

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kualitas hidup masyarakat telah meningkat pesat berkat teknologi digital yang berkembang dengan kecepatan yang semakin meningkat. Hal ini terutama berlaku pada teknologi berbasis internet yang digunakan oleh sebagian besar orang sepanjang waktu. Internet berfungsi sebagai jembatan antar manusia, yang menawarkan komunikasi, kesenangan dan informasi. Hal ini sejalan dengan era globalisasi yang terus berkembang, memberikan beragam yang kemudahan dan manfaat melalui akses digital yang mudah diakses. Selain memberikan manfaat dalam aktivitas harian, teknologi juga mampu menyediakan berbagai informasi yang diperlukan oleh masyarakat. Salah satu teknologi yang digunakan saat ini adalah *e-wallet*, melalui penggunaan internet.

Peningkatan penggunaan internet didukung oleh hasil survei terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Dengan adanya internet, telah membuka pintu bagi kemajuan teknologi modern yang mengakibatkan perubahan besar dalam berbagai aspek, termasuk dibidang politik, sosial, budaya, kesehatan, serta ekonomi dan bisnis. Dalam konteks ekonomi dan bisnis, perkembangan teknologi dapat melihat melalui kemajuan teknologi yang digunakan dalam pelaksanaan transaksi bisnis yang baru. Ini menciptakan sebuah model transaksi yang inovatif dan canggih yang mengikuti perkembangan teknologi informasi.

Perkembangan *financial technology (fintech)* juga dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. *Fintech* adalah pemanfaatan teknologi dalam sistem keuangan untuk menciptakan barang, jasa, inovasi teknologi, dan model bisnis baru yang mempengaruhi stabilitas uang dan sistem keuangan. Pelanggan dapat melakukan transaksi dan pembelian online lebih mudah karena pertumbuhan *fintech* yang eksplosif. Seiring kemajuan teknologi finansial (*fintech*) sistem pembayaran uang fisik saat ini beralih ke transaksi nontunai dengan menggunakan uang elektronik.

Pada 14 Agustus 2014 Bank Indonesia (BI) telah Merencanakan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang bertujuan untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien yang lancar, yang pada giliran nya akan dapat

mendorong sistem keuangan nasional bekerja secara efektif dan efisien. GNNT juga diharapkan mampu meminimalisasi kendala dalam pembayaran tunai, seperti uang tidak diterima karena lusuh/robek/tidak layak dan meningkatkan efisiensi saat transaksi dimana masyarakat tidak perlu membawa uang dalam jumlah besar. Dengan demikian dapat meningkatkan efektivitas transaksi yaitu menghindari adanya kesalahan hitung atau *human error*.

Salah satu bentuk transaksi non tunai yang sedang berkembang dengan cepat saat ini adalah dompet digital (*e-wallet*). Seiring meningkatnya penggunaan *e-wallet* di Indonesia, maka muncul lah berbagai kegiatan untuk memanfaatkan elektronik, salah satu yang berkembang saat ini adalah aplikasi *e-wallet* dana. *E-wallet* dana adalah salah satu inovasi yang signifikan dan menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi digital. *E-wallet* sebenarnya bentuk uang elektronik, namun perbedaannya terletak pada tempat penyimpanan uang elektronik tersebut.

*E-wallet* adalah bagian dari *fintech* yang digunakan sebagai opsi pembayaran alternatif dengan memanfaatkan jaringan internet yang menyimpan uang elektronik. Menurut (Kirana 2023) masyarakat sekarang dapat melakukan berbagai jenis transaksi dengan mudah menggunakan *e-wallet* dengan hanya menggunakan *smartphone*, tanpa perlu lagi mengandalkan kartu sebagai media pembayaran.

Dalam melakukan transaksi non tunai menggunakan uang elektronik konsumen dapat melakukan dengan *e-wallet* atau *electronic wallet* sebagai media penyimpanan uang yang dapat digunakan untuk transfer uang, membeli pulsa, membeli paket data, membayar tagihan bulanan, dan lain sebagainya. *E-wallet* atau dompet digital adalah alat pembayaran digital yang menggunakan media elektronik berupa *server based*. *E-wallet* juga merupakan aplikasi atau layanan dompet elektronik yang berfungsi untuk transaksi antar pengguna agar lebih mudah diakses oleh masyarakat. Wijaya dan Mulyana, (2018) menyatakan bahwa pada umumnya *e-wallet* berupa aplikasi yang berbasis di server dan proses pemakaiannya memerlukan sebuah koneksi terlebih dulu.

*E-wallet* juga berfungsi seperti dompet fisik yang dapat digunakan untuk pembayaran yang aman. Jika menggunakan *e-wallet*, seseorang dapat melakukan pembayaran secara *cashless* ketika hendak membayar makanan, tiket pesawat, tiket

bioskop, hingga belanja online. *E-wallet* menawarkan metode pembayaran yang praktis, aman, dan menguntungkan bagi para penggunanya.

Fenomena *e-wallet* saat ini benar-benar sedang naik daun, pasalnya kini bermunculan berbagai jenis *e-wallet* telah membuka dimensi baru. Dengan terus berkembangnya teknologi, berbagai ide dan konsep baru terus muncul agar masyarakat dapat lebih mudah menerima perkembangan teknologi yang sedang berlangsung. Banyaknya aplikasi *e-wallet* yang tersedia di Indonesia seperti ShopeePay, Gopay, Dana, Ovo, Link Aja dan lainnya. Minat masyarakat terhadap layanan *e-wallet* ini terlihat dari bertambahnya jumlah aplikasi penyedia *e-wallet*. Dibuktikan dengan meningkatnya pilihan *merchant offline*, maupun *merchant online* yang menerima pembayaran melalui *e-wallet*.

Bahkan, Bank Indonesia mencatat adanya 38 *e-wallet* yang telah diberikan lisensi resmi, menunjukkan pertumbuhan pesat dalam industri ini. Dari beragamnya alternatif pilihan *e-wallet* yang sudah ada, beriringan dengan peningkatan jumlah pengguna secara terus menerus, menunjukkan ketertarikan atau minat masyarakat yang semakin tinggi. (Kusuma & Syahputa 2020) hal ini dikarenakan adanya layanan yang telah diberikan oleh perusahaan-perusahaan *e-wallet*, dimana pengguna merasakan keuntungan dan kemudahan ketika memenuhi kebutuhannya.

Bisnis sangat memperhatikan kepercayaan pelanggan dalam pemasaran dan bisnis. Mereka akan berusaha melakukan berbagai macam strategi untuk menarik pelanggan dan melakukan transaksi dengan mereka. Kepercayaan bukanlah sesuatu yang ada dengan sendirinya dan akan hilang dengan sendirinya akan tetapi kepercayaan adalah bagian penting dari hubungan antara orang-orang yang saling berhubungan.

Menurut Nursani (2023) kepercayaan pelanggan adalah keyakinan dan rasa percaya yang dimiliki oleh pelanggan terhadap suatu organisasi atau merek yang meliputi harapan bahwa organisasi tersebut akan memenuhi janji dan menyediakan layanan atau produk sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Menurut Leninkumar (2017) kepercayaan pelanggan adalah sikap mental dan perilaku yang muncul ketika pelanggan yakin bahwa penyedia layanan atau produk sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Menurut Rivai & Wahyudi (2017) loyalitas pelanggan adalah perilaku seseorang saat melakukan pembelian secara berulang-ulang dan juga membangun kesetiaan pelanggan pada suatu produk dan jasa yang dihasilkan oleh badan usaha untuk membentuk waktu yang cukup lama melalui suatu proses pembelian yang dilakukan secara berulang-ulang. Pelanggan yang loyal adalah konsumen yang puas dan akan meneruskan hubungan pembelian, hingga loyalitas konsumen juga merupakan suatu ukuran kedekatan konsumen kepada sebuah merek tersebut, jika konsumen menyukai sebuah merek, merek tersebut menjadi sebuah top mind jika teringat suatu kategori produk, komitmen yang terdalam akan memaksa preferensi pilihan dan bertujuan melakukan pembelian, sehingga sekita berbelanja akan lebih mudah.

J. Griffin dalam Bricci, (2016) menyatakan bahwa loyalitas dapat menghemat biaya dengan mengurangi biaya pemasaran, dalam hal yang positif, oleh karena itu, ia menganggap bahwa penjualan bukanlah tujuan dari proses pemasaran melainkan awal dari hubungan seumur hidup dengan pelanggan. Konsumen akan mencoba produk atau jasa, jika percobaan pembelian ini memuaskan konsumen, maka mungkin saja akan terjadi pembelian selanjutnya. Loyalitas konsumen dianggap penting dalam dunia pemasaran karena terdapat pengaruh positif loyalitas pada keuntungan jangka panjang yang bisa didapat oleh pelaku bisnis.

Terdapat tiga alasan utama mengapa mahasiswa memilih menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran. Alasan-alasan ini meliputi promo yang ditawarkan, kenyamanan dalam bertransaksi, dan kemudahan dalam penggunaannya. Namun untuk meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan *e-wallet*, penyedia jasa perlu menjalin kerja sama dengan berbagai *merchant* yang menawarkan promosi-promosi menarik, sehingga dapat mengugah minat pengguna untuk menggunakan *e-wallet* dalam berbelanja.

Hal ini juga ditemukan dalam lingkungan mahasiswa di Universitas Quality, Universitas Quality adalah perguruan tinggi swasta di kota medan yang memiliki tiga fakultas yaitu Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Perguruan dan Ilmu Pendidikan serta Fakultas Sosial dan Hukum yang telah berkembang pesat dengan terus membangun sistem manajemen organisasi dan pembelajaran maupun

transaksi yang telah berbasis online dengan menggunakan layanan serba digital salah satunya adalah transaksi pembayaran, kebutuhan kuliah, seperti pembayaran biaya kuliah semester dan lainnya.

Berdasarkan hasil survei yang telah saya lakukan terdapat 70 Mahasiswa yang menggunakan e-wallet Dana.

**Tabel 1. 1 Pengguna E-Wallet DANA**

No	Angkatan	Jumlah mahasiswa
1	2021	30 orang
2	2022	17 orang
3	2023	23 orang
Total		70 Mahasiswa

**Sumber : Penulis 2025**

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa angkatan 2021 menggunakan e-wallet dana sebanyak 30 orang, angkatan 2022 sebanyak 17 orang, angkatan 2023 sebanyak 23 orang mahasiswa memilih DANA sebagai metode pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa dana telah mendapatkan kepercayaan dan diterima dengan baik dikalangan mahasiswa prodi manajemen. Dana merupakan salah satu layanan pembayaran digital yang populer di Indonesia. Sebagai sebuah platform fintech, dana memberikan layanan pembayaran yang beragam dan mudah diakses bagi penggunanya.

DANA hadir dengan konsep open-platform, yang berarti aplikasi DANA dapat diakses dan digunakan di berbagai platform yang berbeda, baik secara offline maupun online, tetapi tetap terintegrasi. Dengan konsep open platform ini, selain dapat berintegrasi dengan berbagai jenis metode pembayaran lainnya, DANA juga dapat dimanfaatkan oleh berbagai sektor, mulai dari pendidikan, layanan publik, layanan sosial, hingga para pedagang kaki lima. Dengan menggunakan teknologi keuangan terkini, DANA memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi keuangan yaitu transfer kebutuhan sehari hari seperti pembayaran biaya pendidikan, pembayaran tagihan, transfer uang, pembelian pulsa, belanja online,

hingga pembayaran di toko-toko online maupun offline.

Berdasarkan penjelasan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengetahui apakah ada Pengaruh **“Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Dalam Penggunaan Layanan *E-Wallet* Dana Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality”**.

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut maka penelitian ini, penulis dapat membuat identifikasi masalah mengenai seberapa besar pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas penggunaan *e-wallet* dana mahasiswa prodi manajemen universitas quality.

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih terkonsentrasi dan menyeluruh maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu dalam penulisan ini, penulis membatasi hanya berkaitan pada **“Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Dalam Penggunaan Layanan *E-Wallet* DANA pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality”**.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut: Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas dalam penggunaan layanan *E-Wallet* Dana pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas dalam penggunaan Layanan *E-Wallet* Dana pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas maka peneliti

menyimpulkan bahwa manfaatnya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi penulis, penulis dapat menjabarkan dan mempraktikkan ilmu pengetahuan yang sudah didapat pada saat kuliah, terutama ilmu manajemen pemasaran, dan juga bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
  - b. Bagi pembaca, agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai wawasan pembaca serta dapat menjadi pertimbangan dalam menggunakan *e-wallet* dana sebagai alat pembayaran digital.
2. Secara Praktis
  - a. Bagi instansi Pendidikan, diharapkan penelitian ini mampu memberikan sumbangan pemikiran berupa saran dan informasi untuk mulai bertransaksi menggunakan *e-wallet* di lingkungan sekitar.
  - b. Bagi pihak lain, diharapkan dapat menjadi sumber rujukan atau acuan tambahan informasi serupa ketika melakukan penelitian terkait *e-wallet* dana serta bisa dikembangkan lebih lanjut.