BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era revolusi industri 4.0 saat ini teknologi telah mengubah wajah komunikasi dunia yang sejak lama didominasi oleh perangkat digital non-komputer,menjadi komunikasi komputer yang global. Perkembangan teknologi ke era digital, membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah dan cepat. Revolusi ke arah digitalisasi mengubah sebagian besar aspek kehidupan masyarakat. Ada banyak fasilitas yang diberikan oleh teknologi seperti sarana komunikasi, media promosi, sumber informasi dan jangkauan pasar yang lebih luas. Selain itu, penggunaannya sangat mudah dan dapat digunakan kapan saja (Elvina, 2015).

Teknologi memungkinkan kita untuk dapat berhubungan satu sama lainnya dengan perangkat komputer tanpa dibatasi lagi oleh ruang dan waktu. Beberapa cara seperti melalui email, sosial media. Selain itu, teknologi telah menghasilkan inovasi sekaligus berbagai permasalahan yang kompleks. Salah satu sektor yang mengalami perubahan adalah layanan keuangan (Kusumawardhani & Purnaningrum, 2021). Hal ini menandakan bahwa teknologi memiliki peningkatan yang sangat berpotensi untuk dijadikan sebagai sarana komunikasi dan informasi yang handal dan mudah dipergunakan oleh banyak orang. Penggunaannya juga dapat digunakan sebagai keperluan pribadi maupun usaha pun dapat menembus batas-batas ruang dan waktu dengan memberikan fasilitas selama 24 jam (Wahab & Triwardhani, 2022 ; Sopacua, 2016).

Dewasa ini berkembang pesat pada layanan keuangan yang terkenal dengan istilah *FinTech* (*Financial Technology*). FinTech sebagai gabungan dari keuangan dan teknologi merupakan industri yang berkembang membuat banyak

orang yang melakukan transaksi secara online yang terintegrasi dengan ponsel ataupun perangkat komputer (internet) atau kartu yang terhubung ke sistem pembayaran digital yang aman (Arner et.all., 2015 ; Hinson et.all., 2019 ; Manyika et al., 2016). Dengan kata lain, dapat didefinisikan sebagai kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain (Faridhal, 2019).

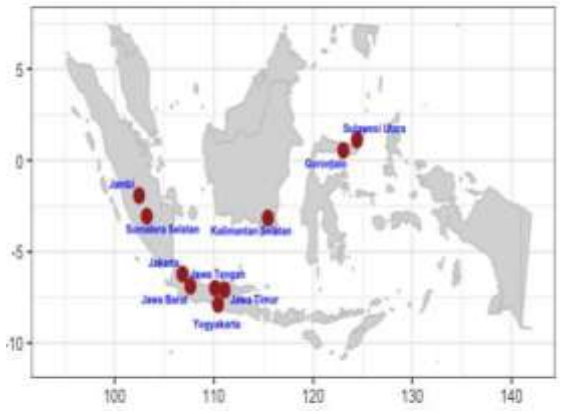
Manifestasi teknologi yang berpengaruh saat ini ialah *e-wallet* karena berfungsi untuk mempermudah untuk menyimpan uang. Jika menggunakan *e-wallet* penggunanya dapat melakukan metode pembayaran secara cashless, ketika ingin membayar makanan, tiket pesawat, minuman, bioskop dan lain-lainnya. Inovasi *e-wallet* menjadi salah satu media transaksi di tengah masyarakat modern. Media digital ini memiliki sistem pembayaran transaksi tunai menjadi non tunai yang memudahkan para penggunanya dalam melancarkan pembelian salah satunya seperti Ovo, Dana, Shoppey Pay, Gopay, Isaku dan Jenius. Tidak terlepas dengan Sooltan Pay merupakan aplikasi milik PT. Telkom Indonesia, Tbk yang tidak kalah hebatnya dengan aplikasi *e-wallet* lainnya (Marsela et al., 2022).

Digital *wallet* merupakan aplikasi online yang digunakan pengguna untuk melakukan transaksi.Seiring waktu, digital wallet menjadi pembayaran online yang sering digunakan karena konsumen beranggapan metode ini bermanfaat dan memberikan layanan yang aman, cepat dan mudah (Uddin & Akhi, 2014). Dari hasil survei dari Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan data Insight Center (KIC) yang bertajuk “Status Literasi Digital di Indonesia 2021”, sebanyak 65,4% responden paling sering menggunakan dompet digital. Hasil survei tersebut mencatat frekuensi penggunaan dompet digital. Posisi pertama adalah 26,4 persen masyarakat yang sebulan sekali menggunakan dompet digital. Frekuensi paling sering kedua adalah beberapa bulan sekali sebanyak

22,8%. Lalu, frekuensi paling sering ketiga adalah sebanyak dua sampai tiga kali sebulan sebanyak 16,8%. Diikuti dengan frekuensi penggunaan dompet digital lainnya yaitu seminggu sekali sebesar 14,5%, dua sampai tiga hari sekali 9,1%, setiap hari 6,4% dan tidak menggunakan dompet digital sama sekali sebesar 4% (Vania, 2022). Berikut perkembangan dan penyebaran E-Wallet yang ada di Indonesia sebagai berikut:

Gambar 1

Daerah Pengguna E-Wallet Terbesar di Indonesia



Sumber: Kusumawardhani & Purnaningrum, 2021

Dari gambar peta di atas, dapat dilihat bahwa ada lebih dari satu provinsi di Pulau Jawa yang menggunakan dompet digital yaitu Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Yogyakarta Selain itu provinsi lain yang menjadi pengguna terbesar yaitu Sumatera Selatan adalah Kepulauan Riau, Sulawesi Utara dan Maluku. Namun, pulau lain seperti Kalimantan, Papua, dan Nusa Tenggara merupakan provinsi yang termasuk pengguna dompet digital terbesar di Indonesia (Kusumawardhani & Purnaningrum, 2021).

Adapun salah satu *E-wallet* dari penelitian ini ialah Sooltan yang merupakan produk dari PT Telkom Indonesia Tbk, aplikasi keuangan ini memiliki fitur utama pembayaran *Quick Response Code Indonesia Standard* (Qris), *Top*

up dan tagihan *Payment Point Online Banking* (PPOB) dan pencatatan transaksi yang disebut Sooltan Pay. Sistem pembayaran digital yang sangat membantu para pelaku UMKM dan jadi alternatif bagi pelanggan dalam melakukan pembayaran secara *cashless* dengan *scan barcode* dari aplikasi Sooltan Pay, sebagai pelaku usaha menerima pembayaran Qris ini jadi lebih cepat, tepat dan aman.

Gambar 2

Aplikasi Sooltan Pay



Sumber : Googleplay.com

Sooltan Pay merupakan proses pembayaran dengan menggunakan Qris pada pelaku UMKM dan masyarakat. Manfaat dari pembayaran ini terletak pada kepraktisan, kenyamanan serta keamanannya. Mekanisme pembayaran hanya dilakukan dengan beberapa tahapan sederhana hingga akhirnya transaksi dinyatakan berhasil dan bukti transaksinya pun secara otomatis terkirim ke dalam riwayat transaksi konsumen (Saputri, 2020). Dengan begitu, tidak perlu untuk bersusah payah untuk mencairkan uang terlebih dahulu kemudian melakukan transaksi. Apalagi penggunaan Qris Sooltan Pay dapat melakukan transaksi berbagai jenis, seperti tagihan, pulsa, token listrik dan lain-lain. Di sisi lain masyarakat kurang mengetahui keberadaan Sooltan Pay karena kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh pihak perusahaan berdasarkan hasil survei peneliti. Makanya sangat diperlukan suatu strategi dalam kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan produk maupun jasa perusahaan karena bukan hal yang

mudah untuk dilakukan dalam menawarkan produk maupun jasa kepada orang lain. Diperlukannya suatu keahlian dalam menerapkan strategi promosi yang kreatif untuk memasarkan produk atau jasa (Kuspriyono & Ramadhayanti, 2021). Sebagaimana dengan pra penelitian peneliti menemukan bahwa:

> “Sooltan Pay ini merupakan aplikasi terbaru dek dari PT. Telkom Indonesia, Tbk dek. Kemudian untuk data penjumlahan penggunaan Sooltan Pay kita tidak memiliki data ini dek, karena datanya ada di kantor pusat dek. Dan kita hanya diperuntukkan sekarang ini dek, untuk promosikan aplikasi Sooltan Pay cara yang bisa kita lakukan itu jika ada suatu *event UMKM*, maka kami segera ikut terlibat di dalam sembari memperkenalkan aplikasi ini dek”.

Promosi (promotion) adalah usaha atau upaya untuk memajukan atau meningkatkan; misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha (Wirasasmita, 2022). Promosi berasal dari kata promote dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Berdasarkan pengertian tersebut bisa disimpulkan bahwasanya promosi merupakan segala aktivitas yang diambil untuk bisa memperkenalkan produk barang atas jasa dikenal pasar sasaran agar menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan omset penjualan (Rangkuti, 2009). Dengan demikian, peneliti berinisiatif untuk melakukan suatu karya promosi dalam bentuk video promosi. Video promosi merupakan media publikasi paling informatif, sebab dapat menyampaikan pesan secara tekstual, audio maupun visual (A’lawiyyah et al., 2021). Kemampuan media video dalam hal menjangkau menyampaikan pesan cukup luas jika dibandingkan dengan media publikasi lainnya seperti radio media cetak, dan lain-lain (Maidasari et al., 2021). Dalam alasan peneliti ingin menggunakan video promosi untuk aplikasi Sooltan Pay yaitu agar masyarakat lebih mengetahui lebih jauh dan mudah memahami aplikasi tersebut. Karena dengan video promosi dapat memberikan suatu edukasi dalam penggunaan aplikasi Sooltan Pay. Media jenis ini

mempunyai daya rangsang yang tinggi dan dapat menyajikan konten visual yang menyeluruh dari objek yang hendak diteliti serta memiliki peluang yang dapat menjangkau masyarakat, dan lebih mudah dalam mengirimkan pesan serta maksud dari produk yang akan dipromosikan. Video tidak hanya disalurkan melalui televisi namun juga dapat di unggah ke berbagai situs popular internet. Sehingga mampu dengan cepat memperkenalkan objek-objek yang terekam dalam video kepada audiens (Larichy et al., 2020). Adapun platform atau media yang digunakan untuk membagikan hasil dari video promosi ini dapat menggunakan media instagram, youtube, facebook dan lain sebagainya (Santoso & Larasati, 2019). Dengan video promosi ini diharapkan mampu mendorong PT. Telkom Indonesia, Tbk untuk lebih memanfaatkan lagi bentuk promosi secara digital. Berdasarkan identifikasi dan uraian latar belakang diatas maka dari itu peneliti tertarik untuk membuat penelitian tentang **"Strategi Promosi Sooltan Pay PT Telkom Indonesia Tbk"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah "Bagaimana strategi promosi dalam mengenalkan aplikasi Sooltan Pay?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mempromosikan dan mengenalkan aplikasi Sooltan Pay melalui video promosi yang akan dibuat agar Sooltan Pay terkenal di masyarakat.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk agar meningkatkan wawasan terkait promosi pada pt telkom indonesia tbk sebagai sarana pengebangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di mata kuliah.

2. Manfaat Praktik

a. Sebagai masukan kepada PT. Telkom Indonesia TBK lebih memperhatikan dan memanfaatkan *digital* marketing dalam memasarkan video promosi Aplikasi Sooltan Pay.
b. Diharapkan dapat bernilai baik bagi para pengguna aplikasi Sooltan Pay ini yang nantinya akan dikenal oleh masyarakat menjadi salah satu dompet digital terbaik di indonesia.