

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dalam era revolusi 4.0, teknologi digital memainkan peran utama dalam menyederhanakan dan mempercepat proses keuangan dan ekonomi. *Financial technology (fintech)* menjadi solusi digital untuk pembayaran, transfer dana, dan kegiatan keuangan lainnya. Dompet digital adalah contoh nyata perubahan signifikan dari transaksi tunai menjadi non-tunai. Yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk bertransaksi melalui smartphone [1].

Jumlah uang elektronik beredar dipaparkan oleh Bank Indonesia dari sepanjang tahun 2019 hingga 2024 mengalami peningkatan, mencapai 809.070.000 pada awal tahun 2024. Pertumbuhan yang signifikan ditunjukkan pengguna *fintech*, terutama lonjakan yang mencapai 155.380.000 dari 2021 ke 2022. Pandemi Covid-19 membaik di Indonesia pada 2022, mempengaruhi pola transaksi masyarakat dan memperkuat peningkatan penggunaan uang elektronik hingga awal tahun 2024 [2].

**Tabel 1.1** Jumlah Uang Elektronik yang Beredar [2].

| Periode          | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   | 2024<br>(Januari) | Satuan Unit |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------------|-------------|
| Jumlah Instrumen | 292,30 | 432,28 | 575,32 | 730,70 | 809,78 | 709,07            | Jutaan      |

Peringkat penggunaan dompet digital dalam transaksi mencapai 58%, mendukung pertumbuhan pengguna secara berkelanjutan [3]. Ini merupakan strategi e-commerce untuk mempermudah pembayaran bagi pengguna. Banyak pedagang e-commerce yang mengintegrasikan dompet digital. Dengan harapan memberikan kemudahan bertransaksi, meningkatkan jumlah pengguna, dan memberikan keuntungan lebih besar dengan. Metode pembayaran digital menjadi lebih efisien dan cepat daripada sistem perbankan tradisional [4].

Dengan adanya *fintech* memberikan kemudahan dalam transaksi terutama bagi generasi milenial dan gen Z yang akrab dengan teknologi. Namun, segmen masyarakat lain perlu beradaptasi dengan perubahan tersebut. Mayoritas pengguna dompet digital berusia 25-38 tahun, sementara generasi baby boomers cenderung kurang akrab

dengan teknologi. Tingkat pendidikan juga mempengaruhi kemampuan adaptasi terhadap teknologi baru [5].

Sebanyak 40 aplikasi dompet digital telah mendapatkan izin dari Bank Indonesia dengan pengguna aktif [3]. Pada tahun 2021 dilakukan survei terkait tingkat penggunaan dompet digital ShopeePay mencatat penggunaan sebesar 34% dalam dompet digital. Meskipun relatif baru dalam industri ini, ShopeePay berhasil bersaing dengan OVO dan Gopay. Persentase pengguna dipaparkan pada gambar tabel 1.2 [6].

**Tabel 1.2.** Persentase penggunaan Dompet Digital 2020 [6]

| Dompet Digital | Presentase Pengguna |
|----------------|---------------------|
| ShopeePay      | 34%                 |
| OVO            | 28%                 |
| Gopay          | 17%                 |
| DANA           | 14%                 |
| LinkAja        | 7%                  |

Pada tahun 2023, Mayoritas pengguna dompet digital menggunakan aplikasi tersebut untuk berbagai aktivitas transaksi. Aktivitas tersebut berupa, berbelanja online (79%), isi ulang pulsa (78%), transfer uang (78%), dan membayar tagihan rumah tangga (45%). Sekitar 61% pengguna dapat menggunakan beberapa aplikasi sekaligus. Berdasarkan survei Insights Asia, Gopay memimpin dengan 58%, diikuti oleh OVO (53%), ShopeePay (51%), DANA (45%), dan LinkAja (13%) [7].



**Gambar 1.4** Penggunaan Dompet Digital di Indonesia Berdasarkan Pengguna Aktif [7]

ShopeePay menjadi salah satu dompet digital yang terintegrasi dalam *platform e-commerce* Shopee. Dompet digital ini digunakan sebagai sistem pembayaran untuk transaksi online di ShopeePay. Adapun fitur-fitur yang ditawarkan, salah satunya

memfasilitasi penggunaan QRIS untuk memperluas adopsi teknologi digital di kalangan pemilik usaha, termasuk skala mikro, serta memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi [8].

Hasil survei yang dipaparkan pada Gambar 1.1, menunjukkan bahwa 51% pengguna memilih ShopeePay karena nilai kepercayaan, keamanan, dan kemudahan penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari [7]. Meskipun banyak digunakan, beberapa pengguna menghadapi kendala dalam penggunaan ShopeePay. Kepuasan pelanggan tergantung pada pengalaman pengguna saat menggunakan layanan tersebut. Kepuasan dapat berupa pengalaman positif atau negatif, yang mempengaruhi penggunaan layanan secara berkelanjutan [9]. ShopeePay juga mengalami penurunan pengguna dari tahun 2021 hingga 2023, pada awalnya ShopeePay menduduki peringkat pertama saat baru diluncurkan. Hingga sekarang dompet digital yang paling sering digunakan adalah GOPAY.

Pada awal tahun 2022, Ditjen PKTN mencatat 86,1% pengaduan terkait keluhan pengguna di layanan *e-commerce*, seperti pesanan belanja online, pengembalian dana, dan proses *top-up*. Hal ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara harapan pengguna dan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan [10]. Menurut Kotler dan Keller, kepuasan pengguna dalam meningkatkan kualitas layanan itu penting. Didefinisikan bahwa kepuasan sebagai respon atau perasaan yang dirasakan oleh pengguna, baik itu kepuasan atau ketidakpuasan, yang muncul saat produk atau layanan dibandingkan dengan harapan pengguna [11].

Meningkatnya adopsi pembayaran digital, khususnya pada ShopeePay yang mengalami kepopuleran pada awal peluncurannya. Namun ShopeePay masih dihadapkan pada kendala terbatasnya aktivitas transaksi Masyarakat. Tidak semua individu dalam kelompok usia dapat dengan cepat mengadopsi teknologi baru seperti dompet digital. Mereka memerlukan waktu untuk beradaptasi dengan inovasi layanan keuangan yang terus berkembang. Persaingan ketat di pasar dompet digital Indonesia menjanjikan pertumbuhan besar di masa depan namun juga memiliki risiko karena membutuhkan modal yang kuat. Masih terdapat ketidaksesuaian antara standar kualitas layanan yang ditawarkan dengan harapan pengguna.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang yang sudah dipaparkan, permasalahan penelitian ini terkait penurunan peringkat pengguna aktif ShopeePay setelah mencapai puncak popularitasnya yang dipaparkan survei InsightAsia.com. Hal ini menimbulkan kebutuhan untuk mengidentifikasi faktor pada kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan yang menggunakan ShopeePay.

## **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Mengacu pada rumusan masalah di atas, maka menimbulkan pertanyaan dalam membantu penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan ShopeePay?
- b. Apa saja dimensi kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan ShopeePay menurut pendekatan SERVQUAL

## **1.4. Tujuan Penelitian**

Mengacu pada rumusan masalah yang sudah dipaparkan, maka dilakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan dimensi kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan ShopeePay.

## **1.5. Batasan Masalah**

Penelitian ini memiliki batasan masalah yang bertujuan agar peneliti fokus pada tujuan dan sasaran peneliti. Maka batasan pada penelitian ini, yaitu:

- a. Penggunaan metode SERVQUAL dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) sebagai alat penilaian.
- b. Penelitian ini fokus dengan analisis pengguna (yang berumur 15 tahun ke atas) pada kualitas layanan dari aplikasi ShopeePay.

### 1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini dalam membantu perusahaan atau masyarakat, yaitu:

- a. Memberikan perbandingan antara teori kepuasan pengguna dan situasi aktual di lapangan.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dengan sumber informasi yang disajikan.

### 1.7. Bagan Keterkaitan



Gambar 1.5 Bagan Keterkaitan Penelitian