

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sebagian besar masyarakat setuju bahwa internet merupakan sebuah kemajuan yang banyak memberikan manfaat, terutama dari aspek kebutuhan akan barang dan jasa. Berkembangnya internet juga turut membantu pelaku bisnis untuk terus berinovasi menciptakan sebuah model bisnis baru yang dapat menjadi penyedia perkembangan kebutuhan masyarakat. Saat ini terdapat aplikasi yang mengenalkan layanan pemesanan ojek menggunakan teknologi beserta metode pembayarannya dalam 1 aplikasi, berikut ini penulis menyadikan data beberapa tabel 1.1 dari aplikasi play store:

Tabel 1.1 Penilaian dan Total Download
Go-jek ,Grab dan Uber di aplikasi *Play Store* 2018

No.	Nama Aplikasi	Total Download	Penilaian (★★★★★)	total Penilai	Negara Layanan
1.	Go-Jek	10.000.000 +	4.4	1.238.540	Indonesia
2.	Grab	50.000.000 +	4.4	1.496.820	Indonesia, Malaysia , Filipina, Thailand, Singapura, dan Vietnam
3.	Uber	100.000.000 +	4.2	4.502.696	Seluruh Dunia

Sumber : Aplikasi *Play Store*

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa,Go-Jek di *download* sebanyak 10.000.000+ dan mendapatkan penilaian 4.4 bintang dari 1.238.540 konsumen di negara Indonesia. Grab di *download* sebanyak 50.000.000+ dan mendapatkan penilaian 4.4 bintang dari 1.496.820 konsumen di beberapa negara , sedangkan Uber di *download* sebanyak 100.000.000+ dan mendapatkan penilaian 4.2 bintang dari 4.502.696 konsumen di seluruh dunia. Ini menunjukkan citra perusahaan Go-Jek dan Grab mendapat penilaian yang sama sedangkan Uber mendapat penilaian sedikit lebih baik .

Go-Jek merupakan aplikasi *mobile* untuk layanan transportasi berbasis *online*. Konsumen dapat melakukan order yang diterima oleh pengendara ojek terdekat. Sehingga konsumen dapat memantau langsung lokasi secara *online* pengendara ojek yang akan mengantarnya. Go-jek yang didirikan oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran pada awal kemunculannya pada tahun 2010 (Wulandari, Syah, & Abdillah, 2016) menuai bermacam-macam respon dari masyarakat. Namun seiring berjalannya waktu dan berkembangnya pemahaman masyarakat, Go-Jek dapat diterima dan berkembang pesat di Indonesia dengan mode transportasi ojek *online* . Go-Jek kemudian melakukan banyak inovasi dalam layanannya, seperti *Go-Massage*, *Go-Food*, *Go-Clean*, *Go-Tix*, dan lain-lain yang banyak diminati konsumennya. Beberapa saat setelah kemunculannya, Go-Jek menyertakan fitur *Go-Jek Credit* yang merupakan dompet virtual guna mempermudah transaksi secara *online*.

Go-Jek Credit adalah sebuah sistem pembayaran online yang disediakan oleh Go-Jek bagi konsumen yang tidak menghendaki pembayaran secara tunai. Hal ini tentu saja sudah tidak asing lagi untuk bisnis *E-Commerce* di indonesia, karena *Gojek Credit* bisa dikategorikan sebagai *M-Payment*. *M-Payment* sendiri bisa diartikan sebagai salah satu jenis dari aktivitas bisnis yang melibatkan perangkat

elektronik yang memiliki koneksi dengan *mobile network* agar dapat berjalan.(Liébana-Cabanillas, Sánchez-Fernández, & MuñozLeiva, 2014) Fitur GoJek *Credit* awalnya belum banyak digunakan oleh pengguna Go-Jek karena mereka hanya memerlukan layanan ojek. Namun, seiring berjalannya waktu dan semakin luas inovasi layanan yang ditawarkan oleh Go-Jek, fitur ini menjadi banyak digunakan oleh konsumen Go-Jek dan saat ini namanya berubah menjadi Go-Pay.

Go-Pay merupakan salah satu produk *Financial Technology* yang diusung oleh Go-Jek untuk mempermudah sistem keuangan dalam perusahaan. Faktor internal berupa heterogenitas perusahaan dan tingkat persaingan serta faktor eksternal berupa peraturan pemerintah dan standart teknologi turut membentuk terjadinya inovasi pembayaran dari metode konvensional menjadi *mobile payment*.(Liu, Kauffman, & Ma, 2015). Terlepas dari berkembangnya sebuah inovasi dalam proses bisnis, perusahaan terlebih dulu harus mengenal konsumennya, hal tersebut diperlukan dalam rangka mengkaji kebutuhan para nasabah.Pemahaman terhadap konsumen akan turut serta menentukan perncapaian kinerja yang maksimal dari perusahaan dalam melakukan pengembangan terhadap produk yang diberikan kepada konsumen.(Nelwan, 2015). Saat peluncuran Go-pay di dalam aplikasi GoJek masih banyak kasus yang timbul, berikut ini contoh kasus dari berbagai sumber yang sudah penulis rangkum, sebagai berikut :

Tabel 1.2

Contoh Kasus Go-Pay Dari Tahun 2015 Sampai 2018

No.	Tahun	Contoh Kasus	Website
1.	2015	Top Up Go-Pay eror,Saldo tidak Masuk ke akun pengguna	www.Kaskus.com

2.	2016	Akun Go-Jek dibobol hacker,Kredit Go-Pay Digunakan digunakaan oleh hacker	www.Kompas.com
3.	2016	Kredit Go-Pay Rp 200.000 terkuras,Akun digunakan di domisili yang berbeda .	www.Beritagar.id
4.	2017	Modus penipuan berpura-Pura dari pihak Go-Jek untuk meminta kode aktivasi dari korban.	www.bisnis.com
5.	2017	Modus Pencurian Saldo Go-Pay dengan meminta kode Verifikasi.	www.Kompas.com
6.	2017	Top Up Go-Pay Berhasil ,Saldo belum bertambah ke akun pengguna	www.detik.com
7.	2017	Aplikasi Go-Jek error, pemesanan Go-Jek Error tetapi pembayaran menggunakan Go-Pay terkuras.	www.Cnnindonesia.com
8.	2017	Pemesanan Go-Jek dengan pembayaran Via Go-Pay selalu	www.mediakonsumen.com

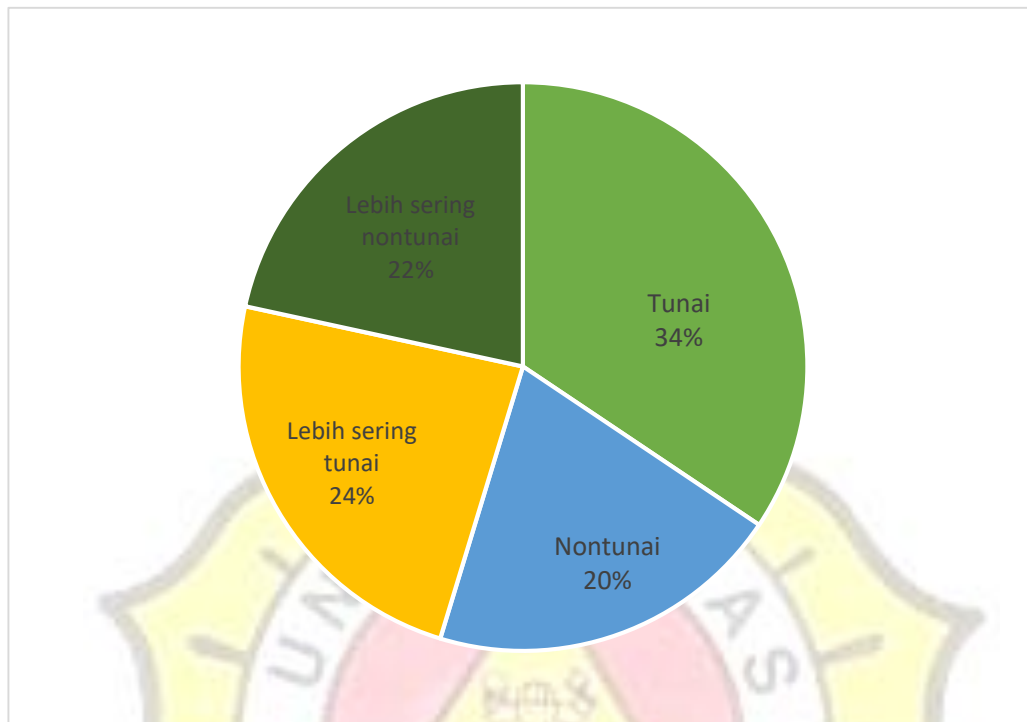
		tidak bisa dan terdapat tulisan <i>“Unable To Make Booking With Go-Pay”</i>	
9.	2017	Saldo Go-pay menjadi Rp.0,- Aplikasi Go-jek sedang mengalami gangguan server.	www.cnnIndonesia.com

10.	2017	Pembelian Go-food menggunakan Go-Pay sebesar Rp 68.000 Tetapi Saldo yang terpotong tidak sesuai transaksi .Saldo terpotong sebesar Rp 450.000	www.detik.com
11.	2017	Modus penipuan berhadiah Rp 3.000.000 dari Go-Jek dengan meminta kode Verifikasi untuk Go-Pay.	www.suara.com
12.	2018	Top-Up Go-Pay di Bank Konvensional dikenakan biaya Sebesar Rp 1.000,- pertransaksi	www.merdeka.com
13.	2018	Modus Penipuan Go-Pay dengan meminta transaksi melalui bank.untuk mendapatkan saldo Go-Pay sebesar Rp 50.000.000	www.Malangtoday.net
14.	2018	Pembajakan Akun Go-Jek dengan meminta kode Verifikasi, Saldo Go-Pay tiba-tiba terkuras	www.Viva.co.id
15.	2018	Pengguna Go-Pay keluhan saldo tak bertambah setelah Top-UP	www.Kompas.com

Sumber : Diolah Penulis

Penggunaan sistem pembayaran Go-Pay tentu membutuhkan adanya kepercayaan dari konsumen. Mengingat penggunaan jasa ini berhubungan langsung dengan konsumen. Dari berbagai Kasus yang timbul diatas , mengakibatkan tingkat kepercayaan konsumen masih rendah dalam menggunakan pembayaran Non-tunai.

Peneliti menyajikan data pembayaran yang sering digunakan dalam pembayaran transportasi *online*, berikut penulis menyajikan gambar 1.1 :



Sumber : Cermati.com

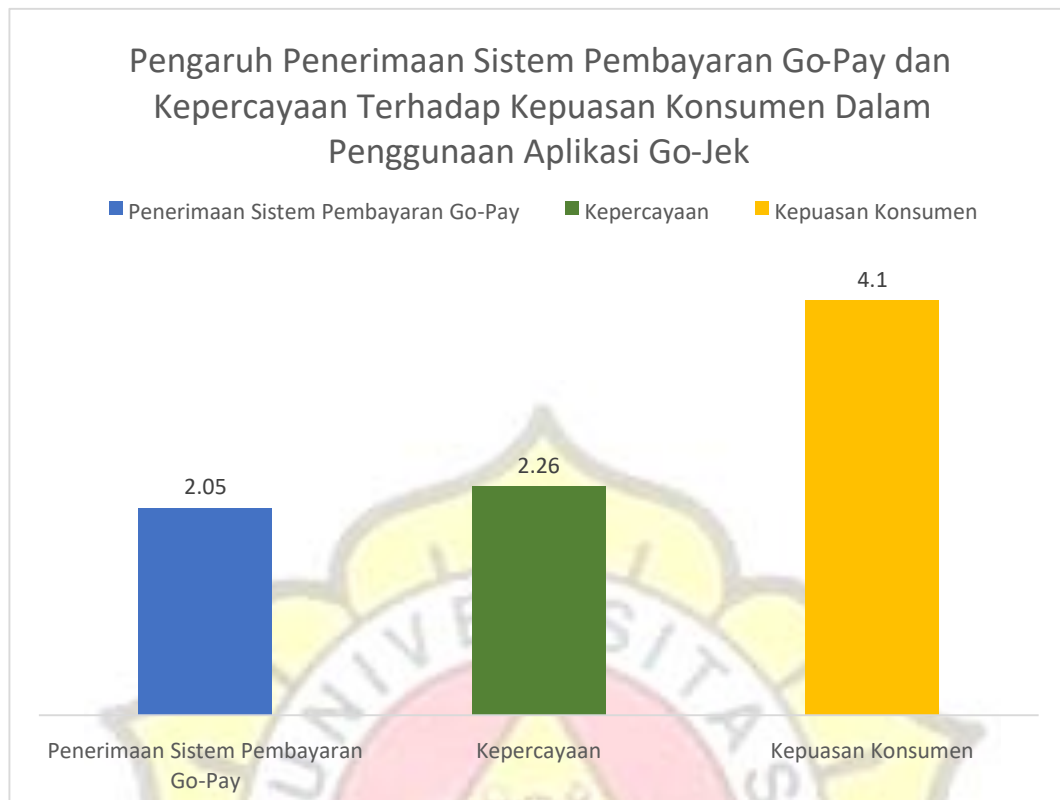
Gambar 1.1 Pembayaran Transportasi Online

Survei dilakukan dengan total respondenn 6.904 orang

Berdasarkan gambar 1.1 diatas dapat diketahui bahwa 34 persen konsumen memilih pembayaran secara tunai ,selanjutnya 20 persen konsumen memilih pembayaran secara nontunai, sedangkan 24 persen konsumen lebih sering membayar secara tunai, dan 22 persen konsumen lebih sering melakukan pembayaran secara nontunai. Tingkat kepercayaan konsumen dalam pembayaran tunai lebih dominan .

Sedangkan berdasarkan kuesioner pra penelitian yang dilakukan penulis di Jakarta timur pengguna yang menggunakan pembayaran Go-Pay, diperoleh 20 responden yang bersedia untuk mengisi kuesioner pra penelitian yang diseluruhnya

mengenai penerimaan sistem pembayaran Go-Pay dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini bisa dilihat pada gambar 1.2 hasil dari pra kuesioner.



Sumber : Data diolah oleh penulis

Gambar 1.2 Hasil Pra Kuesioner

Berdasarkan gambar 1.2 diketahui rata-rata dari penerimaan sistem pembayaran Go-Pay dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan aplikasi Go-Jek dari 20 responden .Rata-rata penerimaan sistem pembayaran 2,05 dan kepercayaan 2.26 yang artinya yang tidak mencapai tingkat interval yang baik. Sedangkan Kepuasan konsumen mencapai 4.1 yang artinya mencapai tingkat interval yang baik. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan sementara bahwa terdapat permasalahan pada penerimaan sistem pembayaran GoPay dan kepercayaan jika dihubungkan dengan kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil kuesioner dari konsumen ,ada beberapa variabel penerimaan sistem pembayaran Go-Pay dan kepercayaan yang kurang baik, seperti penerimaan sistem pembayaran kurang disukai karena banyak kasus dari tahun 2015 sampai 2018 dan variabel

kepercayaan konsumen yang masih lebih suka menggunakan tunai dibandingkan non tunai dan untuk kepuasan konsumen masih merasakan kepuasan dalam menggunakan Go-Pay dalam penggunaan Go-Pay.

Maka dengan hasil prakuseioner tersebut diharapkan dapat mengenali dan tanggap untuk mencegah hal lah yang tidak diinginkan dalam sebuah sistem, agar konsumen merasakan keamanan dan privasi konsumen terjaga untuk meningkatkan kepercayaan dalam pembayaran non tunai agar bertambah tingkat kepuasan konsumen. Dari uraian diatas penulis tertarik untuk mengembangkan lebih lanjut tentang pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran dan Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dituangkan dalam judul: **“Pengaruh Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Aplikasi Go-Jek.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang digunakan adalah:

1. Apakah Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (studi Kasus : Konsumen bertempat tinggal di di Jakarta Timur)?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (studi Kasus : Konsumen bertempat tinggal di Jakarta Timur)?
3. Apakah Penerimaan Sistem Pembayaran Go-Pay dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (studi Kasus : Konsumen bertempat tinggal di Jakarta Timur)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial penerimaan sistem pembayaran Go-Pay terhadap kepuasan pelanggan .
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kepercayaan dalam Penggunaan Go-Pay terhadap kepuasan pelanggan .
3. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan penerimaan system pembayaran go-pay dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan aplikasi Go-Jek.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini antara lain :

1. Manajemen PT Aplikasi karya Anak Bangsa dapat membuat langkahlangkah baru untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang tepat.
2. Manajemen PT Aplikasi Karya Anak Bangsa dapat membuat gebrakan baru untuk menjadikan kepercayaan Go-Pay menjadi yang terbaik dari *sector* pembayaran transportasi online.
3. Manajemen PT Aplikasi Karya Anak Bangsa dapat membuat strategi baru untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang tepat dan efisien.

