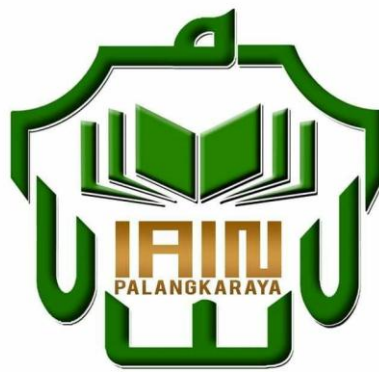


**PREFERENSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISLAM IAIN PALANGKA RAYA DALAM MEMILIH
APLIKASI DOMPET DIGITAL**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh

AYA ALYASNA

NIM 1704120694

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM PRODI EKONOMI SYARIAH
TAHUN AJARAN 2021 M/ 1442 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **PREFERENSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM IAIN PALANGKA RAYA
DALAM MEMILIH APLIKASI DOMPET DIGITAL**

NAMA : AYA ALYASNA

NIM : 1704120694

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, April 2021

Menyetujui

Pembimbing I,

Enriko Tedja Sukmana, M.Si
NIP 19840321 201101 1 012

Pembimbing II,

Rahmad Kurniawan, S.E
NIP 19880912 201903 1 005

Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam,

Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H., M.Si
NIP. 19631109 199203 1 004

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam,

Enriko Tedja Sukmana, M. Si
NIP. 19840321 201101 1 012

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudari Aya Alyasna

Palangka Raya, April 2021

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN Palangka Raya
Palangka Raya

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Aya Alyasna

NIM : 1704120694

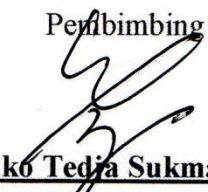
Judul : **PREFERENSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM IAIN PALANGKA RAYA
DALAM MEMILIH APLIKASI DOMPET DIGITAL**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I,


Enrico Tedja Sukmana, M.Si

NIP 19840321 201101 1 012

Pembimbing II,


Rahmad Kurniawan, S.E

NIP 19880912 201903 1 005

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**Preferensi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya dalam Memilih Aplikasi Dompot Digital**” oleh Aya Alyasna, dengan NIM: 1704120694 telah dimunaqasahkan oleh tim *Munaqasah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 06 Mei 2021

TIM PENGUJI

1. **Dr. Imam Qalyubi, M. Hum**

(Ketua Sidang/Penguji)

(.....)

2. **M. Zainal Arifin, M. Hum**

(Penguji I)

(.....)

3. **Enriko Tedja Sukmana, M.Si**

(Penguji II)

(.....)

4. **Rahmad Kurniawan, M.E**

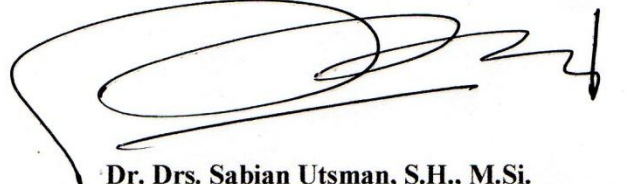
(Sekretaris/Penguji)

(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam,



Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H., M.Si.

NIP 19631109 199203 1 004

**PREFERENSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM IAIN PALANGKA RAYA DALAM
MEMILIH APLIKASI DOMPET DIGITAL**

ABSTRAK

Oleh : Aya Alyasna

NIM 1704120694

Latar belakang dari penelitian ini adalah disebabkan oleh pesatnya perkembangan teknologi sekarang yang jauh lebih maju dan dapat mempermudah segala kebutuhan manusia, dimana salah satunya adalah untuk memenuhi transaksi dengan lebih mudah dan cepat. Terkait dengan kebutuhan tersebut, *Mobile Marketing Association* (MMA) mengatakan bahwa sejak tahun 2019, keberadaan dompet digital yang berfungsi sebagai salah satu alat pembayaran non tunai secara perlahan berhasil menjadi tren yang popularitasnya semakin meningkat dikalangan masyarakat, khususnya bagi generasi muda. Adapun fokus permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini ada dua, yaitu (1) Preferensi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam hal pemilihan dompet digital yang tepat dan (2) Kendala yang dirasakan oleh mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya terkait penggunaan dompet digital.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif. Lokasi penelitian bertempat di wilayah kampus IAIN Palangka Raya, dengan subjeknya adalah mahasiswa-mahasiswi FEBI IAIN Palangka Raya yang merupakan pengguna dompet digital. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Lalu untuk analisisnya, peneliti menggunakan teori Miles dan Huberman, yaitu melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Preferensi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam hal pemilihan dompet digital yang tepat jatuh kepada lima aplikasi dompet digital, yakni sebanyak 5 subjek memilih *Shopeepay*, 3 subjek memilih *Gopay*, 2 subjek memilih *Dana*, dan masing-masing sebanyak 1 subjek menjatuhkan pilihan mereka pada *OVO* dan *LinkAja*; (2) Kendala yang dirasakan oleh mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya selaku pengguna dompet digital dikategorikan menjadi dua macam. Pertama, yakni kendala dari segi sistem yang mencakup berbagai macam permasalahan, diantaranya transaksi *top up* yang gagal, sistem atau server yang tiba-tiba *down*, dan transaksi yang berjalan dengan lambat. Sedangkan yang kedua adalah kendala dari segi fitur, yakni terkait opsi pembelian pulsa yang cenderung terbatas.

Kata kunci : Preferensi dan Dompet Digital

**THE PREFERENCES OF FACULTY OF ISLAMIC ECONOMICS
AND BUSINESS STUDENTS OF IAIN PALANGKA RAYA
IN CHOOSING THE DIGITAL WALLET APPLICATION**

ABSTRACT

**By: Aya Alyasna
NIM 1704120694**

The background of the study is due to the rapid development of current technology, which is much more advanced and able to ease all human needs, one of which is to fulfill transactions more easily and quickly. Related to the needs, Mobile Marketing Association (MMA) stated that since 2019, the existence of digital wallet as one of the non-cash payment instruments gradually succeed to be a trend whose popularity is more increasing among the public, especially for the youth generation. There are two focus problems discussed in this study, (1) The preferences of FEBI (Faculty of Economic and Islamic Business) students of IAIN Palangka Raya in choosing an appropriate digital wallet and (2) The perceived constraints by FEBI students of IAIN Palangka Raya related to the use of a digital wallet.

This study was qualitative field research using a descriptive-qualitative approach. The location of the study was located in the campus area of IAIN Palangka Raya. Furthermore, the subjects of the study were FEBI students of IAIN Palangka Raya who are the user of a digital wallet. The data collection technique conducted was by observation, interviews, and documentation. Then for the analysis, the researcher used Miles and Huberman's theory, namely through the stages of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of the study show that (1) The preferences of FEBI students of IAIN Palangka Raya in choosing an appropriate digital wallet are found in five digital wallet applications. Five subjects choose ShopeePay, three subjects choose GoPay, two subjects choose Dana, and each one subject drops their choice on OVO and LinkAja. (2) The perceived constraints by FEBI students of IAIN Palangka Raya as the users of digital wallets are categorized into two. First, constraints in terms of systems involve several problems, such as failed top-up transactions, a system or server that suddenly goes down, and a slow transaction process. Second, the constraint in terms of feature is related to credit purchase options tends to be limited.

Keywords: Preference, Digital Wallet

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Bismillaahirrohmaanirrohiim

Puji syukur peneliti haturkan kehadiran Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Preferensi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam Memilih Aplikasi Dompot Digital” dengan lancar. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, serta seluruh pengikut beliau hingga akhir zaman.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa dorongan, bimbingan, maupun arahan yang diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan ribuan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M. Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan juga sebagai dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dan saran kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
4. Ibu Jelita, M.S.I. selaku dosen penasehat akademik selama peneliti menjalani

perkuliahan.

5. Bapak Rahmad Kurniawan, S.E.Sy., M.E sebagai dosen pembimbing II yang juga selalu membimbing peneliti dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan arahan, pikiran dan penjelasan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang sudah memberikan ilmu dan mempermudah urusan administratif.
7. Ayah dan Ibu peneliti yang telah memberikan dukungan moril maupun materil dan selalu mendoakan keberhasilan penulis selama menempuh pendidikan.
8. dan semua pihak yang telah bersedia membantu dan tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga kiranya skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Palangka Raya, April 2021

Peneliti,

AYA ALYASNA

NIM 1704120694

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aya Alyasna
Nim : 1704120694
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Preferensi dan Alasan yang Melatarbelakangi Mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam Memilih Aplikasi Dompot Digital yang Tepat”** adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat dari karya orang lain, maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, April 2021

yang membuat pernyataan,



AYA ALYASNA

NIM 1704120694

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, kecuali kaum itu sendiri yang mengubah nasibnya”

(Ar-Ra'd : 11)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Al-Insyirah : 5-6)

PERSEMBAHAN

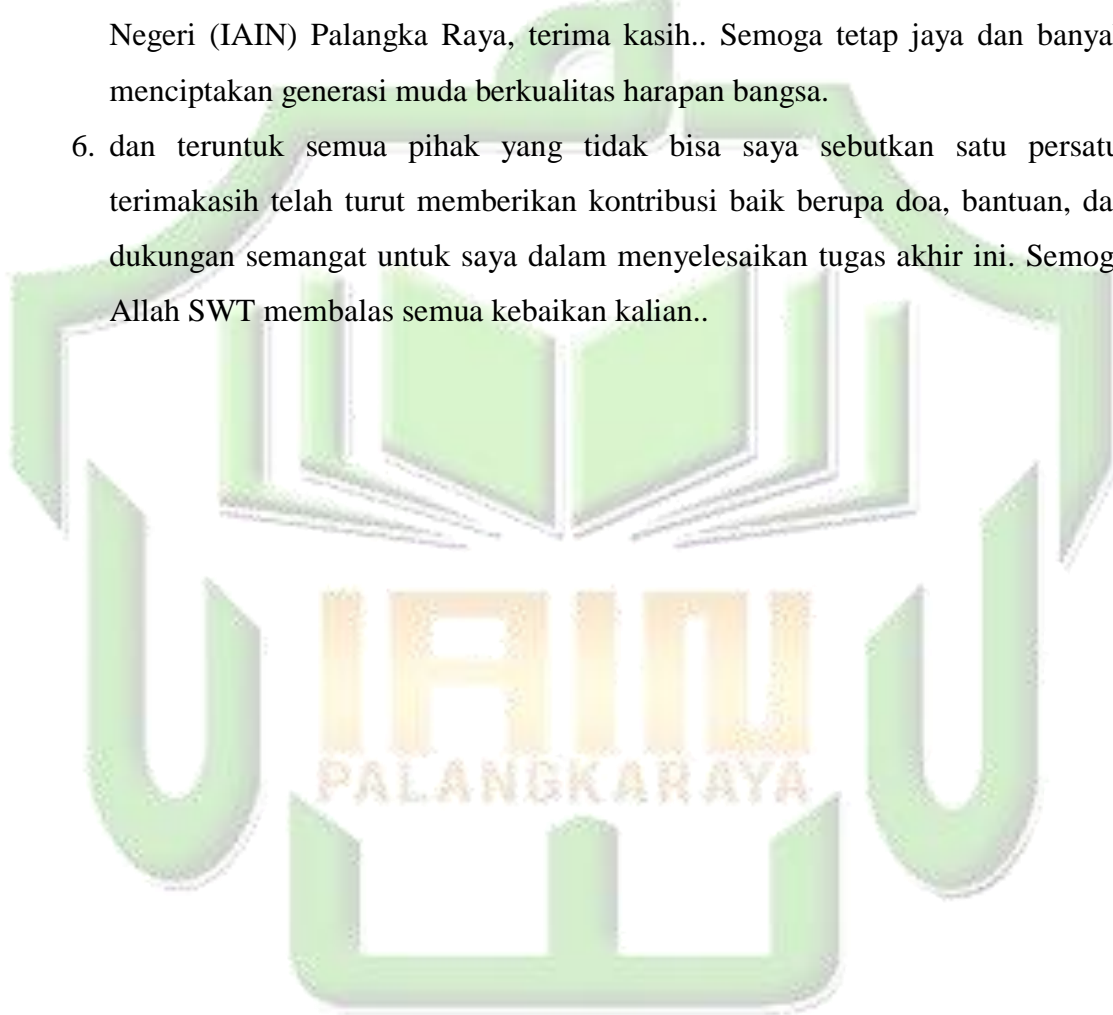


Alhamdulillahirabbilalamiin

Rasa Syukur yang berlimpah kepada Allah Subhanahu wa ta'ala karena taburan cinta dan kasih sayang-Nya yang telah memberikan hamba nikmat yang tak terhingga, kesehatan, kekuatan, kesabaran dan kemudahan yang pada akhirnya membuat saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga hamba selalu bisa lebih pandai bersyukur lagi atas semua kenikmatan yang telah diberikan. Serta atas cobaan yang diberikan, semoga dengan itu hamba bisa selalu lebih mengingat & selalu dekat dengan-Mu ya Rabb.. Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Shallallahu'alaihi Wasallam.

1. Teruntuk Ibu dan Bapak, Rahayu dan Joni yang selama ini telah memberikan kasih sayang, doa, semangat, dukungan, motivasi yang diberikan kepada saya dalam mewujudkan cita-cita anaknya. Semoga Ibu dan Bapak diberikan umur panjang, kesehatan, rezeki yang berlimpah, selalu dalam lindungan Allah Subhanahu wa ta'ala dan diberikan keselamatan dunia akhirat. Aamiin
2. Teruntuk Dosen Pembimbing saya, Bapak Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I., M.Si. dan Bapak Rahmad Kurniawan, S.E.Sy., M.E., ribuan terimakasih saya ucapkan atas bimbingan serta arahan Bapak selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kebaikan Bapak menjadi amal jariyah yang pada nantinya dapat membawa kebaikan serta keberkahan baik di dunia maupun di akhirat..
3. Teruntuk para sahabat, Emiliasi Widyasari, Neli Maulida, Radawiyah, dan Tiya Amanda, terimakasih banyak selama ini telah bersedia kebersamai, menyemangati, mendoakan, dan siap membantu ketika saya mengalami kesulitan.

4. Teruntuk teman-teman seperjuangan, khususnya ESY C Angkatan 2017 yang telah memberikan banyak kenangan indah, baik suka maupun duka selama 4 tahun menempuh pendidikan di IAIN Palangka Raya. Kalian adalah sebuah keluarga yang terbentuk karena mimpi dan perjuangan yang sama. Semoga Allah meridhoi perjuangan kita dan semoga kita semua menjadi insan yang bertakwa serta sukses dunia & akhirat.
5. Teruntuk almamater kebanggaan saya, kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, terima kasih.. Semoga tetap jaya dan banyak menciptakan generasi muda berkualitas harapan bangsa.
6. dan teruntuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah turut memberikan kontribusi baik berupa doa, bantuan, dan dukungan semangat untuk saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian..



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	L	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	Em
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap

متعدين	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-aulyā</i>
---------------	---------	-------------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul fitri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

◌ِ	Fathah	Ditulis	A
◌َ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>

يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

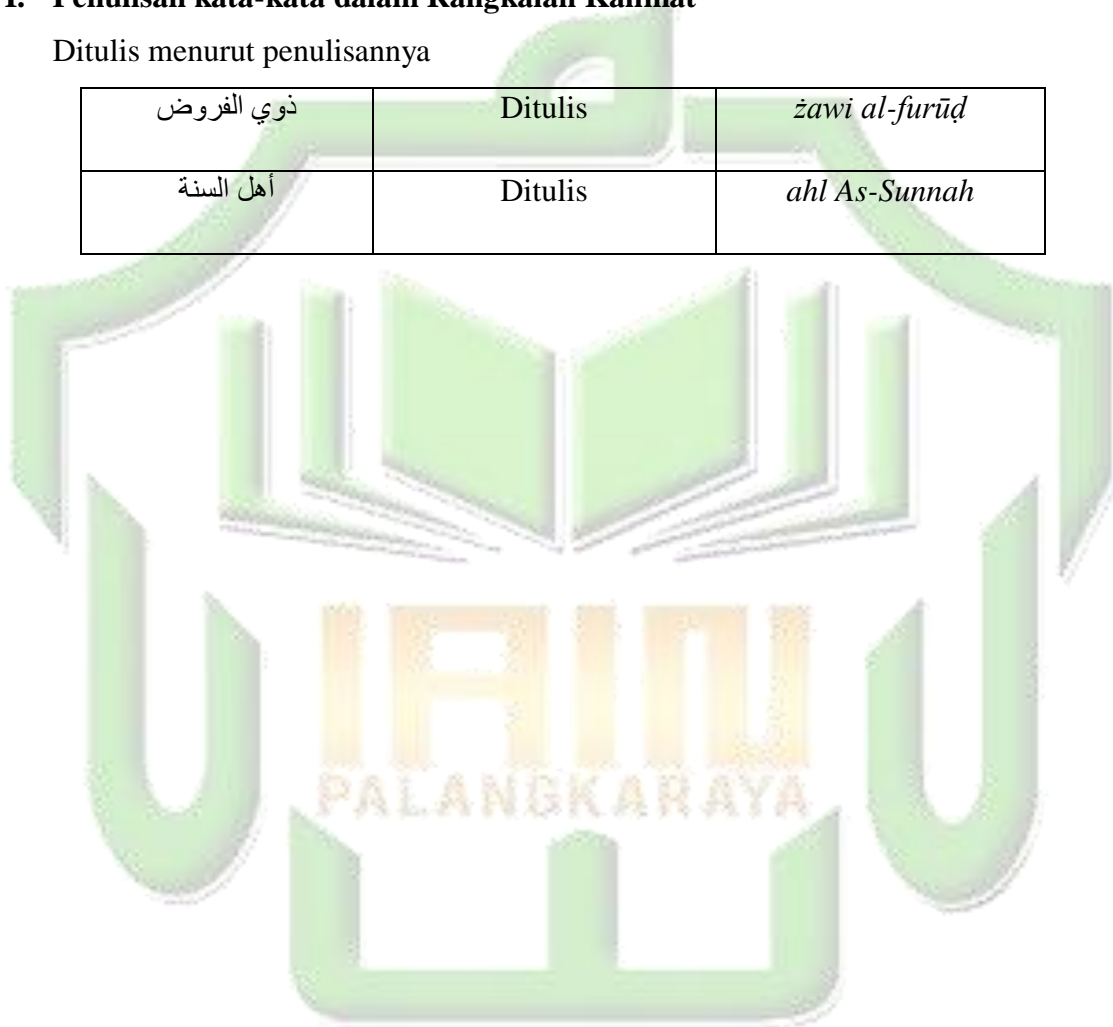
2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “*l*” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>żawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl As-Sunnah</i>



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xii
DAFTAR ISI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Landasan Teori	17
1. Teori Preferensi	17
a. Pengertian Preferensi	17
b. Tahapan Terbentuknya Preferensi	28
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi	24
2. Dompot Digital	30
a. Pengertian Dompot Digital	31
b. Kriteria Dompot Digital	31
c. Kelebihan dan Kelemahan Dompot Digital	32

d. Daftar Penyelenggara Dompot Digital di Indonesia	33
C. Kerangka Berpikir	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	38
C. Objek dan Subjek Penelitian	39
D. Teknik Pengumpulan Data	40
1. Observasi	40
2. Wawancara	43
3. Dokumentasi	43
E. Pengabsahan Data.....	44
F. Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN	47
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
1. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.....	47
a. Sejarah Singkat	47
b. Visi dan Misi	49
c. Fakultas dan Program Studi	49
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya	49
a. Sejarah singkat	50
b. Visi dan misi	52
c. Tenaga kependidikan	53
d. Data mahasiswa	54
B. Penyajian Data.....	56
C. Analisis Data	93
1. Preferensi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam hal pemilihan dompot digital yang tepat.....	93
2. Kendala yang dirasakan oleh mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya terkait penggunaan dompot digital.....	133

BAB V PENUTUP138
 A. Kesimpulan 138
 B. Saran 139
DAFTAR PUSTAKA..... 140
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.2 Lembaga Penerbit Dompot Digital di Indonesia	33
Tabel 4.1 Jurusan Program Strata 1 (S1).....	49
Tabel 4.2 Jurusan Program Magister (S2)	50
Tabel 4.3 Dosen Tetap PNS FEBI IAIN Palangka Raya	53
Tabel 4.4 Data mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya tahun 2017	54
Tabel 4.5 Data mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya tahun 2018	55
Tabel 4.6 Data mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya tahun 2019	55
Tabel 4.7 Data mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya tahun 2020	55
Tabel 4.8 Keperluan dalam hal penggunaan dompet digital	108
Tabel 4.9 Sumber pencarian informasi dompet digital.....	112
Tabel 4.10 Alternatif dompet digital yang dipertimbangkan	116
Tabel 4.11 Keputusan pemilihan dompet digital yang tepat	119
Tabel 4.12 Kepuasan dalam penggunaan dompet digital	122
Tabel 4.13 Kendala dalam penggunaan dompet digital	133

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era digital merupakan era dimana hampir segala aspek kehidupan tidak dapat dipisahkan dari keberadaan digital atau teknologi. Hal ini tentunya tidak terlepas dari kebiasaan manusia yang sangat bergantung pada teknologi, salah satunya adalah penggunaan *smartphone*. Dengan berbagai kemudahan dan manfaat yang dapat dirasakan secara langsung, orang-orang tidak hanya mengandalkan *smartphone* sebagai media berkomunikasi saja. Penggunaan *smartphone* kini beralih menjadi perangkat multifungsi atau serba bisa yang membantu pekerjaan manusia agar dapat diselesaikan dengan lebih mudah dan cepat.

Salah satu tren pengguna *smartphone* di Indonesia sejak tahun 2019 menurut *Mobile Marketing Association* (MMA) adalah pembayaran elektronik melalui aplikasi *e-wallet* atau dompet digital.¹ *E-Wallet* atau dompet digital adalah alat pembayaran digital yang menggunakan media elektronik berupa *server based*. Dompet digital juga dapat diartikan sebagai alat pembayaran yang bentuknya berupa aplikasi dan dalam proses pemakaiannya memerlukan sebuah koneksi terlebih dahulu.²

Pertumbuhan dompet digital di Indonesia dapat dikatakan cukup baik. Diketahui bahwa hingga bulan Mei 2019, ada 38 layanan dompet digital yang direstui pemerintah untuk beroperasi di Indonesia. Lalu di awal Oktober 2019,

¹Gemala Wijaya, "Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk*, dan *Additional Value* terhadap *Intention to Use* dan *Perceived Satisfaction* pada Aplikasi *E-wallet* di kota Padang", Skripsi, Padang : Universitas Andalas, 2019, h. 1-3

²Agus Mulyana dan Wijaya, "Perancangan *E-Payment System* pada *E-Wallet* Menggunakan *Kode QR Berbasis Android*", *Komputika : Jurnal Sistem Komputer* Vol 7, No. 2, 2018, hal. 64

dunia dompet digital Indonesia kedatangan pemain baru dari penguasa ponsel pintar dunia, yaitu *Samsung* melalui *Samsung Pay*.³

Seiring dengan pertumbuhannya yang meningkat, popularitas dompet digital di Indonesia juga bisa dikatakan cukup tinggi. Bank Indonesia mencatat bahwa jumlah transaksi uang elektronik di Indonesia tiap tahunnya terus meningkat. Pada tahun 2011, tercatat nominal transaksi uang elektronik mencapai Rp. 981 milyar. Pada 2017, jumlahnya mencapai Rp. 12,375 triliun. Pada 2018, angka transaksi hingga bulan September kembali naik hingga mencapai Rp. 31,6 triliun.

Selain itu, pada periode Januari hingga Agustus 2018, jumlah transaksi pembayaran digital meningkat 3 kali lipat mencapai 1,78 miliar transaksi, jika dibandingkan dengan periode yang sama pada 2017 (480 juta transaksi).⁴ Lalu sepanjang semester pertama 2019, Bank Indonesia mencatat transaksi uang elektronik senilai lebih dari Rp 56 triliun melalui berbagai platform, termasuk dompet digital.⁵

Dompet digital sedikit demi sedikit menjadi populer di kalangan masyarakat dikarenakan kemudahan dalam mendapatkannya, pengguna hanya perlu mendaftar dengan mengisi aplikasi singkat, dengan persyaratan yang minimal dan tidak diperlukannya pemeriksaan kredit, membuatnya cocok untuk semua kalangan masyarakat. Selain itu, dompet digital juga memungkinkan pengguna untuk dapat

³Ahmad Zaenuddin, "Dompet Digital Semakin Banyak, Pengguna Belum Tentu Diuntungkan", *Tirto*, <https://tirto.id/dompet-digital-semakin-banyak-pengguna-belum-tentu-diuntungkan-ejx2>, diakses pada tanggal 19 Januari 2020

⁴Amadea Rahma Pambudi, "*Analisa Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Behavior Intention pada Aplikasi Digital Payment OVO*", *Jurnal Strategi Pemasaran* Vol 6, No 2, 2019. hal. 2

⁵Ahmad Zaenuddin, "Dompet Digital Semakin Banyak, Pengguna Belum Tentu Diuntungkan", *Tirto*, <https://tirto.id/dompet-digital-semakin-banyak-pengguna-belum-tentu-diuntungkan-ejx2>, diakses pada tanggal 19 Januari 2020

melakukan berbagai macam transaksi *online* tanpa perlu mengungkapkan data keuangan pribadi mereka. Tentu fitur ini menyebabkan dompet digital menjadi digemari, mengingat ketakutan masyarakat akan transaksi *online* masih cukup tinggi.⁶

Banyaknya dompet digital yang beredar di Indonesia dengan fitur yang hampir sama, membuat masing-masing perusahaan kemudian bersaing untuk memberikan nilai tambah atau *additional value* kepada penggunanya. Menurut Pham dan Ho (2015) konsumen tidak akan menggunakan metode pembayaran yang baru jika penyedia layanan tersebut tidak menawarkan keunikan dan kinerja yang lebih baik dari layanan lainnya yang sejenis. Konsumen juga akan lebih tertarik untuk bertransaksi dengan dompet digital yang memberikan nilai tambah yang berarti bagi mereka.⁷

Senada dengan pernyataan diatas, masyarakat yang telah masuk dalam generasi *cashless* biasanya akan cenderung memiliki lebih dari satu produk dompet digital. Tujuannya adalah untuk memenangkan perang promo yang biasanya diadakan oleh perusahaan dompet digital. Pengadaan berbagai macam promo yang perusahaan dompet digital lakukan akan menstimulus konsumen untuk lebih sering berbelanja, sehingga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi. Harbolnas (Hari

⁶Bayu Setiawan, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Pengaruh Sosial dan Kepercayaan terhadap Minat Perilaku Penggunaan Teknologi E-Wallet dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*”, Skripsi, Bandar Lampung : Universitas Lampung, 2019, h. 6-7

⁷Gemala Wijaya, “Pengaruh *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk*, dan *Additional Value* terhadap *Intention to Use* dan *Perceived Satisfaction* pada Aplikasi *E-wallet* di kota Padang”, Skripsi, Padang : Universitas Andalas, 2019, h. 25

Belanja Online Nasional) yang menawarkan *cashback* dan penambahan poin adalah strategi jitu untuk meningkatkan penjualan *merchant*.⁸

Peningkatan pemenuhan kebutuhan barang dan jasa secara *online* di Palangka Raya saat ini telah mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari cukup banyaknya penerapan sistem *cashless* untuk pembayaran transportasi dan minimarket. Selain itu, gerai-gerai makanan di kota Palangka Raya yang sistem pemesanannya dapat dilakukan melalui dompet digital juga semakin sering dijumpai. Tidak hanya terbatas pada hal itu, pembayaran tagihan rutin (seperti BPJS, listrik, PDAM) saat ini juga dapat dilakukan melalui hampir semua produk dompet digital, yang tentunya memberikan pengaruh yang baik dalam meningkatkan efisiensi waktu penggunaannya. Dengan menggunakan dompet digital, pengguna juga dapat melakukan pembelian tiket transportasi, donasi, hingga investasi emas.⁹

Melihat begitu banyaknya akses yang bisa dicapai dengan dompet digital, pemanfaatan aplikasi pembayaran non tunai ini kemudian cukup berhasil menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari generasi milenial dan gen-Z. Mayoritas sekitar 68% dari generasi muda Indonesia menggunakan dompet digital minimal satu hingga dua kali dalam seminggu dengan rata-rata nilai *top-up* sebesar Rp. 140.663 setiap minggunya. *Research Director Customer Experience Ipsos Indonesia*, Olivia Samosir mengatakan bahwa sebagian besar dari mereka

⁸Vivin Dian Devita, "Siapa Aplikasi E-Wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia", dalam <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>, diakses pada tanggal 03 Januari 2021.

⁹Imroatul Latifah, *Analisis Persepsi, Perilaku, Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Penggunaan Ulang Dompet Digital (E-Wallet) di Kabupaten Tulungagung*, Skripsi, IAIN Tulungagung, 2020, h. 5-6

menggunakan dompet digital pertama kali untuk pembayaran jasa transportasi online (40%) dan jasa pesan-antar makanan minuman (32%).¹⁰

Melihat hubungan yang tercipta antara generasi milenial dengan keberadaan dompet digital ini, peneliti kemudian tergerak untuk mencari tahu bagaimana pendapat mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya terhadap aplikasi pembayaran secara non tunai ini. Dan setelah melakukan observasi awal, diketahui bahwa popularitas dompet digital ternyata mampu menarik perhatian mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, khususnya untuk mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Hal ini dibuktikan dengan pendapat yang diutarakan oleh MM, yang merupakan mahasiswa Ekonomi Syariah sekaligus pengguna dompet digital sejak tahun 2019. MM mengatakan bahwa dengan semakin majunya perkembangan zaman, penggunaan dompet digital dinilai lebih praktis dan hemat. MM juga mengutarakan bahwa dirinya merupakan pengguna dari empat aplikasi dompet digital, diantaranya adalah *OVO*, *DANA*, *Gopay*, *Mitratokopedia*, dan *Alfagif*. Kendati demikian, dari lima aplikasi tersebut, MM mengaku lebih sering bertransaksi menggunakan *DANA*¹¹. Penulis juga mendapatkan informasi bahwa beberapa teman MM yang juga merupakan pengguna dari sistem pembayaran digital ini memiliki lebih dari satu aplikasi dompet digital.

Adapun yang membuat peneliti memutuskan untuk memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya tahun angkatan 2017-

¹⁰Kunthi Fahmar Sandy, "68% Generasi Milenial Indonesia Gunakan Dompet Digital", Sindonews, <https://ekbis.sindonews.com/read/1525015/34/68-generasi-milenial-indonesia-gunakan-dompet-digital-1581515264>, diakses pada tanggal 17 Maret 2020.

¹¹Hasil wawancara dengan Meidina Munawaroh pada tanggal 07 Mei 2020.

2020 sebagai subjek dalam penelitian ini adalah karena dianggap relevan dengan penelitian yang telah dilakukan. Seperti yang telah diketahui, popularitas mengenai dompet digital ini melambung tinggi pada tahun 2017, dan terus meningkat sampai dengan saat ini. Persaingan antar penerbit dompet digital yang semakin ketat pun menghasilkan semakin banyaknya aplikasi dompet digital yang beredar di masyarakat dengan kelebihanannya masing-masing.

Dari latar belakang di atas, peneliti kemudian melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Preferensi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya dalam Memilih Aplikasi Dompet Digital”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah preferensi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam hal pemilihan dompet digital yang tepat?
2. Bagaimanakah kendala yang dirasakan oleh mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya terkait penggunaan dompet digital

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui preferensi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam hal pemilihan dompet digital yang tepat
2. Untuk mengetahui kendala-kendala seperti apa yang dihadapi oleh mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya ketika menggunakan dompet digital

D. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini dapat dibagi menjadi dua macam, yakni manfaat secara teoritis dan manfaat praktis

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk menambah dan memperluas wawasan penulis dan mahasiswa jurusan Ekonomi Islam, khususnya Ekonomi Syariah serta seluruh mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya dalam bidang Ekonomi Islam.
- b. Dalam hal kepentingan ilmiah, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi ilmu pengetahuan intelektual di bidang Ekonomi Syariah.
- c. Dapat dijadikan referensi atau bahan acuan bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian secara lebih mendalam terhadap permasalahan yang sama pada periode yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan studi program Strata 1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.
- b. Dapat dijadikan pertimbangan bagi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya dalam hal memilih dompet digital yang tepat.
- c. Sebagai bahan bacaan dan juga sumbangan pemikiran dalam memperkaya khazanah literatur Ekonomi Syariah bagi kepustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang telah ditelusuri oleh peneliti ternyata tidak ditemukan hal-hal yang konkrit membahas atau meneliti apa yang dibahas dan diteliti oleh penulis. Akan tetapi, dari beberapa penelitian terdahulu penulis menemukan hal-hal yang berkaitan dengan faktor-faktor yang melatarbelakangi penggunaan dompet digital. Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Pertama, Skripsi yang dibuat oleh Maghfira dari Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran *Go-Pay*”.¹² Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis empat variabel, yaitu kepercayaan sebagai variabel independen, dan persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko sebagai variabel *interviening* dan penggunaan sistem pembayaran *Gopay* sebagai variabel dependen. Adapun jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden, yang didapatkan dari empat universitas non politeknik di Yogyakarta, yaitu Universitas Gadjah Mada, Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma, dan Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, dengan kuota responden sebanyak 25 responden setiap universitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap persepsi manfaat dan persepsi kemudahan dalam penggunaan *Gopay*. Artinya, semakin tinggi

¹²Maghfira, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran *Go-Pay*”, Skripsi, Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018.

kepercayaan pengguna terhadap *Gopay*, maka akan meningkatkan persepsi pengguna terhadap manfaat dan kemudahan menggunakan *Gopay*. Sementara itu, diketahui bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap penggunaan *Gopay*. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi persepsi pengguna terhadap risiko penggunaan *Go-Pay*, maka akan semakin menurunkan penggunaan *Go-Pay*. Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai sumber acuan untuk melakukan analisis pada rumusan masalah pertama dalam penelitian ini.

Kedua, penelitian terdahulu selanjutnya adalah dari skripsi yang berjudul “Pengaruh *Trust, Perceived Benefits, and Ease of Use* terhadap keputusan Penggunaan E-Wallet. (Studi Kasus Pengguna *LinkAja* pada Masyarakat Solo Raya)”¹³. Penelitian ini dilakukan oleh Marcella Giovani Safitri, salah seorang mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah variabel *trust, perceived benefits, dan ease of use* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-wallet LinkAja* pada masyarakat Solo. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan sampel sebanyak 120 responden yang diambil dari masyarakat di daerah Soloraya yang pernah menggunakan *e-wallet LinkAja* sebagai metode pembayaran non tunai. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan melalui kuesioner dan menggunakan skala likert yaitu 1-5. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji ketepatan model, uji analisis regresi berganda dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketiga variabel yang diteliti,

¹³Marcella Giovani Safitri. “Pengaruh *Trust, Perceived Benefits, and Ease of Use* terhadap keputusan Penggunaan E-Wallet. (Studi Kasus Pengguna *LinkAja* pada Masyarakat Solo Raya)”, Skripsi, Surakarta : Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2020.

variabel *trust* atau kepercayaan berpengaruh lebih besar dibandingkan variabel *perceived benefits* dan *ease of use* dalam hal mempengaruhi keputusan penggunaan. Hal ini juga dibuktikan dari nilai *t* hitung sebesar 3,040; nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai sumber acuan untuk melakukan analisis pada rumusan masalah pertama dalam penelitian ini.

Ketiga, Ni Putu Widiyawati dkk melakukan penelitian berbentuk karya tulis ilmiah dengan judul “Kualitas Layanan, Harga, dan Persepsi Benefit Menggunakan Fitur *Go-pay*”.¹⁴ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan Gojek menggunakan fitur *Go-Pay* dilihat dari aspek kualitas layanan, harga dan persepsi manfaat. Adapun jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah *explanatory search* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan menggunakan skala pengukuran likert. Dari 100 responden yang merupakan pelanggan pengguna fitur *Go-Pay* dalam aplikasi *Gojek* di Bandar Lampung, dan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, didapatkan hasil penelitian bahwa kualitas layanan, harga, dan persepsi benefit memiliki pengaruh yang simultan terhadap keputusan penggunaan fitur *Go-pay*. Hal ini berarti, jika konsumen merasa puas dalam merasakan manfaat dari penggunaan *Go-Pay*, maka mereka akan lebih memilih untuk menggunakan aplikasi tersebut sekaligus meningkatkan penggunaannya. Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai sumber acuan untuk melakukan analisis pada rumusan masalah pertama dalam penelitian ini.

¹⁴Putu Widiyawati dkk, “Kualitas Layanan, Harga, dan Persepsi Benefit Menggunakan Fitur *Go-pay*”, dalam Prosiding Seminar Nasional FISIP Universitas Lampung (SeFila), 8 Agustus 2019.

Keempat, selain karya tulis ilmiah yang digarap oleh Ni Putu Widiyawati dkk, peneliti juga menemukan karya tulis ilmiah yang dibuat oleh Muhammad Faisal dan Kraugusteeline dengan judul “Analisis *Behavior Intention* pada Penggunaan *Digital Payment* dengan Menggunakan Metode *Technologi Acceptance Model 3* (Studi Kasus pada Aplikasi *LinkAja*)”.¹⁵ Adapun tujuan yang berusaha dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat/niat perilaku (*behavioral intention*) terhadap penggunaan *digital payment* di aplikasi *Linkaja*. Penelitian ini menggunakan metode *Technology Acceptance Model* dengan beberapa variabel yaitu: *subjective norms*, *result demonstrability*, *output quality*, *digital payment self-efficacy* dan variabel pada *Technology Acceptance Model* yaitu: *perceived ease of use*, *perceived usefulness & behavioral intention*. Teknik pengumpulan sampel yang dilakukan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner secara online dan berhasil mendapatkan total responden sebanyak 25 orang dengan kriteria merupakan masyarakat umum yang merupakan pengguna *LinkAja*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *subjective norms*, *digital payment self-efficacy*, *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *behavioral intention* memiliki status valid, sedangkan *result demonstrability* dan *output quality* memiliki status invalid. Manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai sumber acuan untuk melakukan analisis pada rumusan masalah pertama dalam penelitian ini.

¹⁵Muhammad Faisal dan Kraugusteeline, “Analisis *Behavior Intention* pada Penggunaan *Digital Payment* dengan Menggunakan Metode *Technologi Acceptance Model 3* (Studi Kasus pada Aplikasi *LinkAja*)”. dalam Seminar Nasional Informatika, Sistem Informasi dan Keamanan Siber (SEINASI-KESI), 24 Oktober 2019

Kelima, merupakan karya tulis ilmiah yang dibuat oleh Defira Amadea Wongso dari Universitas Kristen Putra dengan judul “Analisa *User Experience* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Trust* sebagai Variabel *Interviening* pada Aplikasi *OVO Digital Payment*”.¹⁶ Penelitian ini bertujuan untuk membahas analisa mengenai pengalaman pengguna terhadap loyalitas konsumen dengan kepercayaan sebagai variabel *interviening* pada aplikasi OVO, yang merupakan salah satu dompet digital di Indonesia. Adapun jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 108 responden, dengan kriteria merupakan pengguna OVO yang telah melakukan transaksi minimal 20 kali dalam enam bulan terakhir sekaligus pernah melakukan *top up* saldo. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *user experience* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer loyalty* dan *trust*, begitu pula dengan *customer loyalty* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap *trust*. Akan tetapi, jika dilihat dari analisa *path coefficient*, kepercayaan tidak memperkuat hubungan antara variabel independen yaitu *user experience* terhadap variabel dependen yaitu *customer loyalty*. Adapun manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai sumber acuan tambahan untuk melakukan analisis pada rumusan masalah kedua dalam penelitian ini.

Keenam, penelitian terdahulu selanjutnya adalah dari karya tulis ilmiah yang berjudul “Adopsi Inovasi Aplikasi Dompet Digital di Kota Pekanbaru”.¹⁷ Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Badri, yang merupakan salah seorang

¹⁶Defira Amadea Wongso, “Analisa *User Experience* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Trust* sebagai Variabel *Interviening* pada Aplikasi *OVO Digital Payment*”, dalam Jurnal Strategi Pemasaran Vol. 7, No. 1, 2020.

¹⁷Muhammad Badri, “Adopsi Inovasi Aplikasi Dompet Digital di Kota Pekanbaru”, dalam INOVIBIZ : Jurnal Inovasi Bisnis Vol. 8, 2020.

mahasiswa Institut Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adopsi inovasi aplikasi dompet digital sekaligus menjelaskan bagaimana terjadinya transisi *cashless society* di Kota Pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan format deskriptif. Penelitian ini memilih 120 responden yang terbagi menjadi generasi Y dan generasi Z, dengan pertimbangan bahwa dua kelompok generasi ini cukup adaptif terhadap teknologi digital. Peneliti mengukur sikap atau pendapat responden terhadap inovasi dompet digital melalui beberapa tahap, yakni dimulai dari tahap pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Melalui kelima tahap itu, didapatkan hasil bahwa generasi Y dan Z di Kota Pekanbaru merupakan para pengguna *smartphone* yang sangat aktif. Sebelum mengadopsi secara penuh, diketahui juga bahwa sebelumnya para responden sudah pernah mencoba menggunakan aplikasi dompet digital. Tingginya tingkat ketertarikan terhadap aplikasi kemudian mempengaruhi tingkat adopsi sebesar 68%. Adapun manfaat penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai sumber acuan tambahan untuk melakukan analisis pada rumusan masalah kedua dalam penelitian ini.

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul	Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Maghfira, dengan judul “ <i>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Sistem Pembayaran Go-Pay</i> ”	2018	Penelitian ini menggunakan dompet digital (<i>Gopay</i>) sebagai objeknya. Selain itu, subjek dalam penelitian ini juga adalah	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

			mahasiswa yang menggunakan dompet digital.	
2	Marcella Giovani Safitri, dengan judul <i>“Pengaruh Trust, Perceived Benefits, and Ease of Use terhadap keputusan Penggunaan E-Wallet. (Studi Kasus Pengguna LinkAja pada Masyarakat Solo Raya)”</i>	2020	Objek yang diteliti adalah dompet digital (<i>LinkAja</i>).	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Selain itu, subjek dalam penelitian ini tidak terbatas pada mahasiswa saja, melainkan mencakup masyarakat di wilayah Solo Raya
3	Ni Putu Widiyawati dkk, dengan judul <i>“Kualitas Layanan, Harga, dan Persepsi Benefit Menggunakan Fitur Go-pay”</i>	2019	Penelitian ini menggunakan dompet digital (<i>Gopay</i>) sebagai objeknya. Selain itu, subjek dalam penelitian ini juga adalah mahasiswa yang merupakan pengguna dompet digital.	Penelitian ini menggunakan metode <i>explanatory search</i> dengan pendekatan kuantitatif Selain itu, penelitian ini juga tidak berbentuk skripsi, melainkan karya tulis ilmiah yang diterbitkan dalam Prosiding Seminar Nasional FISIP Universitas Lampung
4	Muhammad Faisal dan KraugusteeLine, dengan judul <i>“Analisis Behavior Intention pada Penggunaan Digital Payment dengan Menggunakan Metode Teknologi Acceptance Model 3</i>	2019	Objek dalam penelitian ini adalah dompet digital (<i>LinkAja</i>).	Penelitian ini menggunakan metode <i>Technologi Acceptance Model 3</i> Selain itu, penelitian ini juga

	<i>(Studi Kasus pada Aplikasi LinkAja)”</i>			tidak berbentuk skripsi, melainkan berbentuk karya tulis ilmiah yang diterbitkan dalam Seminar Nasional Informatika, Sistem Informasi dan Keamanan Siber (SEINASI-KESI)
5	Defira Amadea Wongso, dengan judul <i>“Analisa User Experience terhadap Customer Loyalty dengan Trust sebagai Variabel Interviening pada Aplikasi OVO Digital Payment”</i>	2020	Objek dalam penelitian ini adalah dompet digital (OVO)	Penelitian ini menggunakan teknis analisa data <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) Selain itu, penelitian ini juga tidak berbentuk skripsi, melainkan berbentuk karya tulis ilmiah yang diterbitkan dalam Jurnal Strategi Pemasaran Vol 7 No. 1.
6	Muhammad Badri, dengan judul <i>“Adopsi Inovasi Aplikasi Dompet Digital di Kota Pekanbaru”</i>	2020	Objek dalam penelitian ini adalah dompet digital	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan format deskriptif dan subjeknya masyarakat besar yang merupakan pengguna dompet digital di Kota Pekanbaru Selain itu, penelitian ini juga tidak berbentuk skripsi, melainkan

				berbentuk karya tulis ilmiah yang diterbitkan dalam Jurnal Inovasi Bisnis Vol 8 No. 1.
--	--	--	--	--

Sumber : Diolah oleh Penulis

B. Landasan Teori

1. Teori Preferensi

a. Pengertian Preferensi

Preferensi dapat diartikan sebagai kecenderungan atau keinginan yang dirasakan oleh seseorang terhadap sesuatu. Lebih lengkap lagi, preferensi dapat diartikan sebagai rasa suka oleh seseorang terhadap suatu produk, baik itu barang maupun jasa yang nantinya akan dikonsumsi.¹⁸ Menurut Kotler, preferensi konsumen sendiri menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai alternatif produk atau jasa yang tersedia. Preferensi memiliki arti pilihan atau kecenderungan yang sifatnya merupakan kebebasan individu dalam memilih produk dan jasa yang menurutnya tepat.¹⁹

Preferensi juga dapat diartikan sebagai langkah awal dalam menjelaskan perihal mengapa seseorang lebih menyukai satu produk tertentu dibandingkan yang lain. Adapun pengertian preferensi dalam arti yang lebih

¹⁸Poerwandaminta, W. J. S., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), h.769.

¹⁹Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 2000), h.154.

sempit adalah suatu pilihan.²⁰ Selain itu, Preferensi juga disebut sebagai sesuatu yang lebih diminati, yang merupakan pilihan di tingkatan paling atas serta dianggap memiliki lebih banyak keuntungan.²¹

Masih mengenai definisi preferensi, Andi Mappiare memiliki pendapat bahwa preferensi adalah suatu perangkat mental, dimana didalamnya terdapat gabungan berbagai macam perasaan, baik itu harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang akhirnya menuntun individu kepada suatu pilihan tertentu.²²

Preferensi konsumen bisa ditentukan dengan mengukur tingkat kegunaan atau pentingnya suatu produk atau jasa. Evaluasi terhadap produk atau jasa nantinya akan membawa kita ke dalam gambaran yang menunjukkan sikap konsumen terhadap produk atau jasa tersebut, sehingga dapat tercerminlah preferensi konsumen ketika menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa tertentu.²³

b. Tahapan Terbentuknya Preferensi

Menurut Simamora yang dikutip oleh Aqidah Asri Suwarsi, sebelum konsumen dapat membentuk suatu preferensi, tahap-tahap yang perlu dilewati adalah sebagai berikut:²⁴

²⁰Imam Mu'aziz, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah Di BPRS Amanah Ummah", Jurnal Ekonomi Islam, No.2/ Desember 2017, h. 111

²¹Ari Pradhanawati, "Potensi Dan Preferensi Terhadap Perilaku Memilih Pegadaian Syariah", Jurnal Bisnis Dan Manajemen, No. 1/ Maret 2011, h. 3

²²Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, (Surabaya : Usaha Nasional, 1994), h. 62

²³Aqidah Asri Suwarsi, "Identifikasi Potensi Nasabah Baru Bank Syariah ditinjau dari Customer Switching Intention," Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. No.2 Juli-Desember 2017, h. 178

²⁴*Ibid.*, h. 179

- 1) Setiap konsumen akan memiliki persepsi yang berbeda terhadap produk tertentu. Misalkan seorang konsumen melihat produk sebagai kumpulan atribut, maka konsumen yang lain akan memiliki suatu persepsi yang berbeda mengenai atribut apa yang dianggap relevan
- 2) Konsumen memiliki pandangan yang berbeda mengenai atribut yang dianggap terpenting baginya. Tingkat kepentingannya sendiri akan disesuaikan melalui kebutuhan dan beberapa harapan yang ingin dicapai oleh konsumen.
- 3) Konsumen secara perlahan akan memiliki sejumlah keyakinan atau kepercayaan terhadap satu produk dibandingkan yang lain.
- 4) Konsumen akan mengukur tingkat kepuasan yang mereka rasakan pada setiap produk. Dan biasanya tingkat kepuasan ini nilainya akan berbeda antara satu produk dengan yang lainnya.
- 5) Di tahap terakhir ini, konsumen akan melakukan berbagai penilaian terhadap produk yang berbeda dan berakhir dengan terpilihnya satu produk yang mereka anggap terbaik.

Selain itu, ada pula tahapan terbentuknya preferensi yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, yakni sebagai berikut:

- 1) Pengenalan kebutuhan

Tahap pertama dalam pembentukan preferensi diawali ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. salah satu contohnya adalah ketika seorang karyawan yang

bekerja seharian di kantor yang menyebabkan dirinya tidak sempat pergi ke bank untuk menabung. Kondisi ini kemudian lambat laun akan membangkitkan pengenalan kebutuhan akan layanan *weekend banking* yang bertujuan agar pekerja dapat tetap menabung meski di hari libur.²⁵

Pada tahap pengenalan kebutuhan, individu akan diberikan sebuah rangsangan atau stimulus, baik itu melalui pikiran, tindakan, ataupun motivasi yang kemudian dapat mendorong mereka untuk melakukan pertimbangan dalam hal membeli atau menggunakan barang atau jasa tertentu. Stimulus tersebut dapat berupa:

- a) Petunjuk komersial, adalah kegiatan atau motivasi yang merangsang konsumen untuk membeli karena adanya upaya promosi dari sebuah perusahaan.
- b) Isyarat sosial, adalah sebuah rangsangan yang berasal dari kelompok referensi yang digunakan sebagai panutan atau rujukan seseorang.²⁶
- c) Isyarat fisik, adalah sebuah rangsangan atau stimulus yang disebabkan oleh hal-hal yang dapat kita rasakan, seperti rasa haus, lapar, kelelahan, dan lain-lain.

2) Pencarian informasi

Sumber informasi yang digunakan dapat dikelompokkan berdasarkan beberapa kriteria. Menurut karakteristik dan kemandirian individu

²⁵Ujang Sumarwan, *Perilaku konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), h. 360-361

²⁶Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h. 130

maupun non individu, sumber informasi dapat dibedakan menjadi beberapa kategori sebagai berikut:

- a) *Impersonal advocate sources*, terdiri dari iklan media cetak dan media elektronik.
- b) *Impersonal independent sources*, termasuk diantaranya informasi yang diperoleh dari artikel populer sekaligus *broadcast programming*.
- c) *Personal advocate sources*, merupakan informasi yang diperoleh dari wiraniaga.
- d) *Personal independent sources*, berbentuk informasi yang diperoleh dari kerabat dan teman²⁷

Adapun faktor-faktor yang berpengaruh dalam pencarian informasi yang dilakukan oleh konsumen adalah sebagai berikut:

- a) Faktor pasar. Termasuk diantaranya jumlah produk dan opsi atau pilihan lain yang disediakan, kisaran harga, konsentrasi toko, dan tersedianya informasi.
- b) Faktor produk. Meliputi harga dan diferensiasinya. Faktor ini sangat berkaitan erat dengan pelanggan yang sedang mencari informasi.
- c) Faktor pelanggan. Berkaitan dengan pembelajaran dan pengalaman dari suatu pelanggan, posisi dan arah pasar, status sosial, usia, jenis kelamin, siklus hidup keluarga, keterlibatan produk dan persepsi risiko.

²⁷Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009), h. 185

d) Faktor situasi. Termasuk didalamnya adalah ketersediaan waktu, pembelian yang bersifat pribadi, suasana yang nyaman, lingkungan sosial dan kemampuan fisik ataupun mental.²⁸

3) Evaluasi alternatif

Setelah mengumpulkan berbagai alternatif yang tersedia, konsumen kemudian dihadapkan pada tahap penilaian yang bertujuan untuk menentukan pilihan akhir. Tahap evaluasi atau penilaian ini dapat bersifat sistematis maupun non-sistematis. Penilaian juga dilakukan melalui beberapa proses, yaitu melakukan penetapan kategori atau kriteria dari evaluasi, melakukan penetapan tingkat kepentingan setiap kategori, lalu setelah itu, setiap alternatif akan dilakukan penilaian sesuai dengan kategori yang telah ditetapkan.²⁹

4) Keputusan pembelian atau penggunaan

Jika pada tahap evaluasi, konsumen akan membentuk preferensi antar produk atau jasa melalui serangkaian pilihan. Maka pada tahap ini, konsumen akan berada pada tahap yang pasti, yakni melakukan keputusan pembelian atau penggunaan.³⁰

5) Perilaku pasca pembelian atau penggunaan

Tahap terakhir ini merupakan fungsi dari seberapa dekat harapan terhadap kinerja produk. Jika kinerja tidak sesuai harapan maka konsumen akan kecewa, begitupula sebaliknya. Jika konsumen puas

²⁸*Ibid.*, h. 185

²⁹Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h. 131

³⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009), h. 188

dengan penggunaan atau pembelian jasa atau produk yang telah mereka lakukan, maka ada kemungkinan bahwa konsumen akan kembali membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Pelanggan yang puas juga cenderung akan merekomendasi produk atau jasa yang menurut mereka bagus tersebut kepada orang lain.³¹

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi

Preferensi terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu sebagai berikut:

1) Faktor-Faktor Kebudayaan

a) Kebudayaan, kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.³²

b) Subbudaya, yaitu bagian-bagian yang lebih kecil dari suatu kebudayaan yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Bagian ini dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis, yaitu *kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis*.

³¹Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h. 133

³²Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Kencana, 2015), h. 9

- c) Kelas sosial, adalah kelompok yang *relative* homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya memiliki nilai, minat dan perilaku serupa.³³

2) Faktor-Faktor Sosial

- a) Kelompok panutan. Merupakan sekumpulan orang yang digunakan sebagai pembanding bagi seorang individu dalam membentuk nilai, sikap, dan perilaku, baik yang sifatnya umum maupun spesifik. Pada mulanya, kelompok panutan diartikan secara sempit sebagai kelompok di lingkungan seseorang yang mempunyai interaksi langsung (seperti keluarga dan kelompok pertemanan yang dekat). Namun, konsep ini semakin lama mengalami perluasan karena didalamnya kemudian tidak hanya terdapat interaksi secara langsung, tapi juga bisa secara tidak langsung.³⁴ Kelompok yang didalamnya terjadinya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat disebut dengan kelompok primer. Sedangkan kelompok yang lebih resmi dan interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan disebut dengan kelompok sekunder.³⁵
- b) Keluarga. Faktor kedua ini dapat dibagi menjadi dua kelompok, yakni keluarga orientasi dan keluarga prokreasi. Yang termasuk dalam keluarga orientasi adalah orang tua dan saudara kandung individu yang bisa memberikan arahan mengenai agama, politik dan ekonomi serta

³³Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Kencana, 2015), h. 10

³⁴Damiati, Luh Masdarini, dan Made Suriani, *Perilaku Konsumen*, (Depok : PT RajaGrafindo Persada, 2017), h. 103

³⁵Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Kencana, 2015), h. 11

ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Sedangkan keluarga prokreasi adalah keluarga yang didalamnya ada pasangan dan jumlah anak yang dimiliki oleh individu.

- c) Peran dan status. Orang berpartisipasi dalam banyak kelompok (baik itu keluarga, klub maupun organisasi). Kita dapat mendefinisikan posisi seseorang dalam tiap kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dijalankan oleh seseorang. Setiap peran menyandang status. Wakil presiden senior pemasaran akan memiliki status lebih tinggi jika dibandingkan dengan manajer penjualan, dan manajer penjualan memiliki status yang lebih tinggi daripada staf kantor. Seseorang juga biasanya cenderung memilih produk ataupun jasa yang mencerminkan dan mengkomunikasikan peran sekaligus status mereka dalam masyarakat.³⁶

3) Faktor-Faktor Pribadi

- a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup. Hal ini karena seseorang biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya. Misalnya dalam hal konsumsi makanan. Seseorang akan memakan makanan bayi pada masa balita, lalu mengkonsumsi semua jenis makanan pada masa pertumbuhan dewasa, dan memakan makanan yang sifatnya lebih khusus pada masa tua. Selera orang akan

³⁶Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009), h. 73

pakaian, perabot mebel, dan rekreasi juga biasanya berhubungan dengan usia.³⁷

- b) Pekerjaan. Suatu pekerjaan juga mempengaruhi preferensi seseorang. Seorang pekerja berkerah biru akan membeli pakaian kerja, sepatu kerja, dan transportasi bis. Seorang direktur perusahaan akan membeli pakaian mahal, *air travel*, keanggotaan *country club*, dan sedan besar. Para pemasar juga biasanya akan berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat lebih dari rata-rata pada produk dan jasa mereka. Sebuah perusahaan bahkan dapat mengkhhususkan produk mereka hanya untuk kelompok pekerjaan tertentu.
- c) Gaya hidup. Orang-orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda. Seseorang misalnya dapat memilih gaya hidup “partisipasi”, yang dicerminkan dengan memakai pakaian yang konservatif, menghabiskan banyak waktu dengan keluarga dan membantu dalam bidang atau kegiatan keagamaan. Di sisi lain, seseorang juga dapat memilih gaya hidup “perubahan”, yang ditandai dengan waktu kerja yang lama pada proyek-proyek utama dan bermain giat dalam kegiatan penjualan dan olahraga.³⁸
- d) Kepribadian dan konsep diri, yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologi yang dimiliki oleh seseorang dan sifatnya berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Sedangkan konsep diri

³⁷Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h. 118

³⁸*Ibid.*, h. 119

dapat diartikan sebagai cara pandang setiap orang terhadap suatu lingkungan yang sifatnya relatif konsisten.³⁹

4) Faktor-Faktor Psikologi

a) Motivasi. Abraham Spering mendefinisikan motif sebagai suatu kecenderungan untuk beraktivitas, dimulai dari dorongan dalam diri dan diakhiri dengan penyesuaian diri. Sedangkan William J. Stanton mengartikan motif sebagai kebutuhan yang distimulasi dan dicari oleh individu, serta berorientasi pada tujuan untuk mencapai rasa puas. Adapun mengenai definisi dari motivasi, Fillmore H. Standford mengemukakan pendapatnya bahwa motivasi adalah suatu kondisi yang menggerakkan manusia ke arah suatu tujuan tertentu.⁴⁰

Dalam kehidupan, seseorang biasanya memiliki banyak kebutuhan pada setiap waktu tertentu. Sebagian kebutuhan bersifat *biogenik*. Kebutuhan yang demikian berasal dari keadaan psikologis yang berkaitan dengan tensi atau ketegangan. Misalnya adalah seperti rasa lapar, haus, atau tidak senang. Adapula kebutuhan yang bersifat *psikogenik*. Kebutuhan ini berasal dari keadaan psikologis yang berkaitan dengan kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa kepemilikan. Sebagian besar kebutuhan psikogenik tidak cukup kuat untuk bertindak secara langsung. Suatu kebutuhan akan menjadi motif apabila telah mencapai

³⁹Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Kencana, 2015), h. 12

⁴⁰Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung : Refika Aditama, 2012), h. 11

tingkat intensitas yang memadai. Motif (atau dorongan) adalah kebutuhan yang cukup untuk mendorong seseorang agar bertindak.⁴¹

- b) Persepsi. Orang yang termotivasi akan siap untuk segera bertindak. Tindakan yang diambil oleh seorang konsumen juga akan dipengaruhi oleh persepsinya tentang situasi tertentu. Persepsi dapat diartikan sebagai proses yang digunakan seseorang untuk memilih, mengatur, dan menginterpretasikan masukan (*input*) dari sebuah informasi yang bertujuan untuk menciptakan sebuah gambaran. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga rangsangan yang berkaitan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang terkait.⁴²
- c) Pembelajaran. Pembelajaran meliputi perubahan perilaku individu yang terbentuk dari adanya pengalaman. Sebagian besar pakar pemasaran percaya bahwa pembelajaran dihasilkan melalui kombinasi dari beberapa hal, yaitu dorongan, stimulasi, isyarat dalam bertindak, respons, dan penguatan. Melalui teori pembelajaran, para pemasar bisa mengetahui bahwa metode penguatan positif dapat digunakan untuk menaikkan permintaan produk, yaitu dengan cara mengaitkannya pada pendorong yang kuat. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan

⁴¹Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h. 120

⁴²Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009), h. 179

konsumen, dimana biasanya mereka akan melakukan generalisasi terhadap suatu merek.⁴³

- d) Kepercayaan dan sikap. Keduanya diketahui cukup berpengaruh dalam pembentukan preferensi konsumen. Kepercayaan merupakan gambaran pemikiran individu mengenai gambaran sesuatu, dimana kepercayaan ini nantinya akan mempengaruhi mereka pula ketika melakukan keputusan untuk menggunakan atau membeli sebuah produk. Selain kepercayaan, sikap juga merupakan faktor penting. Sikap dapat diartikan sebagai bentuk dari penilaian, perasaan emosi, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan yang dirasakan oleh seorang individu terhadap suatu objek atau gagasan tertentu dan umumnya bertahan lama.

2. Dompot Digital

a. Digitalisasi Ekonomi Syariah

Digitalisasi merupakan istilah dalam merangkum *database server* yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi *online* yang saling terhubung antara satu dengan yang lain secara otomatis melalui sistem dari sebuah aplikasi.⁴⁴ Digitalisasi ekonomi syariah mutlak dan harus ada untuk mengimbangi semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang kini merambah dalam genggam tangan (gadget) melalui bentuk aplikasi yang didalamnya terdapat berbagai macam fitur. Adapaun beberapa

⁴³*Ibid.*, h. 181

⁴⁴Aan Ansori, "Digitalisasi Ekonomi Syariah", Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam Volume 7, No. 1, 2016, hal. 15-16

fitur aplikasi yang dimaksud adalah seperti perbankan syariah dengan aplikasi *mobile banking*-nya dan asuransi syariah dengan produk layanan *online* yang dimiliki oleh lembaga tersebut.

Hal yang membedakan antara digitalisasi ekonomi konvensional dengan digitalisasi ekonomi islam adalah dari alur prosesnya, yakni dilakukan menggunakan metode islami dalam alur transaksi yang berasaskan pada kaidah ajaran Islam dengan ketentuan yang sudah diatur dalam Al-qur'an.⁴⁵ Adapun prinsip-prinsip yang senantiasa diterapkan dalam melakukan transaksi ekonomi pada kaidah ajaran Islam adalah sebagai berikut:

- 1) Larangan Maisyir. Maisyir adalah tindakan perjudian yang dilakukan untuk mendapatkan harta tanpa harus bersusah payah bekerja juga
- 2) Larangan Gharar. Gharar yaitu suatu tindakan penipuan yang dapat merugikan orang lain, dimana dalam transaksi terdapat unsur-unsur tersembunyi yang dilakukan oleh salah satu pihak untuk mendapatkan keuntungan.
- 3) Larangan melakukan hal haram. Yaitu hukum yang dijatuhkan pada suatu dzat atau benda yang dilarang untuk digunakan atau dikonsumsi karena dilarang oleh Allah baik dari barang itu sendiri maupun cara memperolehnya.
- 4) Larangan Dzalim. Yaitu tindakan yang merugikan orang lain maupun menyakiti orang lain untuk maksud tertentu, karena dalam islam ekonomi

⁴⁵*Ibid.*, hal. 16

yang dilakukan harus atas dasar saling ridho maka islam tidak membenarkan hal ini.

- 5) Larangan Ikhtikar. Yaitu suatu kegiatan penimbunan barang untuk maksud memperoleh keuntungan yang besar dengan cara menahan suatu barang dalam suatu keadaan dan akan memjualnya kembali pada saat harga sedang melonjak
- 6) Larangan Riba. Yaitu tambahan atas suatu transaksi yang dilakukan biasanya dalam utang piutang yaitu dalam bentuk bunga. Islam tidak membenarkan riba dalam bentuk apapun walaupun keduanya sama-sama rela, kecuali dalam bentuk bonus atau bentuk terima kasih peminjam kepada yang meminjamkannya.⁴⁶

b. Pengertian Dompot Digital

Pengertian *E-Wallet* atau dompet digital berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, yaitu layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana untuk melakukan pembayaran.

Menurut pendapat Marc Hollander yang tertuang dalam tulisan Rahmadi Usman (2017), dompet digital merupakan salah satu bentuk produk *E-Money*, yang mana bentuknya berupa kartu atau dapat juga disebut kartu *prepaid* dan biasanya digunakan untuk transaksi secara elektronik. Akan tetapi

⁴⁶*Ibid.*, hal. 6-7

seiring perkembangan jaman, *E-Money* tidak hanya berbentuk kartu, ada juga yang berbentuk *software* aplikasi yang dapat dipasang atau di *install* dalam sebuah ponsel, seperti halnya dompet digital yang sekarang banyak beredar.⁴⁷

c. Kriteria Dompet Digital

Sebagai instrumen pembayaran, dompet digital memiliki beberapa kriteria sebagai berikut:

- 1) Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.
- 2) Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*.
- 3) Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- 4) Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.⁴⁸

d. Kelebihan dan Kelemahan Dompet Digital

Dompet digital tentu memberikan beberapa kelebihan maupun kekurangan yang dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Kelebihan dompet digital

Dompet digital praktis digunakan. Pengguna tidak perlu repot-repot membawa uang tunai dalam bentuk fisik atau dalam jumlah yang besar,

⁴⁷Meinarini Catur Utami, "Implementasi Analytical Hierarchy Process (AHP) dalam Pemilihan E-Wallet untuk Mahasiswa", Jurnal Ilmiah Matrik, Vol. 21 No. 3, Desember 2019, h. 260

⁴⁸Bank Indonesia, <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>, diakses pada tanggal 25 Maret 2020, pukul 14.30

serta tidak perlu lagi menyiapkan uang pecahan untuk kembalian. Dompet digital juga mudah digunakan, pengguna hanya perlu mengoperasikannya melalui *smartphone*. Mempercepat transaksi juga merupakan kelebihan dompet digital karena pengguna tidak perlu ikut dalam antrian panjang. Dan terakhir, penggunaan dompet digital juga dapat membantu dalam menjaga kestabilan sistem keuangan.

2) Kelemahan dompet digital

Kelemahan dari penggunaan dompet digital adalah perlunya sosialisasi bagi masyarakat mengenai dompet digital. Hal ini disebabkan oleh masih banyak masyarakat yang belum mengetahui dan memahami penggunaannya. Dompet digital juga tidak bisa sepenuhnya menghilangkan penggunaan uang fisik karena masih banyak tempat perbelanjaan yang menggunakan uang fisik sebagai pembayarannya sebagai antisipasi jika layanan dompet digital mengalami gangguan. Terbatasnya Infrastruktur juga merupakan kelemahan dari dompet digital karena tidak semua tempat belanja menyediakan fasilitas pembayaran secara digital.⁴⁹

e. Kendala Fungsional Dompet Digital

Menurut Ram dan Sheth, kendala fungsional merupakan kendala yang terkait langsung dengan inovasi itu sendiri Adapun tiga aspek kendala fungsional terkait teknologi, khususnya dalam penggunaan dompet digital adalah sebagai berikut:

⁴⁹Suci Marina Batubara, “*Analisis Preferensi Penggunaan Uang Elektronik dalam Transaksi Ekonomi pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*, Skripsi, Sumatera Utara : Universitas Sumatera Utara, 2018, h. 28-29

1) Kendala penggunaan (*usage barrier*)

Kendala penggunaan atau *usage barrier* mengacu pada kegunaan fungsional suatu inovasi yang mencakup dua aspek. Aspek pertama mengenai ukuran apakah produk atau layanan baru itu mudah atau sulit untuk digunakan, dan aspek kedua mengacu pada tingkat perubahan yang diperlukan konsumen saat menggunakan produk inovasi yang sebagian besar bertentangan dengan kebiasaan mereka.⁵⁰

2) Kendala nilai (*value barrier*)

Kendala nilai atau *value barrier* merupakan resistensi yang timbul terhadap penggunaan produk atau layanan inovasi yang tidak memenuhi persepsi pengguna untuk memberikan nilai tambah dengan memanfaatkan inovasi dibandingkan dengan produk atau layanan alternatif lainnya. Kendala nilai didasarkan pada nilai sebuah inovasi. Jika inovasi menawarkan nilai kinerja ke harga yang kuat dibandingkan dengan produk atau layanan *alternative*, tidak ada alasan bagi konsumen untuk berubah.

3) Kendala risiko (*risk barrier*)

Konsumen yang sadar akan risiko cenderung akan menolak sebuah inovasi. Kendala risiko merupakan ketidakpastian tentang kemungkinan negatif dari penggunaan produk atau layanan tertentu. Kendala risiko atau *risk barrier* terdiri dari empat jenis risiko yaitu risiko fisik, risiko ekonomi, risiko fungsional, dan risiko sosial. Risiko fisik menggambarkan bahwa suatu inovasi dapat membahayakan seseorang, dalam segi inovasi

⁵⁰Tintin Suhaeni, "Analisis Hambatan Fungsional terhadap Adopsi Layanan Mobile Payment", Jurnal Administrasi Niaga, hal. 38

teknologi risiko fisik berisi kekhawatiran tentang privasi dan informasi pribadi. Risiko ekonomi berhubungan dengan harga yang dibayarkan untuk produk atau layanan baru yang meningkat ketika harganya tinggi. Selanjutnya risiko fungsional yang mengacu pada fungsi inovasi yang menimbulkan ketakutan karena produk atau layanan relatif baru sehingga tidak berfungsi dengan baik. Risiko sosial menggambarkan rasa takut dihakimi orang lain ketika memanfaatkan produk atau layanan baru, namun risiko sosial ditemukan kurang relevan dalam konteks teknologi.⁵¹

f. Daftar Penyelenggara Dompot Digital di Indonesia

Dilansir oleh situs resmi Bank Indonesia, hingga bulan Desember 2019 terdapat 41 *platform* aplikasi dompet digital yang telah memperoleh izin dari Bank Indonesia, seperti yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:⁵²

Tabel 2.1
Lembaga Penerbit Dompot Digital di Indonesia

No	Nama	Nama Produk
1	PT Artajasa Pembayaran Elektronis	MYNT E-Money
2	PT Bank Central Asia Tbk	Sakuku
3	PT Bank CIMB Niaga	Rekening Ponsel
4	PT Bank DKI	Jakarta One (JakOne)
5	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	Mandiri e-Cash
6	PT Bank Mega Tbk	Mega Virtual
7	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	UnikQu
8	PT Bank Nationalnobu	Nobu e-Money
9	PT Bank Permata	BBM Money
10	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	T bank
11	PT Finnet Indonesia	Finpay Money

⁵¹*Ibid.*, hal. 39

⁵²Bank Indonesia, <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/informasi-perizinan/uang-elektronik/penyelenggara-berizin/Contents/Default.aspx>, diakses pada tanggal 25 Maret 2020, pukul 11.56

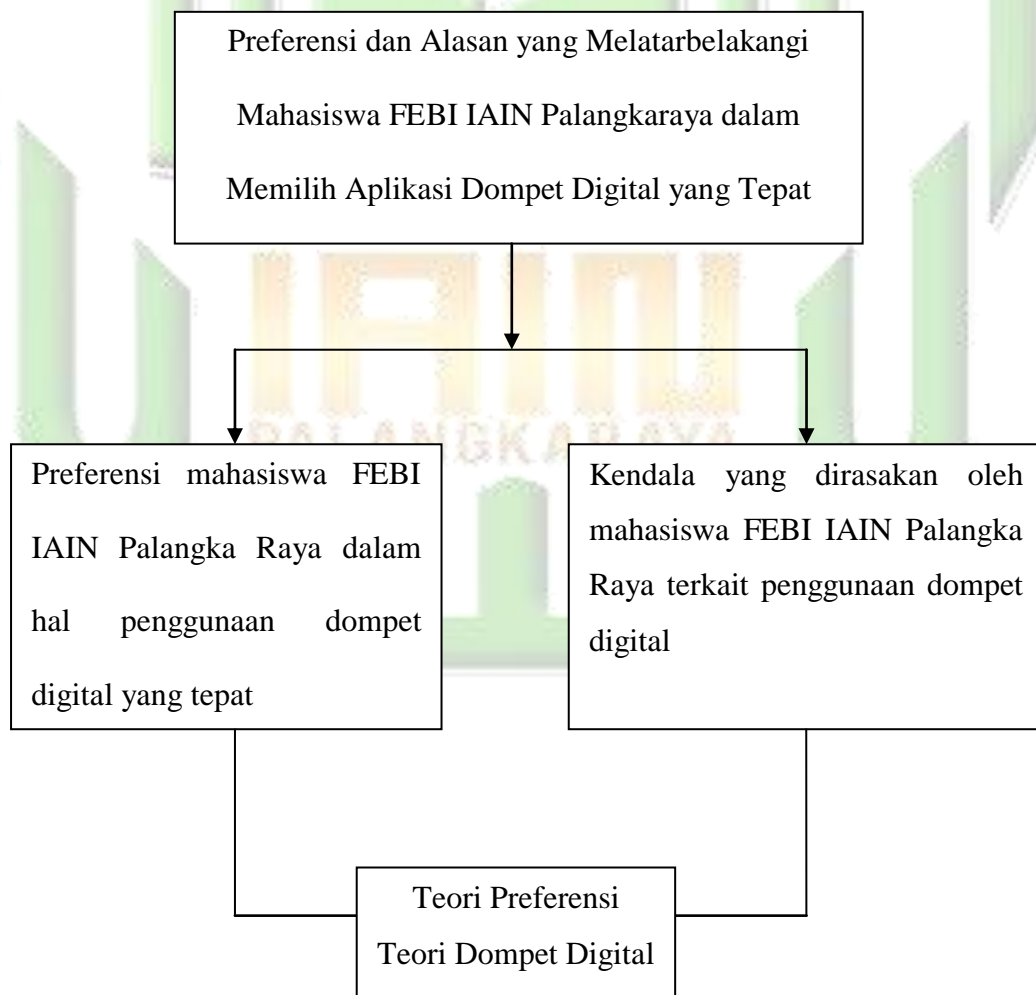
12	PT Indosat, Tbk	PayPro
13	PT Nusa Satu Inti Artha	DokuPay
14	PT Skye Sab Indonesia	Skye Mobile Money
15	PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	Flexy Cash
16	PT Telekomunikasi Selular	T-Cash
17	PT XL Axiata, Tbk	XL Tunai
18	PT Smartfren Telecom Tbk	Uangku
19	PT Dompot Anak Bangsa	Gopay
20	PT Witami Tunai Mandiri	Truemoney
21	PT Espay Debit Indonesia Koe	Dana
22	PT Bank QNB Indonesia Tbk	Dooet
23	PT BPD Sumsel Babel	BSB Cash
24	PT Buana Media Teknologi	Gudang Voucher
25	PT Bimasakti Multi Sinergi	Speed Cash
26	PT Visionet Internasional	OVO Cash
27	PT Inti Dunia Sukses	iSaku
28	PT Veritra Sentosa Internasional	Paytren
29	PT Solusi Pasti Indonesia	KasPro
30	PT Bluepay Digital Internasional	Bluepay Cash
31	PT Ezeelink Indonesia	Ezeelink
32	PT E2Pay Global Utama	M-Bayar
33	PT Cakra Ultima Sejahtera	DUWIT
34	PT Airpay International Indonesia	SHOPEEPAY
35	PT Bank Sinarmas Tbk	Simas E-Money
36	PT Transaksi Artha Gemilang	OttoCash
37	PT Fintek Karya Nusantara	LinkAja
38	PT Max Interactives Technologies	Zipay
39	PT Sarana Pactindo	PACCash
40	PT Datacell Infomedia	PAYDIA
41	PT Netzme Kreasi Indonesia	Netzme

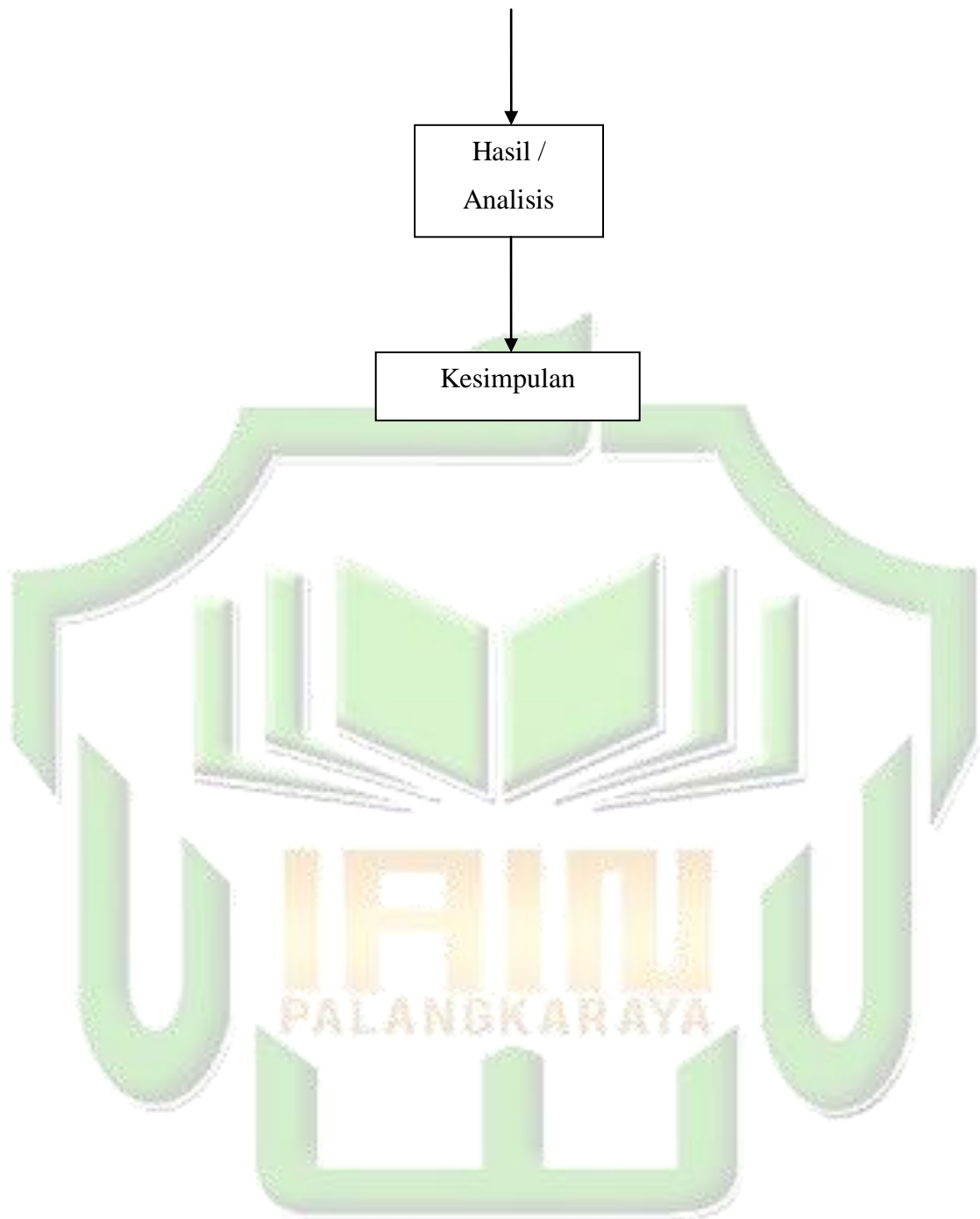
Sumber : (Bank Indonesia, 2020)

Dari keseluruhan dompet digital resmi yang ada di Indonesia, yakni sebanyak 41 aplikasi dompet digital, peneliti mendapatkan data bahwa mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya merupakan pengguna dari lima dompet digital, yakni diantaranya *Shopeepay*, *Dana*, *Gopay*, *OVO* dan *LinkAja*.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dapat diartikan sebagai suatu hasil model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah riset. Dalam kerangka berpikir ini, peneliti akan berusaha membahas permasalahan yang akan diangkat, yaitu “Preferensi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya dalam Memilih Aplikasi Dompot Digital”. Pembahasan tersebut akan dijelaskan dengan menggunakan konsep dan teori preferensi dan teori dompet digital. Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:





BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi yang dijadikan tempat penelitian adalah kampus IAIN Palangka Raya, yang berada di Jalan G.Obos Kompleks Islamic Centre. Alasan peneliti memilih lokasi ini adalah karena sasaran yang dituju merupakan generasi milenial, dalam artian memang memahami dan mengikuti pola perkembangan zaman dunia modern, dimana salah satunya yaitu fenomena bertransaksi dengan pembayaran non tunai. Maka dari itu, peneliti menganggap bahwa lingkungan kampus IAIN Palangka Raya, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan lokasi yang tepat karena cukup banyak mahasiswa-mahasiswa yang paham akan teknologi dan mengikuti perkembangan zaman, termasuk salah satunya penggunaan dompet digital pada masa kini.

Adapun mengenai waktu penelitian, peneliti akan mengalokasikan waktu kurang lebih selama dua bulan setelah peneliti mendapat rekomendasi dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya untuk melakukan penelitian, yaitu dari bulan Januari 2021 sampai dengan Maret 2021, atau terhitung sejak pertama kali surat izin untuk melakukan riset keluar. Peneliti akan seoptimal mungkin untuk menggali informasi dan mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian merupakan penelitian kualitatif, yang artinya dalam proses penelitiannya akan didasarkan pada metodologi untuk menyelidiki suatu fenomena

sosial dan permasalahan yang tengah dihadapi manusia. Dalam penelitian kualitatif ini peneliti akan menekankan sifat realitas yang terbangun secara sosial, yakni melalui hubungan yang terbentuk antara peneliti dan subjek yang diteliti.⁵³

Prosedur yang dilakukan dalam penelitian kualitatif akan menghasilkan data deskriptif yang disajikan dalam beberapa bentuk, diantaranya berupa kalimat atau kumpulan dari beberapa kata dan gambar yang didapatkan dari subjek yang dapat diamati. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan yang berfungsi untuk memberikan gambaran pada bagian penyajian data. Data yang dimaksud dalam penelitian kualitatif juga dapat berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.⁵⁴

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan lapangan. Pendekatan lapangan (*field research*) adalah pendekatan dalam penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajarinya sebagai suatu kasus.⁵⁵ *Field Research* merupakan suatu metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat.⁵⁶

Penelitian kualitatif dengan pendekatan lapangan dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui dan menggambarkan apa yang terjadi di lokasi penelitian dengan lugas dan rinci serta berupaya mengungkapkan data tentang “Preferensi dan Alasan

⁵³Juliansyah Noor, *Metodologi penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta : Kencana, 2012), h. 33-34

⁵⁴Lexy J. Moleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2015), h. 6

⁵⁵Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2003), h. 5

⁵⁶Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), h. 32

yang Melatarbelakangi Mahasiswa FEBI IAIN Palangkaraya dalam Memilih Aplikasi Dompot Digital yang Tepat”.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang di permasalahan. Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang peneliti amati.⁵⁷

Terkait dengan penentuan atau pemilihan subjek dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik *purposive sampling*, yang artinya pengambilan sampel dilakukan dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga nantinya diharapkan akan dapat menjawab permasalahan yang sedang diteliti.

Berdasarkan data dari kuisisioner yang telah dibagikan kepada mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya tahun angkatan 2017-2020 untuk mendapatkan informasi mengenai pengguna dompet digital, peneliti memperoleh data sebanyak 48 mahasiswa merupakan pengguna aktif dari berbagai macam aplikasi dompet digital. Dari 48 mahasiswa tersebut, peneliti kemudian menemukan sebanyak 12 mahasiswa yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini sehingga dapat dijadikan sebagai subjek penelitian. Adapun pertimbangan-

⁵⁷Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta : PT. Rhineka Cipta, 2016), h. 26

pertimbangan yang digunakan oleh peneliti terkait subjek penelitian adalah sebagai berikut:

a. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, yang diambil dari tahun angkatan 2017-2020. Adapun kriteria-kriteria lainnya yang harus dipenuhi untuk menjadi subjek dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Merupakan mahasiswa aktif sampai dengan saat ini
- 2) Merupakan pengguna dompet digital
- 3) Telah menggunakan dompet digital minimal selama 6 bulan
- 4) Telah melakukan transaksi dengan dompet digital minimal sebanyak 10 kali
- 5) Bersedia diwawancarai

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan ruang lingkup atau hal-hal yang menjadi pokok persoalan dalam suatu penelitian.⁵⁸ Adapun objek dalam penelitian ini adalah mengenai Preferensi dan Alasan yang Melatarbelakangi Mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam Memilih Aplikasi Dompet Digital yang Tepat.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting di dalam sebuah penelitian. Hal ini karena bagian ini menyangkut keperluan penelitian yang sedang dilakukan. Adapun di dalam penelitian ini, beberapa tahapan dan rangkaian

⁵⁸Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: PT. Rhineka Cipta, 2003), h. 309

yang akan dijalani peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan metode yang menggunakan pengamatan atau penginderaan langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, proses, atau perilaku.⁵⁹ Teknik pengumpulan data melalui observasi dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Adapun beberapa bentuk observasi yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu observasi partisipasi, observasi tidak terstruktur, observasi kelompok tidak terstruktur.⁶⁰

Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung serta memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan objek penelitian. Dalam hal ini, peneliti melakukan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mengetahui seberapa besar ketertarikan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangkaraya mengenai dompet digital.

2. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah proses mendapatkan informasi dengan cara tanya jawab langsung dengan responden dan mendengarkan langsung informasi-informasi yang berkenaan dengan masalah penelitian.⁶¹ Adapun wawancara menurut Lexy adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan tersebut

⁵⁹Sanapiah Faisal, *Format-Format Penelitian Sosia Dasar-Dasar Dan Aplikasi*, (Jakarta Utara: CV. Rajawali, Cet 2, 1992), h. 52

⁶⁰Abdurrahmat Fathoni, "*Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*", (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011), h. 104.

⁶¹Cholid Nurbuko dkk, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2003), h. 70.

dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan.

Jadi bisa disimpulkan bahwa wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab secara langsung dengan responden atau mendengarkan langsung tentang informasi-informasi yang berkenaan dengan masalah yang sedang diteliti.⁶²

Jika dilihat dari bentuk pertanyaan, wawancara dapat dibagi menjadi dalam 3 bentuk, yaitu sebagai berikut:

- a. Wawancara berstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang mengarahkan pada jawaban dalam pola pertanyaan yang dikemukakan.
- b. Wawancara tak berstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang dapat dijawab secara bebas oleh responden tanpa terkait pada pola tertentu.
- c. Campuran (semi terstruktur), yaitu campuran antara wawancara struktur dan tak berstruktur.⁶³

Adapun wawancara dalam penelitian ini dilakukan oleh peneliti kepada 12 subjek yang merupakan mahasiswa FEBI IAIN Palangkaraya tahun angkatan 2017-2020 dan juga adalah pengguna dari aplikasi dompet digital.

⁶²Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2015), h. 135.

⁶³P. Joko Subagiyo, *Metodelogi Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 120-121

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang bersumber dari dokumentasi dan catatan-catatan tertulis serta mempelajari secara seksama tentang hal-hal yang berkaitan dengan data yang diperlukan. Teknik ini dilakukan dengan memanfaatkan dokumen tertulis, gambar, foto atau benda lainnya yang berkaitan dengan aspek yang diteliti.⁶⁴

Alasan dokumentasi dijadikan sebagai salah satu teknik untuk membuktikan penelitian adalah karena dokumentasi merupakan sumber yang stabil, dapat berguna sebagai bukti untuk pengujian, mempunyai sifat yang alamiah, tidak relatif, sehingga mudah ditemukan dengan teknik kajian isi, di samping itu hasil kajian isi akan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap suatu yang diselidiki.⁶⁵

E. Pengabsahan Data

Keabsahan data digunakan untuk menjamin bahwa semua data yang telah diamati dan diteliti relevan dengan yang sesungguhnya, agar penelitian ini menjadi sempurna. Untuk keabsahan data peneliti menggunakan Triangulasi, yaitu mengadakan perbandingan antara teori dan hasil di lapangan pada sumber data yang satu dengan yang lain.

Teknik pengumpulan data triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan

⁶⁴Widodo, *Metodologi Penelitian*, (Depok : PT Raja Grafindo, 2018), h. 75

⁶⁵Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta : Teras, 2011), h. 93.

sumber data yang telah ada.⁶⁶ Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

Adapun triangulasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Triangulasi sumber dapat dicapai dengan beberapa cara, yaitu sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara;
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi apa yang dikatakan secara pribadi;
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu;
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang yang berada dan orang pemerintahan;
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan⁶⁷

⁶⁶Sugiyono, "*Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D)*", (Bandung : Penerbit Alfabeta, 2018), h. 423

⁶⁷Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung : PT. Remaja Rosdaya, 2015), h. 331

F. Analisis Data

Dengan melakukan analisis data, data yang dihasilkan akan menjadi lebih berarti dan berguna dalam memecahkan permasalahan yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, beberapa tahapan analisis data yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. *Data collection*, yaitu proses atau koleksi data ialah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.
2. *Data reduction*, atau reduksi data ialah pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam suatu konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu. Data yang direduksi ini nantinya akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan tahap analisis selanjutnya.
3. *Data display*, atau penyajian data ialah data yang dari kenchah penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan.
4. *Conclusion drawing*, atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data dan penyajian data sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang diperoleh.⁶⁸

⁶⁸Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), h. 69

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini diurutkan menjadi beberapa bab, antara lain:

BAB 1: Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Kajian Pustaka

Bab ini akan menguraikan tentang kajian pustaka yang berkaitan dengan topik penelitian ini, yaitu penelitian terdahulu, landasan teori, dan kerangka berpikir.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini akan menguraikan tentang waktu dan tempat penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data dan teknik analisis data.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini akan membahas mengenai gambaran umum lokasi penelitian, lalu memuat analisis dan pembahasan, serta akan diuraikan pula secara rinci mengenai penelitian dan hasil-hasilnya yang relevan dengan pembahasan.

BAB V: Penutup

Bab ini akan memuat kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya

a. Sejarah Singkat

Institut Agama Islam Negeri yang sebelumnya dikenal dengan nama Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya ini didirikan pada tahun 1997. Pada awalnya, nama dari lembaga ini adalah Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya yang diresmikan pada tahun 1972 oleh Rektor IAIN Antasari Banjarmasin, yakni H. Mastur Jahri, MA. Adapun tujuan dari pendirian lembaga ini adalah sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan tenaga guru agama Islam di Kalimantan Tengah. Selanjutnya, pada tanggal 13 November 1975, lembaga ini akhirnya memperoleh status terdaftar berdasarkan surat keputusan Dirjen Binbaga Islam Depag RI Nomor: Kep/D.V218/1975.⁶⁹

Pada periode 1975-1980, Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya belum mengalami kemajuan yang berarti. Hal ini dibuktikan dengan jumlah sarjana muda yang pada saat itu hanya berjumlah enam orang saja. Kemudian pada tahun 1985, Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya akhirnya bergabung dalam Badan Kerja Sama Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta (BKS-PTAIS) se-Indonesia. Berdasarkan surat BKS-PTAIS dengan Nomor:

⁶⁹<http://www.iain-palangkaraya.ac.id/data/profil-kampus/profil/>, diakses pada tanggal 10 Februari 2021, pukul 10.37

008/104/0/BKS-PTAIS/1985 tertanggal 19 Januari 1985, Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya secara resmi diterima menjadi anggota Kopertis IV Surabaya.

Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Presiden RI Nomor 9 tahun 1988 dan Keputusan Menteri Agama RI tertanggal 9 Juli 1988, Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya menjadi Fakultas Tarbiyah Negeri yang merupakan bagian dari Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari Banjarmasin. Kemudian untuk lebih mengembangkan lembaga pendidikan Islam ini, berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 11 tahun 1997 serta Keputusan Menteri Agama RI Nomor 301 tahun 1997, Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari Palangka Raya berubah status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya. Perubahan status tersebut memberikan peluang lembaga untuk menerapkan manajemen sendiri, mengembangkan kelembagaan, jurusan dan program studi sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman.⁷⁰

Perubahan nama Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya sendiri ditandai dengan penandatanganan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 144 Tahun 2014 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (2004-2014) pada Jum'at, 17 Oktober 2014 atau tiga hari sebelum peralihan kekuasaan kepada presiden baru terpilih, Joko Widodo.

⁷⁰<http://www.iain-palangkaraya.ac.id/data/profil-kampus/profil/>, diakses pada tanggal 11 Februari 2021, pukul 10.37

b. Visi dan Misi

Visi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya adalah: “Tahun 2023 Menjadi Universitas Islam Negeri Terdepan, Unggul, Terpercaya dan Berkarakter”

Adapun empat misi yang dijalankan oleh Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya adalah sebagai berikut:

- 1) Menyelenggarakan pendidikan berkelanjutan, dan pelayanan administrasi yang bermutu berdasarkan standar akreditasi nasional dan internasional
- 2) Meningkatkan mutu penelitian dan pengabdian bagi kepentingan akademisi dan sosial masyarakat.
- 3) Memberdayakan dosen, karyawan dan mahasiswa untuk pengembangan profesi secara berkelanjutan baik lokal, nasional dan internasional
- 4) Membangun komunikasi dan kerja sama lintas sektoral, lokal, regional, nasional dan internasional.⁷¹

c. Fakultas dan Program Studi

Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya terdiri dari 4 fakultas, 8 jurusan dan 20 program studi untuk strata satu (S1) dan 4 program magister (S2) yang akan dijabarkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jurusan Program Strata 1 (S1)

NO	FAKULTAS	JURUSAN	PROGRAM STUDI
1	Ushuludin, Adab, dan Dakwah	Ushuludin	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
		Adab	Bahasa dan Sastra Arab
			Sejarah dan Kebudayaan Islam

⁷¹<http://www.iain-palangkaraya.ac.id/data/profil-kampus/misi/>, diakses pada tanggal 13 Februari, pukul 11.23

		Dakwah	Bimbingan dan Konseling Islam Komunikasi dan Penyiaran Islam	
2	Syariah	Syariah	Al-Akhwat Asy-Syakhsiyyah Hukum Ekonomi Syariah Zakat dan Wakaf	
3	Tarbiyah dan Ilmu Keguruan	Tarbiyah	Manajemen Pendidikan Islam Pendidikan Agama Islam Pendidikan Guru MI Pendidikan Guru Raudathul Athfal	
			Pendidikan Bahasa	Pendidikan Bahasa Inggris Pendidikan Bahasa Arab
			Pendidikan IPA	Pendidikan IPA Pendidikan Biologi
4	Ekonomi dan Bisnis Islam	Ekonomi Islam	Ekonomi Syariah Perbankan Syariah Akuntansi Syariah Manajemen Zakat dan Wakaf	

Sumber: Data administrasi FEBI, 2021

Tabel 4.2
Jurusan Program Magister (S2)

NO	PROGRAM MAGISTER
1	Manajemen Pendidikan Islam
2	Ekonomi Syariah
3	Hukum Keluarga
4	Pendidikan Agama Islam

Sumber: Data administrasi FEBI, 2021

2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya

a. Sejarah Singkat

Keberadaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya diawali dengan dibukanya program studi Ekonomi Syariah pada tahun 2006. Saat itu, program studi Ekonomi Syariah masih berada di bawah naungan Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka

Raya. Namun seiring dengan semakin banyaknya peminat dan perkembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dibidang Ekonomi Syariah, Program Studi Ekonomi Syariah menjadi sebagai satu-satunya Program Studi Ekonomi Syariah yang terus bertransformasi terutama pada aspek kelembagaan.

Selanjutnya pada tahun 2014, ekspektasi terhadap transformasi status kelembagaan STAIN Palangka Raya memperoleh angin segar dengan diterbitkannya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 144 Tahun 2014 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada hari Jum'at tanggal 17 Oktober 2015. Adapun salah satu konsekuensi dari transformasi kelembagaan ini adalah penyesuaian dengan upaya dan perjuangan untuk menambah program studi-program studi baru, reformulasi jabatan struktural dan lain sebagainya.⁷²

Alhasil, empat bulan setelah terjadi perubahan nama dari STAIN Palangka Raya menjadi IAIN Palangka Raya, program studi Ekonomi Syariah yang awalnya berada dibawah naungan Jurusan Syariah, kini bernaung di bawah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah salah satu Fakultas yang berada di bawah payung Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya yang pendiriannya berdasarkan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada tanggal 12 Februari 2015.

⁷²<https://febi.iain-palangkaraya.ac.id/profil/sejarah>, diakses pada tanggal 13 Februari 2021, pukul 12.43

Selain program studi Ekonomi Syariah dengan akreditasi B, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya pada tahun 2015 juga memiliki satu program studi baru, yaitu Perbankan Syariah. Kemudian, pada tahun 2016 telah terjadi restrukturisasi program studi Zakat Wakaf menjadi program studi Manajemen Zakat Wakaf dan berpindah naungan di bawah payung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Disusul dengan pembukaan program studi baru, yaitu Akuntansi Syariah pada tahun 2017, sehingga secara total Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah memiliki 4 program studi.

b. Visi dan Misi

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya adalah: “Menjadi Penggagas dan Pusat Pengkajian Ekonomi dan Bisnis Islam Yang Unggul dan Menang Bersaing di Kancan Masyarakat Ekonomi ASEAN”⁷³

Adapun lima misi yang dijalankan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya sampai dengan saat ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menyiapkan sumber daya manusia Indonesia yang berkualitas di bidang Ekonomi dan Bisnis Islam melalui kegiatan pendidikan Ekonomi dan Bisnis Islam yang mengakomodasi nilai-nilai kearifan lokal yang islami, kegiatan pelatihan, kegiatan penelitian multiparadigma dan kegiatan abdi

⁷³https://febi.iain-palangkaraya.ac.id/profil/visi_dan_misi, diakses pada tanggal 13 Februari 2021, pukul 14.32

masyarakat dalam pengembangan Ekonomi Syariah dan ekonomi kerakyatan berbasis pada standar akreditasi nasional maupun internasional.

- 2) Membangun sinergi antara lembaga Ekonomi Islam, lembaga keuangan syariah, lembaga pendidikan dan pemerintah dalam membumikan ekonomi dan bisnis islam di tingkat regional dan nasional.
- 3) Membangun jaringan dengan lembaga-lembaga internasional, baik lembaga pendidikan, keuangan, riset, maupun organisasi investor internasional.
- 4) Memajukan ekonomi dan bisnis Islam melalui pengkajian dan aksi penelitian terhadap berbagai potensi kreatif untuk pengembangan dan pelaksanaan ekonomi Islam, baik regional, nasional maupun internasional.
- 5) Memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat dan pemerintah baik pemikiran konstruktif maupun aksi rill dalam pembangunan ekonomi Indonesia yang berkeadilan⁷⁴

c. Tenaga Kependidikan

Jumlah tenaga kependidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya adalah sebanyak 25 orang. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Dosen Tetap PNS FEBI IAIN Palangka Raya

01.	Dr. Drs. SABIAN UTSMAN, S.H., M.Si	19631109 199203 1 004
02.	ALI SADIKIN, S.E., M.S.I	19740201 199903 1 002
03.	Dr. IMAM QALYUBI, S.S., M.Hum	19720404 200003 1 005
04.	Dr. SYARIFUDDIN, S.Ag., M.Ag	19700503 200112 1 002

⁷⁴https://febi.iain-palangkaraya.ac.id/profil/visi_dan_misi, diakses pada tanggal 13 Februari 2021, pukul 13.45

05.	MUHAMMAD ZAINAL ARIFIN, M.Hum	19750602 200312 1 003
06.	JELITA, S.H.I., M.S.I	19830124 200912 2 002
07.	SAHRIAN SANI, S.Pd.I., M.P.I	19830202 201001 1 010
08.	ENRIKO TEDJA SUKMANA, S.Th.I., M.S.I	19840321 201101 1 012
09.	MUZALIFAH S.Pd.I., M.Si	19820403 201503 2 001
10.	ITSLA YUNISVA AVIVA, SEI, M.E.Sy	19891010 201503 2 012
11.	MUHAMMAD NOOR SAYUTI, B.A., M.E	19870403 201801 1 002
12.	MUHAMMAD RIZA HAFIZI, M.Sc	19880617 201903 1 006
13.	RAHMAD KURNIAWAN, S.E.Sy., M.E	19880912 201903 1 005
14.	JEFRY TARANTANG, S.Sy., S.H., M.H	19891025 201903 1 010
15.	NOVI ANGGA SAFITRI, S.Sy., M.M	19911115 201903 2 012
16.	WAHYU AKBAR, S.E.Sy., M.E	19911228 201903 1 004
17.	ISRA MISRA, S.E., M.Si	19920909 201903 1 009
18.	SILMI Satria HIMAWAN, S.E., M.Acc	19921011 202012 1 017
19.	FARID PERMANA, S.Pd.I., M.Pd.I	19880105 202012 1 011
20.	HANIEF MONADY, S.Th.I., M.Ag	19901019 202012 1 010
21.	LISNAWATI, S.H., M.H	19940618 202012 2 027
22.	ZULKIFLI, S.E.I., M.Sy	19910515 202012 1 009
23.	WEHDAWATI, S.E., M.M	19890101 202012 2 019
24.	HASNITA, S.Si., M.Si	19950603 202012 2 025
25.	ARIF MUBAROK, S.E.I., M.E	19930321 202012 1 014

Sumber : Data administrasi FEBI, 2021

d. Data Mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya

Jumlah mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya terhitung dari tahun angkatan 2017-2020 adalah sebanyak 1665 orang.

Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Data mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya tahun 2017

Jurusan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Ekonomi Syariah	60	96	156
Perbankan Syariah	21	70	91
Akuntansi Syariah	13	28	41
Manajemen Zakat dan Wakaf	13	12	25
Total keseluruhan			313

Sumber : Data administrasi FEBI, 2021

Tabel 4.5**Data mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya tahun 2018**

Jurusan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Ekonomi Syariah	101	121	222
Perbankan Syariah	36	95	131
Akuntansi Syariah	31	92	123
Manajemen Zakat dan Wakaf	9	14	23
Total keseluruhan			499

Sumber : Data administrasi FEBI, 2021

Tabel 4.6**Data mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya tahun 2019**

Jurusan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Ekonomi Syariah	95	119	214
Perbankan Syariah	38	82	120
Akuntansi Syariah	40	74	114
Manajemen Zakat dan Wakaf	9	9	18
Total keseluruhan			466

Sumber : Data administrasi FEBI, 2021

Tabel 4.7**Data mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya tahun 2020**

Jurusan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Ekonomi Syariah	61	121	182
Perbankan Syariah	26	60	86
Akuntansi Syariah	25	69	94
Manajemen Zakat dan Wakaf	9	16	25
Total keseluruhan			387

Sumber : Data administrasi FEBI, 2021

Dari data yang disajikan di dalam tabel, jumlah keseluruhan dari mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dari tahun angkatan 2017 – 2020 adalah sebanyak 1665 orang. Adapun jumlah mahasiswa setiap program studinya berbeda-beda, yakni Ekonomi Syariah sebanyak 774 orang,

Perbankan Syariah sebanyak 428 orang, Akuntansi Syariah sebanyak 372 orang, lalu Manajemen Zakat dan Wakaf sebanyak 91 orang.

B. Penyajian Data

Sebelum menjelaskan secara lebih rinci mengenai analisis dalam penelitian ini, peneliti terlebih dahulu akan memaparkan tahapan penelitian yang dilaksanakan, yakni diawali dengan penyampaian surat izin penelitian yang didapat dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Lalu setelah mendapatkan surat tembusan tersebut, peneliti kemudian langsung terjun ke lapangan untuk melakukan pengumpulan data lebih banyak lagi.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk menjawab dua rumusan masalah yang akan diteliti. Rumusan pertama yaitu mengenai bagaimanakah preferensi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam hal pemilihan dompet digital yang tepat. Sedangkan yang kedua adalah mengenai kendala yang dirasakan oleh mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya terkait penggunaan dompet digital.

Ketika melakukan wawancara, peneliti akan menanyakan berbagai macam pertanyaan yang didasarkan pada pedoman wawancara yang tersedia. Lalu untuk pihak yang diwawancarai, bahasa yang mereka gunakan dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti adalah menggunakan bahasa Indonesia yang dicampur juga dengan bahasa lokal. Sedangkan untuk hasil atau analisis penelitian, penulis akan menyajikan data wawancara dengan bahasa Indonesia sepenuhnya. Hal ini dilakukan untuk mempermudah penjelasan yang disampaikan oleh subjek

penelitian, yang dalam hal ini yaitu mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya yang merupakan pengguna dompet digital.

Di dalam penelitian ini, peneliti menemukan 12 subjek yang memenuhi kriteria sebagai subjek yang dapat diteliti. Untuk lebih jelasnya, berikut akan peneliti paparkan hasil wawancara yang telah dilakukan berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Preferensi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam hal pemilihan dompet digital yang tepat

a. MA (Subjek 1)

Subjek pertama yang peneliti wawancarai berinisial MA, yakni merupakan salah satu mahasiswa program studi Ekonomi Syariah yang saat ini berada di semester 8. Adapun pertanyaan pertama yang peneliti ajukan kepada MA adalah mengenai bagaimana MA awalnya mengetahui informasi tentang dompet digital ini.

“Mengetahui tentang dompet digitalnya sih, kalau sebatas apa itu dompet digital sebenarnya udah tau lama. Cuma kalau misalnya yang mengetahui banget itu mungkin dari akhir tahun 2018 sampai ke awal tahun 2019. Kebetulan kemarin kan aku sempat ikut lomba dan pembahasannya itu tentang dompet digital, nah jadi buat informasi lengkapnya itu aku nyari tau sendiri sih. Yang pertama aku tau tu seingatku *Dana*, baru *OVO* karena waktu lomba itu kan, jadi buat aku mesan *Grab* kemana-mana. Kalau yang *Shopeepay* itu aku taunya dari awal kemunculan *Shopeepay* itu sendiri. Kalau untuk pertama kali transaksi, aku pakai *OVO*”⁷⁵

Berdasarkan wawancara diatas, MA menjelaskan kepada saya bahwa dia sudah mulai mengetahui sedikit informasi mengenai dompet digital ini sejak

⁷⁵Wawancara dengan MA (Subjek 1) di depan gedung FEBI IAIN Palangka Raya, pada tanggal 08 Februari 2021, pukul 10.23

tahun 2018. Lalu pada akhir 2018 sampai dengan awal 2019, karena MA mengikuti lomba karya tulis ilmiah yang memiliki tema dompet digital, maka mulai saat itu dia mencari sendiri berbagai informasi yang berkaitan dengan dompet digital. MA juga mengatakan bahwa salah satu aplikasi dompet digital yang pertama kali diketahuinya adalah *Dana*. Walaupun lebih dulu mengenal *Dana*, MA justru mengatakan bahwa dirinya lebih dulu menggunakan *OVO* sebagai transaksi non tunai pertamanya.

Selanjutnya, peneliti menanyakan alasan-alasan yang membuat MA memutuskan untuk akhirnya memilih *Shopeepay* sebagai aplikasi dompet digital yang menurutnya paling tepat.

“Alasan terbesar aku buat milih *Shopeepay* ya karena faktor kebutuhan. Karena kan aku lumayan sering belanja di *Shopee*, jadi kalau makai *Shopeepay* yang jelas udah terhubung langsung sama *Shopee*, pasti transaksinya juga jadi lebih mudah dan cepat. Aku makai *Shopeepay* ini buat banyak keperluan sih, kayak bayar wifi, PDAM, listrik, sama bayar barang-barang di *Shopee*. Terus tuh, kalau alasan yang lainnya karena *Shopeepay* ini juga praktis buat dibawa kemana-mana, buat belanja apa-apa juga enak. Kalau promo aku nggak sih ya. Maksudnya, kalau ada ya syukur, kalau nggak ada ya nggak papa gitu nah”⁷⁶

Berdasarkan jawaban MA, peneliti mendapatkan data bahwa alasan mendasar yang membuat MA akhirnya memilih *Shopeepay* dibandingkan aplikasi dompet digital yang lain (termasuk *OVO* dan *Dana*) adalah karena dilandasi oleh faktor kebutuhan. Salah satu kebutuhan yang paling mendominasi MA untuk akhirnya menggunakan dompet digital ini adalah untuk melakukan pembayaran belanja *online* yang dilakukannya di *Shopee*. Dan dari tiga dompet digital yang digunakannya, MA berpendapat bahwa

⁷⁶*Ibid.*,

Shopeepay merupakan pilihan yang paling tepat untuknya, karena selain terhubung secara langsung dengan *Shopee*. Aplikasi itu juga mampu memenuhi kebutuhan transaksinya yang lain, yakni seperti pembayaram *wifi*, PDAM, dan juga pulsa listrik. Selain itu, hal lain yang membuat MA semakin yakin untuk memilih *Shopeepay* adalah karena segi kemudahan dan juga praktis. Dengan menggunakan *Shopeepay*, MA merasa transaksi yang dilakukannya menjadi lebih mudah, cepat, dan praktis.

Terakhir, peneliti kemudian menanyakan bagaimanakah kepuasan yang dirasakan oleh MA setelah memilih dan menggunakan *Shopeepay* dengan cukup rutin. Adapun jawaban dari MA adalah sebagai berikut:

“Aku ngerasa puas-puas aja sih sampai sekarang, karena fitur-fitur yang ada di *Shopeepay* kan banyak tuh dan sesuai sama yang aku butuhin”⁷⁷

Terkait pertanyaan terakhir, MA menjawab bahwa dirinya merasa puas dalam hal penggunaan *Shopeepay* dari awal pemakaian sampai dengan saat ini. Lebih lanjut lagi, MA mengatakan bahwa kepuasan yang dirasakannya itu didukung dengan berbagai macam fitur *Shopeepay* yang menurut MA sesuai dengan kebutuhan yang ingin dipenuhinya.

Kesimpulan dari hasil wawancara dengan MA atau subjek pertama ini adalah MA merupakan pengguna dompet digital sejak tahun 2019. Adapun transaksi pertama kali yang dilakukannya dengan dompet digital adalah melalui *OVO*, yakni untuk melakukan pembayaran layanan transportasi *Grab*. Dari *OVO*, MA kemudian beralih ke *Shopeepay* dan menjadi pengguna rutin dari aplikasi tersebut sampai dengan saat ini dengan alasan bahwa *Shopeepay*

⁷⁷*Ibid.*,

lebih mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkannya. MA juga mengaku bahwa dirinya puas dengan segala fitur yang terdapat di *Shopeepay*, karena mampu mendukung agar transaksinya berjalan lebih baik dan lancar.

b. AP (Subjek 2)

Subjek selanjutnya yang peneliti wawancarai memiliki inisial AP, merupakan salah satu mahasiswa semester 8 yang mengambil program studi Manajemen Zakat dan Wakaf. Sama seperti subjek sebelumnya, pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti kepada AP adalah mengenai bagaimana awalnya AP mengenal dan mendapatkan informasi mengenai dompet digital.

“Kalau mengetahui tentang dompet digital itu pertama kali berawal dari *mobile banking* lah. Itu sekitar waktu SMA, tahun 2016 an. Untuk informasinya itu semuanya dari iklan, pas aku nonton *youtube* kan, ada muncul iklan tentang dompet digital. kebetulan dulu lagi gencar-gencarnya promosi *Dana*. Kan pertama tau tu *Dana*, baru selanjutnya *Gopay* sama *OVO*. Seingat aku lah, aplikasi yang aku pakai pertama kali itu juga *Dana*, rasanya buat beli pulsa.”⁷⁸

Berdasarkan hasil wawancara, AP menjelaskan bahwa dia telah mengetahui dompet digital sejak di bangku Sekolah Menengah Atas (SMA) atau sekitar tahun 2018. AP mulai tertarik dengan dompet digital ini ketika dirinya melihat salah satu tayangan iklan mengenai aplikasi dompet digital, yakni *Dana* yang dilihatnya dari *youtube*. Dari *Dana* ini, kemudian AP mulai mencari informasi mengenai aplikasi dompet digital yang lain, diantaranya yaitu *Gopay* dan *OVO*. Setelah melakukan perbandingan antara ketiga aplikasi tersebut, AP akhirnya memutuskan untuk melakukan transaksi pertama kalinya dengan menggunakan *Dana*.

⁷⁸Wawancara dengan AP (Subjek 2) di depan gedung FEBI IAIN Palangka Raya, pada tanggal 08 Februari 2021, pukul 10.23

Selanjutnya, peneliti kemudian mengajukan pertanyaan yang kedua, yakni mengenai alasan-alasan yang membuat AP akhirnya yakin untuk memilih *Dana* sebagai aplikasi yang menurutnya paling tepat jika dibandingkan dompet digital yang lain.

“Dari ketiga aplikasi yang aku pakai, kenapa aku akhirnya milih *Dana* sebagai yang paling tepat itu karena kan aku awal kenal dompet digital itu dari *Dana*, jadi ketagihannya juga ya cuma sama *Dana* aja. Banyak sih keperluan aku selama make *Dana* nih, kayak buat beli paket, pulsa, udah tu bayar makan di warung-warung yang emang udah nyediain *barcode*. Sama satu lagi, masalah keamanan. Menurut aku pribadi lah, *Dana* nih aman ai buat dipakai, karena kah salah satunya udah terdaftar di OJK dan lain-lain gitu”⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara, AP mengungkapkan bahwa alasan yang kemudian membuat AP yakin memilih *Dana* sebagai dompet digital yang menurutnya paling tepat adalah karena faktor loyalitas. Seperti yang telah diketahui, AP menjadikan *Dana* sebagai dompet digital pertama yang diketahui sekaligus digunakannya. Menurut AP, wajar jika dirinya ketagihan dengan *Dana*, mengingat yang membuatnya tertarik untuk mencoba dompet digital pada awalnya juga adalah *Dana*. Selain itu, alasan yang semakin mendukung keputusannya adalah dengan mempertimbangkan faktor keamanan. Menurut AP, *Dana* merupakan salah satu dompet digital yang dinilai aman. Salah satunya adalah karena *Dana* sudah terdaftar di OJK.

Untuk pertanyaan terakhir, peneliti menanyakan kepada AP mengenai kepuasan yang dirasakannya setelah memilih dan menggunakan *Dana* dengan cukup rutin. Adapun jawaban dari AP adalah sebagai berikut:

⁷⁹*Ibid.*,

“Kalau ditanya puas atau nggaknya, sebenarnya aku nggak bisa jawab puas sepenuhnya. Karena kalau dilihat dari fitur pemesanan makanan atau bayar di warung-warung yang ada *barcode*-nya, itu fiturnya membantu banar dan aku puas ja. Tapi difitur lain, kayak fitur pembelian pulsa, itu aku ngerasa kurang puas. Karena opsinya terbatas”⁸⁰

AP menuturkan melalui hasil wawancara bahwa dirinya belum sepenuhnya merasa puas setelah memilih dan menggunakan *Dana* secara rutin. Hal ini karena, disatu sisi AP menjelaskan bahwa dirinya merasa puas dengan fitur pembayaran sekaligus pemesanan makanan secara *online* ataupun *barcode*. Hanya saja, disisi lain, yakni pada fitur pembelian pulsa, AP merasa dirinya belum puas dengan fitur tersebut dikarenakan opsi atau pilihan pembelian pulsa yang masih terbatas.

Melalui hasil wawancara yang telah dilakukan dengan AP, peneliti menarik kesimpulan bahwa AP merupakan pengguna rutin dari *Dana* sejak tahun 2018 sampai dengan saat ini. Alasan yang membuat AP betah menggunakan *Dana* adalah karena faktor loyalitas. Lalu, terkait kepuasan, AP menyayangkan opsi dalam fitur pembelian pulsa dalam aplikasi *Dana* yang cenderung terbatas.

c. NZ (Subjek 3)

Subjek ketiga adalah NZ, yakni mahasiswa dari program studi Perbankan Syariah dan saat ini telah berada di semester 2. Adapun jawaban NZ terkait pertanyaan pertama, yaitu mengenai bagaimana awal mula NZ mengenal atau mengetahui informasi mengenai dompet digital adalah sebagai berikut:

“Informasinya tuh ulun tau sekitar tahun 2018 kak, lewat iklan di youtube atau instagram gitu rasanya. Dari iklan-iklan itu gin ulun jadi tau

⁸⁰*Ibid.*,

apa-apa ja aplikasinya, kayak *Gopay*, *OVO*, sama *Shopeepay* gitu. Kada langsung ulun coba pang, tapi kayak dicari-cari dulu infonya mana yang lebih bagus buat dipakai. Semalam tu yang ulun pertama cobai tu *Gopay* pang buat transfer pulsa, Olehnya kan lumayan, kalau sama-sama *Gopay* gratis, kalau ke bank kayak gitu bianya Cuma Rp. 2500. Menurut ulun masih murah ja pang, mana pas dirumah jua bisa lo transaksinya. Jadi enak ai”⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara, NZ menjelaskan kepada saya bahwa ia telah mengetahui informasi seputar dompet digital ini pada akhir tahun 2018 melalui iklan yang dilihatnya melalui berbagai media sosial, seperti *instagram* dan juga *youtube*. Lalu NZ juga mengatakan bahwa dirinya mengenal tiga dompet digital, yakni *OVO*, *Shopeepay* dan *Gopay*. Dari ketiga dompet digital tersebut, NZ kemudian mempertimbangan kelebihan dan kekurangan masing-masing aplikasi. Kemudian yang menyebabkan NZ lebih tertarik dan memutuskan untuk melakukan transaksi pertama kalinya dengan *Gopay* adalah karena sesuai dengan kebutuhannya, yakni bisa melakukan transfer ke bank dengan tarif yang cukup sedikit, yakni sebesar Rp. 2.500.

Selanjutnya, pertanyaan kedua yang peneliti ajukan kepada NZ adalah terkait alasan-alasan yang membuat NZ akhirnya memilih *Gopay* sebagai aplikasi dompet digital yang menurutnya terbaik. Adapun jawaban NZ adalah sebagai berikut:

“Dibandingkan sama aplikasi yang lain tuh, alasan kenapa akhirnya ulun bisa milih *Gopay* itu kayaknya karena udah nyaman ai kak, lawan mudah jua lo dipakenya. Sama sesuai ai fiturnya sama yang ulun mau. Kayak diawal tadi kan ulun sudah bepadah lo kalau ulun tertarik sama *Gopay* ni gara-gara tarif buat transfer uang ke bank tu termasuk murah. Karena sudah nyaman tu, akhirnya makin tertarik ai buat terus makai buat keperluan yang lain-lain, kayak beli pulsa sama paket. Sama satu lagi,

⁸¹Wawancara secara *online* dengan NZ (Subjek 3) di depan gedung FEBI IAIN Palangka Raya, pada tanggal 08 Januari 2021, pukul 10.23

Gopay nih lumayan sering ngasih promo gitu lo kak, jadi makin betah ai ulun.”⁸²

Hasil wawancara dengan NZ mengatakan bahwa alasan utamanya adalah karena faktor kenyamanan. Sebelum memutuskan untuk bertransaksi dan menjadi pengguna tetap dari *Gopay*, NaZ menjelaskan bahwa dirinya memiliki banyak pertimbangan. Pertimbangan pertama yang dimaksud adalah kemudahan dalam penggunaan dan juga keberadaan promo. Maka dari itu, ketika dirinya merasakan sendiri bagaimana mudahnya menggunakan *Gopay* dan banyaknya tawaran promo atau diskon yang menarik, Nazuah semakin yakin dengan keputusannya untuk memilih *Gopay* sebagai dompet digital yang menurutnya paling tepat. Untuk kebutuhannya sendiri, Nazuah biasa melakukan transaksi dengan *Gopay* dalam hal pembelian pulsa, paket, dan transfer antar bank.

Terakhir, pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada NZ adalah mengenai kepuasan yang dirasakan oleh NZ setelah memilih dan menggunakan *Gopay* dengan cukup rutin. Adapun jawaban dari NZ adalah sebagai berikut:

“Nah kalau dari segi fitur ni, ulun dari awal gin sudah ngerasa puas-puas ja sampai sekarang, oleh memang baik jua sudah.”⁸³

Terkait pertanyaan terakhir, NZ mengatakan bahwa dirinya sudah merasa puas dengan berbagai macam fitur yang disediakan oleh *Gopay*, bahkan dari awal pemakaian hingga dengan saat ini.

⁸²*Ibid.*,

⁸³*Ibid.*,

Melalui hasil wawancara dengan NZ atau subjek ketiga dalam penelitian ini, peneliti mengambil kesimpulan bahwa NZ mulai tertarik dengan dompet digital pada tahun 2018. Pilihannya kemudian jatuh kepada *Gopay* setelah melakukan pertimbangan dengan aplikasi dompet digital yang lain, yakni *OVO* dan *Shopepay*. Terkait kepuasannya, NZ mengatakan bahwa dirinya merasa puas selama menggunakan *Gopay*, dari awal pemakaian sampai dengan saat ini.

d. YMW (Subjek 4)

Subjek keempat dalam penelitian ini adalah YMW, yakni salah satu mahasiswa semester 6 dari program studi Ekonomi Syariah, yang juga merupakan pengguna dompet digital. Karena masih dalam situasi pandemi dan YMW saat ini sedang berada di kampungnya, maka dari itu untuk mendapatkan data dari YMW, peneliti memutuskan untuk melakukan wawancara secara *online*.

Sama seperti subjek-subjek sebelumnya, pertanyaan pertama yang diajukan peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana awal mula YMW mengetahui tentang dompet digital. Adapun jawaban YMW adalah sebagai berikut:

“Mengetahui dompet digital itu dari aku SMA. Taunya dari iklan pas lagi nonton *youtube*, sama beberapa temen aku juga kan ada yang makai. Pertama tertarik buat nyoba itu karena aku kan suka beli makan-makanan gitu, jadinya mau nyoba aplikasi yang nyediakan fitur buat mesen makanan yang banyak pilihannya. Akhirnya dapatlah beberapa info yang bilang coba pakai *Gopay*, dan beneran ku coba akhirnya. Enak sih,

simple. Cuma pencet-pencet gitu aja kan, udah tu tinggal nunggu pesenannya dateng”⁸⁴

YMW menjelaskan bahwa ia mulai mengenal dompet digital sejak dirinya masih berada di bangku Sekolah Menengah Atas (SMA). Adapun salah satu dompet digital yang berhasil menarik perhatiannya melalui iklan yang beredar di *youtube* adalah aplikasi *Gopay*. Selain itu, yang membuat YMW semakin yakin untuk akhirnya berani melakukan transaksi non tunai ini adalah karena kebanyakan teman-temannya pada saat itu juga merupakan pengguna dari dompet digital. Lebih lanjut lagi, ketertarikan Yulia untuk bertransaksi pertama kali dengan *Gopay* adalah untuk memenuhi salah satu kebutuhannya, yakni mencari dompet digital yang didalamnya terdapat fitur untuk melakukan pemesanan makanan yang sifatnya variatif.

Lalu selanjutnya, pertanyaan kedua adalah mengenai alasan-alasan yang membuat Yulia yakin untuk memilih *Gopay* sebagai aplikasi yang menurutnya paling tepat. Adapun jawaban dari YMW adalah sebagai berikut:

“Alasannya itu ya karena kebutuhan ai kak rasaku. Olehnya kan sebelum makai *Gopay* ini, aku ada nyari-nyari dompet digital yang lain juga buat dibandingin, kayak *OVO*, *Dana*, sama *Shopeepay*. Dari ketiga itu, aku lihat lo ternyata aku lebih sreg sama *Gopay*, karena kan sesuai sama yang aku mau. Pilihan makanannya itu waktu ku lihat di aplikasi masing-masing dompet digitalnya tu ternyata lebih banyak ada di *Gopay* ketimbang yang lain. Jadi ya udah, akhirnya aku *stay* di *Gopay* aja. Sama waktu itu juga *Gopay* banyak ngasih promo makanan-makanan gitu. Jadi kan tu buat anak kos”⁸⁵

Hasil wawancara dengan YMW terkait pertanyaan kedua ini menunjukkan bahwa sebelum memutuskan untuk menggunakan *Gopay*,

⁸⁴Wawancara secara *online* dengan YMW (Subjek 4), pada tanggal 02 Februari 2021, pukul 14.21

⁸⁵*Ibid.*,

YMW juga sempat mencari beberapa informais mengenai aplikasi dompet digital yang lain untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan, yakni *OVO*, *Dana*, dan *Shopeepay*. Dari pertimbangan tersebut, adapun alasan utama yang membuat YMW lebih memilih *Gopay* adalah karena kebutuhan. Menurut YMW, kebutuhannya sudah dapat dipenuhi cukup dengan *Gopay* saja. Selain itu, banyaknya promo yang ditawarkan oleh *Gopay* juga semakin membuat YMW yakin dengan pilihannya untuk menjadi pengguna setia aplikasi tersebut.

Adapun jawaban YMW terkait pertanyaan terakhir yakni mengenai kepuasan yang dirasakannya setelah memilih dan menggunakan *Gopay* dengan cukup rutin adalah sebagai berikut:

“Pertama kalau dilihat dari segi fitur, pastinya aku udah ngerasa puas, karena kan sesuai sama kebutuhan aku. Dan dari pelayanannya juga udah bagus, cepet juga setiap ngelakuin transaksi”⁸⁶

Hasil wawancara diatas menjelaskan bahwa YMW yakin terhadap keputusannya untuk memilih dan menggunakan *Gopay* sampai dengan saat ini. YMW juga mengatakan bahwa dirinya sudah merasa puas dengan fitur sekaligus pelayanan yang diberikan oleh *Gopay* karena dapat dengan baik memenuhi kebutuhannya.

Kesimpulan yang dapat peneliti ambil dari hasil wawancara dengan YMW atau subjek keempat dalam penelitian ini adalah bahwa YMW merupakan pengguna dompet digital semenjak dirinya berada di bangku SMA (Sekolah Menengah Atas). YMW mengaku bahwa dirinya pertam kali tertarik dengan *Gopay* dan merupakan pengguna rutin dari aplikasi tersebut

⁸⁶*Ibid.*,

sampai dengan saat ini. Dan terkait kepuasan, YMW mengatakan bahwa dirinya cukup puas dengan fitur yang diberikan oleh *Gopay*, karena mampu membantu transaksinya dengan baik dan lancar.

e. DA (Subjek 5)

Subjek selanjutnya dalam penelitian ini adalah DA, yakni salah satu pengguna dompet digital sekaligus merupakan mahasiswa semester 6 dari program studi Akuntansi Syariah. Wawancara yang terjadi diantara DA dan peneliti merupakan wawancara yang dilakukan secara *online*. Peneliti memutuskan untuk melakukan hal tersebut karena keterbatasan waktu sekaligus lokasi yang jauh, mengingat DA masih berada di kampungnya sampai dengan saat ini.

Sama seperti subjek sebelumnya, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan kepada DA adalah mengenai bagaimana awal mula DA mengetahui tentang dompet digital. Adapun jawaban dari DA adalah sebagai berikut

“Mengetahui tentang dompet digital itu sejak tahun 2019-an , sejak melihat iklan di tv yang menawarkan kemudahan bertransaksi dengan dompet digital. Awal kemunculan dompet digital pertama memang awalnya tidak tertarik menggunakan. Tetapi, semenjak *shopee* mengeluarkan dompet digitalnya tersendiri akhirnya saya menggunakan dompet digital ini juga karena mempertimbangkan kemudahan yang didapat jika menggunakan dompet digital tersebut. Setelah itu, saya mencari informasi sendiri tentang kelebihan dan kekurangan penggunaan dompet digital seperti bagaimana penggunaannya serta bagaimana cara top-up nya. Saya juga mulai nyari informasi dompet digital yang lain buat dibandingin, kayak *Dana* sama *Gopay* misalnya”⁸⁷

DA menjelaskan melalui hasil wawancara bahwa dirinya pertama kali mengetahui perihal dompet digital ini sejak tahun 2019. Pada awalnya, DA

⁸⁷Wawancara secara *online* dengan DN (Subjek 5), pada tanggal 14 Februari 2021, pukul 14.21.

mengaku bahwa dia saat itu tidak tertarik untuk menggunakan dompet digital, walaupun pada saat itu banyak sekali beredar iklan di *televisi* mengenai berbagai aplikasi dompet digital. Sampai akhirnya, *Shopee* mengeluarkan dompet digitalnya sendiri, yakni *Shopeepay*. Dari situlah itu, DA akhirnya tertarik dan mulai mencari tau lebih banyak mengenai dompet digital, beberapa diantaranya adalah mengenai bagaimana penggunaan sekaligus langkah-langkah untuk melakukan *top-up*. DA juga mencari informasi mengenai aplikasi-aplikasi selain *Shopeepay* untuk dijadikan sebagai perbandingan, beberapa diantaranya seperti *Dana*, *Gopay*, dan *OVO*.

Selanjutnya, jawaban DA terkait pertanyaan kedua, yakni mengenai alasan-alasan yang membuat DA akhirnya memilih *Shopeepay* sebagai aplikasi yang menurutnya paling tepat adalah sebagai berikut:

“Memilih *shopeepay* dikarenakan transaksi yang digunakan banyak dilakukan lewat platfrom *shopee* sehingga hal ini menjadi pertimbangan untuk memilih menginstal *shopeepay* daripada *Gopay*, *Dana*, maupun *OVO*. Karena kan kebutuhan saya juga lebih banyak dilakukan untuk membayar belanjaan di *Shopee* dibandingkan yang lain. Selain belanja *online*, saya juga melakukan transaksi lain, kayak beli pulsa sama beli paket. Di *Shopeepay* juga kan kebetulan ada fitur buat itu juga, jadi ya udah semakin yakin aja buat milih *Shopeepay*. Sama satu lagi, karena promonya banyak, hampir setiap bulan pasti ada.”⁸⁸

Jawaban DA pada pertanyaan kedua menjelaskan bahwa alasan utama yang membuatnya memilih *Shopeepay* adalah karena aplikasi tersebut bisa memenuhi dengan baik segala transaksi yang menjadi kebutuhannya. Karena selain untuk melakukan pembayaran belanja *online*, *Shopeepay* juga juga memiliki fitur lainnya yang diperlukan oleh DA, yakni pembelian pulsa dan paket data. Lebih lanjut lagi, DA menjelaskan bahwa alasan lain yang

⁸⁸*Ibid.*,

semakin meyakinkannya untuk menjadi pengguna setia *Shopeepay* adalah keberadaan diskon atau promo. *Shopeepay* sering kali melakukan promo besar-besaran setiap bulannya dengan berbagai macam keuntungan yang ditawarkan, beberapa diantaranya seperti gratis ongkir, diskon, sampai dengan *cashback*.

Terakhir, pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada DA adalah mengenai kepuasan yang dirasakan oleh DA setelah memilih dan menggunakan *Gopay* dengan cukup rutin. Adapun jawaban dari DA adalah sebagai berikut:

“Sebenarnya tuh aku puas-puas aja sama pelayanan sekaligus fiturnya, tapi ya nggak yang puas banar gitu nah. Karena aku sempet dulu tu ngalamin kejadian transaksi yang kurang enak gitu lah dan akhirnya gagal. Tapi nggak sampai bikin jera jua pang, kak.”⁸⁹

Terkait pertanyaan terakhir, DA mengungkapkan bahwa kepuasan yang dirasakannya masih belum bisa dikatakan penuh atau sepenuhnya puas. Walaupun DA mengakui bahwa fitur *Shopeepay* bagus, namun tetap saja, adanya kejadian kurang menyenangkan yang dialami oleh DA membuat tingkat kepuasannya terhadap *Shopeepay* menjadi berkurang.

Adapun kesimpulan yang dapat peneliti ambil setelah melakukan wawancara dengan DA atau subjek kelima dalam penelitian ini adalah bahwa DA mulai tertarik dengan dompet digital semenjak tahun 2019 dan melakukan transaksi pertamanya dengan *Shopeepay* pada tahun 2020. Menurut DA, kualitas fitur sekaligus keberadaan promo merupakan alasan utama mengapa DA sampai dengan saat ini betah menggunakan *Shopeepay*.

⁸⁹*Ibid.*,

Hanya saja, pengalaman kurang mengenakan yang pernah dialami oleh DA ketika melakukan transaksi membuat tingkat kepuasan yang dirasakannya terhadap *Shopeepay* menjadi berkurang.

f. IP (Subjek 6)

Subjek keenam yang peneliti wawancarai berinisial IP. IP merupakan mahasiswa dari program studi Akuntansi Syariah yang kini tengah menjalani semester 6. Karena keterbatasan waktu sekaligus perbedaan lokasi, dimana saat ini IP sedang berada di kampungnya, peneliti kemudian memutuskan untuk mewawancarai IP secara *online*.

Pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti kepada IP adalah mengenai bagaimana awal mula IP mengetahui dan tertarik dengan dompet digital. Adapun jawaban dari IP atas pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

“Pertama kali tau pas awal tahun 2020. Tau dari temen, sama dikasih tau juga cara-cara transaksinya. Tertarik buat makai tu karena aku kan sering belanja di *Shopee*, olehnya lebih murah dan terjangkau kalau dibandingkan sama yang di toko-toko gitu. Jadi dari situ, mulai kenal lah sama *Shopeepay*. Makin tertarik, karena kan aku juga lagi nyari aplikasi yang emang terhubung langsung sama *Shopee* nih. Akhirnya nggak lama dari itu, aku nyoba transaksi pertama kali sama *Shopeepay* dan ternyata emang enak, gampang juga transaksinya. Sama nggak perlu keluar rumah juga”⁹⁰

Hasil wawancara dengan IP menghasilkan informasi bahwa dia mulai mengenal dompet digital sejak awal tahun 2019. IP juga mengatakan bahwa informasi mengenai dompet digital itu didapatkannya dari teman dekatnya yang lebih dulu menjadi pengguna dompet digital. Adapun salah satu hal

⁹⁰Wawancara secara *online* dengan IP (Subjek 6), pada tanggal 18 Februari 2021, pukul 19.10

yang membuat IP kemudian tertarik untuk mencoba dompet digital adalah untuk memenuhi kebutuhannya dalam hal belanja *online*. Maka dari itu, setelah mendapatkan informasi bahwa *Shopee* mengeluarkan produk dompet digitalnya sendiri, IP tanpa pikir panjang langsung melakukan transaksi dompet digital pertama kalinya dengan *Shopeepay*.

Selanjutnya jawaban IP terkait dengan pertanyaan kedua yang diajukan peneliti, yakni mengenai alasan-alasan apa yang membuat Indah memilih *Shopeepay* sebagai aplikasi yang menurutnya paling tepat adalah sebagai berikut:

“Sebelum makai *Shopeepay*, aku emang sempet nyari tentang dompet digital yang lain, kayak *Dana*, *Gopay*, sama *LinkAja*. Cuma kan balik lagi, kebutuhan aku kan lebih banyak buat belanja *online* nih, baru sisanya buat beli pulsa listrik atau paket data gitu. Jadi, aku ngerasa ya *Shopeepay* yang udah paling tepat buat dipilih sekaligus aku pakai sampe sekarang. Alasan lainnya tuh, sebagai mahasiswa, pasti aku ngejar promo juga lah. Makanya, karena *Shopeepay* bisa menuhin transaksi aku dengan baik, ditambah lagi banyak promo yang dikasih, itu am kak yang bikin aku akhirnya milih *Shopeepay* dibandingkan aplikasi yang lain”⁹¹

Terkait hasil wawancara mengenai pertanyaan kedua, IP mengatakan terlebih dulu bahwa sebelum memutuskan untuk menjadi pengguna *Shopeepay*, ia sendiri sudah mencari informasi mengenai aplikasi selain *Shopeepay*, diantaranya yakni *Dana*, *Gopay*, dan *LinkAja*. Hal itu dilakukan untuk sebagai bahan pertimbangan. Adapun alasan yang kemudian membuat IP lebih tertarik untuk memilih *Shopeepay* dibandingkan aplikasi lain adalah karena faktor kebutuhan. IP mengatakan bahwa *Shopeepay* mampu memenuhi kebutuhan bertransaksinya dengan baik, yakni mencakup

⁹¹*Ibid.*,

pembelian pulsa listrik, paket data, sampai dengan belanja *online*. Adapun alasan pendukung yang membuatnya semakin yakin untuk memilih *Shopeepay* adalah banyaknya promo yang diberikan oleh aplikasi tersebut.

Untuk pertanyaan terakhir, peneliti menanyakan kepada IP mengenai kepuasan yang dirasakannya setelah memilih dan menggunakan *Shopeepay* dengan cukup rutin. Adapun jawaban dari IP adalah sebagai berikut:

“Kalau dari fitur, aku puas-puas aja sampai sekarang. Pas transaksi juga lancar-lancar aja fiturnya. Ditambah lagi kan pas akhir 2020 kemaren ada fitur rekognisi wajah, jadi aku ngerasa makin aman kalau makai *Shopeepay* ini.”⁹²

Terkait pertanyaan terakhir, peneliti memperoleh informasi bahwa setelah memilih dan menggunakan *Shopeepay* selama lebih dari 15 kali transaksi, IP merasa puas dengan fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi dompet digital tersebut. IP juga mengatakan bahwa keberadaan fitur rekognisi wajah yang dikeluarkan oleh *Shopeepay* semakin membuat tingkat kepuasannya menjadi semakin meningkat sekaligus lebih merasa aman.

Kesimpulan yang dapat peneliti ambil dari wawancara yang telah dilakukan dengan IP atau subjek keenam dalam penelitian ini adalah bahwa IP mulai tertarik dengan dompet digital semenjak tahun 2020 dikarenakan informasi yang didapatkannya dari teman dekatnya, yaitu mengenai aplikasi *Shopeepay*. Adapun alasan yang kemudian membuat IP menjadi pengguna rutin dari *Shopeepay* adalah karena faktor kebutuhan. Dan terkait kepuasan, IP mengaku dirinya puas dengan segala fitur yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut.

⁹²*Ibid.*,

g. NF (Subjek 7)

Subjek ketujuh dalam penelitian ini bernisial NF. NF merupakan salah satu mahasiswa Akuntansi Syariah yang saat ini sedang menempuh semester 6. Adapun bentuk wawancara yang peneliti lakukan dengan NF adalah wawancara secara *online*, karena adanya keterbatasan waktu sekaligus faktor keberadaan tempat tinggal NF yang jauh, yakni saat ini sedang berada di kampungnya.

Pertanyaan pertama yang peneliti ajukan adalah mengenai bagaimana awalnya NF mengetahui dan tertarik dengan keberadaan dompet digital. Adapun jawaban NF adalah sebagai berikut:

“Taunya tu sejak tahun 2019. Dari teman infonya, karena mereka banyak yang makai, katanya dompet digital ini membuat semuanya lebih efektif dan simpel. Aku tertarik juga kan jadinya buat nyoba. Akhirnya kenal lah sama *Gopay* dan *Shopeepay*. Aku bandingin dua aplikasi ini. Tujuan aku makai dompet digital ini kan buat keperluan belanja *online* sama buat bayar listrik. Dan dari informasi yang udah aku dapetin, kayaknya *Shopeepay* lebih menarik buat dicoba, karena bisa buat dua-duanya kan. Dan pas nyoba beneran transaksi tu, ternyata emang enak. Praktis, apalagi kalau malem-malem kehabisan pulsa listrik, cukup dari rumah aja belinya. Jadi lebih efektif juga, karena nggak usah capek-capek keluar rumah”⁹³

Melalui hasil wawancara, NF mengaku telah mengetahui dompet digital sejak tahun 2019. Adapun informasi mengenai dompet digital ini didapatkannya dari teman-temannya yang terlebih dahulu menggunakan dompet digital sebelum dirinya. Tidak lama dari itu, setelah melakukan perbandingan antara *Gopay* dan *Shopeepay*, NF akhirnya tertarik untuk mencoba transaksi pertama kalinya dengan *Shopeepay*. Dari transaksi

⁹³Wawancara secara *online* dengan NF (Subjek 7), pada tanggal 18 Februari pukul 16.21

pertamanya itu, NF mengatakan bahwa bertransaksi dengan *Shopeepay* ternyata sangat praktis sekaligus efektif, karena bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun.

Pertanyaan selanjutnya yang peneliti tanyakan adalah mengenai alasan-alasan yang membuat NF akhirnya yakin memilih *Shopeepay* sebagai aplikasi yang menurutnya paling tepat. Adapun jawaban NF adalah sebagai berikut:

“Ya balik lagi karena alasan kebutuhan. Aku ngerasanya *Shopeepay* ini lebih bisa menuhin kebutuhan aku dibandingkan *Gopay*, kayak buat beli pulsa listrik, bayar *wifi*, sama belanja di *Shopee*. Sama yang kedua tu, karena aku jujur lebih ngerasa banyak tau tentang *Shopeepay* daripada *Gopay*. Misalnya, di *Shopeepay* ini aku udah tau fitur-fitur apa aja yang ada didalamnya. Tapi kalau buat *Gopay*, aku Cuma sebatas tau fitur beli makanan sama buat gojek. Udah, itu aja. Dan karena aku udah ngerasa *Shopeepay* ini udah cukup buat aku, jadinya ya udah aku pilih *Shopeepay*.”⁹⁴

Berdasarkan hasil wawancara, NF menjelaskan bahwa alasan terbesar yang membuatnya memilih *Shopeepay* sebagai aplikasi yang menurutnya paling tepat adalah karena faktor kebutuhan. Menurut NF, jika dibandingkan dengan *Gopay*, NF merasa kalau *Shopeepay* lebih mampu memenuhi segala kebutuhannya, yakni mencakup pembelian pulsa listrik, pembayaran *wifi* dan juga belanja *online*. Selain itu, NF juga mengakui alasan lainnya adalah karena minimnya informasi yang dimiliki oleh NF terkait dompet digital yang lain, dimana salah satunya adalah *Gopay*.

Terakhir, pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada NF adalah mengenai kepuasan yang dirasakan oleh NF setelah memilih dan

⁹⁴ *Ibid.*,

menggunakan *Shopeepay* dengan cukup rutin. Adapun jawaban dari NF adalah sebagai berikut:

“Aku ngelihatnya dari segi fitur ya. Aku ngerasa fitur di *Shopeepay* ini emang udah baik, lancar juga buat transaksinya, jadi aku ngerasa puas ja sampai sekarang makainya.”⁹⁵

Terkait pertanyaan terakhir, setelah yakin untuk memilih dan menggunakan *Shopeepay* sebagai aplikasi dompet digital yang menurutnya paling tepat, NF mengakui bahwa dirinya sudah merasa puas selama melakukan transaksi dengan menggunakan *Shopeepay*. Kepuasan itu diperoleh NF melalui berbagai macam fitur *Shopeepay* yang mampu berjalan dengan lancar dan baik setiap kali NF melakukan transaksi.

Setelah melakukan wawancara dengan NF, peneliti kemudian mengambil kesimpulan bahwa NF tertarik dan mendapatkan informasi dari teman dekatnya mengenai dompet digital dimulai semenjak tahun 2019. Setelah melakukan pertimbangan dengan beberapa dompet digital, pilihan NF kemudian jatuh kepada *Shopeepay*, dengan alasan karena aplikasi tersebut mampu memenuhi kebutuhannya dengan baik. NF juga menambahkan bahwa dirinya merasa puas setiap kali melakukan transaksi dengan *Shopeepay*.

h. NS (Subjek 8)

Subjek kedelapan dalam penelitian ini berinisial NS, yakni merupakan salah satu mahasiswa semester 8 program studi Ekonomi Syariah, yang juga termasuk ke dalam pengguna dompet digital. Adapun pertanyaan pertama yang peneliti ajukan kepada NS adalah mengenai bagaimana awal mula NS

⁹⁵*Ibid.*,

mengenal dan mulai tertarik dengan dompet digital. Adapun jawaban NS adalah sebagai berikut:

“Kayaknya aku tau tentang dompet digital tuh pas sekitar tahun 2017, pas udah lulus SMA, awal-awal masuk kuliah seingatku. Informasinya ada yang aku dapat dari teman, terus sering muncul iklan juga di *instagram* atau *youtube*, jadi kepo kan akhirnya, jadi aku *download* lah. Aplikasi yang pertama aku tau dan pakai itu *Dana*, buat bayar tiket di TIX. ID. Dulu tuh emang sempet booming jua lo’ iklan tentang itu, dan kebetulan waktu itu aku emang lagi nyari aplikasi yang bisa bayar tiket nonton, kan lumayan jugaa nggak harus antri. Akhirnya aku coba lah makai *Dana*. Sesudah dari *Dana*, sekitar tahun 2018 seingatku tuh mulai muncul *Shopeepay*. Dari situ, aku yang awalnya makai *Dana* malah jadi sering pakai *Shopeepay* sampai sekarang.”⁹⁶

Hasil wawancara dengan NS menghasilkan informasi bahwa NS mulai mengenal dan mendapatkan informasi mengenai dompet digital sejak tahun 2018. Awal mula ketertarikannya adalah ketika NS melihat beberapa iklan yang menampilkan berbagai macam aplikasi dompet digital di *instagram* dan *youtube*. Selain itu, dorongan untuk menggunakan dompet digital juga dipengaruhi oleh teman-teman NS yang juga merupakan pengguna dompet digital. Dilatarbelakangi oleh rasa penasaran, NS kemudian mengaku bahwa dia akhirnya mengunduh salah satu aplikasi dompet digital, yakni *Dana* untuk melakukan transaksi pembelian tiket menonton di bioskop lewat aplikasi Tix. Id. Walaupun lebih dulu mengenal sekaligus menggunakan *Dana*, NS justru mengaku dia lebih memilih *Shopeepay* sebagai dompet digital yang menurutnya paling tepat, sekaligus paling sering digunakan.

⁹⁶Wawancara dengan NS (Subjek 8) di rumah NS, pada tanggal 24 Januari 2021 pukul 17.04

Pertanyaan kedua yang selanjutnya peneliti ajukan adalah mengenai alasan-alasan yang membuat NS memilih *Shopeepay* sebagai aplikasi yang paling tepat menurutnya.

“Kalau ditanya alasan utama, kayaknya jawabannya ya karena kebutuhan. Aku kan sering tuh belanja di *Shopee*, sedangkan di *Dana* kan belum ada fitur yang menghubungkan pembayaran ke *Shopee*. Jadinya aku lebih tertarik untuk jadi pengguna setia *Shopeepay*. Karena kan udah terhubung nih dan ada fiturnya juga, jadi otomatis promo-promonya juga makin banyak yang dikasih. Apalagi *event* setiap bulannya tuh lumayan banyak banget promonya, segala gratis ongkir, sampai ada juga *cashback*. *Dana* juga sebenarnya banyak sih ngeluarin promo, tapi kan karena kebutuhan aku lebih banyaknya di *Shopee*, jadi rasaku yang paling tepat buat dipakai ya *Shopeepay*.”⁹⁷

Jawaban NS terkait pertanyaan kedua yang menanyakan mengenai alasan utama yang mendasari keputusannya untuk menggunakan *Shopeepay* adalah karena faktor kebutuhan. Perlu diketahui bahwa NS merupakan mahasiswa yang suka sekali dengan kegiatan belanja *online*. Sejak awal kemunculannya, *Shopeepay* merupakan salah satu aplikasi dompet digital yang fokus utamanya adalah untuk melakukan pelayanan pembayaran belanja secara *online*. Sementara itu, disisi lain, aplikasi *Dana* belum memiliki layanan tersebut. Selain itu, faktor pendukung yang cukup mempengaruhinya adalah keberadaan promo. Meskipun *Dana* cukup sering menawarkan berbagai macam promo untuk penggunaannya, tapi menurut NS hal itu tidak terlalu berpengaruh untuknya. Hal ini karena promo yang ditawarkan oleh *Dana* tidak berlaku untuk kebutuhan sekaligus keinginan NS, yakni terkait belanja *online*

⁹⁷*Ibid.*,

Adapun jawaban NS terkait pertanyaan terakhir yang diajukan oleh peneliti, yakni mengenai kepuasan yang dirasakannya setelah memilih dan menggunakan *Shopeepay* dengan cukup rutin adalah sebagai berikut:

“Balik lagi ke jawaban ku yang tadi. Aku kan tertarik sama *Shopeepay* ini karena dua hal, yang pertama tu buat menuhin kebutuhan belanja *online* aku. Otomatis yang kulihat pertama kali dari segi fiturnya. Nah kalau dari segi fitur, jelas aku puas ja. Lancar tarus jua setiap aku pakai. Dan yang kedua tu, tampilannya tu bagus gitu nah, Ya. Mudah jua dipahami, kada meolah bingung. Jadi intinya aku ngerasa puas ja.”⁹⁸

Dari hasil wawancara diatas, peneliti mendapatkan jawaban dari NS bahwa ada dua hal yang membuat NS merasa puas setelah yakin dengan pilihannya untuk menggunakan *Shopeepay* sebagai aplikasi dompet digital yang tepat. Adapun dua hal yang dimaksud tersebut adalah segi fitur dan tampilan *Shopeepay*. Maka dari itu, ketika kedua hal itu dapat dipenuhi dengan baik oleh *Shopeepay*, maka kepuasan yang dirasakan NS pun akan selalu ada.

Setelah melakukan wawancara dengan NS, peneliti mengambil kesimpulan bahwa NS mulai tertarik dan melakukan pencarian informasi terkait dompet digital melalui iklan diawali pada tahun 2018. Untuk transaksi pertama kalinya dengan dompet digital, NS mengaku dirinya menggunakan *Dana*. Hanya saja, pada tahun 2020, NS beralih untuk mencoba *Shopeepay*, yang kemudian membuatnya menjadi pengguna rutin aplikasi tersebut sampai dengan saat ini. Dan setelah melakukan transaksi selama kurang lebih 1

⁹⁸*Ibid.*,

tahun, NS mengaku bahwa dirinya merasa puas dengan tampilan dan segala fitur yang terdapat dalam aplikasi *Shopeepay*.

i. WH (Subjek 9)

Subjek kesembilan yang peneliti wawancarai selanjutnya berinisial WH. WH merupakan mahasiswa dari program studi Akuntansi Syariah yang kini tengah menjalani semester 2. Karena keterbatasan waktu sekaligus perbedaan lokasi, dimana saat ini WH sedang berada di kampungnya, peneliti kemudian memutuskan untuk mewawancarai WH secara *online*.

Seperti subjek-subjek sebelumnya, pertanyaan pertama yang peneliti ajukan adalah mengenai bagaimana awal mula WH mengenal dan tertarik dengan dompet digital. Adapun jawaban WH adalah sebagai berikut:

“Mulai tau pas tahun 2020. Informasinya dari iklan di TV. Waktu itu iklannya banyak tentang *Gopay* dan udah mulai tertarik. Tapi masih belum makai, karena nyoba bandingin dulu sama dompet digital yang lain, kayak *OVO* sama *Dana*. Pas udah ngelihat dari segi praktis sama promonya, akhirnya aku mantap buat nyoba transaksi lewat *Gopay*. Dan emang enak sih pake *Gopay*, apalagi buat beli pulsa atau paket data gitu. Selain banyak promonya, juga nggak usah repot-repot datengin konter buat isi pulsa.”⁹⁹

Berdasarkan hasil wawancara, WH menjelaskan bahwa dirinya mulai mengetahui tentang dompet digital semenjak tahun 2020. Kemudian, WH mengungkapkan bahwa dia mulai tertarik dengan salah satu aplikasi dompet digital karena terpengaruh iklan yang dilihatnya di televisi, yakni *Gopay*. Sebelum memutuskan untuk bertransaksi pertama kali dengan *Gopay*, WH memutuskan untuk mencari tau terlebih dahulu informasi tentang *Dana* dan *Gopay* untuk dijadikan perbandingan. Setelah itu barulah WH yakin untuk

⁹⁹Wawancara secara *online* dengan WH (Subjek 9), pada tanggal 08 Februari 2021 pukul 19.23

melakukan transaksi lewat *Gopay*, yakni untuk keperluan membeli pulsa. Dari transaksi pertamanya itu, WH mengatakan bahwa bertransaksi dengan *Gopay* ternyata mudah dan praktis, karena tidak perlu keluar rumah atau mendatangi konter untuk membeli pulsa.

Adapun jawaban WH atas pertanyaan kedua yang diajukan oleh peneliti, yakni mengenai alasan-alasan apa yang membuat WH memilih *Gopay* sebagai aplikasi dompet digital yang menurutnya paling tepat adalah sebagai berikut:

“Alasannya mungkin karena dari awal saya makainya *Gopay*, jadi sampai sekarang juga masih milih *Gopay* buat transaksi yang lain-lain. Udah tu kalau dilihat dari segi kebutuhan, *Gopay* ini udah cukup buat menuhin semua kebutuhan saya buat transaksi bulanan, kayak infaq, beli pulsa, sama paket data. Dan juga karena faktor keikutsertaan dalam program kartu prakerja yang mewajibkan saya memilih salah satu dompet digital untuk insentif, dan yang saya pilih ya *Gopay* ini.”¹⁰⁰

Berdasarkan hasil wawancara, WH menjelaskan bahwa alasan-alasan yang membuat dirinya memilih *Gopay* sebagai aplikasi dompet digital paling tepat adalah karena faktor loyalitas dan kebutuhan. Seperti yang dikatakan oleh WH, *Gopay* merupakan aplikasi pertama yang diketahui dan digunakan WH sebagai transaksi pertama kalinya dengan dompet digital. Untuk segi kebutuhan sendiri, WH menjelaskan bahwa *Gopay* dapat memenuhi keperluan yang dilakukannya cukup rutin setiap bulannya, yakni membeli pulsa, paket internet, dan berinfaq. Selain itu, WH juga mengatakan bahwa *Gopay* ikut berperan dalam hal pemenuhan persyaratan keikutsertaannya

¹⁰⁰ *Ibid.*,

dalam program kartu prakerja yang mengharuskannya memilih salah satu dompet digital untuk insentif.

Terakhir, pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada WH adalah mengenai kepuasan yang dirasakan oleh WH setelah memilih dan menggunakan *Gopay* dengan cukup rutin. Adapun jawaban dari WH adalah sebagai berikut:

“Sejujurnya kurang puas pang, apalagi dari fitur buat beli pulsa itu. Masih kurang menurutku. Tapi buat fitur yang lain, kayak buat infaq tu aku puas ja selama makai *Gopay* ni.”¹⁰¹

Terkait pertanyaan terakhir, WH mengatakan bahwa dirinya merasa kurang dengan keputusannya untuk memilih dan menggunakan *Gopay* sebagai aplikasi dompet digital yang menurutnya paling tepat. Adapun hal yang mengurangi tingkat kepuasannya itu adalah karena salah satu fitur, yakni pembelian pulsa, yang menurut WH masih kurang baik. Sedangkan disisi lain, WH merasa puas dengan fitur infaq yang disediakan oleh *Gopay*.

Adapun kesimpulan yang dapat peneliti ambil dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan WH atau subjek ke-sembilan dalam penelitian ini adalah bahwa WH mulai tertarik dan melakukan pencarian informasi melalui iklan mengenai dompet digital sejak tahun 2020. Setelah melakukan perbandingan antara tiga aplikasi dompet digital, pilihan WH kemudian jatuh kepada *Gopay*. Dan terkait kepuasan, WH menjelaskan bahwa dirinya puas dengan segala fitur yang disediakan oleh *Gopay*.

¹⁰¹*Ibid.*,

j. SRY (Subjek 10)

Subjek kesepuluh dalam penelitian ini berinisial SRY, yakni mahasiswa semester 8 dari program studi Ekonomi Syariah yang juga merupakan pengguna dompet digital. Sesi wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan SRY dibuka dengan pertanyaan pertama mengenai bagaimana awal mula SRY mengetahui dan tertarik untuk menggunakan dompet digital.

Adapun jawaban yang diberikan SRY adalah sebagai berikut:

“Aku pertama kali tau tentang dompet digital itu dari temen-temen yang udah makai duluan, rasanya itu tuh pas waktu semester 5. Tapi pas waktu dikenalin, aku tertarik sebenarnya, cuma nggak terlalu tertarik juga, makanya cuma tau ja tapi nggak ada niat buat makai. Seingat ku lah aplikasi yang dipadahi tuh aplikasi *OVO* sama aplikasi *Dana*. Nah, waktu itu ada kan pas lagi jaman-jamannya aplikasi *TIX.ID*. Kebetulan aku nih kan lumayan sering nonton ke bioskop dulu sama temen, jadi aku tertarik lah buat nyari promo. Kutakuni ai lagi temen ku yang make tadi, aku tanya aplikasi apa yang promonya banyak kalau mau beli tiket di *TIX.ID*, dan temen ku rata-rata ngejawabnya *Dana*. Jadi, akhirnya yang kupake *Dana* ai sampe sekarang.”¹⁰²

Hasil wawancara dengan SRY terkait pertanyaan pertama menghasilkan informasi bahwa SRY mulai mengenal dua dompet digital, yakni *Dana* dan *OVO* ketika dirinya berada dibangku kuliah semester 5. Adapun yang memperkenalkan SRY dengan kedua aplikasi tersebut adalah teman dekatnya. Pada awalnya, SRY mengaku bahwa dirinya tidak langsung tertarik begitu saja. Akan tetapi, ketika sedang marak *TIX.ID*, SRY yang memiliki hobi menonton *film* di bioskop akhirnya tertarik untuk mencari promo dengan cara melakukan transaksi melalui aplikasi dompet digital. Didasari oleh keinginannya tersebut, SRY kemudian kembali mencari

¹⁰² Wawancara dengan SRY (Subjek 10) di depan gedung FEBI IAIN Palangka Raya, pada tanggal 24 Januari 2021 pukul 11.14

informasi dari teman-temannya mengenai aplikasi apa yang paling banyak memberikan promo terkait TIX.ID. Lalu, teman-temannya pun memberi tahu bahwa salah satu aplikasi dompet digital yang telah bekerja sama dengan TIX.ID adalah *Dana*. Dan tidak lama dari itu, SRY benar-benar melakukan transaksi dompet digital pertama kalinya dengan menggunakan *Dana*.

Selanjutnya, peneliti menanyakan pertanyaan yang kedua, yakni mengenai alasan-alasan apa yang membuat SRY memilih *Dana* sebagai aplikasi dompet digital yang menurutnya paling tepat. Jawaban yang diberikan SRY adalah sebagai berikut:

“Kan aku ada bilang lo’ di awal kalau aku tuh tau dompet digital ini dari temen dan aplikasi yang aku ketahui waktu itu tuh ada dua, yaitu *OVO* sama *Dana*. Dari banyaknya temenku yang ngasih tau, rata-rata mereka menggunakan *Dana*. Mereka jua kek memadahi kalau *Dana* nih emang banyak kelebihanannya. Ditambah lagi waktu itu *Dana* ini emang populer banar lo’, dan aku tuh jujur lebih suka makai sesuatu yang emang udah pasti gitu. Dari semua informasi yang aku dapat, temen-temen ku tu kek suka atau puas gitu nah sama pelayanan dari *Dana* ini. Jadi, aku jua semakin tertarik ai buat nyoba. Karena kan nggak mungkin aplikasi itu buruk kalau penilaian temen-temen ku pada baik semua, jadi aku rasa *Dana* juga pasti yang terbaik. Apalagi aku kan udah pernah make beberapa kali, dan emang bagus gitu. Ditambah lagi *Dana* ini kan banyak merchantnya sesuai kebutuhan aku, kayak buat bayar makan di *KFC*. Aku makai *Dana* ni cukup banyak sih, buat nonton bioskop, makan di *KFC* tadi, bayar *wifi*, BPJS, pulsa listrik, banyak ai pokoknya.”¹⁰³

Adapun jawaban SRY terkait pertanyaan kedua mengenai alasan mengapa dirinya memilih *Dana* dibandingkan aplikasi dompet digital lain adalah didukung oleh tiga hal. Alasan pertama adalah faktor popularitas. Sekitar awal tahun 2018, *Dana* merupakan salah satu dompet digital yang popularitasnya meningkat cukup drastis dan banyak dibicarakan oleh teman-

¹⁰³ *Ibid.*,

teman SRY. SRY mengaku bahwa fakta tersebut banyak mempengaruhi keputusannya, hal ini dikarenakan SRY lebih merasa yakin dan aman jika menggunakan sesuatu yang sudah terkenal dan memiliki *image* yang bagus. Selain dari segi popularitas, segi layanan dan kebutuhan juga berpengaruh besar bagi SRY untuk akhirnya memilih dan menggunakan *Dana* sampai dengan saat ini. Untuk alasan ini, SRY menjelaskan bahwa *merchant-merchant* yang bekerja sama dengan *Dana* jumlah lebih banyak jika dikaitkan dengan kebutuhan transaksi yang ingin dilakukan oleh SRY. Adapun kebutuhan SRY dalam menggunakan *Dana* ini mencakup banyak hal, diantaranya adalah untuk membayar makan di *KFC*, membeli pulsa, membayar *wifi*, BPJS, pulsa listrik, sampai dengan menonton film di bioskop sebelum pandemi ada.

Adapun jawaban SRY terkait pertanyaan terakhir yang diajukan oleh peneliti mengenai kepuasan yang dirasakan oleh SRY setelah memilih dan menggunakan *Dana* dengan cukup rutin adalah sebagai berikut:

“Kepuasan kah? Sejujurnya aku puas-puas ja pang makai *Dana* ini. Karena kan fitur-fiturnya juga ada semua buat menuhin transaksi yang aku mau. Cuma ya gitu, kadang-kadang tu lambat gitu nah prosesnya, padahal kan kita maunya cepet. Repot tu kalau misalnya lagi buru-buru gitu, pasti handaknya lakas lo’, ini malah harus nunggu dulu.”¹⁰⁴

Melalui pertanyaan terakhir, yaitu terkait dengan kepuasan setelah pemakaian selama beberapa kali, SRY mengakui bahwa dirinya merasa puas dengan fitur yang disediakan oleh *Dana*. Hanya saja, kepuasan yang dirasakan oleh SRY belum pada tahap puas sepenuhnya. Alasannya adalah

¹⁰⁴*Ibid.*,

karena terkadang transaksi yang dilakukan oleh SRY bisa berjalan lebih lambat, yang membuat SRY harus menunggu terlebih dahulu sampai transaksi tersebut berhasil.

Setelah melakukan wawancara dengan SRY, beberapa hal yang dapat peneliti simpulkan adalah bahwa SRY mulai tertarik dengan dompet digital pada awal tahun 2018 melalui informasi yang didapatkannya dari iklan dan teman dekat. Setelah sebelumnya melakukan pertimbangan dengan *OVO* dan *Dana*, pilihan SRY akhirnya jatuh kepada *Dana* dengan alasan pada saat itu popularitas *Dana* lebih besar dan SRY mengaku bahwa dirinya merasa lebih aman dengan fakta tersebut ketika menggunakan jasa tertentu. Dan terkait kepuasan, SRY memberikan keluhan bahwa sistem pada *Dana* seringkali berjalan lambat dan membuat kepuasan yang dirasakannya menjadi berkurang,

k. RH (Subjek 11)

Subjek selanjutnya, yakni yang kesebelas dalam penelitian ini berinisial RH, yakni mahasiswa semester 6 dari program studi Ekonomi Syariah, yang juga merupakan pengguna dari dompet digital. Karena keterbatasan waktu sekaligus perbedaan lokasi, dimana saat ini RH tidak sedang berada di Palangka Raya, peneliti kemudian memutuskan untuk mewawancarai RH secara *online*. Sama seperti subjek-subjek sebelumnya, pertanyaan pertama peneliti adalah mengenai bagaimana awal mula RH mengetahui sekaligus tertarik untuk menggunakan dompet digital. Adapun jawaban dari RH adalah sebagai berikut:

“Udah mulai tau dari tahun 2019. Taunya dari iklan yang ada di *youtube*. Waktu itu kan lumayan banyak aplikasi yang lagi besar-besaran promosi, kayak *Gopay* sama *Dana*. Dari situ jujur aku belum tertarik buat makai. Tapi pas nggak lama dari itu tu, ada iklan *OVO*. Kebetulan isinya tentang *game* yang aku suka, “*Call of Duty*”. Nah disitu udah mulai beneran tertarik, dan akhirnya aku beneran nyoba transaksi sama *OVO* ini dan masih lanjut sampai sekarang.”

Terkait pertanyaan pertama, RH menjelaskan bahwa dia mulai mengetahui dompet digital pada tahun 2019. Adapun aplikasi dompet digital pertama yang mampu menarik perhatiannya saat itu adalah *OVO* yang dilihatnya melalui iklan yang diputar ketika RH tengah menonton video di *youtube*. Dari iklan yang dilihatnya tersebut, RH sebenarnya sudah mulai tertarik dengan *OVO*. Hal itu karena aplikasi menyediakan beberapa fitur pembayaran terkait *game* yang disukainya, yakni “*Call of Duty*”.¹⁰⁵

Selanjutnya, jawaban RH terkait pertanyaan kedua, yakni mengenai alasannya memilih *OVO* sebagai aplikasi dompet yang menurutnya paling tepat adalah sebagai berikut:

“Sebenarnya aku makai tiga dompet digital, ada *OVO*, *Gopay*, sama *Dana*. Tapi seringnya emang makai *OVO* karena kan dibandingkan sama aplikasi yang lain tu, *OVO* ni lebih bisa menuhin transaksi yang aku mau, kayak buat beli *voucher game* tadi. Sama karena dari segi promo, menurutku *OVO* lebih banyak ngasih potongan, segala *cashback* gitu kalau hubungannya sama *game*. Di luar kebutuhan beli *voucher game*, *OVO* juga punya fitur lain yang aku mau, contohnya kayak belanja *online* sama mesen makanan. Jadi yaudah, aku milihnya *OVO*.”¹⁰⁶

Melalui pertanyaan kedua, RH menjawab bahwa dirinya sebenarnya mengetahui sekaligus menggunakan dua aplikasi dompet digital selain *OVO*, yakni *Gopay* dan *Dana*. Adapun alasan yang menyebabkan dirinya lebih

¹⁰⁵Wawancara secara *online* dengan RH (Subjek 11), pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 19.42

¹⁰⁶*Ibid.*,

memilih *OVO* adalah karena faktor kebutuhan. RH merasa bahwa *OVO* sudah cukup baik dalam hal memenuhi kebutuhan transaksinya. Selain itu, alasan pendukung yang semakin meyakinkan RH adalah keberadaan promo. Karena berdasarkan informasi yang dicarinya, dibandingkan dengan aplikasi yang lain, *OVO* lebih banyak menawarkan promo-promo terkait dengan hal-hal yang menjadi kebutuhannya ketika melakukan transaksi dengan dompet digital. Adapun cakupan kebutuhan yang dimaksud oleh RH adalah seperti untuk membeli *voucher game*, memesan makanan, dan belanja *online*.

Untuk pertanyaan terakhir, peneliti menanyakan kepada RH mengenai kepuasan yang dirasakannya setelah memilih dan menggunakan *OVO* dengan cukup rutin. Adapun jawaban dari RH adalah sebagai berikut:

“Aku puas-puas aja sih setiap makai, fitur-fiturnya udah bagus. Setiap dipakai buat transaksi juga lancar, jadi menurutku nggak ada yang kurang.”¹⁰⁷

Terkait pertanyaan terakhir, RH mengungkapkan bahwa dirinya merasa puas dengan keputusannya untuk memilih dan menggunakan *OVO* sebagai aplikasi dompet digital yang menurutnya paling tepat. Kepuasan yang dirasakan oleh RH disebabkan oleh keberadaan berbagai macam fitur dari *OVO* yang dapat digunakannya dengan baik dan lancar ketika melakukan transaksi.

Kesimpulan yang dapat peneliti ambil setelah melakukan wawancara dengan RH atau subjek ke-sebelas dalam penelitian ini adalah bahwa RH mulai tertarik dan menggunakan dompet digital, yakni *OVO* sejak tahun

¹⁰⁷*Ibid.*,

2019. Adapun alasan utama mengapa RH memutuskan untuk menjadi pengguna setia dari *OVO* adalah karena sesuai dengan kebutuhan yang ingin dipenuhinya, yakni untuk *voucher game*. Dan terkait kepuasan, RH mengaku tidak ada hal yang kurang menurutnya dari segala fitur yang telah disediakan oleh *OVO*.

I. NH (Subjek 12)

Subjek terakhir dalam penelitian ini adalah NH, yakni merupakan salah satu mahasiswa semester 8 dari program Perbankan Syariah dan juga pengguna dari dompet digital. Adapun jawaban NH atas pertanyaan pertama yang diajukan oleh peneliti, yakni mengenai bagaimana awal mula NH mengetahui dan tertarik dengan dompet digital adalah sebagai berikut:

“Dompet digital itu udah masuk ke *fintech* lah yo? Rasanya kalo untuk *fintech* tuh, aku udah tau dari tahun 2017, contohnya tuh kayak wakaf hasanah. Tapi kalau buat *LinkAja* tu rasanya baru dari tahun 2019 kalo nggak salah. Oh, kalau informasinya aku taunya dari teman. Jadi kan kebetulan aku ada teman di UMP tu, abang lah kek gitu, jadi aku tu habis pulsa waktu itu, mau beli pulsa, terus inya bilang pake *LinkAja*. Alasannya tuh karena murah, terus kalo kitanya punya banyak poin, beli pulsa 100 ribu tu cuma jadi 80 ribu. Nah jadi kan aku dari dulu tu, termasuk di kampung ku dulu tu susah sinyal, nggak bisa kartu selain telkomsel. Dan setiap beli pulsa tu ya tetep 100 ribu harganya. Jadi pas aku denger abangnya bepander gitu, pasti ai aku tertarik. Jadi mulai dari situ am aku makai *LinkAja*. Sebelum mantap makai *LinkAja*, aku juga ada *install* aplikasi lain, kayak *Gopay* sama *Shopeepay* buat bahan pertimbangan.”¹⁰⁸

NH menjelaskan bahwa sebelum keberadaan dompet digital menjadi begitu populer, dirinya sudah terlebih dahulu mengetahui tentang *fintech*,

¹⁰⁸Wawancara dengan NH (Subjek 12) di depan gedung FEBI IAIN Palangka Raya, pada tanggal 18 Februari 2021 pukul 10.15

dimana salah satunya adalah wakaf hasanah. Sedangkan untuk *LinkAja* sendiri, NH mengatakan bahwa dia mulai mengetahui aplikasi itu pada tahun 2019. NH mendapatkan informasi mengenai *LinkAja* dari teman dekatnya. Dari teman dekatnya tadi yang mengenalkan *LinkAja*, Nurhalisa mengaku bahwa dirinya kemudian tertarik untuk mencoba bertransaksi dengan *LinkAja* dikarenakan tergoda oleh keberadaan promo yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut.

“Pertama tu, karena aku nggak tau cara makai *Gopay* sama *Shopeepay* yang disuruh nge-scan tu nah. Dan aku kan udah biasa make *LinkAja*. Mungkin faktor ini tuh lebih ke kebiasaan. Jadi kan aku udah biasa makai itu, jadi aku merasa lebih nyaman makai aplikasi itu dan malas buat ganti-ganti. Selain itu tu, rasanya alasan kedua ya karena faktor kebutuhan. Aku emang makai tiga aplikasi kan, tapi masing-masing tuh punya perannya masing-masing gitu nah. Kayak yang aku bilang, aku cuma pakai *Shopeepay* itu buat dapatin ongkir, sedangkan *Gopay* itu buat beli makanan di *Gofood* kalau lagi malas masak. Nah, aku kalau pakai *LinkAja* nih lebih sering gitu nah ketimbang yang lain, contohnya tu kayak buat pembelian pulsa telkomsel, bayar makanan di kantin BNI, sama buat bayar kalau lagi ada di *cafe yomi*.”¹⁰⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas, NH mengatakan bahwa ada dua alasan yang membuat dirinya yakin untuk memilih *Shopeepay* sebagai aplikasi yang menurutnya paling tepat. Alasan pertama adalah karena faktor kenyamanan sekaligus kebiasaan. Terkait dengan alasan pertama ini, NH menjelaskan karena dia sudah terbiasa menggunakan *LinkAja* dari awal, maka NH pun memiliki kecenderungan untuk lebih merasa nyaman ketika menggunakan aplikasi tersebut dibandingkan dengan aplikasi yang lain, contohnya seperti *Gopay* ataupun *Shopeepay*. Adapun alasan kedua adalah

¹⁰⁹*Ibid*

karena faktor kebutuhan. Karena kebutuhannya lebih banyak dapat dipenuhi dengan menggunakan *LinkAja*, otomatis intensitas pemakaian yang dilakukan NH pun lebih sering dengan *LinkAja* dibandingkan dengan kedua dompet digital lain yang dimilikinya. Untuk *Shopeepay* dan *Gopay*, NH membatasi hanya untuk melakukan transaksi tertentu saja, yakni seperti membayar *Gofood* dan mengklaim *voucher* gratis ongkir di *Shopee*.. Adapun kebutuhan-kebutuhan yang dilakukan oleh NH dengan *LinkAja* adalah mencakup pembelian pulsa, membayar makanan di *cafe yomi* dan juga membayar makanan di kantin BNI.

Terakhir, pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada NH adalah mengenai kepuasan yang dirasakan oleh NH setelah memilih dan menggunakan *LinkAja* dengan cukup rutin. Adapun jawaban dari NH adalah sebagai berikut:

“Buat fiturnya tuh sebenarnya udah bagus. Kalau dari fitur aku nggak ada kritik sih, cukup puas jua sudah. Cuman tuh aku mau komentarin dari sisi promonya. Aku kan pas awal make dulu *LinkAja* tu tertariknya karena fiturnya bagus, udah tu promonya juga lumayan banyak. Tapi makin kesini, promonya makin bekurang. Jadi menurut aku, jangan cuma diawal aja harusnya banyak promo.”¹¹⁰

Terkait pertanyaan terakhir, NH mengatakan bahwa dirinya sebenarnya cukup merasa puas dengan segala fitur yang disediakan oleh *LinkAja* untuk memenuhi kebutuhannya dalam bertransaksi dengan aplikasi tersebut. Hanya saja, NH mengakui bahwa dirinya merasa cukup kecewa karena keberadaan promo yang ditawarkan oleh *LinkAja* jumlahnya jauh berkurang dibandingkan pada saat awal kemunculan aplikasi dompet digital tersebut.

¹¹⁰*Ibid.*,

Setelah melakukan wawancara dengan NH, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa ketertarikan awal NH dimulai dari kebutuhannya untuk mencari promo terkait *provider* yang dipakainya, yang kemudian didapatkan NH melalui informasi dari teman dekatnya. Setelah melakukan pertimbangan diantara tiga aplikasi dompet digital, pilihan NH akhirnya jatuh kepada *LinkAja*, karena faktor intensitas pemakaian, kebiasaan, dan kebutuhan. Lalu terkait kepuasan, NH mengaku bahwa dirinya cukup kecewa kepada *LinkAja*, dikarenakan keberadaan promo yang semakin hari semakin sedikit.

Untuk menguatkan pernyataan atau jawaban yang dilontarkan oleh subjek dalam penelitian ini, peneliti kemudian memutuskan untuk melakukan wawancara terhadap teman dekat subjek atau selaku informan terkait rumusan masalah yang pertama ini, yakni mengenai preferensi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam hal pemilihan dompet digital yang tepat. Adapun penjabaran dari hasil wawancara yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

a. TA (Informan 1)

TA merupakan salah satu karyawan yang bekerja di *cafe* Yomi, yakni salah satu *cafe* yang terletak di Jl. Sisingamangaraja. Melalui TA, peneliti mengkonfirmasi mengenai pernyataan NH yang mengatakan bahwa dirinya cukup sering melakukan transaksi pembayaran di *cafe* Yomi dengan menggunakan aplikasi *LinkAja*. Adapun jawaban dari TA adalah sebagai berikut:

“Iya, saya cukup sering ngeliat kak NH ini di Yomi. Apalagi pas sebelum pandemi, lumayan sering sama temen-temennya yang lain kesini. Rame-rame gitu, ada bawa laptop, udah tu diskusi. Kalo sekarang, udah jarang

ya. Karena kan Yomi kemaren tuh sempet tutup juga, pas awal awal pandemi, dan dibatasin juga pengunjungnya. Kak NH kesini pun paling cuma berdua atau sendiri, *take away*. Iya, buat pembayarannya kak NH emang cukup sering pakai *Dana*, sering juga pakai *cash*. Pakai *Dana* tuh kalau dia lagi nggak rame-rame datangnya, atau kalau nggak makan di tempat. Nominalnya Rp. 15.000 – Rp. 30.000 sih seringnya kalau bayar pakai *Dana*”¹¹¹

Melalui jawaban yang dilontarkan oleh TA terkait pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, TA mengkonfirmasi bahwa NH memang benar sering berkunjung ke *cafe* Yomi dan melakukan pembayaran makanan atau minuman yang dipesannya melalui *Dana*. Adapun nominal yang dikeluarkan oleh NH ketika melakukan transaksi dengan *Dana* adalah Rp. 15.000 – Rp. 30.000.

b. RN (Informan 2)

RN adalah salah satu karyawan yang bekerja di warung makan Hikmah Estu yang berada di Jl. Yos Sudarso. Melalui RN, peneliti mengkonfirmasi mengenai pernyataan AP yang mengatakan bahwa dirinya cukup sering melakukan transaksi pembayaran di salah satu warung makan dengan menggunakan aplikasi *Dana*. Adapun jawaban dari RN adalah sebagai berikut:

“Iya, mbak. AP emang lumayan sering kesini. Dalam waktu sebulan tuh pasti ada satu atau dua kali pasti ada ja datang. Kadang tu sendiri, tapi bisa jua sama kawannya. Iya, buat pembayarannya, karena kan Hikmah Estu juga alhamdulillah udah ada *barcode*, jadi buat pelanggan yang punya aplikasi *Dana*, bisa langsung di *scan* ja, mbak ai. Termasuk AP juga gitu. Kadang-kadang tu bisa bayar *cash*. Kadang bisa jua nge-*scan* lewat *Dana*”¹¹²

¹¹¹Wawancara dengan TA (Informan 1) secara *online*, pada tanggal 10 Mei 2021, pukul 21. 24

¹¹²Wawancara dengan RN (Informan 2) secara *online*, pada tanggal 10 Mei 2021, pukul 12. 17

Melalui wawancara yang telah dilakukan, RN menjelaskan bahwa AP memang cukup sering membeli makanan di warung makan Hikmah Estu. Lebih lanjut lagi, AP juga mengatakan bahwa dikarenakan Hikmah Estu memang sudah cukup lama memiliki *barcode*, maka pelanggan bisa melakukan pembayaran melalui aplikasi *Dana*. Hal ini juga dimanfaatkan oleh AP yang diketahui cukup sering melakukan pembayaran di Hikmah Estu dengan cara melakukan *scan barcode* melalui *Dana* yang telah dimilikinya cukup lama.

c. AY (Informan 3)

AY merupakan penjaga konter pulsa yang sering dikunjungi oleh salah satu subjek dalam penelitian ini, yakni RH untuk melakukan *top up* dompet digital yang digunakannya, yaitu *OVO*. Melalui AY, peneliti mengkonfirmasi mengenai pernyataan RH yang mengatakan bahwa dirinya cukup sering melakukan *top up* di salah satu konter yang dekat dengan *kost*-an mereka.

Adapun jawaban dari AY adalah sebagai berikut:

“Iya, lumayan sering *top up OVO* tuh kesini. Aku sampe nanya kemaren tu buat apa, gawi sering banar lo’. Apalagi pas semalam semalamnya tuh, bisa dalam sebulan tu 3 kali *top up* nya, langsung Rp. 100.000 gitu atau nggak Rp. 50.000 Taunya buat *game*, pantas ja. Abangnya gin rancak jua *top up* disini, tapi kada sesering RH pang”¹¹³

Peneliti mendapatkan informasi dari jawaban yang dilontarkan oleh AY bahwa RH memang sering melakukan *top up* di konter pulsa yang dijaga oleh AY. Lebih lanjut lagi, AY juga mengatakan bahwa RH pernah melakukan *top*

¹¹³Wawancara dengan AY (Informan 3) di konter pulsa Jl. Menteng XVI, pada tanggal 10 Mei 2021, pukul 10.49

up sebanyak 3 kali dalam jangka waktu sebulan dengan nominal sebesar Rp. 50.000 sampai dengan Rp. 100.000 dalam sekali *top up*.

2. Kendala yang dirasakan oleh mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya terkait penggunaan dompet digital

Pada pembahasan rumusan masalah yang kedua, peneliti akan menggali mengenai kendala yang dirasakan oleh mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya terkait penggunaan dompet digital. Selanjutnya, peneliti akan menjabarkan data hasil wawancara dalam penelitian ini dengan jumlah subjek sebanyak 12 orang, yakni MA, AP, NZ, YMW, DA, IP, NF, NS, WH, SRY, RH, dan NS. Untuk lebih jelasnya, dibawah ini peneliti akan memaparkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan rumusan masalah yakni sebagai berikut:

a. MA (Subjek 1)

Subjek pertama yang peneliti wawancarai berinisial MA, yakni merupakan salah satu mahasiswa program studi Ekonomi Syariah yang saat ini berada di semester 8. Adapun hasil wawancara MA berdasarkan rumusan masalah kedua adalah sebagai berikut:

“Kendala kah? Kalau buat kejadian *error* gitu aku pernah sekali, tapi ya nggak gagal total juga transaksinya. Kemaren kan aku sempet pas belanja lewat *Shopeepay*. Aku mau *top up* ke Brizzi, eh sekalinya nggak berhasil. Dan aku tuh juga nggak sadar kalau itu tu nggak masuk gitu nah. Tapi untungnya cepet aja dibenerin. *Call centre*-nya juga langsung ngebantu gitu. Jadi transaksi ku ya aman-aman ja pang jadinya.”¹¹⁴

¹¹⁴Wawancara dengan MA (Subjek 1) di depan gedung FEBI IAIN Palangka Raya, pada tanggal 08 Februari 2021, pukul 10.23

Pernyataan diatas diperoleh dari sudut pandang MA yang merupakan pengguna setia *Shopeepay*.. Dan terkait dengan kejadian *error*, MA mengaku pernah mengalaminya sebanyak satu kali saja, yakni ketika tengah melakukan *top up* ke *Brizzi*. MA juga menjelaskan bahwa *call centre* dari *Shopeepay* cukup sigap dalam membantu dirinya untuk melakukan penyelesaian terhadap masalah yang waktu itu sedang dihadapinya. Maka dari itu, walaupun sempat mengalami *error*, transaksi yang dilakukan oleh MA akhirnya tetap berhasil dilakukan.

b. AP (Subjek 2)

Subjek selanjutnya yang peneliti wawancarai memiliki inisial AP, merupakan salah satu mahasiswa semester 8 yang mengambil program studi Manajemen Zakat dan Wakaf. Adapun hasil wawancara AP berdasarkan rumusan masalah kedua adalah sebagai berikut:

“Kalau kendala kayak gitu, kek *technical* gitu nggak pernah sih aku selama makai *Dana* nih. Tapi aku punya satu keluhan kalau dilihat dari segi fitur buat beli pulsa. Pilihan di fitur pulsanya tu nah kada terlalu bisa bebas. Kan kayak kita mau beli pulsa nih, itu sudah ditentukan dari aplikasinya. Nah gitu. Jadi misalkan harga pulsa nih ada 15 ribu, udah tu 25 ribu. Tapi kita nih mau beli 10 ribu aja, jadi nggak bisa gitu. Jadi nggak leluasa opsi pembelian pulsanya. Menurutku lebih baik lagi kalau fitur yang opsi pembelian pulsa tuh ditingkatin lagi.”¹¹⁵

Pernyataan diatas diperoleh dari sudut pandang AP yang merupakan pengguna setia *Dana*. AP mengaku bahwa dirinya tidak pernah mengalami gangguan atau *error* selama melakukan transaksi dengan *Dana*. Hanya saja, AP menjelaskan bahwa kalau dilihat dari segi fitur, ada satu hal yang mau

¹¹⁵Wawancara dengan AP (Subjek 2) di depan gedung FEBI IAIN Palangka Raya, pada tanggal 08 Februari 2021, pukul 10.23

dikomentarnya, yakni pada fitur pembelian pulsa. AP mengatakan bahwa opsi dalam fitur tersebut tidak leluasa dipilih oleh pengguna *Dana*, hal ini karena jumlah pulsa yang dibeli sudah ditentukan oleh aplikasi tersebut. Maka dari itu, AP berharap bahwa kedepannya *Dana* bisa mempertimbangkan keluhannya tersebut.

c. NZ (Subjek 3)

Subjek ketiga adalah NZ, yakni mahasiswa dari program studi Perbankan Syariah dan saat ini telah berada di semester 2. Adapun hasil wawancara NZ berdasarkan rumusan masalah kedua adalah sebagai berikut:

“Kalau kendala dari *Gopay*, ulun belum pernah pang kak. Pernah tu beberapa kali lambat gitu ja transaksinya, tapi itu gara-gara sinyal ulun jua pang. Nah kalau dari segi fitur ni, ulun ngerasa puas-puas ja sampai sekarang, oleh memang baik jua sudah. Cuma ya, mungkin bisa diperbanyak lagi promo atau diskonnya.”¹¹⁶

Pernyataan diatas diperoleh dari sudut pandang NZ yang merupakan pengguna setia *Gopay*. Ketika ditanyai apakah pernah mengalami kendala atau gangguan selama menggunakan *Gopay*, NZ menjawab tidak pernah sama sekali. Lebih lanjut, NZ menjelaskan bahwa memang kadang-kadang ada gangguan yang menyebabkan transaksi yang tengah dilakukannya menjadi lambat. Namun, gangguan yang dimaksud adalah karena sinyalnya sendiri dan bukan kesalahan dari *Gopay*. NZ juga mengatakan bahwa dirinya merasa puas dengan segala fitur yang disediakan oleh *Gopay*. Hanya saja, NZ berharap kedepannya *Gopay* akan lebih banyak lagi memberikan promo atau diskon.

¹¹⁶Wawancara secara *online* dengan NZ (Subjek 3), pada tanggal 08 Januari 2021, pukul 10.23

d. YMW (Subjek 4)

Subjek keempat dalam penelitian ini adalah YMW, yakni salah satu mahasiswa semester 6 dari program studi Ekonomi Syariah. Karena masih dalam situasi pandemi dan YMW saat ini sedang berada di kampungnya, maka dari itu, untuk mendapatkan data dari YMW, peneliti memutuskan untuk melakukan wawancara secara *online*. Adapun hasil wawancara YMW berdasarkan rumusan masalah kedua adalah sebagai berikut:

“Dari awal pemakaian *Gopay* sampai sekarang, alhamdulillah aku nggak pernah mengalami kendala atau kejadian *error* gitu. Cuma, ada baiknya kalau fitur *Gopay* ini ditambah lagi, supaya ada fitur yang bisa bayar *apple music*. Udah, itu aja.”¹¹⁷

Pernyataan diatas diperoleh dari sudut pandang YMW yang merupakan pengguna setia *Gopay*. Dari awal pemakaian sampai dengan saat ini, YMW mengaku tidak pernah mengalami kendala ataupun kejadian *error*. Hanya saja, YMW berharap kedepannya *Gopay* dapat menambahkan fitur baru, yakni untuk melakukan pembayaran *apple music*.

e. DA (Subjek 5)

Subjek selanjutnya dalam penelitian ini adalah DA, yakni salah satu mahasiswa semester 6 dari program studi Akuntansi Syariah. Wawancara yang terjadi diantara DA dan peneliti merupakan wawancara yang dilakukan secara *online*. Peneliti memutuskan untuk melakukan hal tersebut karena keterbatasan waktu sekaligus lokasi yang jauh, mengingat DA masih berada

¹¹⁷Wawancara secara *online* dengan YMW (Subjek 4), pada tanggal 02 Februari 2021, pukul 14.21

di kampungnya sampai dengan saat ini. Adapun hasil wawancara DA berdasarkan rumusan masalah kedua adalah sebagai berikut:¹¹⁸

“Pernah, satu kali. Waktu itu aku lagi transaksi pakai *Shopeepay*. Dan ternyata server *Shopeepay* waktu itu lagi ada gangguan atau *down* gitu, tapi nggak ada pemberitahuannya. Aku kan waktu itu makai koin *reward* dari *Shopeepay* buat transaksinya. Pas lagi gangguan itu kan, otomatis keganggu transaksi aku, jadi lebih lambat. Nah pas udah baik nih, ternyata transaksi aku tadi gagal. Akhirnya dikasih tau bakalan ada pengembalian dana. Emang dananya dibalikin, tapi koin *reward* aku ternyata langsung hangus. Padahal jumlahnya lumayan waktu itu.”

Pernyataan diatas diperoleh dari sudut pandang DA yang merupakan pengguna setia *Shopeepay*. Ketika DA ditanyai pertanyaan mengenai kejadian *error* atau kendala yang dirasakannya selama menggunakan *Shopeepay*, DA menjawab pernah, walaupun hanya satu kali saja. Berdasarkan hasil wawancara, DA menceritakan bahwa ketika ingin melakukan transaksi pada beberapa waktu yang lalu, server *Shopee* ternyata sedang mengalami *down* sehingga proses transaksi dengan menggunakan koin *reward* menjadi terganggu. Dan ketika server *Shopee* sudah membaik, transaksi yang DA lakukan ternyata gagal yang mengharuskan adanya pengembalian dana. Dari pengembalian dana tersebut, dana yang dikembalikan ternyata hanya berupa uang yang dikeluarkan oleh DA, sementara koin *reward* yang dipakainya saat bertransaksi tadi langsung hangus begitu saja.

f. IP (Subjek 6)

Subjek keenam yang peneliti wawancarai berinisial IP. IP merupakan mahasiswa dari program studi Akuntansi Syariah yang kini tengah menjalani

¹¹⁸Wawancara secara *online* dengan DN (Subjek 5), pada tanggal 14 Februari 2021, pukul 14.21

semester 6. Karena keterbatasan waktu sekaligus perbedaan lokasi, dimana saat ini IP sedang berada di kampungnya, peneliti kemudian memutuskan untuk mewawancarai IP secara *online*. Adapun hasil wawancara IP berdasarkan rumusan masalah kedua adalah sebagai berikut:

“Dan buat kendalanya, dari awal makai sampai sekarang nggak ada sih yang kendala atau *error* kayak gitu.”¹¹⁹

Pernyataan diatas diperoleh dari sudut pandang IP yang merupakan pengguna setia *Shopeepay*. Terkait kendala atau kejadian *error* selama penggunaan *Shopeepay*, IP mengaku tidak pernah mengalaminya sama sekali.

g. NF (Subjek 7)

Subjek ketujuh dalam penelitian ini bernisial NF. NF merupakan salah satu mahasiswa Akuntansi Syariah yang saat ini sedang menempuh semester 6. Adapun bentuk wawancara yang peneliti lakukan dengan NF adalah wawancara secara *online*, karena adanya keterbatasan waktu sekaligus faktor keberadaan tempat tinggal NF yang jauh, yakni saat ini sedang berada di kampungnya. Adapun hasil wawancara NF berdasarkan rumusan masalah kedua adalah sebagai berikut:

“Cuma kalau kendala tu, mungkin lebih ke notifikasi yang sering telat masuk. Misalkan aku lagi transaksi, nah pas itu tu nggak langsung masuk notifikasinya, udah berhasil atau belum. Ku kira kan gara-gara masih versi lama, tapi pas udah ku *update*, ternyata masih sama ja. Masing sering lambat masuk notifikasinya.”¹²⁰

Pernyataan diatas diperoleh dari sudut pandang NF yang merupakan pengguna setia *Shopeepay*. Terkait dengan kendala, NF mengatakan bahwa

¹¹⁹Wawancara secara *online* dengan IP (Subjek 6), pada tanggal 18 Februari 2021, pukul 19.10

¹²⁰Wawancara secara *online* dengan NF (Subjek 7), pada tanggal 18 Februari pukul 16.21

bahwa ada satu kekurangan yang dimiliki oleh sistem *Shopeepay*. Adapun kekurangan yang dimaksud adalah lambatnya notifikasi yang masuk ketika dirinya tengah melakukan transaksi. Bahkan ketika aplikasi tersebut sudah di *update* oleh NF, ternyata kendala yang dihadapinya masih saja sering terjadi.

h. NS (Subjek 8)

Subjek kedelapan dalam penelitian ini berinisial NS, yakni merupakan salah satu mahasiswa semester 8 program studi Ekonomi Syariah, yang juga termasuk ke dalam pengguna dompet digital. Adapun pertanyaan pertama yang peneliti ajukan kepada NS adalah mengenai bagaimana awal mula NS mengenal dan mulai tertarik dengan dompet digital. Berikut ini adalah hasil wawancara NS berdasarkan rumusan masalah kedua:

“Kalau kendala gitu selama aku makai *Shopeepay* nggak pernah sih untungnya. Lancar terus setiap makainya. Paling tuh semoga diperbanyak lagi promonya.”¹²¹

Pernyataan diatas diperoleh dari sudut pandang NS yang merupakan pengguna setia *Shopeepay*. Ketika ditanyai terkait kendala, NS mengaku bahwa dirinya belum pernah mengalami kendala atau kejadian *error* selama bertransaksi dengan *Shopeepay*. Hanya saja, NS berharap kedepannya *Shopeepay* akan lebih banyak lagi menawarkan atau menyediakan berbagai macam promo yang menarik.

i. WH (Subjek 9)

Subjek kesembilan yang peneliti wawancarai selanjutnya berinisial WH. WH merupakan mahasiswa dari program studi Akuntansi Syariah yang kini

¹²¹Wawancara dengan NS (Subjek 8) di rumah NS, pada tanggal 24 Januari 2021 pukul 17.04

tengah menjalani semester 2. Karena keterbatasan waktu sekaligus perbedaan lokasi, dimana saat ini WH sedang berada di kampungnya, peneliti kemudian memutuskan untuk mewawancarai WH secara *online*. Adapun hasil wawancara WH berdasarkan rumusan masalah kedua adalah sebagai berikut:

“Kalau kendala tu mungkin dari segi fiturnya ya. Opsinya masih terlalu besar. Karena kan minimalnya 15k tuh. Aku berharapnya ada opsi pembelian pulsa yang nominalnya 10k, atau bahkan di bawah itu.”¹²²

Pernyataan diatas diperoleh dari sudut pandang WH yang merupakan pengguna setia *Gopay*. Ketika WH ditanyai pertanyaan mengenai kejadian *error* atau kendala yang dirasakannya selama menggunakan *Gopay*, WH menjelaskan bahwa dirinya tidak pernah mengalami gangguan yang sifatnya berasal dari *Gopay*. Hanya saja, RH berkomentar mengenai opsi dalam pembelian pulsa yang dianggap masih terlalu besar nominalnya. RH juga melanjutkan bahwa akan lebih baik lagi jika *Gopay* juga menyediakan opsi pembelian pulsa dengan nominal sebesar 10k, atau bahkan 5k.

j. SRY (Subjek 10)

Subjek kesepuluh dalam penelitian ini berinisial SRY, yakni mahasiswa semester 8 dari program studi Ekonomi Syariah yang juga merupakan pengguna dompet digital. Adapun hasil wawancara SRY berdasarkan rumusan masalah kedua adalah sebagai berikut:

“Nah kalau kendala tu, gagal yang bener-bener gagal tu sebetulnya kada pernah pang. Cuma kenapa yo lah, menurut aku sistem *Dana* nih dari dulu lumayan sering lelet gitu sampai bisa *error* segala. Padahal sinyalku baik-baik ai, kada yang jelek gitu. Emang transaksinya masih aman-aman ja, tapi kan kita kadang-kadang butuh cepet nih. Jadi lebih banyak makan

¹²²Wawancara secara *online* dengan WH (Subjek 9), pada tanggal 08 Februari 2021 pukul 19.23

waktu ai jadinya. Itu doang sih, semoga sistemnya lebih bisa ditingkatkan lagi.”¹²³

Pernyataan diatas diperoleh dari sudut pandang SRY yang merupakan pengguna setia *Dana*. Ketika ditanyai tentang kendala atau kejadian *error* yang pernah dialaminya, SRY mengatakan bahwa sistem *Dana* dari dulu sampai dengan sekarang belum bisa bekerja secara optimal dan sempurna. Hal ini diperkuat dengan pernyataan SRY yang mengatakan bahwa beberapa transaksi yang dilakukannya sering kali berjalan lebih lambat dan bahkan bisa terjadi kegagalan karena *error*, padahal jaringan SRY sendiri tidak sedang bermasalah sama sekali.

k. RH (Subjek 11)

Subjek selanjutnya, yakni yang kesebelas dalam penelitian ini berinisial RH, yakni mahasiswa semester 6 dari program studi Ekonomi Syariah, yang juga merupakan pengguna dari dompet digital. Karena keterbatasan waktu sekaligus perbedaan lokasi, dimana saat ini RH tidak sedang berada di Palangka Raya, peneliti kemudian memutuskan untuk mewawancarai RH secara *online*. Adapun hasil wawancara RH berdasarkan rumusan masalah kedua adalah sebagai berikut:

“Kalau kendala atau kejadian *error* gitu, alhamdulillah nggak pernah juga selama make *OVO* ini. Cuma kalau bisa, lebih bagus lagi kalau *OVO* lebih banyak lagi ngasih *cashback* buat *top up* game yang sering aku mainin, yaitu “*Call of Duty*”. Selebihnya nggak ada sih, udah puas aja.”¹²⁴

¹²³Wawancara dengan SRY (Subjek 10) di depan gedung FEBI IAIN Palangka Raya, pada tanggal 24 Januari 2021 pukul 11.14

¹²⁴Wawancara secara *online* dengan RH (Subjek 11), pada tanggal 26 Januari 2021 pukul 19.42

Pernyataan diatas diperoleh dari sudut pandang RH yang merupakan pengguna setia *OVO*. Ketika ditanyai mengenai kendala atau kejadian atau kendala yang pernah dialaminya selama menggunakan *OVO*, RH menjawab tidak pernah dan juga mengatakan bahwa transaksi yang dilakukannya selalu berjalan dengan baik dan lancar. Hanya saja, disamping pelayanan sekaligus fitur yang bagus, RH berharap *OVO* kedepannya dapat memberikan lebih banyak *cashback* terkait *top up* game yang disukai oleh RH, yakni “*Call of Duty*”.

1. NH (Subjek 12)

Subjek terakhir dalam penelitian ini adalah NH, yakni merupakan salah satu mahasiswa semester 8 dari program Perbankan Syariah. Adapun hasil wawancara NH berdasarkan rumusan masalah kedua adalah sebagai berikut:

“Kalau yang kendala atau kejadian *error* tu aku pernah sekali. Malam kemaren aku habis pulsa listrik lo’. Terus pas pakai *LinkAja* nih buat beli pulsa listrik, dan ternyata transaksinya ke pending gitu sampai hampir 1 jam. Jadi aku bekecap di kost dari tengah malam tu. Nah pas jam 1 atau jam 2 baru berhasil transaksinya. Aneh ai menurutku. Oleh kan jarnya bisa buat transaksi 24 jam.”¹²⁵

Pernyataan diatas diperoleh dari sudut pandang NH yang merupakan pengguna setia *LinkAja*. Terkait kendala atau kejadian *error* yang pernah dihadapinya, NH menjelaskan bahwa transaksi yang dilakukannya pada waktu itu, yakni sekitar jam 12 malam berjalan cukup lambat, bahkan NH harus menunggu transaksinya berhasil selama satu jam. Mengingat *LinkAja* merupakan aplikasi yang bisa digunakan untuk bertransaksi selama 24 jam,

¹²⁵Wawancara dengan NH (Subjek 12) di depan gedung FEBI IAIN Palangka Raya, pada tanggal 18 Februari 2021

harusnya transaksi tengah malam yang dilakukan oleh NH dapat berjalan dengan lancar tanpa harus menunggu lama.

m. BA (Informan)

BA merupakan salah satu pegawai yang bekerja di kantor *Go-Jek* yang terletak di Jl. Diponegoro. Alasan mengapa peneliti melakukan wawancara dengan BA adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan pihak *Go-Jek* terhadap keluhan yang disampaikan oleh WH terkait opsi dalam fitur pembelian pulsa di *Gopay* yang cenderung terbatas. Adapun jawaban dari BA adalah sebagai berikut:

“Sebenarnya kalau kantor *Go-Jek* di Palangka Raya ini lebih banyak mengurus tentang ojek *online*-nya ya, mbak. Tapi saya coba jawab. Terkait opsi di fitur pembelian pulsa pada *Gopay*, dari awal pun minimal pembelian pulasanya memang 15 ribu kan ya? dan jika kita melihat dompet digital yang lain, seperti *Dana* ataupun *OVO*, itu minimal pembeliannya juga sama, yaatu 15 ribu. Jadi saya rasa, peraturan mengenai minimal pembelian pulsa ini memang sudah diatur dari pusatnya. Seperti itu. Dan jika pengguna memang menginginkan nominal pulsa sebesar 5 ribu ataupun 10 ribu, itu kan ada opsi lain, yaitu bisa dilakukan di konter-konter pulsa”¹²⁶

Melalui hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan informasi dari BA yang berpendapat bahwa permasalahan terkait opsi pada fitur pembelian pulsa yang ada di *Gopay* memang telah diatur seperti itu dari pusatnya. Hal ini dapat dilihat pada aplikasi dompet digital yang lain, seperti *OVO* dan *Dana* yang juga menerapkan minimal pembelian pulsa dengan nominal Rp. 15.000.

¹²⁶Wawancara secara *online* dengan BA (Informan), pada tanggal 10 Mei pukul 18. 26

C. Analisis Data

Pada bagian analisis ini, peneliti akan membahas hasil penelitian mengenai preferensi dan alasan yang melatarbelakangi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam memilih aplikasi dompet digital yang tepat. Adapun acuan dalam penelitian ini adalah didasarkan pada dua rumusan masalah. Rumusan pertama adalah mengenai bagaimana preferensi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam hal pemilihan dompet digital yang tepat. Sedangkan yang kedua adalah mengenai kendala yang dirasakan oleh mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya terkait penggunaan dompet digital. Adapun penjabaran analisis dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Preferensi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam hal pemilihan dompet digital yang tepat

Preferensi dapat diartikan sebagai kecenderungan atau keinginan yang dirasakan oleh seseorang terhadap sesuatu. Lebih lengkap lagi, preferensi dapat diartikan sebagai rasa suka oleh seseorang terhadap suatu produk, baik itu barang maupun jasa yang nantinya akan dikonsumsi.¹²⁷ Menurut Kotler, preferensi konsumen sendiri menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai alternatif produk atau jasa yang tersedia. Preferensi memiliki arti pilihan atau kecenderungan yang sifatnya merupakan kebebasan individu dalam memilih produk dan jasa yang menurutnya tepat.¹²⁸

Preferensi konsumen bisa ditentukan dengan mengukur tingkat kegunaan atau pentingnya suatu produk atau jasa. Evaluasi terhadap produk atau jasa

¹²⁷Poerwandaminta, W. J. S., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), h.769.

¹²⁸Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 2000), h.154.

nantinya akan membawa kita ke dalam gambaran yang menunjukkan sikap konsumen terhadap produk atau jasa tersebut, sehingga dapat tercerminlah preferensi konsumen ketika menggunakan atau mengonsumsi suatu produk atau jasa tertentu.¹²⁹

Untuk melakukan analisis atau menjawab permasalahan pada rumusan masalah yang pertama ini, yakni mengenai preferensi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam hal pemilihan dompet digital yang tepat, peneliti akan menjabarkan analisisnya yang didasarkan pada teori preferensi, yakni mengenai tahap-tahap pembentukan preferensi. Adapun tahap-tahap dalam pembentukan preferensi menurut Kotler dan Keller adalah sebagai berikut:

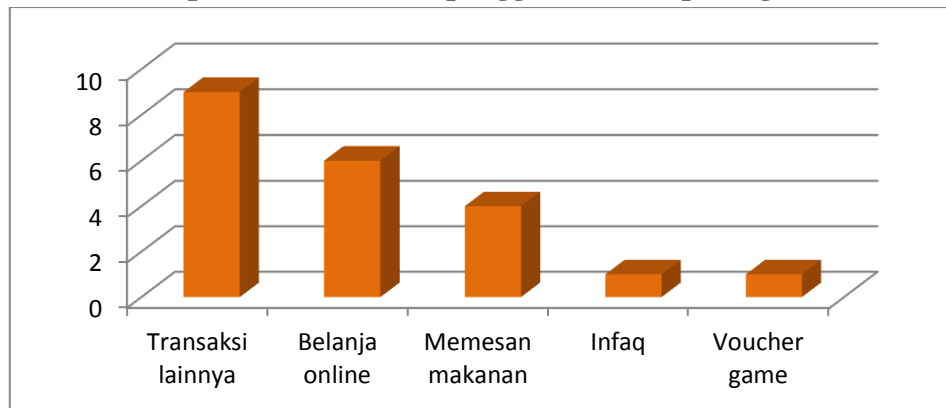
a. Pengenalan Kebutuhan

Tahap pertama pembentukan preferensi adalah ketika seseorang diberikan sebuah rangsangan atau stimulus, baik itu melalui pikiran, tindakan, ataupun motivasi yang kemudian dapat mendorong konsumen untuk melakukan pertimbangan dalam hal membeli atau menggunakan barang atau jasa tertentu.¹³⁰

¹²⁹Aqidah Asri Suwarsi, "Identifikasi Potensi Nasabah Baru Bank Syariah ditinjau dari Customer Switching Intention," Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. No.2 Juli-Desember 2017, h. 178

¹³⁰Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h. 130

Grafik 4.8
Keperluan dalam hal penggunaan dompet digital



Sumber : Diolah oleh peneliti, 2021

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti kemudian mendapatkan data bahwa ada beberapa indikator kebutuhan yang dilakukan oleh subjek dalam penelitian ini dalam hal penggunaan dompet digital. Indikator-indikator yang dimaksud diantaranya adalah untuk membayar infaq, melakukan pembayaran belanja *online*, voucher game, memesan makanan, sampai dengan melakukan berbagai macam transaksi, yakni mencakup pengisian pulsa, pembayaran listrik, PDAM, BPJS, sampai dengan transfer antar rekening). Dari hasil wawancara, peneliti juga menemukan bahwa ada beberapa subjek yang menggunakan dompet digital ini untuk lebih dari satu keperluan.

Melalui grafik 4.8, dapat dilihat bahwa jumlah subjek dalam penelitian ini yang menggunakan dompet digital untuk kepentingan belanja *online* adalah sebanyak 6 orang, lalu memesan makanan sebanyak 4 orang. Selanjutnya, untuk keperluan infaq dan pembelian *voucher game* masing-masing 1 orang, dan terakhir untuk keperluan berbagai transaksi lainnya (mencakup pengisian pulsa, *wi-fi*, paket data, pembayaran listrik, PDAM,

BPJS, transfer antar rekening) menempati posisi pertama dengan jumlah subjek sebanyak 9 orang.

Pada grafik 4.8, telah tersaji sebuah data mengenai jumlah kebutuhan terbanyak dalam hal penggunaan dompet digital, yakni untuk memenuhi kebutuhan dalam hal berbagai transaksi lainnya (mencakup pengisian pulsa, *wi-fi*, paket data, pembayaran listrik, PDAM, BPJS, transfer antar rekening). Berdasarkan hasil wawancara, rata-rata subjek dalam penelitian ini mengatakan bahwa salah satu keuntungan ketika menggunakan dompet digital adalah banyaknya promo yang ditawarkan terkait dengan transaksi-transaksi yang disebutkan di atas. NH mengatakan bahwa dia bisa mendapatkan potongan sebanyak Rp. 20.000 dari harga normal yang biasanya Rp. 100.000 ketika melakukan pembelian pulsa dengan dompet digital yang digunakannya. Selain itu, NZ juga mengatakan bahwa dengan menggunakan dompet digital, dia hanya harus membayar sebesar Rp. 2500 saja jika ingin melakukan transfer ke bank lain. Menurutnya, hal tersebut tidak memberatkan mengingat transaksinya dapat dilakukan dari rumah dan biaya adminnya pun tidak terlalu mahal.

Seperti yang telah dipaparkan pada bagian kajian teori, pada tahap pengenalan kebutuhan ini, individu akan diberikan sebuah rangsangan atau stimulus, baik itu melalui pikiran, tindakan, ataupun motivasi yang kemudian dapat mendorong mereka untuk melakukan pertimbangan dalam hal membeli

atau menggunakan barang atau jasa tertentu.¹³¹ Adapun stimulus yang dimaksud ada tiga macam, yakni petunjuk komersial, isyarat sosial, dan isyarat fisik. Dan berdasarkan penjabaran analisis hasil wawancara diatas, peneliti menemukan adanya keterkaitan antara hasil penelitian dengan stimulus yang dimaksud didalam teori pada bagian pengenalan kebutuhan. Adapun keterkaitan perihal stimulus yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- 1) Petunjuk komersial, yakni merupakan stimulus yang diakibatkan dari kegiatan atau motivasi yang bertujuan untuk merangsang konsumen dalam hal melakukan pembelian atau penggunaan suatu barang atau jasa tertentu karena adanya upaya promosi dari sebuah perusahaan.¹³²

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan beberapa subjek, yakni MA, DA, IP, NF, NS, dan RH, peneliti menemukan informasi yang berhubungan dengan petunjuk komersial ini. Keenam subjek tersebut sepakat mengatakan bahwa adanya promosi yang dikeluarkan oleh aplikasi dompet digital yang mereka pakai mampu membuat mereka menjadi termotivasi untuk akhirnya tertarik untuk menggunakan aplikasi dompet digital. Salah satu subjek, yakni NS mengatakan bahwa adanya promosi berupa iklan yang dikeluarkan oleh *Shopeepay* yang berisi berbagai macam promo yang menarik membuat NS semakin tertarik untuk mencari tau lebih banyak lagi mengenai *Shopeepay*.

¹³¹Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h. 130

¹³²*ibid.*,

2) Isyarat fisik, adalah sebuah rangsangan atau stimulus yang disebabkan oleh hal-hal yang dapat kita rasakan, seperti rasa haus, lapar, kelelahan, dan lain-lain.¹³³ Dan sesuai dengan pernyataan kalimat tersebut, peneliti menemukan bahwa hasil wawancara yang telah dilakukan dengan subjek YMW memiliki keterkaitan dengan isyarat fisik. Dalam hal ini, stimulus yang ditimbulkan adalah berupa rasa lapar.

Selain YMW, ada pula subjek lain yang cukup sering melakukan pembayaran menggunakan dompet digital untuk memenuhi rasa lapar, yakni NH. Berdasarkan hasil wawancara, NH mengatakan bahwa dirinya tertarik dengan dompet digital karena dapat digunakan sebagai alat pembayaran di *cafe-cafe* yang ada di Palangka Raya, salah satunya adalah *Yomi*. Pernyataan NH ini juga telah dikonfirmasi oleh informan TA, yang merupakan salah satu pegawai yang bekerja di *cafe Yomi*. TA mengatakan bahwa NH terkadang melakukan pembayaran dengan menggunakan salah satu dompet digital, yakni *LinkAja* dengan nominal sebesar Rp. 15.000 – Rp. 40.000 setiap transaksinya.

Terakhir, dengan jumlah responden yang sama, yakni masing-masing sebanyak 1 orang adalah keperluan untuk berinfaq dan membeli *voucher game*. Terkait dengan keperluan infaq, WH berpendapat bahwa dirinya cukup sering berinfaq melalui dompet digital, karena dinilai lebih praktis. Selain itu, karena saat ini masih dalam kondisi pandemi, membuat WH lebih nyaman jika berinfaq dari rumah dan lewat aplikasi dompet digital yang dipakainya.

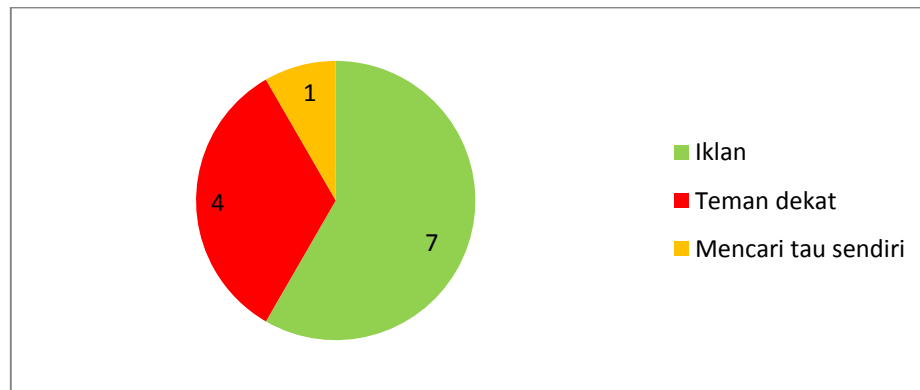
¹³³ *Ibid.*,

Lalu, mengenai *voucher game*, sebagai salah satu pemain dari game “*Call of Duty*”, RH mengatakan bahwa dompet digital yang digunakannya seringkali memberikan promo yang cukup besar, yakni dari 30% sampai dengan 50% *cashback* setiap pembelian *voucher game* tersebut. Pernyataan yang diberikan oleh RH ini juga telah dikonfirmasi oleh informan dalam penelitian ini yang berinisial AY, yakni merupakan penjaga dari sebuah konter pulsa yang sering didatangi oleh RH untuk melakukan *top-up*. AY mengatakan bahwa RH cukup sering melakukan *top up* salah satu aplikasi dompet digital, yakni *OVO*. AY juga menambahkan bahwa RH dapat menghabiskan Rp. 50.000 – Rp. 100.000 dalam sekali *top up* yang biasa dilakukan RH setidaknya satu kali dalam seminggu.

b. Pencarian Informasi

Ketika konsumen telah menyadari atau mengetahui kebutuhan apa yang mereka inginkan, maka hal selanjutnya yang terjadi adalah konsumen akan terdorong untuk mencari tahu mengenai berbagai macam produk atau jasa yang berkaitan dengan sesuatu atau kebutuhan yang ingin dibeli ataupun digunakannya. Dalam tahap ini, informasi yang didapatkan berperan penting dalam hal mempengaruhi konsumen untuk akhirnya memilih dan menggunakan aplikasi dompet digital apa yang menurutnya paling tepat.

Grafik 4.9
Sumber pencarian informasi dompet digital



Sumber : Diolah oleh peneliti, 2021

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti menemukan ada tiga indikator mengenai pencarian informasi mengenai dompet digital yang dilakukan oleh para responden dalam penelitian ini. Adapun indikator pencarian informasi yang dimaksud adalah meliputi: 1) informasi berasal dari teman dekat, 2) informasi berasal dari iklan (baik itu media sosial, televisi, ataupun *youtube*), dan terakhir 3) pengguna mencari informasi sendiri mengenai dompet digital.

Dari grafik 4.9, bisa dilihat bahwa ada sebanyak 7 subjek dalam penelitian ini yang mengatakan bahwa mereka mendapatkan informasi mengenai dompet digital ini dari berbagai macam iklan, baik itu dari media sosial, televisi, sampai dengan *youtube*. Selanjutnya, di posisi kedua adalah pencarian informasi yang berasal dari teman dekat dengan jumlah subjek sebanyak 4 orang. Terakhir, ada 1 subjek yang mengaku bahwa dirinya mencari tau sendiri mengenai informasi dompet digital ini.

Berikutnya, seperti yang telah dipaparkan pada bagian kajian teori, pada tahap pencarian informasi ini, sumber informasi yang digunakan dapat dikelompokkan berdasarkan beberapa kriteria. Menurut karakteristik dan kemandirian individu maupun non individu, sumber informasi dapat

dibedakan menjadi beberapa kategori, yakni *impersonal advocate sources*, *impersonal independent sources*, *personal advocate sources*, dan *personal independent sources*.¹³⁴ Jika hasil wawancara dalam penelitian ini dikaitkan dengan teori tersebut, maka terdapat dua sumber informasi yang digunakan oleh mahasiswa FEBI dalam rangka mengetahui lebih jauh mengenai aplikasi dompet digital. Adapun penjabaran analisisnya adalah sebagai berikut:

- 1) *Impersonal advocate sources*, yakni merupakan sumber informasi yang berasal dari iklan media cetak ataupun media elektronik.

Dari grafik 4.9, dapat dilihat bahwa jumlah tertinggi dari perolehan sumber informasi mengenai dompet digital oleh para subjek dalam penelitian ini adalah berasal dari iklan yang mereka tonton, yaitu mencakup semua media sosial, televisi, sampai dengan *youtube* yang dapat dilihat melalui *smartphone*. Dari tujuh subjek, ada satu subjek berinisial SRY yang mengatakan bahwa dirinya mendapatkan informasi mengenai dompet digital yang digunakannya dari iklan yang berasal dari aplikasi TIX.ID.

- 2) *Personal independent sources*, yaitu merupakan sumber informasi yang diperoleh dari kerabat dan teman.¹³⁵

Pada grafik 4.9, telah disajikan data bahwa pencarian informasi mengenai dompet digital yang berasal dari teman dekat memperoleh posisi kedua dengan jumlah subjek sebanyak 4 orang. IP mengatakan bahwa dirinya mengetahui informasi mengenai dompet digital ini dari teman dekatnya

¹³⁴Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009), h. 185

¹³⁵*Ibid.*,

yang lebih dulu menggunakan aplikasi tersebut dibandingkan dirinya. Dari teman dekatnya itu, IP jadi mengetahui beberapa hal mengenai dompet digital, termasuk bagaimana cara melakukan transaksi dan melakukan *top up*.

Selain berasal dari iklan dan teman dekat, dalam penelitian ini, ada juga satu subjek, yakni MA yang memilih cara lain untuk mendapatkan informasi mengenai dompet digital ini, yaitu mencari tahu sendiri. Pernyataan yang dilontarkan oleh MA juga dikonfirmasi oleh AA, yang merupakan teman dekat MA sekaligus informan dalam penelitian ini. AA menjelaskan bahwa saat itu, keduanya bersama satu teman mereka yang lain sedang mengikuti lomba karya tulis dengan dompet digital sebagai temanya. Maka dari itu, agar mendapatkan informasi yang lebih lengkap sekaligus dapat dimengerti, ketiganya termasuk MA akhirnya memutuskan untuk mencari tau sendiri berbagai macam hal yang berkaitan dengan dompet digital, baik itu kelebihan ataupun kekurangannya.

c. Evaluasi Alternatif

Pada tahap evaluasi alternatif ini, konsumen akan mencari tahu mengenai beberapa produk atau jasa yang diminatinya. Tahap ini dilakukan untuk melakukan pertimbangan manakah jasa atau produk yang menurut konsumen paling tepat diantara yang lain. Hal ini menjadi wajar mengingat setiap konsumen pastinya akan memilih menggunakan produk atau jasa yang paling disenangi sekaligus memberikan banyak manfaat untuk mereka.

Setelah mengumpulkan berbagai alternatif yang tersedia, konsumen kemudian dihadapkan pada tahap penilaian yang bertujuan untuk menentukan pilihan akhir. Tahap evaluasi atau penilaian ini dapat bersifat sistematis maupun non-sistematis. Penilaian juga dilakukan melalui beberapa proses, yaitu melakukan penetapan kategori atau kriteria dari evaluasi, melakukan penetapan tingkat kepentingan setiap kategori, lalu setelah itu, setiap alternatif akan dilakukan penilaian sesuai dengan kategori yang telah ditetapkan.¹³⁶

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti mendapatkan informasi bahwa sebelum memutuskan untuk memilih aplikasi dompet digital yang menurut mereka paling tepat, para subjek mengatakan bahwa mereka setidaknya akan mengenal atau mencari informasi terlebih dahulu beberapa dompet digital yang menarik perhatian mereka. Hal ini dilakukan sebagai bahan pertimbangan untuk mencari yang dirasa terbaik. Adapun penjabaran dari beberapa aplikasi dompet digital yang dipertimbangkan oleh para subjek dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Alternatif dompet digital yang dipertimbangkan

No	Subjek	Alternatif	Pertimbangan
1	MA	<i>OVO, Dana, dan Shopeepay</i>	Praktis
2	AP	<i>Gopay, OVO, dan Dana</i>	Praktis dan keamanan
3	NZ	<i>OVO, Gopay, dan Shopeepay</i>	Praktis dan promo
4	YRW	<i>Gopay, OVO, dan Dana</i>	Praktis dan promo

¹³⁶Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h. 131

5	DA	<i>Shopeepay, Dana, dan Gopay</i>	Promo
6	IP	<i>Shopeepay, Dana, dan Gopay,</i>	Promo
7	NF	<i>Shopeepay dan Gopay</i>	Praktis dan promo
8	NS	<i>Dana dan Shopeepay</i>	Promo
9	WH	<i>OVO, Dana, dan Gopay</i>	Promo dan praktis
10	SRY	<i>Dana dan OVO</i>	Promo
11	RH	<i>OVO, Gopay, dan Dana</i>	Promo
12	NH	<i>Shopeepay, LinkAja, dan Gopay</i>	Promo

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2021

Dari tabel 4.10, peneliti mendapatkan data bahwa ada sebanyak 6 subjek yang mengatakan bahwa ketika mereka melakukan penilaian terhadap beberapa aplikasi dompet digital, satu-satunya hal yang dijadikan pertimbangan adalah faktor promo. RH mengakui bahwa dompet digital yang diminatinya sering kali menawarkan promo menarik mengenai *game* yang disukainya. Dimana salah satunya adalah pemberian *cashback* sebesar 30-50% setiap pembelian *voucher game* yang disediakan oleh aplikasi tersebut. Disisi lain, SRY menjelaskan bahwa salah satu keuntungannya yang dicarinya ketika menggunakan dompet digital adalah keberadaan promo mengenai berbagai makanan. Dimana salah satunya adalah potongan harga atau diskon untuk pembayaran makanan di outlet tertentu, contohnya adalah *KFC*.

Berbeda dengan penuturan diatas, MA merupakan satu-satunya subjek yang berpendapat bahwa pertimbangan terbesar yang dilakukannya untuk menemukan dompet digital yang paling tepat adalah segi praktis. MA juga mengatakan bahwa dirinya tidak terlalu mementingkan keberadaan promo, karena menurutnya hal tersebut hanyalah sebatas *benefit* yang diperolehnya.

Artinya, ada atau tidak adanya promo tersebut tidak terlalu mempengaruhinya ketika menggunakan dompet digital pilihannya.

Selanjutnya, peneliti juga menemukan ada 4 subjek yang menggunakan dua hal atau indikator yang dijadikan pertimbangan ketika berada di tahap evaluasi alternatif ini. Adapun dua indikator yang dimaksud adalah promo dan segi praktis atau efisiensi. YRW menjelaskan bahwa ketika menggunakan dompet digital, dia ingin kebutuhannya untuk mencoba berbagai makanan dapat dipenuhi dengan lebih mudah tanpa harus keluar rumah, dan akan semakin menarik jika disediakan pula berbagai macam promo. Disisi lain, WH juga ikut mengatakan bahwa salah satu pertimbangannya ketika memakai dompet digital disamping keberadaan promo adalah segi praktis atau efisiensi dalam waktu. Hal ini karena WH ingin dirinya dapat membeli pulsa atau paket data tanpa harus repot-repot pergi ke konter terlebih dahulu.

Terakhir, selain promo dan segi efisiensi, peneliti juga menemukan bahwa ada satu subjek yang mempertimbangkan keamanan dalam hal pemilihan dompet digital yang digunakannya. AP mengatakan bahwa dirinya harus benar-benar memperhatikan fitur-fitur atau sistem keamanan yang dimiliki oleh masing-masing dompet digital yang ditawarkannya. Lebih lanjut lagi, Agus menjelaskan bahwa dirinya akan menjauhi aplikasi yang belum jelas keamanannya. Salah satu hal yang dijadikan acuan AP dari segi keamanan ini adalah aplikasi dompet digital yang dipilihnya harus sudah tercatat di OJK.

d. Keputusan Penggunaan

Jika pada tahap evaluasi alternatif konsumen akan lebih dulu membentuk preferensi melalui serangkaian pilihan mengenai produk atau jasa yang ingin digunakannya. Maka setelah menyelesaikan tahap tersebut, konsumen selanjutnya akan berada pada tahap yang pasti, yakni melakukan keputusan pembelian atau penggunaan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan para subjek yang ada dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan informasi bahwa ada 6 indikator yang dijadikan alasan terbesar masing-masing subjek dalam hal keputusan untuk menentukan aplikasi dompet digital mana yang dianggap paling tepat. Dari hasil wawancara, peneliti juga menemukan bahwa ada beberapa subjek yang keputusan penggunaannya dipengaruhi oleh lebih dari 1 indikator.

Tabel 4.11
Keputusan pemilihan dompet digital yang tepat

No	Subjek	Keputusan	Alasan
1	MA	<i>Shopeepay</i>	Kebutuhan
2	AP	<i>Dana</i>	Loyalitas
3	NZ	<i>Gopay</i>	Loyalitas
4	YRW	<i>Gopay</i>	Kebutuhan
5	DA	<i>Shopeepay</i>	Kebutuhan
6	IP	<i>Shopeepay</i>	Kebutuhan
7	NF	<i>Shopeepay</i>	Pengetahuan dan kebutuhan
8	NS	<i>Shopeepay</i>	Kebutuhan
9	WH	<i>Gopay</i>	Loyalitas dan kebutuhan
10	SRY	<i>Dana</i>	Popularitas dan kebutuhan
11	RH	<i>OVO</i>	Kebutuhan
12	NH	<i>LinkAja</i>	Kebiasaan dan Pengetahuan

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, sebanyak enam subjek mengatakan bahwa alasan terbesar yang mempengaruhi mereka dalam hal pemilihan dompet

digital yang tepat adalah faktor kebutuhan. IP mengatakan bahwa kebutuhan transaksinya dengan dompet digital didominasi untuk keperluan belanja online di *Shopee*. Maka dari itu, IP tentunya menginginkan aplikasi yang didalamnya terdapat banyak keuntungan sekaligus fitur yang terhubung secara langsung dengan *Shopee*. Hal itulah yang kemudian menyebabkan pilihannya jatuh kepada *Shopeepay*. Disisi lain, RH berpendapat bahwa sesuai informasi yang dicarinya, *OVO* lebih banyak menawarkan promo terkait kebutuhannya dalam menggunakan dompet digital, terlebih dalam hal pembelian *voucher game* yang disukainya, yaitu "*Call of Duty*". Tidak hanya untuk game, RH juga mengatakan bahwa *OVO* bisa memenuhi kebutuhan yang lainnya dengan baik.

Selanjutnya, peneliti menemukan bahwa ada dua subjek yang mengatakan bahwa alasan terbesar yang mempengaruhi mereka dalam memilih dompet digital yang tepat adalah karena faktor loyalitas. AP mengatakan bahwa *Dana* merupakan aplikasi dompet digital pertama yang diketahui sekaligus digunakannya. Dan karena ketertarikannya berawal dari *Dana*, AP menjelaskan bahwa aplikasi yang kemudian membuatnya tetap setia dan rutin melakukan transaksi sebagai pengguna dompet digital pastinya adalah *Dana* juga. Disisi lain, NZ mengatakan bahwa awal mula dirinya menggunakan *Gopay* adalah untuk melakukan transaksi dalam hal transfer uang. Lalu dari transaksi pertama tersebut, NZ mengakui bahwa dirinya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh *Gopay* dan terus tertarik melakukan transaksi dengan aplikasi tersebut sampai dengan sekarang.

Berikutnya, peneliti akan menjabarkan analisis bagi subjek yang dipengaruhi oleh dua indikator dalam hal pemilihan dompet digital yang tepat. Subjek pertama yang memiliki dua indikator, yakni pengetahuan dan kebutuhan adalah NF. NF mengaku bahwa pengetahuannya mengenai *Shopeepay* lebih banyak dibandingkan dompet digital yang lain. Kemudian NF melanjutkan bahwa dengan pengetahuan yang dimilikinya, NF menjadi mengetahui beberapa informasi mengenai fitur yang terdapat dalam *Shopeepay*. Maka dari itu, NF juga bisa memastikan bahwa kebutuhannya akan dapat dipenuhi dengan baik walaupun hanya dengan menggunakan satu aplikasi saja.

Subjek selanjutnya yang memiliki dua indikator yang mempengaruhinya terkait pemilihan dompet digital yang tepat adalah WH, yakni dengan indikator loyalitas dan kebutuhan. WH menjelaskan bahwa hal ini dikarenakan dompet digital yang pertama kali dikenal dan digunakannya adalah *Gopay*. Dari penggunaan pertama tersebut, WH mengaku bahwa dirinya merasa ketagihan atau tertarik untuk terus menggunakan *Gopay*. Dan untuk alasan kebutuhan, WH mengatakan bahwa *Gopay* dapat memenuhi keperluan yang dilakukannya cukup rutin setiap bulannya, dimana salah satunya adalah berinfaq.

Disisi lain, SRY juga memiliki dua indikator dalam keputusan pemilihan dompet digital yang tepat, yakni popularitas dan kebutuhan. Dari hasil wawancara, SRY mengatakan bahwa pada saat itu, *Dana* termasuk ke dalam *list* aplikasi dompet digital populer dan banyak dibicarakan oleh teman-

temannya. Terkait dengan fakta tersebut, SRY mengakui bahwa dirinya lebih merasa aman sekaligus tertarik jika menggunakan jasa yang sudah terkenal dan memiliki *image* yang bagus. Dan untuk indikator kebutuhan, SRY mengatakan bahwa *merchant-merchant* yang bekerja sama dengan *Dana* lebih banyak jika dikaitkan dengan kebutuhan transaksi yang ingin dilakukan oleh SRY.

Terakhir adalah NH yang mengatakan dalam wawancaranya bahwa ada dua indikator yang mempengaruhinya dalam hal pemilihan dompet digital yang tepat. Adapun indikator yang dimaksud adalah kebiasaan dan pengetahuan. NH mengatakan bahwa dia dari awal merasa lebih nyaman sekaligus terbiasa menggunakan *LinkAja*. Selain itu, NH juga menjelaskan bahwa faktor pengetahuan juga banyak mempengaruhi dirinya untuk lebih setia sebagai pengguna *LinkAja*. Hal ini karena NH mengaku bahwa dirinya tidak terlalu paham mengenai cara kerja dompet digital yang lain, dan juga belum tertarik untuk mencoba karena masih merasa nyaman dengan pilihannya, yakni *LinkAja*.

e. Perilaku Pasca Penggunaan

Tabel 4.12
Kepuasan dalam penggunaan dompet digital

No	Subjek	Indikator	Alasan pendukung
1	MA	Puas	Dari segi fitur sudah bagus
2	AP	Kurang puas	Dari segi fitur <i>order</i> makanan sudah puas, tapi kalau dari fitur pembelian pulsa masih belum
3	NZ	Puas	Sedari awal sudah puas dengan fitur yang disediakan

4	YRW	Puas	Fitur dan pelayanan yang diberikan sudah bagus
5	DA	Kurang puas	Dari fitur sudah bagus. Tapi karena pernah mengalami kejadian kurang mengenakan, membuat tingkat kepuasan yang dirasakan menjadi berkurang
6	IP	Puas	Dari segi fitur sudah bagus, termasuk yang terbaru, yakni rekognisi wajah
7	NF	Puas	Fitur yang disediakan sudah bagus dan selalu lancar jika dilakukan untuk transaksi
8	NS	Puas	Fitur yang disediakan sudah bagus dan tampilannya mudah dipahami
9	WH	Kurang puas	Masih merasa kurang puas dengan fitur pembelian pulsa, sementara fitur yang lainnya sudah puas dan dapat berjalan dengan lancar
10	SRY	Kurang puas	Proses dalam melakukan transaksi terkadang berjalan cukup lambat
11	RH	Puas	Fitur yang diperlukan selalu berjalan dengan lancar ketika melakukan transaksi
12	NH	Kurang puas	Fitur sudah bagus, akan tetapi keberadaan promo semakin lama semakin berkurang

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2021

Perilaku pasca penggunaan adalah fungsi dari seberapa dekat harapan terhadap kinerja produk atau jasa yang dipakai. Jika kinerja tidak sesuai harapan maka konsumen atau pengguna akan kecewa, begitupula sebaliknya. Dari tabel 4.12 diatas, bisa dilihat bahwa ada sebanyak 7 subjek yang mengatakan bahwa mereka merasa puas setelah memilih dan melakukan transaksi dengan dompet digital selama lebih dari 10 kali. Lalu, ada pula

beberapa subjek, yakni sebanyak 5 subjek yang mengungkapkan bahwa mereka kurang puas dengan penggunaan dompet digital.

Adapun alasan yang mendukung kepuasan yang dirasakan oleh ketujuh subjek adalah dikarenakan fitur yang tersedia pada aplikasi dompet digital yang telah mereka pilih. Baik MA, NZ, YRW, IP, NF, NS, dan RH secara kompak menyatakan bahwa segi fitur menjadi alasan utama yang mendasari kepuasan mereka terhadap dompet digital. Hal ini menandakan bahwa jika penyedia aplikasi dompet digital mampu menjaga kualitas fitur yang mereka punya agar transaksi dapat berjalan lancar dengan konsisten, maka tingkat kepuasan yang dimiliki oleh pengguna pun akan tetap berada di tingkat atas atau tidak berkurang. IP juga menambahkan bahwa kepuasannya semakin meningkat dengan adanya fitur baru yang dikeluarkan oleh *Shopeepay*, yaitu fitur rekognisi wajah. IP mengaku bahwa dirinya semakin merasa aman dengan kehadiran fitur baru tersebut.

Selanjutnya, pada tabel 4.12 juga disajikan data yang menunjukkan bahwa ada sebanyak 5 subjek yang mengaku bahwa mereka kurang puas terkait penggunaan dompet digital. Sama halnya dengan ketujuh subjek sebelumnya, salah satu alasan yang mendasari kurangnya kepuasan yang dirasakan oleh kelima subjek ini adalah dilihat dari segi fitur. 2 dari 5 subjek, yakni AP dan WH mengatakan bahwa walaupun mereka cukup puas dengan kebanyakan fitur yang disediakan oleh dompet digital yang mereka pilih, keduanya tetap merasa kurang puas dengan fitur pada pembelian pulsa.

Selain permasalahan mengenai fitur, DA dan SRY secara kompak mengungkapkan bahwa hal lain yang mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan mereka terkait penggunaan dompet digital ini adalah adanya kejadian kurang menyenangkan yang dialami keduanya ketika tengah melakukan transaksi. Lebih jauh lagi, SRY menjelaskan bahwa aplikasi dompet digital yang digunakannya seringkali berjalan lambat ketika dirinya sedang melakukan transaksi untuk memenuhi kebutuhannya. Hal itu lah yang kemudian membuat tingkat kepuasannya menjadi berkurang.

Disisi lain, NH menyayangkan keberadaan promo yang semakin lama semakin berkurang jika dibandingkan dengan awal pemakaian. NH berpendapat bahwa salah satu faktor yang membuatnya tertarik untuk mencoba atau menggunakan *LinkAja* adalah karena adanya berbagai macam promo menarik yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut. Jadi, ketika keberadaan promo semakin berkurang, maka tingkat kepuasan yang dirasakannya pun ikut menurun.

2. Kendala yang dirasakan oleh mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya terkait penggunaan dompet digital

Rumusan masalah kedua dalam penelitian ini adalah mengenai bagaimanakah kendala yang dirasakan atau pernah dialami oleh para subjek dalam penelitian ini jika dikaitkan dengan penggunaan dompet digital. Dan mengacu pada teori mengenai kendala fungsional yang dikemukakan oleh Ram dan Seth, peneliti menemukan bahwa kendala penggunaan atau *usage barrier*

memang memiliki hubungan yang cukup erat jika dikaitkan dengan dompet digital.

Kendala penggunaan atau *usage barrier* mengacu pada kegunaan fungsional suatu inovasi yang mencakup dua aspek. Aspek pertama mengenai ukuran apakah produk atau layanan baru itu mudah atau sulit untuk digunakan, dan aspek kedua mengacu pada tingkat perubahan yang diperlukan konsumen saat menggunakan produk inovasi yang sebagian besar bertentangan dengan kebiasaan mereka.¹³⁷ Dan berdasarkan acuan dari teori tersebut, peneliti juga menemukan bahwa kendala penggunaan dompet digital dalam penelitian ini juga mencakup dua aspek, yaitu aspek sistem dan aspek dari segi fitur.

Tabel 4.12
Kendala dalam penggunaan dompet digital

No	Subjek	Dompet digital yang digunakan	Kendala
1	MA	<i>Shopeepay</i>	Dari segi sistem : <i>top up</i> ke <i>Brizzi</i> lambat masuk
2	AP	<i>Dana</i>	Dari segi fitur : opsi dalam pembelian pulsa terbatas
3	NZ	<i>Gopay</i>	Tidak ada
4	YMW	<i>Gopay</i>	Tidak ada, tapi akan lebih baik lagi jika kedepannya dapat menambah satu fitur untuk bisa melakukan pembayaran <i>apple music</i>
5	DA	<i>Shopeepay</i>	Dari segi sistem : ketika sistem <i>down</i> , transaksi yang dilakukan gagal. Dana dikembalikan, tapi koin <i>reward</i> langsung hangus dan tidak diganti
6	IP	<i>Shopeepay</i>	Tidak ada

¹³⁷Tintin Suhaeni, “*Analisis Hambatan Fungsional terhadap Adopsi Layanan Mobile Payment*”, Jurnal Adminstrasi Niaga, hal. 4

7	NF	<i>Shopeepay</i>	Dari segi sistem : notifikasi atau pemberitahuan sering kali lambat masuk, bahkan setelah aplikasi di <i>update</i>
8	NS	<i>Shopeepay</i>	Tidak ada
9	WH	<i>Gopay</i>	Dari segi fitur : dalam membeli pulsa, pilihan jumlahnya terlalu besar
10	SRY	<i>Dana</i>	Dari segi sistem : transaksi yang dilakukan sering kali berjalan lambat, padahal tidak ada gangguan dari sinyal atau jaringan
11	RH	<i>OVO</i>	Tidak ada
12	NS	<i>LinkAja</i>	Dari segi sistem : transaksi yang dilakukan baru berhasil setelah menunggu selama kurang lebih satu jam. Promo yang diberikan juga tidak sebanyak pada awal pemakaian

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 yang tertera diatas, beberapa kendala yang dialami oleh Mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam hal penggunaan digital dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni kendala teknis (dari segi sistem) dan kendala dari segi fitur. Untuk lebih jelasnya, berikut ini akan peneliti jabarkan hasil analisis dari rumusan masalah yang kedua, yakni sebagai berikut:

a. Kendala teknis (dari segi sistem)

Seperti yang disajikan di tabel 4.12, kendala yang banyak dihadapi oleh subjek dalam penelitian ini adalah kendala dari segi sistem, yakni dengan jumlah sebanyak 5 subjek. Dari tabel diatas, dapat pula dilihat bahwa 3 dari 5 subjek merupakan pengguna dompet digital yang sama, yakni *Shopeepay*. Akan tetapi, kendala yang dialami ketiganya ternyata berbeda-beda. Subjek pertama, yakni MA mengatakan bahwa transaksi berupa *top up* ke *Brizzi* yang dilakukannya pernah mengalami kendala, yakni sempat tidak masuk.

Walaupun begitu, MA menjelaskan lebih lanjut bahwa *call centre* dari *Shopeepay* untungnya cukup sigap dalam membantu dirinya untuk melakukan penyelesaian terhadap masalah yang waktu itu sedang dihadapinya.

Selanjutnya, DA juga menceritakan bahwa ketika dirinya sedang melakukan transaksi, server *Shopeepay* ternyata sedang mengalami *down* yang menyebabkan transaksinya menjadi lambat. Dan ketika server *Shopeepay* sudah membaik, transaksi yang DA lakukan ternyata gagal yang menyebabkan adanya pengembalian dana. Akan tetapi, yang dikembalikan oleh pihak *Shopeepay* hanya berupa uang yang dikeluarkan oleh DA, sementara koin *reward* yang dipakainya saat bertransaksi tadi langsung hangus begitu saja. Disisi lain, NF menjelaskan bahwa kendala yang pernah dihadapinya adalah lambatnya notifikasi yang masuk ketika bertransaksi dengan menggunakan *Shopeepay*.

Dua subjek selanjutnya yang juga pernah mengalami kendala selama menggunakan dompet digital dari segi sistem adalah SRY dan NH. SRY menjelaskan bahwa transaksi yang dilakukan SRY dengan *Dana* sering kali berjalan lebih lambat dari biasanya atau bahkan terkadang bisa sampai terjadi kegagalan atau *error*, padahal jaringan SRY tidak sedang bermasalah sama sekali. Sementara itu, NH menceritakan bahwa dirinya pernah melakukan transaksi dengan *LinkAja* pada pukul 12 malam karena kepentingan yang mendesak. Akan tetapi, ternyata transaksi yang dilakukannya tersebut baru berhasil setelah menunggu 1 jam kemudian. Mengingat *LinkAja* merupakan aplikasi yang bisa digunakan untuk bertransaksi selama 24 jam, harusnya

transaksi tengah malam yang dilakukan oleh NH dapat berjalan dengan lancar tanpa harus menunggu lama. NH juga mengomentari keberadaan promo di *LinkAja* yang semakin lama semakin berkurang.

b. Kendala dari segi fitur

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti kemudian mendapatkan data bahwa ada sebanyak dua subjek yang mengalami kendala dalam segi fitur selama penggunaan dompet digital. Perlu diketahui bahwa keduanya, yakni AP dan WH merupakan pengguna dari dua aplikasi dompet digital yang berbeda. AP adalah pengguna rutin dari *Dana*, sementara WH ialah salah satu pengguna tetap *Gopay* sampai dengan saat ini.

Walaupun menggunakan aplikasi yang berbeda, ternyata kendala yang dihadapi keduanya sama, yakni perihal fitur pembelian pulsa. AP menjelaskan bahwa opsi dalam fitur pembelian pulsa di *Dana* sudah ditentukan oleh aplikasi tersebut. Kemudian AP melanjutkan bahwa karena hal itu, dirinya menjadi tidak leluasa dalam melakukan pembelian pulsa. Sementara itu, disisi lain, WH juga mengatakan bahwa jumlah pada pilihan fitur pembelian pulsa pada *Gopay* menurutnya masih terlalu besar.

Sehubungan dengan kendala yang dirasakan oleh WH dan AP, peneliti kemudian meminta pendapat dari informan BA, yakni salah satu pegawai di kantor *Go-Jek* yang beralamat di Jl. Diponegoro. BA mengatakan bahwa permasalahan terkait opsi pada fitur pembelian pulsa yang ada di *Gopay* memang telah diatur seperti itu dari pusatnya. Hal ini dapat dilihat pada

aplikasi dompet digital yang lain, seperti *OVO* dan *Dana* yang juga menerapkan minimal pembelian pulsa dengan nominal Rp. 15.000.

Setelah menjabarkan dua kendala diatas, peneliti juga mendapatkan data bahwa ada sebanyak 5 subjek yang mengaku bahwa mereka tidak pernah mengalami kendala atau kejadian kurang menyenangkan ketika menggunakan dompet digital dari awal pemakaian sampai dengan saat ini. Walaupun begitu, keempat subjek yakni NZ, NS, IP, dan RH secara kompak berpendapat bahwa mereka berharap bahwa kedepannya, keberadaan promo dalam aplikasi yang mereka pilih dapat diperbanyak lagi. Sementara itu, disisi lain, YMW mengaku bahwa walaupun dirinya tidak pernah mengalami kendala, tapi akan lebih baik lagi jika dompet digital yang digunakannya, yakni *Gopay* menambahkan satu fitur agar bisa melakukan pembayaran *apple music*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai preferensi dan alasan yang melatarbelakangi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam memilih aplikasi dompet digital yang tepat, beberapa hal dapat disimpulkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Preferensi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya dalam hal pemilihan dompet digital yang tepat jatuh kepada lima aplikasi dompet digital, yakni *Shopeepay*, *Gopay*, *Dana*, *OVO*, dan *LinkAja*. *Shopeepay* dipilih oleh 5 subjek dengan alasan bahwa dompet digital tersebut mampu memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik dibandingkan dengan yang lain. Lalu, ada sebanyak 3 subjek memilih *Gopay* dengan alasan loyalitas sekaligus kebutuhan. Selanjutnya, 2 subjek memutuskan untuk menjatuhkan pilihan mereka pada *Dana* dikarenakan alasan popularitas dan kebutuhan. Terakhir, sebanyak masing-masing 1 subjek memilih *OVO* dan *LinkAja* sebagai aplikasi dompet digital yang tepat dengan alasan kebutuhan yang didukung pula oleh keberadaan promo.
2. Kendala yang dirasakan oleh mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya terkait penggunaan dompet digital ada dua jenis, yaitu kendala dari segi sistem dan kendala dari segi fitur. Sebanyak 5 subjek mengatakan bahwa mereka pernah mengalami kendala dari segi sistem, yakni mencakup permasalahan transaksi *top up* yang gagal, sistem atau server yang tiba-tiba *down*, dan transaksi yang berjalan dengan lambat. Lalu, ada 2 subjek yang

mengatakan bahwa mereka pernah mengalami kendala dalam segi fitur, yakni terkait opsi pembelian pulsa yang cenderung terbatas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa saran-saran untuk dicermati dan ditindaklanjuti. Adapun yang peneliti sarankan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya yang merupakan pengguna dompet digital

Ketika memutuskan untuk memilih dompet digital mana yang paling tepat sekaligus ingin digunakan, ada baiknya jika pertimbangan yang dilakukan tidak hanya berfokus kepada promo saja. Salah satu hal yang juga harus diperhatikan secara cermat sekaligus hati-hati adalah segi keamanan, mengingat banyak sekali kejahatan yang dilakukan oleh beberapa oknum terkait keberadaan dompet digital ini

2. Bagi penerbit dompet digital

Menanggapi permasalahan terkait kendala yang pernah dialami oleh mahasiswa FEBI IAIN Palangka Raya terkait penggunaan dompet digital, akan lebih baik lagi jika penerbit dompet digital, seperti *Shopeepay*, *Dana*, *Gopay*, *OVO*, dan *LinkAja* kedepannya dapat lebih memperhatikan lagi kualitas sistem sekaligus kelengkapan fitur yang disediakan untuk pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers. 2014
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 1991
- Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2003
- Damiati, Luh Masdarini, dan Made Suriani. *Perilaku Konsumen*. Depok : PT RajaGrafindo Persada. 2017
- Faisal, Sanapiah. *Format-Format Penelitian Sosial : Dasar-Dasar dan Aplikasi*. Jakarta Utara: CV. Rajawali. 1992
- Fathoni, Abdurrahmat. “*Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*”. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2011
- Ibrahim. *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2015
- J. Moleong, Lexy. “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2015
- Kartono, Kartini. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju. 1996
- Kotler dan Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2008
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran : Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta : Penerbit Erlangga. 2009

Mangkunegara, Anwar Prabu. *Perilaku Konsumen*. Bandung : Refika Aditama.
2012

Mappiare, Andi. *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*.
Surabaya : Usaha Nasional. 1994

Noor, Juliansyah. *Metodologi penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya
Ilmiah*. Jakarta : Kencana. 2012

Nurbuko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Bumi Aksara.
2010

Nasution, S. *Metode Research*. Jakarta : Bumi Aksara. 1996

Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana. 2015

Subagiyo, P. Joko. *Metodelogi Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta:
Rineka Cipta. 2004

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
2012

Sumarwan, Ujang. *Perilaku konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*
Bogor: Ghalia Indonesia. 2008

Tanzeh, Ahmad. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta : Teras. 2011

Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*.
Jakarta: PT Bumi Aksara. 2003

Wardiana, Uswah. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT.Bima Ilmu. 2004

Widodo. *Metodologi Penelitian*. Depok : PT Raja Grafindo. 2018

W. J. S, Poerwandaminta. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
2006

Zuriah, Nurul. *Metodelogi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2007

B. Jurnal/Skripsi

Batubara, Suci Marina. *Analisis Preferensi Penggunaan Uang Elektronik dalam Transaksi Ekonomi pada Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. Sumatera Utara : Universitas Sumatera Utara. Skripsi. 2018

Catur Utami, Meinarini. 2019. "*Implementasi Analytical Hierarchy Process (AHP) dalam Pemilihan E-Wallet untuk Mahasiswa*". Jurnal Ilmiah MATRIK Vol. 21 No. 3. 2019

Janah, Miftahul. 2019. *Skripsi "Preferensi Masyarakat Kuala Pembuang pada Baitul Mal wa Tamwil Daarussalam"*. Palangka Raya : IAIN Palangka Raya

Latifah, Imroatul. *Skripsi Analisis Persepsi, Perilaku, Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Penggunaan Ulang Dompot Digital (E-Wallet) di Kabupaten Tulungagung*. Tulungagung : IAIN Tulungagung. 2020

Mulyana, Agus dan Wijaya. "*Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android*". Komputika : Jurnal Sistem Komputer Vol 7, No. 2. 2018

Pambudi, Amadea Rahma. "*Analisa Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness terhadap Behavior Intention pada Aplikasi Digital Payment OVO*". Jurnal Strategi Pemasaran Vol 6, No 2. 2019

Silaen, Elsa dan Bulan Prabawani. *Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet dan Persepsi Manfaat serta Promosi terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet OVO*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Vol 8, No 4. 2019

Setiawan, Bayu. *Skripsi "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Pengaruh Sosial dan Kepercayaan terhadap Minat Perilaku Penggunaan Teknologi E-Wallet dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)"*. Bandar Lampung : Universitas Lampung. 2019

Wijaya, Gemala. *Skripsi "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, dan Additional Value terhadap Intention to Use dan Perceived Satisfaction pada Aplikasi E-wallet di kota Padang"*. Padang : Universitas Andalas. 2019

C. Internet

Ahmad Zaenuddin. *Dompot Digital Semakin Banyak, Pengguna Belum Tentu Diuntungkan*. <https://tirto.id/dompot-digital-semakin-banyak-pengguna-belum-tentu-diuntungkan-ejx2>. Diakses pada tanggal 19 Januari 2020

Bank Indonesia. *Edukasi Uang Elektronik*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>. Diakses pada tanggal 25 Maret 2020

Kunthi Fahmar Sandy. *68% Generasi Milenial Indonesia Gunakan Dompot Digital*. <https://ekbis.sindonews.com/berita/1525015/34/68-generasi-milenial-indonesia-gunakan-dompot-digital>. Diakses pada tanggal 17 Maret 2020.

Vivin Dian Devita. *Siapa Aplikasi E-Wallet dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia.* <https://iprice.co.id/trend/insights/e-wallet-terbaik-di-indonesia/>.

Diakses pada tanggal 03 Januari 2021.

<https://febi.iain-palangkaraya.ac.id/>. Diakses pada tanggal 25 Maret 2021.

