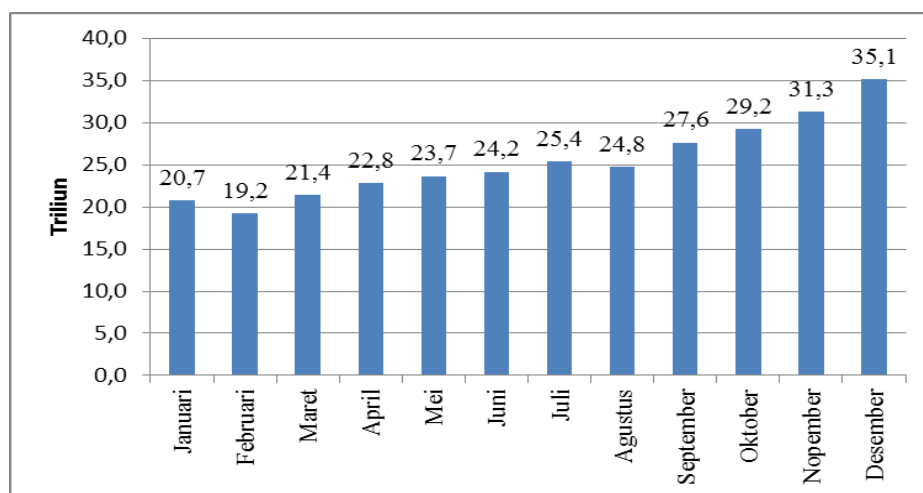


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi yang berkembang saat ini akan selalu berdampak pada kehidupan manusia. Salah satu teknologi yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah *financial technology*. *Financial technology* merupakan inovasi yang menggabungkan layanan keuangan dan teknologi. Kehadiran *financial technology* berperan penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat luas, mulai dari proses pembayaran yang lebih cepat dan mudah selain itu perkembangan *Financial technology* dapat memberikan pilihan akses layanan keuangan yang lebih mudah, aman, dan nyaman. Keberadaan *financial technology* juga dapat sangat mempengaruhi perilaku masyarakat Indonesia., banyak masyarakat yang meninggalkan sistem lama dan beralih ke sistem teknologi yang baru, seiring dengan perkembangan teknologi transaksi. Berikut data transaksi keuangan elektronik di Indonesia.

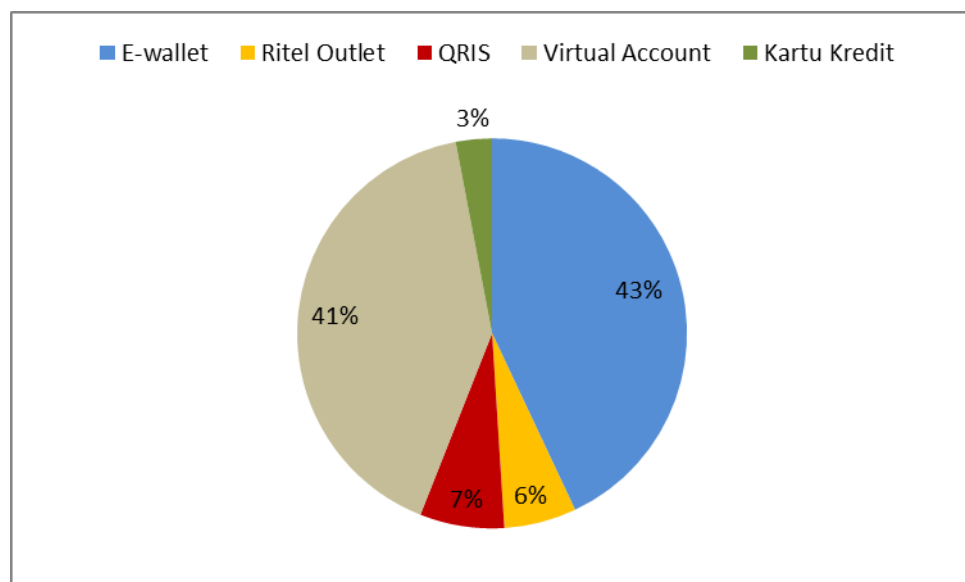


Gambar 1.1 grafik transaksi uang elektronik di Indonesia Tahun 2021

Sumber: <https://dataindonesia.id>

Pada Gambar 1.1 grafik transaksi uang elektronik di Indonesia Tahun 2021 terlihat bahwa nilai transaksi uang elektronik di Indonesia terus meningkat dan tercatat pada tahun 2021 mencapai Rp35,1 triliun. Peningkatan tersebut juga tidak luput dari dampak perubahan perilaku berbelanja belanja masyarakat yang mulai terbiasa melakukan transaksi secara non tunai selama pandemi Covid-19. Saat ini terdapat berbagai aplikasi pembayaran non tunai salah satunya adalah layanan dompet digital yang sering disebut dengan *E-Wallet*.

Salah satu bagian dari uang elektronik yang cukup digemari masyarakat Indonesia adalah layanan dompet digital (*E-wallet*). Teknologi ini berupa program aplikasi atau layanan yang dibuat untuk menyimpan dana digital serta riwayat berbagai transaksi. Berdasarkan data Tempo.co (2022) *E-wallet* menjadi *platform* pembayaran digital terpopuler pada tahun 2021, Data tersebut yang dapat dilihat melalui gambar 1.2 diagram Persentase Penggunaan Alat Bayar Digital Tahun 2021.



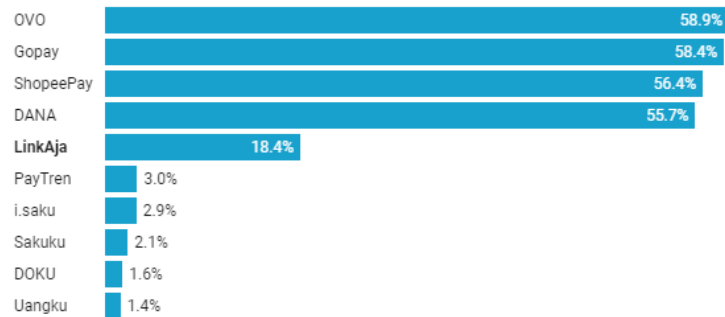
Sumber: <https://data.tempo.co>, 2022

Gambar 1.2
Diagram Persentase Penggunaan Alat Bayar Digital Tahun 2021

Berdasarkan data pada gambar 1.2 penggunaan alat bayar digital pada tahun 2021 menjelaskan bahwa *e-wallet* memiliki persentase tertinggi sebesar 43% dan virtual account memiliki presentase sebesar 41% QRIS memiliki presentase sebesar 7% ritel outlet memiliki presentase sebesar 6% dan kartu kredit memiliki presentase sebesar 3%. Data persentase tersebut juga mengindikasikan menunjukkan bahwa konsumen sangat tertarik menggunakan E-wallet sebagai metode pembayaran.

Terdapat beberapa jenis e-wallet yang sudah terdaftar secara resmi di Indonesia salah satunya adalah aplikasi DANA. Aplikasi DANA merupakan salah satu aplikasi e-wallet terus berkembang. DANA merupakan dompet digital yang terdaftar di Bank Indonesia dengan memiliki empat lisensi diantaranya sebagai uang elektronik, dompet digital, kirim uang, dan Likuiditas Keuangan Digital (LKD). DANA dikembangkan oleh perusahaan startup yang telah berbadan hukum Indonesia. Investor utama dari DANA adalah PT Elang Sejahtera Mandiri dengan porsi kepemilikan mencapai 99 persen. Elang Sejahtera Mandiri merupakan anak usaha dari PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK). EMTEK memiliki kerjasama dengan Ant Financial. Dengan kerja sama antara Emtek dan Ant Financial, DANA mendapatkan dukungan teknologi dari Ant Financial. Teknologi Alipay telah mendapat pengakuan dari segi keamanan dan bisa diandalkan di dunia transaksi digital. DANA memiliki kerja sama khusus dengan bank-bank nasional, seperti Bank Mandiri, BCA dan BRI.

Platform e-wallet yang pernah digunakan



Source: DailySocial - Created with Datawrapper

Gambar 1.2 Survey Grafik Platform E Wallet

Sumber : cnbcindonesia.com

Berdasarkan data yang diperoleh dari Gambar 1.2 Survey Grafik Platform E-Wallet tahun 2021 menyatakan bahwa platform E-Wallet Dana menempati urutan ke 4 jika dibandingkan pesaing-pesaingnya diantaranya OVO, Gopay, ShopeePay dengan persentase penggunaan sebesar 55,7%. Namun pada tahun 2022, persentase penggunaan aplikasi Dana meningkat dengan pesat. Berdasarkan laporan lembaga riset pasar dan perilaku konsumen berjudul Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps Populix pada Juli 2022 menunjukkan bahwa aplikasi dana menduduki peringkat ke 2 jika dibandingkan dengan pesaing pesaingnya dibandingkan dengan data sebelumnya. Selain itu berdasarkan data yang dihimpun Aplikasi DANA telah mencatat 10 juta pengguna per Februari 2019. Tiga tahun berikutnya, jumlah tersebut naik sepuluh kali lipat menembus 100 juta pengguna per Februari 2022 (<https://www.beritasatu.com>). Berikut data survey lembaga riset pasar terkait dengan penggunaan aplikasi Dana

Tabel 1.1 Laporan lembaga riset pasar dan perilaku konsumen

No	E-Wallet	Persentase
1	Gopay	88 %
2	Dana	83%
3	OVO	79%
4	ShopeePay	76%
5	LinkAja	30%
6	I.Saku	7%
7	Octo Mobile	5%
8	Doku	4%
9	Sakuku	3%
10	Jakone mobile	2%

Sumber : Katadata.co.id

Peningkatan jumlah pengguna dana berdasarkan prasurvey Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps Populix pada Juli 2022 menunjukkan bahwa aplikasi dana menduduki peringkat ke 2 jika dibandingkan dengan data sebelumnya serta Aplikasi DANA telah mencatat 10 juta pengguna per Februari 2019. Tiga tahun berikutnya, jumlah tersebut naik sepuluh kali lipat menembus 100 juta pengguna per Februari 2022 menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti. Untuk memperkuat fenomena penelitian, peneliti melakukan prasurvey untuk 30 orang responden untuk melihat alasan konsumen menggunakan aplikasi Dana. Berikut hasil jawaban prasurvey.

Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Faktor-Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Dana

No	Faktor-Faktor
1	Mudah digunakan
2	Mendukung aktiivtas social
3	Aman digunakan
4	Dapat memberikan manfaat
5	Banyaknya Fitur layanan
6	Promosi menarik
7	Direkomendasi orang lain
8	Sudah banyak digunakan
9	Kepercayaan

Total

Sumber: Hasil Pra Survei, 2022

Berdasarkan tabel 1.2 hasil pra survei terdapat alasan-alasan responden dalam menggunakan aplikasi DANA sebagai alat transaksi pembayaran, jika dilihat dari indikasi tersebut maka terdapat beberapa faktor yang mendorong konsumen menggunakan aplikasi DANA diantaranya kemudahan, gaya hidup, keamanan, manfaat, fitur, promosi, refrensi/rekomendasi, citra merek dan kepercayaan.

Setiap perusahaan haruslah memiliki pengetahuan mengenai perilaku konsumen dalam kegiatan pemasaran. Setiap perusahaan juga perlu memiliki strategi yang tepat berdasarkan perilaku konsumen untuk dapat menarik minat konsumen. Strategi pemasaran sangatlah berperan penting dalam upaya mempertahankan keberlangsungan bisnis suatu perusahaan. Perusahaan yang dapat membaca dan menyediakan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen tentu akan memenangkan persaingan di pasar. Oleh sebab itu perusahaan perlu mengetahui karakteristik perilaku konsumen yang dapat diketahui melalui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian setiap konsumennya (Irwansyah dkk. 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Liem (2019) mengenai analisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan layanan OVO di Surabaya, hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keseluruhan faktor yang dilakukan analisis yaitu sebanyak 36 faktor tereduksi menjadi tujuh factor baru. Penamaan untuk tujuh faktor baru yang terbentuk adalah: usefulness, kualitas layanan, persepsi kemudahan, tingkat keterlibatan, keamanan, daya tarik cashback, dan keuntungan finansial .Penelitian yang dilakukan oleh Hakim, Rahman dan Syafii (2022) mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* di Sumatera Utara, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, dan persepsi promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet* di Sumatera

Utara. Penelitian yang dilakukan oleh Suherlan, dan Hidayat (2022) mengenai analisa faktor-faktor berpengaruh pada penggunaan *Go-Pay*, hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh 4 faktor baru, yaitu fitur lengkap, fitur diperbarui, bergaman menu dan beragam metode Top Up.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan Aplikasi DANA dengan judul **“ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA APLIKASI DANA”**

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah : “apa saja faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada aplikasi dana ?”

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian menggunakan Aplikasi DANA

Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Aplikasi DANA

1.3.2 Ruang Lingkup Tempat

Ruang Lingkup Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bandar Lampung

1.3.3 Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan agustus 2022 sampai Selesai

1.3.4 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah manajemen pemasaran yang membahas tentang faktor yang dapat mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen meliputi teori kemudahan, gaya hidup, keamanan, manfaat, fitur, promosi, refrensi, citra merek dan kepercayaan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas maka tujuan penelitian adalah: “untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada aplikasi dana”

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan mamfaat bagi pihak pihak yang berkepentingan , yaitu:

1.5.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk mengimplementasikan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan terutama dibidang pemasaran khusunya mengenai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen meliputi teori kualitas produk, harga, promosi, kepercayaan, kualitas website, keamanan, reputasi dan kemudahan transaksi

1.5.2 Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian yang dijadikan referensi bagi pembaca dan peneliti lain yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama.

1.5.3 Bagi Perusahaan

Mampu memberikan implikasi bagi para pengelola di perusahaan yang nantinya akan dijadikan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan.

1.4 Sistem Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang ada dalam perusahaan dan dirumuskan dalam perumusan masalah. ruang lingkup dari penelitian. tujuan penelitian. manfaat dari penelitian dan sistematika dari penelitian.

Bab II Landasan Teori

Bab ini menguraikan landasan teori dan tinjauan empiris yang relevan dengan permasalahan yang diteliti berdasarkan kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian. populasi dan sampel. sumber data. variabel penelitian. operasional variable. teknik analisis data. uji persyaratan instrument. metode analisis data. teknik analisis data. dan pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II dan III.

Bab V Simpulan dan Saran

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV.

Daftar Pustaka

Lampiran Lampiran