

ANALISIS KARAKTERISTIK PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL GOPAY SEBAGAI UANG ELEKTRONIK PADA GENERASI Z KOTA TANGERANG

Andres Dharma Nurhalim

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wiyatamandala
andres@wym.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis karakteristik pengguna Gopay pada generasi Z yang berada di Kota Tangerang. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif deskriptif. Responden dalam penelitian ini sebanyak 170 responden dengan kriteria Generasi Z dan pengguna aktif aplikasi gopay. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pengguna gopay pada Generasi Z yang berada di kota Tangerang yaitu memiliki rentang usia 19-22 tahun, dominan berjenis kelamin perempuan dan mahasiswa regular Perguruan Tinggi. Memiliki rata-rata pendapatan < Rp 1.000.000 per bulan. Frekuensi transaksi gopay sekitar 1-5 kali dalam sebulan, dan rata-rata jumlah pengeluaran transaksi kurang dari Rp 500.000/bulan.

Kata kunci: Karakteristik, Gopay, Dompot Digital, Generasi Z Kota Tangerang

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the characteristics of Gopay users in generation Z in Tangerang City. The research was conducted using descriptive quantitative methods. The respondents in this study were 170 respondents with the criteria of Generation Z and active users of the Gopay application. The research results show that the characteristics of Gopay users in Generation Z in the city of Tangerang are in the age range of 19-22 years, predominantly female and regular university students. Have an average income < IDR 1,000,000 per month. The frequency of Gopay transactions is around 1-5 times a month, and the average transaction amount is less than IDR 500,000/month.

Keywords: *Characteristics, Gopay, Digital Wallet, Generation Z, Tangerang City*

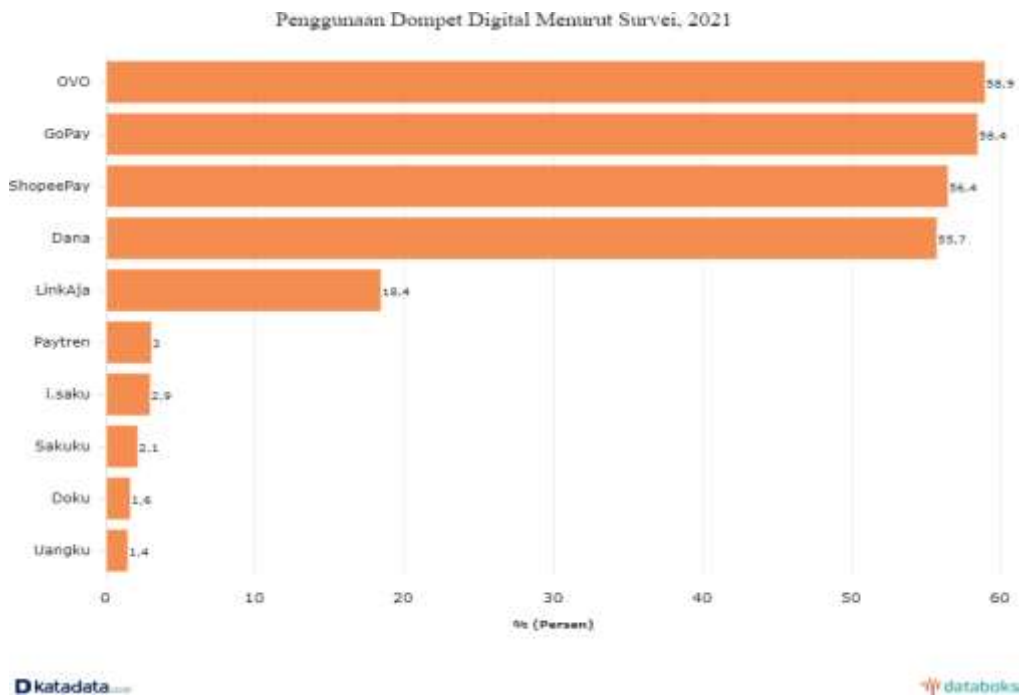
PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi di Indonesia telah mempengaruhi berbagai macam aspek dalam kehidupan masyarakat termasuk di bidang ekonomi. Teknologi informasi sudah menjadi bagian penting dari proses kegiatan bisnis yang dilakukan oleh berbagai organisasi yang ada. Teknologi informasi dalam bidang

investasi yang terus bertumbuh pesat, mengakibatkan penerimaan teknologi akan diimplementasikan menjadi suatu hal yang sangat dikritisi oleh penerima sistem informasi dan praktisi. Terciptanya tren tidak terlepas dari akibat meluasnya jaringan komunikasi dan perkembangan teknologi, terutama berkembangnya internet yang semakin maju berhasil merubah pola hidup salah satunya sistem pembayaran transaksi ekonomi di masyarakat. (Budiastuti & Muid, 2020). Sistem pembayaran memegang peranan penting dalam perekonomian suatu Negara. Dengan berjalannya sistem pembayaran yang lancar maka perekonomian Negara tersebut akan lancar. Keefisienan dari sistem pembayaran dapat diukur dari kemampuan menciptakan biaya yang seminimal mungkin untuk mendapatkan sesuatu dari kegiatan ekonomi. Pada umumnya masyarakat khususnya di Indonesia menggunakan uang kartal sebagai alat pembayaran untuk membeli barang atau jasa. Namun dewasa ini, kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran secara bertahap mampu menggeser uang tunai sebagai alat pembayaran kedalam bentuk pembayaran non-tunai yang lebih mudah, efektif, efisien dan aman agar dapat mengurangi penggunaan kertas dengan menggunakan sistem pembayaran secara digital yaitu secara elektronik atau *e-money*. (Liliani, 2020). Generasi Z yang lahir antara tahun 1996 sampai 2010, dikenal sebagai generasi yang sering berinteraksi dengan dunia digital (Purnomo et al., 2019), tentunya tidak asing dengan penggunaan *financial technology*. *Financial technology* merupakan inovasi teknologi yang yang dikembangkan dalam bidang finansial sehingga transaksi keuangan bisa dilakukan dengan praktis, mudah, dan efektif. Pengetahuan generasi Z terhadap *financial technology* meliputi penggunaan dan kebermanfaatan *financial technology* sebagai teknologi keuangan digital yang lebih praktis, hemat biaya dan memberikan banyak keuntungan dengan adanya berbagai promo. Generasi Z memiliki pandangan positif terhadap *financial technology* serta minat untuk terus menggunakan layanan *financial technology* sebagai kebutuhan keuangan mereka (Pratiwi, 2021). *Financial technology* yang semakin diminati oleh masyarakat yaitu *digital payment system*. Jenis ini kian berkembang terutama setelah banyak *e-commerce* yang digunakan masyarakat. Banyak sekali *e-commerce* yang bekerja sama dengan perusahaan *financial technology* lain

ataupun membentuk *digital payment system* sendiri. *E-commerce* yang memanfaatkan *digital payment system* sebagai metode pembayarannya yaitu dengan nama aplikasi Gopay. Gopay pada saat ini tidak hanya dilakukan untuk metode pembayaran pada saat belanja online di tokopedia saja, tetapi juga dapat digunakan untuk transaksi keperluan lain sebagai dompet digital. Gopay menjadi salah satu gaya hidup baru dikalangan masyarakat pengguna gojek, karena dapat mempermudah aktivitas transaksi pembelian maupun pembayaran pada masyarakat pengguna Gojek serta lebih mendapat keuntungan karena ada penawaran menarik khusus pengguna Gopay, dimana penawaran tersebut menjadi sebuah benefit bagi masyarakat pengguna Gopay (Khairunnisa, 2022). Survey yang dilakukan oleh DailySocial pada tahun 2021 yang melibatkan 1.500 responden, menunjukkan bahwa Gopay menduduki posisi kedua sebagai dompet digital paling banyak digunakan oleh masyarakat dengan persentase 58,4% responden. Sedangkan posisi pertama dan kedua diduduki oleh OVO (58,9% responden) dan Shopeepay (58,4% responden) (Pahlevi, 2022).

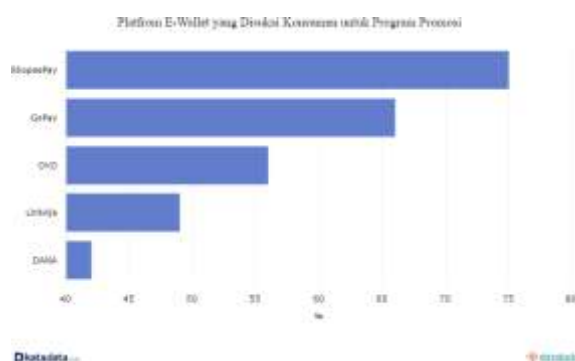
Gambar 1. Penggunaan Dompet Digital Tahun 2021



Sumber: Pahlevi (2022)

Namun berdasarkan survey mengenai *platform e-wallet* yang paling disukai konsumen untuk program promosi, Gopay menduduki peringkat kedua yaitu 65% responden. Sedangkan Shopeepay sekitar 75% responden, dan OVO hanya 56% (Annur, 2021).

Gambar 2. Platform E-Wallet yang Disukai Konsumen untuk Program Promosi



Sumber: Annur (2021)

Meskipun unggulnya Gopay berada di peringkat kedua dalam program promosi, dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mendapatkan konsumen lebih banyak agar pendapatan perusahaan dapat maksimal. Maka dari itu dibutuhkan strategi khusus untuk mencapai tujuan tersebut. Diantaranya dengan mengetahui karakteristik pengguna Gopay sebagai dompet digital, terutama pada kalangan Generasi Z saat ini. Harapannya, dengan mengetahui karakteristik tersebut, perusahaan dapat menentukan konsumen potensial untuk kegiatan promosinya, sehingga tujuan perusahaan tercapai.

TELAAH LITERATUR

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen mengacu pada serangkaian tindakan fisik dan psikologis yang dilakukan oleh individu dalam proses memilih, membeli, menggunakan, dan membuang produk atau jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler, 2012). Perilaku konsumen melibatkan tindakan nyata yang

dibentuk oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang berkontribusi pada evaluasi, pemilihan, perolehan, dan penggunaan barang dan jasa yang diinginkan. Ini adalah proses yang dinamis, dipengaruhi oleh interaksi antara emosional dan kognisi, dengan perilaku konsumen yang terus berkembang dan berubah seiring berjalannya waktu (Setiadi, 2010). Perilaku konsumen melibatkan serangkaian tindakan yang meliputi eksplorasi, pembelian, penggunaan, evaluasi, dan konsumsi produk, layanan, dan ide, dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka (Schiffman & Kanuk, 2015). Dengan pemahaman ini, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen melibatkan tindakan nyata yang dipengaruhi oleh banyak faktor internal dan eksternal, yang pada akhirnya mendorong evaluasi, pemilihan, akuisisi, dan pemanfaatan barang dan jasa yang diinginkan.

Electric Money

Bank for International Settlement (BIS, 1996) Mendefinisikan *e-money* sebagai produk *stored-value* atau prepaid card dimana sejumlah nilai uang (*monetary value*) disimpan secara elektronik dalam suatu peralatan elektronik. Nilai elektronik dapat diperoleh dengan menyetorkan sejumlah uang tunai atau dengan penempatan rekeningnya di Bank untuk kemudian disimpan dalam peralatan elektronik yang dimiliki. Dengan peralatan tersebut pemiliknya dapat melakukan pembayaran dimana nilainya akan berkurang pada saat digunakan untuk melakukan pembayaran atau bertambah jika menerima pembayaran atau pada saat pengisian kembali, Definisi *e-money* lebih difokuskan pada suatu jenis *prepaid card* yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan pembayaran (*multi purpose*) bukan pada suatu *single prepaid card* yang hanya dapat digunakan untuk keperluan tertentu seperti kartu telepon sebagaimana yang berlaku di Indonesia

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian dilakukan pada 170 responden yang lahir pada tahun 1996 – 2010 atau yang biasa disebut dengan Generasi Z dan pengguna aktif aplikasi Gopay, serta bersedia mengisi kuesioner. Dalam penelitian ini responden merupakan pengguna layanan fitur

Gopay minimal 3x selama 1 tahun dan memahami bagaimana cara pembayaran metode e-money melalui Gopay. Pengambilan data primer dilakukan secara online melalui aplikasi *google form*. Data terkait karakteristik pengguna Gopay pada Generasi Z ini akan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 26 dan disajikan dalam bentuk tabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis statistik pada 170 responden, didapatkan hasil bahwa karakteristik pengguna Gopay sebagai dompet digital pada Generasi Z kota Tangerang sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Pengguna ShopeePay Pada Generasi Z

Karakteristik	Jumlah (n) = 170	
	Frekuensi	%
1. Berdasarkan Tahun Kelahiran		
Tahun 1996	1	1,2
Tahun 1997	2	0,6
Tahun 1998	8	3,6
Tahun 1999	10	4,2
Tahun 2000	21	11,4
Tahun 2001	31	19,9
Tahun 2002	42	30,1
Tahun 2003	52	28,9
≤ Tahun 2004	3	0
2. Berdasarkan Jenis Kelamin		
Perempuan	116	68,3
Laki-Laki	54	31,7
3. Berdasarkan Status Pekerjaan		
Sudah Bekerja	45	26,5
Mahasiswa	125	73,5
4. Berdasarkan Pendapatan		
> Rp 4.000.000	35	21,0
Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	23	13,5
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	31	18,2
< Rp 1.000.000	81	47,3
5. Berdasarkan Frekuensi Transaksi (dalam sebulan)		
1 – 5 Kali	137	80,5
6 – 10 Kali	19	11,1
> 10 Kali	14	8,4

6. Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Transaksi (dalam sebulan)

> Rp 2.000.000	5	3,0
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	16	10,0
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	40	23,0
< Rp 500.000	109	64,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan Tahun Kelahiran

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden mayoritas lahir pada tahun 2002, yaitu sebanyak 42 responden (30,1%), kemudian disusul oleh tahun kelahiran 2003 sebanyak 52 responden (28,9%), tahun 2001 sebanyak 31 responden (19,9%), tahun 2000 sebanyak 21 responden (11,4%).

Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1 menunjukkan bahwa berdasarkan jenis kelamin, lebih dari tiga perempat responden yaitu perempuan (68,3%), sedangkan seperempat sisanya berjenis kelamin laki-laki (31,7%).

Berdasarkan Status Pekerjaan

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar status responden yaitu mahasiswa sebanyak 125 responden (73,5%), sedangkan yang sudah memiliki pekerjaan hanya 45 responden (26,5%).

Berdasarkan Pendapatan

Tabel 1 menunjukkan bahwa pendapatan terbesar berada dikisaran < Rp 1.000.000, yaitu sebanyak 81 responden (47,3%), kemudian pendapatan berkisar > Rp 4.000.000 sebanyak 35 responden (21,0%), pendapatan berkisar antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 31 responden (18,2%), dan pendapatan berkisar antara Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000 sebanyak 23 responden (13,5%).

Berdasarkan Frekuensi Transaksi

Tabel 1 menunjukkan bahwa frekuensi terbanyak melakukan transaksi dalam

satu bulan yaitu berkisar antara 1 – 5 kali sebanyak 137 responden (80,5%), frekuensi transaksi antara 6 – 10 kali dalam sebulan sebanyak 19 responden (11,1%), dan frekuensi transaksi > 10 kali sebanyak 14 responden (8,4%).

Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Transaksi

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah pengeluaran pada transaksi dalam sebulan rata-rata terbanyak dikisaran < Rp 500.000 yaitu sebanyak 109 responden (64%), kisaran antara Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 40 responden (23%), kisaran antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 16 responden (10%), dan kisaran > Rp 2.000.000 sebanyak 5 responden (3,0%).

Berdasarkan dari hasil penelitian pada Tabel 1, usia paling potensial sebagai pengguna dompet digital Gopay pada Generasi Z yaitu mahasiswa yang saat ini berkisar pada rentang usia 19 – 22 tahun atau mahasiswa kelahiran 2000 – 2003. Menurut Purnomo et al (2019), hal ini dikarenakan Generasi Z dibesarkan pada masa internet dan media sosial telah berkembang dengan pesat, sehingga menyebabkan Generasi Z mendapatkan stereotip sebagai pecandu teknologi. Jadi, tidak heran jika Generasi Z pada rentang usia tersebut lihai dalam menggunakan sesuatu yang bernuansa digital dan sangat potensial apabila dilakukan prospek sebagai pengguna *e-wallet*, khususnya Gopay. Dilihat dari jenis kelamin responden, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa mahasiswa perempuan lebih banyak menggunakan *e-wallet* Gopay dibandingkan mahasiswa laki-laki. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil studi yang dilakukan Dhia (2021) dan Safarudin et al (2020). Dalam hal berbelanja, perempuan dinilai lebih dominan dibandingkan laki-laki. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alimudin et al (2020) mengatakan bahwa kegiatan belanja saat ini tidak lagi sekedar untuk mencari barang yang dibutuhkan, tetapi juga sebagai hiburan atau untuk menghilangkan rasa bosan. *Fashion* dan *shopping lifestyle* yang dipandang sebagai simbol identitas diri dianggap mampu mengekspresikan diri masyarakat, apalagi pada kalangan mahasiswa. Sehingga pengguna Gopay pada Generasi Z lebih dominan dilakukan oleh mahasiswi. Pengguna dompet digital Gopay dalam penelitian ini didominasi oleh para mahasiswa atau

Generasi Z yang sedang menjalani pendidikan tinggi di Perguruan Tinggi. Hasil ini tidak jauh berbeda dengan hasil riset Diva et al (2020) dan Safarudin et al (2020), dimana pekerjaan responden terbanyak yaitu mahasiswa, dibandingkan responden yang sudah bekerja sebagai karyawan swasta, wiraswasta, PNS, dan lainnya. Menurut Purnomo et al (2019), saat ini Generasi Z sudah menjalani pendidikan tinggi dan sebagian telah menyelesaikan dan memasuki dunia kerja, sehingga Generasi Z dinilai sudah dapat menentukan pilihan yang dapat memudahkan kehidupannya sehari-hari, seperti penggunaan Gopay dalam kegiatan bertransaksi. Berdasarkan pendapatan, mahasiswa Generasi Z dengan pendapatan < Rp 1.000.000 per bulan lebih dominan sebagai pengguna ShopeePay dibandingkan mahasiswa yang memiliki pendapatan yang lebih besar. Ternyata, penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Safarudin et al (2020), dimana pendapatan per bulan responden didominasi dengan pendapatan lebih rendah, yaitu kurang dari 2 juta rupiah. Adanya fakta ini meyakinkan bahwa dompet digital Gopay berguna bagi mahasiswa, walaupun dengan pendapatan yang rendah. Karena apabila menggunakan ShopeePay adanya persepsi kemudahan dalam penggunaan aplikasi, tersedia berbagai promo menarik dan adanya pengaruh dari lingkungan sosial untuk menggunakan *e-wallet* (Pramesti, 2021). Frekuensi transaksi Gopay pada mahasiswa Generasi Z sekitar 1-5 kali dalam sebulan, dan rata-rata jumlah pengeluaran transaksi per bulan sebesar kurang dari Rp 500.000. Hasil ini didukung oleh studi Dhia (2021), dimana intensitas responden dalam menggunakan platform *e-wallet* untuk bertransaksi dalam waktu satu bulan dilakukan sekitar 5 kali dengan total belanja dalam satu bulan antara Rp 100.000 sampai Rp 500.000. Total belanja yang dikeluarkan sebanding dengan status responden sebagai mahasiswa yang belum memiliki pendapatan tetap.

SIMPULAN

Dari hasil analisis deskriptif dan pembahasan pada penelitian ini, bahwa karakteristik pengguna Gopay sebagai dompet digital pada Generasi Z sebagai berikut:

1. Rentang usia 19 – 22 atau kelahiran 2000 – 2003

2. Pengguna Gopay pada Generasi Z lebih dominan dilakukan oleh mahasiswa berjenis kelamin perempuan
3. Memiliki rata-rata pendapatan < Rp 1.000.000 per bulan
4. Frekuensi transaksi Gopay sekitar 1-5 kali dalam sebulan, dan rata-rata jumlah pengeluaran transaksi kurang dari Rp 500.000/bulan

Berdasarkan kesimpulan penelitian, berikut beberapa saran yang dapat diberikan,

yaitu:

1. Bagi perusahaan Gojek, khususnya aplikasi Gopay sebaiknya dapat memperhatikan karakteristik potensial pengguna Gopay, terutama pada Generasi Z sebagai sasaran kegiatan promosi. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan.
2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan karakteristik lain atau bahkan menambahkan variabel lain agar penelitian terkait Gopay pada Generasi Z terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimudin, W., Rachma, N., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Produk Fashion Shopee. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 9(10), 1–14. www.fe.unisma.ac.id
- Annur, C. M. (2021, September 6). ShopeePay Jadi E-Wallet Paling Favorit Konsumen untuk Kejar Promo. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/06/shopeepay-jadi-e-wallet-paling-favorit-konsumen-untuk-kejar-promo>
- Budiastuti, P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9(4), 1–10. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Dhia, A. W. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Melanjutkan Penggunaan E-Wallet. In *Universitas Islam Indonesia*. Universitas Islam Indonesia.
- Diva, N., Rembulan, R., & Firmansyah, E. A. (2020). Perilaku Konsumen Muslim Generasi- Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. *Valid Jurnal*

Ilmiah, 17(2), 111–128.

- Khairunnisa, N. (2022). Persepsi Mengenai Metode Pembayaran E-Wallet Shopeepay Pada Masyarakat Kota Bandung. Universitas Pasundan.
- Kotler, P. 2012. Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- Liliani, Priska.2020. Analisis Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie. *Jurnal Bina Manajemen*. Vol 8 hal 18-48
- Pahlevi, R. (2022). Survei DailySocial: OVO Jadi Dompot Digital Paling Banyak Dipakai Masyarakat. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/12/survei-dailysocial-ovo-jadi-dompot-digital-paling-banyak-dipakai-masyarakat>
- Pramesti, A. A. A. G. L. S. (2021). *Determinan Minat Penggunaan E-wallet pada Generasi Milenial dan Generasi Z Provinsi Bali di Era Pandemi Covid-19*. Universitas Pendidikan Ganesha.
- Pratiwi, D. A. (2021). *Persepsi generasi Z terhadap Fintech (financial technology) di Cikampak Tengah Kecamatan Torgamba*. IAIN Padangsidimpuan.
- Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., Septianto, A., Daryanti, M. D., & Firdaus, M. (2019). *Generasi Z sebagai Generasi Wirausaha*. <https://doi.org/10.31227/OSF.IO/4M7KZ>
- Rahma, H. N., Hanum, D. R., Noviyanti, A. V., & Kustiningsih, N. (2021). *Penggunaan Electronic Payment Sebagai Solusi Pembayaran Pada Umkm Serendipity Snack Ditengah Pandemi Covid-19*. 4(2), 76–84.
- Safarudin, A., Kusdiby, L., & Senalajari, W. (2020). Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan Financial Technology E-wallet. *Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1073–1078.
- Schiffman & Kanuk, 2015. *Consumer Behavior*. 11th Edition. Global Edition.
- Setiadi, J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.