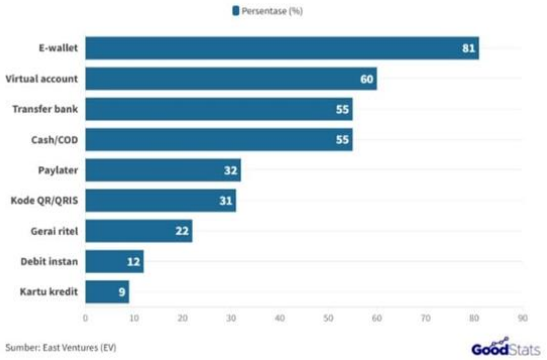
# STUDI DESKRIPTIF PENGGUNAAN E-WALLET DI KALANGAN MAHASISWA
# (Studi Kasus Di STIE IBMI Medan)

**Deliaman Zebua[1], Juli Mardiana Ndruru[2], Ovitini Lase[3], Irwan Nopian Sinaga[4]**
deliamanzebua2212@gmail.com[1], julimardianandruru@gmail.com[2], ovilase523@gmail.com[3], sinaga.irwann@gmail.com[4]
**STIE IBMI Medan**

## ABSTRAK
Penelitian ini bertujuan untuk mengidentikasi, menganalisis dan menjelaskan berbagai faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan dompet digital (e-wallet) khususnya di kalangan mahasiswa STIE IBMI Medan. Metode penelitian yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif, dengan pengolahan data yang mencakup hasil wawancara dan observasi yang didukung oleh data sekunder. Analisis dilakukan terhadap 10 orang responden yang merupakan mahasiswa aktif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepraktisan, promo, keamanan, proses transaksi yang cepat, fitur, dan juga promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam memanfaatkan layanan e-wallet.
**Kata Kunci:** Generasi Milenial, Pelajar, Dompet Elektronik, Internet, Non-Tunai, Dan Pembayaran Digital.

## *ABSTRACT*
*This studyaims to identify, analyze, and explain various factor that influence consumer interest in using digital wallet (e-wallets), especially among students of STIE IBMI Medan. The research method used is descriptive qualitative, with data processing that includes interview results and observations supported by secondary data. The analysis was conducted on 10 respondents who were active student. The results of this study indicate that practically, promos, security, fast transactions processes, features, and promotons have a positive and significant effect on student interest in utilizing e-wallet sevices.*
***Keywords:*** *Millenial Generations, Students, E-Wallet, Internet, Cashless, And Digital Payment.*

## PENDAHULUAN



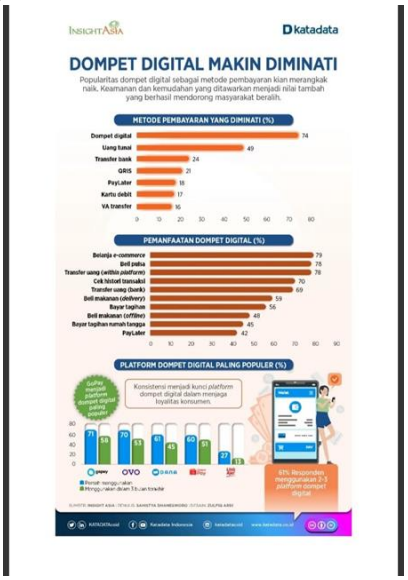

Gambar 1 Metode pembayaran yang digunakan responden saat belanja online
*Sumber : East ventures (2025)*

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat secara global telah memberikan dampak yang signifikan terhadap sistem transaksi keuangan, termasuk di Indonesia. Salah satu bentuk transformasi tersebut adalah implementasi sistem pembayaran digital berbasis uang elektronik (e-money), yang semakin marak digunakan seiring dengan dicanangkannya Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) oleh Bank

Indonesia pada tanggal 14 Agustus 2014. Menyikapi hal tersebut, berbagai lembaga perbankan baik milik negara maupun swasta mulai bersaing dalam meluncurkan produk uang elektronik mereka, seperti Brizzi dari Bank BRI, Tap Cash dari BNI, Mandiri E-Money dari Bank Mandiri, serta Flazz dan Sakuku dari BCA. Tidak hanya itu, perusahaan penyedia layanan telekomunikasi juga turut serta dalam inovasi ini, seperti Telkomsel dengan T-Cash.

Salah satu inovasi dalam sektor keuangan digital yang cukup menonjol adalah dompet elektronik (e-wallet), yang merupakan bagian dari Financial Technology (Fintech). E-wallet menawarkan kemudahan akses dan efisiensi transaksi yang tinggi melalui koneksi internet, sehingga menjadi alternatif pembayaran yang semakin diminati oleh masyarakat, khususnya generasi muda. Generasi milenial di Indonesia, yang umumnya telah akrab dengan teknologi digital, menunjukkan kecenderungan yang tinggi dalam mengadopsi layanan berbasis internet, termasuk dalam kegiatan finansial sehari-hari.

Meskipun penggunaan uang tunai masih berlangsung, tren beralih ke sistem pembayaran digital menunjukkan peningkatan yang signifikan. E-wallet kini menjadi salah satu sarana pembayaran utama dalam ekosistem e-commerce yang terus berkembang. Kombinasi antara kemudahan transaksi dan fleksibilitas waktu serta tempat menjadi daya tarik utama penggunaan e-wallet, terlebih bagi mahasiswa yang identik dengan gaya hidup praktis dan dinamis. Dalam kaitan dengan pembayaran digital pada transaksi e-commerce, Marita (2012:105) menjelaskan bahwa dalam bertransaksi via internet dibutuhkan sebuah prosedur dan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Studi Mulyasari dkk. (2014:167) menunjukkan bahwa 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.




*Sumber : Katadata.co.id*

Transaksi digital seperti e-wallet memberikan berbagai kemudahan bagi pengguna, seperti kemudahan berbelanja, pengisian saldo, serta proses pembayaran yang efisien. Menurut Marita (2012:105), transaksi berbasis internet memerlukan prosedur tertentu serta media yang menjadi perantara antara penjual dan pembeli. Penelitian Mulyasari dkk. (2014:167) mengungkapkan bahwa instrumen pembayaran digital dalam e-commerce meliputi kartu kredit online, dompet digital, tunai digital, stored-value online, pembayaran cek digital, dan sistem pembayaran nirkabel.

Pertumbuhan e-commerce turut didorong oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin bergantung pada perangkat digital. Dalam ekosistem ini, terdapat dua aktor utama yaitu penjual (merchant) dan pembeli (customer). Kedua belah pihak memerlukan pemahaman yang memadai mengenai proses transaksi dan sistem pembayaran guna mendukung pengambilan keputusan yang tepat. Mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat digital cenderung memiliki gaya hidup konsumtif serta selalu mengikuti tren terbaru, sehingga kerap memanfaatkan situs belanja daring untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Promo seperti potongan harga menjadi daya tarik tersendiri yang mampu memengaruhi minat beli konsumen (Kusnawan dkk., 2019).

Fransiska dan Suyasa (2017) mencatat bahwa perilaku konsumen dapat berbeda tergantung pada metode pembayaran yang digunakan. Pengguna uang tunai cenderung lebih terkontrol dalam pengeluaran, sedangkan pengguna kartu kredit memiliki kecenderungan untuk lebih bebas berbelanja. Hal ini menunjukkan bahwa pilihan metode pembayaran dapat memengaruhi pola konsumsi individu.

Anjelina (2018) mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi seseorang dalam menggunakan e-money, antara lain norma subjektif (pengaruh dari orang-orang terdekat), citra sosial (demi meningkatkan reputasi di lingkungan sosial), dan manfaat yang dirasakan (kemudahan dalam bertransaksi). Sementara itu, Maulinda (2016:70) menyatakan bahwa e-money memiliki lima karakteristik utama, yakni praktis, cepat, nyaman, mudah, dan aman. Karakteristik-karakteristik ini telah membentuk kepercayaan masyarakat untuk beralih dari sistem tunai ke sistem non-tunai, sekaligus mencerminkan perubahan sosial dan budaya.

Mahasiswa sebagai generasi yang senantiasa terhubung dengan teknologi digital memiliki kecenderungan tinggi dalam menggunakan e-wallet. Mereka kerap menjadi sasaran utama dalam promosi produk digital karena gaya hidupnya yang dinamis dan konsumtif. Perkembangan fintech memberikan peluang baru bagi mahasiswa untuk memanfaatkan layanan keuangan yang lebih praktis dan efisien.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini membagi pembahasan ke dalam dua bagian utama. Pertama, menelaah tingkat pemahaman mahasiswa terhadap e-wallet, termasuk sumber informasi, fitur, dan pola penggunaannya. Kedua, mengeksplorasi alasan di balik keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan e-wallet sebagai sarana transaksi pembayaran digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu dengan metode penelitian studi literatur melalui studi kepustakaan yang bersumber dari jurnal-jurnal hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul, serta juga melalui aksen data-data yang berasal dari website sebagai publikasi informasi. Penelitian deskriptif kualitatif dapat diartikan bahwa peneliti sebagai instrumen kunci dimana teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara penggabungan dan analisis data secara induktif (sugiyono, 2012) sehingga menghasilkan dan mengolah data yang bersifat deskriptif seperti menarasikan hasil wawancara atau observasi, dengan menganalisis 10 orang informan mahasiswa STIE IBMI Medan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan data primer yang diperoleh melalui metode wawancara mendalam (In-dept interview) terhadap sepuluh orang mahasiswa STIE IBMI Medan, serta didukung oleh data sekunder yang diambil dari situs resmi penyedia layanan e-wallet seperti www.dana.id, www.gojek.com/gopay, www.shoppe.com/shppepay. Teknik (in-

dept interview) adalah teknik yang digunakan dalam memperoleh data dan informasi dengan mewawancarai informan tentang seputar pengetahuannya terkait dengan e-wallet dan alasan dalam penggunaan e-wallet sebagai alat bertransaksi. Data yang dikumpulkan memberikan gambaran menyeluruh mengenai perilaku dan pemahaman mahasiswa terhadap penggunaan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka memahami e-wallet sebagai sarana pembayaran digital yang memungkinkan transaksi dilakukan tanpa menggunakan uang tunai. Mahasiswa memanfaatkan e-wallet untuk berbagai keperluan, seperti pembelian makanan, pembayaran tagihan, pengisian pulsa, serta transfer antar pengguna. Pemahaman mereka juga mencakup fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi e-wallet, seperti layanan transfer bebas biaya, notifikasi transaksi real-time, dan promo berbasis lokasi atau waktu tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda, khususnya mahasiswa, telah memiliki literasi digital finansial yang cukup baik.

Berikut beberapa faktor yang ditemukan menjadi alasan utama mahasiswa dalam menggunakan e-wallet:

1. Akses kepraktisan dan kemudahan akses

Mahasiswa cenderung memilih e-wallet karena dinilai lebih praktis dibandingkan metode pembayaran konvensional. Mereka tidak perlu membawa uang tunai maupun kartu fisik, cukup dengan smartphone dan koneksi internet. Proses transaksi pun dapat dilakukan secara cepat dan efisien, baik untuk pembelian langsung.

2. Adanya penawaran promo dan cashback

Gambar 2 contoh promo makanan di DANA.

Dari hasil penelitian yang telah diajukan menunjukkan bahwa promo menjadi salah satu faktor minat konsumen untuk menggunakan e-wallet DANA. Ada berbagai macam promo yang ditawarkan DANA terhadap penggunanya seperti cashback, potongan harga, bonus, dan lain-lain. Misalkan April (22), yang sering nongkrong di Mcdonald, jika ia melakukan Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan juga merupakan salah satu faktor yang membuat konsumen tertarik dan berminat dalam menggunakan dompet digital. Hal ini memberi arti bahwa keamanan yang disediakan membantu konsumen melakukan pengisian saldo maupun ketika waktu bertransaksi.

3. Pengaruh keamanan pada dompet digital

Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka merasa aman menggunakan e-wallet karena adanya sistem keamanan berlapis, seperti PIN, verifikasi OTP (One-Time Password), autentikasi biometrik, dan notifikasi transaksi secara langsung. Keamanan ini memberikan kepercayaan kepada pengguna dalam melakukan transaksi digital tanpa rasa khawatir.

4. Proses transaksi yang cepat

Hal ini menjadi alasan utama mahasiswa menggunakan e-wallet karena kemudahan dan efisiensi waktu yang ditawarkan. Dalam kehidupan mahasiswa yang dinamis dan sering kali padat jadwal, kecepatan dalam melakukan pembayaran menjadi kebutuhan

penting. E-wallet memungkinkan transaksi dilakukan hanya dalam hitungan detik, tanpa perlu memmbawa uang tunai atau menunggu proses pengembalian kembalian uang seperti pada transaksi konvensional.

5. Kelengkapan fitur layanan

Responden menyebutkan bahwa keberagaman fitur dalam aplikasi e-wallet menjadi alasan mereka tetap setia menggunakannya. Beberapa fitur yang dianggap paling bermanfaat adalah transfer antar bank tanpa biaya admin, pembelian pulsa dan paket data, pembayaran tagihan listrik dan internet, hingga kemampuan menarik saldo ke rekening pribadi.

6. Pengaruh promosi terhadap minat penggunaan dompet digital

Hasil penelitian yang telah kami lakukan ditemukan bahwa adanya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital saat ini. Hal ini berarti bahwa promosi sebagai salah satu alat pemasaran sukses menarik minat pengguna. Apalagi sekarang promosi melalui media digital atau online sudah sangat berkembang dengan baik dan para kreatif yang ada dibelakang nya pun mengemas dengan epik setiap informasi yang akan disampaikan untuk para calon penggunanya. Sehingga dengan mengemas nya secara unik dengan warna, cerita atau pun figur serta suara yang digunakan dapat menarik perhatian yang cukup besar oleh pengguna.

Sebagian besar responden berargumen bahwa dengan menggunakan DANA menjadi pilihan e-wallet mereka karena melihat media promosi yang ditampilkan di layar kaca menampilkan berbagai kesempatan menarik yang ditawarkan oleh pengelola DANA untuk konsumen nya. Oleh karena itu DANA gencar melakukan pemberitahuan kepada pengguna setiap ada hal yang menarik padanya agar para pengguna atau konsumen setianya tidak ketinggalan tawaran menarik yang ada di DANA melalui. Akibat dari semakin baik promosi yang ditampilkan pada DANA, hal ini meningkatkan minat penggunaan aplikasi tersebut.Contoh nya saja promosi digital yang dilakukan DANA pada Televisi, dan iklan pada sosial media yang dibuat cukup menarik dengan kualitas gambar animasi yang baik dan penyampaian informasi yang unik sehingga dapat menarik konsumen.

**Rekapitulasi Data Responden**

Tabel 1 Data informan pengguna dompet digital pada mahasiswa STIE IBMI Medan

| **No**. | **Nama** | **Jenis kelamin** | **Usia** | **Dompet digital yang digunakan** | **Frekuensi penggunaan e-wallet dalam seminggu** |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Destitin | Perempuan | 19 | Dana, gopay, dan Ovo | Tidak tentu |
| 2. | Lengiardin | Laki-laki | 19 | Dana, shopeepay dan ovo | Tidak tentu |
| 3. | Felice | Perempuan | 20 | Dana dan shopeepay | Tidak tentu |
| 4. | Permata | Perempuan | 20 | Dana dan gopay | Tidak tentu |
| 5. | Fenska | Perempuan | 21 | Gopay dan shoppepay | 1-2 kali |
| 6. | Ovi | Perempuan | 20 | Gopay | >5 kali |
| 7. | April | Laki-laki | 22 | Link aja dan dana | 3-5 kali |
| 8. | Halima | Perempuan | 19 | Dana | 1-2 kali |
| 9. | Lilis | Perempuan | 22 | Dana dan ovo | 3-5 kali |
| 10. | Marni | Perempuan | 23 | Dana dan ovo | 3-5 kali |

*Sumber : dari hasil wawancara tehadap informan*

Berdasarkan tabel di atas, aplikasi DANA menjadi e-wallet yang paling dominan digunakan oleh para responden, disusul oleh GoPay, OVO, dan ShopeePay. Hal ini menunjukkan bahwa DANA memiliki daya tarik yang tinggi di kalangan mahasiswa, baik

dari sisi promosi, fitur, maupun kenyamanan penggunaannya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah memiliki pemahaman yang cukup baik terhadap e-wallet, baik dari segi fungsi, manfaat, hingga risiko penggunaan. Kesadaran mereka terhadap kemudahan dan keuntungan dari e-wallet mendorong intensitas penggunaan yang cukup tinggi dalam aktivitas finansial sehari-hari.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan dompet digital (e-wallet) di kalangan mahasiswa STIE IBMI Medan mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi milenial menunjukkan tingkat adaptasi yang tinggi terhadap teknologi keuangan digital yang praktis, efisien, dan mudah diakses.

Beberapa faktor utama yang memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan e-wallet antara lain adalah aspek kepraktisan dalam melakukan transaksi, keberagaman promosi dan cashback yang ditawarkan, tingkat keamanan yang disediakan oleh aplikasi, kecepatan proses pembayaran, serta kelengkapan fitur layanan yang mendukung kebutuhan finansial sehari-hari. Selain itu, strategi promosi yang dilakukan secara digital juga turut berperan penting dalam membentuk minat dan loyalitas pengguna, khususnya di kalangan mahasiswa yang aktif dalam lingkungan digital.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa mahasiswa telah memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai fungsi, manfaat, dan penggunaan e-wallet dalam kehidupan sehari-hari. Mereka tidak hanya menggunakan e-wallet sebagai alat pembayaran, tetapi juga memanfaatkan fitur-fitur tambahan seperti transfer dana, pembelian pulsa, serta pembayaran berbagai tagihan secara daring.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa e-wallet telah menjadi bagian integral dari gaya hidup mahasiswa modern, yang mengutamakan efisiensi, kenyamanan, serta aksesibilitas dalam bertransaksi. Potensi pertumbuhan penggunaan e-wallet di kalangan mahasiswa masih terbuka lebar, seiring dengan meningkatnya literasi digital dan perkembangan teknologi finansial di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA


Nuryanto, Hery. 2012. Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Jakarta: Balai Pustaka

Firmansyah, Anang. 2020. E-Marketing. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media

Subari, Sri Mulyati Tri dan Ascarya. 2003. Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan (PPSK) BI.

Safarudin, Arif, dkk. (2020). Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan Financial Technology E-wallet Faktor-Faktor Pembentuk Loyalitas Generasi Z dalam Menggunakan Financial Technology E-wallet. 1073-1078

Nawawi, Hizbul Hadi. 2020. ”Penggunaan E-Wallet di Kalangan Mahasiswa”, Jurnal Emik, 3(2): 189-205

Aulia, Sisca. “Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital”, Jurnal Komunikasi, 12(2): 2020

Kumala, Irna dan Intan Mutia. “Pemanfaatan Aplikasi Dompet Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa”, Semnas Ristek, 4(1): 2020

Permana, Rafi Indra. “Analisis Faktor Penggunaan Dompet Digital di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Surabaya”, Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi, 8(1): 2021

Effendy, Femmy. “Pengaruh Perceived Of Benefit Terhadap Niat Untuk Menggunakan Layanan Dompet Digital Di Kalangan Milenial”, Jurnal Interkom, 15(2): 1-11, 2020

Kristina, Maria. “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet

Digital) Sebagai alat Pembayaran pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan", Jurnal Ilmiah Magister Management, 4(1); 2021

Anjelina. 2018. "Persepsi Konsumen Pada Penggunaan E-Money", Journal of Applied Managerial Accounting, 2(2):219-231.

Budiati, I.; Susianto, Y.; Adi, P. W.; Ayuni, S.; Reagan, A, H.; Larasaty, P.; Setiyawati, N.; Pratiwi, I, A. dan Saputri, G. V. 2018. Profil Generasi Milenial Indonesia. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.

Creswell, J. W. 2010. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed; (Cetakan I). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Faridhal, M. 2018. "Analisis Transaksi Pembayaran Non-Tunai Melalui E- wallet: Perspektif Dari Modifikasi Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology", Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 7(2):1-17.

Fransiska dan Suyasa, S. Y. T. P. 2005. "Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran", Jurnal Phronesis, 7(2):172-199. Hidayatullah, S., Warris, A., Devianti, C, R., Sari, R, S., Wibowo, A, I. Dan Made, P. 2018. "Perilaku Generasi Milenial Dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food", Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, 6(2):240-249.

Juditha, C. dan Darmawan J. 2018. "Penggunaan Media Digital Dan Partisipasi Politik Generasi Milenial", Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik, 22(2):94-108.

Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy dan Sefung, T. 2019. "Pengaruh Diskon Pada Aplikasie-Wallet Terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang", Jurnal Sains Manajemen, 5(2):137-160.

Manikandan dan Jayakodi, M.J. 2017. "An Emprical Study On Consumer Adoption Of Mobile Wallet With Special Reference To Chennai City", International Journal Of Research-Granthaalayah, 5(5):107-115.

Marita, S. L. 2012. "Metode Pembayaran Belanja Dengan E-Commerce", Cakrawala, 12(2):105-113.

Maulinda, G. D. 2016. "Analisis Trust Dalam Penggunaan E-Money Sebagai Teknologi Konsumsi : Studi Mengenai Penggunaan E-Money Kelas Menengah-Atas dan Menengah-Bawah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia", Indonesian Journal of Sociology and Education Policy, 1(1):61-79.