



Efektifitas Penggunaan E-Wallet Dikalangan Mahasiswa Dalam Proses Menentukan Keputusan Pembelian

Putri Nadhilah ^{1*}, Ridwan Indra Jatikusumo ¹, Erwin Permana ¹

¹ Program Studi Manajemen, Universitas Pancasila

*Correspondent Email: putri.nadhilah13@gmail.com

Article History:

Received: 29-03-2021; Received in Revised: 18-04-2021; Accepted: 01-05-2021

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v4i2.725>

Abstrak

Perkembangan teknologi internet semakin hari semakin berkembang pesat. Salah satu dampaknya yaitu timbul kebiasaan baru dalam peralihan bertransaksi tunai menjadi non tunai. Perusahaan Fintech berlomba-lomba menciptakan aplikasi dengan fitur-fitur menarik diantaranya E-Wallet. Saat ini mahasiswa menjadi target baru perusahaan dalam menawarkan fitur tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa efektif penggunaan E-Wallet dalam menentukan keputusan pembelian bagi mahasiswa. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan analisis data sekunder yang diperoleh masing-masing website/aplikasi penyedia jasa E-Wallet, yakni: www.ovo.id. dan www.gojek.com/gopay/ serta menggunakan studi kepustakaan dari jurnal-jurnal untuk relevan dengan pokok masalah. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif yaitu mengambil simpulan dari pernyataan atau fakta-fakta khusus menjadi persoalan yang spesifik dan dibuat simpulan umum sesuai dengan teori-teori yang tersedia. Hasil dari penelitian ini terdapat tiga alasan yang mendasar yaitu penawaran promo dan fitur menarik, kenyamanan dan kemudahan penggunaan E-Wallet itu sendiri yang menjadikan penggunaan E-Wallet cukup efektif dalam proses menentukan keputusan pembelian di kalangan mahasiswa.

Kata kunci: efektifitas, E-Wallet, mahasiswa, pembelian, teknologi

Abstract

The development of internet technology is increasingly growing rapidly. One of the impacts is the new habit of switching from cash to non-cash transactions. Fintech companies are competing to create applications with interesting features, including E-Wallet. Currently, students are the company's new target in offering these features. This study aims to determine the effectiveness of using E-Wallet in determining student purchasing decisions. The data technique in this study used secondary data analysis obtained by each E-Wallet service provider site/application, namely: www.ovo.id. and www.gojek.com/gopay/ and uses literature study from journals relevant to the subject matter. The data analysis technique used is descriptive analysis technique which takes statements or specific facts into specific problems and makes general conclusions according to the available theories. The results of this study are three basic reasons, namely promo offers and attractive features, convenience and the use of E-Wallet itself which uses the use of E-Wallet which is quite effective in the process of determining purchasing decisions among students..

Keywords: efektivity, E-Wallet, student, purchase, technology.

1. Pendahuluan

Pada zaman revolusi industri 4.0 peran teknologi sangat besar bagi kegiatan mahasiswa, mahasiswa dituntut menyesuaikan dengan kondisi zaman yang serba online, khususnya dalam bertransaksi. Berbagai pihak menemukan peluang bisnisnya dan menciptakan sebuah inovasi untuk mempermudah para konsumennya dengan menciptakan *electronic wallet*. Dengan adanya *E-Wallet* segala transaksi konsumen lebih mudah, cepat, efektif, efisien dan penekanan segala biaya yang lebih murah dengan adanya penerapan teknologi diberbagai sektor.

Menurut Pasal 1 angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, *Electronic Wallet* atau Dompet Elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik yang dapat menampung dana untuk pembayaran (BI, 2018) Pada 14 Agustus 2014, Gubernur BI secara resmi telah meluncurkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). GNNT memiliki tujuan untuk menumbuhkan akan kesadaran masyarakat terhadap pemakaian nontunai, sehingga seiring berjalan waktu kesadaran tersebut dapat menjadi adat dan budaya masyarakat dalam transaksi kegiatan ekonominya. Berita ini merupakan sebuah angin segar untuk masyarakat karena kelebihan yang dimilikinya. Dengan kebijakan ini mendorong para pelaku industri untuk membuat sebuah ide dan inovatif untuk menjaga dan meningkatkan penjualanya dengan menciptakan *financial payment* yang menjadi solusi untuk transaksi secara cepat dan aman.

Indonesia telah memulai bertransaksi dengan *E-Wallet* sejak 10 tahun lalu. Provider telekomunikasi Telkomsel menjadi perintis *E-Wallet* yaitu dengan membuat layanan T-cash tahun 2007. Lima tahun setelahnya, provider XL dan Indosat meluncurkan aplikasi Dompetku dan XL Tunai. Salah satu perusahaan indonesia, Gojek, memperkenalkan Gopay sebagai alat pembayaran dari Gojek pada 2016. Dengan segala strategi yang diberikan , Gopay dapat melewati pionir lama seperti T-Cash dan *E-Money* dari Bank Mandiri. Kemampuan Gojek dengan mampu mengikat konsumen dengan layanan dan jasa transportasinya, hal itu yang menjadi Gojek terus meningkat dari waktu ke waktu. Menurut data iPrice dan App Annie, dompet digital teraktif berada di Gopay. Dilihat dari pengguna aktifnya, Gopay selalu berada ditingkat teratas pada Kuartal II-2019 sampai dengan Kuartal II-2020. Kemudian disusul oleh OVO yang menduduki peringkat kedua (Rachmatunnisa, 2020)



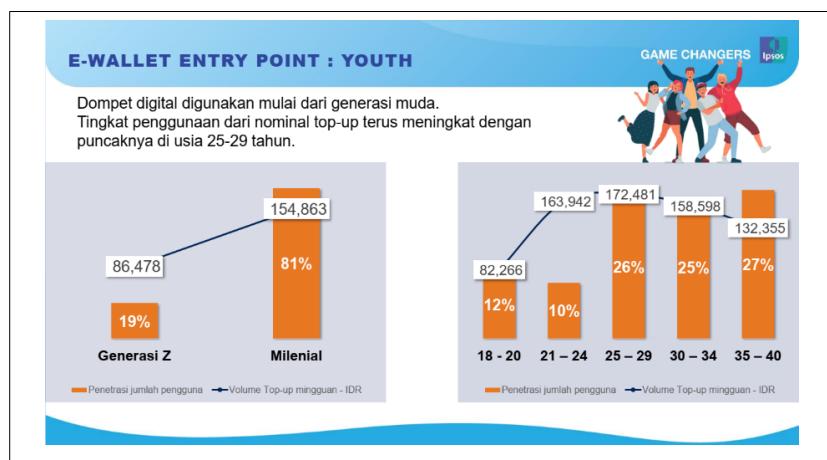
Gambar 1. Daftar Aplikasi E-Wallet terbesar di Indonesia berdasarkan pengguna aktif bulanan

Menurut Managing Director Ipsos Indonesia, sebanyak 47% konsumen menggunakan tiga jenis atau lebih *E-Wallet* untuk mereka bertransaksi. Diantara *E-Wallet* yang paling sering digunakan yaitu OVO dan Gopay. Hasil riset DailySocial, *E-Wallet* yang paling banyak digunakan sepanjang tahun 2019 yaitu Gopay. OVO menduduki posisi sebagai *E-Wallet* yang paling dikenal oleh masyarakat. Dari total 651 responden, 83,3% menggunakan Gopay dan 81,4% pakai OVO. Dikutip dari laporan DailySocial penggunaan OVO dan Gopay memiliki persentase penggunaan yang cukup kompetitif karena lebih dari 80% orang menggunakan kedua aplikasi tersebut. Sebanyak 81,6% responden berasalan menggunakan *E-Wallet* karena percaya pada produknya. Kemudian, sebanyak 72,2% untuk pemenuhan kebutuhan mereka dan 72,9% produk *E-Wallet* dianggap sangat bermanfaat. Sebanyak 68,3% pengguna menilai *E-Wallet* sangat mudah diunakan dan 66,2% membuat penggunaan waktu lebih efisien serta 32,8% beranggap layanan *E-Wallet* ini cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhannya (Setyowati, 2019).

Penggunaan *E-Wallet* sangat diminati kalangan muda khususnya mahasiswa. Menurut penelitian dari Director Customer Experience Ipsos Indonesia, 68% pengguna *E-Wallet* adalah kalangan muda dikarenakan tingkat produktivitasnya jauh lebih aktif dibanding kalangan lain (Intan, 2020). Gaya hidup kalangan muda saat ini khususnya mahasiswa memang lebih mengedepankan hal-hal yang up to date. Hal ini membuat mahasiswa mulai memanfaatkan Perkembangan teknologi khususnya pada *Fintech (financial technology)* dalam melakukan transaksi perbelanjaan. Promo-promo yang ditawarkan menjadi motivasi utama mahasiswa menggunakan *E-Wallet*. Semakin seringnya mereka menggunakan *E-Wallet*, semakin

meningkat pula kenyamanan yang dirasakan, sehingga timbul loyalitas untuk menggunakan tidak hanya karena penawaran promo yang menarik (Catriana, 2020).

Pola perilaku penggunaan dompet digital terbagi menjadi dua segmen usia yakni generasi Millenial dan Gen Z. Berdasarkan survei Ipsos, pengguna dompet digital mayoritas adalah generasi muda yang sudah memiliki kemampuan bayar. Persentase pengguna dompet digital tertinggi berada dalam rentang 25–40 tahun. Dalam rentang usia tersebut usia yang paling banyak melakukan pengisian (top-up) saldo untuk dompet digital adalah pengguna usia 25–29 tahun. Sedangkan usia yang lebih tua cenderung untuk mengisi saldo lebih sedikit (Ramadhan, 2020)



Gambar 2. Grafik E-Wallet Entry Point

Generasi milenial dikenal dengan sebutan generasi Y, yang merupakan orang-orang yang lahir setelah antara tahun 1980-2000an (RUMAH, 2017). Berarti millennial sebagai generasi muda saat ini berumur antara 17 – 37 tahun (Ramadhan, 2020). Apabila kita perhatikan mahasiswa saat ini tergolong dalam generasi milenial. Dalam menggunakan teknologi, generasi milenial dapat dibilang cukup mahir akan hal tersebut. Mereka lahir pada saat TV berwarna, *handphone* dan internet sudah ada, dan tentu mempunyai beberapa kebiasaan dan karakter tersendiri dari generasi sebelumnya. Karakter yang ditimbulkan generasi milenial ini diantaranya tidak bisa jauh dari *gadget*, tidak bisa jauh dari sosial media serta menyukai segala hal yang bersifat instan dan cepat (SEVIMA, 2017) Ada satu kebiasaan yang mulai timbul dari perkembangan teknologi yang dirasakan oleh generasi milenial ini yaitu mulai menyukai transaksi keuangan secara non tunai (*cashless*). Hadirnya generasi milenial sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang membawa percepatan pembangunan suatu bangsa di berbagai sektor, salah satunya adalah sektor ekonomi (Aulia, 2020).

Adanya perubahan teknologi *fintech* memberikan alternatif dan kemudahan pembayaran kepada konsumen. Dikutip dari (Aulia, 2020) perubahan teknologi menciptakan sebuah kebiasaan baru yaitu *cashless society* yang merupakan transaksi keuangan dengan cara pembayaran elektronik dalam kegiatan perekonomian sebagai pengganti pembayaran uang tunai. Kebiasaan ini memiliki tujuan sama dalam bertransaksi keuangan menggunakan debit, kredit, ataupun metode elektronik yang dapat diakses melalui *gadget* sehingga memudahkan konsumen (Aulia, 2020). Salah satu produk jasa untuk transaksi non tunai yaitu *E-Wallet* atau dompet digital. *E-Wallet* adalah jenis akun prabayar yang dilindungi dengan kata sandi di mana

pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi online, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang online, dan tiket penerbangan (Rosmayanti, 2019). Banyak kemudahan yang diperoleh dari penggunaan *E-Wallet* ini diantaranya dapat diakses oleh semua kalangan. Ciri *E-Wallet* sangat mendukung karakter generasi milenial yaitu cepat, instan, mudah digunakan, dan dapat dioperasikan dari satu gadget. Ciri tersebut kemudian menjadi kelebihan dari *E-Wallet*. Generasi milenial khususnya mahasiswa yang pada dasarnya memiliki keinginan untuk bergaya hidup sesuai tren saat ini, tidak menutup kemungkinan juga bahwa hidup konsumtif pada kalangan mahasiswa terjadi. Promo berupa diskon yang diberikan oleh merchant menjadi daya tarik tersendiri (Emik & Hasanuddin, 2020). Individu akan menggunakan teknologi informasi jika orang tersebut mengetahui manfaat atau kegunaan (*usefulness*) positif atas penggunaanya (Lindawati & Salamah, 2011). Mahasiswa sebagai generasi milenial akan menggunakan perkembangan teknologi yang sesuai dengan karakter mereka seperti *E-Wallet* ini karena mereka sedikit banyak telah mengetahui manfaat atas penggunaannya.

Hal ini juga berpengaruh pada mereka dalam menentukan keputusan pembelian. Keputusan Pembelian menurut (Aditia & Suhaji, 2012) adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk. Keputusan pembelian juga sebagai tahap penilaian keputusan yang menyebabkan pembeli membentuk pilihan di antara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan dan membentuk maksud untuk membeli (Aditia & Suhaji, 2012). Saat ini *E-Wallet* sudah banyak macam jenisnya. Tidak menutup kemungkinan generasi milenial khususnya mahasiswa ini akan mempertimbangkan keputusan pembelian mereka dengan membandingkan beberapa jenis *E-Wallet*. Proses ini merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas enam tahap yaitu: menganalisa keinginan dan kebutuhan, menilai beberapa sumber yang ada, menetapkan tujuan pembelian, mengidentifikasi alternatif pembelian, mengambil keputusan untuk membeli dan perilaku sesudah pembelian.

2. Metodologi

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan analisis data sekunder. Analisis data sekunder merupakan analisis data yang dilakukan terhadap data yang sudah ada tanpa perlu melakukan wawancara, survey, observasi dan teknik pengumpulan data tertentu lainnya. Data sekunder diperoleh masing-masing website/aplikasi penyedia jasa *E-Wallet*, yakni: www.ovo.id, dan www.gojek.com/gopay/. Pemanfaatan data sekunder biasanya dipergunakan untuk pemahaman masalah guna sarana pendukung agar dapat memahami masalah yang diteliti, selain itu data sekunder dapat digunakan untuk memperjelas masalah menjadi lebih operasional dalam penelitian karena didasarkan pada data sekunder yang tersedia, serta mengetahui komponen-komponen situasi lingkungan yang mengelilinginya.

Selain itu pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan dengan mencari dan membaca jurnal-jurnal untuk memperoleh landasan teori yang relevan dengan pokok masalah. Studi kepustakaan peneliti membaca, mencari, mempelajari jurnal-jurnal dan website tertentu untuk mendapatkan landasan teori yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang akan dibahas.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif. Menurut (Moleong, 2018) “deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan

mendeskripsikan data melalui kata-kata tertulis yang menggambarkan realitas yang sebenarnya sesuai dengan fenomena yang ada secara rinci dan detail". Metode yang digunakan yaitu pengambilan simpulan dari pernyataan atau fakta-fakta khusus yang ditarik menuju persoalan yang spesifik dan kemudian dibuat simpulan umum yang dikaitkan dengan teori-teori yang tersedia (Tineges, 2021).

3. Hasil dan Pembahasan

Perkembangan teknologi memberikan manfaat kepada setiap generasi, tetapi hanya generasi yang mampu beradaptasilah yang akan bisa mengendalikan teknologi, termasuk mahasiswa yang menjadi generasi milenial. Kehidupan generasi milenial saat ini sudah dalam keadaan serba teknologi secara logika mereka akan cepat beradaptasi sehingga teknologi akan membantu mereka dalam menjalankan keberfungsiannya. Salah satunya penggunaan *E-Wallet* untuk pemenuhan kebutuhan transaksi sehari-sehari mereka. Berbagai macam fitur dan kemudahan dalam menggunakan aplikasinya membuat mereka tertarik untuk memanfaatkan pengembangan teknologi keuangan ini.

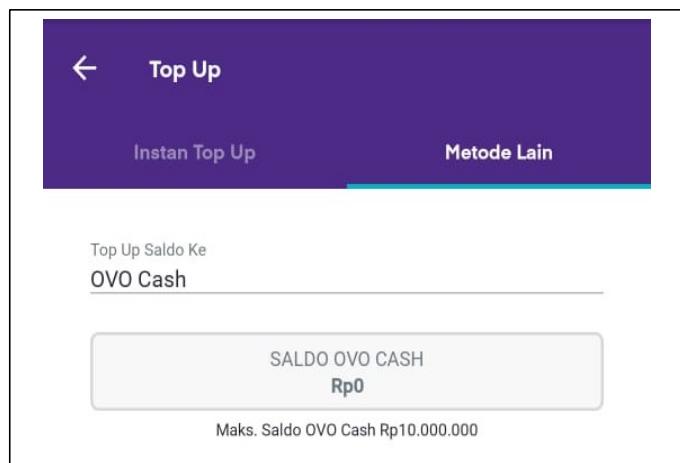
Salah satu kunci keberhasilan *E-Wallet* yaitu kemudahan pengisian ulang saldo untuk bertransaksi di *E-Commerce*. Alat pembayaran yang biasanya disediakan dalam bertransaksi pada e-commerce mencakup kartu kredit online, dompet digital (*E-Wallet*), tunai digital, *stored-valued online*, *digital accumulating*, pembayaran cek digital dan sistem pembayaran *wireless* (Nawawi, 2020). Saat ini *E-Commerce* sangat diminati mahasiswa karena dapat langsung di akses melalui gadget masing-masing. Ada dua pelaku dalam *E-Commerce* yaitu *seller* yang menyediakan barang/jasa dan *buyer* yang akan melakukan transaksi pembelian. Kedua pelaku tersebut setidaknya memiliki pengetahuan dasar tentang cara belanja serta pembayaran sebelum menentukan keputusan membeli ataupun menjual di *E-Commerce*.

Perkembangan zaman membuat gaya hidup masyarakat terutama mahasiswa tidak lepas dari penggunaan *gadget*. Sifat konsumtif dan ingin bergaya hidup *up to date* membuat mayoritas mahasiswa memanfaatkan *E-Commerce* untuk memenuhi keinginan tersebut. Mereka meluangkan waktunya untuk melihat dan mencari barang terbaru. Selain itu merchant dalam *E-Commerce* tersebut biasanya menawarkan promo berupa diskon/*cashback* yang menjadi daya tarik (Emik & Hasanuddin, 2020). Hal ini menandakan bahwa pemberian diskon/*cashback* menjadi strategi yang sangat memengaruhi minat beli. *E-Wallet* ini membuat mahasiswa mulai tertarik pada produk tersebut dalam melakukan transaksi perbelanjaan.

Sebagai generasi muda mahasiswa tidak dapat jauh dari *gadget* mereka (Lee & Kotler, 2016). Selain itu pembayaran *cashless* atau *E-Wallet* telah menjadi bagian gaya hidup mereka dan mereka sangat menyukai media sosial sebagai sarana untuk berekspresi di dunia maya (Moreno et al., 2017). Gaya hidup yang sudah serba *online* menumbuhkan ciri khusus yang menjadi jati diri mereka. Gaya hidup konsumtif pun seakan sudah melekat dikarenakan tuntutan sosial yang terkadang mengharuskan mereka untuk tampil lebih *stylish* atau mengikuti mode masa kini. Salah satu *platform* yang sedang diminati yaitu dompet digital atau *E-Wallet*. *E-Wallet* layaknya sebuah dompet untuk menyimpan yang sangat fleksibel bahkan dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.

Menurut Pasal 1 Angka 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, *E-Wallet* adalah layanan elektronik

untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran (Indonesia, 2018). Layanan *E-Wallet* yang masuk kedalam kategori e-money bersifat server based yaitu nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*. *E-Wallet* juga masuk kedalam Pengelompokan Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran. *E-Wallet* dapat digunakan untuk menyimpan uang dengan nominal yang cukup besar. Contohnya pada OVO dan Gopay masing-masing dapat menyimpan uang mulai dari Rp.2.000.000, hingga Rp. 10.000.000 (Pusparisa, 2020).



Gambar 3. Gambar layar batas maksimum pengisian saldo OVO



Gambar 4. Gambar layar batas maksimum pengisian saldo Gopay

Fitur *E-Wallet* yang tersedia dan cukup menarik mahasiswa untuk menggunakan diantaranya merchant, promosi, pembayaran tagihan, pembayaran transportasi *online*, dan pembayaran pemesanan makanan online. Fitur merchant menjadi aspek yang penting karena semakin banyak mitra, maka peluang untuk mendapat perhatian konsumen akan semakin besar juga. Misalnya, pembelian tiket film di Cinema XXI dengan diskon tertentu. Hal ini akan

menarik perhatian mahasiswa yang mempunyai hobi menonton film di bioskop favorit mereka dengan menggunakan *E-Wallet*. OVO ataupun Gopay saat ini telah mempunyai 60.000 outlet lebih yang tersebar di seluruh Indonesia. Selanjutnya fitur promosi yang ditawarkan OVO dan Gopay. Saat ini fitur promosi yang sering dipasarkan oleh OVO yaitu berupa *cashback* mulai dari 10% hingga 70% tergantung kesepakatan antara *merchant/e-commerce* dengan OVO. Promo tersebut biasanya hanya ada pada jangka waktu tertentu. Hal ini cukup berpengaruh bagi pengguna baru yang tertarik untuk menggunakan *E-Wallet* karena iklan penawaran yang diberikan perusahaan.



Gambar 5. Promo OVO x ZALORA



Gambar 6. Promo Baper Gopay

Kemudian ada fitur pembayaran tagihan dan pembelian pulsa. Fitur ini memudahkan pengguna untuk membayar tagihan-tagihan berupa tagihan listrik, telepon, air PAM, internet dan asuransi. Selain itu pengguna juga bisa melakukan pengisian pulsa dimanapun dan kapanpun hanya dalam satu aplikasi. Selain itu, e-wallet juga dipergunakan dalam salah satu aplikasi Gojek/Grab yaitu Gofood/Grab Food. OVO atau Gopay ini menjadi alternatif pilihan pembayaran selain pembayaran tunai. Mekanismenya sangat mudah yaitu dengan topup saldo OVO atau Gopay kemudian saldo tersebut akan otomatis terpotong sesuai dengan nominal pesanan yang dilakukan. Selain melalui fitur dalam aplikasi, OVO atau Gopay juga dapat digunakan untuk pembayaran transaksi di merchant yang bekerjasama. Cara pembayarannya cukup dengan *scan barcode* kemudian saldo otomatis akan terpotong sesuai nominal pesanan.

Fitur terakhir yang cukup diminati mahasiswa yaitu untuk pembayaran transportasi *online*. Seperti yang diketahui OVO dan Gopay sama-sama menjadi dompet digital atau sarana

pembayaran pada aplikasi masing-masing. OVO untuk Grab, dan Gopay untuk Gojek. Hal ini cukup membuat kebiasaan baru bagi mahasiswa untuk menerapkan *cashless* atau mengurangi penggunaan uang tunai. Di masa pandemi covid 19, ini merupakan salah satu hal yang harus diterapkan karena semua orang harus patuh akan protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah diantaranya patuh mencuci tangan. Dengan adanya *E-Wallet* diharapkan dapat mengurangi kontak dengan benda-benda disekitar yang dimana benda itu tidak tahu telah tersentuh oleh siapa saja.

Selain penawaran promo-promo yang menarik, adanya *E-Wallet* menciptakan kenyamanan bagi penggunanya. Gaya konsumtif mayoritas mahasiswa merupakan salah bentuk kenyamanan hadirnya *E-Wallet* di kehidupan mereka. Hal ini juga membuat eksistensi *E-Wallet* dapat bertahan lama di masyarakat karena mudah dalam menciptakan kenyamanan bagi penggunanya. Kenyamanan yang diberikan yaitu *all in one apps*, berbagai fitur dapat diakses hanya dengan satu aplikasi ditambah dengan promo-promo yang ditawarkan. *E-Wallet* cukup merubah perspektif mahasiswa bahwa untuk berbelanja tidak terkesan berlebihan atau boros, dikarenakan tidak menggunakan uang tunai. Tetapi, hal ini harus segera dikontrol bagi masing-masing individu yang merasakan dampak penggunaan dari *E-Wallet*. Kemudahan yang diberikan *E-Wallet* juga menjadi alasan seseorang menggunakan produk tertentu. Mahasiswa lebih suka menyelesaikan suatu hal atau kegiatan dengan ringkas dan cepat. Hanya dengan satu *gadget* dan satu aplikasi, mahasiswa dapat menentukan keputusan tercepat untuk menyelesaikan hal-hal tersebut.

Suatu produk akan semakin berkualitas jika perusahaan bekerja keras untuk melakukan perbaikan peningkatan kualitas sesuai dengan tuntutan permintaan konsumen (Palopo & Ramadhan, 2021). Selain untuk melakukan transaksi pembelian, *E-Wallet* juga bermanfaat di bidang pendidikan di beberapa Universitas. Gopay telah menjadi pionir pelayanan pembayaran SPP secara digital. Kemudian OVO ikut berinovasi untuk mengikuti jejak Gopay dalam peningkatan kualitas layanan. Saat ini sudah ada 3 Universitas di Indonesia yang menggunakan *E-Wallet* sebagai alat pembayaran di setiap kegiatan transaksinya. Seperti pembayaran buku/modul kuliah, kantin, koperasi, bazar mahasiswa, hingga pembayaran wisuda. Hal tersebut dikemukakan oleh Presiden Direktur OVO Karaniya Dharmasaputra (Fuad, 2020). Era industri 4.0 tidak bisa menutup kemungkinan sistem pelayanan digital yang semakin meluas, hal tersebut dikemukakan oleh Kepala Biro Komunikasi dan Layanan Masyarakat Kemendikbud Ade Erlangga. Sehingga inovasi dari swasta termasuk inovasi teknologi telah menjadi unsur penting dalam meningkatkan kemudahan masyarakat saat ini. Hal tersebut berlaku pula di dunia pendidikan.

4. Kesimpulan dan Saran

Kemunculan pandemik Covid-19 menjadi faktor pendukung peralihan dari transaksi offline ke online (Acosta, 2020). Dikalangan mahasiswa, media digital sudah menjadi DNA mereka (Lee & Kotler, 2016) sehingga melakukan transaksi secara *online* sudah menjadi kebutuhan. Sehingga penggunaan *E-Wallet* sangat berperan besar bagi kehidupan mahasiswa. Misalnya, untuk melakukan transaksi belanja *online*, transportasi online, pengisian pulsa, pembayaran tagihan, pembayaran di *merchant* yang bekerja sama dengan perusahaan OVO maupun Gopay. Selain untuk transaksi pembelian, *E-Wallet* juga berperan di bidang pendidikan. *E-Wallet* di bidang pendidikan digunakan sebagai alat pembayaran di setiap

kegiatan transaksinya. Seperti pembayaran buku/modul kuliah, kantin, koperasi, bazar mahasiswa, hingga pembayaran wisuda.

Perusahaan baik OVO atau Gopay dibawah naungan Gojek sangat pandai melihat peluang besar bahwa mahasiswa dapat menjadi target utama mereka dalam pemanfaatan teknologi ini. Selain mengikuti tren kekinian, *E-Wallet* juga berperan sebagai alasan mahasiswa untuk menentukan keputusan pembelian. Alasan-alasan tersebut diantaranya penawaran promo, banyak *merchant* yang bekerja sama, kenyamanan penggunaan, dan kemudahan mengoperasikan aplikasi. Konsep *all in one apps* sangat bermanfaat bagi mahasiswa terutama dalam hal bertransaksi online. Kecepatan dan kemudahan penggunaan membuat mereka ingin terus menerus menggunakan *E-Wallet* sebagai pengganti transaksi uang tunai.

Tetapi dibalik keunggulan yang diperlihatkan, mahasiswa juga harus tetap mengontrol dirinya untuk belajar lebih produktif, seperti rajin menabung dan memanfaatkan *E-Wallet* untuk menunjang kegiatan dalam pendidikan. Sehingga tidak terjebak dalam gaya hidup konsumtif dan bisa lebih bijak menggunakan teknologi *fintech* seperti *E-Wallet* ini.

5. Daftar Pustaka

- Aditia, F., & Suhaji. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju "MINT" Di Counter Java Mall Semarang Factors That Influence Purchasing Decisions of "MINT" Dress At The Counter Java Mall Semarang. Sekolah Tinggi Ilmi Ekonomi Widya Manggala, 1–24.
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital. Jurnal Komunikasi, 12(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Catriana, E. (2020, Februari 12). *Studi: 68 Persen Pengguna Dompet Digital adalah Milenial*. From Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2020/02/12/131300826/studi--68-persen-pengguna-dompet-digital-adalah-milenial>
- Devita, V. D. (n.d.). *Siapa Aplikasi E-wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia?* From iprice.co.id: <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>
- Emik, J., & Hasanuddin, U. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. 3.
- Fuad, H. (2020, Februari 18). *OVO Bersiap Ikuti Gopay Layani Pembayaran SPP Sekolah*. From ekbis.sindonews.com: <https://ekbis.sindonews.com/berita/1530562/178/ovo-bersiap-ikuti-jejak-gopay-layani-pembayaran-spp-sekolah>
- Indonesia, B. (2018). Peraturan Bank Indonesia tentang Uang Elektronik.
- Intan, N. (2020, Januari 15). *Gopay dan Ovo jadi Alat Pembayaran Paling Digemari Milenial*. From republika.co.id: <https://republika.co.id/berita/q45086349/gopay-dan-ovo-jadi-alat-pembayaran-paling-digemari-milenial>
- Lee & Kotler. (2016). Ecommerce Chart: Online shopping behaviors of millennials versus baby boomers. Small Business and the City.
- Lindawati, H., & Salamah, I. (2011). Pemanfaatan Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Individual Karyawan. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 14(1), 56–67. <https://doi.org/10.9744/jak.14.1.56-68>

Moleong, L. J. (2018). In L. J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif* (p. 3). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Moreno, F. M., Lafuente, J. G., Carreón, F. Á., & Moreno, S. M. (2017). The Characterization of the Millennials and Their Buying Behavior. *International Journal of Marketing Studies*. <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n5p135>

Nawawi, H. H. (2020). Jurnal Emik, Volume 3 Nomor 2, Desember 2020. *Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa*.

Palopo, C. K., & Ramadhan, F. P. (2021). JEMMA (Jurnal of Economic , Management , and Accounting) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko. *Jurnal of Economic, Management, and Accounting*, 4, 85–95.

Pusparisa, Y. (2020, Oktober 29). *Mana yang Paling Favorit, E-Money atau E-Wallet?* From katadata.co.id: <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/5f97c41b49705/mana-yang-paling-favorit-e-money-atau-e-wallet>

Rachmatunnisa. (2020, Agustus 24). *Dari GoPay sampai Dana, Pemain Lokal Dominasi Pasar Dompet Digital*. From detikInet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5144319/dari-gopay-sampai-dana-pemain-lokal-dominasi-pasar-dompet-digital>

Ramadhan, B. (2020, Februari 19). *Pengguna Dompet Digital di Indonesia Mulai Tidak Terpengaruh Promo*. From teknoia.com: <https://teknoia.com/pengguna-dompet-digital-di-indonesia-mulai-tidak-terpengaruh-promo-cd5821edf144>

Rosmayanti. (2019, Januari 24). *Apa Itu Dompet Digital?* From wartaeconomia.co.id: <https://www.wartaeconomia.co.id/read212834/apa-itu-dompet-digital>

RUMAH, P. (2017, Maret 08). *Siapa itu Generasi Millennial?* From RumahMillennials.com: <https://rumahmillennials.com/siapa-itu-generasi-millenials/#.YF1QE8zY2w>

Setyowati, D. (2019, November 27). *Riset: Kalahkan OVO, GoPay Paling Banyak Digunakan Tahun Ini*. From Katadata.co.id: <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a4c5442912/riset-kalahkan-ovo-gopay-paling-banyak-digunakan-tahun-ini>

SEVIMA, A. (2017, November 06). *Mahasiswa Milenial & Karakter yang Harus Diketahui Pihak Perguruan Tinggi*. From sevima.com: <https://sevima.com/mahasiswa-milenial-karakter-yang-harus-diketahui-pihak-perguruan-tinggi/>

Soto-Acosta, P. (2020). COVID-19 Pandemic: Shifting Digital Transformation to a High-Speed Gear. *Information Systems Management*. <https://doi.org/10.1080/10580530.2020.1814461>

Tineges, R. (2021, Januari 18). *Mengenal Macam Analisis dengan Metode Analisis Data Sekunder*. From dqlab.id: <https://www.dqlab.id/mengenal-macam-analisis-dengan-metode-analisis-data-sekunder#:~:text=Analisis%20data%20sekunder%20adalah%20analisis%20data%20yang%20dilakukan%20terhadap%20data,%2C%20bappenas%2C%20laporan%20bulanan%20perusahaan>