



Research Article

Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Pemakaian E-Wallet DANA Pada Sistem Pembayaran Belanja

Dian

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia; 220721100092@student.trunojoyo.id

Copyright © 2024 by Authors, Published by **Regulate: Jurnal Ilmu Pendidikan, Hukum dan Bisnis**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : June 11, 2024
Accepted : July 01, 2024

Revised : June 25, 2024
Available online : August 01, 2024

How to Cite: Dian. (2024). Factors that Influence Students in the Use of E-Wallet DANA in the Spending Payment System. *Regulate: Jurnal Ilmu Pendidikan, Hukum Dan Bisnis*, 1(1), 9–17. <https://doi.org/10.61166/regulate.viii.2>

Factors that Influence Students in the Use of E-Wallet DANA in the Spending Payment System

Abstract. With the growing and sophisticated technology of the current technology supported by Pandemi Covid-19, people are accustomed to utilizing technology to help daily activities, one of which is in terms of payments commonly called digital wallets or e-wallet. Therefore, this study aims to find out, analyze and explain the factors that influence consumer interest in using e-wallet, especially UINSU students. The research used is descriptive data processing, namely recording the results of interviews or observations supported by secondary data, and qualitative analysis through analysis of 10 respondents. The results of this study found that comfort, safety, promotion, features, new technology experiences, and promotions have a positive and significant effect on the interest in the use of digital wallets among students.

Keywords: E-Wallet, Payment, Shopping, Student

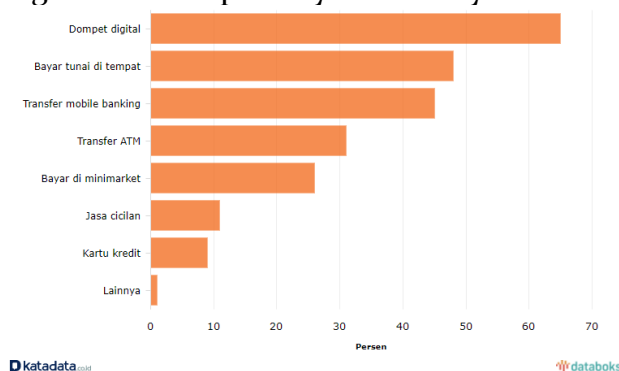
Abstrak. Dengan semakin berkembang dan canggihnya teknologi saat ini yang didukung oleh pandemi Covid-19, masyarakat sudah terbiasa memanfaatkan teknologi untuk membantu aktivitas sehari-hari, salah satunya dalam hal pembayaran yang biasa disebut dompet digital atau e-wallet. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan e-wallet khususnya mahasiswa UINSU. Penelitian yang digunakan adalah pengolahan data deskriptif yaitu mencatat hasil wawancara atau observasi yang didukung data sekunder, dan analisis kualitatif melalui analisis terhadap 10 responden. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kenyamanan, keamanan, promosi, fitur, pengalaman teknologi baru, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital di kalangan pelajar.

Kata Kunci: E-wallet, pembayaran, belanja, mahasiswa

PENDAHULUAN

Sejak virus Covid-19 mewabah di Indonesia. Segala jenis aktivitas masyarakat harus dibatasi untuk menekan penyebaran virus Covid-19 dan demi kenyamanan bersama. Sebagai responsnya, pemerintah mengambil kebijakan baru dengan melakukan berbagai aktivitas serupa sebelum pandemi, pemanfaatan teknologi dan Internet dalam masyarakat sehari-hari, atau digitalisasi. Dimana segala aktivitas bisa dilakukan dari rumah. Semakin canggihnya teknologi yang ada seolah sudah menjadi bahasa gaya hidup masyarakat. Saat pandemi melanda, masyarakat cukup mampu mengendalikan segala aktivitas melalui digitalisasi, termasuk aktivitas bisnis atau yang terkait dengan e-business. Salah satu bentuk kegiatan e-business adalah transaksi pembayaran digital atau biasa disebut e-wallet, dimana teknologi pembayaran tersebut diterapkan sebagai media pembayaran online yang dapat diakses melalui smartphone, sehingga tidak memerlukan uang tunai. melakukan transaksi pembayaran lagi. Dimanakah Fintech (financial technology) yang saat ini semakin banyak digunakan.¹

Dari hasil penelitian survei *ShopBack*, didapat bahwa penggunaan *e-wallet* menjadi yang paling banyak diminati masyarakat sebagai metode pembayaran yaitu sebesar 65% dibandingkan metode pembayaran lainnya.²



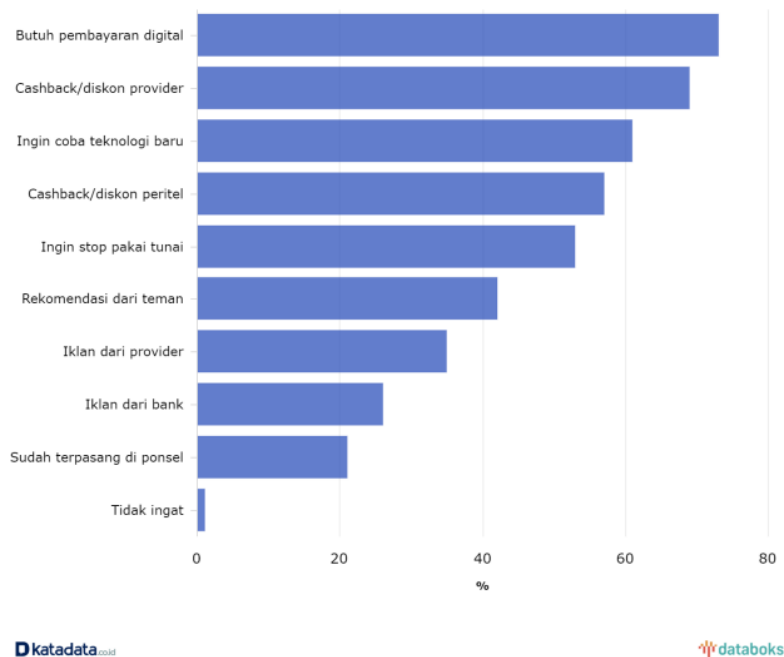
¹ I. Kumala and I. Mutia, "Pemanfaatan Aplikasi Dompet Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa," *Semin. Nas. Ris. dan Teknol.*, pp. 64–69, 2020.

² Metode Pembayaran yang Digunakan Responden saat Belanja Online (Maret 2021) Sumber: ShopBack, 14 April 2021

Sistem pembayaran adalah suatu sistem yang mencakup mekanisme yang digunakan untuk mentransfer dana dari penjual ke pembeli, yang bertujuan untuk memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem Pembayaran lahir bersamaan dengan konsep 'uang' sebagai alat tukar atau perantara dalam transaksi barang, jasa, dan keuangan. Pada prinsipnya sistem pembayaran saat ini ada 2 jenis yaitu sistem pembayaran tunai dan non tunai.

Dari peningkatan penggunaan e-wallet ini, peneliti ingin mengetahui faktor apa saja yang memotivasi mahasiswa agar tertarik menggunakan e-wallet. Minat konsumen merupakan aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku konsumen. Dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang untuk melakukan sesuatu yang diperlukannya.

Dilaporkan dari reporter Boku Inc. mengenai “Mobile Wallets Report 2021”, bahwa 73% masyarakat Indonesia menggunakan e-wallet dan menyarankan agar mereka berani masuk ke dalam pekubayannya. Dari hasil penelitian tersebut terlihat bahwa alasan tersebut sama dengan alasan masyarakat Indonesia lainnya menggunakan e-wallet. Kemudian 69% menyatakan bahwa pengembalian uang/diskon adalah alasan orang menggunakan dompet elektronik. Sementara itu, 61% menyatakan keinginannya untuk menemukan teknologi baru. Kemudian 53% menyatakan tidak ingin berhenti menggunakan uang. Lalu alasan selanjutnya karena direkomendasikan oleh teman sebesar 42%. Kemudian antara 35% dan 26% didorong untuk menggunakan dompet elektronik, yang akan mempengaruhi periklanan.³



³ Boku Inc, 13 Juli 2021

Kajian Teori

Dompot elektronik atau e-wallet merupakan layanan teknologi yang memungkinkan penggunanya melakukan transaksi keuangan melalui perangkat digital seperti ponsel pintar. Dompot elektronik menyimpan informasi pembayaran pengguna dan memungkinkan transaksi tanpa perlu membawa uang tunai atau kartu fisik. penerimaan pengguna terhadap teknologi sering kali dijelaskan dengan menggunakan model seperti Technology Acceptance Model (TAM). TAM menyatakan bahwa dua factor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi adalah: persepsi kegunaan (PU):sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerjanya.kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU) sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan mudah.

Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan e-portofolio oleh mahasiswa Berdasarkan berbagai penelitian, berikut beberapa faktor yang umum mempengaruhi penggunaan e-portofolio oleh mahasiswa:

a. Kemudahan penggunaan.

Kemudahan akses dan penggunaan e-wallet sangatlah penting. Sistem yang mudah digunakan cenderung disukai oleh pengguna, terutama pelajar yang memiliki sedikit waktu dan pengetahuan teknis.

b. Keamanan dan privasi

Keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi merupakan faktor kunci dalam penerapan dompet elektronik. Siswa akan lebih cenderung menggunakan dompet elektronik yang menawarkan tingkat keamanan dan privasi tinggi.

c. Promosi dan diskon

Promosi, refund dan diskon khusus seringkali menjadi daya tarik utama bagi pelajar. Dompot elektronik menawarkan banyak manfaat tambahan yang cenderung lebih populer di kalangan pelajar.

d. Kemudahan akses dan ketersediaan

Kemudahan menambahkan uang ke saldo e-wallet dan jumlah merchant yang menerima e-wallet juga mempengaruhi penggunaannya. Semakin banyak tempat yang menerima e-wallet, semakin besar kemungkinan pelajar menggunakannya.

e. Pengaruh Sosial

Pengaruh teman, keluarga, dan lingkungan dapat mempengaruhi keputusan siswa dalam menggunakan e-portofolio. Rekomendasi dari orang-orang terdekat seringkali penting untuk dipertimbangkan

f. Pengalaman Pengguna

Pengalaman pengguna yang positif, termasuk antarmuka yang menarik dan layanan pelanggan yang responsif, dapat meningkatkan penggunaan dompet elektronik. Pengalaman negatif seperti transaksi gagal atau layanan lambat dapat mengurangi minat pengguna.

g. Kecepatan dan Efisiensi (Speed and Efficiency)

E-wallet memungkinkan transaksi yang cepat dan efisien, tanpa banyak kendala dan proses yang rumit, disukai oleh pelajar yang mengutamakan kenyamanan.

h. Kepercayaan

Tingkat kepercayaan terhadap penyedia layanan e-portofolio, baik dalam hal reputasi dan transparansi dalam operasional, sangat mempengaruhi keputusan siswa tentang penggunaan layanan tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu dengan metode penelitian studi literatur melalui studi kepustakaan yang bersumber dari jurnal-jurnal hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul, studi literatur skripsi serta juga melalui aksen data-data yang berasal dari *website* sebagai publikasi informasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akibat diterimanya uang elektronik di masyarakat, banyak perusahaan start-up yang mendirikan perusahaan fintech untuk memproduksi e-wallet. Meski termasuk dalam uang elektronik, namun media penyimpanannya yang membedakannya. Aplikasi yang menyimpan sejumlah nominal dalam mata uang elektronik melalui koneksi Internet disebut e-wallet. Uang elektronik ini tidak memerlukan kartu; Yang dibutuhkan hanyalah smartphone yang kemungkinan dibawa oleh masyarakat umum dan dapat digunakan untuk berbagai transaksi. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak orang yang menggunakan e-wallet sebagai uang elektronik. E-wallet tidak hanya relatif mudah digunakan, namun upaya terus-menerus juga dilakukan untuk keamanan transaksi. E-wallet terus berinovasi dan melakukan terobosan-terobosan baru menyikapi meningkatnya minat bertransaksi dan meningkatnya produksi uang elektronik oleh berbagai pelaku usaha. Ewallet lebih populer karena uang elektronik sangat penting sebagai alat pembayaran sehari-hari.

Faktor lain yang mempengaruhi yaitu adanya sebuah promo yang menjadi salah satu faktor minat konsumen dalam menggunakan e-wallet DANA. Ada berbagai promo yang ditawarkan DANA kepada pengguna seperti cashback, price tag, bonus, dll. Misalnya saja Tami (21 tahun) yang sering berkunjung dan makan di KFC, jika membayar dengan DANA akan mendapatkan cashback 30%. promosi pembelian paket sembako. Jadi promosi ini juga berdasarkan persetujuan merchant dan juga DANA. Yang pastinya akan saling menguntungkan satu sama lain. Promo ini juga dibuat khusus untuk penggunaan e-wallet DANA baru agar konsumen tertarik untuk menggunakannya. Seperti bebas biaya transfer untuk sepuluh transaksi pertama, dan lain-lain.⁴

Adapun contoh promo yang ditawarkan e-wallet DANA seperti pada gambar dibawah ini yang menawarkan bonus paket data apabila melakukan pembelian pulsa kartu perdana XL melalui e- wallet DANA.

⁴ Ibid



Hasil tinjauan pustaka menunjukkan bahwa kemudahan bertransaksi juga menjadi salah satu faktor minat konsumen menggunakan e-wallet DANA. Banyak pengguna yang rutin melakukan transaksi transfer uang dan juga melakukan pembayaran lebih memilih melakukan pembayaran melalui e-wallet DANA seperti pada gambar berikut⁵karena pembayaran melalui e-wallet DANA lebih praktis. Misalnya mau bayar belanjaan, cukup scan barcode, tidak perlu capek-capek antri. Kemudahan yang ditawarkan e-wallet DANA menunjukkan penggunaannya yang mudah dipahami sehingga menarik minat pelajar untuk menggunakannya. Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang menemukan bahwa kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.



Tinjauan literatur terhadap literatur tersebut menunjukkan bahwa banyaknya fitur layanan yang tersedia akan meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan dompet digital DANA. Hal ini terlihat dari beberapa responden yang menyatakan menggunakan DANA karena fitur layanan yang ada pada aplikasi DANA.

⁵ <https://www.dana.id>

Pengguna mengaku senang menggunakan DANA karena tersedianya berbagai fitur layanan seperti gambar yang tertera yaitu bebas transfer antar bank, pembelian pulsa atau pembayaran tagihan, serta kebebasan mengirim uang dan tarik saldo dimanapun dan kapanpun ia berada.⁶



Artinya fitur layanan mempunyai daya tarik tersendiri dan dapat menarik minat konsumen. Fitur-fitur layanan yang diberikan pada saat melakukan transaksi pembayaran DANA sangat mudah diakses oleh konsumen kapanpun dan dimanapun jika ingin melakukan transaksi, sehingga akan meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan kembali. Berdasarkan hasil literatur yang diteliti ditemukan bahwa pengaruh keinginan seseorang terhadap teknologi baru yang ditawarkan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan dompet digital. Artinya, ada faktor penting yang membuat seseorang ingin merasakan dampak positif dari alat tersebut. Hal ini mungkin karena pengaruh promosi (beredarnya iklan), melihat pengalaman penggunaan teman, dan lain sebagainya. Terkadang teknologi baru yang unik di pasaran membuat sebagian orang penasaran karena e-wallet jenis ini memiliki banyak partner dan setiap partner pasti memiliki minimal 1 hal yang menarik, misalnya promosi atau semacamnya. Sehingga timbul niat mencoba dari konsumen.

Penelitian yang dilakukan menemukan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital saat ini. Artinya promosi sebagai salah satu alat pemasaran berhasil menarik minat pengguna. Apalagi promosi melalui media digital atau online kini sudah berkembang sangat baik dan orang-orang kreatif di baliknya juga secara epik mengemas setiap informasi yang akan disampaikan kepada calon pengguna. Jadi dengan mengemasnya secara unik dengan warna, cerita atau gambar dan suara yang digunakan dapat menarik cukup banyak perhatian dari pengguna. Sebagian besar responden berpendapat bahwa menggunakan DANA adalah pilihan e-wallet mereka karena melihat media promosi yang terpampang di layar menampilkan berbagai peluang menarik yang ditawarkan pengelola DANA kepada konsumennya. Oleh karena itu DANA gencar

⁶ <https://www.dana.id>

menginformasikan kepada penggunanya jika ada yang menarik dari dirinya, agar pengguna atau konsumen setianya tidak ketinggalan penawaran menarik yang tersedia di DANA via. Karena semakin bagus promosi yang ditampilkan di DANA, maka minat menggunakan aplikasi tersebut akan semakin meningkat. Contohnya seperti promosi digital yang dilakukan DANA di televisi, dan iklan media sosial yang dibuat cukup menarik dengan kualitas gambar animasi yang baik dan menyampaikan informasi yang unik untuk menarik konsumen.

KESIMPULAN

- a. Manfaat, Persepsi kemudahan dan kepercayaan secara keseluruhan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi e-wallet DANA
- b. Persepsi manfaat secara parsial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi e-wallet DANA
- c. Persepsi kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan aplikasi e-wallet DANA

DAFTAR PUSTAKA

- F. I. P. Unimed *et al.*, *Teknologi , Informasi , dan Komunikasi , Permasalahan Kota , sekelumit tentang Smart City dari kota lain dan pemaparan smart city*, vol. 4, no. 1. 2018.
- Prameswari, A., Hsb, D. N., Bayani, L. N., & Nurbaiti, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UINSU Medan Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet. *JUSIBI (Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis)*, 4(1), 60-70.
- Mawardi, T. F. R., & Prabowo, B. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi E-Wallet DANA (Studi Pada Mahasiswa FISIP UPN "Veteran" Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3733-3741.
- Altara, K. P., & Triyanto, E. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN E-WALLET (Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi STIE Surakarta. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(8), 3205-3220.
- Simanjuntak, P. D. A., & Nurhadi, N. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Dan Kebiasaan Terhadap Penggunaan E-Wallet Dana (Studi Pada Mahasiswa Di UPN "Veteran" Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 6970-6980.
- Adnyana, I. M. (2020). Buku: Studi Kelayakan Bisnis.
- Kasmir, S. E. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi*. Prenada Media.
- Ichsan, R. N., SE, M., Lukman Nasution, S. E. I., & Sarman Sinaga, S. E. (2019). *Studi kelayakan bisnis= Business feasibility study*. CV. Sentosa Deli Mandiri.
- Hasan, S., Elpisah, E., Sabtohadhi, J., Zarkasi, Z., & Fachrurazi, F. (2022). *Studi Kelayakan Bisnis*. Penerbit Widina.
- Herlianto, D., & Pujiastuti, T. (2012). Studi Kelayakan Bisnis.

- Haris, A. (2019). STUDI KELAYAKAN BISNIS Tinjauan Teoritis Dan Praktik.
- Sucipto, A. (2011). Studi kelayakan bisnis: Analisis intregratif dan studi kasus.
- H Nasir Asman, M. M. (2021). *Studi Kelayakan Bisnis (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0)*. Penerbit Adab.
- Subagyo, A. (2007). *Studi kelayakan*. Elex Media Komputindo.
- Aditama, R. A., & Sos, S. (2020). *Pengantar Bisnis: Dilengkapi dengan Studi Kelayakan Bisnis*. AE Publishing.
- Tarigan, O. S. B. (2020). *ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA CAFÉ MERGA SILIMA DI KLEDOKAN YOGYAKARTA* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- KHOIRIYAH, M. ANALISIS KELAYAKAN BISNIS MAHASISWA UIN WALISONGO SEMARANG SKRIPSI.
- Nurchahyo, D. F. (2011). Analisis kelayakan bisnis (studi kasus di PT. Pemuda Mandiri Sejahtera). *Laporan Penelitian Tugas Akhir. Universitas Indonesia, Jakarta*.
- Faradiba, B., & Musmulyadi, M. (2020). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian “Alpokatkocok_Doubig” Di Makassar. *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 2(2), 52-61.
- Mulyono, M. S. (2016). *Analisis Studi Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Keuangan (Studi Kasus Pengembangan Usaha Di Toko Syafa Collection)* (Doctoral dissertation, POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA).
- <https://www.dana.id>