

CUSTOMER PERCEPTION; E-WALLET USED AS A NON-CASH PAYMENT TOOL

Salsabilla Aulia Az Zahrah¹

Leonard Adrie Manafe²

Titis Tatasari³

Mochamad Fatchurrohman⁴

Fajar Tenovita Sari⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika

Email: sasabillaazr03@gmail.com, leonard.adrie@stiemahardhika.ac.id, titistatasari@gmail.com, mochamad.rohman@stiemahardhika.ac.id, fajar.novitasari@stiemahardhika.ac.id

Received : March 13th 2023 | Revised : July 17th 2023 | Accepted : Sept 30th 2023

ABSTRAK

This study aims to determine customer perceptions of Haus! Siwalankerto regarding the use of e-wallets as non-cash payments. The method used in this study is a qualitative method with excavation techniques through interviews. Retrieval of data in this study using informants as many as seven customers. This research provides valuable insights for stakeholders, including e-wallet companies, merchants, and local governments, in increasing e-wallet adoption in Haus! Siwalankerto. The indicators used to see perceptions are perceptions of convenience, usability and risk. This research shows that: First, Perceived Convenience, most customers agree that e-wallets provide many conveniences; Second, Perceived Usefulness shows that the majority of customers agree that during payment transactions they use e-wallets; Third, Risk Perception shows that a small proportion agree that e-wallet payments are very low risk. Research show, it can be seen from the large number of customer interests, it shows that almost all use e-wallet payments as a non-cash payment instrument. Then the use of e-wallets on Haus! Siwalankerto is influenced by these three perceptions.

Keywords : *E-wallet, Perception, Customer*

PENDAHULUAN

Pada Desember tahun 2019, dunia digemparkan oleh kemunculan virus yang membuat seluruh dunia resah, yaitu Corona Virus Disease atau yang dikenal dengan Covid-19. Virus ini pertama kali ditemukan dikota Wuhan, China Agustino (2020). Virus ini lalu cepat menyebar ke berbagai negara di dunia. Pada tanggal 2 Maret 2020, Indonesia menjadi salah satu negara yang terdampak virus Covid-19. Pada Maret 2020, WHO menyatakan wabah Covid-19 ke seluruh dunia yang kemudian oleh Presiden Joko Widodo diumumkan sebagai era pandemi. Pandemi berlangsung lama dan mempengaruhi semua aspek kehidupan

dari segi ekonomi, politik, maupun sosial Alamanda Putri et al., (2021).

Aspek ekonomi menjadi salah satu aspek terpenting bagi pemerintah dan masyarakat. Pemerintah mengeluarkan kebijakan pembatasan sosial berskala besar atau disebut dengan PSBB yang diharapkan dapat mengurangi penyebaran virus Covid-19. Dengan pemberlakuan PSBB banyak yang terdampak terutama aspek perekonomian (Onibala et al., 2021). Pada saat kebijakan yang dikeluarkan pemerintahan yaitu pekerjaan yang awalnya dilakukan di kantor atau perusahaan beralih ke rumah. Istilah ini dikenal dengan WFH (*Work from Home*) dan kebijakan selanjutnya diberlakukannya bagi anak sekolah yaitu

PJJ (Pembelajaran Jarak Jauh). Kebijakan tersebut diambil agar virus Covid-19 (*Corona Virus Disease*) tidak menyebar lebih luas.

Menurut Kelompok & Di (2020) Pada saat pandemi pentingnya memutus rantai penyakit untuk melindungi populasi dari risiko. Putusnya rantai penularan Covid-19 dilakukan secara individu dengan melakukan kebersihan terutama pada diri kita di mulai dari mencuci tangan dan secara kelompok *sosial distancing*. *Sosial distancing* merupakan salah satu tindakan yang sangat penting dalam menghentikan atau memperlambat kecepatan penularan penyakit virus Covid-19.

Terjadinya banyak perubahan perilaku masyarakat sepanjang masa pandemi dimana semua kegiatan yang dilakukan banyak mengalami hambatan. Masalah ini memberikan pengaruh terhadap masyarakat untuk harus terbiasa melakukan kegiatan sosial terbatas. Penyesuaian yang dilakukan oleh masyarakat dengan melakukan sesuatu secara digital sampai dengan berinteraksi lewat digital. Covid- & Christina, (2020). Didukung dengan semakin berkembangnya kemajuan teknologi dan informasi yang berkembang dewasa ini. Perkembangan teknologi di bidang pendidikan dan ekonomi. Dibidang pendidikan proses pembelajaran dilakukan secara jarak jauh dimana materi pembelajaran diberikan secara online oleh tenaga pengajar dan siswa tidak perlu datang atau tetap mendengar dari kediaman masing-masing. Dari sisi ekonomi, pembayaran masyarakat dilakukan secara non tunai. Hal ini memudahkan masyarakat dalam melakukan pembayaran selama masa pandemi. Penggunaan *e-wallet* merupakan salah satu contoh dalam melakukan pembayaran secara non tunai. Keamanan pembayaran non tunai ini baik digunakan selama masa pandemi Stephanie & Widoatmodjo, (2021). Dalam transaksi pembayaran juga dikenal dengan sistem transfer antar atau intra bank yang dilakukan didalam

jaringan dan dapat juga dilakukan pembayaran menggunakan kartu uang elektronik (*e-money*), kartu debit dan kredit Esomar & Chritiandy, (2021).

Dalam era digital yang semakin maju, penggunaan alat pembayaran non tunai, seperti *e-wallet*, telah menjadi trend yang berkembang pesat di banyak negara, termasuk di Indonesia. *E-wallet* adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran elektronik melalui perangkat mobile, seperti smartphone. Indonesia mengalami peningkatan penggunaan *e-wallet* dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Oleh karena itu, penting untuk memahami persepsi pelanggan di Haus! Siwalankerto terhadap alat pembayaran non tunai (*e-wallet*). Belum terdapatnya suatu pengukuran yang valid dan pasti dalam menggunakan pembayaran non tunai dalam perkembangannya.

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi *E-wallet* adalah aplikasi dimana menjamin perlindungan yang berkaitan dengan kata sandi yang digunakan dalam menyimpan uang pada saat dilakukannya transaksi atau pembayaran. Dengan cara melakukan unduhan *E-wallet* pada *smartphone* secara gratis (Mulyani et al., 2022). Dompet digital digunakan sangat praktis, aman dan juga cepat maka dari itu adanya dompet digital sebagai alat pembayaran sudah memenuhi protokol kesehatan karena adalah persepsi pelanggan terhadap kegunaan dan manfaatnya. Persepsi pelanggan mencakup pandangan, sikap, dan keyakinan mereka terhadap penggunaan *e-wallet*. Beberapa faktor yang mungkin memengaruhi persepsi pelanggan termasuk kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan data, serta promosi dan insentif yang ditawarkan oleh penyedia *e-wallet*. Selain itu, dalam lingkungan yang saling terhubung secara sosial, keputusan untuk menggunakan *e-wallet* dapat dipengaruhi oleh pengalaman teman, keluarga, atau orang lain yang telah menggunakan *e-wallet*. Jika orang-orang

terdekat memiliki pengalaman positif dengan *e-wallet*, pelanggan cenderung lebih termotivasi untuk mengadopsi penggunaannya. Oleh karena itu, pemahaman dalam persepsi pelanggan terhadap *e-wallet* dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan *e-wallet* dalam strategi pemasaran mereka.

Selain manfaat dan pengaruh sosial, kekhawatiran tentang keamanan data juga menjadi pertimbangan penting bagi pelanggan dalam menggunakan *e-wallet*. Dalam era digital yang rentan terhadap ancaman keamanan, pelanggan di Siwalankerto mungkin memiliki kekhawatiran terkait potensi pencurian identitas atau penyalahgunaan data pribadi mereka saat menggunakan *e-wallet*. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana persepsi pelanggan terkait keamanan data dan faktor-faktor yang dapat membangun kepercayaan mereka terhadap penggunaan *e-wallet*.

Selain keamanan data, faktor lain yang dapat mempengaruhi adopsi *e-wallet* di Siwalankerto adalah ketersediaan tempat-tempat yang menerima pembayaran melalui *e-wallet*. Jika pelanggan sulit menemukan tempat-tempat yang dapat menerima pembayaran menggunakan *e-wallet*, maka mereka mungkin enggan mengadopsi penggunaan *e-wallet* secara luas. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana persepsi pelanggan terhadap ketersediaan infrastruktur yang mendukung penggunaan *e-wallet*, seperti gerai, restoran, atau tempat-tempat usaha lainnya yang telah terintegrasi dengan sistem pembayaran non tunai. Stabilitas Sistem Keuangan diukur dengan jumlah uang beredar, perputaran uang, inflasi dan suku bunga (Kuntari et al., 2016). Dengan memahami persepsi pelanggan di Siwalankerto mengenai penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran non tunai, perusahaan *e-wallet* dan pemangku kepentingan lainnya dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan solusi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi

pelanggan. Dengan demikian, artikel ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam tentang persepsi pelanggan di Siwalankerto terkait penggunaan *e-wallet*, meliputi kegunaan, pengaruh sosial, keamanan data, ketersediaan infrastruktur, dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi adopsi *e-wallet* di komunitas tersebut.

Namun, meskipun banyak pelanggan yang melakukan transaksi pembayaran non tunai di Haus! Siwalankerto, masih ada persepsi yang berbeda-beda di antara mereka. Beberapa pelanggan merasa tidak yakin terhadap keamanan dan privasi data mereka saat menggunakan *e-wallet*, sementara yang lain mungkin merasa tidak nyaman dengan proses yang terkadang membutuhkan jaringan internet yang stabil.

Oleh karena itu, penting untuk memahami persepsi pelanggan di Siwalankerto berkaitan dengan transaksi non tunai (*e-wallet*). Dengan memperoleh wawasan dari pelanggan, dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi serta upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengalaman penggunaan *e-wallet* dan memperkuat kepercayaan pelanggan.

Munculnya bermacamnya *e-wallet* di Indonesia dengan segala kelebihan dan keuntungannya yang mengakibatkan masyarakat lebih menyaring dalam pemilihan yang tepat dalam penggunaan *e-wallet* di kehidupan sehari-hari Widiyanti (2020).

Munculnya promosi yang massif berkaitan dengan perkembangan penggunaan *e-wallet* pada masyarakat. Untuk dapat menarik minat konsumen maka perusahaan memberlakukan suatu promosi besar misalnya dalam pemberian *cashback*, tersedianya voucher gratis ongkir seluruh di Indonesia dan voucher promosi lainnya.

Penelitian terdahulu dari Prameswari et al (2022) menunjukkan bahwa minat pelanggan dalam menggunakan dompet digital dipengaruhi signifikan oleh faktor promosi yang dilakukan dalam hal

memberikan suatu kemudahan, keamanan, promo, fitur, serta berani melakukan percobaan terkait teknologi baru. Selanjutnya, hasil penelitian dari Leksono Putri Handayani et al (2022) menyatakan pertumbuhan transaksi pembayaran dengan menggunakan sistem digital mengakibatkan semakin mudahnya pelanggan dalam mengoperasikannya. Mulyani et al (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pelanggan setuju minat bertransaksi menggunakan *e-wallet* berupa Shopeepay.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Electronic Wallet (E-Wallet)*

Electronic Wallet atau *E-wallet* merupakan suatu penggunaan media elektronik dalam melakukan pembayaran. *E-wallet* merupakan suatu aplikasi elektronik yang menggunakan koneksi internet berbasis server Emik & Hasanuddin (2020). *Electronic wallet* tidak hanya untuk melakukan pembayaran tetapi aplikasi *e-wallet* juga bisa dimanfaatkan untuk menyimpan uang dengan aman, *e-wallet* dapat transfer ke semuanya aplikasi.

2.2. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) ialah salah satu penentu dasar penerimaan teknologi. Kemudahan penggunaan adalah suatu sifat seseorang yang merasa yakin, mudah menggunakan dan mudah dipahami dalam menggunakan suatu teknologi. Kemudahan dalam menggunakan *e-wallet* merupakan faktor yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan. Hal ini disebabkan karena dengan semakin mudahnya dalam penggunaan *e-wallet* semakin mungkin orang menggunakan dalam melakukan pembayaran non tunai. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat rasa nyaman pelanggan yang positif dan signifikan dalam memberikan pengaruh dalam penggunaan *e-money* Lalu Agustino (2021).

Beberapa faktor dapat memengaruhi persepsi kemudahan dalam penggunaan *e-wallet*. Pertama, antarmuka pengguna yang intuitif dan sederhana akan membantu meningkatkan persepsi kemudahan. Jika pelanggan dapat dengan mudah memahami bagaimana *menggunakan e-wallet*, termasuk melakukan pembayaran, memindai kode *QR*, dan melihat riwayat transaksi, mereka cenderung menganggapnya sebagai alat yang mudah digunakan. Selain itu, ketersediaan panduan penggunaan dan dukungan pelanggan yang memadai juga dapat mempengaruhi persepsi kemudahan. Pelanggan yang merasa bahwa mereka memiliki sumber daya yang cukup untuk mengatasi hambatan dan tantangan dalam menggunakan *e-wallet* akan lebih cenderung menganggapnya mudah digunakan. Dukungan pelanggan yang responsif dan mudah diakses juga dapat membantu mengatasi kekhawatiran atau kebingungan yang mungkin timbul saat menggunakan *e-wallet*.

Selanjutnya, pengalaman sebelumnya dalam menggunakan teknologi digital atau aplikasi serupa juga dapat mempengaruhi persepsi kemudahan. Jika pelanggan telah terbiasa dengan teknologi digital dan telah menggunakan aplikasi pembayaran non tunai sebelumnya, mereka mungkin lebih cepat dalam mengadaptasi dan menganggap *e-wallet* sebagai alat yang mudah digunakan.

Persepsi kemudahan juga dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan. Ketersediaan infrastruktur teknologi yang handal dan koneksi internet yang stabil dapat membantu meningkatkan persepsi kemudahan. Pelanggan yang mengalami kesulitan dalam mengakses jaringan internet atau mengalami masalah teknis dalam penggunaan *e-wallet* mungkin memiliki persepsi kemudahan yang lebih rendah.

Menurut Rahmawati et al (2020) bahwa suatu kepercayaan memiliki kemampuan dalam melakukan mediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap

minat dalam menggunakan *e-wallet*. Dengan memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi persepsi kemudahan dapat mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan antarmuka pengguna, memberikan panduan penggunaan yang jelas, meningkatkan dukungan pelanggan, serta memperkuat infrastruktur teknologi untuk memastikan pengalaman penggunaan *e-wallet* yang mudah dan memuaskan bagi pelanggan.

2.3. Persepsi Kegunaan dan Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan merupakan suatu keyakinan dari seseorang dalam menggunakan aplikasi teknologi yang dapat memberikan kemudahan dalam melakukan aktivitasnya. Kemudahan et al (2023). Apabila pengguna merasakan manfaat dari *e-wallet* maka akan terus menerus menggunakan *e-wallet* dan ketika seseorang pengguna *e-wallet* merasakan manfaat kepercayaan yang sesuai janji yang ditawarkan oleh sebuah aplikasi maka akan muncul kepuasan dari penggunaan. Penggunaan *e-wallet* ditentukan oleh suatu persepsi seseorang terkait dengan kemudahan penggunaanya.

2.4. Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Persepsi risiko merupakan suatu persepsi-persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dalam melakukan suatu kegiatan tertentu. Risiko yang perkiraan subjektif individu untuk mendapatkan konsekuensi kerugian dalam penerimaan suatu hasil yang diinginkannya Putri (2016). Terjadinya suatu risiko dalam menggunakan teknologi antara lain: risiko jaringan yang bermasalah, risiko dalam melakukan komunikasi, bahkan terjadinya risiko diluar kendali dari pemakaiannya. (Risiko & Kemudahan, 2022). Keterbatasan layanan beberapa *e-wallet* mungkin memiliki keterbatasan dalam hal jangkauan layanan. Beberapa *e-wallet* mungkin hanya dapat digunakan di wilayah tertentu atau dengan merchant mitra tertentu. Selain

itu, tidak semua merchant menerima semua jenis *e-wallet*. Oleh karena itu, pengguna perlu memastikan bahwa *e-wallet* yang mereka pilih dapat digunakan secara luas dan cocok dengan kebutuhan mereka. Kegagalan teknis *e-wallet* juga rentan terhadap kegagalan teknis, seperti masalah jaringan, pemadaman sistem, atau kegagalan transaksi. Jika terjadi kegagalan teknis, pengguna mungkin tidak dapat melakukan transaksi atau mengakses saldo mereka. Penting untuk memahami kebijakan dan prosedur pemulihan yang ditetapkan oleh penyedia *e-wallet* untuk mengatasi situasi semacam ini. Risiko yang memerlukan kewaspadaan dari pengguna *e-wallet* yaitu risiko uang hilang sama halnya dengan uang tunai yang juga dapat dicuri. *Hacker* adalah salah satu ancaman besar bagi keamanan e-bisnis, beberapa hal yang menjadi perhatian dan keamanan adalah data pribadi. Semakin rendahnya tingkat kepercayaan seseorang dipengaruhi oleh tingkat risiko tinggi yang akan terjadi nantinya.

2.5. Minat Bertransaksi

Minat dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan penerimaan terkait dengan hubungan antara sesuatu yakni diri sendiri dengan pihak luar (Persepsi & Menggunakan, n.d.). Minat juga bisa diartikan sebagai sesuatu yang muncul dampak suatu rangsangan yang di terima barang atau jasa (produk) kemudian memiliki hasrat membeli ataupun menginginkan produk tersebut.

Beberapa faktor dapat mempengaruhi minat bertransaksi dalam penggunaan *e-wallet* antara lain manfaat yang dirasakan menjadi faktor kunci dalam menumbuhkan minat bertransaksi. Jika pelanggan merasa bahwa penggunaan *e-wallet* dapat memberikan keuntungan dan kemudahan, seperti promo khusus, cashback, atau akses ke program loyalitas, mereka cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk melakukan transaksi dengan *e-wallet*. Menurut Kusuma & Syahputra (2020)

bahwa pemasaran merupakan salah satu aspek yang berperan penting dalam memberikan pengaruh ke pelanggan agar dapat melakukan pembelian terhadap barang yang ditawarkan.

Selain itu, persepsi kepercayaan terhadap keamanan dan privasi data juga dapat mempengaruhi minat bertransaksi. Jika pelanggan merasa bahwa *e-wallet* memberikan tingkat keamanan yang memadai dan melindungi data pribadi mereka, mereka akan lebih cenderung memiliki minat yang tinggi untuk bertransaksi menggunakan *e-wallet*. Sebaliknya, jika ada kekhawatiran tentang keamanan dan privasi data, minat bertransaksi mungkin menurun.

Dengan menawarkan manfaat yang menarik, memastikan keamanan dan privasi data yang tinggi, menciptakan lingkungan sosial yang mendukung penggunaan *e-wallet*, serta memperkuat kemudahan penggunaan, minat bertransaksi dapat ditingkatkan, yang pada gilirannya akan mendorong adopsi dan penggunaan *e-wallet* yang lebih luas. Elvi (2021) mengatakan bahwa penggunaan salah satu dalam suatu yang sangat berpengaruh kepuasan menggunakan alat pembayaran non tunai. Dari kesimpulan beberapa pengertian bahwa minat dalam melakukan transaksi merupakan suatu dorongan rasa ingin seseorang yang muncul akibat dari pengaruh luar untuk mencoba dalam menggunakan suatu produk.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang didasarkan pada terjadinya fenomena sosial sekitarnya. Pendekatan kualitatif deskriptif mempunyai arti yang lebih menitibarkan pada suatu proses. Hal ini disebabkan karena penelitian

kualitatif lebih menekankan terhadap suatu fenomena yang terjadi selama dilakukannya penelitian. Widiyanti (2020).

Terdapatnya makna yang menjadi pemicu terjadinya suatu perilaku atau tindakan seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui melalui suatu penelitian dengan menggunakan metode kualitatif. Artikel (2020). Berangkat dari anggapan tersebut maka penelitian kualitatif lebih ditekankan dengan terlibatnya peneliti dalam melakukan pengamatan di lapangan agar perolehan informasi sesuai dengan kenyataan dan fakta lapangan.

Wawancara merupakan suatu cara dalam memperoleh informasi dari informan yang dilakukan secara lisan, langsung melakukan komunikasi tatap muka Rachmawati (2017). Teknik pengumpulan data ini menggunakan teknik wawancara. Dimana para informan menyatakan persetujuan atau tidaknya terkait dengan pernyataan atau pertanyaan yang dilontarkan oleh peneliti. Dalam hal ini berkaitan dengan persepsi konsumen dalam menggunakan *electronic wallet* atau *e-wallet*. Setelah informasi data yang diperoleh dari hasil wawancara maka dilanjutkan ke tahap interpretasi data dengan pendekatan deskriptif agar dapat ditarik suatu kesimpulan yang berhubungan dengan persepsi pelanggan Haus! Siwalankerto dalam menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran non tunai.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode wawancara, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang persepsi pelanggan di Haus! Siwalankerto mengenai penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran non tunai dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman dan pengembangan penggunaan *e-wallet* di masa depan.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Wawancara

No.	Pertanyaan Wawancara
1.	Apakah yang anda ketahui tentang <i>E-wallet</i> ? Dan berikan contoh jenis-jenisnya
2.	Diantara <i>E-wallet</i> yang ada gunakan, dalam hal untuk melakukan transaksi mana yang mudah untuk digunakan?
3.	Manfaat apa saja yang Anda rasakan saat pembayaran menggunakan <i>E-wallet</i> ?
4.	Risiko apa saja yang anda alami dalam <i>menggunakan E-wallet</i> sebagai alat untuk pembayaran?
5.	Diantara <i>E-wallet</i> yang Anda gunakan, mana yang paling diminati untuk melakukan pembayaran?

Sumber : (Mulyani et al., 2022)

Berikut data informan penelitian:

Tabel 2. Data Informan

No.	Nama Informan	Status	<i>E-wallet</i> yang digunakan
1.	Jehan Wiyansah	Pembeli	BCA Mobile
2.	Donny Febriyanto	Pembeli	Dana
3.	Anandayu Vania	Pembeli	Shopeepay
4.	Rifaldi Septian	Pembeli	Gopay
5.	Nico Rohmadoni	Pembeli	Dana
6.	Amanda Pramesti	Pembeli	Ovo
7.	Ester Rere	Pembeli	Shopeepay

Sumber: data diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian yang telah dilakukann menghasilkan data primer yang di peroleh dari kegiatan teknik wawancara. Teknik (*in-dept interview*) adalah teknik yang digunakan dalam memperoleh data dan informan dengan mewawncarai informan yaitu tentang seputar pengetahuan tentang *e-wallet* dan alasan dalam menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran non tunai.

Electronic Wallet (E-Wallet)

Tanggapan informan: “*Electronic wallet* yaitu dompet digital yang berbasis menggunakan layanan aplikasi untuk memudahkan pembayaran secara non fisik” (Anandayu Vania, Jehan Wiyansah, Nico Rohmadoni, Donny Febriyanto, Ester Rere, dan Ahsan Hanan, Amanda Pramesti).

Electronic wallet atau *e-wallet* adalah alat pembayaran secara non tunai dengan menggunakan smartphone yang bertujuan untuk memudahkan dalam bertransaksi dimanapun. *Electronic wallet* berbeda dengan kartu debit atau kartu kredit. *Electronic wallet* atau *E-*

wallet ini tidak semuanya tersedia di toko-toko tetapi pada zaman sekarang *e-wallet* sudah banyak tersedia di berbagai tempat untuk melakukan pembayaran secara non tunai. Beberapa nama *e-wallet* yang ada yaitu:

1. OVO
Ovo merupakan aplikasi dompet digital yang bisa memberikan kita banyak kemudahan dalam bertransaksi secara non tunai, seperti pembayaran di berbagai merchant rekanan, isi ulang (top up) dan pengecekan saldo.
2. Gopay
Gopay adalah dompet elektronik yang memiliki sistem penyimpanan uang elektronik, serta untuk pembayaran transaksi di Indonesia. Gopay juga memiliki layanan kartu kredit virtual atau bisa disebut Gopay later dan aplikasi ini dimiliki oleh Gojek.
3. BCA Mobile
BCA Mobile adalah salah aplikasi mobile banking yang dimiliki oleh BCA untuk memudahkan

- nasabahnya dalam melakukan kegiatan pembayaran secara non tunai dan tidak perlu mengisi saldo aplikasi BCA Mobile dapat dijalankan di berbagai macam jenis smartphone mulai dari android sampai ios.
4. **Dana**
Dana adalah sistem dompet digital yang terdaftar di Bank Indonesia dengan mempunyai empat perizinan diantar lain berupa uang elektronik, dompet digital, kirim uang dan likuiditas keuangan digital. Aplikasi Dana juga dapat transfer kesemua merchant tanpa biaya admin.
 5. **Shopeepay**
Shopee pay adalah aplikasi yang miliki oleh Shopee. Aplikasi elektronik ini dapat digunakan untuk membayar berbagai transaksi di Shopee dan juga berbagai transaksi di berbagai tempat yang bekerja sama dengan Shopee. Shopeepay juga menyediakan layanan pay later. Shopeepay bisa diguanakan untuk menyimpan uang dan bisa transfer ke rekening bank.

Kemudahan penggunaan E-wallet

Tanggapan informan: “*Shopeepay dikarenakan sering berbelanja menggunakan aplikasi Shopee sehingga mengisi saldo Shopeepay sekalian jadi satu dan mudah digunakan*” (Ahsan Hanan dan Donny Febriyanto)

Pengaruh kemudahan penggunaan *e-wallet* juga didefinisikan sebagai dimana seseorang menaruh kepercayaan untuk menggunakan suatu teknologi yang terbaru. Dari penelitian ini bisa disimpulkan bahwa kemudahan untuk cara pembayaran melalui *e-wallet* contohnya Gopay, Ovo, Shopeepay, BCA Mobile bisa memeberi kepraktisan untuk para penggunanya. Kemudahan ini memberikan minat kepada seluruh masyarakat terutama generasi millenial untuk melakukan pembayaran non tunai.

Pengaruh Manfaat penggunaan E-wallet

Tanggapan informan: “*Saya tidak perlu membawa uang tunai yang banyak, pembayarannya cepat dan tidak perlu ada uang kembalian uang koin*” (Donny Febriyanto, Ahsan Hanan dan Ester Rere)

Pengaruh manfaat menggunakan *e-wallet* ialah kepercayaan yang dimiliki oleh sesorang muncul saat menggunakan teknologi yang baru. Jika seseorang merasakan manfaat dari teknologi yang ia miliki maka akan semakin tinggi minat seseorang menggunakannya. Dan juga sebaliknya apabila seseorang kurangnya rasa kepercayaan saat menggunakan *e-wallet* maka daya tarik seseorang semakin berkurang.

Pengaruh risiko penggunaan E-wallet

Tanggapan informan: “*Terkadang ada e-wallet dengan sistem data pribadinya tidak aman atau ke hacker jadi data pribadi bisa disalah gunakan dengan tidak benar*” (Nico Rohmadoni dan Amanda Pramesti.)

Pada hasil penelitian ini bahwa risiko menggunakan *e-wallet* terutama adalah keamanan. Keamanan juga salah satu faktor yang membuat konsumen tertarik menggunakan alat pembayaran non tunai. Hal tersebut dengan adanya *verifikasi* pada keamanan membuat konsumen merasa dilindungi atas keamanan data pribadi diri ketika menggunakan Ovo.

Adapun adanya sistem keamanan yang canggih maka minat konsumen dalam memakai aplikasi Ovo semakin bertambah. Kepercayaan & Terhadap, (2021) mengatakan bahwa keamanan sebagai kunci yang menjadi perhatian konsumen untuk mengoperasikan internet dalam melakukan pembayaran melalui *e-wallet* atau digital elektronik. Konsumen akan merasa nyaman ketika aman melakukan pengisian saldo dikarenakan saldo Ovo tidak akan mengalami pengurangan bila tidak melakukan transaksi. Hal ini akan meningkatkan minat penggunaan alat pembayaran non tunai.

Pengaruh minat penggunaan E-wallet

Tanggapan informan: "Banyaknya promo atau cashback maka dari itu banyak generasi millenial yang minat menggunakan alat pembayaran non tunai atau e-wallet" (Anandayu Vania, Rifaldi Septian dan Donny Febriyanto).

Hasil penelitian yang telah ditemukan bahwa promo adalah salah satu faktor penting minat konsumen untuk menggunakan *e-wallet*. Beberapa macam promo yang ditawarkan oleh aplikasi *e-wallet* terhadap penggunanya seperti cashback, potongan harga, dan lain-lain. Contoh Anandayu Vania (pembeli), yang sering melakukan *treatment* kecantikan dan makan di McDonald's menggunakan *e-wallet* Shopeepay, apabila ia menggunakan Shopeepay saat melakukan pembayaran, maka ia mendapatkan cashback sebesar 55% untuk melakukan *treatment* minimal Rp. 500.000. Jadi promo atau cashback tersebut juga berdasarkan persetujuan dari merchant dan juga Sopeepay. Promo ini dibuat khusus untuk pengguna *e-wallet* Shopeepay sehingga konsumen tertarik untuk menggunakannya P. Kemudahan (2020). Dengan adanya promosi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet*. Hal ini adalah salah satu faktor penting sebagai menarik minat pelanggan atau konsumen untuk menggunakan *e-wallet*. Menurut Prameswari et al (2022). Beberapa promosi di zaman sekarang atau generasi millenial melalui media sosial yang sudah banyak perkembangan dengan banyak ide dan inovasi yang kreatif. Akibat semakin baik dan menariknya promosi yang ditampilkan minat pengguna *e-wallet* semakin meningkat.

Alat pembayaran tunai

Mata uang rupiah merupakan mata uang dalam bentuk logam atau kertas yang digunakan dalam melakukan pembayaran di Indonesia. Pada tahun 1952, pertama kali penggunaan uang kertas yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia Aridi & Agustina (2020). Uang kartal sangat penting dalam

memenuhi kebutuhan sehari-hari pada masyarakat saat membeli sesuatu di tempat yang tidak menyediakan *e-wallet*. Afolo & Dewi (2022).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil penelitian diatas mengenai presepsi pelanggan Haus! Siwalankerto dalam menggunakan alat pembayaran non tunai (*e-wallet*) yang dapat disimpulkan bahwa sudah banyak yang menggunakan dari beraneka ragam kalangan salah satunya mahasiswa yang sebagai generasi milenial. Namun mahasiswa yang merupakan sasaran pasar tertinggi dianggap sebagai kaum milenial yang familiar dalam penggunaan teknologi terkini.

Pembayaran dengan menggunakan *e-wallet* atau *electronic wallet* menunjukkan trend yang berkembang dewasa ini. Terdapat beberapa pertimbangan mengapa banyaknya pelanggan yang menggunakan *e-wallet* untuk dijadikan sistem pembayaran, yaitu banyaknya promo serta *cashback* yang diberikan, adanya kemudahan saat melakukan pembayaran atau transaksi dan adanya keamanan yang terjamin. Banyaknya promosi yang dilakukan maka dari itu pelanggan banyak yang tertarik dan berminat untuk menggunakan *e-wallet*.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang ada didalam penelitian ini walaupun penggunaan dompet digital kini telah semakin maju dengan banyaknya persaingan *merchant e-wallet*. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini untuk menggali terdapatnya faktor diluar penelitian ini yang mempunyai pengaruh terhadap minat seseorang dalam menggunakan *e-wallet* baik faktor internal maupun eksterernal.

DAFTAR PUSTAKA

Afolo, S. C. M., & Dewi, N. N. S. R. T. (2022). Minat Mahasiswa Akuntansi Untrim Sebagai

- Pengguna E-Wallet Dengan Mempertimbangkan Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kepercayaan. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 267–277. <https://doi.org/10.22225/kr.13.2.2022.267-277>
- Agustino, L. (2020). ANALYSIS OF COVID-19 OUTBREAK HANDLING POLICY: THE EXPERIENCE OF INDONESIA Leo. *Jurnal Borneo Administrator*, 16(2), 253–270.
- Alamanda Putri, F., Samaria Nauli, T., & Gede Nyoman Mindra Jaya, I. (2021). Analisis Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pemakaian E-Wallet pada Mahasiswa Jabodetabek. *Prosiding Seminar Nasional Statistika | Departemen Statistika FMIPA Universitas Padjadjaran*, 10(SE-Articles), 23.
- Aridi, K. A., & Agustina, Y. (2020). Pengaruh Independensi Komite Audit, Audit Tenure Dan Reputasi Auditor Terhadap Kualitas Audit Pada Perusahaan Sektor Perdagangan Eceran Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2011-2018. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 109–118. <https://doi.org/10.32722/eb.v18i2.2491>
- Artikel, I. (2020). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Kemanfaatan , Risiko , dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang Fakultas Ekonomi , Universitas Negeri Semarang , Indonesia Abstrak*. 1(2), 66–80.
- Covid-, P., & Christina, E. (2020). *Pandemi Covid-19 adalah 666? Endah Christina*. 1–23.
- Elvi, fitria. (2021). Jurnal ekonomi integra. *Jurnal Ekonomi Integra*, 11, 91–98.
- Emik, J., & Hasanuddin, U. (2020). *Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa*. 3.
- Esomar, M. J. F., & Chritianty, R. (2021). *JKBM Covid-19 Pandemic Impact towards the Financial Performance of Companies on Service Sector in BEI*. 7(2), 227–233. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v7i2.5266>
- Kelompok, C.-T., & Di, R. (2020). *Pengaruh kebijakan*. 09(02), 61–67.
- Kemudahan, P. (2020). *KEMANFAATAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN*. 3(April), 16–30.
- Kemudahan, P. P., Layanan, K., Risiko, D. A. N., Terhadap, K., & Penggunaan, K. (2023). *Pengaruh persepsi kemudahan, kualitas layanan, dan risiko keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet dalam transaksi keuangan*. 12(03), 407–420.
- Kepercayaan, P., & Terhadap, D. A. N. K. (2021). 2021. 9(2020), 896–906.
- Kuntari, B. D., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). *PELANGGAN (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk – Daihatsu Malang)*. 36(1), 196–202.
- Kusuma, A. P., & Syahputra, S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan E-Wallet Di Kota Bandung 2020. *Journal of Applied Business Administration*, 4(2), 108–114. <https://doi.org/10.30871/jaba.v4i2.2080>
- Lalu Agustino. (2021). Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin. *Kindai*, 17(3), 401–422. <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i3.631>
- Leksono Putri Handayani, N., Fitrijanti Soeparan, P., Pratama Kendal Jl Raya Utama Timur No, P., & Kendal, K. (2022). Peran Sistem Pembayaran Digital Dalam

- Revitalisasi UMKM. *Journal of Economics and Business Management*, 1(3).
- Mulyani, A. Y., Sabanni, S. R., & Nabila, A. (2022). Persepsi Mahasiswa Universitas Siliwangi Mengenai Penggunaan E-Wallet (Shopee Pay) Sebagai Alat Pembayaran Non Tunai. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(4), 95–106. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.152>
- Onibala, A., Rotinsulu, T. O., & Rorong, I. P. F. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Kinerja Keuangan Daerah Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 22(2), 67–89.
- Persepsi, P., & Menggunakan, K. (n.d.). *PERSEPSI MANFAAT SERTA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG SALDO E-WALLET OVO A . Pendahuluan pembelian . Jika dahulu konsumen harus datang langsung ke toko maka saat ini tidak perlu datang ke secara gratis di Google Play Store dan App Store . Perilaku mina*. 1–9.
- Prameswari, A., Namira Hsb, D., Nur Bayani, L., & Nurbaiti, N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UINSU Medan Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E- Wallet. *JUSIBI (Jurnal Sistem Informasi Dan E-Bisnis)*, 4(1), 60–70. <https://doi.org/10.54650/jusibi.v4i1.421>
- Putri, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Informasi, Persepsi Risiko, Persepsi Keamanan, Persepsi Privasi Terhadap Kepercayaan Pengguna E-Commerce. *Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya*.
- Rachmawati, T. (2017). Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif. *UNPAR Press*, 1, 1–29.
- Rahmawati, Y. D., Yuliana, R., Tinggi,
- S., Bank, I. E., & Jateng, B. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa Stie Bank Bpd Jateng. *Econbank*, 2(2), 157–168.
- Risiko, P. P., & Kemudahan, P. (2022). *Latar belakang secara subjektif dari pengguna internet dalam melakukan transaksi di internet (Marafon et al ., 04(02), 516–524.*
- Stephanie, V., & Widoatmodjo, S. (2021). *KINERJA KEUANGAN BANK SEBELUM DAN SELAMA PANDEMI. III*(1), 257–266.
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet OVO di Depok. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–68. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7567>