

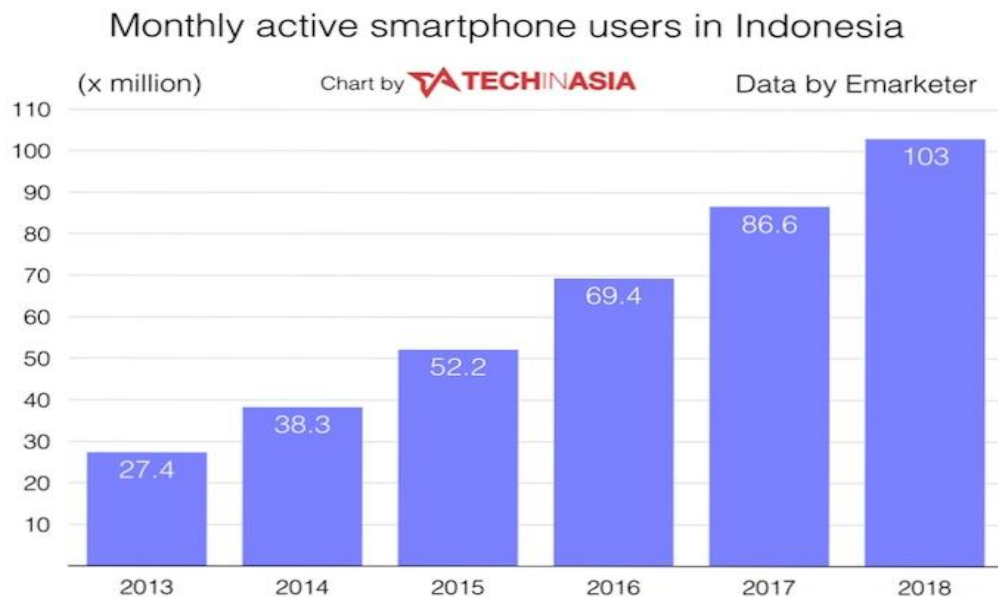
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi, informasi dan komunikasi saat ini mengalami perkembangan yang semakin pesat. Perkembangan itu disebabkan karena keinginan masyarakat zaman sekarang yang ingin lebih dan lebih. Dari segi komunikasi yang dulunya memiliki banyak keterbatasan, sekarang masyarakat lebih dimanjakan karena sistem komunikasi yang tidak mengenal batas waktu dan tempat. Dulu ketika orang berkomunikasi menggunakan telfon rumah banyak batasan yang menghambat seperti kendala tidak bisa kemana mana, tidak *efisien* waktu, mengeluarkan biaya tambahan. Setelah teknologi berkembang muncullah *handphone* setelah itu berkembang lagi *smartphone* yang lama kelamaan menggeser ketenaran telfon rumah.

Eforia terhadap *smartphone* ini banyak dimanfaatkan oleh pemilik perusahaan khususnya dibidang telekomunikasi, Salah satu perkembangan teknologi yang pesat adalah sistem pembayaran tagihan online yang semakin mudah, cepat, dan praktis. Yang dulunya masyarakat membayar kewajiban tagihan bulanan masih harus mengantri di loket pembayaran dan memakan waktu yang tidak sebentar. Sekarang masyarakat banyak beralih menggunakan aplikasi pembayaran yang bisa di *download* kapan saja dimana saja menggunakan *smartphone* sendiri.

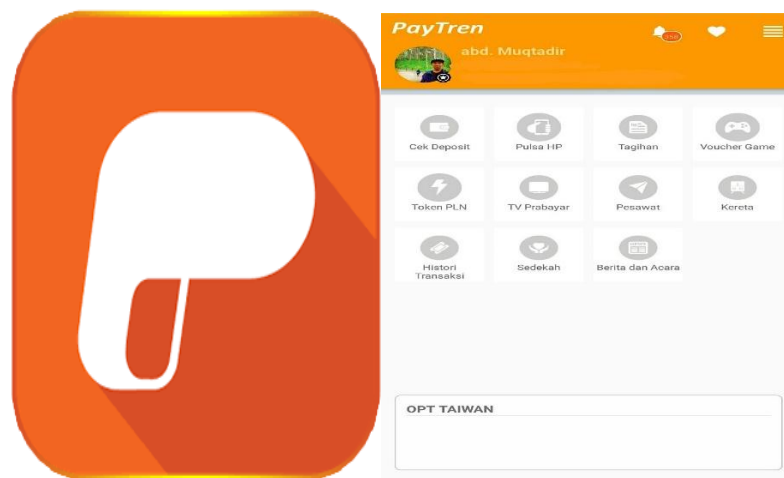


Sumber : id.techinasia.com

Gambar 1.1
Grafik data pengguna Smartphone

Gambar 1.1 menunjukkan Indonesia akan melampaui 100 juta pengguna *smartphone* aktif pada tahun 2018, menjadikannya negara dengan populasi pengguna *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat). (id.techinasia.com)

Banyaknya aplikasi yang membanjiri media sosial setiap harinya membuat banyak produsen perusahaan IT berlomba-lomba untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin hari menginginkan kemudahan dalam menyelesaikan aktifitas kesehariannya. Beberapa aplikasi yang ada di play store contohnya seperti Sepulsa, M-Saku, Mobilepulsa, AdaPulsa, BebasBayar, CekTagihan dan Paytren. PayTren merupakan aplikasi *payment* untuk beragam jenis pembayaran dan memberikan manfaat dan keuntungan dari setiap bertransaksi. Sistem PayTren dirancang dengan mengutamakan layanan kemudahan, keamanan dan kenyamanan untuk para penggunanya. (www.treni.co.id)



Gambar 1.2

Gambar aplikasi PayTren dan menu di dalamnya

Gambar 1.2 menunjukkan logo aplikasi PayTren dan didalamnya terdapat fitur- fitur yang biasa kita butuhkan. Seperti pembelian pulsa, membayar tagihan, pembelian tiket pesawat/ kereta, sedekah dll. Tetapi aplikasi PayTren ini berbeda dengan aplikasi yang lain, setelah anda *memdownload* dan ingin menggunakannya, anda diharuskan membeli lisensi untuk mendapatkan 12 digit nomor (*Activate Serial*) yang bisa didapatkan dari sponsor atau orang yang mendaftarkan kita setelah kita membayar biaya aktivasi untuk dapat menikmati semua fasilitas yang ada. Setelah sudah terdaftar menjadi mitra PayTren, anda tinggal mengisi saldo akun anda untuk bisa melakukan transaksi pada aplikasi ini, yakni dengan melakukan top up saldo terlebih dahulu. Caranya dapat melalui mobile banking, internet banking dan bisa juga datang ke kantor pusat PayTren.

Citra adalah cara pandang masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi banyak faktor diluar kendali perusahaan (Kotler et., al. 2004: 369). Jadi citra akan terbentuk dalam jangka waktu tertentu, sebab ini termasuk akumulasi persepsi terhadap suatu objek, apa yang terpikirkan,

diketahui dialami yang masuk dalam *memory* seseorang berdasarkan masukan-masukan dari berbagai sumber sepanjang waktu (Alma, 2013: 148). Sutisna (2001: 85) berpendapat bahwa citra merek mempunyai tiga bagian, yaitu : citra perusahaan, citra pemakai, dan citra produk

Citra perusahaan adalah asosiasi yang berkaitan dengan organisasi dengan atribut dari suatu perusahaan. Semakin baik citra perusahaan tersebut maka semakin banyak pula konsumen yang memakai produknya. Citra pemakai adalah asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakain produk. Citra pemakai juga dapat mencerminkan status social dan gaya hidup seseorang dalam membeli/ memakai suatu produk. Citra produk adalah kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Semakin baik citra produk tersebut maka konsumen akan tertarik dan memiliki minat untuk membeli produk tersebut.

Kelebihan dari PayTren adalah Flexibel : hanya dengan satu genggam tangan menggunakan *smartphone* semua transaksi yang ada dimenu aplikasi PayTren dapat dilakukan dengan mudah, efektif dan efisien. Selain itu setiap transaksi ada nilai sedekah dan mendapat cashback, dan juga dapat memperoleh reward dari pengembangan komunitas. Dalam hal ini Sistem komunitas PayTren membuat mitranya bekerja secara team, Memungkinkan memiliki jaringan bisnis di Seluruh Indonesia.

PayTren termasuk perusahaan yang menjalankan penjualan dengan sistem berjenjang (Multi Level Marketing/MLM) di Indonesia. Dan menjadi perusahaan Fintech pertama di Indonesia yang mendapat sertifikat Syariah dari DSN MUI. PayTren dalam hal ini resmi menjadi anggota APLI (Asosiasi Penjual Langsung Indonesia) dan 100% sahamnya dimiliki oleh orang Indonesia. Aplikasi yang di kelola oleh PT Veritra Sentosa Internasional ini awalnya hanya

menawarkan fitur pembelian voucher pulsa dan pembayaran listrik, dengan berjalannya waktu owner dari perusahaan ini memberi inovasi untuk menjawab kebutuhan masyarakat dengan menambah fitur-fitur baru seperti pembayaran tv kabel, bpjs, sedekah, belanja online, PDAM. Dari banyaknya fitur tersebut membuat paytren semakin melejit dalam mengenalkan merk nya kepada masyarakat.

Namun, tidak sedikit masyarakat memandang PayTren sebagai perusahaan Money Game dikarenakan kekhawatiran masyarakat untuk bergabung melihat biaya pendaftarannya sebesar Rp 350.000,00. Masyarakat cenderung menggunakan aplikasi pembayaran yang instan dan tanpa perlu biaya registrasi. Selain itu banyak masyarakat beranggapan bahwa PayTren sama seperti perusahaan Money game yang merugikan penggunanya.

Menurut Wijanarko dan Susanto dalam Ambarwati et., al. (2015) citra merek mempunyai peran penting yaitu untuk membedakan suatu perusahaan atau produk dengan yang lain. Hal ini dibuktikan pada beberapa yang menyatakan bahwa citra merek berdampak positif terhadap minat beli. Terdapat beberapa penelitian yang menyatakan bahwa citra merek memiliki pengaruh terhadap minat beli. Penelitian yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Herdiana dan Alamsyah (2017) yang menggunakan dasar teori Shimp, menyatakan bahwa variabel *country of origin* dan citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli. Penelitian yang kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Ambarwati et., al. (2015) menggunakan teori Kotler dan Keller, dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel citra perusahaan, citra konsumen, citra produk berpengaruh positif terhadap minat beli. Penelitian yang ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Hidayati et., al. (2013), dalam penelitian tersebut

menyatakan bahwa variabel citra pembuat, citra pemakai, citra produk berpengaruh positif terhadap minat beli. Penelitian yang keempat adalah penelitian yang dilakukan oleh Randi (2016), dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Citra Merek Dan Minat Menggunakan Aplikasi Paytren Untuk Pembayaran Tagihan Online (Studi Pada Pembayaran Listrik, Telefon, Angsuran Kredit Kendaraan, Dan Internet Pada Masyarakat Bangkalan)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana citra merek (citra perusahaan, citra pemakai dan citra produk) dan minat menggunakan aplikasi PayTren?
2. Apakah terdapat pengaruh citra merek yang meliputi citra perusahaan, citra pemakai, citra produk terhadap minat menggunakan aplikasi PayTren untuk pembayaran tagihan online?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan citra merek (citra perusahaan, citra pemakai dan citra produk) dan minat menggunakan aplikasi PayTren.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek yang meliputi citra perusahaan, citra pemakai, citra produk terhadap minat menggunakan PayTren untuk pembayaran tagihan online.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Sebagai aplikasi dari ilmu yang telah diperoleh peneliti selama perkuliahan dan dapat memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman penulis untuk berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang terjadi. Dan pengetahuan penulis tentang mengembangkan ilmu pengetahuan terutama dalam memahami bisnis MLM yang sebenarnya.

2. Bagi Lembaga

Hasil ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan dan sebagai bahan masukan bagi fakultas untuk mengevaluasi sejauh mana kurikulum yang diberikan mampu memenuhi tuntutan perkembangan dunia perekonomian dan pemasaran global pada saat ini.

3. Bagi Perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna untuk menyusun kebijakan perusahaan yang bersangkutan dan sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi strategi pemasaran perusahaan yang selama ini diimplementasikan, dalam hal ini berhubungan dengan citra merek PayTren.