menjadi indikator awal yang harus dipertahankan melalui pengalaman merek (*brand experience*) yang baik serta berkelanjutan juga dengan membangun kepercayaan merek (*brand trust*) yang mendalam dengan pengguna.

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.



Pengalaman merek atau disebut juga sebagai *brand experience* didefinisikan sebagai keseluruhan kesan dan perasaan yang dialami oleh seseorang ketika berinteraksi dengan sebuah *brand*, mulai dari desain, kemasan, komunikasi, hingga lingkungan yang melingkupinya (Brakus et al., 2009). Menurut Situmorang (2023: 80) kepercayaan merek atau *brand trust* adalah rasa percaya pelanggan kepada suatu merek, yang terbentuk dari kombinasi perasaan dan pemikiran logis. Niat beli atau *purchase intention* didefinisikan sebagai suatu kondisi serta situasi dimana konsumen menunjukkan kemungkinan untuk melakukan pembelian di masa yang akan datang (Rinnanik et al., 2022: 11). Dalam konteks *brand experience* saat menggunakan *e-wallet* DANA, belakangan ini banyak pengguna yang membagikan pengalaman tidak menyenangkan yang mereka alami diberbagai *platform*, salah satunya ialah di Google Play Store.

Gambar 1. 3

Review E-Wallet DANA di Google Play Store



Sumber: Google Play Store

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.



Berdasarkan gambar 1.3, dapat dilihat bahwa pengguna *e-wallet* DANA menyampaikan pengalaman tidak menyenangkan dengan menuliskan *review* buruk yang dapat dilihat oleh pengguna serta calon pengguna baru. *Review-review* buruk yang sedang ramai diperbincangkan tentang DANA berisiko menurunkan niat calon pengguna baru dalam menggunakan DANA dan merusak kepercayaan merek dan citra merek DANA itu sendiri. Pengalaman buruk tersebut memengaruhi kepercayaan mereka untuk kembali menggunakan *e-wallet* DANA di masa depan, hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas dan Ishak pada Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen tahun 2023 yang berjudul *Pengaruh Brand Experience, Brand Satisfaction, dan Brand Trust terhadap Brand Loyalty pada Pengguna Smartphone Xiaomi di Yogyakarta*.

Berdasarkan latar belakang yang peneliti uraikan di atas, peneliti tertarik untuk membahas topik ini lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh *Brand Experience* dan *Brand Trust* terhadap *Purchase Intention* Menggunakan *E-Wallet* DANA di Jakarta Tahun 2024”**.

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan pernyataan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *brand experience* memengaruhi *purchase intention* konsumen secara positif dan signifikan dalam menggunakan *e-wallet* DANA?
2. Apakah *brand trust* memengaruhi *purchase intention* konsumen secara positif dan signifikan dalam menggunakan *e-wallet* DANA?
3. Faktor apa saja yang memengaruhi *purchase intention* bagi pengguna *e-wallet* DANA?



4. Faktor apa saja yang memengaruhi *brand experience* dari *e-wallet* DANA bagi para penggunanya?
5. Faktor apa saja yang memengaruhi *brand trust* dari *e-wallet* DANA bagi para penggunanya?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pernyataan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Brand Experience* memengaruhi *Purchase Intention* konsumen dalam menggunakan *E-Wallet* DANA?
2. Apakah *Brand Trust* memengaruhi *Purchase Intention* konsumen dalam menggunakan *e-wallet* DANA?

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki batasan-batasan sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah *e-wallet* DANA.
2. Subjek penelitian ini adalah pengguna dari *e-wallet* DANA dan berdomisili di Kota Jakarta.
3. Wilayah penelitian dilakukan di Kota Jakarta.
4. Periode penelitian dilakukan pada bulan November 2024 sampai dengan bulan Februari 2025.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, batasan masalah, dan batasan penelitian yang telah peneliti uraikan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana *Brand Experience* dan *Brand Trust* berpengaruh terhadap *Purchase Intention* Menggunakan *E-Wallet* DANA di Kota Jakarta Tahun 2024?”.



1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan apa yang telah peneliti jabarkan di atas, dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *brand experience* terhadap *purchase intention* konsumen dalam menggunakan *e-wallet* DANA.
2. Menganalisis pengaruh *brand trust* terhadap *purchase intention* konsumen dalam menggunakan *e-wallet* DANA.

1.7 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian sebelumnya, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut:

1. Perusahaan (PT. Espay Debit Indonesia Koe - DANA)
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang positif bagi PT. Espay Debit Indonesia Koe yang menaungi *e-wallet* DANA. Dengan demikian, nantinya perusahaan dapat mengevaluasi serta merumuskan strategi yang lebih efektif terkait *brand experience* dan *brand trust*, untuk meningkatkan *purchase intention* menggunakan *e-wallet* DANA.
2. Pembaca
Diharapkan hasil penelitian dapat menambah pemahaman dan pengetahuan para pembaca, mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *purchase intention* konsumen khususnya mengenai *brand experience* dan *brand trust* dalam memilih *e-wallet* sebagai alat transaksi.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti topik yang serupa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.