

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini masyarakat telah menyadari akan pentingnya alat tukar yang tidak bersifat fisik atau secara langsung, baik itu berupa kertas maupun logam, yaitu menggunakan alat tukar berbentuk elektronik. Alat tukar elektronik saat ini menjadi isu penting dikarenakan dianggap sebagai revolusi pembayaran pada masa depan yang akan mengganti system tradisional yang berupa uang tunai dan cek (Kim, 2013, p.103-104). Belakangan tahun ini, masyarakat Indonesia dikenalkan dengan cara pembayaran yang terbilang baru di Indonesia yaitu melakukan transaksi yang disebut *e-money*. Berbeda dengan dengan credit card yang kegunaannya berhubungan langsung dengan rekening nasabah, *e-money* menghadirkan konsep baru dengan sitem *prepaid* atau prabayar dimana para nasabah apabila melakukan deposit dengan sejumlah nilai uang lebih dahulu yang kemudian menggunakan tidak berhubungan secara langsung dengan rekening nasabah. Dengan begitu, sebenarnya orang yang memiliki *e-money* sama seperti memiliki sejumlah uang tunai (Nur malita, 2018)

Masyarakat biasa dapat mengenal pembayaran secara non tunai dilakukan dengan cara transfer antar bank maupun lintas bank yang dilakukan pada internal bank atau dengan menggunakan mesin ATM. Namun saat ini masyarakat sudah dapat melakukan transaksi dengan cara *e-money* dimana memiliki perbedaan dengan pembayaran elektronik sebelumnya. Pembayaran yang dilakukan ketika menggunakan *e-money* tidak perlu membutuhkan proses otorisasi dan keterkaitan secara langsung (online) dengan rekening nasabah di bank. Hal ini bisa terjadi dikarenakan *e-money* merupakan produk stored value di mana sejumlah bnilai dana tertentu (*monetary value*) sudah

termasuk terekam (*tersimpan*) didalam alat pembayaran tersebut (Bank Indonesia, 2019).

Electronic money (*e-Money*) merupakan salah satu inovasi cara pembayaran yang muncul karena dampak perkembangan teknologi yang semakin pesat. Sejak 14 Agustus 2019, Bank Indonesia telah mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Menurut Agus D.W. Martowardojo dalam sambutannya pada saat peresmian GNNT, gerakan tersebut ditujukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap adanya menggunakan cara non tunai, sehingga secara berangsur-angsur terbentuk adanya komunitas atau kelompok masyarakat yang lebih menggunakan cara non-tunai (Less Cash Society/LCS) (bi.go.id). Penggunaan *e-money* sebagai alternatif alat pembayaran non-tunai di beberapa negara menunjukkan adanya potensi yang cukup besar untuk mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai, khususnya untuk pembayaran-pembayaran yang bersifat mikro sampai dengan ritel. Hal ini sesuai dengan tujuan Bank Indonesia yang menetapkan pada peraturan Bank Indonesia nomor 11/12/PBI/2019 bahwa *e-money* sebagai salah satu pendukung Bank Indonesia untuk menciptakan *less cash society* di Republik Indonesia.

Menurut data dari Bank Indonesia, pada tahun 2020 lalu total transaksi melalui *e-money* di Indonesia mencapai angka Rp 50 triliun. Setahun berikutnya, jumlah tersebut menurun sebesar 30%. Maka tak ayal jika ditahun 2021 ini, Bank Indonesia terus berupaya untuk mendorong penggunaan transaksi uang elektronik untuk mencapai target peningkatan sebesar 2,4% dalam perhitungan Gross Domestic Product (Money.id, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat memberikan respon yang positif kepada *e-money*. tapi jika kita lihat jumlah transaksi dua tahun kebelakang bisa kita katakan pertumbuhannya begitu pesat.

Salah satu hal yang menyebabkan menarik perhatian seseorang untuk menggunakan *e-money* tentu tidak lepas dari manfaat yang diberikan. Manfaat tentu saja akan dirasakan langsung oleh penggunanya. *E-money* memberikan transaksi yang lebih cepat dan nyaman disbanding uang tunai khususnya transaksi yang bersifat kecil, disebabkan nasabah tidak perlu menyediakan sejumlah uang pas untuk suatu transaksi atau harus menyimpan uang kembalian. Selain itu, kesalahan dalam menghitung uang kembalian dari suatu transaksi tidak terjadi apabila menggunakan *e-money*. Selain itu, waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu transaksi dengan *e-money* dapat dilakukan jauh lebih singkat dibandingkan transaksi dengan kartu kredit atau kartu debit, karena tidak harus memerlukan proses otorisasi online, tanda tangan maupun PIN. Selain itu, dengan transaksi offline, maka biaya komunikasi dapat dikurangi.

*Perceived Value* (Persepsi Nilai) ialah merupakan salah satu faktor penting dalam proses tercapainya keputusan pembelian konsumen kemudian konsumen akan membeli produk dengan nilai yang tinggi apabila produk dirasa memiliki nilai yang lebih serta pelanggan akan merasa puas jika suatu produk atau jasa sesuai dengan *Perceived Value* (Persepsi Nilai) yang mereka inginkan. (Chi, Yeh, & Huang, 2009). Semakin tinggi *perceived value* yang ada pada konsumen maka semakin tinggi juga bentuk kepuasan konsumen atau pelanggan, dimana *perceived value* berarti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan. *Perceived value* merupakan penilaian konsumen yang dilakukan dengan cara membandingkan antara manfaat/keuntungan yang akan diterima dengan pengorbanan yang dikeluarkan akan sebuah produk (Setyo Feri Wibowo, 2019).

Terbukti pada penelitian yang telah dilakukan sebagai bukti empiris menyatakan adanya keterkaitan antara *Perceived Value* dengan kepuasan pelanggan. Yakni hasil penelitian Amirul Azhar, dkk (2019), menunjukkan bahwa pada hipotesisnya yang ke 3

menunjukkan bahwa Persepsi Nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan pada Pulau Weh Sabang. Kebanyakan responden mempunyai persepsi yang bagus tentang nilai terhadap Kepuasan Wisatawan pada Pulau Weh Sabang. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sirait (2015) ada dua syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan kepuasan: (1) dalam penggunaan barang dan jasa pelanggan harus mendapatkan nilai lebih daripada biaya yang dikeluarkan; (2) pelanggan mendapatkan kecocokan nilai dengan nilai yang dirasakan pertama kali.

Selanjutnya tingkat (*security*) juga berpengaruh sangat besar terhadap kepuasan nasabah. Jaminan rasa aman menyangkut evaluasi nasabah terhadap berbagai resiko yang bisa dialami oleh nasabah terkait dengan uang yang ditabungkan. Keamanan adalah keyakinan individu bahwa setiap kegiatan atau transaksi yang dilakukan memiliki keamanan yang tinggi dan setiap informasi pribadi yang diberikan terjamin keamanannya.

*Security* atau keamanan menjadi isu penting yang mempengaruhi intensi penggunaan *e-money*, karena dalam pengaplikasiannya *e-money* yang berupa smart card mengedepankan layanan yang cepat sehingga tidak memiliki otorisasi PIN sebagai perangkat keamanan seperti yang dimiliki oleh debit card. Sistem keamanan dalam penggunaan *e-money* masih mempunyai resiko yang cukup besar. Hal ini membuat pengguna *e-money* kurang puas dalam keamanan yang dimiliki oleh *e-money*. Maka keamanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah terhadap kepuasan *e-money* (Nur Malita, 2018)

Beberapa bukti empiris menyatakan adanya keterkaitan antara *security* terhadap kepuasan nasabah yang mengakibatkan loyalitas nasabah. Diantaranya hasil penelitian yang dilakukan oleh Ilham Tugiso, dkk (2016), Ratna Parnami (2016), menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara keamanan terhadap kepuasan

nasabah. Sebaliknya penelitian yang ditemukan oleh Krisnu Yuta Putadi (2014) menunjukkan bahwa keamanan tidak memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut. (Nur Malita, 2019)

Bank Mandiri merupakan salah satu lembaga penerbit e-money yang cukup serius untuk ambil bagian dalam pengembangannya terutama dalam pembayaran non-tunai. Hal ini terbukti dengan diterbitkannya empat item dari uang elektronik yaitu e-money, e-toll card, gaz card, dan Indomaret card. Menurut Rohan, sekretaris Bank Mandiri dalam (www.tribunnews.com 2020) transaksi e-money hingga akhir tahun 2020 mencapai Rp 25 triliun dengan jumlah kartu yang diterbitkan sebanyak 37 juta keping, maka dari itu semakin banyak dipasarkan maka semakin besar penggunaannya. dan e-money yang dijual di berbagai gerai yang telah bekerjasama dengan Bank Mandiri bisa digunakan atau ditransaksikan di jalan tol, gerai ritel, dan lain-lainnya.

Menurut Frans Direktur Digital Banking Dan Teknologi Bank Mandiri dalam (www.merdeka.com 2020), menuturkan perseroan terus mendorong penggunaan kartu elektronik (e-money) untuk bertransaksi, Pada triwulan III tahun 2020 pengguna e-money mencapai 34.82 juta pengguna dan jumlah pengguna e-money semakin terus meningkat signifikan dari sebanyak 6,42 juta pada triwulan III 2019, menjadi 10,82 juta

pada triwulan 2020 atau bertumbuh 68 persen dari triwulan 2019 sampai triwulan 2020 dan seiring meningkatnya pengguna kartu e-money.

Sejak tahun 1990-an, terjadi perkembangan pendekatan riset di mana perilaku konsumen dipahami lebih baik ketika dianalisis dari perspektif persepsi nilai (perceived value perspective) (Heskett, Sasser, dan Schlesinger, 1997; Woodruff dan Gardial, 1996; Ostrom dan Jacobucci, 1995). Walaupun sulit didefinisikan karena dianggap abstrak dan kompleks, namun persepsi nilai sering didefinisikan sebagai tingkat persepsi kualitas suatu produk atau pelayanan relatif terhadap harga yang dibayarkan oleh pelanggan (ACSI, 2001; Fornell et al., 1996). Persepsi nilai merupakan suatu ukuran kualitas berdasarkan harga (Fornell, Mithas, Morgenson III, dan Krishnan, 2006).

Kabupaten Pasuruan menempati posisi ketujuh sebagai daerah dengan skala ekonomi terbesar di Indonesia.

Rangking ini dipublish oleh Good News From Indonesia.id, sebuah platform berbagi informasi positif dan independen tentang semua berita baik di Indonesia.

Dalam postingannya, Kabupaten Pasuruan berada di posisi ketujuh dengan total PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) sebesar Rp 135.282 Milyar (data BPS (Badan Pusat Statistik) tahun 2018).

Sedangkan posisi teratas adalah Kabupaten Bekasi, disusul Bogor, Karawang, Sidoarjo, Kutai Kartanegara, Bengkalis. Sedangkan posisi 8 dicapai oleh Gresik, Tangerang dan Kutai Timur.

Indikator yang digunakan dalam pengukuran skala ekonomi kali ini adalah menggunakan total Produk Domestik Regional Bruto atau biasa disingkat PDRB. PDRB adalah jumlah nilai tambah barang dan jasa yang dihasilkan dari seluruh kegiatan perekonomian di seluruh wilayah kabupaten, kota maupun provinsi dalam periode tertentu, yang biasanya satu tahun.

Menanggapi hal ini, Bupati Pasuruan, HM Irsyad Yusuf mengucapkan terima kasih atas publikasi dari Good News From Indonesia.id yang mencantumkan nama Kabupaten Pasuruan di jajaran top ten daerah dengan skala ekonomi terbesar di Indonesia. Diakuinya, jumlah industry yang tumbuh dan berkembang semakin bertambah. Hal itu disebabkan oleh beberapa factor seperti sumber air yang melimpah, aliran gas yang sangat mencukupi, akses jalan tol di mana-mana, lahan indystri yang masih tersedia, hingga perubahan RTRW (rencana tata ruang wilayah) yang memudahkan para investor dalam menanamkan modalnya di Kabupaten Pasuruan.

Kabupaten pasuruan menjadi daerah jajaran topten daerah dengan skala ekonomi terbesar di Indonesia dimana masyarakat daerah pasuruan sudah banyak yang menggunakan *e-money* sebagai alat transaksi untuk kebutuhan sehari-harinya. Masyarakat di Kabupaten Pasuruan sudah banyak yang menggunakan alat transaksi uang elektronik (*e-money*). Ada begitu banyak merek e-money akan tetapi pengguna e-money bank mandiri paling banyak di daerah pasuruan. Masyarakat kabupaten pasuruan mengikuti perkembangan transaksi keuangan saat ini,yaitu dengan menggunakan *e-money* untuk kegiatan transaksi pada kebutuhan sehari-hari.

Hal ini yang mendorong peneliti untuk meneliti kepuasan pelanggan atau pra pengguna *e-money* Mandiri dan menjadikan pengguna *e-money* mandiri pasuruan sebagai objek penelitian. Dikarenakan selain *e-money* mandiri dapat digunakan untuk beberapa kebutuhan sehari-hari juga dapat digunakan untuk transaksi tol mengingat daerah pasuruan juga banyak yang memghubungkan antar kota ke kota. (Nur Malita, 2019)

Berdasarkan paparan latar belakaang di atas yang sudah dijelaskan, maka penulis tertarik untuk membahas dan nelakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH PERCEIVED VALUE, DAN SECURITY TERHADAP CUSTOMER**

## **SATISFACTION e-MONEY MANDIRI. (Study Pada Pengguna e-Money Mandiri Di Kabupaten Pasuruan)”.**

### **1.2 Perumusan Masalah**

- a) Apakah *Perceived Value* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pengguna *e-money mandiri card* di Kabupaten Pasuruan?
- b) Apakah *Security* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pengguna *e-money mandiri card* di Kabupaten Pasuruan?
- c) Apakah pengaruh *Perceived Value*, dan *Security* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna *e-money mandiri card* secara simultan di Kabupaten Pasuruan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

- a) Mengetahui *Perceived Value* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pengguna *e-money mandiri* di Kabupaten Pasuruan.
- b) Mengetahui *Security* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pengguna *e-money mandiri* di Kabupaten Pasuruan.
- c) mengetahui pengaruh terhadap *Perceived Value*, dan *Security* terhadap *Customer Satisfaction* pengguna *e-money mandiri* secara simultan di Kabupaten Pasuruan.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

- a) Manfaat Praktis: Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pengguna e-money mandiri masyarakat pasuruan agar mengetahui pengaruh persepsi nilai, keamanan, dan kemudahan terhadap kepuasan pengguna e-money mandiri card masyarakat pasuruan.



- b) Manfaat Teoritis: diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengembangan ilmu khususnya pengaruh perceived value, dan Scurity terhadap kepuasan pengguna e-money mandiri card pada masyarakat pasuruan.