

ANALISIS PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL MELALUI TRANSAKSI ONLINE TERHADAP MINAT PEMBELIAN MAHASISWA (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA)

¹Siska Angreyani Nasution, ²Melia Putri, ³Ghina Aulia Rahma, ⁴Nabila Masithoh Rosyidani,
⁵Apriliansa Ervynasari

¹Departement of Accounting, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

²Departement of Economic Development, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

³Departement of Management, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

⁴Departement of Accounting, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

²Departement of Economic Development, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

Email Korespondensi: siskaangreyani17@gmail.com

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini, telah mengubah sistem pembayaran yang mulanya menggunakan sistem konvensional menjadi serba digital contohnya pada *e-commerce* yang menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengkaji terkait penggunaan dompet digital melalui transaksi *online* terhadap minat pembelian mahasiswa, untuk sampel penelitian ini dari sampel data primer 100 mahasiswa, dengan menggunakan metode kuantitatif dimana hasil menunjukkan bahwa dompet digital berpengaruh terhadap transaksi online untuk meningkatkan minat pembelian dari mahasiswa, selanjutnya transaksi online juga memediasi antara dompet digital dan niat pembelian. Penelitian ini menggunakan teknik regresi PLS-SEM Smart PLS 4 dengan signifikansi $P < 0,10$ yaitu transaksi *online* memediasi antara dompet digital dan niat pembelian. Kekurangan dari penelitian ini adalah hal yang dikaji oleh peneliti hanya pada penggunaan dompet digital melalui transaksi *online* terhadap minat pembelian mahasiswa, oleh karena itu masih perlu adanya pertimbangan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan variabel lain yang mempengaruhi volume penggunaan dompet digital dalam melakukan pembelian oleh mahasiswa yang belum dikaji lebih lanjut dalam penelitian ini.

Kata kunci: Dompet Digital, Mahasiswa, Minat Pembelian, Transaksi Online

1. PENDAHULUAN

Era digital dari tahun ke tahun semakin berkembang dan terus maju, penggunaan teknologi telah merasuki berbagai aspek kehidupan. Teknologi digital saat ini telah mampu mengganti sistem pembayaran di Indonesia, sehingga tidak hanya guna membuka peluang bisnis baru. Salah satu perubahan yang paling terlihat pada bagaimana kita berbelanja lalu munculah yang dinamakan *E-commerce*. Dalam pembelian di *E-commerce* terdapat transaksi *online* di mana mempermudah melakukan transaksi pembayaran secara lebih modern cukup melalui sistem pembayaran antar bank, yaitu menggunakan dompet digital. Penggunaan dompet digital dalam transaksi *online* telah menjadi sebuah fenomena yang semakin meluas di berbagai kalangan, tak terkecuali di kalangan mahasiswa, perubahan ini tidak hanya menjadi kenyataan sehari-hari, tetapi juga menciptakan peluang dan tantangan baru. Era digital telah membawa perubahan substansial dalam cara kita berbelanja, membayar tagihan, bahkan ketika membagi uang dengan kerabat, sahabat, ataupun orang-orang terdekat. Mahasiswa, sebagai kelompok yang aktif dalam kegiatan belanja, telah menerima manfaat besar dari transformasi ini. Dompet elektronik (dompet digital) atau yang dikenal dengan *e-wallet* adalah salah satu metode pembayaran non-tunai yang sangat terkenal di masyarakat saat ini.

Dompot digital, atau akrab dikenal sebagai *e-wallet*, telah menjadi salah satu inovasi terkemuka dalam dunia keuangan modern. Dompot digital merupakan layanan elektronik yang menyimpan informasi tentang instrumen pembayaran, terutama dalam bentuk kartu pembayaran dan/atau uang elektronik. Fungsinya adalah pada saat menyimpan dana yang dapat digunakan dalam proses pembayaran (Auliya, 2018). Seluruh transaksi pembelian online maupun *offline* dapat diselesaikan tanpa menggunakan uang tunai (*cash less*) (Huwaydi, Y., Hakim, M, S., dan Persada, 2018). Sejak tahun 2009, *e-wallet* sudah hadir di Indonesia, Bank Indonesia mengesahkan *e-wallet* pertama milik PT. Indosat, Tbk disebut juga dengan Paypro (Bank Indonesia, 2019). Pembayaran elektronik ini memainkan peran yang signifikan dalam proses pembentukan ekosistem mulai dari regulator, lembaga keuangan, manufaktur alat, pengecer (penjual), hingga konsumen itu sendiri (Karsen, Chandra, & Juwitasary, 2019).

Minat pembelian adalah salah satu elemen kunci dalam perilaku konsumen yang mampu berdampak pada keputusan pembelian suatu produk atau layanan. Kepuasan konsumen dalam menyelesaikan transaksi *online shopping* diketahui mempengaruhi kepercayaan konsumen dan akhirnya dapat mempengaruhi sikap konsumen terhadap komitmen pembelian. Ini mencakup proses kognitif dan emosional yang terlibat ketika konsumen mempertimbangkan apakah akan melakukan pembelian atau tidak. Dalam lingkup pemasaran, pemahaman mendalam tentang minat pembelian menjadi esensial untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam mempengaruhi dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Berdasarkan penelitian dari (Kumala & Mutia, 2020) para mahasiswa ini mempercayai bahwa ketertarikan mereka terhadap pembelian bergantung dari potongan harga yang ada ketika membuat suatu pesanan, seperti potongan harga dan *cashback* yang diberikan secara berkala oleh penyedia dompet digital. Dengan kata lain dompet digital dapat mengenali peluang-peluang yang ada, salah satunya dengan dihadirkannya berbagai promo yang mana dapat menarik minat pembelian khususnya mahasiswa untuk berbelanja. Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh (Febrilia, Pratiwi, 2020) mayoritas peserta penelitian menyatakan bahwa mereka melakukan transaksi menggunakan dompet digital setidaknya sekali sehari. Sebanyak 115 responden atau sekitar 52,75% dari total responden memilih opsi ini. Sementara itu, sejumlah responden yang signifikan menggunakan dompet digital 2-3 kali dalam sehari (29,36%), tidak memiliki frekuensi tetap dalam sehari (11,01%), dan lebih dari 3 kali dalam sehari (6,88%). Hal tersebut menandakan bahwa paling tidak dalam sehari masyarakat secara pasti menggunakan bantuan dompet digital untuk kegiatannya sehari-hari.

Pada artikel ini, kami akan melakukan analisis mendalam terkait dengan bagaimana mahasiswa memanfaatkan dompet digital dalam transaksi *online* dan sejauh mana hal ini mempengaruhi perilaku belanja mereka. Kami akan mengeksplorasi berbagai aspek, yang mencakup preferensi penggunaan dompet digital, alasan di balik minat pembelian, dan dampaknya terhadap keuangan pribadi mahasiswa. Dalam menjalankan analisis ini, artikel ini akan menggali berbagai literatur dan penelitian terkait, serta menganalisis berbagai data yang relevan. Hasil dari analisis ini diharapkan akan memberikan wawasan yang berharga bagi para pembaca, khususnya bagi pelaku bisnis, penyedia dompet digital, dan institusi pendidikan yang ingin memahami bagaimana mahasiswa mengintegrasikan penggunaan dompet digital dalam minat pembelian mereka.

2. METODE

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *survey cross-sectional* dengan mengadopsi pendekatan kuantitatif. *Survey cross-sectional* adalah jenis survei di mana data didapat dari sejumlah responden dalam rentang waktu yang singkat (Ika Febrilia, Shela Puspita Pratiwi, 2020). Data penelitian ini dikumpulkan melalui survei *online* menggunakan kuesioner yang disebar melalui platform GoogleForm. Kuesioner berfungsi sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data primer. Kuesioner dirancang dalam bentuk pernyataan yang diberi bobot angka untuk mewakili setiap respon dari responden yang terdaftar. Terdapat lima tingkatan jawaban yang digunakan untuk menilai

tingkat persetujuan terhadap pernyataan responden. Penelitian ini memanfaatkan metode *purposive sampling* dalam pengambilan sampel, artinya responden dipilih menurut kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya. Beberapa kriteria yang ditetapkan peneliti antara lain mahasiswa/i aktif Universitas Muhammadiyah Surakarta dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang menggunakan aplikasi belanja *online* dan dompet digital sebagai alat pembayaran.

2.2 Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi dari perumusan masalah dalam suatu penelitian untuk kemudian diuji kebenarannya.

Berikut adalah dugaan sementara pada penelitian ini :

H1 : Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap niat pembelian konsumen.

H2 : Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap transaksi online.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengolahan data dari hasil olah data kuesioner ini ditentukan melalui metode pengumpulan data yang didapat dari pencarian sampel yang mewakili populasi untuk menguji situasi/variabel tertentu di dalam populasi melalui data (Fowler, 2014).

2.4 Pengumpulan dan Analisis Data

Peneliti menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert 5-Point, yaitu angka 5 menunjukkan Sangat Setuju; angka 4 menunjukkan Setuju; angka 3 menunjukkan Netral; angka 2 menunjukkan Tidak Setuju; dan angka 1 menunjukkan Sangat Tidak Setuju. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini adalah PLS-SEM Smart PLS 4, yang mana digunakan untuk mengevaluasi korespondensi antara model penelitian dan interpretasi hipotesis penelitian. Pendekatan dua tahap digunakan sebagai penilaian model untuk pengukuran dan model struktural. Validitas konvergen diuji melalui teknik *Average Variance Extracted* (AVE), dengan nilai AVE yang lebih dari 0,5 dan mampu mendeskripsikan variasi indikator melebihi 50%. Signifikansi PLS-SEM diidentifikasi pada tingkat signifikansi $p < 0,10$.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Outer Loading

Outer loading mencakup tabel yang menunjukkan hubungan antara indikator dan variabel laten. Data faktor loading ini didapatkan dari laporan PLS Algorithm SmartPLS. Validitas hubungan tersebut dapat dianggap terkonfirmasi jika nilai faktor loading melebihi 0,7.

Tabel 1. Outer Loading

	X (Dompet Digital)	Y (Niat Pembelian)	Z (Transaksi Online)
X.1	0.712		
X.2	0.785		
X.3	0.748		
X.4	0.758		
X.5	0.755		
X.6	0.822		
Y.1		0.805	
Y.2		0.820	

Y.3		0.899	
Y.4		0.877	
Y.5		0.824	
Y.6		0.789	
Z.1			0.821
Z.2			0.842
Z.3			0.829
Z.4			0.800
Z.5			0.835
Z.6			0.842

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Dapat dilihat dari **Tabel. 1** nilai *outer loading* menunjukkan $> 0,7$ dari setiap indikator. Hal ini membuktikan setiap parameter dari penelitian ini dapat dinyatakan **valid**.

3.2. Discriminant Validity, Composite Reliability, dan Cronbach's Alpha

Discriminant validity berguna untuk menilai sejauh mana setiap konstruk laten divergen secara nyata dari variabel lainnya. Semakin tinggi nilai *discriminant validity*, semakin menunjukkan bahwa konstruk tersebut memiliki keunikan dan memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel yang diukur. Sementara itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) juga harus melebihi hubungan antar variabel laten. Dalam Fornell dan Larcker (1981) mengatakan bahwa nilai AVE sebaiknya lebih besar dari 0,50, sehingga dapat memenuhi persyaratan validitas konvergen dan reliabilitas. Rincian hasil analisis Average Variance Extracted (AVE) dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Reliability and Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha	rho_a	Composite Reliability	Average variance extracted (AVE)
X (Dompnet digital)	0.857	0.859	0.894	0.584
Y (Niat Pembelian)	0.914	0.919	0.933	0.700
Z (Transaksi Online)	0.909	0.913	0.929	0.686

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

Menurut **Tabel.2** nilai AVE menunjukkan $> 0,5$ sehingga, pada tiap variabel yang diteliti bisa dikatakan **valid**. Nilai *Composite Relability* untuk seluruh konstruk berada diatas nilai 0,7. Berdasarkan nilai yang dihasilkan, seluruh konstruk menunjukkan reliabilitas yang tinggi, memenuhi nilai minimal yang disyaratkan. Nilai Conbrach's Alpha untuk seluruh konstruk menunjukkan nilai $> 0,7$, menyiratkan bahwa variabel secara keseluruhan mempunyai tingkat reliabilitas yang baik.

3.3 R-Square

Guna mengonfirmasi dan mengestimasi nilai yang mempengaruhi variabel independen terhadap variabel dependen diperlukan adanya metode pengujian pada uji koefisien determinasi (R-

Square) (Ghozali, 2016). Pada uji ini mengukur seberapa baik variabilitas dalam variabel dependen (y) kemudian dijelaskan oleh variabilitas dalam variabel independen (x) yang digunakan dalam model regresi.

Tabel 3. R-Square

	R-square	R-square adjusted
Y (Niat Pembelian)	0.407	0.395
Z (Transaksi Online)	0.595	0.591

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

Dapat dilihat dari Tabel.3 Nilai R Square memiliki pengaruh secara bersamaan atau simultan X terhadap Y sebesar 0.407 dengan nilai *adjusted r square* 0.395. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk exogen X mempengaruhi Y sebesar 0.395 atau 39,5%. Berdasarkan hal tersebut, karena *adjusted r square* lebih dari 33%, namun kurang dari 67% maka pengaruh semua konstruk eksogen X dan Y terhadap Z termasuk sedang.

Nilai R Square memiliki pengaruh secara bersamaan atau simultan X dan Y terhadap Z adalah sebesar 0.595 dengan nilai *adjusted r square* 0.591. Maka, dapat dijelaskan bahwa semua konstruk exogen (X dan Y) secara serentak mempengaruhi Z sebesar 0.591 atau 59,1%. Oleh karena *Adjusted R Square* lebih dari 33% namun kurang dari 67% maka pengaruh semua konstruk eksogen X dan Y terhadap Z termasuk sedang.

3.4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan metode dalam pengambilan keputusan yang berdasarkan pada hasil analisis data atau fakta yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel satu dengan yang lainnya.

Tabel 4. Uji Hipotesis

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics ((O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
X -> Y	0.326	0.335	0.133	2.449	0.014
X -> Z	0.772	0.775	0.045	17.218	0.000
Z -> Y	0.352	0.350	0.124	2.831	0.005

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

(H1) Hasil pengujian terhadap koefisien jalur indikator dompet digital memiliki pengaruh positif signifikan terhadap indikator niat pembelian yang menunjukkan hipotesis 1 dapat **DITERIMA** didasari pada nilai P Value <0.05 yaitu sebesar 0.014 dan t-statistik > t-tabel (2.449 > 1.96).

(H2) Hasil pengujian terhadap koefisien jalur indikator dompet digital memiliki pengaruh positif signifikan terhadap indikator transaksi online yang menunjukkan hipotesis 2 dapat **DITERIMA** didasari pada nilai P Value < 0.05 yaitu sebesar 0.000 dan t-statistik > t-tabel (17.218 < 1.96).

(H3) Hasil pengujian terhadap koefisien jalur indikator transaksi online memiliki pengaruh positif signifikan terhadap indikator niat pembelian yang menunjukkan hipotesis 3 dapat **DITERIMA** karena nilai P Value <0.05 yaitu sebesar 0.005 dan t-statistik > t-tabel (2.831 > 1.96).

3.5. Uji Hipotesis Mediasi

Pengujian hipotesis mediasi berguna untuk mengevaluasi pengaruh variabel mediasi, tidak hanya secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung. *Full mediation* terjadi ketika variabel independen secara signifikan tidak dapat mempengaruhi hanya variabel dependen dan tanpa variabel mediator. Sementara itu, *partial mediation* terjadi ketika variabel independen masih memiliki pengaruh langsung pada variabel dependen, tanpa adanya keterlibatan variabel dari mediator.

Tabel 5. Uji Hipotesis Mediasi

	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T statistics (IO/STDEV)	P Values
X (Dompet Digital) -> Z (Transaksi online) -> Y (Niat pembelian)	0.272	0.271	0.099	2.755	0.006

Sumber : Diolah Peneliti (2023)

Hasil pengujian pada variabel kepercayaan terhadap dompet digital dan niat pembelian menghasilkan nilai *path coefficient* pada t-statistic 2.755 > 1,96 dan *p value* (0,006 < 0,10), berdasarkan hal tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis ini **diterima** dan dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan atau dapat diartikan bahwa transaksi online memediasi antara dompet digital dan niat pembelian.

Secara tidak langsung penggunaan dompet digital memengaruhi niat pembelian online konsumen dengan besaran pengaruh sebesar 0.272. Artinya, semakin meningkatnya penggunaan dompet digital dalam transaksi online, niat pembelian suatu produk juga meningkat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dihasilkan bahwa dompet digital berpengaruh terhadap transaksi online, kemudian transaksi online juga memediasi antara dompet digital dan niat pembelian. Penelitian ini memanfaatkan Teknik regresi PLS-SEM Smart PLS 4, dengan tingkat signifikansi P < 0,10, yang menunjukkan bahwa transaksi online berfungsi sebagai mediator antara penggunaan dompet digital dan niat pembelian. Selanjutnya, hasil regresi menunjukkan secara tidak langsung

dompet digital memiliki pengaruh terhadap transaksi *online* pada peningkatan minat pembelian dari mahasiswa. Secara simultan, faktor transaksi online untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh keandalan dalam penggunaan dompet digital. Kemudian secara parsial penggunaan dompet digital ini diperkuat dengan kemunculan faktor mediasi minat pembelian mahasiswa. Semakin handal dalam penggunaan dompet digital, maka akan meningkatkan volume bertransaksi *online* dimana akan meningkatkan minat pembelian mahasiswa.

Kekurangan dalam penelitian ini adalah hal yang dikaji oleh peneliti hanya penggunaan dompet digital melalui transaksi online terhadap minat pembelian mahasiswa, sehingga masih perlu adanya pertimbangan penelitian lanjutan mengenai faktor lain yang berdampak pada pengaruh penggunaan volume dompet digital dalam melakukan pembelian oleh mahasiswa yang belum diteliti lebih lanjut pada penelitian ini. Penelitian mungkin terbatas oleh jumlah sampel yang relatif kecil, yang mungkin tidak dapat mencerminkan keragaman mahasiswa secara menyeluruh. Sebuah sampel yang lebih besar dan beragam dapat memberikan hasil yang lebih representatif.

Dalam penelitian kedepannya, untuk menyelidiki aspek etis dan keamanan dalam penggunaan dompet digital, terutama karena ini melibatkan data pribadi dan transaksi finansial. Pertimbangkan perlindungan data dan kebijakan keamanan yang relevan. Selain itu juga dapat membandingkan penggunaan dompet digital dengan metode pembayaran lain seperti pada kartu kredit, transfer bank, atau pembayaran tunai dalam transaksi online. Ini dapat memberikan wawasan lebih dalam tentang preferensi dan minat pembelian mahasiswa.

REFERENSI

- Andhini, Amelia. 2017. "PENGARUH TRANSAKSI ONLINE SHOPPING Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6(7): 1–23.
- Auliya, M. (2018), Bayar tagihan dengan GoPay atau OVO, amankah? (Diakses dari <https://www.domainsia.com/tips/dompet-elektronik-adalah/> pada tanggal 29 Oktober 2023).
- Aulia, Sisca. 2020. "Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital." *Jurnal Komunikasi* 12(2): 311.
- Diva, Nada, Rizki Rembulan, and Egi Arvian Firmansyah. 2020. "Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompet Digital." *Valid Jurnal Ilmiah* 17(2): 111.
- Etikan, Ilker. 2016. "Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling." *American Journal of Theoretical and Applied Statistics* 5(1): 1.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 23*. Edisi Kedelapan, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ika Febrilia, Shela Puspita Pratiwi, and Irianto Djatikusumo. 2020. "Minat Penggunaan Cashless Payment System – Dompet Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unj." *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 11(1): 1–19.
- Karsen, M., Chandra, Y.U., & Juwitasary, H. (2019). *Technological Factors of Mobile Payment: A Systematic Literature Review*. *Procedia Computer Science*.
- Kumala, Irna, and Intan Mutia. 2020. "Pemanfaatan Aplikasi DOMPET Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa." *Seminar Nasional Riset dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*: 64–69.

- Rakhmawati, Nur Aini, Alvin Edgar Permana, Arvy Muhammad Reyhan, and Hidayattul Rafli. 2021. “Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19.” Jurnal Teknoinfo 15(1): 32.
- Sagayarani, D. (2017). Digital Payments In India. IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM) .
- Shukla, Suchita and Chirag Malhotra. 2017. Digital Payments in India. Journal of Business and Management Volume 9 Hal 28-33.
- Solomon, Michael R. (2009). Consumer behavior : buying, having, and being / Michael R. Solomon. New Jersey :: Pearson Prentice Hall,.
- Sulistyowati, Rini, Loria Paais, and Rifana Rina. 2020. “Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompot Digital.” ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi 4(1): 17.