

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

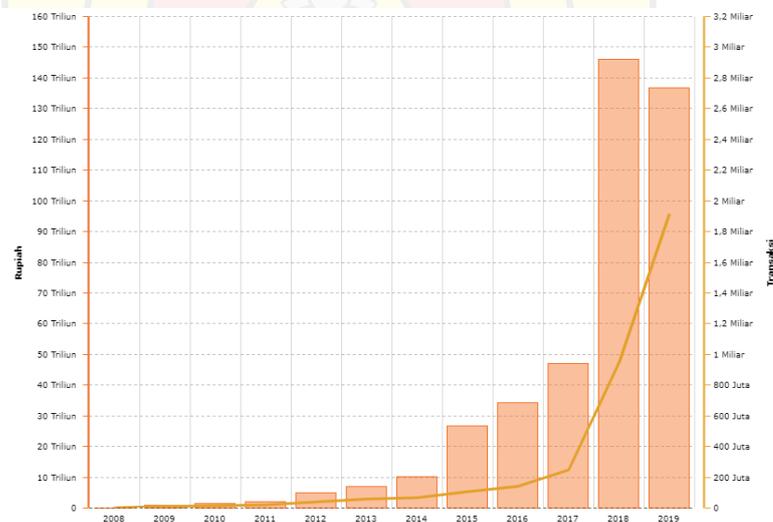
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju telah membawa perubahan yang besar terhadap kehidupan kita. Banyak hal yang dapat diketahui, dilakukan, dan dipermudah dengan hadirnya sebuah teknologi. Sehingga dengan berkembangnya suatu teknologi secara terus-menerus diharapkan dapat memberi dampak positif terhadap perkembangan dan kemajuan bangsa.

Untuk mengikuti perkembangan teknologi tersebut berbagai kegiatan bisnis mulai mengubah dirinya menjadi perusahaan global, tak terkecuali perbankan. Inovasi-inovasi dalam dunia perbankan juga mengalami perubahan pesat mengikuti perkembangan teknologi, salah satu inovasi yang dikembangkan perbankan adalah hal pembayaran. Perubahan alat pembayaran berkembang sangat pesat mengikuti perkembangan ilmu dan teknologi serta kebutuhan manusia. Saat ini masyarakat telah menyadari akan pentingnya alat transaksi yang tidak bersifat fisik, baik kertas maupun logam, yaitu dengan menggunakan uang elektronik.

Dalam ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang uang elektronik dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 3 menerangkan uang elektronik adalah alat pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit; nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*;

digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksudkan dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Saat ini terdapat 20 (dua puluh) lembaga baik bank ataupun bukan bank yang menerbitkan produk uang elektronik dan telah disahkan oleh Bank Indonesia.

Dalam era yang serba digital seperti sekarang ini, perkembangan teknologi membawa perubahan pada sistem bertransaksi dari *offline* ke *online*. Berikut data transaksi uang digital di Indonesia yang dijelaskan pada gambar 1.1:



Sumber: www.katadata.co.id

**Gambar 1.1 Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik
2008 – 2019 di Indonesia**

Data Bank Indonesia (BI) menunjukkan, volume transaksi uang elektronik pada akhir 2018 melonjak 209,8% menjadi 2,9 miliar transaksi

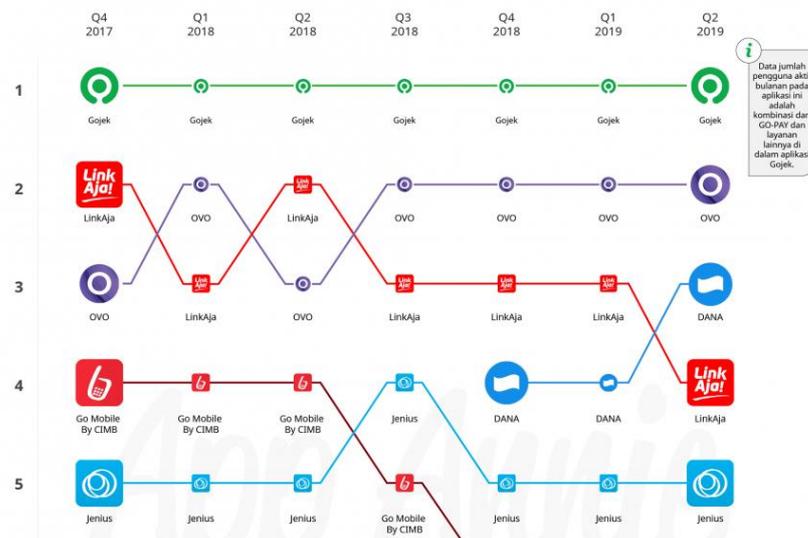
dibandingkan 2017 sebesar 943,3 juta transaksi. Hingga Juli 2019, volume transaksi uang elektronik telah mencapai 2,7 miliar transaksi atau mendekati angka pada akhir 2018. Hal yang sama juga terjadi pada nilai transaksi uang elektronik yang melonjak hingga 281,39%. Pada 2018 nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp 47,2 triliun. Angka tersebut meningkat sebesar Rp 34,8 triliun atau hampir tiga kali lipat dibandingkan 2017 yang sebesar Rp 12,4 triliun. Hingga Juli 2019 nilai transaksi uang elektronik sudah melampaui nilai transaksi pada 2018, yaitu sebesar Rp 69 triliun. Peningkatan transaksi uang elektronik sejalan dengan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang dicanangkan oleh BI sejak 2014.

Uang elektronik merupakan sebuah inovasi untuk kebutuhan transaksi pembayaran yang bersifat mikro (*retail*) yaitu pembayaran dalam jumlah sedikit. Bentuk fisik dari uang elektronik adalah berupa kartu atau media lain yang ditanamkan sebuah *chip* yang didalamnya terdapat nominal uang yang bisa digunakan untuk bertransaksi. Hal ini mempermudah konsumen karena tidak perlu membawa uang tunai jika ingin melakukan pembayaran, sehingga dapat mengurangi tingkat kriminalitas.

Seiring dengan dikenalnya uang elektronik yang berbasis *chip* secara luas di tengah-tengah masyarakat, maka banyak perusahaan *start up* membangun bisnis *fintech* sehingga tercipta yang disebut *e-wallet*. *E-wallet* sebenarnya juga termasuk dalam uang elektronik, perbedaannya pada media penyimpanan uang elektroniknya. *E-wallet* adalah suatu aplikasi yang terkoneksi dengan internet yang menyimpan nominal uang elektronik tidak

membutuhkan media kartu, hanya menggunakan *smartphone* yang pasti dibawa oleh masyarakat saat ini maka *e-wallet* bisa digunakan untuk berbagai macam transaksi.

Berdasarkan data dari Bank Indonesia, sudah ada 38 *e-wallet* yang mendapatkan lisensi resmi. Pada tahun 2018, transaksi *e-wallet* di Indonesia mencapai angka USD1.5 miliar dan diprediksikan akan meningkat menjadi USD 25 miliar pada tahun 2023. Berikut ini adalah hasil riset dari iPrice Group yang bekerjasama dengan perusahaan analisis data terpercaya App Annie mengenai 5 *e-wallet* terpopuler di Indonesia pada kuartal 4 tahun 2017 – Kuartal 2 tahun 2019 yang dijelaskan pada gambar 1.2 sebagai berikut:



Sumber: www.iprice.co.id

Gambar 1.2 Aplikasi E-Wallet Paling Populer di Indonesia Pada Tahun 2017 - 2019

Berdasarkan aplikasi *e-wallet* paling populer di Indonesia tahun 2017 – 2019 ditunjukkan pada kuartal 4 tahun 2017 3 posisi teratas adalah Gopay

disusul dengan Link Aja dan OVO. Namun pada kuartal 1 tahun 2018 mengalami pergeseran posisi antara OVO dan Link Aja yang berlanjut pada kuartal 2 dan 3 tahun 2018. OVO dan Link Aja terlihat memperebutkan posisi kedua sementara untuk posisi pertama masing stabil dipegang oleh Gopay. Urutan posisi mulai stabil pada kuartal ke 4 tahun 2018 sampai dengan kuartal 2 tahun 2019 yaitu dengan Gopay pada posisi pertama, OVO pada posisi kedua dan Link Aja pada posisi ketiga. Pada tahun 2018 kuartal ke 3 sampai kuartal ke 2 tahun 2019 OVO tetap menduduki posisi kedua menunjukkan bahwa OVO meningkat sangat pesat.

PT. Visionet Internasional atau biasa dikenal dengan OVO merupakan layanan keuangan digital asal Indonesia yang mempermudah pengguna untuk bertransaksi di *merchant*. Perjalanan OVO dimulai pada tahun 2016 sebagai aplikasi yang menawarkan pembayaran, poin loyalitas, dan layanan keuangan yang didukung oleh lengan digital Lippo Group. Saat ini OVO tersedia untuk *platform* android dan iOS. *Head of Strategy and Innovation Lab* OVO Abraham Viktor mengklaim saat ini telah memiliki 115 juta pengguna di 300 kota di seluruh Indonesia dan saat ini pihaknya telah bekerja sama dengan 200 ribu *merchant* mikro kecil dan menengah (UMKM) yang dilansir dari www.cnnindonesia.com.

OVO merupakan salah satu *e-wallet* yang memberikan poin kepada pelanggan setiap melakukan transaksi di berbagai *merchant* dengan tujuan untuk memberikan kepuasan bagi pelanggan OVO, hal tersebut dapat dibuktikan dengan *rating e-wallet* yang tinggi. Berikut *rating* yang diberikan

oleh para pengguna *e-wallet* pada *platform* android dan iOS dijelaskan pada tabel 1.1 sebagai berikut

Tabel 1.1
Rating E-Wallet pada Platform

Jenis <i>E-wallet</i>	<i>Rating (Skala 1 – 5)</i>	
	<i>Play Store</i>	<i>App Store</i>
Dana	4.5	4.8
Link Aja!	4.1	3.4
OVO	4.0	3.8

Sumber: *Play Store* dan *App Store*

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa Dana memperoleh *rating* yang tinggi diantara *e-wallet* lainnya dengan rata-rata pengguna memberikan *rating* sebesar 4.5 pada *Play Store* sedangkan 4.8 pada *App Store*. Namun ada perbedaan pada pengguna OVO dan Link Aja!. Pada *play store* Link Aja! memiliki *rating* 4.1 sedangkan OVO memiliki *rating* 4.0, artinya Link Aja! memiliki *rating* lebih tinggi dibandingkan OVO. Sedangkan pada *App Store*, OVO memiliki *rating* lebih tinggi dibandingkan Link Aja! dengan skala 3.8. *Rating* tersebut didasarkan pada tingkat kepuasan pelanggan setelah menggunakan *e-wallet* yang dapat dilihat di *Play Store* dan *App Store*. Walaupun pengguna OVO lebih banyak dibandingkan Dana dan Link Aja!, namun *rating* OVO lebih rendah dibandingkan Dana dan Link Aja!. Dilihat dari data diatas, pelanggan *e-wallet* OVO merasa belum cukup puas dengan apa yang diberikan oleh perusahaan *e-wallet* OVO. Selain itu, OVO juga memberikan kepuasan kepada pelanggannya melalui keanggotaannya yaitu OVO Premier. Hal utama yang membedakan OVO Premier dengan OVO Club adalah fitur dalam aplikasi yang digunakan, seperti fitur transfer.

Dengan begitu pelanggan yang ingin mendapatkan fitur transfer harus mendaftarkan dirinya dan mengajukan kepada perusahaan *e-wallet* OVO melalui *booth e-wallet* OVO yang tersedia di berbagai macam tempat seperti mall, hal tersebut cukup menyulitkan pelanggan yang ingin menjadi member OVO Premier.

Pengamat perbankan Deruri yang dilansir www.cnnindonesia.com menyebutkan bagi perekonomian, sistem pembayaran yang mudah dan efisien akan berdampak positif. Permintaan barang bisa meningkat karena konsumen yang tadinya kesulitan membayar, kini memiliki opsi pembayaran yang lebih mudah. Kemudahan sistem pembayaran akan mengubah perilaku konsumen ingin berbelanja tidak perlu keluar rumah, cukup melalui ketukan jari di telepon genggam.

OVO menawarkan kemudahan bertransaksi tanpa mengharuskan nasabahnya membawa *cash* terlalu banyak, salah satunya cukup dengan menunjukkan aplikasi OVO yang didalamnya terdapat saldo *cash* maupun poin. Selain itu OVO hanya menggunakan lima menu utama pada tampilannya, yaitu *Home*, *Deals*, *Finance*, *Wallet*, dan *History* sehingga dapat memudahkan penggunaannya untuk mempelajari dan menggunakan. Kemudahan yang diberikan oleh OVO kepada penggunaannya sangat beragam, mulai dari pembayaran transportasi, pembelian pulsa dan pengisian saldo OVO melalui kartu debit atau *merchant* maupun *booth* yang dapat ditemui di beberapa tempat.

OVO merupakan salah satu bentuk *e-wallet* yang memungkinkan pengguna tersebut melakukan kegiatan pembayaran ataupun transaksi tanpa harus menggunakan uang *cash* dikarenakan OVO telah bekerjasama dengan berbagai pihak *merchant*. Konsep transaksi yang diterapkan oleh OVO dengan sistem pembayaran digital, maka OVO harus memperhatikan kepercayaan pelanggan. Melihat dari sisi kepercayaan, berikut *review* pengguna OVO terhadap aplikasi OVO pada *play store* dan *app store*:

Tabel 1.2
Review Pengguna OVO Terhadap Aplikasi OVO pada
Play Store dan App Store

Nama Pengguna	Komentar	Platform
Iwan Emmer	Saya pengguna setia, tetapi saya sangat kecewa dengan layanan ini. Saya melakukan pengisian pulsa lewat ovo, saldo ovo terpotong tetapi pulsa tidak masuk. Sudah saya kirim <i>email</i> juga tidak ada respond an sudah lewat pula dari 1x24 jam. Hati-hati dengan transaksi ovo.	<i>App Store</i>
Riansyah18	Ovo bener2 tidak jelas di dalam ada saldo saya tapi tidak dapat login. Cs ga bisa kasih jawaban, sementara saldo di dalam app lumayan. Saya akan buat laporan ke pihak berwajib terkait tindakan akun OVO yang tidak aman dalam menyimpan uang nasabah dan sesukanya! Saya seorang pembisnis dan banyak relasi, akan saya pastikan pengguna OVO teman2 saya off dari ovo	<i>App Store</i>

	sangat tidak aman dan sisa saldo saya 600rb di dalam sana, sampai hari ini belum ada kejelasan. Maaf sekali, uang digital dari ovo tidak menjamin keamanan.	
Ruby Argavani	Kenapa pas mau ganti <i>security code</i> gabisa? Saat verifikasi kodenya malah muncul tulisan <i>code invalid</i> ? Padahal udah di cek berkali-kali betul kok.	<i>App Store</i>
Al-Mi'raz	OVO gimana sih? Saldo di BCA terpotong tapi tidak masuk ke saldo OVO. 2.500.000 bukan uang sedikit.	<i>App Store</i>
Ccselviaaaa	Hati-hati bagi yang transfer ke OVO dengan jumlah yang sangat besar, hari ini saya transfer ke OVO tapi tiba-tiba transaksi gagal tapi di sedot dong tiba-tiba saldonya hilang baru banget <i>top up</i> dari BCA eh pas di OVO sudah hilang gitu aja.	<i>App Store</i>
Bahtiar Saputra	Mengecewakan sekarang. Saya mau melakukan transaksi, sudah saya masukan kode <i>security</i> yang sebelumnya saya buat. Namun selalu gagal. Akhirnya akun di ban beberapa jam. Sudah nungguin, saya coba lagi dan masih tidak bisa. Sangat mengecewakan. Tidak seperti diawal-awal peluncuran.	<i>Play Store</i>

Hendra Poernamas	Beli Token Listrik tidak ada nomornya, disuruh menunggu 3 hari! Saldo sudah terpotong. Harus gelap2 gitu? Cukup sekali ini saya. Harusnya aplikasi ini sudah diblokir dari Google Play Store.	<i>Play Store</i>
Alghaisan Mubarak	Baru kali ini saya sangat kecewa dengan aplikasi OVO. Saya dari tanggal 10 Juli 2020 melakukan pembelian pulsa sampai sekarang pulsa saya tidak masuk juga, gimana tanggung jawab kalian? Masa kalian anggap enteng masalah ini!	<i>Play Store</i>
Fajri Utama Putra	Beli pulsa semalam, sampai pagi ini belum masuk, tapi di history ovo berhasil, data nomor hp tujuan pulsa sudah sesuai, chat cs via aplikasi tidak membantu, bagus cuma pulsa 5 ribu, coba kalo 100ribu dikali 1jt orang, bisa untung banyak kalian, payah lah.	<i>Play Store</i>
Mut Imuth	Awalnya saya suka menggunakan OVO <i>Paylater</i> tapi pas tagihan bulan kemarin saya sudah bayar, di sistem OVO nya belum terkonfirmasi, sampe saya lapor CS berkali-kali cuma disuruh nunggu saja sampai hampir sebulan, dan yang bikin saya jengkel tiap hari tiap jam saya ditelfonin terus disuruh bayar tagihan. Sudah saya bilang saya sudah bayar tapi masih tetap aja ditelfonin terus, dan sekarang akun saya di blokir. Sangat mengecewakan sekali.	<i>Play Store</i>

Sumber: *Review Aplikasi OVO pada Play Store dan App Store*

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa banyak pengguna OVO yang kecewa bahkan melontarkan beberapa *review* negatif pada kolom komentar *Play Store* dan *App Store*. *Review* negatif tersebut antara lain mengenai tidak adanya saldo *e-wallet* OVO yang masuk serta tidak adanya tanggapan yang spesifik dari pihak OVO mengenai keluhan yang disampaikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kurangnya kepercayaan pengguna terhadap aplikasi OVO. Kepercayaan pelanggan menjadi nilai penting bagi pelanggan untuk melakukan transaksi dan berdampak terhadap loyalitas konsumen.

Secara umum loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan timbul dari kesadaran diri dan tanpa adanya paksaan. Loyalitas pelanggan berawal dari kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk atau jasa yang diterimanya berdasarkan harapan yang telah terkonsep dalam pikirannya. Harapan tersebut muncul dari produk atau jasa yang telah diterima sebelumnya serta berita dari *mouth to mouth* yang sampai pada pelanggan. Informasi yang diperoleh dari *olsera.com*, mengatakan OVO memberikan keleluasaan dengan memberikan kemudahan bertransaksi kepada pelanggan untuk menarik pelanggan agar selalu menggunakan OVO. Olivia Samosir, *Director Customer Experience* Ipsos Indonesia mengatakan bahwa 71 persen dari generasi muda termotivasi untuk menggunakan dompet digital pertama kalinya karena adanya promo. Namun, seiring berjalan waktu mereka terbiasa dengan kenyamanan yang ditawarkan dompet digital, loyalitas mereka tidak lagi ditentukan semata-mata oleh promo melainkan kepercayaan dalam menggunakan *e-wallet*.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk meneliti tentang kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan yang dialami pengguna aplikasi *e-wallet* OVO untuk menganalisis loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *e-wallet* OVO, dengan permasalahan ini sebagai skripsi yaitu dengan judul “**PERBEDAAN LOYALITAS PELANGGAN PADA E-WALLET OVO BERDASARKAN KEPUASAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pengguna E-Wallet OVO di Wilayah Jakarta Utara)**”.

1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka dapat di identifikasikan permasalahan yang ada sebagai berikut: Kepercayaan dan kemudahan penggunaan OVO yang sudah lama di perkenalkan ke masyarakat namun OVO tidak mampu untuk menduduki posisi teratas aplikasi *e-wallet* dibandingkan dengan *e-wallet* yang lainnya dan beberapa pelanggan belum merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh OVO.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Agar suatu masalah dapat dikaji secara mendalam, maka perlu pembatasan masalah. Hal ini penting agar masalah yang dikaji menjadi jelas dan mengarahkan perhatian dengan tepat. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas,

maka pembatasan dalam penelitian ini dibatasi pada Perbedaan Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi *E-Wallet* OVO Berdasarkan Kepuasan Pelanggan, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna *E-Wallet* OVO di Wilayah Jakarta Utara).

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan dapat mempengaruhi signifikan membedakan kelompok loyal dan tidak loyal pada pengguna *e-wallet* OVO di wilayah Jakarta Utara?
2. Apakah kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan masuk ke dalam model analisis diskriminan yang signifikan dalam membedakan kelompok yang loyal dan tidak loyal pada pengguna *e-wallet* OVO di wilayah Jakarta Utara?
3. Apakah kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan mempunyai keeratan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna *e-wallet* OVO di wilayah Jakarta Utara?

4. Apakah yang paling dominan membedakan pelanggan yang loyal dan tidak loyal pada pengguna aplikasi *e-wallet* OVO di wilayah Jakarta Utara ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian maka tujuan dari penelitian yang ingin di ketahui adalah :

1. Mengetahui perbedaan loyalitas pelanggan pada aplikasi *e-wallet* OVO berdasarkan kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan.
2. Mengetahui variabel yang paling dominan untuk membedakan pelanggan yang memiliki loyalitas dan pelanggan yang tidak memiliki loyalitas pada aplikasi *e-wallet* OVO.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang - kurangnya dapat berguna sebagai sambungan pemikiran bagi dunia pendidikan mengenai loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sambungan pemikiran bagi pihak yang

mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan solusi terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan pelanggan bagi perusahaan dan sebagai bahan masukan bagi pengambilan keputusan guna menentukan kebijaksanaan perusahaan.

