

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi mengalami kemajuan yang pesat seiring dengan perkembangan teknologi yang canggih. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran telah menggantikan peranan uang tunai (*currency*) yang dikenal masyarakat sebagai alat pembayaran pada umumnya ke dalam bentuk pembayaran non tunai yang relatif lebih baik. Berbagai fitur pembayaran dihadirkan oleh perusahaan penyedia jasa dan layanan untuk memudahkan transaksi konsumen. Hadirnya teknologi digital, menjadikan fitur pembayaran makin beragam, prosesnya pun terbilang singkat. Transaksi antara konsumen dan penyedia jasa dan layanan dapat diselesaikannya dalam beberapa menit. Melalui teknologi digital pula, baik konsumen maupun pemberi jasa dan layanan tidak perlu bertatap muka dalam bertransaksi yang didukung perkembangan teknologi digital tersebut, salah satu fitur yang dapat memanjakan konsumen dalam bertransaksi adalah fitur *PayLater*.

Sistem pembayaran dapat diukur dari kemampuan dalam menciptakan biaya yang minimal untuk mendapatkan manfaat dari suatu kegiatan transaksi. Pengguna jasa alat pembayaran akan menggunakan jasa alat pembayaran yang memiliki harga yang relatif lebih rendah sehingga biaya transaksi yang harus dikeluarkan juga rendah

Fitur *PayLater* atau bayar nanti memang menjadi tren, baik di masyarakat maupun di industri *fintech*. Beberapa pemain *digital payment* pun sedang ramai mempromosikan fitur ini di dalam aplikasi mereka. Penggunaan *PayLater* digunakan dalam berbagai kebutuhan, seperti kebutuhan sehari-hari, pembayaran tiket perjalanan hingga pembelian produk. Para *startup* berlomba-lomba menawarkan fitur *PayLater* atau bayar kemudian. Layanan ini diberikan

untuk memudahkan pengguna dalam bertransaksi. *PayLater* adalah metode pembayaran seperti kartu kredit dimana perusahaan aplikasi menutupi dulu pembayaran tagihan pengguna di merchant setelah itu pengguna membayar tagihan tersebut kepada perusahaan aplikasi, untuk dapat menggunakan layanan ini pengguna akan diminta memberikan data pribadi, foto diri dan foto KTP.

Shopee termasuk dalam E-commerce sukses di Indonesia dengan taglinenya yang terkenal free ongkir, *Fintech* ini bernama lengkap Shopee *PayLater* karna memang platform ini menerapkan sistem P2P lending yaitu mempertemukan pemberi dana pinjaman dan peminjam dana. Produk yang ditawarkan Shopee *PayLater* adalah pinjaman dana khusus untuk para penjual atau pemilik toko *online* di *marketplace* Shopee, jadi bagi yang bukan pemilik toko online di Marketplace Shopee belum bisa mengajukan pinjaman, tapi dapat mengajukan menjadi pemberi pinjaman. *Fintech* legal yang berada di bawah PT.Lentera Dana Nusantara ini menawarkan pinjaman dana tanpa jaminan, dapat memudahkan para pemilik toko online untuk mendapatkan dana pinjaman.

Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era global atau *Industry 4.0* maupun *Society 5.0* adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Amat sulit bagi sebuah perusahaan untuk bertahan dalam jangka tanpa ada pelanggan yang puas. Berbagai riset menyimpulkan bahwa mempertahankan pelanggan jauh lebih murah dibandingkan mendapatkan pelanggan baru. Hal ini mendorong semakin banyaknya pemasar yang berusaha meningkatkan pemahaman atas perilaku konsumennya dalam rangka memuaskan mereka. Pada gilirannya, pemahaman tersebut dijadikan dasar dalam merancang strategi dan program pemasaran yang diharapkan dapat lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan spesifik pelanggan yang dituju. (Tjiptono dan Diana, 2019:103)

Kualitas layanan konsumen secara konvensional dapat diukur dengan pemberian kualitas layanan yang dapat dirasakan pembeli saat melakukan

pembelian barang atau jasa secara langsung, hal ini berbeda dengan kualitas pelayanan elektronik (*Electronic service quality*) dalam *ecommerce*.

Kualitas layanan elektronik diukur melalui pelayanan yang diberikan oleh perusahaan *e-commerce* adalah melalui *website* atau media internet. Demikian pula ketersediaan dan kelengkapan informasi juga kemudahan dalam melakukan transaksi menjadi pilihan pelanggan dalam menggunakan layanan suatu perusahaan. Kualitas pelayanan elektronik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Tobagus, 2018).

Kualitas pelayanan elektronik seharusnya menjadi suatu perhatian penting bagi perusahaan *e-commerce* dalam aktivitas bisnisnya karena dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Dengan adanya pelanggan yang puas, hal itu juga akan berdampak pada pelanggan setia dan tidak memiliki keinginan untuk berpindah ke perusahaan *e-commerce* lain. Kemudian, perusahaan *e-commerce* juga akan lebih mudah mendapatkan konsumen baru akibat dari rekomendasi pelanggan yang sudah loyal kepada konsumen lain karena adanya keunggulan dari kualitas pelayanan elektronik yang diberikan perusahaan *e-commerce*.

Pemanfaatan teknologi dalam dunia bisnis saat ini tidak dapat dipisahkan, sehingga untuk menarik pelanggan tidaklah cukup hanya dari kualitas barang dan jasa. Melainkan juga kualitas pelayanan elektronik perlu diperhatikan untuk kepuasan pelanggan yang berakibat pada loyalitas pelanggan. Perkembangan *PayLater* sungguh menarik untuk dicermati, karena sebagai *e-commerce* buatan orang Indonesia dan sudah menyandang sebagai perusahaan unicorn dengan jumlah pengunjung terbanyak, apakah *PayLater* sudah menerapkan kualitas pelayanan elektronik yang baik dan berakibat pada loyalitas pelanggan. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan elektronik *PayLater* sudah dapat membentuk loyalitas pelanggan. Penelitian ini difokuskan pada kualitas pelayanan elektronik *PayLater* untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan yang berakibat loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian kedalam laporan akhir yang

berjudul “**Penilaian Kualitas Layanan Shopee *PayLater* terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan permasalahan adalah “Bagaimana tingkat kualitas layanan elektronik (Efisiensi (*efficiency*), Reliabilitas (*Reliability*), Pemenuhan (*Fullfillment*), Pribadi (*Privacy*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Kompensasi (*Compensation*), dan Kontak (*Contact*)) *PayLater* terhadap loyalitas pelanggan?”

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Penulisan laporan akhir ini, penulis membatasi ruang lingkup penelitian supaya lebih terarah dan tidak terjadi penyimpangan, maka penulis hanya membahas penilaian kualitas layanan elektronik (Efisiensi (*efficiency*), Reliabilitas (*Reliability*), Pemenuhan (*Fullfillment*), Pribadi (*Privacy*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Kompensasi (*Compensation*), dan Kontak (*Contact*)) terhadap loyalitas pelanggan Shopee *PayLater*.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian laporan akhir ini adalah untuk mengetahui penilaian kualitas layanan Shopee *PayLater* terhadap loyalitas pelanggan.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah dan mengembangkan pengetahuan atau wawasan penulis dalam bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan tingkat kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan Indeks Skor.

2. Bagi Perusahaan

Laporan ini dapat memberikan informasi yang berguna dan menjadi bahan masukan atau saran bagi perusahaan terkait dengan tingkat kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan Indeks Skor.

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, yang menjadi objek yaitu Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis yang sudah pernah membeli dan menggunakan fitur Shopee *PayLater*

### **1.6.2 Jenis dan Sumber Data**

Data dapat dibagi menjadi dua yaitu:

1. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Dalam penelitian ini data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuesioner kepada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang menggunakan fitur Shopee *PayLater*.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain setelah mengalami proses pengolahan. Merupakan data yang diperoleh dari pihak lain selain sumber primer, beberapa informasi seperti buku-buku, artikel dan internet yang mendukung penelitian. (Yusi dan Idris, 2016:109)

### 1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam menyusun laporan akhir adalah sebagai berikut:

#### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat pengumpul data primer yang efisien dibandingkan dengan observasi ataupun wawancara. Semakin tersebar sampelnya, kuesioner cenderung akan lebih rendah biayanya. (Yusi dan Idris, 2016:112).

Dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner kepada responden (Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang menggunakan fitur Shopee *PayLater*) melalui google form.

#### 2. Riset Kepustakaan

Penulis mengumpulkan dan memperoleh data yang diperlukan dengan mencari keterangan dan informasi yang berupa literatur-literatur, dokumen, catatan sejarah perusahaan, dan buku bacaan lainnya serta media elektronik seperti internet yang berhubungan dengan laporan yang penulis buat untuk melengkapi laporan akhir ini.

## 1.7 Populasi dan Sampel

### 1.7.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2018:130)

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis yang menggunakan layanan Shopee *PayLater* sebanyak 85 Mahasiswa.

### **1.7.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018:131).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2018:139).

Berarti yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 85 Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis yang menggunakan layanan *Shopee PayLater*.

## **1.8 Analisis Data**

### **1.8.1 Metode Kualitatif**

Metode kualitatif merupakan teknik penganalisaan yang tidak dapat diukur dalam skala numeric (Yusi dan Idris, 2016:5). Penulis memperoleh berbagai data kemudian menganalisanya menggunakan literature buku yang ada kaitannya dengan permasalahan yang ada.

### **1.8.2 Metode Kuantitatif**

Data kuantitatif adalah data yang bersifat numerik atau angka yang dapat dianalisis dengan dengan menggunakan statistik (Sugiyono, 2018 : 15).

Skala penelitian yang digunakan untuk pengukuran data dalam penulisan laporan ini adalah *Skala Likert* dimana pengukuran tersebut penulis gunakan dalam alat penelitian yang berupa kuesioner. Adapun bentuk pengukuran *Skala Likert* adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Skala Pengukuran *Likert***

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Sugiyono (2018:153)*

Dalam hal ini penulis menggunakan hasil dari persentase atas kuesioner yang diberikan kepada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang menggunakan fitur Shopee *PayLater*, menurut Yusi dan Idris (2016;85) yaitu:

$$IS = \frac{\sum \text{Skor Penilaian}}{\sum \text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

- IS = Interpretasi Skor  
 $\sum$  Skor Penilaian = Jumlah Skor Penilaian  
 $\sum$  Skor Ideal = Jumlah Skor Ideal



Menurut Ridwan (2009:18), untuk mengetahui kriteria interpretasi skor, menggunakan skala pengukuran sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Skor Penilaian**

0% - 20%	:	Sangat Buruk
21% - 40%	:	Buruk
41% - 60%	:	Cukup Baik
61% - 80%	:	Baik
81% - 100%	:	Sangat Baik

*Sumber: Riduwan, 2009:18*