

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat banyak membawa perubahan terutama pada teknologi digital. Teknologi digital sangat mempengaruhi kehidupan manusia menjadi lebih mudah, mulai dari pembelian pulsa, berbelanja di mall, hingga pembayaran listrik dan air. Sebelum adanya teknologi digital yang tersebar secara luas dengan berbasis internet, masyarakat millennial telah banyak memakai alat pembayaran seperti ATM, debit dan kartu kredit.

Transaksi pembayaran di era digital dengan menggunakan uang elektronik merupakan efek dari perkembangan teknologi informasi yang ada saat ini dipadukan dengan layanan keuangan yang terus berinovasi yang dikenal dengan istilah *financial technology* atau *fintech*.¹ Menurut Bank Indonesia, *fintech* adalah suatu gabungan dari jasa keuangan dan teknologi yang mampu merubah model bisnis yang konvensional menjadi bisnis yang modern dan tersistem. Banyak masyarakat maupun perusahaan jasa keuangan yang berkompetisi memberikan penawaran kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan layanan *fintech*. Masyarakat dengan mudah bertransaksi digenggaman tanpa perlu datang ketempat atau mengantri panjang. Perkembangan inilah yang mengubah gaya hidup masyarakat masa kini dengan pelayanan berbasis teknologi digital. Pengembangan *fintech* juga perlu dikembangkan di lingkungan kampus. Pengenalan *fintech* kepada mahasiswa, dosen dan karyawan di lingkungan kampus sangat diperlukan agar mereka terbiasa dalam penggunaan *fintech* pada kegiatan sehari-hari.² Mahasiswa yang nantinya

¹ Dika Prawita, Dkk., "Analisis Price Discount Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Pembelian Ulang Menggunakan Fintech Melalui Intervening Customers Satisfaction (Studi Kasus Pada Penggunaan Aplikasi Gopay Di Kota Yogyakarta)," *UPAJIWA DEWANTARA* 4 No. 2 (2020) 2.

² Syafitri, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology* (Fintech) Pada Aplikasi OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa

menjadi *output* setidaknya mengetahui cara bertransaksi menggunakan layanan *fintech* karena saat ini masih banyak masyarakat yang belum melek teknologi, maka dari itu peran mahasiswa sangat penting sebagai agen perubahan yang mampu memberikan perubahan pada diri sendiri maupun orang lain. Memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai perkembangan teknologi yang membuat pemenuhan kebutuhan menjadi lebih efektif dan efisien .

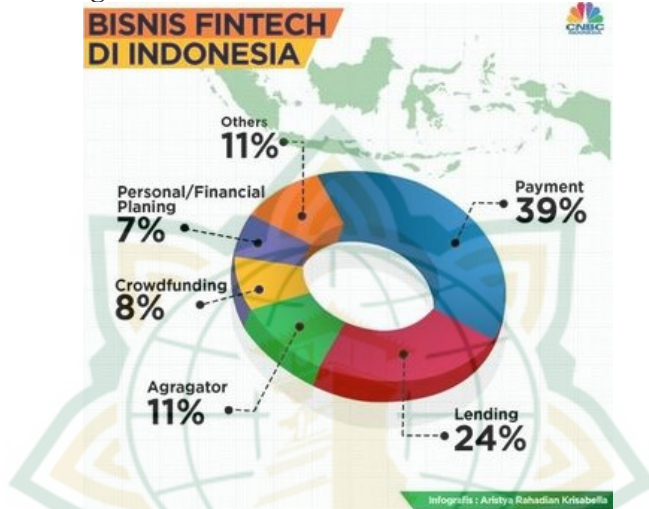
Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengklasifikasikan *fintech* di Indonesia ke dalam dua kategori. *Fintech 2.0* untuk layanan keuangan digital yang operasikan lembaga keuangan seperti Mandiri Online besutan Bank Mandiri. *Fintech 3.0* untuk startup teknologi yang punya produk dan jasa inovasi keuangan. Badan internasional pemantau dan pemberi rekomendasi kebijakan mengenai sistem keuangan global, Financial Stability Board (FBS) membagi *fintech* dalam empat kategori berdasarkan jenis inovasi. *Pertama, payment, clearing dan sttlement*. *Clearing dan sttlement* Ini adalah *fintech* yang memberikan layanan sistem pembayaran baik yang diselenggarakan oleh industri perbankan maupun yang dilakukan Bank Indonesia seperti Bank Indonesia Real Time Gross Settlement (*BI-RTGS*), Sistem Kliring Nasional BI (SKNBI) hingga BI scripless Securities Settlement System (BI-SSSS). Contohnya, Kartuku, Doku, iPaymu, Finnet dan Xendit. *Kedua, e-aggregator*. *Fintech* ini mengumpulkan dan mengolah data yang bisa dimanfaatkan konsumen untuk membantu pengambilan keputusan. Startup ini memberikan perbandingan produk mulai dari harga, fitur hingga manfaat. Contohnya, Cekaja, Cermati, KreditGogo dan Tunaiku. *Ketiga, manajemen resiko dan investasi*. *Fintech* ini memberikan layanan seperti *robo advisor* (perangkat lunak yang memberikan layanan perencanaan keuangan dan platform e-trading dan e-insurance. Contohnya, Bareksa, Cekpremi dan Rajapremi. *Keempat, peer to peer lending (P2P)*. *Fintech* ini mempertemukan antara pemberi pinjaman (investor) dengan para pencari pinjaman dalam satu platform. Nantinya para

FEB UPGRIS Angkatan 2016-2019),” *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU)4, Oktober 2020, 1010.*

investor akan mendapatkan bunga dari dana yang dipinjamkan. Contohnya, Modalku, Investree, Amarnya dan KoinWorks.³

Gambar 1. 1

Diagram Presentase Bisnis Fintech di Indonesia



Sumber : www.cnbcindonesia.com

Banyaknya perusahaan *fintech* yang bermunculan menjadikan persaingan dunia bisnis dan teknologi semakin ketat karena setiap perusahaan akan berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan tersebut. Salah satu aplikasi *fintech payment* yang populer adalah DANA. DANA merupakan aplikasi *fintech payment* yang muncul sejak Maret 2018 dan diresmikan pada 5 Desember 2018. Selama satu tahun beroperasi sejak *soft launching* pada Maret 2018 hingga Maret 2019, DANA telah diunduh sebanyak 10 juta kali. DANA dirancang oleh programmer andal Indonesia dan disokong oleh investor kelas dunia PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) sebagai pemegang saham mayoritas, dan Ant Finansial. DANA menyediakan infrastruktur *platform* terbuka untuk pembayaran, yang memungkinkan semua pengguna,

³ Roy Franedy, Dkk, “Ini Dia Empat Jenis Fintech Di Indonesia”
 Januari 10, 2018.
<https://www.cnbcindonesia.com/Tech/20180110145800-37-1126/Ini-Dia-Empat-Jenis-Fintech-Di-Indonesia>

baik dari memungkinkan semua pengguna, baik dari sisi *merchant* maupun konsumen untuk melakukan transaksi secara nontunai dan nonkartu secara mudah, aman, dan efisien. Sebagai dompet digital, DANA dapat dimanfaatkan oleh beragam sektor, termasuk pendidikan, layanan publik, layanan sosial, hingga pedagang kaki lima untuk mendukung setiap transaksi dengan mudah dan aman. DANA berinovasi dengan membangun teknologi dompet digital yang terintegrasi langsung pada *platform merchant* rekanan, seperti di Bukalapak, TixID, BBM, dan Ramayana.⁴

Pemilik slogan dompet digital Indonesia yaitu DANA memiliki beberapa kelebihan diantaranya 1. Bayar lebih praktis 2. Gratis kirim uang antar bank 3. Penawaran menarik 4. Ada DANA surprize.⁵ Kelebihan- kelebihan ini sangat memberikan manfaat bagi penggunaanya dalam mempermudah pekerjaan, mempercepat pekerjaan, meningkatkan produktivitas dan lain-lain. Hal ini berpengaruh terhadap minat beli ulang. Minat beli ulang adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon positif terhadap apa yang telah diberikan oleh suatu perusahaan dan berminat untuk melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut.

Selain memiliki kelebihan DANA juga memiliki kekurangan diantaranya adalah 1. Terdapat resiko tinggi saat ganti nomor 2. Layanan terbatas 3. Tidak menawarkan imbal balik.⁶ Banyaknya kasus keluhan terhadap pelayanan yang mengecewakan dalam penggunaan DANA, beberapa contoh yang bersumber dari mediakonsumen.com ada beberapa

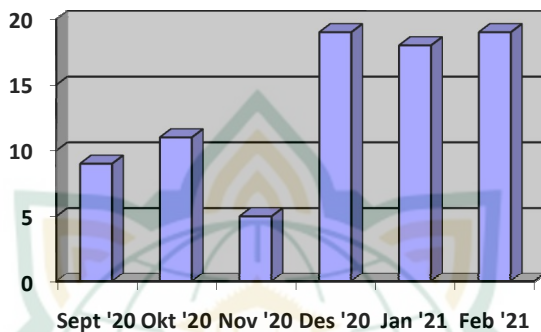
⁴ Fiki Ariyanti, “Mengenal Dana, Dompet Digital Dengan Tingkat Keamanan Sekelas Perbankan” Januari 13, 2018. <https://M.Liputan6.Com/Bisnis/Read/3559895/Mengenal-Dana-Dompet-Digital-Dengan-Tingkat-Keamanan-Sekelas-Perbankan>

⁵ Gilar Ramdhani, “Dompet Digital Makin Populer Di 2020, Ini Keuntungan Aktif Pakai Dana” Januari 21, 2020. <https://M.Liputan6.Com/Tekno/Read/4160879/Dompet-Digital-Makin-Populer-Di-2020-Ini-Keuntungan-Aktif-Pakai-Dana>

⁶ Gilar Ramdhani, “Dompet Digital Makin Populer Di 2020, Ini Keuntungan Aktif Pakai Dana” Januari 21, 2020. <https://M.Liputan6.Com/Tekno/Read/4160879/Dompet-Digital-Makin-Populer-Di-2020-Ini-Keuntungan-Aktif-Pakai-Dana>

keluhan dari pengguna DANA yang kecewa dengan aplikasi DANA.

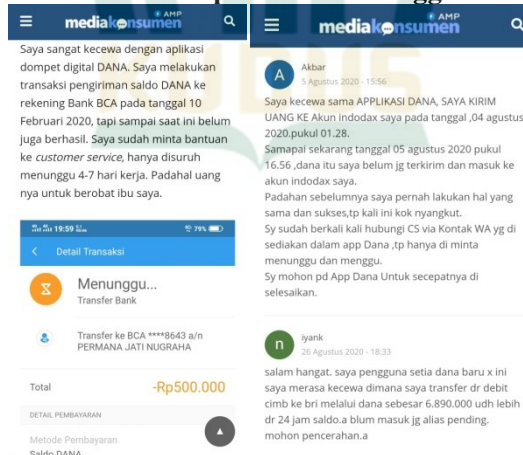
Gambar 1. 2
Jumlah Keluhan Pengguna DANA Perbulan



Sumber : www.mediakonsumen.com , data diolah

Hal ini membuktikan bahwa pelayanan pada DANA belum maksimal dan akan berdampak pada kelayakitan konsumen. Jadi disini *e- service quality* berpengaruh terhadap minat beli ulang karena *e-service quality* yang baik akan lebih memudahkan dalam hubungan antara penjual dan pembeli secara efektif dan efisien serta menambah kelayakitan pelanggan.

Gambar 1. 3 Beberapa Keluhan Pengguna DANA



Sumber : mediakonsumen.com

Dengan adanya fenomena tersebut, ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli ulang layanan pada DANA, diantaranya yang ingin diteliti oleh penulis adalah persepsi manfaat, *e-service quality*, dan bauran promosi.

Persepsi manfaat merupakan suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya (Wibowo,2008). Peneliti Khoirul Basyar, Sanaji (2016) menjelaskan bahwa persepsi manfaat memiliki hubungan positif dan pengaruh secara signifikan terhadap niat beli ulang secara online. Peneliti Nuri Apriyani menjelaskan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu DANA *payment* dan peneliti memilih Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2017 sebagai responden karena banyak dari mereka yang menggunakan DANA sebagai pengganti dompet yang lebih praktis dan lebih memudahkan mereka dalam melakukan transaksi online.

Berangkat dari permasalahan yang diuraikan diatas maka penulis akan meneliti mengenai “ Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, *E-Service Quality*, dan Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Fintech DANA Payment”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat beli ulang layanan fintech DANA payment ?
2. Bagaimana *e-service quality* berpengaruh terhadap minat beli ulang layanan fintech DANA payment ?
3. Bagaimana bauran promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang layanan fintech DANA payment ?
4. Bagaimana persepsi manfaat, *e-service quality* dan bauran promosi berpengaruh terhadap minat beli ulang layanan fintech DANA payment dalam Perspektif Islam ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh persepsi manfaat terhadap minat beli ulang layanan fintech DANA payment.

2. Untuk menguji pengaruh *e- service quality* terhadap minat beli ulang layanan fintech DANA payment.
3. Untuk menguji pengaruh bauran promosi terhadap minat beli ulang layanan fintech DANA payment.
4. Untuk menguji persepsi manfaat, *e-service quality* dan bauran promosi terhadap minat beli ulang layanan fintech DANA payment dalam Perspektif Islam.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang ditinjau dari segi teoritis dan praktis.

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini dapat dijadikan referensi yang relevan bagi penelitian selanjutnya.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi peneliti
Menambah pengetahuan dan pemahaman tentang hal yang mempengaruhi minat beli ulang serta sebagai upaya untuk melatih berfikir secara ilmiah dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang telah didapat selama perkuliahan berlangsung.
 - b. Bagi perusahaan
Sebagai sumber informasi dalam merumuskan strategi pemasaran dalam menghadapi masalah perusahaan dan meningkatkan kinerja perusahaan.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian ini tersusun atas lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: bab ini menjelaskan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI: bab ini terdiri dari deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN: bab ini terdiri dari jenis dan pendekatan, *setting* penelitian, populasi

dan sampel, desain dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reabilitas instrumen, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN:** bab ini terdiri atas gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil penelitian, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis data, dan pembahasan.
- BAB V PENUTUP:** bab ini berisi kesimpulan dan saran hasil penelitian yang telah dilakukan.

