

ANALISIS KARAKTERISTIK PENGGUNA SHOPEEPAY SEBAGAI DOMPET DIGITAL PADA GENERASI Z

¹Syifa Pramudita Faddila

²Uus Mohammad Darul Fadli

³Robby Fauji

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Buana Perjuangan Karawang

syifa.pramudita@ubpkarawang.ac.id¹, uus.fadli@ubpkarawang.ac.id²,

robby.fauji@ubpkarawang.ac.id³

ABSTRAK

Ketatnya persaingan dompet digital memacu ShopeePay untuk terus berkembang dengan memaksimalkan program promosi, diantaranya dengan mengetahui karakteristik pengguna ShopeePay sebagai dompet digital pada Generasi Z. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif deskriptif. Responden dalam penelitian ini sebanyak 166 mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan (UBP) Karawang angkatan 2019 – 2021 dengan kriteria Generasi Z dan pengguna aktif aplikasi ShopeePay. Hasil analisis didapatkan karakteristik pengguna ShopeePay pada Generasi Z 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 ShopeePay sekitar 1-5 kali dalam sebulan, dan rata-rata jumlah pengeluaran transaksi kurang dari Rp 500.000/bulan.

Kata kunci: Karakteristik, ShopeePay, Dompet Digital, Generasi Z

ABSTRACT

The tight competition for digital wallets has spurred ShopeePay to continue to grow by maximizing promotional programs, including by knowing the characteristics of ShopeePay users as digital wallets in Generation Z. The research was conducted using descriptive quantitative methods. Respondents in this study were 166 students of the Management Study Program at the University of Buana Perjuangan (UBP) Karawang class of 2019-2021 with the criteria of Generation Z and active users of the ShopeePay application. The results of the analysis show that the characteristics of ShopeePay users in Generation Z are 19-22 years old, predominantly female and regular college students. Have an average income < IDR 1,000,000 per month. ShopeePay transaction frequency is around 1-5 times a month, and the average transaction spend is less than IDR 500,000/month.

Keywords: Characteristics, ShopeePay, E-Wallet, Generation Z

PENDAHULUAN

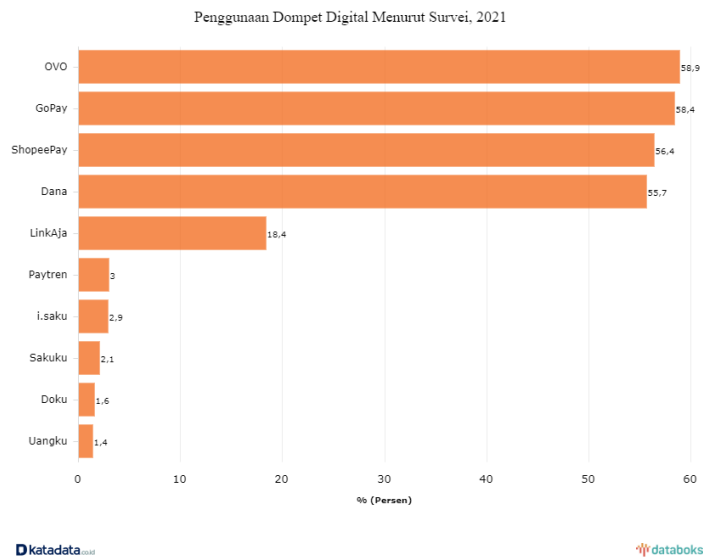
Ilmu pengetahuan yang terus berkembang dari masa ke masa, sangat relevan dengan perubahan dunia teknologi yang perkembangannya semakin masif. Dampak perubahan

teknologi yang paling nyata baru-baru ini yaitu meningkatnya penggunaan uang elektronik atau dompet digital di kalangan masyarakat sebagai alat pembayaran. Masyarakat tidak perlu kesulitan untuk melakukan aktivitas transaksi diluar rumah. Ditambah lagi kebiasaan pada masa *new normal* dengan mengurangi kontak fisik dengan orang banyak atau dengan barang-barang tertentu. Dompet digital menjadi solusi alat pembayaran yang mudah, praktis dan menjamin keamanannya (Rahma et al., 2021).

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 Shopee, dengan nama aplikasi ShopeePay. ShopeePay tidak hanya dilakukan untuk metode pembayaran pada saat belanja online di Shopee saja, tetapi juga dapat digunakan untuk transaksi keperluan lain sebagai dompet digital. ShopeePay menjadi salah satu gaya hidup baru dikalangan masyarakat pengguna Shopee, karena dapat mempermudah aktivitas transaksi pembelian maupun pembayaran pada masyarakat pengguna Shopee serta lebih mendapat keuntungan karena ada penawaran menarik khusus pengguna ShopeePay, dimana penawaran tersebut menjadi sebuah benefit bagi masyarakat pengguna Shopee (Khairunnisa, 2022).

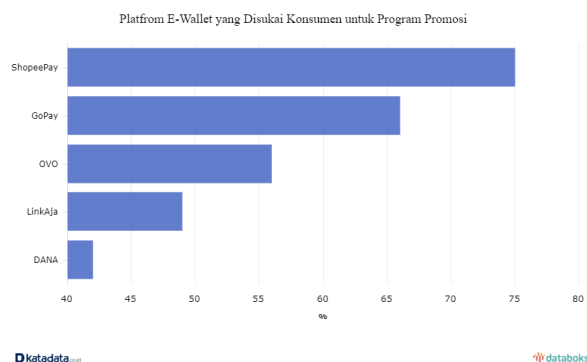
Survey yang dilakukan oleh DailySocial pada tahun 2021 yang melibatkan 1.500 responden, menunjukkan bahwa ShopeePay menduduki posisi ketiga sebagai dompet digital paling banyak digunakan oleh masyarakat dengan persentase 56,4% responden. Sedangkan posisi pertama dan kedua diduduki oleh OVO (58,9% responden) dan GoPay (58,4% responden) (Pahlevi, 2022).



Gambar 1. Penggunaan Dompot Digital Tahun 2021

Sumber: Pahlevi (2022)

Namun berdasarkan survey mengenai *platform e-wallet* yang paling disukai konsumen untuk program promosi, ShopeePay menduduki peringkat pertama yaitu 75% responden. Sedangkan GoPay sekitar 66% responden, dan OVO hanya 56% (Annur, 2021).



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

Sumber: Annur (2021)

Unggulanya ShopeePay 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 ShopeePay 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.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian dilakukan pada 166 mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan (UBP) Karawang angkatan 2019 – 2021 yang lahir pada tahun 1996 – 2010 atau yang biasa disebut dengan Generasi Z (Purnomo et al., 2019) dan pengguna aktif aplikasi ShopeePay, serta bersedia mengisi kuesioner. Pengambilan data primer dilakukan secara online melalui aplikasi *google form*. Data terkait karakteristik pengguna ShopeePay pada Generasi Z ini akan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 26 dan disajikan dalam bentuk tabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis statistik pada 166 responden, didapatkan hasil bahwa karakteristik pengguna ShopeePay sebagai dompet digital pada mahasiswa Program Studi Manajemen UBP Karawang dengan kriteria Generasi Z sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Pengguna ShopeePay Pada Generasi Z

Karakteristik	Jumlah (n) = 166	
	Frekuensi	%
1. Berdasarkan Tahun Kelahiran		
Tahun 1996	2	1,2
Tahun 1997	1	0,6
Tahun 1998	6	3,6
Tahun 1999	7	4,2
Tahun 2000	19	11,4
Tahun 2001	33	19,9
Tahun 2002	50	30,1
Tahun 2003	48	28,9
≤ Tahun 2004	0	0
2. Berdasarkan Angkatan		
Angkatan 2019	35	21,1
Angkatan 2020	55	33,1
Angkatan 2021	76	45,8
3. Berdasarkan Jenis Kelamin		
Perempuan	126	75,9
Laki-Laki	40	24,1
4. Berdasarkan Status Pekerjaan		
Sudah Bekerja	38	22,9
Mahasiswa	128	77,1
5. Berdasarkan Pendapatan		
> Rp 4.000.000	38	22,9
Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	23	13,9
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	29	17,5
< Rp 1.000.000	76	45,8

6. Berdasarkan Frekuensi Transaksi (dalam sebulan)		
1 – 5 Kali	137	82,5
6 – 10 Kali	15	9,0
> 10 Kali	14	8,4
7. Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Transaksi (dalam sebulan)		
> Rp 2.000.000	5	3,0
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	14	8,4
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	38	22,9
< Rp 500.000	109	65,7

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

1. Berdasarkan Tahun Kelahiran

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden mayoritas lahir pada tahun 2002, yaitu sebanyak 50 responden (30,1%), kemudian disusul oleh tahun kelahiran 2003 sebanyak 48 responden (28,9%), tahun 2001 sebanyak 33 responden (19,9%), tahun 2000 sebanyak 19 responden (11,4%), dan tahun kelahiran dibawah 2000 sebanyak 16 responden (9,6%).

2. Berdasarkan Angkatan

Tabel 1 menunjukkan bahwa responden terbanyak berasal dari angkatan 2021, sebanyak 76 responden (45,8%), angkatan 2020 sebanyak 55 responden (33,1%), dan angkatan 2019 sebanyak 35 responden (21,1%).

3. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1 menunjukkan bahwa berdasarkan jenis kelamin, lebih dari tiga perempat responden yaitu perempuan (75,9%), sedangkan seperempat sisanya berjenis kelamin laki-laki (24,1%).

4. Berdasarkan Status Pekerjaan

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar status responden yaitu mahasiswa sebanyak 128 responden (77,1%), sedangkan yang sudah memiliki pekerjaan hanya 38 responden (22,9%).

5. Berdasarkan Pendapatan

Tabel 1 menunjukkan bahwa pendapatan terbesar berada dikisaran < Rp 1.000.000, yaitu sebanyak 76 responden (45,8%), kemudian pendapatan berkisar > Rp 4.000.000 sebanyak 38 responden (22,9%), pendapatan berkisar antara Rp 1.000.000 – Rp

2.000.000 sebanyak 29 responden (17,5%), dan pendapatan berkisar antara Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000 sebanyak 23 responden (13,9%).

6. Berdasarkan Frekuensi Transaksi

Tabel 1 menunjukkan bahwa frekuensi terbanyak melakukan transaksi dalam satu bulan yaitu berkisar antara 1 – 5 kali sebanyak 137 responden (82,5%), frekuensi transaksi antara 6 – 10 kali dalam sebulan sebanyak 15 responden (9,0%), dan frekuensi transaksi > 10 kali sebanyak 14 responden (8,4%).

7. 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 (65,7%), kisaran antara Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 38 responden (22,9%), kisaran antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 14 responden (8,4%), dan kisaran > Rp 2.000.000 sebanyak 5 responden (3,0%).

Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penelitian pada Tabel 1, usia paling potensial sebagai pengguna dompet digital ShopeePay pada Generasi Z yaitu mahasiswa yang saat ini berkisar pada rentang usia 19 – 22 tahun atau mahasiswa kelahiran 2000 – 2003. Hasil ini sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Dhia (2021), bahwa rata-rata pengguna *e-wallet* pada kalangan Generasi Z didominasi usia 20 – 21. Menurut Purnomo et al (2019), hal ini dikarenakan Generasi Z dibesarkan pada masa internet dan media social 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 ShopeePay.

Dilihat dari jenis kelamin responden, dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa mahasiswa perempuan lebih banyak menggunakan *e-wallet* ShopeePay 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 ShopeePay pada Generasi Z lebih dominan dilakukan oleh mahasiswa.

Pengguna dompet digital ShopeePay 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 ShopeePay 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 ShopeePay 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 ShopeePay 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.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

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

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

2. Pengguna ShopeePay pada Generasi Z lebih dominan dilakukan oleh mahasiswa berjenis kelamin perempuan
3. Didominasi oleh para mahasiswa reguler yang sedang menjalani pendidikan tinggi di Perguruan Tinggi, dibandingkan dengan mahasiswa yang sudah memiliki pekerjaan
4. Memiliki rata-rata pendapatan < Rp 1.000.000 per bulan
5. Frekuensi transaksi ShopeePay sekitar 1-5 kali dalam sebulan, dan rata-rata jumlah pengeluaran transaksi kurang dari Rp 500.000/bulan

Implikasi

Berdasarkan kesimpulan penelitian, berikut beberapa saran yang dapat diberikan, yaitu:

1. Bagi perusahaan Shopee, khususnya aplikasi ShopeePay sebaiknya dapat memperhatikan karakteristik potensial pengguna ShopeePay, 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 ShopeePay 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>
- 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.
- 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., Kusdibyo, L., & Senalasari, 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.