

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Electronic Wallet (E-Wallet) yang selanjutnya disebut Dompot Elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran berupa alat pembayaran yang dapat menampung dana, untuk melakukan pembayaran. (Gubernur Bank Indonesia, 2016)

Teknologi *E-Wallet* sudah berkembang sangat pesat. Penggunaan *E-Wallet* memiliki potensi untuk meminimalkan penggunaan mata uang konvensional yang dimana mata uang konvensional rawan untuk dipalsukan dan juga tidak praktis untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga, banyak sekali perusahaan perusahaan retail yang bekerjasama dengan perusahaan *E-Wallet* dan menjadikan *E-Wallet* sebagai alat pembayaran sekundernya, disamping mata uang konvensional. Hal ini didukung oleh banyaknya *E-Wallet* yang sedang berkembang di Indonesia yaitu OVO, Dana dan Go-Pay. Perkembangan *E-Wallet*, terutama di Indonesia beberapa tahun ini kian meningkat, ditunjukkan dengan adanya peningkatan perkembangan aplikasi E-Wallet di Indonesia meningkat sekitar 50 persen sejak kuartal keempat tahun 2017 hingga kuartal kedua 2019. (IPrice, 2019)

Berbagai macam kelebihan *E-wallet* sebagai salah satu fasilitas pembayaran yang paling nyaman adalah kemudahan dalam mempersiapkannya yang tanpa memerlukan uang tunai fisik, sehingga sewaktu-waktu dapat ditransaksikan di tengah-tengah aktivitas. Contoh kemudahan lain: isi ulang atau top up yang bebas biaya administrasi terutama bila berada dalam satu manajemen perusahaan, aplikasi yang mudah ditemukan dan diunduh untuk digunakan dan verifikasi pembayaran yang makin lama makin nyaman dan aman seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, seperti tinggal mendekati smarthphone ke reader atau mesin pembaca pada merchant untuk langsung bertransaksi dapat diperoleh dengan menggunakan *E-wallet*.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell C. , 1992) sehingga kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam rangka meningkatkan jumlah pengguna E-Wallet.

Terlepas dari manfaat yang telah dipaparkan, adopsi penggunaan layanan ini masih rendah. Sebuah survei menunjukkan Indonesia menempati posisi ke-33 dari 34 negara pada survei kesiapan penggunaan teknologi pembayaran elektronik sehingga konsumen di Indonesia berada di bawah rata-rata dalam keakraban, frekuensi, dan kemauan menggunakan mobile payment (MasterCard, 2012). Ketersediaan opsi metode pembayaran menggunakan pembayaran elektronik yang masih sedikit dan rendahnya penggunaan layanan dikarenakan konsumen masih menyukai metode pembayaran standar menggunakan kartu kredit atau debit, transfer bank serta melakukan transaksi secara tunai serta belum terbiasa menggunakan perangkat mobile untuk melakukan pembayaran dan adanya persepsi kurang nyaman menggunakan smartphone dengan layar kecil untuk melakukan transaksi masih menjadi pertimbangan dasar seseorang untuk melakukan transaksi non tunai.

Beberapa penelitian sebelumnya telah melakukan pengkajian terkait dengan kepuasan pelanggan dalam kaitannya dengan rekomendasi teknologi E-Wallet kepada calon pengguna lain. Penelitian pertama dilakukan oleh (Oliveira, Thomas, Baptista, & Campos, 2016) Penelitian ini membahas tentang faktor yang mempengaruhi pengadopsian teknologi *Mobile Payment* kepada para pelanggannya dan ketertarikan pelanggannya dalam merekomendasi teknologi *Mobile Payment*. Dalam Penelitian tersebut, mempertimbangkan indikator berupa inovasi dan kemudahan sehingga terciptanya kesuksesan implementasi

dari *Mobile Payment*. Terdapat penelitian lain yang berkaitan, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Park, Jun, & Park, 2017). Penelitian ini membahas tentang faktor dari penggunaan *Mobile Payment System* yang terdiri dari kepuasan para pengguna dan kegunaan dari *Mobile Payment System* itu sendiri.

Penelitian mengenai analisis terkait adopsi penggunaan dengan menggunakan *Diffusion of Innovations (DOI)* dan *Expectation-Confirmation Theory (ECT)* telah dilakukan sebelumnya. Penelitian tersebut dilakukan oleh (Chen, Yen, & Peng, 2017) Penelitian ini membahas Integrasi Model antara antara *Innovation Diffusion Theory (IDT)* yang dimana model tersebut merupakan nama lain dari *Diffusion of Innovations (DOI)*, *Expectation-Confirmation Model (ECT)* dan *Technology Acceptance Model (TAM)* dalam rangka melakukan penelitian untuk memahami persepsi dan pendapat pengguna *e-magazine* yang meliputi faktor inovasi dengan faktor kebiasaan yang bertujuan untuk menyelidiki dan memprediksi keyakinan pengguna dalam penggunaan *e-magazine*, serta mempelajari faktor-faktor utama intensi pengguna untuk terus menggunakan layanan *E-Magazine*.

Berdasarkan pernyataan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini akan membahas tentang analisis faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk menggunakan teknologi berbasis E-Wallet yang dipasarkan pada *mobile apps marketplace Google Play Store* dan *Apple Play Store* menggunakan model *Diffusion of Innovations (DOI)* dan *Expectation Confirmation Theory (ECT)*. Penelitian ini dilakukan pada platform *Google Play Store* dan *Apple Play Store* dikarenakan setiap pengguna yang menggunakan E-Wallet baik pengguna yang menggunakan sistem operasi *Android* maupun *iOS* merupakan pengguna yang masuk kedalam lingkup pengguna E-Wallet secara umum. Hasil dari penelitian ini berupa variabel yang berpengaruh besar terhadap faktor kepuasan pelanggan dalam penggunaan E-Wallet dan dapat dijadikan rekomendasi kepada para pengembang dari aplikasi berbasis E-Wallet agar E-Wallet tetap digunakan oleh masyarakat dan mampu bersaing dengan teknologi

pembayaran lainnya. Penelitian ini berjudul “*Analisis Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan E-Wallet pada Masyarakat dengan Menggunakan Integrasi Model Expectation-Confirmation Theory (ECT) dan Diffusion of Innovations (DOI)*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan dan merekomendasikan aplikasi *E-Wallet*?
2. Bagaimanakah proses analisis kepuasan konsumen dalam penggunaan *E-Wallet* dengan menggunakan *Model Expectation-Confirmation Theory (ECT) dan Diffusion of Innovations (DOI)*?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan pada rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan dan merekomendasikan aplikasi *E-Wallet*
2. Menganalisis kepuasan konsumen dalam penggunaan *E-Wallet* dengan menggunakan *Model Expectation-Confirmation Theory (ECT) dan Diffusion of Innovations (DOI)*

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan penyedia *E-Wallet*
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi terkait kepuasan pelanggan dalam rangka pengembangan strategi perusahaan penyedia *E-Wallet*

2. Bagi Pengguna *E-Wallet*

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi terkait *E-Wallet* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna

1.5. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini agar bahasan pembahasan permasalahan tidak meluas adalah sebagai berikut:

1. Pengguna aplikasi *E-Wallet* berupa OVO, Dana dan Go-Pay
2. Pengguna aplikasi *E-Wallet* yang telah menggunakan aplikasi E-Wallet minimal 1 kali.
3. Penyebaran kuisisioner penelitian secara *online* melalui *Google Form*