

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin pesat saat ini memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Fenomena ini ditandai dengan merebaknya orang-orang yang terhubung ke internet, hal ini dikarenakan penggunaan internet memiliki manfaat yang beragam sehingga pengguna dapat mengakses internet sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Hal ini mendorong perubahan aktivitas kebudayaan di masyarakat, khususnya di bidang ekonomi (Wahdana, 2022).

Akhir tahun 2019, dunia dihadapkan pada musibah global yaitu munculnya virus yang mewabah di hampir seluruh dunia yang bernama virus Covid 19. Kemunculan virus ini pertama kali terdeteksi di Cina, namun karena penyebarannya yang mudah dan cepat, maka dengan waktu yang singkat virus tersebut sampai ke Indonesia. Dampak yang ditimbulkan dari wabah Covid 19 ini sangat besar. Hampir seluruh sektor terkena dampaknya. Dampak yang paling besar terdapat pada sektor ekonomi dan kesehatan.

Segala upaya telah dilakukan untuk meredam penyebaran virus ini, salah satunya adalah penetapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar). Kebijakan yang ditetapkan pemerintah dengan membatasi aktivitas di ruangan publik membuat masyarakat jenuh. Untuk mengurangi kejenuhan tersebut orang-orang menghabiskan waktunya dengan berselancar di jaringan internet.

Saat ini Indonesia gencar untuk melakukan perubahan perilaku ke tahap digitalisasi. Pemerintah Indonesia telah menyiapkan berbagai aturan untuk keseluruhan bisnis yang ada di Indonesia, mulai dari UMKM sampai ke bisnis yang multinasional. Peraturan ini merujuk pada Peraturan Bank Indonesia Nomor

18/40/PBI/2016 tahun 2016. Hal ini dikarenakan penggunaan internet yang selalu meningkat di setiap tahunnya. Pemerintah memfokuskan perkembangan *e-wallet* sebagai peningkatan digitalisasi di sistem pembayaran dengan mengeluarkan program integrasi *QR Code*. Selain itu program ini juga sebagai wujud dalam pengembangan dari Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Bank Indonesia menetapkan standarisasi dalam penggunaan *quick response code (QR Code)* yang disebut dengan *QRIS (Quick Response Indonesian Standard)*.

Peluncuran QRIS ini digunakan untuk mengintegrasikan keseluruhan *QR code* yang sebelumnya diterbitkan dari penyelenggara jasa sistem pembayaran pada masing-masing pelaku bisnis. Hal ini diharapkan mampu melayani transaksi non tunai serta memudahkan pelaku bisnis dan *customer* dalam melakukan transaksi pembayaran. Penggunaan *QR code* QRIS dilakukan dengan aplikasi *e-wallet* serta *mobile banking* yang dikeluarkan oleh bank dengan izin Bank Indonesia.

Majunya teknologi pada sistem pembayaran, menggeser fungsi uang tunai menjadi non tunai. Hal ini menggambarkan keinginan besar masyarakat dalam menggunakan uang elektronik (Marliyah, 2019). Pembayaran elektronik dinilai lebih praktis dan efisien serta hemat waktu. Dapat dilihat dari data transaksi uang elektronik dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan.

Tabel 1. 1

Transaksi Uang Elektronik Tahun 2017-2021

Tahun	2017	2018	2019	2020	2021
Nominal Transaksi	12.37	47.2	145.2	204.9	305.4

Dalam Triliun

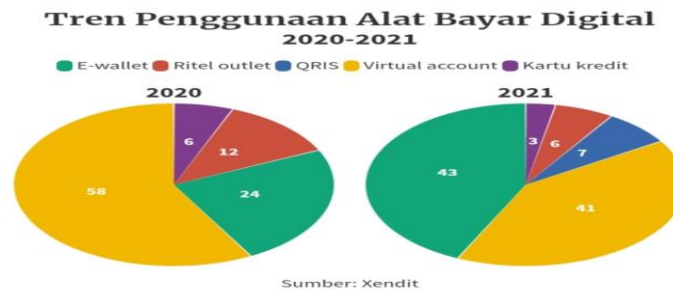
Sumber : katadata.co.id (2022)

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, nilai transaksi uang elektronik dari tahun ke tahun yang dimulai dari tahun 2017-2021 mengalami kenaikan yang signifikan. Kenaikan nilai transaksi uang elektronik terus meningkat karena perkembangan teknologi digitalisasi yang sangat pesat. Selain itu juga masyarakat menginginkan kemudahan serta keamanan dalam bertransaksi. Terjadinya wabah Covid-19 juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kenaikan transaksi uang elektronik. Penggunaan uang elektronik akan meminimalisir kontak langsung saat bertransaksi. Hal ini dapat membantu dalam pemutusan rantai penyebaran Covid-19 (Rangkuty, 2021). Selain itu juga berlakunya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang mengakibatkan masyarakat melakukan semua kegiatan dari rumah mengakibatkan lonjakan transaksi uang elektronik, baik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, fashion, gadget, maupun hal lainnya (Alwie, 2021).

Menurut KEMENKEU dengan mengasumsikan Indonesia sebagai negara perekonomian tertutup maka peningkatan penggunaan alat pembayaran non tunai bisa berpengaruh pada penurunan permintaan uang di masyarakat. Penurunan permintaan uang ini akan menyebabkan penurunan tingkat suku bunga. Hal ini terjadi karena masyarakat akan lebih memilih pembayaran non tunai dan menambah penyimpanan uang di bank yang bersangkutan, sehingga mengakibatkan biaya pinjaman lebih kompetitif yang sehingga investasi perusahaan dan output riil nasional juga akan meningkat. Dengan demikian penggunaan *e-wallet* dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Nursari et al., 2019).

Pembayaran non tunai merupakan uang dalam bentuk elektronik yang dikeluarkan oleh sektor perbankan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam melakukan transaksi yang lebih efisien, mudah, dan aman. Pembayaran non tunai memiliki dua macam instrumen yaitu instrumen yang berbentuk fisik seperti kartu *e-money* dan yang berbentuk non fisik seperti *e-wallet*. Jenis pembayaran non tunai tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Perbedaan yang paling terlihat dari jenis pembayaran non tunai di Indonesia yaitu

tempat dimana pembayaran tersebut diterima. Misalnya *e-money* digunakan untuk pembayaran jalan tol dan sebagian *e-money* juga dapat digunakan untuk pembayaran di *merchant offline*. Sedangkan untuk *e-wallet* mengacu pada pembayaran pada *merchant online* maupun *offline*.



Gambar 1.1 Tren Penggunaan Alat Bayar Digital Tahun 2020-2021

Sumber : Survei Xendit dalam data.tempo.co.id

Berdasarkan data dari perusahaan *fintech* Xendit, *e-wallet* menjadi platform pembayaran digital terpopuler pada tahun 2021. Dari 150 juta transaksi digital yang diproses Xendit, 43% transaksi menggunakan *e-wallet*. Jumlah transaksi *e-wallet* pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebanyak 19% dari tahun 2020 sebanyak 24%. Sedangkan pada posisi kedua diduduki oleh *virtual account*, sebanyak 41% dari jumlah transaksi yang diproses Xendit. *Virtual account* mengalami penurunan sebanyak 17% dari tahun 2020 yang mampu menduduki posisi pertama dengan 58% transaksi.

Di Indonesia, banyak perusahaan yang menawarkan jasa *e-wallet*. Penyedia jasa tersebut juga termasuk perusahaan lokal. Salah satu perusahaan lokal yang menawarkan *e-wallet* adalah Gopay. Gopay merupakan salah satu layanan dari perusahaan induk yang bernama Gojek. Gojek adalah perusahaan yang mengawali bisnisnya dari jasa transportasi taksi dan sepeda motor yang kemudian memperluas layanannya dengan menghadirkan berbagai layanan untuk memudahkan masyarakat. Gojek membedakan layanan yang ada menjadi beberapa jenis antara lain: (1)

bepergian dan pengiriman, (2) pesan makan dan belanja, (4) pembayaran, (5) berita dan hiburan, (6) Covid-19, dan (7) loyalitas (Maghfira, 2018).

Gopay adalah *e-wallet* yang bisa digunakan untuk melakukan pembayaran di semua transaksi dalam aplikasi Gojek. Mulai dari transportasi menggunakan GoRide, GoCar, dan GoBluebird, pengiriman barang dengan GoSend dan GoBox, pembelian makanan menggunakan GoFood, berbelanja menggunakan GoMart, GoShop, dan GoMall, pembelian pulsa dan paket data dengan GoPulsa, pembayaran tagihan dan investasi menggunakan GoTagihan dan GoInvestasi, sampai dengan pembelian tiket bioskop menggunakan GoTix. Sedangkan fitur-fitur dalam Gopay antara lain:

1. Top Up (fitur ini digunakan untuk mengisi saldo Gopay melalui driver Gojek, ATM, Mobile Banking, Internet Banking, Sms Banking, dan Minimarket)
2. Transfer dan Tarik Tunai (fitur ini digunakan untuk melakukan transfer ke sesama pengguna Gopay selain itu juga bisa melakukan tarik tunai tanpa kartu ATM)
3. Gopaylater (fitur ini digunakan untuk solusi pembayaran praktis saat saldo kritis. Pembayaran dapat dilakukan sebulan sekali dan bebas bunga)
4. Upgrade Gopay Plus (fitur ini digunakan untuk memperbaharui akun Gopay agar dapat melakukan transfer, tarik, dan terima saldo Gopay)
5. Scan QR (fitur ini digunakan untuk mentransfer saldo Gopay ke pengguna Gopay lainnya)
6. Terima (fitur ini digunakan untuk menerima saldo Gopay dari pengguna lain menggunakan kode QR)
7. Voucher (fitur ini digunakan untuk menukar kode voucher yang dimiliki)



Gambar 1. 2 Program Promosi Gopay

Sumber: Gopay (2022)

Menurut (Sunyoto, 2012) promosi penjualan merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Promosi penjualan (*sales promotion*) yang dilakukan oleh Gopay bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting yang bertujuan untuk meningkatkan mutu perusahaan. Promosi penjualan yang dilakukan oleh Gopay diantaranya adalah pilihan penawaran voucher dan diskon dalam bentuk potongan harga dan pengembalian dana atau *cashback* kepada pengguna berupa point yang dapat digunakan kembali pada pembayaran selanjutnya. Promosi *cashback* yang diberikan Gopay merupakan kategori *cashback* yang lebih besar dibandingkan dengan pesaing-pesaing *e-wallet* lainnya.



Gambar 1. 3 Program Jaminan Saldo Gopay Kembali

Sumber: Gopay (2022)

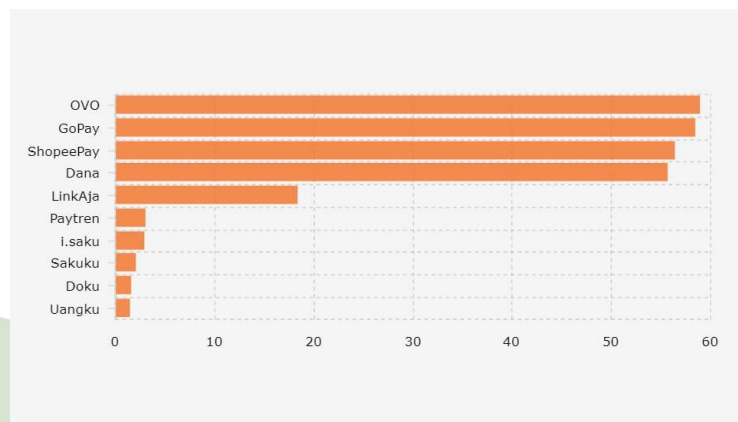
Masalah keamanan (*security*) merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Keamanan (*security*) transaksi online adalah bagaimana dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan disebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Menurut Simons dalam (Rahardjo, 2005) “keamanan adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan disebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik”. Faktor keamanan (*security*) dari sebuah teknologi merupakan hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Keamanan menjadi suatu hal yang sangat penting karena didalam sebuah akun Gopay tersebut menyimpan data dari pengguna. Dengan jaminan keamanan maka pengguna akan memiliki rasa aman dan tingkat kepercayaan yang tinggi pada teknologi Gopay. Sebagai langkah untuk memberikan kepuasan pada pelanggan *e-wallet* Gopay, Gopay melakukan peningkatan terhadap kualitas layanan dengan memperbaiki sistem keamanan (*security*) saldo Gopay yang ada pada akun pengguna Gopay. Peningkatan layanan keamanan Gopay tersebut bertujuan agar pengguna semakin nyaman saat bertransaksi dengan Gopay. Salah satunya dengan meluncurkan fitur sidik jari dan verifikasi wajah untuk memvalidasi

setiap transaksi Gopay selain dengan menggunakan PIN. Selain aman, fitur yang memanfaatkan identitas biometrik atau karakteristik fisiologis ini juga bertujuan agar transaksi pembayaran Gopay menjadi lebih praktis. Gojek juga meningkatkan aplikasinya dengan membuat limitasi akun dan perangkat. Hal ini membuat pengguna menjadi lebih waspada pada saat akun Gojek yang tiba-tiba *log out*. Gojek juga mengeluarkan program Jaminan Saldo Gopay Kembali. Ketika saldo Gopay yang dimiliki tiba-tiba hilang akibat dari penyalahgunaan akun Gojek di luar kendali *customer*, hal itu bukan menjadi masalah, karena dengan adanya program Jaminan Saldo Gopay Kembali yang akan mengembalikan saldo Gopay tersebut 100% sesuai dengan jumlah saldo yang hilang. Pengaduan kehilangan saldo Gopay dapat dilakukan dengan mengakses langsung layanan *customer service* yang tersedia 24 jam dari aplikasi. Selanjutnya *customer* dapat mengklaim jumlah saldo Gopay yang hilang hingga 60 hari sejak kejadian kehilangan.

Penggunaan *e-wallet* Gopay saat ini masih menunjukkan kepopuleran dalam beberapa tahun ini karena kemudahan (*convenience*) penggunaannya dan proses transaksi yang tidak rumit. Menurut (Widjana, 2010), kemudahan (*convenience*) adalah keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu adalah mudah (*free effort*). Selain itu kemudahan (*convenience*) menunjukkan sejauh mana suatu inovasi dianggap tidak sulit untuk dipelajari, dipahami, dan dioperasikan. Gopay memberikan kemudahan dalam mengirimkan nilai uang atau *top up* ke dalam akun Gopay yang akan digunakan untuk melakukan berbagai transaksi baik untuk pembayaran yang ada pada layanan Gojek maupun pembayaran pada mitra-mitra Gopay. Kemudahan dalam penggunaan *e-wallet* Gopay dianggap menjadi faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *e-wallet* Gopay. Maksud dari kemudahan tidak hanya mengenai kemudahan dalam menggunakannya saja, tetapi juga mengenai manfaat yang dirasakan saat menggunakan teknologi tersebut.

Namun masih banyak bermunculan keluhan keluhan dari beberapa pengguna Gopay yang didapatkan pada saat peneliti melakukan observasi terkait *sales*

promotion, *security*, dan *convenience* yang diberikan oleh Gopay belum berjalan sempurna sehingga pelanggan mengeluhkan hal tersebut. Beberapa keluhan yang sering dialami oleh pengguna Gopay diantaranya tidak dapat menukarkan voucher *cashback* dan diskon, terbatasnya jumlah promosi, data pengguna yang dapat memperbaharui akun ke Gopay Plus hanya untuk satu kali saja sehingga tidak dapat digunakan untuk akun lain, serta aplikasi *error* yang mengakibatkan pengguna menjadi kesulitan dalam bertransaksi.



Gambar 1. 4 Dompot Digital Terbaik Di Indonesia

Sumber : Survei *DailySocial* dalam data katadata.co.id

Pada laporan survei *DailySocial* menunjukkan bahwa OVO memenangkan persaingan sebagai aplikasi dompet digital (*e-wallet*) yang paling banyak digunakan sepanjang tahun 2021 di Indonesia dengan mengalahkan GoPay yang pernah menduduki peringkat pertama pada tahun 2020 pada survei iprice. Tercatat sebanyak 58.9% responden pengguna *e-wallet* mengaku menggunakan OVO. Selanjutnya di urutan kedua ada GoPay yang dipakai oleh 58,4% responden (Arif, 2022). Pada survei ini terlihat hanya sedikit perbedaan banyaknya pengguna antara OVO dan GoPay. Keadaan ini harus menjadi perhatian utama GoPay. Dengan adanya persaingan yang ketat antara OVO dan GoPay, GoPay dituntut untuk meningkatkan segala aspek pelayanan yang mampu memberikan kepuasan bagi para pengguna *e-wallet* GoPay.

Kota Medan merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia. Berdasarkan hasil dari Sensus Penduduk pada tahun 2020 menunjukkan bahwa penduduk Kota Medan mencapai 2,44 juta jiwa. Perkembangan *fintech* di Kota Medan juga menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi. Berbagai *fintech* sudah menjamur di Kota ini salah satunya adalah Gopay. Hal ini terlihat dengan banyaknya usaha mikro, kecil, maupun menengah yang sudah bekerja sama dengan Gopay sebagai alat pembayaran. Penggunaan transaksi non tunai tidak ada proses pengembalian uang atas kelebihan pembayaran sehingga lebih memudahkan dan menghemat waktu dalam transaksi pembayaran.

Penelitian ini bukanlah penelitian satu-satunya, sebelumnya sudah ada beberapa penelitian mengenai pengaruh *sales promotion* (promosi penjualan) *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) yang dilakukan oleh Fachrurizie Alwie (2021). Berdasarkan hasil penelitian, *sales promotion* (promosi penjualan) berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan). Namun pada penelitian Chrisny Sondak, dkk *sales promotion* (promosi penjualan) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan).

Selanjutnya penelitian mengenai pengaruh *security* (keamanan) terhadap *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) yang dilakukan oleh Suryani, dkk. Berdasarkan hasil penelitian, *security* (keamanan) berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan). Namun pada penelitian Kadek Lin, dkk (2019) *security* (keamanan) tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan).

Selanjutnya penelitian mengenai pengaruh *convenience* (kemudahan) terhadap *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) yang dilakukan oleh Chusnah dan Khairunnisa Tri Indriana (2020). Berdasarkan hasil penelitian, *convenience* (kemudahan) berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction* (kepuasan

pelanggan). Namun pada penelitian DR Rahadi (2012) *convenience* (kemudahan) tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini menggunakan 3 variabel X (variabel bebas) yaitu *sales promotion* (X_1), *security* (X_2) dan *convenience* (X_3) dengan variabel Y (variabel terikat) *customer satisfaction*. Selain itu subjek penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan di atas, maka peneliti tertarik serta memiliki tujuan agar mendapatkan bukti empiris mengenai seberapa besar pengaruh dari Gopay yang merupakan sebuah perusahaan *fintech* dalam memberikan promosi penjualannya, keamanan, serta kemudahan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Peneliti melakukan survei pada pengguna Gopay di sekitaran Kota Medan. Judul yang diangkat dalam penelitian ini adalah **“PENGARUH SALES PROMOTION, SECURITY DAN CONVENIENCE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION E-WALLET GOPAY (STUDI KASUS PADA CUSTOMER E-WALLET GOPAY KOTA MEDAN)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap penggunaan e-wallet Gopay sebagai berikut:

1. Penukaran voucher cashback dan diskon tidak bisa dilakukan.
2. Terbatasnya jumlah promosi yang dilakukan *e-wallet* Gopay.
3. Penggunaan data untuk memperbaharui akun pelanggan ke Gopay Plus hanya untuk satu kali saja sehingga tidak dapat digunakan untuk akun lain. Akibatnya pelanggan tidak dapat melakukan transaksi yang hanya bisa dilakukan oleh pengguna yang telah upgrade ke Gopay Plus, seperti garansi saldo kembali dan transfer saldo.

4. Aplikasi masih sering *error* yang mengakibatkan pengguna menjadi kesulitan dalam bertransaksi.
5. Pada tahun 2021 Gopay mengalami penurunan sebagai dompet digital (*e-wallet*) yang paling banyak digunakan. Padahal di tahun 2020 Gopay menjajaki ke dalam peringkat pertama sebagai dompet digital (*e-wallet*) yang paling banyak digunakan.

C. Batasan Masalah

Untuk memperoleh gambaran yang jelas terhadap masalah yang akan diteliti dan dengan mempertimbangkan keterbatasan yang ada pada peneliti, maka peneliti hanya membahas tentang pengaruh *sales promotion* (X_1), *security* (X_2), dan *convenience* (X_3), terhadap *customer satisfaction e-wallet* Gopay di Kota Medan. Selain itu objek pada penelitian ini dibatasi hanya pada pengguna *e-wallet* Gopay dengan batas maksimum tidak menggunakan *e-wallet* Gopay selama kurang dari tiga bulan.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditetapkan, penulis merumuskan beberapa permasalahan yang akan diteliti secara mendalam. Rumusan masalah tersebut antara lain:

1. Apakah variabel *sales promotion* (X_1) berpengaruh terhadap *customer satisfaction* (Y) secara parsial?
2. Apakah variabel *security* (X_2) berpengaruh terhadap *customer satisfaction* (Y) secara parsial?
3. Apakah variabel *convenience* (X_3) berpengaruh terhadap *customer satisfaction* (Y) secara parsial?
4. Apakah variabel *sales promotion* (X_1), *security* (X_2), dan *convenience* (X_3) berpengaruh terhadap *customer satisfaction* (Y) secara simultan?

E. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini diantaranya:

- a. Untuk menganalisis pengaruh *sales promotion* terhadap *customer satisfaction* secara parsial.
- b. Untuk menganalisis pengaruh *security* terhadap *customer satisfaction* secara parsial.
- c. Untuk menganalisis pengaruh *convenience* terhadap *customer satisfaction* secara parsial.
- d. Untuk menganalisis pengaruh *sales promotion*, *security*, dan *convenience* terhadap *customer satisfaction* secara simultan.

F. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian dilakukan dengan tujuan memperoleh manfaat yang berguna untuk seluruh pihak-pihak yang bersangkutan. Sedangkan manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan mengenai uang elektronik dan *fintech* serta memahami serta merapkan teori-teori yang telah dipelajari pada masa perkuliahan dan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar sarjana ekonomi dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat berupa saran dan masukan terhadap perusahaan berupa pengetahuan tentang pengaruh *sales promotion*, *security* dan *convenience* terhadap *customer satisfaction e-wallet* Gopay di Kota Medan sebagai bahan acuan terhadap keputusan pengambilan kebijakan perusahaan.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan serta referensi tambahan untuk penelitian selanjutnya dengan objek maupun masalah yang sama dengan mengembangkan penelitian tersebut di masa yang akan datang.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan terhadap masyarakat agar mendapatkan informasi mengenai keuntungan menggunakan *e-wallet*, khususnya Gopay. Dengan penggunaan *e-wallet* transaksi yang dilakukan masyarakat akan menjadi lebih praktis dan efisien.

5. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan terhadap pemerintah mengenai seberapa besar kepercayaan masyarakat terhadap penggunaan transaksi non tunai. Sehingga wacana GNNT yang diusung pemerintah dapat dilihat berhasil atau tidaknya pada masyarakat.