

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan zaman tentu saja menjadi salah satu hal yang tidak bisa dihindari oleh setiap lapisan masyarakat. Kemajuan ini mengakibatkan munculnya teknologi baru dan juga teknologi terbarukan yang tentu saja mengubah cara pandang masyarakat terhadap suatu hal. Dengan cara pandang yang baru, masyarakat menjadi tahu terhadap hal yang baru dan hidup berdampingan dengan hal tersebut. Hal yang umumnya dianggap biasa saja berubah menjadi suatu hal yang tidak disangka-sangka menjadi pedoman serta kebutuhan utama masyarakat modern.

Salah satu hal yang berkembang dengan pesat sekarang ini ialah *Financial Technology* atau Fintech. Fintech atau *Financial Technology* merupakan hal yang lumrah sekarang ini. Tak hanya itu industri Fintech juga makin berkembang bersamaan dengan perkembangan teknologi. Fintech sendiri dapat dikatakan sebagai teknologi finansial, yang merupakan perpaduan dari jasa keuangan dengan teknologi dan mengubah kebiasaan masyarakat untuk bertransaksi sekarang ini. Masyarakat tidak perlu lagi untuk membawa uang dalam jumlah yang banyak. Fintech sendiri lahir karena gaya hidup masyarakat sekarang ini yang berorientasi pada teknologi. Di Indonesia sendiri Fintech menjadi sistem pembayaran yang berlandaskan hukum Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran dan Peraturan Bank Indonesia No. 18/17/PBI/2016 tentang Uang Elektronik (Bank Indonesia, 2018).

Fintech tentu saja memberikan dampak pada kehidupan masyarakat. Selain mengubah sistem pembayaran, fintech juga meningkatkan kecepatan perputaran uang pada Indonesia. Hal ini mengakibatkan ekonomi masyarakat meningkat. Keberadaan fintech membuat sektor perbankan meningkat. Fintech berperan dalam pertumbuhan ekonomi sebesar 0,45% dan berkontribusi pada Produk Domestik Bruto senilai lebih dari Rp. 60 triliun. Tak hanya itu, munculnya fintech juga memberikan tambahan lapangan kerja sebesar 362 ribu orang dan hal ini berdampak

pada penurunan angka kemiskinan senilai 177 ribu orang serta ketimpangan yang berkurang sebesar 0,01 (INDEF, 2019).

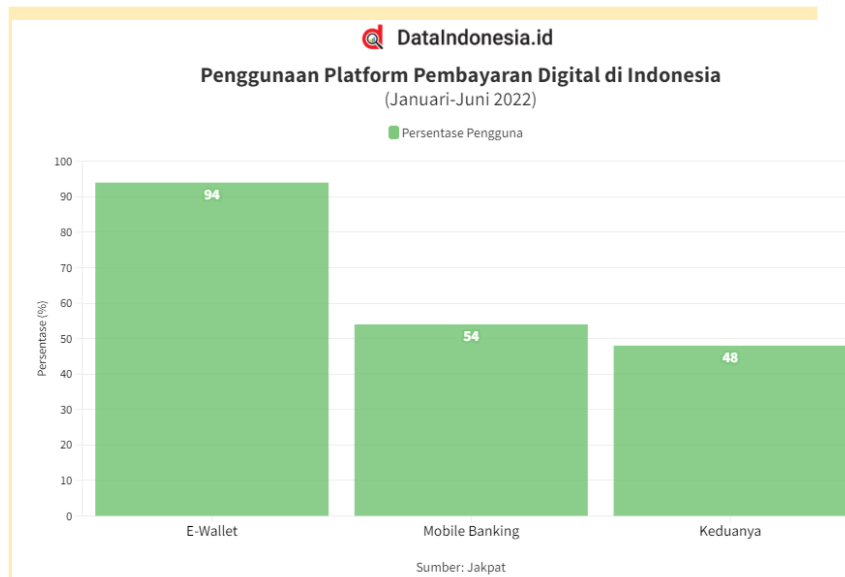
DailySocial Fintech Report 2019 melaporkan bahwa masyarakat kini lebih memilih menggunakan layanan fintech karena produknya terpercaya (78,0%), sesuai dengan kebutuhan masyarakat (68,7%), fungsional (67,2%), dan selebihnya karena mudah digunakan. dapat digunakan sebagai alternatif jasa keuangan, hemat waktu, informasi produk detail, pilihan produk lengkap, produk populer, dan berdasarkan rekomendasi masyarakat.

Bank Indonesia sendiri mengatakan bahawa ada beberapa jenis fintech. Antara lain crowdfunding dan peer-to-peer (P2P) lending (portal peminjaman uang), market aggregator (pengumpul data keuangan), manajemen risiko dan investasi (perencana keuangan digital), dan pembayaran, settlement, dan kliring (pembayaran online). Pembayaran fintech dan pinjaman fintech telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir.

E-Wallet atau dompet digital menjadi salah satu jenis fintech yang banyak digunakan masyarakat. Dompet digital sendiri sering disamakan dengan mobile-banking, namun sejatinya keduanya berbeda. Untuk menggunakan dompet digital, pengguna tidak perlu membuka rekening bank. Dompet digital memudahkan masyarakat untuk bertransaksi. Mulai dari pusat-pusat perbelanjaan hingga pedagang kaki lima menerima pembayaran melalui dompet digital. Kemudahan dalam penggunaannya menjadi faktor pendukung utama penggunaan dompet digital. Dompet digital dapat melakukan transaksi secara daring maupun luring dengan menggunakan QR code. Saat ini Indonesia sudah memiliki QR Code Indonesian Standard atau disingkat QRIS. QRIS sendiri diprakarsai oleh Bank Indonesia. Dengan adanya QRIS, pengguna dapat melakukan transaksi melalui dompet digital apa saja untuk membayar pada satu QR code berdasarkan layanan yang dipilih oleh pengguna.

Dengan adanya dompet digital dapat tercipta masyarakat yang cashless. Bank Indonesia sendiri pada tahun 2014 telah mengampanyekan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Dengan tujuan utama membuat masyarakat yang memprioritaskan transaksi nontunai pada setiap proses jual beli. Dengan adanya gerakan ini, anggaran sebesar Rp. 3,5 triliun dapat dipangkas oleh Bank Indonesia.

Anggaran tersebut dapat dialih fungsikan pada kegiatan lain, seperti mencetak uang baru dan menggantikan uang yang sudah tidak layak digunakan. Dompot digital juga mempermudah pencacatan transaksi, di mana hal ini dapat menguntungkan pengguna untuk mengetahui pengeluaran yang telah dilakukan (Bank Indonesia, 2019). Dompot digital juga terbukti lebih aman dan fleksibel. Karena terdapat dalam ponsel, maka jika dompot tertinggal, transaksi dapat tetap dilakukan.



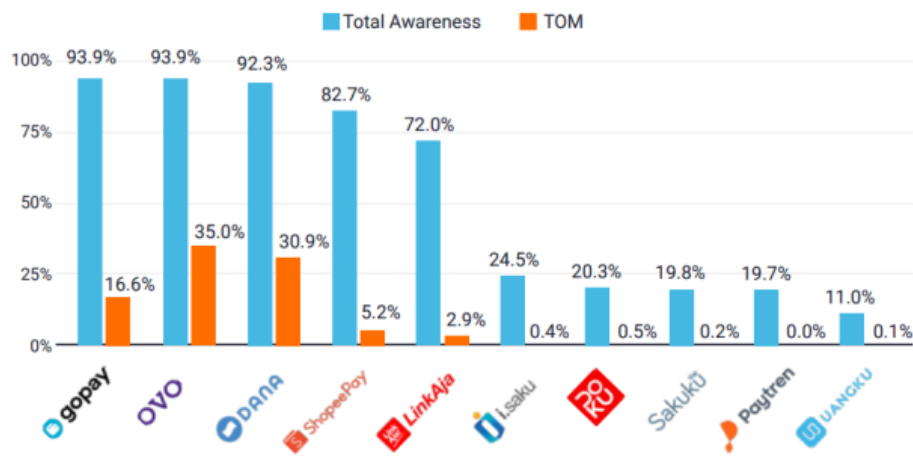
**Gambar 1.1** Penggunaan Platform Pembayaran Digital di Indonesia.  
(Sumber: DataIndonesia.id)

Dompot digital sendiri lebih dipilih masyarakat untuk digunakan saat bertransaksi, dibandingkan mobile-banking. Hasil survey Jakpat mengatakan bahwa terdapat peningkatan pengguna layanan pembayaran digital pada semester I/2022, dari 40% meningkat ke 52%. Tak hanya itu, dalam melakukan pembayaran digital 94% responden memilih untuk menggunakan dompot digital, 54% responden memilih menggunakan mobile-banking, dan 48% memilih untuk menggunakan keduanya (Sadya, 2022).

Dompot digital lebih dipilih karena mudah digunakan. Sekarang ini dompot digital sudah banyak yang terhubung pada platform e-commerce. Hal ini menjadi poin lebih, karena kemudahannya tidak perlu lagi untuk melakukan transfer pada virtual account. Selain itu promo *cashback* yang diadakan juga menjadi alasan masyarakat untuk menggunakan dompot digital. Di Indonesia sendiri terdapat

banyak aplikasi dompet digital, diantaranya Dana, Ovo, ShopeePay, LinkAja!, dan juga GoPay.

GoPay sendiri merupakan layanan uang elektronik yang diterbitkan oleh PT Dompot Anak Bangsa pada tahun 2016. GoPay sendiri merupakan anak perusahaan Gojek. Pada tahun 2017, GoPay memenangkan penghargaan Bank Indonesia pada kategori Perusahaan Fintech Teraktif Pendukung Gerakan Nasional Non Tunai, Inklusi dan Edukasi Keuangan, serta pemberdayaan UMKM. GoPay sendiri perizinannya pada Bank Indonesia dengan Surat Penetapan Izin nomor 16/151/DKSP/57 (Fintech Indonesia, 2020). GoPay sendiri terintegrasi pada aplikasi Gojek, di mana pengguna dapat menggunakan GoPay pada aplikasi Gojek untuk menunjang transaksi yang dilakukan, seperti GoRide, GoCar, GoSend, dan juga GoFood. Tak hanya itu, GoPay juga dapat digunakan pada e-commerce Tokopedia. GoPay juga memiliki berbagai fitur yang mendukung penggunaannya. Seperti GoPay Diary di mana pengguna dapat melihat riwayat transaksi, Patungan di mana pengguna dapat melakukan split bill dengan pengguna GoPay lainnya dan juga PayLater di mana pengguna dapat melakukan transaksi sekarang dengan tagihan yang dikirim pada akhir bulan.



**Gambar 1.2** Total Awareness dan TOM (Top-of-mind) E-Wallet di Indonesia.

(Sumber: DailySocial.id)

Sepuluh besar aplikasi dompet digital atau merek Fintech di Indonesia menurut DailySocial Fintech Report 2021, adalah GoPay, Ovo, Dana, ShopeePay, LinkAja, isaku, Doku, Sakuku, Paytren, dan Uangku. Data tren Google digunakan sebagai indeks untuk mengukur kesadaran publik akan ketersediaan layanan

teknologi keuangan. Kedua kumpulan data memiliki jangka waktu bulanan mulai dari Januari 2017 hingga Desember 2021 (Eka, 2021).



**Gambar 1.3** E-Wallet Yang Paling Sering Dipakai di Indonesia.  
(Sumber: GoodStats.id)

GoPay juga menjadi dompet digital yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Media survei Populix melakukan survei pada 1.000 orang Indonesia dan menemukan hasil bahwa GoPay menduduki peringkat teratas dengan tingkat persentasi pengguna sebesar 88%. GoPay sendiri dipilih karena kemudahan penggunaannya, serta interface aplikasi yang mudah dimengerti. Selain itu karena biaya admin top-up yang terbilang murah dibanding kompetitor lainnya (Hasya, 2022).

Pertahun 2023 sendiri GoPay merupakan salah satu merek e-wallet yang paling banyak digunakan. Hal ini mengacu pada survei yang diadakan oleh InsightAsia dengan judul *E-Wallet Industry Outlook 2023* di mana GoPay menduduki posisi pertama pada penggunaan e-wallet dibandingkan beberapa aplikasi e-wallet lainnya. Hal ini juga merupakan hal yang penting mengingat produksi e-wallet yang masif dan masih dapat berkembang di kemudian hari.

GoPay sendiri telah banyak melakukan promosi guna meningkatkan penggunaan aplikasinya. Program cashback menjadi promosi utama dari GoPay. Selain itu GoPay juga terbilang sering memberikan potongan bagi para pengguna setianya. Akhir-akhir ini GoPay sedang gencar-gencarnya mengampanyakan salah satu promosi terbarunya, yaitu GoPay Coins.



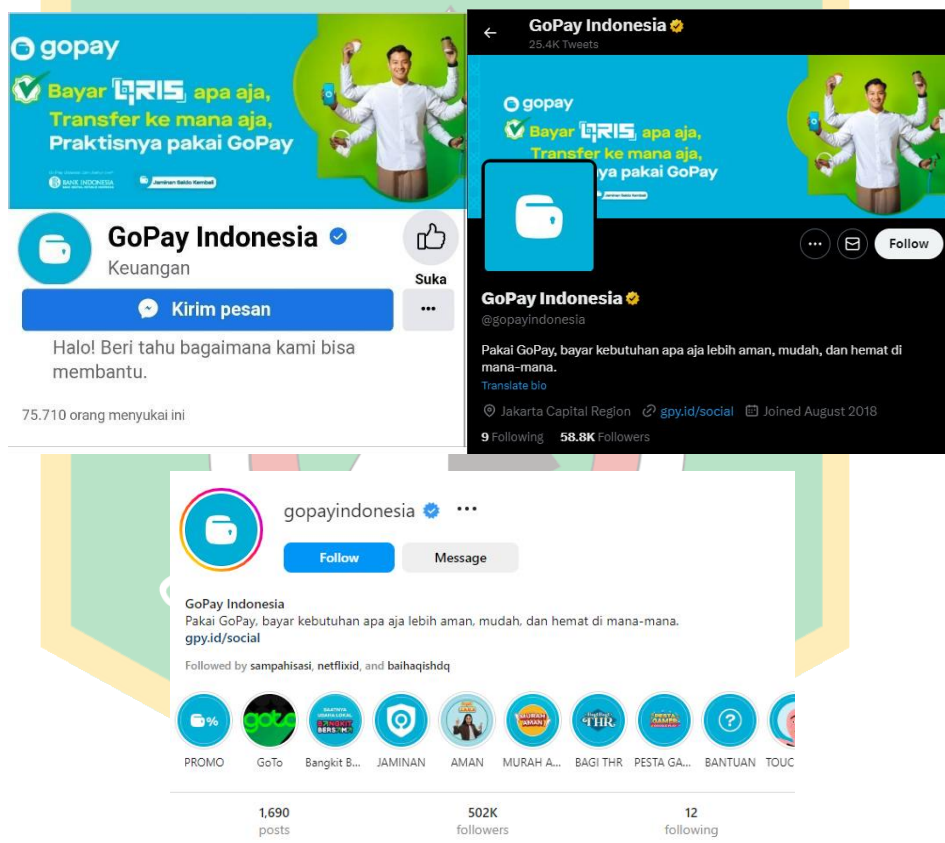
**Gambar 1.4** Tampilan GoPay Coins pada Aplikasi GoPay  
(Sumber: Dokumen Pribadi)

GoPay Coins sendiri merupakan sistem poin universal berbentuk saldo *cashback* yang diberikan sebagai hadiah atau *reward* kepada pengguna GoPay setelah melakukan transaksi. Umumnya pengguna diberi voucher *cashback* GoPay Coins pada akun masing-masing, dan dapat digunakan saat menggunakan layanan GoJek. Seperti menggunakan GoRide dan mendapatkan *cashback* GoPay Coins setelah selesai menggunakan layanan tersebut. GoPay Coins sendiri dapat digunakan untuk bertransaksi pada aplikasi GoJek dan juga Tokopedia. Tak hanya itu, baru-baru ini GoPay juga mengumumkan bahwa GoPay Coins juga dapat digunakan pada BlueBird, Cinema XXI, Codashop, Hypermart Group, dan juga seluruh mitra GoPay yang bekerja sama. 1 GoPay Coins senilai dengan Rp. 1. Sehingga jika pengguna memiliki 35.000 GoPay Coins, maka artinya pengguna tersebut memiliki GoPay senilai Rp. 35.000. Namun, GoPay Coins sendiri tidak bisa diuangkan atau ditarik saldonya dan hanya dapat digunakan pada ketentuan yang berlaku (GoPay, 2023).



**Gambar 1.5** Tata Cara Penggunaan GoPay Coins  
(Sumber: gopay.co.id)

GoPay aktif melakukan promosi pemasaran melalui berbagai saluran media. Platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter juga digunakan olehnya. GoPay rutin membuat postingan berupa foto dan video di akun media sosialnya yang memuat berbagai informasi seputar GoPay. Seperti informasi promo, cara pakai, *merchant*, fitur terbaru, dan lain sebagainya. Penggunaan media sosial sendiri merupakan hal yang wajar sekarang ini, karena penggunaannya yang masif dan juga dapat menyampaikan informasi secara tepat dan akurat untuk segala kalangan. Dengan digunakannya media sosial, maka GoPay dapat memberikan informasi secara langsung kepada pengguna dan dengan hal ini maka GoPay dapat meningkatkan efisiensi waktu serta ketepatan sasaran promosi yang dilakukan.

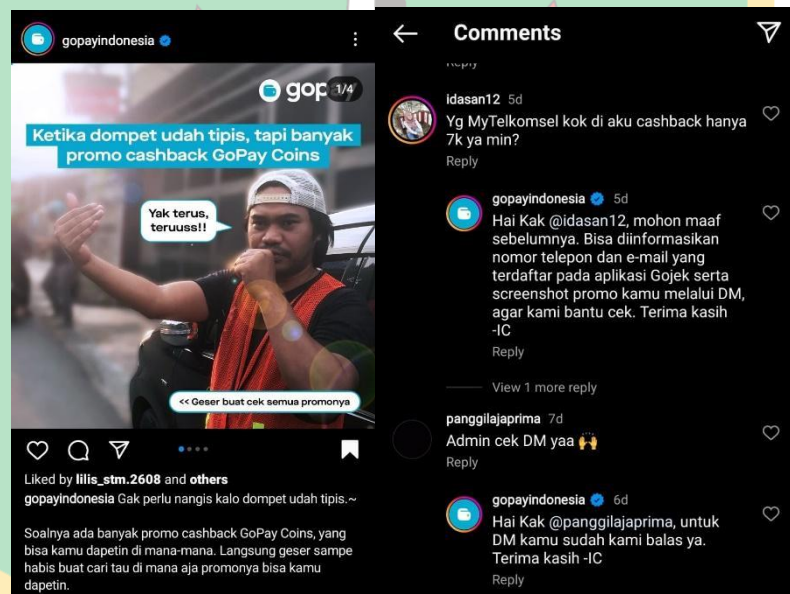


**Gambar 1.6** Media Sosial GoPay Indonesia.

(Sumber: Facebook, Twitter dan Instagram @gopayindonesia)

Akun Instagram GoPay @gopayindonesia merupakan akun media sosial yang paling aktif digunakan dalam membuat postingan di halaman (feed) dan story (cerita) yang berisi informasi GoPay. GoPay kerap mencantumkan informasi mengenai promosi penjualan yang bisa didapatkan dengan menggunakan GoPay

dalam postingannya. Pada 29 Maret 2023, akun Instagram @gopayindonesia memiliki 1.690 postingan dan lebih dari 502 ribu pengikut. Jumlah likes dan komentar di setiap postingan juga melonjak hingga mencapai ratusan ribu. Selain itu, akun Instagram GoPay secara aktif menggunakan *sponsored* Instagram untuk fokus pada audiens targetnya, sehingga pengguna Instagram yang belum mengikuti akun Instagram GoPay di beberapa daerah dapat terpapar untuk melihat dan mengetahui postingan atau story dari akun Instagram GoPay. Sering terjadi interaksi langsung dari pengelola yang cukup aktif menanggapi beberapa komentar audiens. Dengan hal ini, akun Instagram @gopayindonesia menjadi prioritas utama GoPay dalam melakukan promosi kepada seluruh khalayak yang aktif menggunakan media sosial, seperti Instagram.



**Gambar 1.7** Interaksi yang terjadi di unggahan @gopayindonesia.  
(Sumber: Instagram GoPay Indonesia)

Selain GoPay, OVO dan DANA pesaing terdekatnya, juga menggunakan media sosial untuk mempromosikan diri. Di Instagram, OVO memiliki lebih dari 1 juta pengikut dan DANA memiliki hingga 880 ribu pengikut.

GoPay juga rutin melakukan promosi lainnya, guna meningkatkan kesadaran masyarakat akan brand-nya dan juga meningkatkan penggunaan aplikasi GoPay itu sendiri. Dengan memilih media sosial Instagram sebagai media utama promosi, GoPay dapat dengan mudah mendekati pasar dan target yang telah



ditentukan. Karena media sosial bersifat *realtime*, GoPay juga sering berinteraksi dengan pengikutnya guna memberikan edukasi perihal layanan yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Promosi GoPay Coins Pada Akun Instagram @gopayindonesia Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi GoPay** (Survei Pada *Followers* Akun Instagram @gopayindonesia)” guna mengukur sejauh mana pengaruh promosi GoPay Coins pada akun Instagram @gopayindonesia terhadap minat menggunakan aplikasi GoPay oleh para pengikut akun tersebut.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka ditentukan rumusan masalah penelitian ini yaitu “Seberapa besar pengaruh promosi GoPay Coins pada akun Instagram @gopayindonesia terhadap minat menggunakan aplikasi GoPay?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan penelitian ialah untuk mengetahui berapa besaran pengaruh promosi GoPay Coins pada akun Instagram @gopayindonesia terhadap minat menggunakan aplikasi GoPay.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemikiran untuk memperkaya wawasan mengenai pengaruh promosi GoPay Coins pada akun Instagram @gopayindonesia terhadap minat menggunakan aplikasi GoPay, khususnya pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran dalam menarik perhatian dan minat konsumen.

### 1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat melalui analisis yang dijabarkan mengenai pengaruh promosi GoPay Coins pada akun Instagram @gopayindonesia terhadap minat menggunakan aplikasi GoPay

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam hal ini memberikan gambaran umum tentang pengertian perubahan, analisis dan gambaran secara jelas hasil penelitian yang disajikan peneliti. Sistematika penulisan dalam penelitian yang penulis anut terbagi menjadi 5 (lima) bab, yaitu Pendahuluan, Kajian Pustaka, Metodologi Penelitian, Hasil dan Pembahasan, dan Kesimpulan dan Saran.

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, peneliti akan memaparkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Dalam bab ini, peneliti akan membahas tinjauan pustaka terkait dengan judul dan permasalahan yang dikaji sebagai landasan teori penelitian hukum ini. Selain itu, peneliti juga menyertakan kerangka pemikiran yang disajikan dalam bentuk rencana alur beserta uraiannya serta memaparkan penelitian yang sudah ada sebelumnya berkaitan dengan topik yang dibahas.

#### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini, peneliti akan memaparkan jenis serta berbagai metode yang akan dipakai dalam penelitian. Seperti pendekatan penelitian, penentuan populasi dan sampel, subjek yang digunakan dalam penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, variabel penelitian, operasionalisasi variabel penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, dan teknik pengujian data penelitian.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini, peneliti akan memaparkan gambaran umum objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, dan juga pembahasan serta analisa peneliti dari hasil penelitian yang diperoleh.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini, peneliti akan memaparkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan juga saran untuk penelitian mendatang dan juga kepada objek penelitian.

