

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang begitu pesat membawa perubahan hampir di seluruh aspek kehidupan masyarakat, khususnya di bidang teknologi dan ekonomi yang semakin canggih, inovatif, dan kreatif memberikan kemudahan kepada masyarakat di Indonesia. Internet telah bergeser dari kebutuhan tersier menjadi kebutuhan primer hampir di setiap negara dan seluruh dunia termasuk Indonesia. Perkembangan teknologi menjadi salah satu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan dengan kemajuan ilmu pengetahuan.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan hampir 197 juta atau 74% populasi Indonesia menggunakan internet di tahun 2020. Jumlah tersebut naik 8,9% dibandingkan 2019. Hal ini disebabkan pembelajaran daring yang harus dilaksanakan bahkan oleh pelajar di daerah terpencil. APJII menyebut pada kuartal kedua tahun 2019, [pengguna internet](#) di Indonesia hanya 171,2 juta atau sekitar 64,8% dari 267 juta penduduk Indonesia.

Manusia tidak lepas dari adanya teknologi Artinya, bahwa teknologi merupakan sebuah alat yang untuk mempermudah dalam setiap kegiatan manusia. dengan berkembang nya teknologi, masalah akan mudah terselesaikan bahkan banyak kemudahan yang dapat membantu kegiatan manusia bahkan merambah di sektor transaksi finansial dan meningkatkan penggunaan pembayaran melalui *financial technology (fintech)*.

Dimasa pandemi COVID -19 telah terjadi banyak perubahan bagi kehidupan umat manusia di berbagai aspek. Ditengah masa pandemi COVID – 19 ini muncul sebuah aturan terutama di Indonesia yang dimana masyarakat Indonesia di haruskan untuk menjaga jarak antara satu dengan yang lain minimal satu

setengah meter sehingga masyarakat Indonesia dipaksa untuk *stay at home* / dirumah saja dan melakukan seluruh aktivitas dari rumah seperti berkerja dari rumah, belajar dari rumah dan ibadah dari rumah.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa adanya perkembangan teknologi manusia sangat banyak terbantu untuk memenuhi berbagai kebutuhan manusia dan perkembangan teknologi informasi dengan adanya sebuah larangan beraktivitas di luar rumah tersebut juga mengakibatkan komunikasi menggunakan medi *online* dimana di masa pandemi uang tunai rentan dapat menjadi sumber penularan karena dipegang oleh banyak orang dan berpindah dari satu orang ke orang lain. transaksi menggunakan non tunai mejadi solusi mengurangi risiko penyebaran virus melalui uang tunai. transaksi nontunai saat ini dapat dilakukan semua orang melalui Smartphone. pengguna dapat meng-install aplikasi layanan transaksi nontunai di Smartphone.

hasil penelitian dari perusahaan riset pasar *ipsos* menyebut 68 persen pengguna dompet digital atau uang elektronik adalah generasi milenial. kaum milenial lebih memilih dompet digital karena menilai *cashless* atau nontunai jauh lebih praktis daripada transaksi konvensional menggunakan [uang tunai](#). dengan [transaksi nontunai](#), pengguna tidak perlu lagi membawa uang tunai secara berlebihan dan proses pembayaran lebih cepat. pengguna juga tidak perlu lagi menghitung uang tunai di dompet dan menunggu kembalian. proses transaksi pun lebih efisien karena bisa dilakukan kapan dan di mana saja. bukan hanya untuk berbelanja, layanan nontunai juga memudahkan transaksi saat hendak membayar tagihan. selain mudah, pengguna tidak perlu lagi antre apabila ingin melakukan pembayaran tagihan listrik, air, dan telepon, termasuk berbelanja. bukan hanya *efisien* dan praktis, penggunaan transaksi nontunai juga banyak keuntungannya. saat ini banyak merek-merek *fitech* menawarkan potongan harga dan cashback apabila transaksi dilakukan dengan pembayaran uang elektronik. tak hanya *fintech*, tidak jarang beberapa layanan uang elektronik juga menyediakan berbagai voucher belanja sehingga bisa lebih hemat.

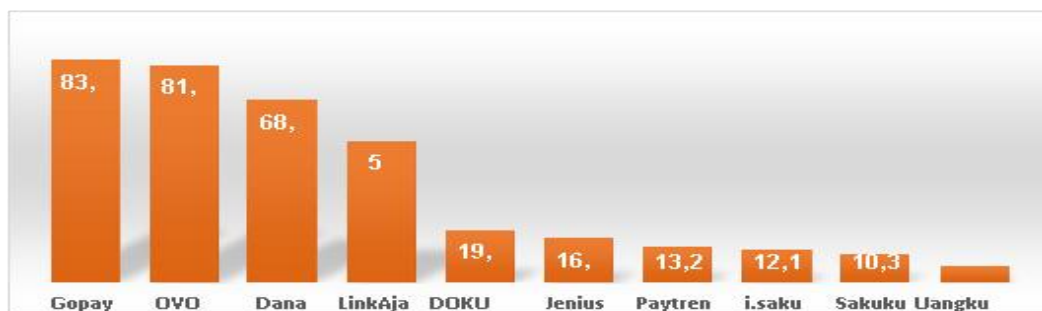


Gambar 1.1. Perkembangan Fintech Di Indonesia (Berdasarkan Peningkatan Taransakasi)

Berdasarkan Gambar 1.1. Perkembangan Fintech di Indonesia pada tahun 2017, P2P Lending mencatatkan perkembangan paling pesat di antara *financial technology (Fintech)* lainnya pada gambar Transaksi finansial teknologi (Fintech) Indonesia pada 2017 diperkirakan mencapai US\$ 18,6 miliar atau setara Rp 247,65 triliun dengan nilai tukar Rp 13.300 per dolar Amerika Serikat. Angka ini meningkat 24 persen dari perkiraan tahun sebelumnya, yakni sebesar US\$ 15 miliar. Menurut data statistika, transaksi *Fintech* Indonesia akan mencapai US\$ 37,15 miliar atau sekitar Rp 494 triliun pada 2021. total kebutuhan pembiayaan di Indonesia sebesar Rp 1,65 kuadriliun. Sedangkan yang bisa dikucurkan oleh perbankan hanya Rp 660 triliun. Sehingga masih ada kekurangan pembiayaan sebesar Rp 990 triliun dapat diberikan oleh fintech.

Bandar Lampung meraih 5,53 persen, dimana angka ini melampaui rata-rata pertumbuhan ekonomi di periode yang sama selama 4 tahun ke belakang. Pertumbuhan ekonomi Sumatera dan nasional sendiri masing-masing tercatat sebesar 5,08 persen dan 4,65 persen. Berdasarkan sektor, perekonomian Provinsi Lampung masih bergantung pada pertanian, perikanan dan kehutanan.

Evolusi alat pembayaran *Fintech* diharapkan bisa menjadi jawaban untuk semua persoalan itu. *Fintech* di bandar Lampung, meski banyak menysasar UMKM, layanan pinjam meminjam berbasis teknologi finansial dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Meski memiliki beragam kemudahan termasuk pengajuan online, penilaian risiko online hingga pengiriman tagihan secara online, *fintech* belum berkembang luas di kalangan pengusaha Kota Bandar Lampung. Seiring pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi serta penetrasi internet yang terus meningkat di Bandar Lampung memiliki peluang besar untuk tempat berkembangnya perusahaan-perusahaan *fintech* nasional maupun lokal. Selanjutnya tinggal bagaimana perusahaan-perusahaan *fintech* terus melakukan pendekatan dan sosialisasi untuk memperkenalkan teknologi keuangan terbaru untuk memudahkan transaksi secara online salah satunya gopay dengan menawarkan pendaftaran e-money dan proses pembayaran lebih cepat dan singkat dibandingkan dengan pendaftaran e-money berbentuk kartu dari bank yang mungkin akan membutuhkan verifikasi transaksi dalam waktu tertentu (SimulasiKredit,2013)



Sumber: *katadata.co.id* dan *databoks* tanggal 10 november pukul 19:00 wib

Gambar 1.3. Top 10 Dompes Digital Yang Paling Sering Digunakan 2019

Go-Pay, OVO, dan DANA menjadi salah satu dompes digital yang sering digunakan oleh masyarakat dalam melakukan pembayaran secara non-tunai. Munculnya Go-Pay, OVO, DANA dilatar belakangi oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 sebagai salah satu pendukung agenda Bank

Indonesia untuk menciptakan *less cash society* di Indonesia.

Go-pay menjadi salah satu *fintec* yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia untuk melakukan transaksi pembayaran digital, Go-pay atau yang sebelumnya disebut sebagai Go-Wallet adalah dompet virtual untuk menyimpan Go-jek Credit yang bisa digunakan untuk membayar transaksi yang berkaitan dengan layanan di dalam aplikasi Gojek. Gojek merupakan salah satu dari perusahaan yang menyediakan jasa transportasi online berupa ojek. Sebagai perusahaan yang memberikan jasa angkutan berbasis online, layanan utama yang diberikan Gojek kepada pelanggannya adalah transportasi. Selain sepeda motor, Gojek juga memiliki layanan transportasi dengan menggunakan kendaraan roda empat atau mobil. Layanan ini bernama Go-Car. Untuk mendukung kebutuhan masyarakat Go-jek pun mempunyai layanan lain yang memudahkan aktivitas masyarakat sehari-hari, misalnya Go-Food, Go-Clean dan Go-Massage.

Semua layanan dalam aplikasi Gojek dapat menggunakan go-pay sebagai alat pembayaran non-tunai yang ditawarkan Gojek untuk memudahkan transaksi pembayaran penggunaan layanan Gojek. Kini Go-pay murni menjadi platform e-money dengan menambah fitur Transfer, *Receive* (menerima uang), dan Withdraw (menarik uang ke rekening bank). Proses ini berlangsung secara berangsur-angsur dan baru tersedia untuk sebagian pengguna. Untuk menggunakan fitur lengkapnya, konsumen Gojek harus mengikuti proses KYC (*Know Your Customer*) yang disyaratkan regulator dengan memasukkan foto diri (selfie) dan foto kartu identitas (KTP, SIM, KITAS, atau Paspor). Go-pay juga menghadirkan informasi transaction untuk memberikan riwayat penggunaan dan top up layanan. Go-pay dapat digunakan untuk berbagai transaksi tagihan antara lain untuk tagihan PLN, BPJS Kesehatan, Mobile legends, Kode Voucher Google Play, Gas PGN, Pascabayar, TV Kabel, PDAM, Multifinance (DailySocial, 2017). Gojek mengklaim bahwa Go-pay telah berkontribusi untuk 30% transaksi nontunai diseluruh Indonesia per-Oktober 2017, secara rerata penggunaan Go-pay untuk transaksi setiap bulannya tumbuh 25%, nominal

pengisian ulang (Top-up) juga meningkat sampai 15%. Pertumbuhan penggunaan Go-pay diklaim bertambah hingga tiga kali lipat dibandingkan tahun 2016. Perusahaan Gojek menyebutkan data per-November 2017 Go-pay telah memproses pengiriman uang dari Jabodetabek dengan total Rp.570 juta ke beberapa titik di Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan hingga Sulawesi (DailySocial, 2017).

Sebagai upaya memperluas jumlah pengguna go-pay, Gojek bekerjasama dengan sejumlah bank besar untuk mempermudah penggunaannya untuk melakukan pengisian saldo. Bank tersebut antara lain, BNI, BRI, Mandiri, BCA, CIMB Niaga, dan Bank Permata serta jaringan bank seperti ATM Prima dan ATM Bersama. Pada opsi offline, memanfaatkan armada pengemudi mereka yang diklaim jumlahnya lebih besar dari pada perusahaan transportasi online lainnya. Pengguna Gojek bisa dengan mudah meminta Driver untuk mengisi saldo Go-pay secara manual. Dengan batas nominal Rp 2.000.000,- dan tambahan biaya untuk Driver Rp 2.000,- (CNN Indonesia, 2016) Melalui fitur go-pay Gojek memberikan diskon mulai 25 persen hingga 50 persen pada pengguna Go-pay bagi setiap perjalanan pengguna Go-ride, sedangkan untuk layanan Go-car, Gojek memberikan subsidi sebesar 40 persen. Untuk layanan pesan antar makan, Gojek memberi subsidi tambahan, pelanggan bisa memperoleh gratis ongkos kirim dengan memakai Go-pay, hanya saja gratis ongkos kirim tersebut hanya berlaku di sejumlah penjual makanan yang bekerja sama langsung dengan Go-food, termasuk memberikan potongan harga 20-40 persen pada outlet yang bekerjasama dengan Gojek (CNN Indonesia, 2016).

Berdasarkan sektor, perekonomian Provinsi Lampung masih bergantung pada pertanian, perikanan dan kehutanan. evolusi alat pembayaran *Fintech* diharapkan bisa menjadi jawaban untuk semua persoalan itu. Fintech di bandar lampung, meski banyak menasar UMKM, layanan pinjam meminjam berbasis teknologi finansial dari OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Meski memiliki beragam kemudahan termasuk pengajuan online, penilaian risiko online hingga

pengiriman tagihan secara online, *fintech* berkembang luas di kalangan Pengusaha Dan Masyarakat Kota Bandar Lampung.

Faktor Citra pengenalan Identitas Go-pay kepada pelanggan merupakan pengaruh besar bagi setiap perusahaan, tidak sedikit perusahaan pesaing yang menawarkan keunggulan dan inovasi kepada pelanggan sehingga pelanggan lebih selektif dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. Salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan keunggulan dalam persaingan yaitu dengan cara memprioritaskan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah pengaruh dalam diri seseorang yang muncul ketika merasa puas dan percaya dengan suatu produk atau jasa yang menjadi kesetiaan pada produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2012), loyalitas pelanggan adalah kesediaan pelanggan untuk terus membeli dari suatu perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dan merekomendasikan produk kepada teman dan rekan, termasuk preferensi keinginan dan niat membeli di masa depan. salah satunya dengan membentuk citra merek yang kuat oleh perusahaan gojek terhadap gopay yang sudah dibangun selama ini. Tanpa adanya citra merek yang kuat dan positif, sangatlah sulit bagi perusahaan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang sudah ada. Munculnya berbagai macam pelatfo *fitech* terbaru dengan mempunyai satu kategori dengan identitas yang baik dan sudah menjadi standar dan dapat dengan mudah ditiru dan dimiliki oleh siapapun megakibatkan sulitnya suatu perusahaan untuk mempertahankan dirinya sebagai pemimpin pasar. Kepercayaan terhadap merek dari pihak konsumen sangat penting di harapkan bagi pengusaha gojek dari kepercayaan merek tersebut konsumen bisa menilai kegunaan gopay yang memiliki kualitas yang baik yang menimbulkan reaksi yang positif bagi konsumen. Membangun loyalitas pelanggan dari konsumen dengan terus berinovasi dengan menambahkan menu baru untuk memuaskan harapan dari konsumen. Hubungan antara identitas merek, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan mampu memenuhi harapan konsumen atau bahkan memberikan jaminan kualitas pada setiap

kesempatan penggunaannya serta merek akan mudah dibentuk hubungan yang sangat positif untuk perusahaan gojek terhadap gopay di daerah kota bandar lampung membuktikan bahwa konsumen akan menggunakan secara berulang dan konsisten dalam penggunaan Go-pay di bandar lampung.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Saat ini, konsumen sangat sadar akan keberadaan merek karena merek merupakan salah satu acuan citra diri perusahaan bagi para konsumen. Sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh identitas merek citra merek dan kepercayaan terhadap merek tersebut. Menurut Kotler (2009), citra merek adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen, sebagai cerminan asosiasi yang tertahan di ingatan konsumen. Citra merek merupakan syarat dari merek yang kuat dan citra adalah persepsi yang relative konsisten dalam jangka panjang. Citra merek *fintech* Go-pay, sudah dikenali dalam hal yang positif oleh masyarakat, sehingga banyak konsumen yang lebih memilih menggunakan jasa Go-Pay dibandingkan dengan menggunakan jasa dari perusahaan lain. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk mengembangkan lebih lanjut penelitian tentang **“Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap loyalitas pelanggan *Financial Technology (Fintech) Go-Pay Di Bandar Lampung.***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah yang akan Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah.

1. Apakah Identitas Merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *Financial Technology (Fintech) Go-Pay* di Bandar Lampung?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Financial Technology (Fintech) Go-pay* di Bandar Lampung ?
3. Apakah Kepercayaan Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Financial Technology (Fintech) Go-pay* di Bandar Lampung ?
4. Apakah identitas merek citra merek dan kepercayaan merek terhadap berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *Financial Technology (Fintech) Go-pay* di Bandar Lampung ?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1. Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subyek dalam penelitian ini adalah pengguna GoPay di Bandar Lampung

1.3.2. Ruang Lingkup Objek

Objek dalam penelitian ini adalah Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap loyalitas merek *Financial Technology (Fintech) Go-Pay* Di Bandar Lampung

1.3.3. Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini di Bandar Lampung.

1.3.4. Ruang Lingkup Waktu

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan November 2020 s.d. sampai dengan bulan Maret 2021.

1.3.5. Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah ilmu manajemen pemasaran yang meliputi Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Financial Technology (Fintech) Go-Pay Di Bandar Lampung.

1.4 Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh identitas merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna gopay .
2. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna gopay.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan Merek terhadap loyalitas pelanggan a gopay.
4. Untuk mengetahui identitas merek citra merek dan kepercayaan merek berpengaruh secara bersamaan terhadap loyalitas pelanggan *Financial Technology (Fintech) Go-pay* di Bandar Lampung ?

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini, dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.3 Bagi Penulis

Sebagai tambahan pengetahuan bagipenulis agar dapat membandingkan ilmu secara teoritis yang di peroleh selama perkuliahan dengan yang terjadi

dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Serta dapat mengimplementasikan kemampuan penulis dalam pengetahuannya mengenai objek yang akan dibahas pada penelitian ini. Kemudian, hasil dari penelitian ini nantinya akan menjadi pengetahuan tambahan bagi penulis Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap loyalitas pelanggan *Financial Technology (Fintech) Go-Pay Di Bandar Lampung*.

1.5.1. Bagi Institusi

Sebagai referensi perpustakaan fakultas ilmu ekonomi dan bisnis, institut informatika dan bisnis Darmajaya Bandar Lampung Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap loyalitas Pelanggan *Financial Technology (Fintech) Go-Pay Di Bandar Lampung*.

1.5.2 Bagi Perusahaan

Melalui penelitian bagi perusahaan yang bersangkutan yaitu Gojek diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan memberi gambaran tentang analisa peningkatan kualitas pelayanan konsumen dalam menyusun strategi pemasaran yang berhubungan dengan Identitas Merek Citra Merek dan Kepercayaan Merek yang mendukung sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan Go-Pay di Bandar Lampung.

1.5.4 Bagi Pemerintah

diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam membuat kebijakan dan mengambil keputusan yang berkaitan perbaikan layanannya dengan penggunaan *Financial Technology (Fintech)* terhadap penguatan layanan Bagi pengguna *Financial Technology (Fintech)*, diharapkan dapat menjadi salah satu wadah untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai Fintech.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai landasan teori yang mendasari dan mendukung penelitian ini, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai variabel-variabel yang akan diteliti, definisi operasional, jenis dan sumber data, populasi, dan penentuan sampel, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari bab ini berisi tentang deskriptif dari data responden dan variabel penelitian, hasil uji prasyarat analisis data, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang simpulan dari hasil penelitian dan saran yang dapat di sampaikan berdasarkan berdasarkan hasil penelitian yang di harapkan dapat bagi pihak yang bersangkutan dan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN