

# Analisis Pengalaman Penggunaan Dompet Digital (Studi Kasus : *Shopeepay*)

**Tri Cahyo Nugroho<sup>1</sup>, Eduard Hotman Pubra<sup>2</sup>, Rayhan Mustafa Kamal Helwani<sup>3</sup>**  
Program Studi Akuntansi Universitas Raharja, Program Studi Komputerisasi Akuntansi  
Universitas Raharja  
Email : <sup>1</sup>tricahyo.nugroho@raharja.info, <sup>2</sup>eduard@raharja.info, <sup>\*3</sup>Rayhan@raharja.info

## Abstrak

Dompet digital adalah sebuah aplikasi elektronik yang ada pada ponsel pintar yang dapat digunakan untuk bertransaksi secara online. Salah satu contoh aplikasi dompet digital adalah *shopeepay*. Aplikasi *shopeepay* semakin sering digunakan karena adanya Covid-19 yang mengalihkan masyarakat untuk bertransaksi secara online. Penelitian ini dilakukan pada dompet digital *shopeepay* yang bertujuan untuk mengetahui apa yang menjadi daya tarik *shopeepay* sehingga masyarakat lebih menggunakan *shopeepay* di banding dompet digital lainnya dalam transaksi pembayaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan sumber data kuesioner.

## Abstract

*A digital wallet is an electronic application on a smart phone that can be used to transact online. One example of a digital wallet application is shopeepay. The shopee pay applications is increasingly being used because of the Covid-19 which has diverted people to transact online. This research was conducted on the shopeepay digital wallet which aims to find out what is the attraction of shopeepay so that people use shopeepay more than other digital wallets in payment transactions. This study uses a qualitative method using questionnaire data source.*

## 1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi dalam system pembayaran telah menggantikan peran uang tunai ke dalam bentuk pembayaran non tunai. Hal ini didukung semakin banyak pusat perbelanjaan atau perusahaan yang menerima pembayaran non tunai. Sistem pembayaran nontunai bermacam-macam jenisnya seperti kartu debit, kartu kredit dan ada juga uang elektronik. Direktur Eksekutif Kepala Dapertemen Komunikasi BI, Erwin Haryono mengatakan, pandemic Covid-19 yang mempercepat perkembangan transformasi digital di Indonesia. Menurutnya, virus corona ini yang membuat masyarakat harus menghindari kontak fisik, sehingga masyarakat melakukan berbagai kegiatannya melalui platform digital.

Aplikasi mobile merupakan salah satu hal yang berpengaruh pada layanan dompet digital itu sendiri, untuk mengetahui kebutuhan dari pengguna yang akan menimbulkan kepuasan terhadap suatu produk. Sehingga menjadi tantangan tersendiri untuk pengembang dompet digital untuk terselenggara melakukan pengembangan aplikasi mereka guna memudahkan kebutuhan pengguna. Menurut eMarketer yang merupakan Lembaga riset digital marketing mengungkapkan bahwa pada tahun 2019 pengguna *smartphone* di Indonesia diperkirakan 92 juta pengguna. Hal ini membuat banyak penyelenggara uang elektronik di Indonesia memanfaatkan *smartphone* untuk meningkatkan pelayanan mereka melalui aplikasi dompet digital. Dompet digital merupakan layanan berbasis aplikasi yang memudahkan untuk berbagai macam bertransaksi pembayaran non tunai seperti tranfer uang, pembayaran tagihan, beli pulsa dan pembayaran merchant.

Salah satu dompet digital yang paling banyak dipakai di Indonesia adalah Shoope Pay. Hal ini dibuktikan dari hasil survey online tim Snapcart menemukan bahwakan ShopeePay tercatat sebagaimerek e-wallet yang paling sering digunakan (50%). Banyak yang menarik dari e-wallet Shoopipay seperti gratis biaya transfer bank, limit saldo shoopipay lebih besar dan bisa Tarik saldo ke rekening bank shoopipay juga termasuk dompet digital yang luas karena berkerja sama dengan beberapa merchant yang besar yang tersebar diseluruh Indonesia. Shoopipay juga menyediakan pillihan transaksi yang lengkap seperti pembayaraan tagihan listrik, pembelian pulsa, pembelian paket data dan alainnya. Oleh karena itu, ShopeePay mampu mempermudah pengguna dengan menyediakan trnsaksiyang efektif daan efisien.

Agar aplikasi dapaat mejalankan fungsinya dengan baik, maka aplikasi yang dibuat harys memenuhi kualitas yang diinginkan oleh pengguna. Kualitas disini dapar diartikan suatu karakter produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dari penggunanya. Untuk mengetahui apakah suatu produk telah mejalankan fungsinya dengan baik maka dibutuhkan metode pengalaman pengguna yang mencerminkan reaksi setelah pengguna menggunakan produk (ISO 924-2210,2010). Dalam penelitian ini penulis bermaksud untuk mengetahui hasil dari pengalaman pengguna. Hal ini dilakukan evaluasi jangka Panjang. Hal ini dilakukan karena ketika membicarakan pengguna sangatlah penting mengetahui rentang waktu dari pengalaman pengguna.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini secara online dan memilih responden aktif dalam menggunakan shoopipay. Pada penelitian ini kami memilih responden yang berdomisili Kota Tangerang. Alasan memilih lokasi ini karena kota Tangerang dapat dikatakan merupakan pusat dari seluruh aktivitas masyarakat, sehingga kota Tangerang menjadi sasaran utama untuk melakukan penelitian perilaku pengguna dalam penggunaan ShoopePay.

### 2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang merupakan penelitian yang mendeskripskan keadaan yang difokuskan dalam penelitian berdasarkan data berupa angka yang telah diperoleh dan dikumpulkan, data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa hasil jawaban yang diberikan oleh responden melalui kuesioner yang telah dibuat.

### 2.2 Sumber Data

Untuk memperoleh informasi mengenai fakta-fakta yang diperlukan dalam penelitian, maka diperlukan sumber data yang peneliti hasilkan dari sumber data primer. Data primer adalah data yang belum pernah dikumpulkan sebelumnya, dan dikumpulkan semata-mata untuk tujuan penyelidikan. Data primer mengacu pada data yang berasal dari peneliti untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan merupakan data yang langsung didapatkan dari objek penelitian online yaitu pengguna aktif aplikasi e-wallet ShoopePay di Tangerang untuk menjadi responden.

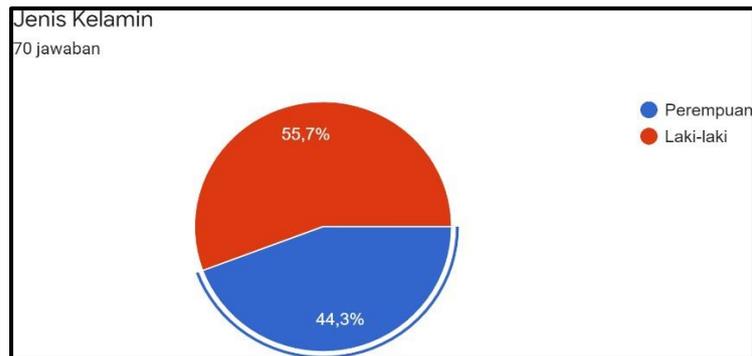
### 2.3 Teknik Pengumpulan Data

Secara umum, terdapat 4 teknik, data yang dapat digunakan, yaitu wawancara, observasi, serta dokumentasi. Dalam penelitian ini, Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner akan diberikan kepada para responden untuk memperolehkan datanya.

## 2.4 Menentukan Responden

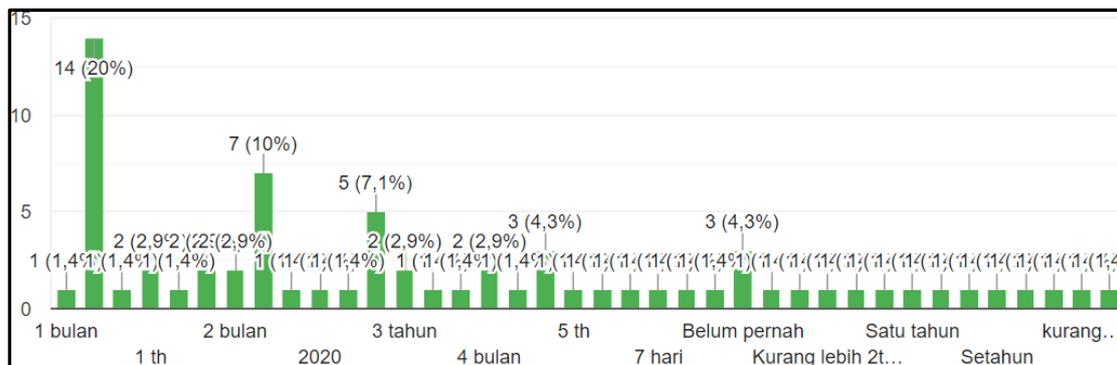
Pada tahap ini, peneliti menentukan seperti apa saja kriteria responden yang akan terlibat dalam penelitian. Yang mana responden yang akan diikuti sertakan dalam penelitian ini adalah responden yang sering menggunakan dompet digital ShopeePay, atau bahkan sudah bergantung dengan dompet digital ShopeePay. Pada penelitian ini, jumlah responden yang dilibatkan sejumlah 70 orang.

## 3. Hasil dan pembahasan



Tabel 1. Jangka Pemakaian ShopeePay pada Setiap Responden

Waktu	Persentase	Responden
5 Tahun	4,3%	3
3 Tahun	2,9%	2
2 Tahun	12,9%	9
1 Tahun	36,8%	29
5 Bulan	12,8%	9
4 Bulan	2,9%	2
3 Bulan	12,9%	9
1 Bulan	1,4%	1
7 Hari	2,9%	2
Belum Pernah	5,7%	4
<b>Total</b>		<b>70</b>



Gambar 1. Grafik Pemakaian ShopeePay Pada Jangka Waktu Tertentu

Tabel 2. Efisiensi Penggunaan ShopeePay pada Setiap Responden

Keterangan	Efisiensi Penggunaan Shoppe Pay			
	Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Pengatur Keuangan	14,3%	77,1%	8,6%	0%
Pengaruh Pengeluaran Dana	22,9%	65,7%	8,6%	2,8%
Menarik dan Mudah Dipahami	28,6%	65,7%	4,3%	1,4%
Mengatur Pengeluaran dan Pemasukan	22,9%	55,7%	18,6%	2,9%
Informasi PadaShopee Pay	25,7%	67,1%	5,7%	1,4%
Tidak Efisien Untuk Mengatur Keuangan	7,1%	37,1%	42,9%	12,9%
Lebih Efisien danEfektif	22,9%	70%	5,7%	1,4%
Penggunaan Data dan Informasi Keuangan	15,7%	64,3%	18,6%	1,4%
Penggunaan Untuk Pembayaran Merchant	22,9%	62,9%	12,9%	1,4%

- Persepsi membantu pengguna dalam mengatur keuangan berpengaruh terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan ShopeePay. Dari hasil penelitian diatas, dapat diketahui bahwa adanya pengaruh persepsi membantu dalam mengatur keuangan terhadap perilaku pengguna. Hal ini dibuktikan dengan persentase manfaat memiliki koefisien sebesar 77,1% memilih setuju dan 14,3% memilih sangat setuju yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap perilaku pengguna e-wallet. Dengan demikian maka H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini berarti semakin banyak manfaat yang diperoleh oleh pengguna semakin banyak pengguna yang akan menggunakan aplikasi e-wallet ini. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Syahril & Rikumahu (2019) dalam penelitiannya yang berjudul Penggunaan Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Universitas TELKOM yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna
- Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku pengguna dalam penggunaan aplikasi ShopeePay. Dari hasil penelitian diatas, dapat diketahui bahwa adanya pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap perilaku pengguna. Hal ini dibuktikan dengan persentase kemudahan penggunaan memiliki koefisien sebesar 70% memilih setuju dan 5,7% memilih tidak setuju yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif terhadap perilaku pengguna ShopeePay. Hal ini berarti semakin mudah penggunaannya maka semakin ingin pengguna untuk menggunakan aplikasi tersebut.
- Persepsi keefektifan aplikasi dalam penggunaan ShopeePay. Dari hasil penelitian di atas, dapat diketahui bahwa adanya pengaruh persepsi keefektifan aplikasi shopeepay dengan persentase 67,1% memilih setuju 25,7% sangat setuju dan 5,7% memilih tidak setuju. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dompet digital shopeepay sangat efektif untuk mengatur

keuangan.

- Persepsi pengguna jangka waktu pemakaian. Dalam penelitian diatas, waktu pengguna memiliki variasi. 2,9% untuk yang telah memakai shopeepay selama 1 tahun, 11,8% untuk pemakaian selama 2 bulan 10% dan 3 tahun 7,1%.
- Pada penelitian ini mendapatkan 67,1% persentase setuju terhadap pernyataan shopeepay terdapat informasi yang sangat dibutuhkan pengguna, seperti jumlah saldo, bukti transfer, danlain-lain). Dan terdapat 5,7% memilih tidak setuju untuk pertanyaan Shopeepay sangat tidak efisien untuk mengatur keuaangan karena memakan banyak biaya dna waktu pada saatpengoperasiannya. Diketahui bahwa untuk melakukan tranfer kepada bank memerlukan waktu 1 hari kalender untuk bank BCA, BNI, BNI Syariah, BRI, Mandiri, dan untuk bank lainnya memerlukan 1-7 hari kerja. Untuk biaya admin penarikan dana dibawah 50.000 melalui bank BCA,BRI,BNI dan Bank Mandiri akan dikenakan biaya 300, sedangkan penarikan dana diatas 50.000 melalui bank-bank tersebut tidak dikenakan biaya.
- Pada penelitian ini pengguna juga memilih sebanyak 62,9% untuk pernyataan shopeepay memudahkan pembayaran merchant. Seperti yang diketahui selain mudah dan efektif untuk prmbayaran merchant shopeepay juga mengadakan banyak diskon. Oleh karena itu banyak pengguna berminat membayar dengan fitur shopeepay.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan Pengujian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Fitur ShopeePay sangat membantu penggunaannya dalam mengatur keuangan. Dan demikian fitur ShopeePay mudah dipahami dan mudah digunakan, sehingga mudah untuk pengguna melakukan transaksi seperti pembayaran merchant, pembayaran indomaret, alfamart dan toko onlinenya. ShopeePay juga banyak menawarkan diskon kepada pengguna dan bebas ongkir dari 0 rupiah sampai 50 ribu rupiah. ShopeePay juga mempunyai fitur transfer sesama pengguna shopeepay tanpa biaya admin dan bisa mengirimkan stiker ucapan tanda terimakasih. Pengisian saldo shopeepay bisa diisi maks 2 juta rupiah namun untuk akun yang telah terverifikasi saldo bisa diisi hingga 10 juta. Keuntungan penggunaan shopeepay adalah pembayaran menjadi lebih mudah bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan bantuan ponsel pintar dan jaringan internet.

#### 5. Saran

Berdasarkan pengujian ini saran dari pengguna yaitu : Fitur penarikan dana untuk bank dan lain lain sebaiknya sedia dalam waktu 24 jam, dikarenakan pada saat ini system fitur penarikan dana hanya tersedia sampai jam 9 malam.

#### Daftar Pustaka

1. (Rahayuningsih, Puji. 2020. Daya Tarik Dompot Digital OVO (Studi Kasus Pada Pengguna Dompot Digital OVO). Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Semarang. Diambil dari <https://eskripsi.usm.ac.id/detail-B11A-1322.html>
2. Hidayat, A., Hanggara, B., & Prakoso, B. (2021). Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Dompot Digital (Studi Kasus Pada OVO dan DANA). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(6), 2181-2187. Diambil dari <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/9215>
3. <https://ejournal.stiedewantara.ac>

4. <https://ejournal.stiedewantara.ac>
5. <https://journal.untar.ac.id>
6. <https://jimfeb.ub.ac.id>
7. <https://www.researchgate.net>
8. <http://eprints.ums.ac.id>
9. <http://ejournal-binainsani.ac.id>
10. <https://raharja.ac.id/2020/11/09/perbedaan-data-primer-dan-data-sekunder/>