



Pengaruh aplikasi dompet digital terhadap transaksi dimasa kini

Anggi Ariena Lu'ulqolby Gunawan¹, Ajeng Winarti²

Universitas Koperasi Indonesia

ajengwinarti4@gmail.com

Info Artikel :

Diterima :

15 September 2022

Disetujui :

20 September 2022

Dipublikasikan :

25 September 2022

ABSTRAK

Uang elektronik (e-money) merupakan salah satu produk finansial digital. E-money dianggap sebagai alternatif pembayaran non tunai yang lebih efektif. Uang elektronik umumnya disimpan dalam dompet digital demi kemudahan akses. Dengan adanya dompet digital yang sedang trend saat ini yang menawarkan manfaat, kemudahan dan keefektifan dalam transaksi pembayaran masyarakat akan lebih mudah membelanjakan uangnya sehingga akan mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat. Tujuan penelitian ini meliputi 1) mengetahui manfaat dompet digital terhadap transaksi retail masyarakat dilihat dari kenaikan pemesanan transportasi online, pemesanan makanan online, dan transaksi e-commerce. 2) Untuk mengetahui apakah dompet digital mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat dilihat dari kenaikan transaksinya. 3) Untuk mengetahui apakah dompet digital memiliki pengaruh terhadap gaya hidup masyarakat. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif dimana sampelnya adalah 60 pengguna Dompet digital OVO dan Go-Pay dari hasil sebar kuisioner kepada masyarakat maupun mahasiswa Ikopin University. Hasil yang dicapai adalah dompet digital memiliki pengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Dompet digital yang mudah, aman dan efisien serta inovatif membuat transaksi retail mahasiswa meningkat terutama untuk transaksi retail yaitu transportasi online, pemesanan makanan dan transaksi e-commerce.

Kata Kunci: Uang elektronik, dompet digital, transaksi retail, OVO, Go-Pay

ABSTRACT

Electronic money (e-money) is one of the digital financial products. E-money is considered a more effective alternative to non-cash payments. Electronic money is generally stored in digital wallets for easy access. With the current trend of digital wallets that offer benefits, convenience and effectiveness in payment transactions, it will be easier for people to spend their money so that it will affect people's consumptive behavior. The objectives of this study include 1) knowing the benefits of digital wallets on community retail transactions seen from the increase in online transportation orders, online food orders, and e-commerce transactions. 2) To find out whether digital wallets affect people's consumptive behavior seen from the increase in transactions. 3) To find out whether digital wallets have an influence on people's lifestyles. The research method used is descriptive qualitative where the sample is 60 users of OVO and Go-Pay digital wallets from the results of distributing questionnaires to the public and Ikopin University students. The result achieved is that digital wallets have a significant and significant influence on people's consumptive behavior. An easy, safe, efficient and innovative digital wallet that increases student retail transactions, especially for retail transactions, namely online transportation, food orders and e-commerce transactions.

Keywords: E-money, digital wallets, retail transaction, OVO, Go-Pay



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Di Indonesia, popularitas pembayaran digital dengan uang elektronik semakin meningkat tajam seiring dengan berkembangnya bisnis financial technology (fintech), yang juga ikut mempengaruhi munculnya perusahaan startup yang bergerak di sektor keuangan digital. Masyarakat memiliki keleluasaan untuk memilih brand sesuai kebutuhan mereka dalam melakukan transaksi digital ini. Semua transaksi pembelian baik online maupun offline dapat dilakukan tanpa menggunakan uang tunai (cash less). (Huwaydi & Persada, 2018)

Menurut Bank Indonesia, Financial technology merupakan inovasi pengabungan antara teknologi modern dengan jasa layanan keuangan secara efisien. Fintech merubah cara manusia menggunakan jasa layanan keuangan, yang semula transaksi pelayanan keuangan dilakukan dengan

pembayaran sejumlah uang kas, kini dapat dilakukan dengan cara yang lebih praktis, menggunakan uang virtual (<https://www.bi.go.id/>).

FinTech di Indonesia memiliki beberapa layanan dan produk yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Bank Indonesia membaginya menjadi beberapa jenis, diantaranya yaitu platform online untuk pinjaman atau kredit, gadai, aplikasi pembayaran, platform online untuk mengumpulkan donasi dan bantuan, perencanaan keuangan, pasar modal, layanan internet banking dan asuransi. Layanan produk yang berkembang di Indonesia adalah aplikasi pembayaran. (Ani dan Desy 2020). Salah satu produk finansial digital tersebut adalah uang elektronik (e-money). E-money dianggap sebagai alternatif pembayaran non tunai yang lebih efektif. Uang elektronik umumnya disimpan dalam dompet digital demi kemudahan akses (Usman, 2017).

Dompet digital sendiri merupakan produk layanan uang elektronik yang siap digunakan, mudah, cepat, dan aman (Tazkiyyaturrohmah, 2018). Dengan munculnya uang elektronik akan memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi finansial tanpa menggunakan uang tunai. Menjamurnya bisnis startup membuat para pelaku usaha ini melakukan inovasi-inovasi dalam produk finansial digitalnya, sebut saja Go-Pay dari Go-Jek. (Hidayatullah, Waris, & Devianti, 2018). Untuk mengetahui tren penggunaan uang elektronik dalam aplikasi pembayaran digital atau penggunaan dompet digital, Katadata, lembaga riset berbasis aplikasi, melakukan penelitian perilaku konsumen dalam bertransaksi dengan aplikasi pembayaran digital.



Setiap aplikasi yang bersaing, baik GoPay, Ovo, LinkAja, Dana, dan lain sebagainya mempunyai keunggulannya sendiri-sendiri, Seperti tempat mengisi saldo (top up), saldo maksimal untuk tiap dompet digital, berbagai tempat tarik tunai, cara pembayaran, cara top up pulsa listrik maupun pulsa kuota, dan layanan pembayarannya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Sedangkan pengertian Metode Penelitian Kuantitatif, menurut Sugiyono (2017:8) adalah Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Definisi Konsep dan Operasional

1. Variabel Bebas / Independent (Variabel X1 dan X2) Menurut Sugiyono (2015:39) definisi variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau simbol variabel terikat (dependent). Sedangkan menurut Nanang Martono (2015:360) definisi variabel bebas/ Independent adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Variabel bebas merupakan variabel yang diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi. Variabel independen dalam penelitian ini adalah brand image (X1), Kualitas Pelayanan(X2) dan Kepuasan Konsumen (X3).
2. Variabel Terikat / Dependent (Variabel Y) Menurut Sugiyono (2015:39) menyatakan bahwa variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sedangkan menurut Nanang Martono (2015:360) variabel terikat/ Dependent merupakan variabel yang diakibatkan atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen, atau variabel terikat di dalam penelitian ini adalah Minat Ulang (Y).

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini mahasiswa Universitas Koperasi Indonesia, Jurusan Manajemen, Jurusan Akuntansi, Jurusan Ekonomi Syariah, Jurusan Manajemen Bisnis, dan Mahasiswa Ekstensi (Karyawan) berstatus aktif, kedua mahasiswa memakai Aplikasi DANA. Dari kriteria sampel tersebut diperoleh 75 responden. Teknik analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah di Kampus Ikopin University dengan menyebarkan kuisisioner melalui Google Form kepada mahasiswa Jurusan Akuntansi, Jurusan Manajemen, Jurusan Ekonomi Syariah, Jurusan Manajemen Bisnis, dan Mahasiswa Ekstensi (Karyawan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji Validitas

Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar 1986). Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler, dalam Zulganef, 2006). Sedangkan menurut Sugiharto dan Sitinjak (2006), validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Rumus Korelasi Product Moment :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} =Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

Σxy =Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

Σx^2 = Jumlah dari kuadrat nilai X

Σy^2 = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\Sigma x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\Sigma y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Uji Reabilitas

Reliabilitas berasal dari kata reliability. Pengertian dari reliability (reliabilitas) adalah keajegan pengukuran (Walizer, 1987). Sugiharto dan Situnjak (2006) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut:

Keterangan :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

r_{11} = reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

σ^2 = varians total

Jika nilai alpha > 0.7 artinya reliabilitas mencukupi (sufficient reliability) sementara jika alpha > 0.80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakannya sebagai berikut: Jika alpha > 0.90 maka reliabilitas sempurna. Jika alpha antara 0.70 – 0.90 maka reliabilitas tinggi. Jika alpha 0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat. Jika alpha < 0.50 maka reliabilitas rendah. Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian diketahui bahwa kepercayaan merupakan faktor utama user untuk mengadopsi penggunaan dompet digital. Provider dompet digital, dapat lebih meningkatkan kepercayaan konsumen dalam menggunakan dompet digital dengan mengedepankan aspek keamanan yang terpasang dalam sistem dompet digital agar user dapat lebih percaya untuk mendepositkan uang elektronik ke dalam akun rekening dompet digital miliknya. Untuk penelitian selanjutnya mengenai pengadopsian dompet digital, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dan mendalami hal-hal yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian sebelumnya, atau dapat juga menambahkan variabel lain yang berkaitan dan belum digunakan dalam penelitian ini. Atau dapat juga menggunakan teori baru untuk digunakan dalam penelitian pengadopsian dompet digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Rembulan, Nada Diva Rizki, and Egi Arvian Firmansyah. "Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital." *Valid: Jurnal Ilmiah* 17.2 (2020): 111-128.
- Kumala, Irna, and Intan Mutia. "Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa." *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi)*. Vol. 4. No. 1. 2020.
- Rakhmanita, A., & Anggarini, D. T. (2020). Dampak Transaksi Pembayaran Go-Pay Bagi Peningkatan Penjualan Pedagang Kecil Menengah Di Pasar Modern Bsd. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 4(2), 124-128.
- Aulia, Sisca. "Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital." *Jurnal Komunikasi* 12.2 (2020): 311-324.
- Badri, Muhammad. "Adopsi inovasi aplikasi dompot digital di kota Pekanbaru." *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* 8.1 (2020): 120-127.
- Sulistiyowati, Rini, Loria Sara Paais, and Rifana Rina. "Persepsi konsumen terhadap penggunaan dompot digital." *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 4.1 (2020): 17-34.
- Situmorang, Maria Kristina. "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompot Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 4.1 (2021): 123-130.
- Effendy, Femmy. "Pengaruh Perceived Of Benefit Terhadap Niat Untuk Menggunakan Layanan Dompot Digital Di Kalangan Milenial." *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi* 15.2 (2020): 44-54.
- Achiriani, Maharani Puspa Ayu, and Imanuddin Hasbi. "Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna Dompot Digital Dana Di Indonesia." *eProceedings of Management* 8.1 (2021).
- PRATIWI, Dwi Septia; NURYANA, I. Kadek Dwi. Analisis Tingkat Penerimaan dan Kepercayaan Pengguna Teknologi Terhadap Penggunaan Dompot Digital DANA. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 2021, 2.4: 76-84.
- Maulana, Lucky Hikmat, and Titiek Tjahja Andari. "Pengaruh Diferensiasi Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dompot Digital Dana Pada Pengguna Aplikasi Dana Di Kota Bogor: Diferensiasi; Promosi Penjualan; Keputusan Pembelian." *Jurnal Visionida* 8.1 (2022): 84-99.
- Juni Wulandari, Jesica. "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Perilaku Konsumen Untuk Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Pada Konsumen Starbucks Cabang Gambir)." *Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Kemanfaatan Terhadap Perilaku Konsumen Untuk Minat Menggunakan Dompot Digital (Studi Pada Konsumen Starbucks Cabang Gambir)* (2020).