

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak besar terhadap berbagai sektor kehidupan, terutama dalam ranah ekonomi dan bisnis. Era digital telah memicu perubahan mendasar dalam aktivitas perdagangan melalui penggunaan internet, perangkat telepon pintar, serta beragam inovasi di bidang teknologi keuangan (fintech). Perubahan ini turut memengaruhi cara pelaku bisnis dan konsumen berinteraksi, mulai dari tahap pencarian informasi, pengambilan keputusan pembelian, metode pembayaran, hingga layanan purna jual. Dinamika tersebut kemudian memunculkan konsep masyarakat tanpa uang tunai (cashless society), di mana penggunaan sistem pembayaran digital semakin diutamakan dibandingkan transaksi secara tunai (Kotler et al., 2021; Laudon & Traver, 2023; Chaffey, 2022).

Dalam konteks bisnis, transformasi digital tidak sekadar memodifikasi aktivitas operasional perusahaan, tetapi juga mempengaruhi pola perilaku konsumen. Konsumen masa kini menuntut proses transaksi yang berlangsung secara lebih efisien, praktis, aman, fleksibel, serta dapat diakses kapan pun dibutuhkan. Oleh sebab itu, para pelaku bisnis dituntut untuk mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi usaha mereka agar tetap mampu bersaing

dan menjaga kelangsungan bisnisnya Kotler & Keller, 2022; Chaffey, 2022; Verhoef et al., 2021)

Indonesia merupakan salah satu negara dengan perkembangan ekonomi digital yang sangat pesat di kawasan Asia Tenggara. Transformasi digital kini menjadi pendorong utama dalam peningkatan ekonomi nasional, khususnya melalui maraknya aktivitas e-commerce, layanan keuangan berbasis digital, serta sistem pembayaran elektronik. Menurut data Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), proporsi penduduk Indonesia yang telah mengakses internet mencapai 72,78%, naik dari 69,21% pada tahun sebelumnya. Selain itu, tingkat kepemilikan ponsel di Indonesia tercatat sebesar 68,65% dari total populasi. Fakta ini mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia semakin siap untuk mengadopsi teknologi digital dalam berbagai aspek ekonomi, termasuk dalam penggunaan dompet digital (e-wallet) sebagai alat pembayaran (Badan Pusat Statistik [BPS], 2024).

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan penggunaan internet, sistem pembayaran digital di Indonesia juga menunjukkan perkembangan yang luar biasa. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, nilai transaksi uang elektronik pada tahun 2024 tercatat sekitar Rp3.188 triliun, mengalami kenaikan yang signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Di samping itu, penerapan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) semakin meluas sebagai standar nasional dalam pembayaran digital. Sampai akhir tahun 2024, jumlah merchant yang telah menggunakan QRIS melebihi 35 juta, dengan sekitar 92% di antaranya berasal dari sektor UMKM di Indonesia (Bank Indonesia, 2025).

Pengguna QRIS pun telah menembus angka 55 juta (Bank Indonesia, 2025), disertai dengan peningkatan volume transaksi yang terus berlangsung. Fakta ini menegaskan bahwa pembayaran digital kini telah menjadi bagian integral dari kegiatan ekonomi masyarakat serta berperan penting dalam mendorong transformasi model bisnis UMKM.

TABEL I. 1 Perkembangan Digitalisasi Indonesia

Indikator	2022	2023	2024	Implikasi
Penggunaan Internet (%)	66,48	69,21	72,78	Konsumen semakin digital
Merchant QRIS (juta)	24,9	31,6	35,8	UMKM semakin terdigitalisasi
Pengguna QRIS(juta)	28,7	45,8	55,0	Pembayaran digital semakin diterima masyarakat
Nilai Transaksi Uang Elektronik (Rp triliun)	399	835	3.188	Transaksi digital tumbuh sangat pesat
Jumlah UMKM (juta unit)	65,3	65,5	65,7	Digitalisasi menjadi kebutuhan strategis

,Sumber: Badan Pusat Statistik (2024); Bank Indonesia (2025);

Kementrian Koperasi dan UMKM (2025)

Berdasarkan Tabel I.1 dapat diketahui bahwa perkembangan digitalisasi di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Hal ini tercermin dari bertambahnya jumlah pengguna internet, merchant QRIS, pengguna QRIS, serta meningkatnya nilai transaksi uang elektronik. Fakta tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat kini semakin akrab dengan transaksi digital. Dengan demikian, digitalisasi telah bertransformasi menjadi bagian integral dari kegiatan ekonomi sehari-hari, bukan sekadar fenomena sementara. Untuk itu, pelaku UMKM perlu menyesuaikan model bisnis mereka dengan kemajuan teknologi agar dapat terus bersaing di pasar (Bank Indonesia, 2025;

Badan Pusat Statistik [BPS], 2024; Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2025).

Transformasi dalam sistem pembayaran membawa pengaruh besar terhadap pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Proses digitalisasi menuntut para pelaku UMKM untuk melakukan penyesuaian pada model bisnis mereka, agar dapat memenuhi ekspektasi konsumen yang kini lebih mengedepankan kemudahan, kecepatan, keamanan, serta fleksibilitas dalam bertransaksi. Pemanfaatan dompet digital (e-wallet) tidak hanya mempercepat proses pembayaran, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional, meminimalkan risiko yang berkaitan dengan penggunaan uang tunai, memudahkan pencatatan transaksi, dan memperbaiki kualitas layanan kepada pelanggan. Dengan demikian, penerapan teknologi pembayaran digital saat ini telah beralih dari sekadar opsi menjadi kebutuhan strategis guna memperkuat daya saing bisnis (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2012; Oliveira et al., 2016; Bank Indonesia, 2025).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM RI mencatat bahwa terdapat sekitar 64,2 juta unit UMKM di Indonesia, yang berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan mampu menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional. Besarnya peran UMKM ini menandakan bahwa kelangsungan usaha mereka sangat memengaruhi pertumbuhan ekonomi negara. Meski demikian, kemajuan teknologi digital membawa tantangan tersendiri, seperti meningkatnya tingkat persaingan, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta kebutuhan untuk

menyesuaikan diri dengan sistem pembayaran digital yang terus berkembang (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2025; OECD, 2023).

TABEL I. 2. Kontribusi UMKM Terhadap Perekonomian Indonesia

Indikator	Nilai
Jumlah UMKM	± 64,2 juta unit
Kontribusi terhadap PDB	± 61%
Penyerapan Tenaga Kerja	±97%

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (Publikasi terbaru).

Berdasarkan Tabel I.2 terlihat bahwa UMKM memiliki peran yang sangat strategis dalam perekonomian Indonesia. Kontribusi sebesar sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta penyerapan sekitar 97% tenaga kerja nasional menunjukkan bahwa keberlangsungan UMKM merupakan salah satu faktor penting dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional. Oleh karena itu, peningkatan daya saing UMKM melalui pemanfaatan teknologi digital menjadi isu yang sangat relevan untuk diteliti. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah mempercepat digitalisasi usaha melalui pemanfaatan teknologi pembayaran digital, penguatan pemasaran digital, serta peningkatan kualitas pelayanan sehingga mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2025; World Bank, 2023).

Salah satu sektor UMKM yang sangat terpengaruh oleh kemajuan sistem pembayaran digital adalah bisnis rumah pulsa. Bisnis ini meliputi penyediaan berbagai layanan digital, seperti penjualan pulsa untuk ponsel, paket data internet, token listrik, pembayaran aneka tagihan, hingga transaksi melalui dompet digital. Ciri khas dari usaha rumah pulsa adalah tingginya intensitas transaksi, keuntungan yang cenderung tipis, serta persaingan pasar yang sangat sengit. Dalam situasi seperti ini, kelangsungan usaha tidak hanya bergantung pada harga produk yang dijual, melainkan juga pada mutu layanan, kemudahan dalam bertransaksi, serta kemampuan pelaku usaha dalam menjaga loyalitas pelanggan (Kotler & Keller, 2022; Schiffman & Wisenblit, 2019).

Selain kemajuan teknologi, transformasi perilaku konsumen turut menjadi aspek krusial dalam menentukan kelangsungan suatu bisnis. Konsumen masa kini tidak hanya fokus pada aspek harga, melainkan juga menuntut kemudahan dalam proses pembayaran, pelayanan yang cepat, keamanan dalam bertransaksi, kenyamanan, serta pengalaman berbelanja yang menyeluruh. Pergeseran perilaku ini menuntut para pelaku usaha untuk lebih memahami kebutuhan serta preferensi pelanggan, sehingga dapat menciptakan kepuasan dan menjaga hubungan jangka panjang dengan konsumen (Schiffman & Wisenblit, 2019; Kotler & Keller, 2022; Lemon & Verhoef, 2016).

Loyalitas pelanggan menjadi perwujudan dari hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumennya. Konsumen yang memiliki loyalitas tinggi biasanya akan melakukan pembelian berulang, tetap setia menggunakan produk meskipun tersedia banyak pilihan dari kompetitor, serta

bersedia merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain. Dengan demikian, dalam penelitian ini, loyalitas pelanggan ditempatkan sebagai variabel mediasi yang berperan dalam menjelaskan bagaimana perilaku konsumen serta manfaat yang diperoleh dari penggunaan e-wallet dapat berkontribusi terhadap kelangsungan bisnis.

Kabupaten Cianjur, yang terletak di Provinsi Jawa Barat, tengah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam aktivitas ekonomi berbasis digital. Perkembangan ini didorong oleh semakin meluasnya penggunaan internet, smartphone, serta sistem pembayaran digital, sehingga memengaruhi cara masyarakat melakukan transaksi harian. Banyak pelaku UMKM di daerah tersebut telah mulai memanfaatkan QRIS dan berbagai aplikasi dompet digital sebagai alternatif pembayaran. Meski demikian, pemanfaatan teknologi digital di kalangan pelaku usaha belum sepenuhnya merata, karena masih ada yang menghadapi kendala seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, serta kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen (Bank Indonesia, 2025; Kementerian Komunikasi dan Digital RI, 2024).

Walaupun demikian, pemanfaatan teknologi digital masih belum tersebar secara menyeluruh. Beberapa pelaku usaha masih mengalami hambatan, seperti kurangnya literasi digital, keterbatasan dalam kesiapan teknologi, serta kesulitan menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen. Situasi ini mengindikasikan bahwa kesuksesan proses digitalisasi tidak semata-mata bergantung pada tersedianya teknologi, melainkan juga pada

sejauh mana pelaku usaha mampu mengoptimalkan penggunaannya secara efektif.

Objek penelitian ini adalah Rumah Pulsa Fauzan yang berlokasi di Kabupaten Cianjur. Sebagai pelaku usaha yang bergerak pada sektor layanan produk digital, Rumah Pulsa Fauzan menghadapi persaingan yang semakin kompetitif akibat bertambahnya penyedia layanan sejenis dan meningkatnya penggunaan sistem pembayaran digital. Selain itu, karakteristik pelanggan yang beragam menyebabkan penggunaan pembayaran tunai, e-wallet, dan QRIS berbeda-beda. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh harga dan kelengkapan produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami perilaku konsumen, memanfaatkan teknologi pembayaran digital, serta membangun loyalitas pelanggan sebagai dasar keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana perilaku konsumen dan manfaat e-wallet berkontribusi terhadap keberlangsungan usaha melalui loyalitas pelanggan (Kotler & Keller, 2022; Oliver, 2015).

Dari sudut pandang pemasaran, perilaku konsumen menjadi elemen kunci yang memengaruhi kesuksesan sebuah bisnis. Perilaku ini meliputi berbagai aktivitas individu, mulai dari mencari informasi, menilai berbagai pilihan, mengambil keputusan pembelian, merasakan penggunaan produk, hingga tindakan setelah pembelian dilakukan. Transformasi perilaku konsumen akibat perkembangan digital membuat mereka semakin menuntut transaksi yang mudah, cepat, aman, dan nyaman. Oleh sebab itu, para pelaku bisnis harus mampu memahami dinamika perubahan perilaku ini agar dapat menyediakan

layanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen (Kotler & Keller, 2022; Schiffman & Wisenblit, 2019; Solomon, 2020).

Di sisi lain, persepsi konsumen terhadap manfaat e-wallet menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendorong minat mereka untuk bertransaksi. E-wallet menawarkan sejumlah keunggulan, seperti kemudahan dalam proses pembayaran, penghematan waktu, jaminan keamanan, serta berbagai penawaran menarik seperti cashback dan diskon. Semakin besar manfaat yang dirasakan oleh konsumen dari penggunaan e-wallet, maka semakin tinggi pula kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian ulang dan menunjukkan loyalitas terhadap suatu bisnis (Venkatesh et al., 2012; Oliveira et al., 2016; Kapoor et al., 2022).

Loyalitas pelanggan dianggap sebagai aset strategis bagi setiap bisnis, sebab pelanggan yang setia biasanya akan melakukan pembelian berulang, merekomendasikan produk atau layanan kepada calon pelanggan lain, serta membangun hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Pada penelitian ini, loyalitas pelanggan berperan sebagai variabel mediasi yang menggambarkan bagaimana perilaku konsumen serta manfaat penggunaan e-wallet dapat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha (Oliver, 2015; Griffin, 2005; Kotler & Keller, 2022). Oleh karena itu, loyalitas pelanggan diposisikan sebagai elemen yang memperkuat keterkaitan antara pengalaman transaksi pelanggan dengan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan keberadaannya di tengah persaingan bisnis.

Berdasarkan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penelitian hanya menganalisis hubungan langsung antara perilaku konsumen dengan loyalitas pelanggan, manfaat e-wallet terhadap keputusan pembelian, maupun pengaruh pembayaran digital terhadap kepuasan pelanggan atau kinerja usaha. Penelitian yang mengintegrasikan perilaku konsumen dan manfaat e-wallet sebagai variabel independen, loyalitas pelanggan sebagai variabel mediasi, serta keberlangsungan usaha sebagai variabel dependen masih relatif terbatas, khususnya pada konteks UMKM rumah pulsa di Kabupaten Cianjur. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan tersebut melalui pengembangan model penelitian yang lebih komprehensif (Alalwan et al., 2022; Singh et al., 2023; Gupta et al., 2024).

Kebaruan Konseptual (Conceptual Novelty) Penelitian ini menawarkan sebuah model baru yang menggabungkan aspek perilaku konsumen serta manfaat penggunaan e-wallet sebagai determinan utama terhadap keberlanjutan bisnis, dengan loyalitas pelanggan berperan sebagai variabel mediasi. Kebaruan Empiris (Empirical Novelty) studi ini difokuskan pada UMKM Rumah Pulsa Fauzan yang berlokasi di Kabupaten Cianjur, sebuah subjek penelitian yang masih sangat jarang ditemukan dalam kajian manajemen pemasaran. Kebaruan Praktis (Practical Novelty) temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran strategis bagi para pelaku UMKM terkait optimalisasi penggunaan e-wallet dan pengelolaan loyalitas pelanggan guna mendukung keberlanjutan usaha di era digital saat ini (Hair et al., 2022; Kotler & Keller, 2022).

Kebaruan Metodologis (Methodological Novelty) penelitian ini menjadi penting karena peningkatan penggunaan pembayaran digital belum tentu diikuti oleh peningkatan loyalitas pelanggan maupun keberlangsungan usaha. Meskipun banyak UMKM telah mulai memanfaatkan e-wallet, masih belum jelas apakah manfaat yang dirasakan oleh konsumen benar-benar dapat mendorong loyalitas pelanggan serta menjaga kelangsungan usaha. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris terkait mekanisme hubungan antara variabel-variabel tersebut (Hair et al., 2022; Henseler et al., 2015)

Berdasarkan fenomena perkembangan ekonomi digital, meningkatnya penggunaan pembayaran digital, pentingnya perubahan perilaku konsumen, peran loyalitas pelanggan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha, serta masih terbatasnya penelitian yang mengintegrasikan keempat variabel tersebut, maka penelitian ini penting untuk dilakukan. Oleh karena itu, penulis mengangkat penelitian yang berjudul **"Pengaruh Perilaku Konsumen dan Manfaat E-Wallet terhadap Keberlangsungan Usaha Rumah Pulsa Fauzan melalui Loyalitas Pelanggan di Kabupaten Cianjur."**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian diatas, dapat di rumusan permasalahan yang sesuai dengan penelitian ini yaitu :

1. Apakah perilaku konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Pulsa Fauzan Cianjur tahun 2025?

2. Apakah manfaat e-wallet berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Pulsa Fauzan Cianjur tahun 2025?
3. Apakah perilaku konsumen berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha Rumah Pulsa Fauzan Cianjur tahun 2025?
4. Apakah manfaat e-wallet berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha Rumah Pulsa Fauzan Cianjur tahun 2025?
5. Apakah loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha Rumah Pulsa Fauzan Cianjur tahun 2025?
6. Apakah loyalitas pelanggan memediasi pengaruh perilaku konsumen terhadap keberlangsungan usaha Rumah Pulsa Fauzan Cianjur tahun 2025?
7. Apakah loyalitas pelanggan memediasi pengaruh manfaat e-wallet terhadap keberlangsungan usaha Rumah Pulsa Fauzan Cianjur tahun 2025?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Rumah Pulsa Fauzan di Cianjur tahun 2025.
2. Untuk mengetahui Pengaruh E-Wallet terhadap Loyalitas Pelanggan pada Usaha Rumah Pulsa Fauzan di Cianjur tahun 2025.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keberlangsungan Usaha Rumah Pulsa Fauzan di Cianjur tahun 2025.

4. Untuk mengetahui Pengaruh E-Wallet terhadap Keberlangsungan Usaha Rumah Pulsa Fauzan di Cianjur tahun 2025.
5. Untuk mengetahui Pengaruh Loyalitas Pelanggan terhadap Keberlangsungan Usaha Rumah Pulsa Fauzan di Cianjur tahun 2025.
6. Untuk mengetahui peran Loyalitas Pelanggan dalam memediasi Perilaku Konsumen terhadap Keberlangsungan Usaha Rumah Pulsa Fauzan di Cianjur tahun 2025.
7. Untuk mengetahui peran Loyalitas Pelanggan dalam memediasi E-Wallet terhadap Keberlangsungan Usaha Rumah Pulsa Fauzan di Cianjur tahun 2025.

D. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka hasil penelitian ini diharapkan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen, terutama yang berkaitan dengan penggunaan e-wallet , loyalitas pelanggan, dan keberlangsungan usaha pada usaha kecil seperti rumah pulsa. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik serupa.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Pemilik Usaha Rumah Pulsa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi pemilik usaha rumah pulsa mengenai pentingnya memahami perilaku konsumen serta pemanfaatan e-wallet dalam meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga dapat mendukung keberlangsungan usaha.

b) Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai manfaat penggunaan e-wallet dalam melakukan transaksi yang lebih mudah, cepat, dan efisien dalam pembelian produk atau layanan di rumah pulsa.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumen, e-wallet, loyalitas pelanggan, dan keberlangsungan usaha.

d) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman penulis dalam menerapkan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam penelitian ilmiah yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan pemanfaatan teknologi pembayaran digital.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, deskripsi hasil penelitian, uji persyaratan analisis, uji hipotesis, dan pembahasan.

BAB V : Kesimpulan Dan Saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.