

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, teknologi telah berkembang pesat yang dimana salah satunya adalah dengan datangnya *e-wallet* yang dapat dijadikan dan digunakan sebagai salah satu solusi untuk dapat masyarakat terpenuhi kebutuhan serta dapat memudahkan pekerjaan masyarakat dalam menggunakan teknologi tersebut agar masalah yang dialami oleh masyarakat dapat terselesaikan dengan baik . Akhir-Akhir ini, dompet digital atau *e-wallet* telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Dompet digital lama-lama menjadi salah satu teknologi yang semakin dikenali untuk dapat membuat masyarakat melakukan berbagai transaksi, mulai dari pembayaran tagihan hingga pembelian online berkat berkat adanya teknologi yang semakin tidak lambat dan praktis untuk digunakan .

E-Wallet menyediakan kepraktisan yang dapat memudahkan masyarakat agar terus menggunakan teknologi tersebut. Salah satu bentuk kepraktisan yang ada pada *e-Wallet* adalah bahwa pelanggan tidak perlu untuk melakukan transaksi pembayaran apapun dengan menggunakan cash atau uang tunai melainkan saat hadirnya sebuah teknologi baru di era digital, pelanggan sekarang bisa memanfaatkan adanya transaksi pembayaran melalui sebuah virtual misalnya bisa dilakukan dengan melakukan sebuah transfer uang ke rekening lain tempat pelanggan melakukan transaksi pada rekening tersebut sehingga pelanggan tidak perlu untuk datang langsung ke bank dan tarik tunai ke bank. Dengan begitu

maka keamanan pelanggan akan terjamin pada saat menggunakan *e-Wallet* dan pelanggan tidak akan mudah untuk ditipu oleh pelanggan lain data karena data privasi pelanggan sudah terlindungi.

Dibawah ini adalah data Metode Pembayaran yang memiliki Persentase Pengguna terbanyak di Indonesia Tahun 2023

Gambar 1. 1
Metode Pembayaran yang memiliki Persentase Pengguna tertinggi di Indonesia
Tahun 2023



Sumber Data : Nabilah Muhamad, East Ventures (EV), 2024

<https://bankjombang.co.id/e-wallet-jadi-metode-pembayaran-terpopuler-di-indonesia-2022-ini-potensinya-pada-2025-mendatang/>

Berdasarkan data East Ventures (EV) pada Tahun 2023 , Diantara kesembilan *e-Wallet* maka salah satu Metode Pembayaran dengan yang memiliki Persentase Pengguna tertinggi di Indonesia adalah *E-Wallet* sebesar 81% dibandingkan dengan Metode Pembayaran lainnya. Berdasarkan data tersebut maka bisa

disimpulkan bahwa untuk Metode Pembayaran yang memiliki Persentase Pengguna tertinggi di Indonesia adalah Metode Pembayaran untuk *e-Wallet* sehingga Metode Pembayaran ini bisa menjadi salah satu cara serta alternatif yang terbaik yang dapat dimanfaatkan oleh pelanggan Gopay ketika pelanggan Gopay ingin memakai Metode Pembayaran dengan lebih aman, dan efisien dan juga bisa menjadi salah Metode Pembayaran yang semakin dikenal dibandingkan dengan Metode Pembayaran yang lainnya.

Dibawah ini adalah data Persentase Pengguna *E-Wallet* tertinggi Tahun 2024

Gambar 1. 2

Persentase Pengguna *E-Wallet* tertinggi Tahun 2024



Sumber Data : Dari Rania, *Jubelio Blog*, , 2024

<https://jubelio.com/hasil-survei-dompot-digital-paling-favorit-di-indonesia/#:~:text=Berdasarkan%20data%20yang%20dikutip%20dari>

Berdasarkan data yang dikutip dari Databooks Pada Tahun 2024, Diantara kelima *E-Wallet* maka salah satu platform dompet digital yang semakin banyak dikenal oleh kalangan masyarakat adalah Gopay. Dapat dilihat berdasarkan gambar diatas, Diantara kelima *E-Wallet* pengguna Aplikasi Gopay tersebut lebih banyak dengan persentasenya sebanyak 71 persen dibandingkan

dengan keempat *E-Wallet* lainnya yang memiliki persentase pengguna yang sedikit.

Dibawah ini adalah Gambar Akun Instagram Gopay Per Oktober 2024

Gambar 1.3
Akun Instagram Gopay Per Oktober 2024



Sumber Data : *Instagram*, Akun Ig: @gopayindonesia, 2024

<https://www.instagram.com/gopayindonesia?igsh=MXg0Y25pNnU2NGdtdQ==>

Gopay memiliki akun instagram yaitu @gopayindonesia. Bisa dilihat juga pada tahun 2024 , Akun Instagram @gopayindonesia memiliki jumlah followers dan jumlah konten yang sangat banyak . Hal ini bisa dibuktikan dengan jumlah followers sebanyak 533.000, dengan jumlah konten sebanyak 2.300 konten. Menurut Nasta'in et al. (2023) Pemasaran konten adalah kebijakan pemasaran yang lebih menitikberatkan dalam menciptakan dan membagikan konten yang berfaedah, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, mencermati konten yang dibagikan dengan update secara rutin.. Hal ini dibuktikan dengan Gopay lebih sering proaktif untuk mengupdate informasi-informasi yang terbaru dengan rajin untuk mengupload konten-konten yang bervariasi seperti konten informatif, konten edukatif, yang bernilai, relevan, dan konsisten baik dalam

konten feeds maupun konten reels. Menurut Puspasari dan Haditya (2023) menyatakan bahwa “Konten yang dipakai oleh pemasar pun dapat membagikan peran sebagai daya tarik untuk dapat menjaga pelanggan, yang secara tidak langsung dapat mengkonversi atau memberikan dampak terhadap consumer behaviour”. Dengan Pemasaran konten di Instagram, Gopay dapat lebih interaktif dengan planggannya sehingga mereka dapat memberikan *likes*, komentar, dan *shares* (berbagi dengan pelanggan lainnya).

Selain dengan pemasaran konten, pemasar juga bisa menerapkan pemasaran berbasis pengalaman (*Experiential Marketing*). Menurut Ardini et al. (2024) Pemasaran Berbasis Pengalaman menerangkan bahwa pemasar menegosiasikan produk dan jasanya pada pengalaman yang tidak sama melainkan berbeda bagi konsumen dengan elemen-elemen konsumen yang dibangun. Salah satu upaya menawarkan pengalaman kepada pelanggan melalui kegiatan-kegiatan seperti seminar, bazaar, dan kegiatan promosi lainnya. Seperti tampak gambar dibawah ini Gopay pernah mengadakan seminar tentang perang melawan Judi online.

Gambar 1. 4

Seminar Gopay ‘Perangi Judi Online’



Sumber Data: Andini Rahmawati, Radio Republik Indonesia, 2024

<https://www.rri.co.id/bisnis/1058333/menteri-kominfo-dukung-kampanye-judi-pasti-rugi>

Dalam seminar untuk melawan Judi Online pada tanggal 20 Oktober 2024 yang diadakan oleh Gopay tersebut bertujuan untuk memberikan pembelajaran yang sangat berharga kepada masyarakat serta mensosialisasikan bahaya judi online kepada masyarakat yang kurang sadar terkait dengan bahaya judi online supaya masyarakat bisa sadar tentang bahaya judi online supaya masyarakat yang mengikut seminar yang diadakan oleh Gopay dapat menyadari terkait dengan pentingnya pencegahan. Dalam praktek Judi online, maka Judi online dapat memberikan dampak negatif dari beberapa aspek kehidupan, diawali dari ekonomi hingga sosial sehingga masyarakat perlu mewaspadaai terkait dengan bahaya judi online yang dapat merugikan diri masyarakat. Oleh karena itu, Dengan Gopay mengadakan seminar ini maka masyarakat tersebut akan dapat menambah wawasan terkait dengan Judi Online serta bisa mempraktekkan apa yang diajarkan oleh Gopay terkait dengan Judi Online agar dapat meminimalkan terkait dengan Judi Online.

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah didapatkan oleh peneliti, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana “ Pengaruh Pemasaran konten di Instagram dan Pemasaran berbasis pengalaman terhadap Loyalitas Pelanggan Gopay.

1.2 Identifikasi Masalah

Peneliti dapat mengidentifikasi masalah sesuai dengan masalah yang terdapat pada latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap pemasaran konten di Instagram Gopay?
2. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap pemasaran berbasis pengalaman Gopay?
3. Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan Gopay?
4. Apakah Pemasaran konten di Instagram berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan Gopay?
5. Apakah Pemasaran berbasis pengalaman berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan Gopay?

1.3 Batasan Masalah

Peneliti dapat membahas ruang lingkup dari permasalahan yang akan diteliti sesuai dengan masalah yang sudah diidentifikasi terlebih dahulu maka pada Latar Belakang Masalah yang dapat meliputi:

1. Apakah Pemasaran konten di Instagram berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Gopay?
2. Apakah Pemasaran berbasis pengalaman berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Gopay?

1.4 Batasan Penelitian

Peneliti dapat menetapkan batasan penelitian pada penelitian ini sebagai berikut:

- a) Objek yang akan diteliti oleh peneliti pada penelitian ini adalah Aplikasi Gopay.
- b) Subjek yang akan diteliti oleh peneliti pada penelitian ini adalah Pelanggan Aplikasi Gopay dan Pengikut akun Gopay Indonesia atau Pelanggan yang pernah melihat konten Gopay Indonesia minimal 17 tahun.\
- c) Periode Penelitian mulai Oktober 2024 sampai dengan Februari 2025.

1.5 Rumusan Masalah

Peneliti dapat merumuskan masalah Sesuai dengan batasan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu : Apakah Pemasaran konten di Instagram dan Pemasaran berbasis pengalaman berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Gopay Tahun 2024?

1.6 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan Rumusan Masalah sebelumnya, maka Peneliti mendapatkan Tujuan Penelitian adalah untuk:

- a) Mengetahui Pengaruh Pemasaran konten di Instagram terhadap Loyalitas Pelanggan Gopay Tahun 2024.
- b) Mengetahui Pengaruh Pemasaran berbasis pengalaman terhadap Loyalitas Pelanggan Gopay Tahun 2024.

1.7 Manfaat Penelitian

Pada bagian Manfaat Penelitian yang pernah dilakukan dijelaskan Manfaat Penelitian bagi perusahaan Gojek dan Manfaat Penelitian bagi peneliti adalah

1. Bagi Perusahaan Gojek:

Penelitian ini diharapkan dapat membantu Gojek dalam hal memberikan masukan serta informasi terkait persepsi pelanggan Gopay agar Gopay menjadi salah satu perusahaan yang lebih unggul dalam bisnis *E-Wallet* mengalahkan pesaing-pesaingnya.

2. Bagi Peneliti:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti tentang Pemasaran konten, Pemasaran berbasis pengalaman, dan Loyalitas Pelanggan serta semoga bisa menjadi bahan-bahan referensi bagi peneliti lainnya.