

PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS SILIWANGI MENGENAI PENGUNAAN E-WALLET (*SHOPEE PAY*) SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN NON TUNAI

Ai Yuli Mulyani^{1*}, Selli Rachmawati Sabanni², Alma Nabila³

^{1,2,3} Universitas Siliwangi, Jalan Siliwangi No. 24 Kahuripan Kota Tasikmalaya, Indonesia

E-mail: ¹⁾ 192165001@student.unsil.ac.id, ²⁾ 192165009@student.unsil.ac.id,

³⁾ 192165020@student.unsil.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa Universitas Siliwangi mengenai penggunaan e-wallet (*Shopee Pay*) sebagai alat pembayaran non tunai. Metode penelitian yang digunakan merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data dengan cara survey berupa instrumen kuesioner yang kemudian disebar melalui google form. Simple random sample digunakan sebagai teknik pengambilan sampel sebanyak 35 responden. Adapun indikator yang digunakan untuk melihat persepsi yaitu persepsi kemudahan, persepsi kegunaan atau manfaat, dan yang terakhir persepsi risiko. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan menunjukkan 97,85% mahasiswa setuju bahwa e-wallet (*Shopee Pay*) memberikan banyak kemudahan, persepsi kegunaan atau manfaat menunjukkan 95,23% mahasiswa memberikan manfaat pada kegiatan transaksi, persepsi risiko menunjukkan 68% tanggapan mahasiswa mengenai e-wallet (*Shopee Pay*) beresiko rendah. Dilihat dari minat bertransaksi menunjukkan 92% mahasiswa tertarik untuk bertransaksi melalui e-wallet berupa *Shopee Pay*. Jadi penggunaan e-wallet pada mahasiswa Universitas Siliwangi dipengaruhi oleh ketiga persepsi tersebut.

Kata Kunci: *Shopee Pay*, Persepsi, Mahasiswa

Abstract

This study aims to determine student perceptions of Siliwangi University regarding the use of e-wallet (*Shopee Pay*) as a non-cash payment instrument. The research method used is descriptive qualitative research. The data collection technique is by means of a survey in the form of a questionnaire instrument which is then distributed via google form. Simple random sample was used as a sampling technique of 35 respondents. The indicators used to see the perception are the perception of convenience, the perception of usefulness or benefit, and the last is the perception of risk. This study shows the results that perceived convenience shows 97.85% of students agree that e-wallet (*Shopee Pay*) provides many conveniences, perceptions of usefulness or benefits show 95.23% of students provide benefits in transaction activities, risk perceptions show 68% of student responses regarding e-wallet (*Shopee Pay*) is low risk. Judging from the interest in transactions, it shows that 92% of students are interested in transacting via e-wallet in the form of *Shopee Pay*. Hence, the use of e-wallet in Siliwangi University students is influenced by these three perceptions.

Keywords: *Shopee Pay*, Perceived, College Student

1. PENDAHULUAN

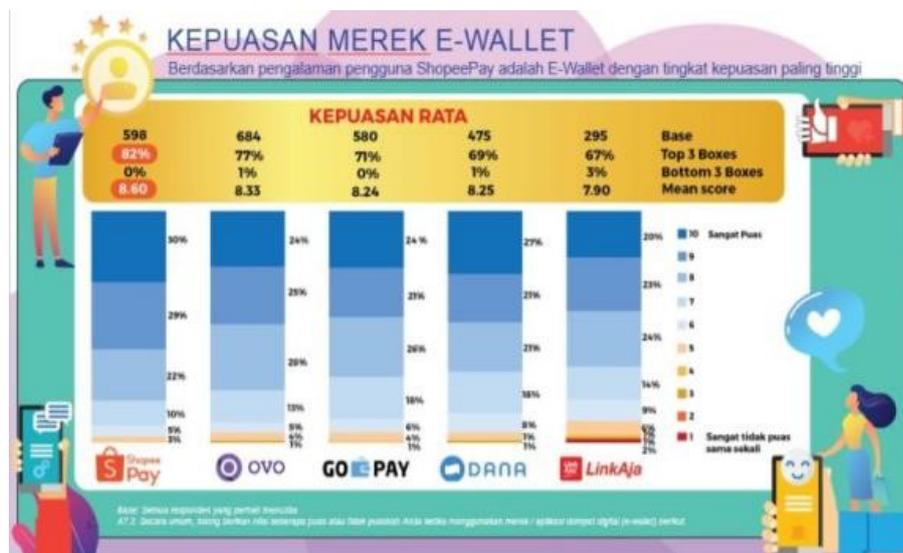
Covid-19 (*Corona Virus Disease*) adalah penyakit berbahaya sehingga dapat menularkan, penyakit tersebut yang berasal dari Negara Wuhan di China yang terjadi sejak Desember 2019 yang lalu. Virus ini kemudian menyebar ke seluruh dunia, pada April 2020 Indonesia ternyata menjadi negara yang mengalami terdampak virus Covid-19 (*Corona Virus Disease*). WHO menyatakan pada bulan Maret 2020 merebaknya Covid-19 (*Corona Virus Disease*) menyatakan sebagai pandemi, karena waktu yang cukup lama dan selanjutnya mempengaruhi semua bagian kehidupan baik secara universal maupun finansial seperti politik, ekonomi, maupun sosial (Gusty et al., 2020).

Aspek ekonomi menjadi salah satu aspek yang terpenting dan paling berpengaruh, terutama setelah pemerintah memberikan kebijakan mengenai Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), serta kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah yaitu dengan bekerja dari rumah atau *Work from Home* (WFH) dan kebijakan Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ). Kebijakan yang diberikan pemerintah tentunya agar dapat meminimalisir penyebaran virus Covid-19 (*Corona Virus Disease*).

Pada masa pandemi ini mempercepat perubahan persepsi pembeli dan perilaku dalam melakukan transaksi dari kegiatan offline menjadi online. Berkembangnya teknologi dan informasi yang semakin canggih membuat setiap individu menggunakan semua layanan yang bersifat digital (Piranda et al., 2022). Mulai dari pemenuhan untuk transportasi, makanan, minuman, kebutuhan sandang, pangan, papan dan yang lainnya dengan menggunakan serba digital. Menurut Fatoni et al. (2020) menyatakan sejak adanya pandemi Covid-19 ini memberikan perubahan terhadap perilaku konsumen di Indonesia yaitu dalam hal konsumen dengan menggunakan e-wallet sebagai alat untuk transaksi.

Sejak adanya pandemi Covid-19 ini sudah mengubah perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi dengan menggunakan *e-wallet* yang biasa disebut dengan dompet digital. Yang digunakan untuk mengurangi risiko tertularnya penyakit Covid-19. Maka dengan itu terdapat pembayaran dengan menggunakan *e-wallet* ini merupakan sebuah peningkatan inovasi dengan semakin canggihnya teknologi dan informasi, dengan itu masyarakat diperkenalkan dengan *e-wallet*. Seiring dengan semakin canggihnya teknologi dan informasi, interaksi antar masyarakat ketika proses transaksi pada saat ini sangat simpel dan juga instan.

E-wallet merupakan sebuah bentuk aplikasi/akun prabayar yang dapat memberikan perlindungan berupa kata sandi, yang dimana penggunaanya dapat melakukan penyimpanan uang, sehingga ketika proses transaksi/pembayaran dapat dilakukan secara digital. *E-wallet* juga dapat dilakukan dengan cara mengunduh pada smartphone yang ada tanpa kita harus membayarnya (Rosmayanti dalam (Haryati, 2021)). Dompet digital *Shopee Pay* telah dilakukan penelitian dikatakan sebagai brand dengan intensitas penggunaan yang tinggi ketika pembayaran yang dilakukan secara online yang sudah sesuai dengan survei pada snapcart. Bukan hanya itu saja, *Shopee Pay* juga saat digunakan sangat praktis, aman dan juga cepat dan juga memberikan berbagai penawaran dan juga keuntungan bagi sang penggunaanya. Adanya pembayaran digital ini dirasa sangat aman dan tentunya sudah memenuhi protokol kesehatan karena akan lebih aman jika dibandingkan pembayaran secara langsung, terlebih lagi disaat kondisi pandemi seperti ini.



(Sumber : www.hipwee.com)

Gambar 1 Data *e-wallet* yang disukai konsumen

Berdasarkan data diatas dapat dikatakan bahwa, *Shopee Pay* merupakan sebagai dompet digital yang dibilang sangat favorit oleh pelanggan di Indonesia yang berguna untuk melakukan pencarian beberapa promosi yang ada. Data diatas menunjukkan bahwa Dana dan LinkAja sangat bersaing ketat pada posisi ketiga dan keempat yang mempunyai persentase sebesar 49% dan 47%. Sedangkan posisi ketiga diduduki oleh Gopay yang memiliki persentase sebesar 71%, selanjutnya untuk posisi kedua diduduki oleh OVO yang memiliki persentase sebesar 77%. Kemudian di posisi pertama yaitu diduduki oleh Shopee Pay yang memiliki persentase sebesar 82%. Dari data diatas bahwa Shopee Pay lebih unggul dibandingkan dengan *e-wallet* yang lain. Karena Shopee Pay menyediakan beberapa fitur diantaranya *paylater*, *cashback*, berbagai promosi, diskon besar-besaran dan yang lainnya.

Dari hasil diatas juga menunjukkan bahwa kebanyakan masyarakat sering menggunakan Shopee Pay sebagai *e-wallet* yang mereka pakai untuk bertransaksi. Karena Shopee Pay merupakan bagian dari brand Shopee yang begitu besar, dan didalamnya juga mereka menawarkan berbagai kemudahan untuk mengakses, dari mulai isi ulang sampai banyak *cashback* yang banyak dan juga berbagai macam promo yang diberikan oleh Shopee kepada penggunaanya seperti adanya vocher gratis ongkir dan vocher yang lainnya.

2. LANDASAN TEORI

2.1. *Electronic Wallet (E-Wallet)*

Electronic Wallet atau yang biasa disebut *e-wallet* merupakan suatu alat pembayaran yang memberikan kemudahan bagi para pengguna untuk melakukan pembayaran non tunai yakni hanya dengan menggunakan *smartphone* yang canggih sehingga dapat mengalihkan penggunaan dompet secara fisik menjadi dompet elektronik (Nugroho, 2016; Prameswari, 2021). *Electronic Wallet* dapat dapat dikatakan sebagai sebuah bagian dari *financial technology (FinTech)* yang dianggap menjadi sebuah alternative alat pembayaran yang digunakan dengan cara memanfaatkan internet. Dimana *electronic wallet* ini dapat

dimanfaatkan untuk kita menyimpan uang ataupun melakukan transaksi pembayaran baik itu secara *online* ataupun *offline* dengan menggunakan *QR Code*.

2.2. Technology Acceptance Model (TAM)

Model TAM merupakan suatu adaptasi dari *Theoretical Reasoning Action*. Model TAM ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang menentukan terhadap penerimaan *technology information*. Model TAM ini merupakan suatu ide (gagasan) yang pertama kali ditemukan oleh Davis (1989). Dimana gagasan dari Davis ini merupakan salah satu model yang tujuan penggunaannya adalah untuk menganalisis faktor apa saja yang dapat berpengaruh terhadap penerimaan dari penggunaan suatu teknologi tertentu.

Model TAM ini mempunyai lima konstuksi atau persepsi dengan dua konstuksi pokok antara lain *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, serta tiga konstuksi yang lainnya adalah *attitude toward using*, *behaviorial intention*, dan *actual use*. Dari kelima konstuksi tersebut diantaranya hanya ada dua konstuksi yakni konstuksi utama yang dijadikan sebagai sebuah faktor yang dapat menentukan terhadap penerimaan dari penggunaan suatu teknologi. Dari kelima konstuksi TAM tersebut diantaranya hanya dua persepsi atau konstuk utama yang menjadi faktor utama penentu dasar penerimaan penggunaan teknologi. Dimana alasan yang dapat dijadikan sebuah tolak ukur dalam penerimaan penggunaan teknologi *electronic wallet (Shopee Pay)* ini adalah persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*).

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

Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dapat diartikan sebagai suatu anggapan khususnya dari para pengguna suatu teknologi bahwa teknologi yang sedang digunakan tersebut sangat mudah digunakan dan tidak menimbulkan beban ketika menggunakannya (Afolo & Dewi, 2022). Ini berarti bahwa apabila suatu aplikasi *electronic wallet* dirasa sangat mudah untuk digunakan maka akan memungkinkan para pengguna tersebut dapat menerima keberadaan teknologi aplikasi tersebut.

Adapun beberapa analisis factor dari elemen-elemen TAM pada konsep *perceived ease of use* antara lain kemudahan dalam mempelajarinya (*easy to learn*), dapat dikontrol (*controllable*), jelas dan juga mudah dipahami (*clear and understandable*), fleksibel (*flexible*), dan mudah untuk menjadikan penggunanya terampil atau mahir (*easy to become skilful*).

2.4. Persepsi Kegunaan atau Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kegunaan merupakan situasi disaat seseorang dapat begitu yakin bahwasannya dengan penggunaan dari suatu teknologi aplikasi yang canggih maka dapat dengan mudah dalam meningkatkan kinerja ketika ia melakukan pekerjaannya (Davis, 1989). *E-wallet* dirasa dapat memberikan banyak manfaat dari pembayaran tunai seperti membayar dengan jumlah nominal yang sesungguhnya maupun dalam hal kecepatan pembayaran untuk menyelesaikan transaksi. Dimana dari persepsi kegunaan serta kemudahan ini sering dijadikan oleh pengguna sebagai acuan dari penentu pemakaian *e-wallet* tersebut.

Selanjutnya ada beberapa faktor analisis dari elemen-elemen TAM yang terdapat pada konsep persepsi kegunaan atau manfaat ini antara lain dapat mempercepat pekerjaan (*work more quickly*), dapat meningkatkan kinerja seseorang dalam bekerja (*improve job*

performance), dapat meningkatkan produktivitas dalam bekerja (*increase productivity*), efektivitas yang tinggi (*effectiveness*), dan dapat memudahkan dalam melakukan pekerjaan (*make job easier*).

2.5. Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Risiko dapat diartikan sebagai sesuatu yang ditimbulkan dari suatu kegiatan tertentu dimana dari kejadian tersebut dapat menimbulkan suatu kerugian. Adapun potensi risiko yang mungkin saja bisa terjadi dalam suatu penggunaan teknologi diantaranya adalah risiko jaringan, risiko komunikasi, atau risiko yang lainnya yang berada di luar kendali dari para penggunanya (Ericaningtyas & Minarso, 2021). Adapun risiko yang terjadi mungkin saja dapat menimbulkan efek negatif dari perilaku para pengguna suatu layanan tersebut. Artinya jika risiko yang dihadapi semakin besar maka akan memungkinkan tingkat kepercayaan dari pengguna semakin rendah.

2.6. Minat Bertransaksi

Minat merupakan suatu penerimaan dari hubungan antar sesuatu baik itu sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang ada di luar diri (Mawardani & Dwijayanti, 2021). Minat juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang timbul sebagai akibat dari suatu rangsangan yang diterima setelah melihat barang/jasa (produk) yang kemudian dari rangsangan tersebut menimbulkan keinginan membeli ataupun memiliki produk. Jadi dari beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan yakni minat bertransaksi adalah suatu keinginan atau situasi di dalam diri dimana seseorang mendapat suatu dorongan eksternal yang menyebabkan munculnya rasa suka terhadap sesuatu sehingga muncul rasa ingin mencoba, menggunakan, bahkan sampai rasa ingin membeli atau memiliki suatu produk.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dimana penelitian kualitatif ini merupakan penelitian yang sangat mendasarkan pada fenomena-fenomena sosial yang terjadi didalam suatu lingkungan. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang memiliki sifat yang deskriptif. Artinya dalam menjalankan sebuah proses penelitian kualitatif lebih mementingkan pada sebuah proses penelitian. Hal ini dikarenakan penelitian kualitatif akan menekankan pada fenomena yang selama proses penelitian itu terjadi (Sugiyono, 2016).

Tujuan dari penelitian kualitatif pada dasarnya bertujuan untuk mencari tahu makna yang dilakukan oleh seseorang hingga memicu perilaku atau tindakan yang terjadi (Wijaya, 2019). Dari pandangan tersebut maka dapat dilihat bahwasanya penelitian kualitatif sangat menekankan keterlibatan peneliti dalam melakukan observasi lapangan guna mendapatkan informasi yang sesuai realita atau kenyataan.

Selain menggunakan pendekatan kualitatif, penulis juga menggunakan metode penelitian berupa metode deskriptif. Metode ini diambil oleh penulis guna menghasilkan penelitian yang naratif yang berisikan data-data yang dideskripsikan. Dengan menggunakan metode ini, peneliti akan mencari berbagai unsur yang terjadi dalam sebuah fenomena yang terjadi. Untuk mendukung penelitian ini, peneliti juga merancang beberapa teknik

pengumpulan data yang dapat dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan pencarian data yang relevan yaitu teknik wawancara, observasi dan studi dokumentasi (Nugrahani, 2014).

Teknik pengumpulan data yang dilakukan yakni berupa pertanyaan dan pernyataan yang dimuat dalam kuesioner yang selanjutnya disebar melalui media internet yakni menggunakan *google form*. Adapun yang menjadi item dan pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah menggunakan pengukuran TAM pada penggunaan *electronic wallet*. Dimana nantinya para responden akan menyatakan apakah setuju atau tidak terhadap pernyataan yang diajukan mengenai persepsi penggunaan *electronic wallet* dalam hal ini *Shopee Pay*. Kemudian jika semua data dirasa telah cukup didapatkan maka langkah selanjutnya adalah menginterpretasikan data tersebut secara deskriptif guna mendapatkan kesimpulan mengenai persepsi mahasiswa Universitas Siliwangi mengenai *e-wallet (Shopee Pay)* sebagai alat pembayaran non tunai.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi mahasiswa Universitas Siliwangi mengenai penggunaan *e-wallet (Shopee Pay)* sebagai alat pembayaran non tunai dapat diukur dengan menggunakan model TAM atau *Technology Accepted Model (TAM)*. Karakteristik responden yang diukur dalam penelitian yaitu berupa jenis kelamin, usia serta jenis *electronic wallet (Shopee Pay)* yang digunakan. Untuk lebih jelasnya diuraikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 1 Data Responden

Responden	Persentase
Laki-laki	11,4%
Perempuan	88,6%

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel 1. menunjukkan bahwa adanya ketidakseimbangan rasio jenis kelamin yang terdapat pada sampel dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 4 orang laki-laki dan 32 orang perempuan.

Tabel 2 Kategori Responden

Kategori	Persentase
Usia 18-21	74,3%
Usia 22-25	25,7%

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel 2. menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden yang mengisi kuesioner pada penelitian ini yaitu berusia 18-21 tahun, sedangkan 25,7% berada pada usia 22-25 tahun. Data yang diperoleh merupakan data yang diambil ketika penelitian tersebut dilakukan yakni pada tahun 2022.

Tabel 3 Pengetahuan tentang *E-wallet*

Kategori	Persentase Ya	Persentase Tidak
Responden yang mengetahui tentang <i>e-wallet</i>	100%	-
Responden yang menggunakan <i>e-wallet</i> (<i>Shopee Pay</i>)	94,3%	5,7%

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel 3. menunjukkan hasil bahwa persepsi mahasiswa universitas siliwangi mengenai penggunaan *Shopee Pay* sebagai alat pembayaran non tunai bahwa 100% mereka mengetahui apa itu *e-wallet*. Tetapi hanya 94,3% mahasiswa universitas siliwangi menggunakan *Shopee Pay* sebagai alat pembayaran non tunai yang mereka lakukan. Dapat dikatakan bahwa mayoritas mahasiswa universitas siliwangi menggunakan *Shopee Pay* sebagai alat pembayaran non tunai.

Tabel 4 Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Keterangan	Persentase Ya	Persentase Tidak
Responden yang merasa <i>Shopee Pay</i> sangat mudah untuk digunakan dan diakses	100%	-
<i>Shopee Pay</i> mudah dimengerti	100%	-
Responden yang merasa <i>Shopee Pay</i> sangat mudah digunakan untuk berbelanja dan pembayaran secara <i>online</i>	97,1%	2,9%
Responden yang merasa mudah bertransaksi dimana saja dengan menggunakan <i>Shopee Pay</i>	94,3%	5,7%

Sumber : Data diolah, 2022

Pada tabel 4. tentang persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dalam penggunaan *electronic wallet* (*Shopee Pay*) menunjukkan bahwa 100% *Shopee Pay* sangat mudah digunakan serta mudah diakses kapanpun. Kemudian *Shopee Pay* juga memberikan kemudahan bagi penggunaanya karena mudah dimengerti sekalipun bagi para pengguna baru, dimana dari hasil yang diperoleh seluruh responden setuju bahwa *Shopee Pay* memberi kemudahan bagi pengguna karena mudah dimengerti. Selain itu sebanyak 97,1% responden juga menyatakan bahwa *Shopee Pay* sangat mudah digunakan untuk berbelanja dan pembayaran secara *online*. Dan sebanyak 94,3% responden menyatakan dengan menggunakan *Shopee Pay* memberi kemudahan untuk melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun sehingga *Shopee Pay* ini cocok untuk digunakan sebagai alat transaksi *online* sehari-hari. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Pratama & Saputra (2019) yang menyatakan bahwa pengguna *e-wallet* dapat melakukan aktivitas pembayaran maupun transaksi kapanpun dan dimanapun dengan mudah.

Dengan adanya kemudahan yang diberikan dari suatu penggunaan *e-wallet* (*Shopee Pay*) maka hal ini dapat mendorong penggunaanya untuk terus menggunakan *e-wallet* tersebut. Rizki Budi Ericaningtyas dan Bambang Minarso (2021) dalam penelitiannya

menyatakan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) memiliki pengaruh yang positif terhadap penggunaan *electronic wallet* (Ericaningtyas & Minarso, 2021). Dimana jika persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan *e-wallet* semakin tinggi, maka menyebabkan semakin tinggi pula penggunaan *e-wallet* tersebut.

Tabel 5 Persepsi Kegunaan atau Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Keterangan	Persentase Ya	Persentase Tidak
Responden yang merasa <i>Shopee Pay</i> sangat berguna untuk melakukan belanja secara <i>online</i> ataupun dalam hal pembayaran	100%	-
Responden yang merasa menggunakan <i>Shopee Pay</i> dapat meningkatkan kegiatan saya dalam berbelanja <i>online</i> ataupun dalam hal pembayaran	88,6%	11,4%
Responden yang merasa menggunakan <i>Shopee Pay</i> dapat meningkatkan efektivitas kegiatan mencari dan membeli barang secara <i>online</i> dan pembayaran pada saat membeli barang	97,1%	2,9%

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel 5 menunjukkan terdapat persepsi kegunaan atau manfaat (*perceived usefulness*) dari penggunaan *e-wallet (Shopee Pay)* dengan rincian seluruh responden menyatakan bahwa *Shopee Pay* sangat berguna untuk melakukan belanja secara *online* ataupun dalam hal pembayaran. Selanjutnya manfaat atau kegunaan dari penggunaan *e-wallet (Shopee Pay)* lainnya adalah sebanyak 88,6% responden menyatakan bahwa dengan menggunakan *Shopee Pay* dapat meningkatkan kegiatan dalam berbelanja *online* ataupun dalam hal pembayaran. Selain itu sebesar 97,1% responden setuju bahwa dengan menggunakan *Shopee Pay* dapat meningkatkan efektivitas kegiatan mencari dan membeli barang secara *online* dan pembayaran pada saat membeli barang.

Hal tersebut sejalan dengan pengertian persepsi manfaat itu sendiri, dimana Davis (1989) menyatakan bahwa persepsi manfaat merupakan suatu ukuran dimana pengguna dari suatu teknologi yakin bahwasannya kinerja mereka akan meningkat ketika menggunakan teknologi atau sistem tersebut. Persepsi manfaat yang diterima para pengguna *e-wallet (Shopee Pay)* dalam hal ini mahasiswa Universitas Siliwangi ini sejalan dengan penelitian Farahdiba (2019) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat pengguna dalam menggunakan *electronic wallet* sebagai alat transaksi.

Tabel 6 Persepsi Risiko (*Perceived Risk*)

Keterangan	Persentase Ya	Persentase Tidak
Responden yang merasa dalam penggunaan <i>e-wallet (Shopee Pay)</i> terdapat risiko yang besar	37,1%	62,9%

Responden yang begitu khawatir ketika diminta data privasi oleh <i>Shopee Pay</i>	42,9%	57,1%
Responden yang merasa transaksi dengan menggunakan <i>e-wallet (Shopee Pay)</i> tidak aman	5,7%	94,3%
Responden yang merasa khawatir apabila saldo <i>e-wallet Shopee Pay</i> berkurang tanpa sebab	40%	60%
Responden yang merasa minat penggunaan <i>e-wallet (Shopee Pay)</i> sangat dipengaruhi oleh persepsi risiko	65,7%	34,3%

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 6. menunjukkan hasil sebesar 62,9% responden merasa dalam penggunaan *e-wallet* terutama *Shopee Pay* tidak terdapat risiko yang begitu besar. Terdapat 57, 1% responden tidak khawatir dengan data privasi yang diminta oleh *Shopee Pay*. Terdapat 94,3% responden merasa aman ketika bertransaksi menggunakan *e-wallet* berupa *Shopee Pay*. 60% responden tidak merasa khawatir sald *e-wallet Shopee Pay* berkurang tanpa sebab. Sedangkan terdapat 65,7% responden yang menyatakan minat penggunaan *e-wallet* terutama *Shopee Pay* dipengaruhi oleh persepsi risiko.

Dalam penelitian Ramadhan (2016) didapatkan hasil bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan e-money, sedangkan Priambodo & Prabawani (2016) persepsi risiko memiliki sifat negatif, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pengguna untuk menggunakan layanan uang elektronik. Begitupun hasil penelitian yang dilakukan oleh Yogananda Dirgantara (2017) dimana minat penggunaan *e-wallet* (uang elektronik) memiliki pengaruh yang negatif terhadap persepsi risiko.

Tabel 7 Minat Bertransaksi

Kategori	Persentase Ya	Persentase Tidak
Responden yang tertarik menggunakan <i>e-wallet</i> berupa <i>Shopee Pay</i>	100%	0
Responden yang memilih menggunakan <i>e-wallet</i> berupa <i>Shopee Pay</i> untuk pembayaran transaksi	85,7%	14,3%
Responden yang menggunakan <i>e-wallet</i> berupa <i>Shopee Pay</i> karena dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari	91,4%	8,6%
Responden yang menggunakan <i>e-wallet</i> berupa <i>Shopee Pay</i> karena banyak promo yang ditawarkan	88,6%	11,4%
Responden yang menggunakan <i>e-wallet</i> berupa <i>Shopee Pay</i> sebagai pendorong untuk bertransaksi secara non tunai	94,3%	5,7%

Sumber: Data diolah 2022

Tabel 7. menunjukkan sebanyak 100% tertarik menggunakan *e-wallet* berupa *Shopee Pay*. 85,7% responden memilih menggunakan *e-wallet* berupa *Shopee Pay* untuk pembayaran transaksi. 91,4% responden menggunakan *e-wallet* berupa *Shopee Pay* karena

dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. 88,6% responden menggunakan *e-wallet* berupa *Shopee Pay* karena banyak promo yang ditawarkan. Dan juga terdapat 94,3% responden yang menggunakan *e-wallet* berupa *Shopee Pay* sebagai pendorong untuk bertransaksi secara non tunai.

Penelitian ini sejalan dengan Fitri dan Dwijayanti (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif simultan dari persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan *Shopee Pay*. Tingginya minat penggunaan *Shopee Pay* ini dipengaruhi oleh adanya persepsi kemudahan dalam penggunaannya dan adanya bentuk promosi berupa *cashback* yang diberikan pada aplikasi Shopee. Pada penelitian yang dilakukan Prameswari (2021) didapatkan hasil bahwa timbulnya persepsi kemudahan, keamanan, pemberian promo, fitur yang mendukung, serta promosi terhadap minat penggunaan *electronic wallet* pada mahasiswa berpengaruh positif signifikan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai persepsi mahasiswa Universitas Siliwangi mengenai penggunaan *e-wallet (Shopee Pay)* sebagai alat pembayaran non tunai dapat disimpulkan bahwa dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat maka secara tidak langsung menyebabkan perubahan pada transaksi dari tunai menjadi non tunai. Hasil penelitian yang dilakukan pada perilaku penggunaan *Shopee Pay* mahasiswa Universitas Siliwangi, dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan menunjukkan 97,85% mahasiswa Universitas Siliwangi memberikan tanggapan bahwa *Shopee Pay* memberikan banyak kemudahan, persepsi kegunaan atau manfaat menunjukkan 95,23% mahasiswa Universitas Siliwangi memberikan manfaat atau kegunaan pada kegiatan transaksi, persepsi risiko menunjukkan 68% mahasiswa Universitas Siliwangi menyetujui bahwa *Shopee Pay* memiliki tingkat risiko rendah. Dan dilihat dari minat bertransaksi menunjukkan 92% mahasiswa Universitas Siliwangi tertarik untuk melakukan transaksi melalui *e-wallet* berupa *Shopee Pay*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afola, 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.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Ericaningtyas, R. B., & Minarso, B. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Minat Penggunaan Sistem Pembayaran E-Wallet Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang). *JAKA (Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Auditing)*, 2(2).
- Farahdiba, E. S. (2019). *Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Pengguna E-wallet (Electronic Wallet) sebagai Alat Transaksi terhadap Mahasiswa di Yogyakarta* [Skripsi]. Universitas Islam Indonesia.

- Fatoni, S. N., Susilawati, C., Yulianti, L., & Iskandar, I. (2020). *Dampak Covid-19 terhadap perilaku konsumen dalam penggunaan e-wallet di Indonesia* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Gunung Djati.
- Gusty, S., Nurmiati, N., Muliana, M., Sulaiman, O. K., Ginantra, N. L. W. S. R., Manuhutu, M. A., Sudarso, A., Leuwol, N. V., Apriza, A., & Sahabuddin, A. A. (2020). *Belajar Mandiri: Pembelajaran Daring di Tengah Pandemi Covid-19*. Yayasan Kita Menulis.
- Haryati, D. (2021). Fenomena Cashless Society pada Generasi Milenial dalam Menghadapi Covid-19. In *transfer* (Vol. 3, Issue 1).
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463.
- Nugrahani, F. (2014). Metode penelitian kualitatif. In *Solo: Cakra Books* (Vol. 1, Issue 1).
- Nugroho, A. (2016). *Regulasi Terkait Pembayaran Elektronik di Indonesia*. Universitas Mercu Buana.
- Piranda, D. R., Sinaga, D. Z., & Putri, E. E. (2022). Online Marketing Strategy In Facebook Marketplace As A Digital Marketing Tool. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business (JHSSB)*, 1(3), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.55047/jhssb.v1i2.123>
- Prameswari, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet (Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU Medan). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 126–139.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Ramadhan, A. F. (2016). Persepsi Mahasiswa dalam Menggunakan e-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Wijaya, H. (2019). Metode-Metode Penelitian Dalam Penulisan Jurnal Ilmiah Elektronik. *Strategi Menulis Jurnal Untuk Ilmu Teologi*, 23–42.
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan persepsi risiko terhadap minat untuk menggunakan instrumen uang elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 116–122.

**PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS SILIWANGI MENGENAI PENGGUNAAN E-WALLET
(SHOPEE PAY) SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN NON TUNAI**

Ai Yuli Mulyani, Selli Rachmawati Sabanni, Alma Nabila
