

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UINSU Medan Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E- Wallet

Ardhia Prameswari¹, Dinda Namira Hsb², Luthfiah Nur Bayani³, Nurbaiti⁴
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia
aprameswari01@gmail.com

Abstrak— Dengan semakin berkembang dan canggihnya teknologi yang ada didukung pada saat *pandemic covid 19* yang membuat masyarakat terbiasa memanfaatkan teknologi untuk membantu dalam kegiatan sehari-hari, salah satunya dalam hal pembayaran yang biasa disebut dengan dompet digital atau *e-wallet*. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan faktor apa saja yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan *e-wallet* khususnya pada mahasiswa UINSU. Penelitian yang digunakan adalah dengan mengolah data yang bersifat deskriptif yaitu seperti menarasikan hasil wawancara atau observasi yang didukung dengan data sekunder analisis kualitatif, dengan menganalisis pada 10 orang responden. Hasil penelitian ini menemukan bahwa kemudahan, keamanan, promo, fitur, mencoba teknologi baru dan juga promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital di kalangan mahasiswa.

Abstract— With the development and sophistication of existing technology, which was supported during the *COVID-19 pandemic*, which made people accustomed to using technology to assist in daily activities, one of which was in terms of payments, commonly known as digital wallets or e-wallet. So this study aims to find out, analyze and explain what factors influence consumer interest in using e-wallet, especially for UINSU students. The research used is to process descriptive data, such as narrating the results of interviews or observations that are supported by secondary data from qualitative analysis, by analyzing 10 respondents. The results of this study found that convenience, security, promos, features, trying new technologies and promotions had a positive and significant effect on the interest in using digital wallets among students.

Keywords— *Consumer Interest, Payment System, E-Wallet*

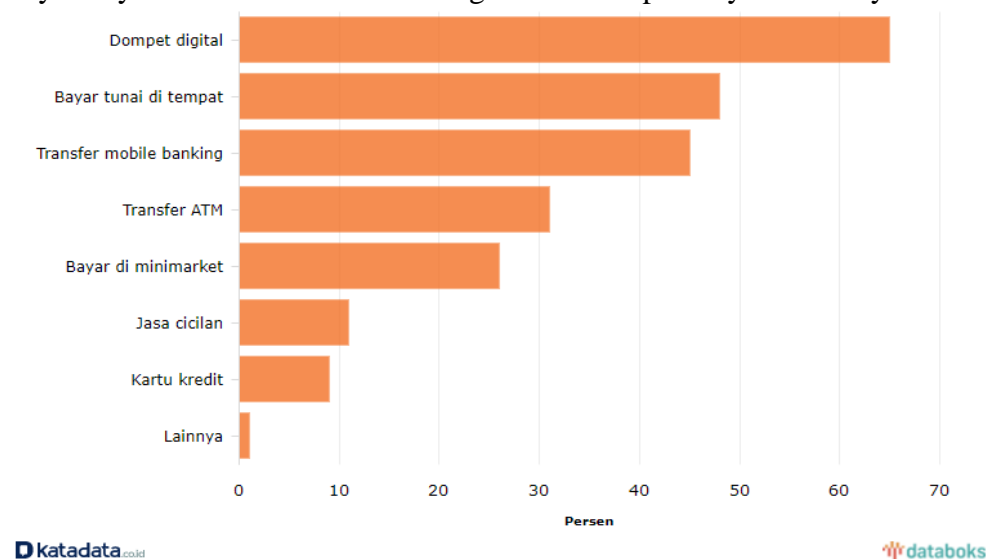
1 Pendahuluan

Semenjak virus *Covid-19* mewabah di Indonesia. Segala macam aktivitas masyarakat harus dibatasi untuk menekan penyebaran virus *Covid-19* dan demi kenyamanan satu sama lain. Dalam menyikapi hal ini pemerintah membuat kebijakan baru untuk melakukan berbagai kegiatan yang sama seperti sebelum terjadi pandemi dengan memanfaatkan teknologi dan juga internet dalam berkegiatan sehari-hari masyarakat, atau yang disebut dengan digitalisasi. Dimana semua kegiatan dapat dilakukan dari rumah. Dengan semakin canggihnya teknologi yang ada, seakan mengubah gaya hidup masyarakat.[1] Dengan melihat bahwa ketika keadaan pandemi masyarakat sudah cukup cakap dalam mengendalikan segala kegiatan secara digitalisasi

begitu halnya dalam kegiatan berbisnis atau yang disebut dengan *e-business*. [2]

Salah satu bentuk dari kegiatan *e-business* ini adalah transaksi pembayaran melalui digital atau biasa disebut dengan *e-wallet*, dimana pemanfaatan teknologi aplikasi sebagai media pembayaran online yang dapat diakses melalui *smartphone* sehingga tidak lagi memerlukan uang tunai untuk melakukan transaksi pembayaran. Dimana pada saat ini *Fintech* (*financial technology*) ini terus meningkat para penggunanya. [3]

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



Gambar 1. Metode Pembayaran yang Digunakan Responden saat Belanja Online (Maret 2021)

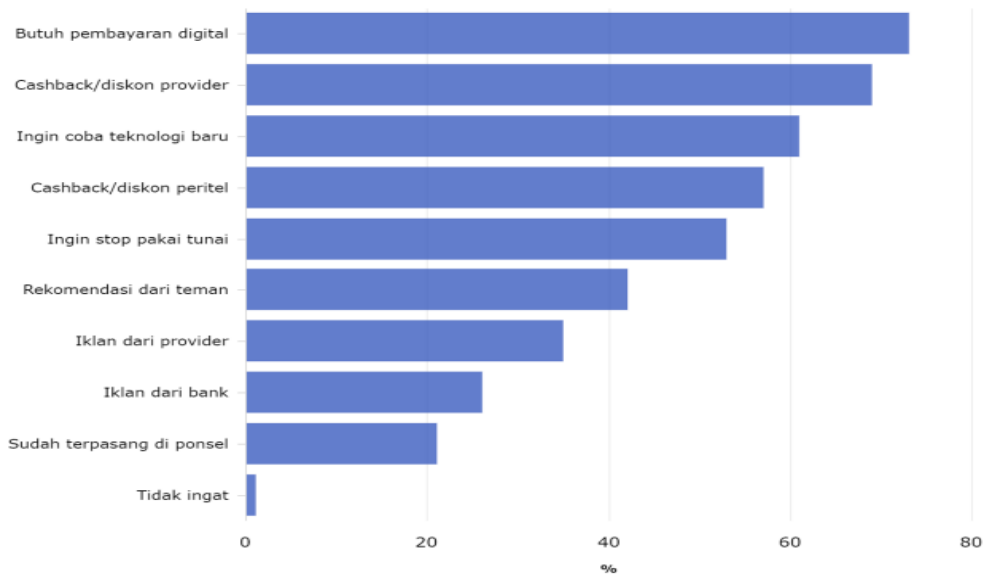
Sumber: ShopBack, 14 April 2021

Sistem Pembayaran ialah sistem yang mencakup pada mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana dari penjual ke pembeli, yang bertujuan guna memenuhi suatu kewajiban dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem Pembayaran lahir bersamaan dengan lahirnya konsep 'uang' sebagai media pertukaran (*medium of change*) atau *intermediary* pada transaksi barang, jasa dan keuangan. Pada prinsipnya, kini sistem pembayaran memiliki 2 jenis yaitu, sistem pembayaran tunai dan non tunai. [4]

Dari peningkatan penggunaan *e-wallet* ini maka peneliti ingin mengetahui faktor apa sajakah yang menjadi dorongan para mahasiswa khususnya studi dikalangan mahasiswa UINSU dalam minat menggunakan *e-wallet*. Minat konsumen adalah salah satu aspek psikologis yang memiliki *impact* cukup besar terhadap perilaku konsumen. Dan minat juga merupakan sumber mo-

tivasi yang akan mengarahkan seorang dalam melakukan sesuatu apa yang mereka butuhkan

Dilansir dari laporan Boku Inc. mengenai “*Mobile Wallets Report 2021*”, bahwa masyarakat Indonesia 73% menggunakan *e-wallet* dikarenakan mereka membutuhkan pembayaran secara daring. Dari hasil presentasi penelitian tersebut menunjukkan bahwa alasan tersebut menjadi alasan tertinggi dibandingkan alasan lain masyarakat Indonesia dalam menggunakan *e-wallet*. Dan kemudian sebanyak 69% menunjukkan bahwa *cashback*/diskon menjadi alasan masyarakat dalam menggunakan *e-wallet*. Adapun 61% menunjukkan bahwa karena ingin mencoba teknologi baru. Dan kemudian sebanyak 53% menunjukkan bahwa dikarenakan ingin berhenti menggunakan uang tunai. Dan lebih lanjut alasan karena direkomendasikan oleh teman sebesar 42%. Dan adapun sebanyak 35% dan 26% terdorong menggunakan *e-wallet* dikarenakan terpengaruh iklan.



katadata.co.id

databoks

Gambar 2. Faktor Utama Masyarakat Indonesia menggunakan e-wallet

Sumber : Boku Inc, 13 Juli 2021

Dan adapun dalam artikel ini akan diajukan penelitian kepada mahasiswa khususnya mahasiswa UINSU Medan mengenai alasan mereka dalam menggunakan *e-wallet*. *E-wallet* atau dompet elektronik merupakan sebuah layanan elektronik berupa program perangkat lunak (aplikasi) yang berupa alat pembayaran digital yang digunakan melalui media elektronik berupa *server based* yang bisa diakses dan digunakan melalui *smartphone*. Yang berfungsi untuk menyimpan uang digital yang digunakan sebagai instrumen pembayaran dengan menggunakan uang elektronik tersebut. Didalam *e-wallet* terdapat uang atau saldo yang sebelumnya memang sudah disimpan

dalam dompet digital tersebut yang memungkinkan para penggunanya bisa melakukan transaksi dengan pengguna lainnya untuk membeli barang dan jasa yang diinginkan.[5]

2 Metodologi 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, serta juga melalui aksen data-data yang berasal dari *website* sebagai publikasi informasi. Penelitian deskriptif kualitatif dapat diartikan bahwa peneliti sebagai instrumen kunci dimana teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara penggabungan dan analisis data secara induktif (sugiyono, 2012) sehingga menghasilkan dan mengolah data yang bersifat deskriptif seperti menarasikan hasil wawancara atau observasi, dengan menganalisis 10 orang informan mahasiswa uinsu.

3 Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Data informan pengguna dompet digital pada mahasiswa UINSU

No	Nama Informan	Usia	Jenis Kelamin	Status	Fakultas	Dompot Digital Yang Digunakan
1	Suci	20	Wanita	Mahasiswi	FEBI	Gopay
2	Riska	20	Wanita	Mahasiswi	FEBI	Gopay
3	Nadhila	21	Wanita	Mahasiswi	FEBI	Dana
4	Abdilah	20	Pria	Mahasiswa	FEBI	Dana
5	Via	21	Wanita	Mahasiswi	FEBI	Dana
6	Tyo	21	Pria	Mahasiswa	FEBI	Dana
7	Tami	21	Wanita	Mahasiswi	FEBI	Dana
8	Yudi	20	Pria	Mahasiswa	FEBI	Dana
9	Mira	20	Wanita	Mahasiswi	FEBI	Shopee Pay
10	Supardi	20	Pria	Mahasiswa	FEBI	Shopee Pay

Sumber: Dari hasil wawancara terhadap informan

Dari penelitian yang telah dilakukan menghasilkan data primer yang diperoleh dari kegiatan teknik wawancara mendalam (*in-dept interview*) dan adapun data sekunder diperoleh dari *website* setiap/aplikasi *e-wallet* tersebut, yakni: www.dana.id, www.gojek.com/gopay, www.shopee.com/shopeepay. Teknik (*in-dept interview*) adalah teknik yang digunakan dalam memperoleh data dan informasi dengan mewawancarai

informan yaitu mahasiswa tentang seputar pengetahuannya terkait tentang *e-wallet* dan alasan dalam penggunaan *e-wallet* sebagai alat bertransaksi. Dan data sekunder diperoleh dari *website/aplikasi* di setiap masing-masing *e-wallet* untuk mengetahui fitur-fitur apa saja atau jenis layanan yang ditawarkan setiap *e-wallet* tersebut kepada konsumennya. Dari hasil penelitian yang diajukan menunjukkan bahwasannya data jumlah terbanyak penggunaan *e-wallet* terdapat pada aplikasi DANA. Dan adapun indikator yang menjadikan alasan dalam menggunakan *e-wallet* dana ini diantaranya :

Pengaruh dari promo yang ditawarkan

Dari hasil penelitian yang telah diajukan menunjukkan bahwa promo menjadi salah satu faktor minat konsumen untuk menggunakan *e-wallet* DANA. Ada berbagai macam promo yang ditawarkan DANA terhadap penggunanya seperti *cashback*, potongan harga, bonus, dan lain-lain. Misalkan Tami (21 tahun), yang sering nongkrong dan makan di kfc, jika ia melakukan pembayaran menggunakan DANA, maka ia akan mendapatkan promo *cashback* 30% untuk pembelian paket makanan Jadi promo-promo tersebut juga berdasarkan persetujuan dari merchant dan juga DANA. Yang pastinya akan saling menguntungkan satu dengan yang lainnya. Promo ini juga dibuat khusus untuk pengguna baru *e-wallet* DANA sehingga konsumen tertarik untuk menggunakannya. Seperti gratis biaya transfer smapai sepuluh kali transaksi pertama, dan lainnya.[6]

Adapun contoh promo yang ditawarkan e-wallet DANA seperti pada (gambar 3.) yang menawarkan bonus paket data apabila melakukan pembelian pulsa kartu perdana XL melalui e- wallet DANA.



Gambar 3. Bonus yang didapatkan dengan pembelian pulsa melalui dompet digital DANA

Sumber : Dari iklan di Youtube

Pengaruh kemudahan dalam bertransaksi

Dari hasil penelitian yang telah diajukan menunjukkan bahwa kemudahan dalam bertransaksi juga menjadi salah satu faktor minat konsumen untuk menggunakan *e-wallet* DANA. Tyo (21 Tahun) yang sering melakukan transaksi transfer uang dan juga melakukan pembayaran- pembayaran lebih menyukai melakukan pembayaran melalui *e-wallet* DANA karena apabila melakukan pembayaran melalui *e-wallet* DANA maka lebih praktis. Seperti ingin melakukan pembayaran belanjaan maka dengan hanya melakukan *scanned barcode* maka tidak perlu capek- capek mengantri. Kemudahan yang ditawarkan *e-wallet* DANA ini menunjukkan bahwa, penggunaannya mudah di mengerti sehingga menjadi daya tarik mahasiswa untuk menggunakannya. Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yaitu penelitian dari (Atriani, Permandi, & Rimestuti, 2020) yang menemukan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.[7]

Pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan dompet digital

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan juga merupakan salah satu faktor yang membuat konsumen tertarik dan berminat dalam menggunakan dompet digital. Hal ini memberi arti bahwa keamanan yang disediakan membantu konsumen melakukan pengisian saldo maupun ketika waktu bertransaksi. Adapun dengan adanya sistem verifikasi pada keamanan membuat konsumen merasa dilindungi atas keamanan informasi data diri ketika menggunakan DANA (Gambar 1.4).

Untuk itu dengan adanya sistem keamanan yang unggul maka bisa menarik minat konsumen dalam memakai aplikasi DANA. Adapun besar atau kecilnya saldo yang terdapat pada aplikasi tidak akan mengganggu akun yang terdapat pada aplikasi. Kemudian konsumen akan merasa nyaman serta aman melakukan pengisian saldo sebab saldo DANA tidak akan mengalami pengurangan bila tidak melakukan transaksi, maka dari itu hal ini akan meningkatkan minat penggunaan ulang konsumennya.[8]



Gambar 4. Verifikasi keamanan DANA dompet digital

Sumber : Dari google.com

Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Dompet Digital

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyaknya fitur layanan yang tersedia akan meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan dompet digital DANA. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa responden yang menyatakan mereka menggunakan DANA karena fitur layanan yang ada pada aplikasi DANA. Yudi (20 tahun) mengatakan senang menggunakan DANA, karena tersedianya berbagai macam fitur layanan seperti gratis transfer antar bank, bisa melakukan pembelian pulsa maupun melakukan pembayaran tagihan dan bebas mengirim uang serta menarik saldo dimanapun dan kapanpun ia berada (Gambar 5.) Hal ini memberi arti bahwa fitur layanan memiliki daya tarik tersendiri serta dapat menarik minat konsumen. Adapun fitur layanan yang disediakan ketika melakukan transaksi pembayaran DANA sangat mudah di akses oleh konsumen kapan pun dan di mana pun konsumen berada jika ingin bertransaksi, maka dari itu hal ini akan menaikkan minat penggunaan ulang konsumennya.[9]



Gambar 5. Macam-macam fitur DANA

Sumber : Dari google.com

Pengaruh ingin mencoba teknologi baru yang ditawarkan terhadap minat penggunaan dompet digital

Hasil penelitian yang telah kami lakukan ditemukan bahwa adanya pengaruh ingin mencoba yang ada pada dalam diri terhadap teknologi baru yang ditawarkan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan dompet digital . Hal ini berarti bahwa adanya faktor ketertarikan yang membuat seseorang ingin ikut merasakan dampak positif apa yang ada pada alat tersebut. Bisa jadi itu akibat dari pengaruh promosi (iklan yang beredar), melihat pengalaman pemakaian yang dilakukan teman, dan lain sebagainya. Terkadang teknologi baru yang unik yang ada di pasaran membuat sebagian masyarakat penasaran karena apalagi jenis *e-wallet* tersebut mempunyai banyak mitra dan disetiap mitra tentunya mempunyai paling tidak 1 hal menarik, misalnya promo atau lain sebagainya. Sehingga ini lah yang memunculkan niat untuk mencoba dari konsumen.

Pengaruh promosi terhadap minat penggunaan dompet digital

Hasil penelitian yang telah kami lakukan ditemukan bahwa adanya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital saat ini. Hal ini berarti bahwa promosi sebagai salah satu alat pemasaran sukses menarik minat pengguna. Apalagi sekarang promosi melalui media digital atau online sudah sangat berkembang dengan baik dan para kreatif yang ada dibelakangnya pun mengemas dengan epik setiap informasi yang akan disampaikan untuk para calon penggunanya. Sehingga dengan mengemasnya secara unik dengan warna, cerita atau pun figur serta suara yang digunakan dapat menarik perhatian yang cukup besar oleh pengguna. Sebagian besar responden berargumen bahwa dengan menggunakan DANA menjadi pilihan e-wallet mereka karena melihat media promosi yang ditampilkan di layar kaca menampilkan berbagai kesempatan menarik yang ditawarkan oleh pengelola DANA untuk konsumennya. Oleh karena itu DANA gencar melakukan pemberitahuan kepada pengguna setiap ada hal yang menarik padanya agar para pengguna atau konsumen setianya tidak ketinggalan tawaran menarik yang ada di DANA melalui. Akibat dari semakin baik promosi yang ditampilkan pada DANA, hal ini meningkatkan minat penggunaan aplikasi tersebut.[10]

Contohnya saja promosi digital yang dilakukan DANA pada Televisi, dan iklan pada sosial media yang dibuat cukup menarik dengan kualitas gambar animasi yang baik dan penyampaian informasi yang unik sehingga dapat menarik konsumen.

4 Kesimpulan dan Saran

Pengguna *e-wallet* di kota Medan telah mengalami pertumbuhan yang relatif cepat serta sudah banyak dipergunakan dari beraneka ragam kalangan, salah satunya mahasiswa yang sebagai generasi *millenial*. Adapun terdapat beraneka macam produk yang ditawarkan oleh fasilitator jasa *e-wallet*, walaupun tidak seluruh produk tadi digunakan oleh mahasiswa. Namun mahasiswa sebagai generasi *millenial* menjadi sasaran pasar tertinggi dalam menggunakan teknologi *modern* yang terdapat di sekeliling mereka, termasuk pada pemakaian *e-wallet* yang sedang trend seperti saat ini.

Pengetahuan mahasiswa perihal *e-wallet* tak hanya diketahui sebagai ruang penyimpanan uang secara digital, namun pula sebagai salah satu metode transaksi pembayaran digital dengan adanya karakteristik yang beraneka ragam, seperti pengisian saldo, pembayaran tagihan, melakukan transfer antar bank, menarik uang dan lain sebagainya

Terdapat enam pertimbangan mengapa mahasiswa memakai *e-wallet* untuk dijadikan sistem pembayaran, yakni sebab banyaknya promo serta *cashback*

yang diberikan, adanya ketenangan dalam bertransaksi, adanya kemudahan dalam melakukan transaksi, adanya keamanan yang terjamin, serta ingin mencoba teknologi baru dan sebab banyaknya promosi yang dilakukan maka dari itu konsumen tertarik dan berminat untuk memakai *e-wallet*.

Adapun dalam memakai *e-wallet*, mahasiswa tidak hanya memperoleh ketenangan dalam berbelanja, namun mereka juga dapat merasakan ketenangan dalam melakukan transaksi pembayaran, sebab semua kegiatan tersebut bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja selagi pemakai tersambung dengan internet. Selain dari pada itu terdapatnya aneka macam kemudahan yang diberikan oleh *e-wallet* salah satunya ialah bentuk atau IU di perangkat lunak yang simpel membuat banyak pemakai mengerti dengan cepat cara pengoperasiannya.

5 Ucapan Terima Kasih

Pertama, yang paling utama kami mengucapkan terima kasih pada Allah swt yang telah memberikan kami kemudahan, kelancaran berpikir serta kesehatan dalam menyelesaikan jurnal ini. Kedua, kami mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri karena telah berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan jurnal ini hingga selesai. Ketiga, kami mengucapkan terima kasih kepada ibu Nurbaiti, M.Kom selaku dosen pengampu yang telah membimbing kami dalam menyelesaikan jurnal ini. Keempat, kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh teman-teman yang kami sayangi yang telah memberikan kami support dan membantu memberikan arahan serta ide kepada kami dalam menyelesaikan jurnal ini.

6 Daftar Pustaka

- [1] 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.
- [2] M. K. Situmorang, “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan,” *Maneggio J. Ilm. Magister Manaj.*, vol. 4, no. 1, pp. 123–130, 2021, [Online]. Available: <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>.
- [3] I. Kumala and I. Mutia, “Pemanfaatan Aplikasi Dompet Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa,” *Semin. Nas. Ris. dan Teknol.*, pp. 64–69, 2020.
- [4] S. Mulyati and T. Subari, *di Indonesia*, no. 8. .
- [5] F. Effendy, “Pengaruh Perceived of Benefit Terhadap Niat Untuk

- Menggunakan Layanan Dompot Digital Di Kalangan Milenial,” *J. Interkom*, vol. 15, no. 2, pp. 1–11, 2020, doi: 10.35969/interkom.v15i2.81.
- [6] H. H. Nawawi, “Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa,” *Emik*, vol. 3, no. 2, pp. 189–205, 2020, doi: 10.46918/emik.v3i2.697.
- [7] R. Sulistyowati, L. Paais, and R. Rina, “Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital,” *ISOQUANT J. Ekon. Manaj. dan Akunt.*, vol. 4, no. 1, p. 17, 2020, doi: 10.24269/iso.v4i1.323.
- [8] R. I. Permana, “Analisis Faktor Penggunaan Dompot Digital di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya,” *JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi)*, vol. 8, no. 1, pp. 312–322, 2021, doi: 10.35957/jatisi.v8i1.584.
- [9] S. Aulia, “Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital,” *J. Komun.*, vol. 12, no. 2, p. 311, 2020, doi: 10.24912/jk.v12i2.9829.
- [10] A. Safarudin, L. Kusdibyoy, and W. Senalasar, “Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan Financial Technology E-wallet,” *Pros. 11th Ind. Res. Work. Natl. Semin.*, pp. 26–27, 2020.

7 Penulis



Ardhia Prameswari, merupakan seorang mahasiswi semester V yang sedang menempuh pendidikan S-1 Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), UIN Sumatera Utara Medan, Jl. William Iskandar Psr. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371



Dinda Namira Hsb, merupakan seorang mahasiswi semester V yang sedang menempuh pendidikan S-1 Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), UIN Sumatera Utara Medan, Jl. William Iskandar Psr. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

Luthfiah Nur Bayani, merupakan seorang



mahasiswi semester V yang sedang menempuh pendidikan S-1 Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), UIN Sumatera Utara Medan, Jl. William Iskandar Psr. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371.



Nurbaiti, M.Kom, merupakan seorang tenaga pendidik dan kepala jurusan manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), UIN Sumatera Utara Medan. Pada tahun 2005 penulis pernah menempuh pendidikan S1 Jurusan Sistem Informasi di STT Harapan Medan, dan pada tahun 2012 penulis melanjutkan pendidikan S2 Jurusan Teknologi Informasi di Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Sumatera Barat.