

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERDAMPAK
PADA NIAT PAKAI E-WALLET DOKU**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Oleh :

Sava Stanley Styadi

2016120082

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2020

**ANALYSIS FACTORS THAT IMPACT
INTENTION TO USE DOKU E-WALLET**



UNDERGRADUATE THESIS

Studied to complete part of the requirements for Bachelor's Degree in Economic

By:

Sava Stanley Styadi

2016120082

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN MANAGEMENT

Accredited by BAN PT No.1 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2020

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERDAMPAK
PADA NIAT PAKAI E-WALLET DOKU

Oleh:

Sava Stanley Styadi

2016120082

Bandung, 17 Agustus 2020

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr, Istiharini, CMA.

Pembimbing Skripsi,

Ivan Prasetya, S.E., MSM., M.Eng.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Sava Stanley Styadi
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 5 Juli 1998
Nomor Pokok Mahasiswa : 2016120082
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERDAMPAK PADA NIAT PAKAI E-WALLET DOKU

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan Ivan Prasetya, S.E., MSM., M.Eng.

MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri.

1. Adapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur, atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta atau yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003:
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau denda paling banyak Rp 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan Tanggal 31 Juli 2020

Pembuat Pernyataan

METERAI
TEMPEL

03AA0AHF514203934

6000
ENAM RIBU RUPIAH

(Sava Stanley S)

ABSTRAK

Seperti kita ketahui gaya hidup masyarakat Indonesia sudah berubah, jika dulu orang masih membawa-bawa dompet, sekarang orang bisa hanya dengan membawa *smartphone*. Berdasarkan survei yang dilakukan PricewaterhouseCoopers (PwC) berkaitan dengan *Global Consumer Insights 2019* menunjukkan bahwa 47% responden di Indonesia saat ini telah menggunakan piranti pembayaran bergerak untuk bertransaksi pada 2019. Angka itu lebih tinggi dibandingkan dengan 2018 yang tercatat masih sekitar 38%. Angka ini menunjukkan bahwa penggunaan *E-wallet* sudah menjadi *trend* atau bahkan menjadi *lifestyle* masyarakat Indonesia terutama kalangan anak muda.

DOKU merupakan produk milik PT Nusa Satu Inti Artha yang berdiri sejak tahun 2007. Pada tahun 2014 DOKU sudah melayani 15.000 *merchant* dengan user DOKU sebanyak 700.000. Saat ini DOKU masih beroperasi dan masih berpotensi untuk berkembang, Namun DOKU mengalami penurunan tahun demi tahun, nama DOKU pun mulai jarang didengar dan kalah bersaing dengan *e-wallet* serupa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui menganalisa faktor-faktor apa saja yang berdampak pada pemakaian *E-Wallet* DOKU antara lain Iklan, *Endorser*, *Sales Promotion*, *Merchant*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan metode yang digunakan adalah *exploratory research*, yang kemudian dianalisis dengan cara metode triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor utama yang berdampak dalam pemakaian *e-wallet* adalah *sales promotion*, kemudian terdapat gap antara harapan pengguna *E-Wallet* dengan kinerja *E-Wallet* DOKU yang dirasakan oleh responden yang disajikan dalam bentuk tabel dan dijelaskan secara kualitatif. Perusahaan sebaiknya berfokus pada pencarian investor karena faktor utama yang berdampak dalam pemakaian *e-wallet* adalah *sales promotion*

Kata Kunci: *E-Wallet* DOKU, Iklan, *Endorser*, Potongan Harga, *Merchant*, Niat Pakai

ABSTRACT

As we know, the lifestyle of Indonesian people has changed, if people used to carry a wallet, now people can only carry a smartphone. Based on a survey conducted by PricewaterhouseCoopers (PwC) relating to Global Consumer Insights 2019, it shows that 47% of respondents in Indonesia are currently using mobile payment devices to transact in 2019. That figure is higher compared to 2018 which was recorded at around 38%. This figure shows that the use of E-wallet has become a trend or even become a lifestyle of Indonesian people, especially among young people.

DOKU is a product of PT Nusa Satu Inti Artha which was established in 2007. In 2014 DOKU has served 15,000 merchants with 700,000 DOKU users. Currently DOKU is still operating and still has the potential to develop. But DOKU has decreased year after year, the name DOKU began to be rarely heard and unable to compete with similar e-wallets.

This study aims to determine what important factors of intention to use the DOKU E-Wallet including Advertising, Endorser, Sales Promotion, Merchant. This research is a qualitative research and the method used is exploratory research, which is then analyzed by means of the triangulation method.

The results of this study indicate that the main factor that impact e-wallet intention to use is sales promotion, then there is a gap between the expectations of E-Wallet users and the DOKU E-Wallet performance felt by respondents who are presented in tabular form and explained qualitatively. Companies should focus on finding investors because the main factor that impact e-wallet intention to use is sales promotion

Keywords: DOKU E-Wallet, Advertising, Endorser, Sales Promotion, Merchant, Intention to Use

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan hanya bagi Tuhan yang Maha Esa karena oleh anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih-Nya yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERDAMPAK PADA NIAT PAKAI E-WALLET DOKU

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih pikiran berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmat-Nya dalam pengerjaan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat rampung tepat pada waktunya.
2. Bapak Mangadar Situmorang, Ph.D. sebagai Rektor Universitas Katolik Parahyangan.
3. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
4. Ibu Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Bapak Ivan Prasetya, S.E., MSM., M.Eng. selaku pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis meskipun beliau sakit namun tetap memberikan bimbingan yang terbaik untuk saya.
6. Ibu Dr. Judith Felicia Pattiwael, Dra., M. T. dan Dra. Triyana Iskandarsyah., M.Si selaku penguji mata kuliah pembulat yang telah meluangkan waktunya untuk merevisi secara detail hingga membuat penelitian ini jauh lebih baik.
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi serta Mata Kuliah Umum yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Untuk keluarga penulis antara lain Agus Styadi & Sumiati Sumitro selaku orang tua kemudian Livia Styadi & Albert Chu selaku saudara penulis.

9. Untuk keluarga kedua penulis antara lain Sin Hong & Tuti Rahayu selaku orang tua angkat kemudian Ryan Wibowo & Riyanti Teresa selaku saudara angkat penulis.

10. Sahabat-sahabat penulis yakni Nicholas, Danny, Yonas, Jenjen, Byankie, Renaldy, Laurentius, Leonora, Silvia, Kimberly, Stella, Verenita, Ary, Deris, Michelle, Vania, Ene, Iip, Yogi, Tito, Devit, Shania, Kelsa, Sasa, Calvin karena mereka telah memberi semangat yang luar biasa untuk penulis.

11. Untuk Nicko, Elvira, Cecilia, Brigitta, Joanita, Kelly, Samuel, Yosua & Melati sebagai sesama murid bimbingan Bapak Ivan Prasetya yang telah banyak membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.

12. Untuk Jesslyn, Rhea, Jevon, Rico, Christian, Riyanti, Arif & Grace, Zivanna sebagai saudara sepupu penulis yang telah memberikan dukungan dalam bentuk semangat maupun minuman.

13. Untuk lagu legenda penambah semangat yang berjudul “START” yang dinyanyikan oleh GAHO dari drama Itaewon Class yang menemani penulis dalam mengerjakan skripsi.

14. Untuk Angel Lukito selaku selebgram yang menjadi panutan penulis.

15. Untuk Mobile Legend, Instagram, Youtube yang menemani penulis pada saat butuh *refreshing*.

16. Untuk para responden yang sudah meluangkan waktunya mengisi kuesioner dari penulis.

Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saran dan kritik yang sifatnya membangun bagi penulis dan skripsi ini sangat penulis harapkan. Penulis berharap skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca. Mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan dalam skripsi ini. Terima Kasih.

22 Juli 2020

Sava Stanley Styadi

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Kerangka Pemikiran	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Electronic Wallet (<i>E-wallet</i>)	13
2.2. Promotion	14
2.2.1. Tujuan Promosi	15
2.2.2. Fungsi Promosi	17
2.2.3. Bauran Promosi	17
2.3.1. Iklan	20
2.3.2. Tujuan Iklan	21
2.3.3. Jenis Periklanan	23
2.4.1. <i>Sales Promotion</i>	23
2.4.2. Tujuan <i>Sales Promotion</i>	25
2.4.3. Indikator <i>Sales Promotion</i>	25
2.4.1. <i>Endorser</i>	27
2.4.2. Atribut <i>Celebrity Endorser</i>	28
2.5. <i>Merchant</i>	31
2.6. Niat Pakai	31
2.7. Penelitian Terdahulu	33
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	35

3.1. Metode dan Jenis Penelitian	35
3.2. Teknik Pengumpulan Data	36
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.4. Profil Responden	37
3.5. Operasionalisasi Variabel dan Pertanyaan Wawancara.....	38
3.6. Triangulasi	44
3.7. Teknik Analisis Data	44
3.8. Objek Penelitian	45
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1. Analisis Faktor-Faktor Yang Berdampak Pada Niat Pakai DOKU.....	52
4.2. Hasil Wawancara Responden	53
4.2.1. Analisis Kualitatif Indikator-Indikator Menurut Responden Mengenai Harapan Pengguna E-wallet.....	54
4.2.2. Analisis Kualitatif Indikator-Indikator Menurut Responden Mengenai Kinerja <i>E-wallet</i> DOKU	120
4.2.3. Hasil Penelitian dan GAP Pengguna <i>E-wallet</i>	131
4.2.4. Perbandingan Hasil Observasi dan Wawancara	134
4.3.1. Analisis Kesimpulan Akhir.....	137
4.3.2 Kesimpulan Hasil Wawancara.....	141
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	145
5.1. Kesimpulan.....	145
5.2. Saran	146
DAFTAR PUSTAKA	148
SUMBER INTERNET.....	155
LAMPIRAN.....	157
RIWAYAT HIDUP.....	220

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Keuntungan dan Kerugian <i>E-Wallet</i> dan Uang Konvensional.....	2
Tabel 1.2. Jumlah Unduh Aplikasi DOKU, DANA, OVO.....	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1. Total Responden.....	37
Tabel 3.2. Nama dan Usia Responden.....	37
Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel dan Pertanyaan Wawancara.....	39
Tabel 4.1. Hasil Wawancara Pertanyaan Harapan Pengguna <i>E-Wallet</i> Dengan Responden.....	54
Tabel 4.2. Hasil Wawancara Pertanyaan Kinerja Dengan Responden.....	120
Tabel 4.3. Tabel GAP Pengguna <i>E-Wallet</i>	130
Tabel 4.4. Perbandingan Hasil Observasi dan Wawancara.....	134
Tabel 4.5. Kesimpulan Mengenai Harapan Pengguna <i>E-Wallet</i>	141
Tabel 4.6. Kesimpulan Mengenai Kinerja <i>E-Wallet</i> DOKU.....	143
Tabel 4.7. Kesimpulan Mengenai Niat Pakai <i>E-Wallet</i> DOKU.....	144

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Hasil Survei YouGov Indonesia.....	4
Gambar 1.2. Hasil Olahan Data iPrice Indonesia	5
Gambar 1.3. <i>E-Wallet</i> yang sering digunakan	6
Gambar 1.4. Hasil Prelim Reason of Use	7
Gambar 1.5. Reason of <i>using Digital Wallet</i>	7
Gambar 1.6. Komentar Buruk di PlayStore DOKU.....	8
Gambar 1.7. Video Iklan Youtube DOKU Hasil Prelim <i>Reason of Use</i>	9
Gambar 3.1. Logo <i>E-Wallet</i> DOKU.....	46
Gambar 3.2. Iklan DOKU di Facebook.....	47
Gambar 3.3. Tampilan Youtube DOKU.....	48
Gambar 3.4. Tampilan Instagram DOKU.....	49
Gambar 3.5. Bintang Iklan DOKU 1.....	50
Gambar 3.6. Bintang Iklan DOKU 2.....	50
Gambar 3.7. <i>Sales Promotion</i> DOKU.....	51
Gambar 3.8. <i>Merchant</i> DOKU.....	52
Gambar 4.1. <i>Word Clouds</i> Kesimpulan Akhir.....	144

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada era modern ini perkembangan teknologi sangat melekat pada kehidupan manusia dan berpengaruh dari segi ekonomi, sosial, politik, budaya. Salah satu teknologi yang sekarang berkembang pesat adalah *E-wallet*. Di Indonesia sendiri *E-wallet* berkembang sangat pesat pada tahun 2016 mungkin masyarakat belum percaya kepada *E-wallet*, namun sekarang pada tahun 2020 masyarakat sudah percaya terhadap *E-wallet*.

Seperti kita ketahui gaya hidup masyarakat Indonesia sudah berubah, jika dulu orang masih membawa-bawa dompet sekarang orang bisa hanya dengan membawa *smartphone*. Berdasarkan survei yang dilakukan PricewaterhouseCoopers (PwC) berkaitan dengan *Global Consumer Insights 2019* menunjukkan bahwa 47% responden di Indonesia saat ini telah menggunakan piranti pembayaran bergerak untuk bertransaksi pada 2019. Angka itu lebih tinggi dibandingkan dengan 2018 yang tercatat masih sekitar 38%. Angka ini menunjukkan bahwa penggunaan *E-wallet* sudah menjadi *trend* atau bahkan menjadi *lifestyle* masyarakat Indonesia terutama kalangan anak muda.

Potensi berkembangnya *E-wallet* di Indonesia sangatlah besar seiring dengan berubahnya gaya hidup masyarakat Indonesia. Dengan adanya potensi yang besar perusahaan berlomba-lomba menciptakan *E-wallet* yaitu sistem tabungan dan alat pembayaran menggunakan fasilitas internet sebagai perantara. Perusahaan yang bergerak di bidang *E-wallet* diantaranya DOKU, OVO, Go-Pay, Paypro, Dana, T-cash, Uangku, DOKU yang dikelola oleh PT. Nusa Satu Inti Artha mendukung peran dan pemberdayaan usaha kecil dan menengah (UKM) ditunjukkan dengan menjangkau lebih dari 100.000 *merchant* di Indonesia. Jika dilihat dari strategi pemasarannya, DOKU menjangkau konsumen remaja hingga dewasa. Pengguna DOKU sebanyak 2.5 juta hingga akhir tahun 2018. Layanan DOKU dapat diakses melalui aplikasi DOKU itu

sendiri, Untuk saat ini DOKU telah bekerja sama dengan *merchant-merchant* strategis seperti Garuda Indonesia, Air Asia, KFC, H&M, Spotify. Jika dilihat dari strategi pemasarannya, target market dari DOKU sendiri adalah masyarakat dewasa modern.

Didapati informasi pada *website* DOKU bahwa, Proyek DOKU mulai diluncurkan pada tahun 2007 inilah yang membuat DOKU menjadi *first electronic payments* di Indonesia. DOKU merupakan penyedia layanan pembayaran elektronik dengan *end to end services*, yang melayani segmen bisnis (*merchant*) juga konsumen (*user*). Solusi untuk *merchant*, DOKU menyediakan layanan gerbang pembayaran (*payment gateway*) yang bisa digunakan korporat, UKM, startup, sampai penjual perorangan (*personal seller*) yang belum memiliki platform toko *online*. Dalam dua tahun terakhir pembayaran menggunakan dompet digital atau uang elektronik berbasis server sedang naik daun. Penyebabnya, agresifnya OVO dan GoPay menjaring pengguna lewat tawaran diskon dan *cashback*

Berikut perbandingan antara keuntungan yang diperoleh dan potensi kerugian menggunakan *E-wallet* dan uang konvensional yang diperoleh dari hasil observasi.

Tabel 1.1.
Keuntungan dan Kerugian *E-Wallet* dan Uang Konvensional

Keterangan	<i>E-wallet</i>	Uang konvensional
Keuntungan	<ul style="list-style-type: none"> - Banyak potongan harga/<i>cashback</i> - Lebih praktis/<i>cashless</i> - Terdapat <i>history</i> transaksi - Lebih aman dan berisiko rendah 	<ul style="list-style-type: none"> -Mudah dibawa menggunakan dompet -Tidak menggunakan internet untuk bertransaksi -Tidak ada batasan layanan.

Kerugian	-Harus menggunakan internet -Layanan <i>E-wallet</i> terbatas -Saldo mengendap tak berkembang -Memiliki <i>limit</i> saldo dan <i>top-up</i> - <i>E-wallet</i> tertentu memiliki biaya administrasi <i>top-up</i>	-Rentan adanya uang palsu -Tidak ada promo jika menggunakan uang konvensional sebagai alat pembayaran -Bisa hilang & robek
----------	---	--

Sumber: Hasil Observasi

Selain keuntungan dan kerugian diatas, penulis telah melakukan observasi dalam aplikasi Playstore mengenai aplikasi *e-wallet* yaitu DOKU, OVO, & DANA pada tanggal 17 Juli 2020 dengan hasil pada **Tabel 1.2:**

Tabel 1.2.
Jumlah Unduh Aplikasi DOKU, DANA, OVO

Aplikasi <i>E-Wallet</i>	<i>Rating</i>	Jumlah Unduhan
DANA	4.4	10M+
OVO	4.0	10M+
DOKU	2.9	1M+

Sumber: Data Playstore

Berdasarkan **Tabel 1.2** dapat dilihat bahwa aplikasi DOKU telah diunduh sebanyak 1 juta lebih dan mendapatkan *rating* 2.9 Sedangkan OVO & DANA telah diunduh sebanyak 10 juta lebih dan mendapatkan *rating* masing-masing 4.4 & 3.9 Dengan penjelasan:

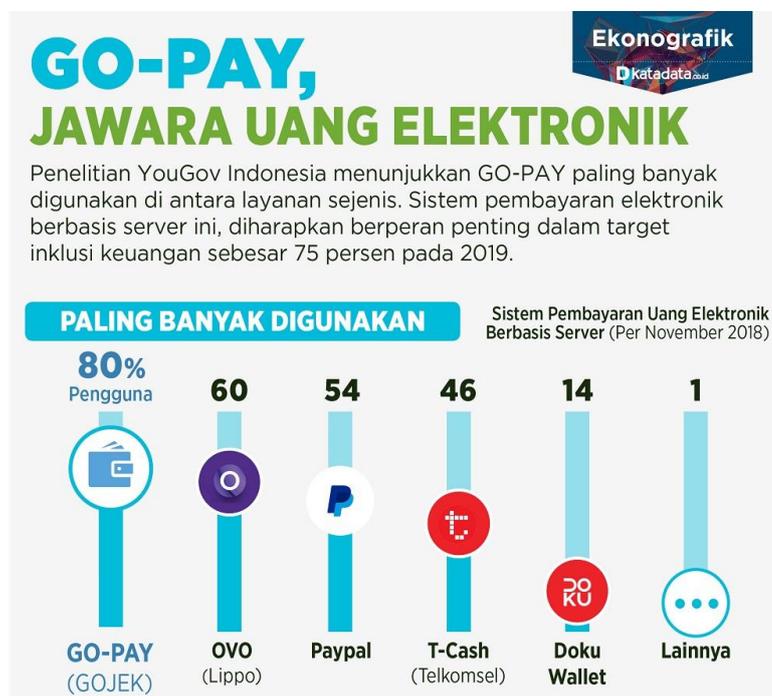
- DOKU muncul lebih dahulu dibandingkan OVO&DANA yaitu pada tahun 2007, sehingga lebih dahulu dikenal oleh masyarakat.
- DOKU mendapat suntikan dana dari PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk. (EMTK) pada tahun 2016 dengan membeli 50% saham dari PT. Nusa Satu Inti Artha. Kemudian DOKU meng-akuisisi 90% saham PT. Espay Debit Indonesia Koe (Espay). Kedua *fintech* ini merupakan pemegang lisensi uang

elektronik dari Bank Indonesia.

- DOKU telah melakukan kerjasama *co-branding* dengan bank Danamon pada tahun 2018 dan memunculkan D-wallet
- OVO Baru dimunculkan pada tahun 2016 & DANA pada Desember 2018

Dapat ditarik kesimpulan bahwa DOKU muncul jauh lebih awal yaitu pada tahun 2007 namun kalah saing dalam hal *rating* & jumlah unduhan dengan *E-wallet* OVO & DANA. Kemudian penulis juga melakukan pencarian data mengenai Niat Pakai *E-Wallet* di Indonesia dengan hasil pada **Gambar 1.1:**

Gambar 1.1.
Hasil Survei YouGov Indonesia



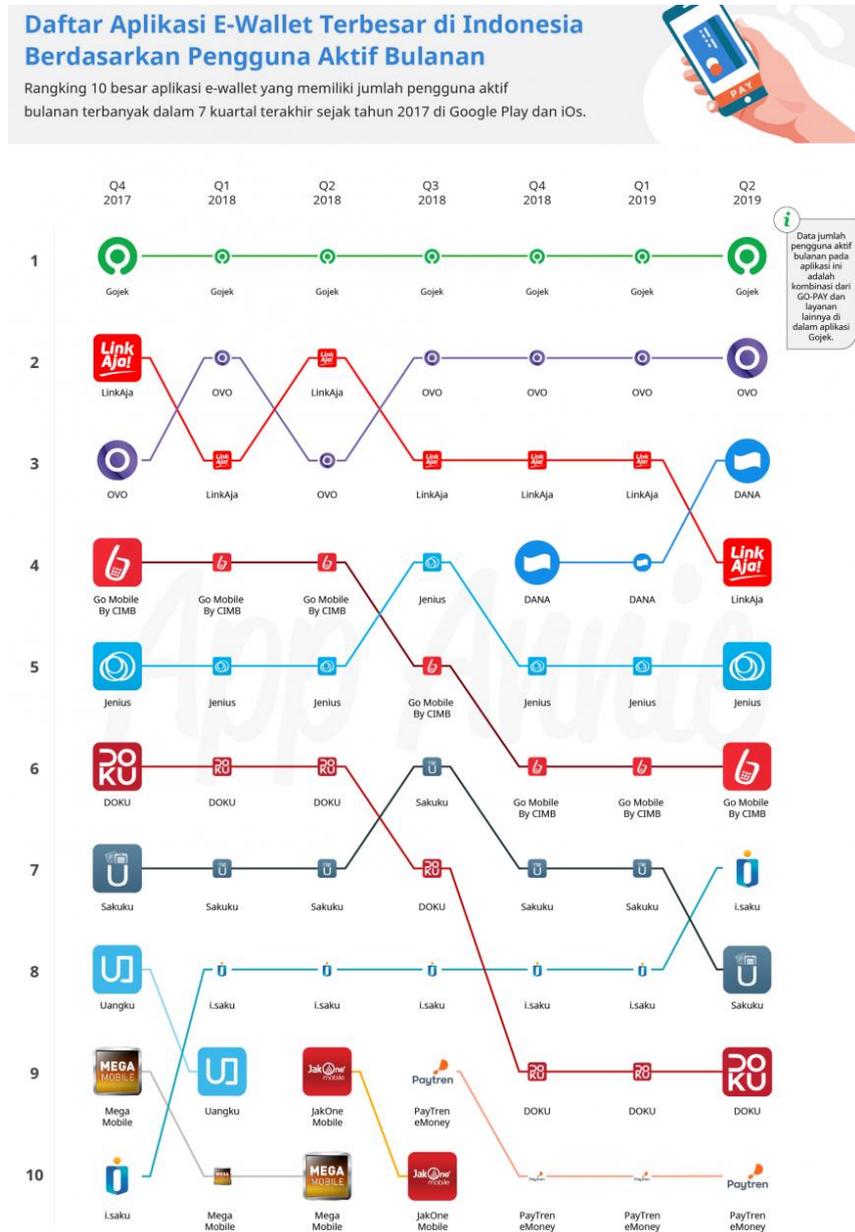
Sumber: YouGov

Berdasarkan Penelitian YouGov Indonesia yang dirilis pada bulan Januari 2019 melalui survei terhadap 1531 responden yang dilakukan pada tanggal 1-8 November 2018, menunjukkan bahwa 80% responden memilih Go-Pay sebagai alat pembayaran non-tunai, OVO sebesar 60 % & DOKU hanyalah sebesar 14%. Mengingat DOKU beroperasi sejak tahun 2007 ini merupakan masalah yang serius bagi perusahaan DOKU.

Penulis juga mendapat hasil olahan data yang dikeluarkan oleh iPrice Indonesia yang bekerjasama dengan AppAnnie dengan hasil pada **Gambar 1.2:**

Gambar 1.2.

Hasil olahan data iPrice Indonesia



Sumber: iPrice Indonesia

Berdasarkan hasil olahan yang diterbitkan pada 12 Agustus 2019, didapatkan olahan data 10 besar aplikasi *E-wallet* dalam 7 kuartal terakhir sejak

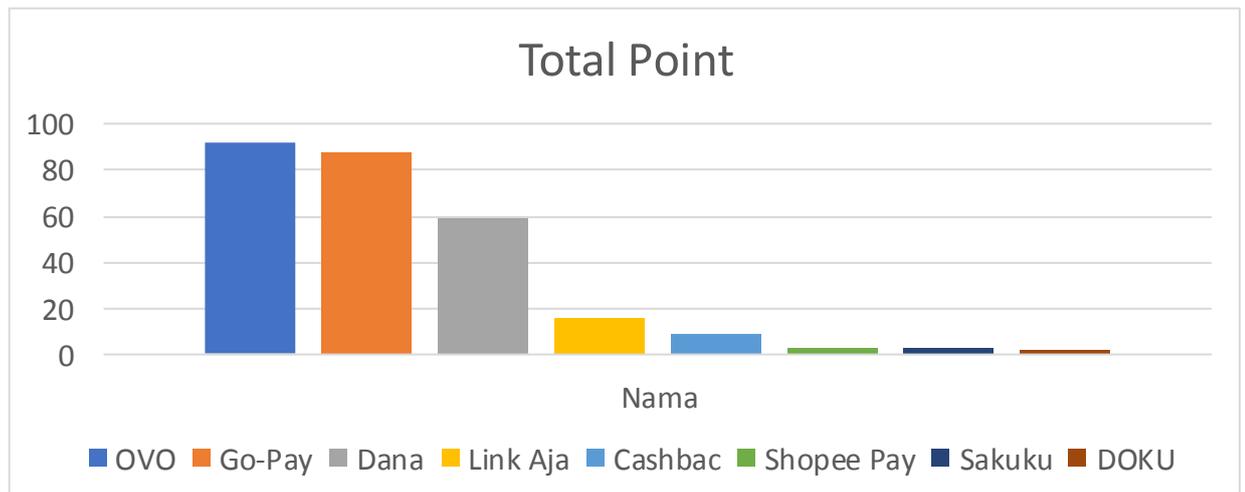
tahun 2017 di android dan ios. Berdasarkan hasil olahan data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah pengguna DOKU terus menurun terutama sejak kuartal ketiga tahun 2018. Penurunan niat pakai tersebut diduga karena banyak faktor seperti menurunnya daya saing doku, kurangnya promosi yang dilakukan DOKU.

Berdasarkan gejala diatas, penulis melakukan *preliminary research* dengan wawancara kepada 21 orang responden yang terdiri dari 21 mahasiswa yang menggunakan *e-wallet*. Penulis melakukan wawancara kepada mahasiswa karena berdasarkan informasi yang didapat pada WE Online target pasar utama DOKU adalah generasi milenial. Penulis melakukan wawancara kepada 21 mahasiswa, karena generasi milenial sendiri menurut Gemari.id adalah mereka yang lahir pada tahun 1980 sampai 2000.

Dalam wawancara tersebut penulis menanyakan 5 *E-wallet* yang sering digunakan. Didapatkan hasil pada **Gambar 1.3**:

Gambar 1.3.

***E-wallet* yang sering digunakan**



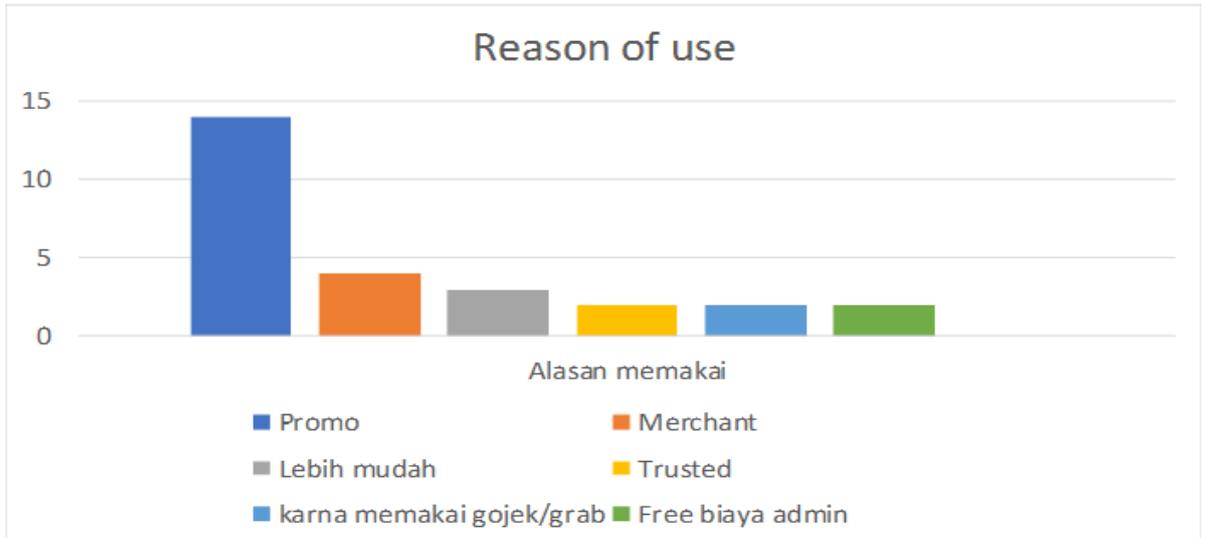
Sumber: Olahan Penulis

Total point tersebut didapat dengan mengakumulasikan point sebagai berikut:

Dimisalkan Steven menyebutkan bahwa nomor 1 adalah OVO, kedua adalah GoPay maka OVO mendapatkan point sebesar 5 dan Go-pay mendapatkan 4 point, demikianpula selanjutnya. Kesimpulannya adalah OVO mendapatkan point tertinggi yaitu 92 dan DOKU mendapatkan point yang terendah yaitu 2 point.

Kemudian penulis menanyakan alasan dari responden tersebut memakai *e-wallet* yang tertuang pada **Gambar 1.4:**

Gambar 1.4.
Hasil Prelim Reason of use



Sumber: Olahan Penulis

Didapati kesimpulan bahwa alasan utama responden memakai *e-wallet* adalah karena promo yang diberikan & tersedia di banyak *merchant*. Hasil sesuai dengan survei Jakpat terhadap 1625 respondennya mengenai alasan seseorang menggunakan *E-wallet* dengan hasil pada **Gambar 1.5**

Gambar 1.5.
Reason of Using Digital Wallet

TOP 10 MOST USED PLATFORM	REASON OF USING DIGITAL WALLET						
	Offer many promotional program	Use services / products from the platform	Safer	More practical	No change	Accepted in many merchant	Cashless is better
GoPay	68.3%	69.9%	44.7%	55.2%	74.2%	60.3%	47.1%
OVO	49.7%	45.6%	24.3%	33.8%	34.0%	45.7%	33.3%
Tcash	39.7%	35.0%	38.0%	31.2%	26.8%	37.7%	23.5%
Flazz BCA	20.4%	23.3%	13.4%	21.4%	26.8%	31.1%	29.4%
Mandiri E-cash	15.3%	16.2%	18.0%	15.5%	11.3%	20.5%	7.8%
Dana	17.0%	16.0%	11.3%	12.2%	13.4%	16.6%	13.7%
Rekening Ponsel	9.3%	10.1%	16.5%	15.3%	10.3%	9.9%	21.6%
Jenius	9.9%	8.9%	8.1%	9.2%	6.2%	9.9%	5.9%
Doku	8.3%	9.3%	8.5%	5.9%	1.0%	7.9%	2.0%
Paytren	7.0%	6.7%	12.0%	7.3%	6.2%	8.6%	9.8%

If we look deeper at the connection between the reasons for using the digital wallet and the platform used, the top 3 platforms show that the promotional programs play an important role in the use of digital wallets in transactions. Besides, consideration of how the platform can be accepted in many merchants is also a concern of users.

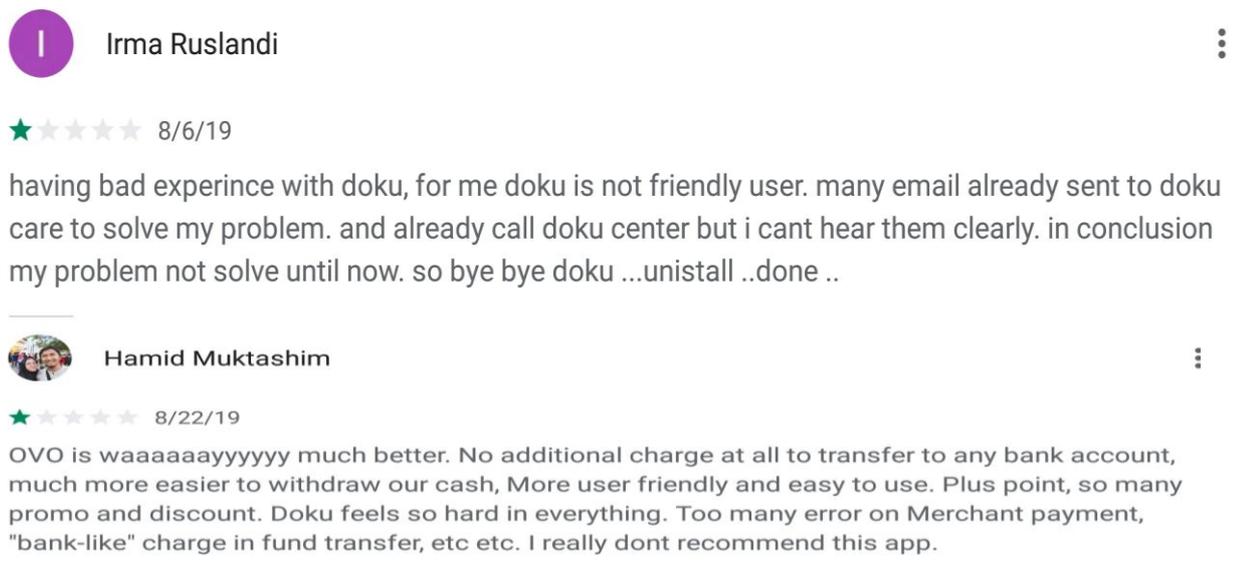
n: 1,625 respondents
: top 3 reasons

Sumber: JakPat

Dapat diketahui dalam survei tersebut bahwa 3 alasan seseorang menggunakan DOKU adalah aman, menggunakan jasa/produk yang menyediakan pembayaran melalui DOKU, menawarkan banyak promosi.

Belum lagi adanya komentar-komentar buruk/*bad review* yang ada di aplikasi playstore DOKU yang memengaruhi persepsi konsumen baru. Komentar-komentar buruk tersebut merupakan salah satu faktor penentu seseorang dalam mencoba aplikasi DOKU.

Gambar 1.6 Komentar buruk di PlayStore DOKU



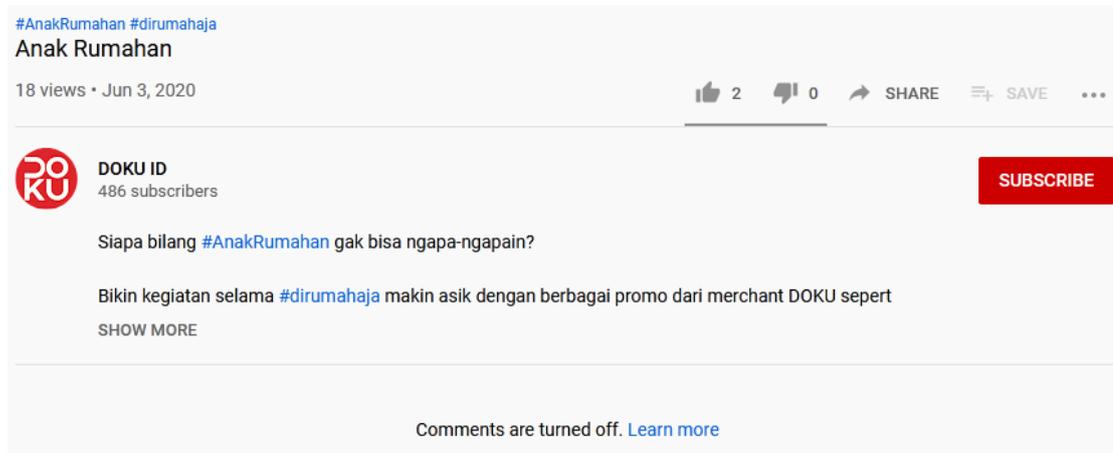
Sumber: Playstore

Konsumen DOKU merasa bahwa OVO jauh lebih baik dibandingkan dengan DOKU karena OVO tidak ada biaya administrasi saat *top-up*, lebih *user friendly*, lebih banyak promo dan diskonya. DOKU juga sering *error* saat melakukan pembayan di *merchant*.

Kemudian penulis juga melakukan observasi dengan media sosial yang digunakan *e-wallet* DOKU untuk melakukan pemasaran, media sosial yang penulis observasi adalah youtube. Dengan hasil yang tertuang pada **Gambar 1.7**

Gambar 1.7

Video Iklan Youtube DOKU



Sumber: Youtube

Dapat dilihat bahwa Youtube *channel* DOKU mengunggah sebuah video iklan berjudul “Anak Rumahan” pada tanggal 3 Juni 2020 namun yang menonton video tersebut hanyalah 18, sedangkan pengikut youtube *channel* DOKU hanya sebanyak 486.

Penulis melihat bahwa masalah utamanya terletak pada promosi yang dilakukan oleh perusahaan DOKU, Didapati hasil sebanyak 15 responden tidak mengetahui apa itu DOKU & 6 responden mengatakan mereka tidak pernah melihat promosi yang dilakukan oleh DOKU, Layar DOKU juga belum tersebar di mall-mall di Bandung & di tempat-tempat kuliner Bandung.

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna untuk perusahaan DOKU. Keuntungan bagi perusahaan yaitu agar bisa mengetahui faktor-faktor yang berdampak pada niat pakai *E-Wallet* DOKU sehingga perusahaan bisa mempertahankan faktor yang mendorong seseorang mencoba DOKU, Kemudian memperbaiki faktor yang menahan seseorang untuk tidak mencoba DOKU. Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan solusi agar niat pakai DOKU meningkat.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Berdampak Pada Niat Pakai *E-Wallet* DOKU”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penulis merumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana harapan pengguna *e-wallet* ?
2. Bagaimana kinerja *E-Wallet* DOKU?
3. Apa perbedaan antara harapan dan kinerja?
4. Bagaimana niat pakai pengguna?
5. Faktor-faktor apa sajakah yang berdampak dalam pemakaian *e-wallet* ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penulis memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui harapan pengguna *e-wallet*.
2. Mengetahui kinerja *E-Wallet* DOKU.
3. Mengetahui perbedaan antara harapan dan kinerja.
4. Mengetahui niat pakai pengguna.
5. Mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang berdampak dalam pemakaian *e-wallet*.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan pengembang aplikasi DOKU (PT. Nusa Satu Inti Artha) dengan memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat agar dapat meningkatkan tingkat penerimaan dan minat menggunakan *E-wallet* DOKU

1.5. Kerangka Pemikiran

Kemajuan teknologi yang sangat cepat memaksa manusia untuk menghadapi perubahan, perubahan tersebut dapat terlihat dari yang biasanya orang membawa dompet kemana-mana sekarang hanya membawa *smartphone*. Industri yang sedang berkembang saat ini adalah *E-Wallet*, karena dengan bermodalkan internet

& membawa sebuah *smartphone* maka seseorang dapat melakukan pembayaran yang praktis & cepat.

Berbicara mengenai *E-Wallet* tentu saja OVO dan GoPay lah yang pertama kali muncul di benak masyarakat. Hal ini dibuktikan melalui data yang dikeluarkan iPrice mengenai jumlah pengguna aktif *E-Wallet* di Indonesia. Ditambah lagi hasil dari *preliminary research* yang dilakukan penulis terhadap 21 responden yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa *E-Wallet* yang paling sering digunakan adalah OVO dan GoPay. Persaingan yang sangat ketat antar perusahaan *E-Wallet* ini dapat dilihat dengan banyaknya promosi yang gencar-gencaran yang dilakukan antar perusahaan *E-Wallet*.

Dengan adanya persaingan yang ketat ini perusahaan melakukan beberapa jenis promosi yang salah satunya adalah iklan. Iklan adalah segala bentuk penyajian informasi dan promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh sponsor untuk menawarkan ide, barang atau jasa (Machfoedz, 2010). Iklan yang dibuat oleh perusahaan *e-wallet* tentu saja harus sesuai dengan harapan konsumen agar iklan tersebut menarik dan ditonton oleh konsumen.

Saat berbicara mengenai iklan maka tidak lupa juga dengan bintang iklan. Menurut Sonwalkar & Pathak (2011) dalam Ambarwati (2019), *endorser* adalah sebuah bentuk komunikasi dimana seorang selebriti bertindak sebagai juru bicara dari sebuah produk atau merek tertentu. Bintang iklan yang baik tentunya bintang iklan yang terkenal dikalangan masyarakat dan bisa memengaruhi seseorang untuk membeli/menggunakan sebuah barang ataupun jasa.

Promosi lainya yang dilakukan oleh perusahaan *E-Wallet* dalam persaingan ini adalah potongan harga. Menurut Kotler dan Keller (2016, p.622) dalam Taha (2017), *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) merupakan kunci utama dalam kampanye pemasaran, terdiri dari kumpulan alat insentif, yang sebagian besar bersifat jangka pendek, dirancang untuk merangsang pembelian produk atau layanan tertentu dengan lebih cepat atau lebih oleh konsumen atau perdagangan. Berdasarkan hasil *preliminary research* yang telah dilakukan potongan harga merupakan faktor utama seseorang dalam memilih *e-wallet*.

Selain itu berdasarkan *preliminary research* yang telah dilakukan faktor penting lainya yang mendorong seseorang menggunakan *E-wallet* adalah

merchant. *Merchant* adalah penjual barang/jasa yang memiliki bentuk usaha (*physical store*) maupun *online store* yang bekerjasama dengan bank dalam penyediaan layanan penerimaan pembayaran via *e-money/E-wallet* (Questibilia, 2019). *Merchant* yang dimaksud oleh penulis disini adalah kios-kios yang tersebar di mall, tempat kuliner seperti misalnya Roti Boy, KFC, Ilahui, MINISO. Sedangkan *online store* yang dimaksud adalah aplikasi/*website online* seperti Tokopedia, Shopee, Spotify, Netflix.

Menurut Sitinjak (2019) dalam jurnalnya pada Vol. 9 No.1 yang berjudul “PENGARUH IKLAN, PROMOSI PENJUALAN, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT MEMAKAI ULANG LAYANAN GO-PAY DI WILAYAH JAKARTA” berdasarkan hasil penelitian didapati bahwa ada beberapa faktor yang memengaruhi niat pakai seseorang untuk memakai ulang *e-wallet*, faktor tersebut adalah iklan & promosi penjualan.

Berdasarkan penelitian tersebut peneliti menjadi tertarik untuk meneliti lebih lanjut apa sajakah faktor-faktor yang berdampak pada niat pakai *e-wallet* DOKU. Penulis telah membuat analisis dengan membandingkan harapan dari pengguna *e-wallet* dengan kinerja yang DOKU telah lakukan, kemudian membuat gap antar keduanya.