

Penggunaan Platform Pembayaran Digital E-Commerce di Sukabumi: Perbandingan Antara DANA dan ShopeePay

Siti Leydia Maulidiawaty¹, Auralea Nizar², Alya Aulia Firdaus³, Adinda Syariefa Bintang Maharani⁴, R. Deni Muhammad Danial⁵

¹ Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Indonesia. E-mail: sitileydia15@ummi.ac.id

² Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Indonesia. E-mail: leanizar@ummi.ac.id

³ Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Indonesia. E-mail: alyaauliafirdaus@ummi.ac.id

⁴ Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Indonesia. E-mail: adindasyariefa@ummi.ac.id

⁵ Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Indonesia. E-mail: rmdanial043@ummi.ac.id

Abstract: This study aims to analyze and compare the use of two popular digital payment platforms in Indonesia, DANA and ShopeePay, in the context of e-commerce transactions in the city of Sukabumi. By observing user preferences, advantages, and disadvantages of each platform, this study is expected to provide valuable insights for users, local e-commerce players, and digital payment application developers. The research method used involves quantitative and qualitative approaches through questionnaire surveys and interviews with e-commerce users in Sukabumi who actively use GoPay and OVO. The results of the study show significant differences in feature preferences, satisfaction levels, and obstacles faced by users of the two platforms. The implications of these findings provide a basis for the development of digital payment services that are more in line with local market needs.

Keywords: Digital Payment; commerce; DANA; ShopeePay;

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan penggunaan dua platform pembayaran digital populer di Indonesia, DANA dan ShopeePay, dalam konteks transaksi e-commerce di kota Sukabumi. Dengan mengamati preferensi pengguna, kelebihan, dan kekurangan masing-masing platform, studi ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga bagi pengguna, pelaku e-commerce lokal, serta pengembang aplikasi pembayaran digital. Metode penelitian yang digunakan melibatkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif melalui survei kuesioner dan wawancara dengan pengguna e-commerce di Sukabumi yang aktif menggunakan DANA dan ShopeePay. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan signifikan dalam preferensi fitur, tingkat kepuasan, dan kendala yang dihadapi pengguna kedua platform. Implikasi dari temuan ini memberikan dasar untuk pengembangan layanan pembayaran digital yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar lokal.

Kata Kunci: Pembayaran Digital; E-commerce; DANA; ShopeePay;

| Received: 19/02/2025

| Accepted: 21/03/2025

| Published: 18/04/2025

1. PENDAHULUAN

Ketika teknologi digital berkembang pesat, itu telah mengubah ekonomi dunia, dan Indonesia merasakan konsekuensi yang signifikan dari perubahan ini. Seiring dengan perkembangan zaman, gaya hidup masyarakat semakin serba instan karena mayoritas masyarakat memiliki gaya hidup yang tinggi dalam kegiatan sehari-harinya (Andira, Komariah, & Norisanti, 2020). E-commerce, yang telah berkembang menjadi bagian penting

dari ekonomi negara, telah mengalami transformasi besar. Ini terutama disebabkan oleh peran penting sistem pembayaran digital, yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi yang luar biasa dibandingkan dengan metode konvensional. Di tengah persaingan ketat, sejumlah platform pembayaran digital telah muncul dan berkembang pesat. Mereka merebut hati pelanggan Indonesia dengan berbagai fitur dan layanan inovatif. DANA dan ShopeePay merupakan dua pemain utama, telah memperkuat posisi mereka dan menjadi komponen penting dari masyarakat digital. Kota-kota seperti Sukabumi juga menyaksikan pertumbuhan ekonomi digital, yang mendorong penggunaan platform pembayaran digital secara signifikan dalam transaksi e-commerce. Platform ini disukai karena keamanannya, kecepatan, dan kemudahan penggunaan. Pemahaman mendalam mengenai bagaimana kedua platform ini digunakan dan diterima di Sukabumi akan memberikan gambaran spesifik mengenai dinamika adopsi teknologi pembayaran digital di daerah tersebut.

Tujuan dari penelitian ini akan menganalisis dan membandingkan platform pembayaran digital DANA dan ShopeePay dalam konteks transaksi e-commerce di Sukabumi. Secara keseluruhan, fitur yang berbeda, preferensi pengguna, mengungkap kendala atau tantangan yang dihadapi dan alasan mengapa orang memilih platform pembayaran ini akan dibahas. Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran mendalam tentang tren penggunaan platform pembayaran digital di Indonesia, khususnya di Sukabumi.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai penggunaan DANA dan ShopeePay di e-commerce Sukabumi.

Penelitian ini bersifat deskriptif komparatif dengan elemen eksplanatori. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan data numerik mengenai frekuensi penggunaan, tingkat kepuasan, dan preferensi fitur. Sementara itu, pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam digunakan untuk menggali alasan di balik preferensi dan pengalaman pengguna secara lebih mendalam.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna e-commerce di kota Sukabumi yang pernah atau sedang menggunakan DANA dan/atau ShopeePay sebagai metode pembayaran. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan snowball sampling untuk menjangkau responden yang relevan dengan kriteria penelitian. Ukuran sampel akan ditentukan berdasarkan pertimbangan statistik untuk memastikan representasi yang memadai.

2.1 Teknik Analisis Data

Data kuantitatif yang terkumpul dari kuesioner akan dianalisis menggunakan statistik deskriptif (seperti frekuensi, persentase) untuk menggambarkan karakteristik pengguna dan pola penggunaan.

Data kualitatif dari wawancara akan dianalisis menggunakan analisis tematik. Transkrip wawancara akan dikodekan dan dikategorikan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul terkait pengalaman dan preferensi pengguna terhadap DANA dan ShopeePay. Hasil analisis kualitatif ini akan digunakan untuk memperdalam dan menginterpretasikan temuan kuantitatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden Pengguna E-commerce di Sukabumi yang menggunakan Dana, ShopeePay dan Keduanya.

1. Jenis Kelamin:
 - Frekuensi: 20 responden adalah laki-laki, 35 responden adalah perempuan.
 - Persentase: 36.4% pengguna adalah laki-laki, 63,6% pengguna adalah perempuan.
2. Rentan Usia
Frekuensi (Dalam kelompok usia)
 - 17-25 tahun: 37 responden (67,27%)
 - 26-35 tahun: 14 responden(25.45%)
 - 36-45 tahun: 4 responden (7,27%)
3. Pekerjaan
 - Swasta: 14 responden (25,45%)
 - Lainlain: 11 responden(20%)
 - Pegawai negeri 2 responden (3,64%)
 - Mahasiswa dan pelajar 26 responden (47,27%)
 - Wirausaha 2 responden (3,64%)
4. Kepemilikan Akun (Penggunaan Yang memiliki salah satu atau keduanya):
Frekuensi :
 - Hanya Dana: 18 Responden (32,73%)
 - Hanya shopeePay 10 responden (18,18%)
 - Keduanya 27 Responden (49,09%)

3.2 Pola Penggunaan

Penggunaan Dana

1. Frekuensi penguanaan perbulan Dana
 - 1-5 kali: 9 Responden (50%)
 - 6-10 kali : 4 Responden (22,22%)
 - Lebih dari 10 kali:5 Responden (27,78%)
2. Fitur Yang paling sering digunakan (Responden dapat memilih lebih dari satu);
 - Pembayaran Tagihan: 3 Responden (16,67%)
 - Qris : 6 Responden (33,33%)
 - Transfer ke pengguna lain: 9 Responden (50%)

Penggunaan ShopeePay

1. Frekuensi penggunaan perbulan ShopeePay

- 1-5 kali: 6 Responden (60%)
 - 6-10 kali: 3 Responden (30%)
 - Lebih dari 10 kali : 1 Responden (10%)
2. Fitur Yang paling sering digunakan (Responden dapat memilih lebih dari satu);
- Pembayaran Tagihan: 8 Responden (80%)
 - Qris : 1 Responden (10%)
 - Transfer ke pengguna lain: 1 Responden (10%)

Penggunaan Keduanya

1. Frekuensi penggunaan perbulan keduanya
- 1-5 kali:5 Responden (18,52%)
 - 6-10 kali:6 Responden (22,22%)
 - Lebih dari 10 kali:16 Responden (59,26%)
2. Fitur Yang paling sering digunakan (Responden dapat memilih lebih dari satu);
- CashBack promo: 1 Responden (3,70%)
 - Pembayaran Tagihan: 6 Responden (22,22%)
 - Qris : 15 Responden (55,56%)
 - Transfer ke pengguna lain: 5 Responden (18,52%)

Interpretasi;

Dari statistic deskriptif di atas, kita dapat melihat beberapa gambaran awal:

- Responden cenderung lebih banyak Perempuan dibandingkan laki-laki.
- Penggunaan akun keduanya yang lebih banyak di bandingkan penggunaan akun salah satunya (antara Dana dan ShopeePay)
- Fitur penggunaan Qris lebih banyak digunakan, diikuti oleh pembayaran tagihan dan transfer ke pengguna lain.
- Sebagian besar respondes memiliki kedua aplikasi pembayaran digital Dana dan ShopeePay.

3.3 Karakteristik Pengguna E-commerce di Sukabumi

Berdasarkan survei terhadap 55 orang pengguna e-commerce di Sukabumi, mayoritas responden adalah Perempuan dengan total sebanyak (63,6%), dengan kelompok usia dominan antara 17-25 tahun (67,27%). Profil pekerjaan menunjukkan bahwa pelajar/mahasiswa (47,27%) dan karyawan swasta (25,45%) merupakan proporsi terbesar pengguna. Menariknya, Sebagian besar responden (49,09%) memiliki akun keduanya platform pembayaran digital Dana dan ShopeePay, mengindikasikan potensi pengguna keduanya secara situasional.

3.4 Pola Penggunaan Dana Dan ShopeePay

Analisis terhadap 18 responden pengguna Dana, 10 responden pengguna shopeePay dan 27 responden pengguna keduanya menunjukkan perbedaan dalam frekuensi

penggunaan. Rata-rata penggunaan Dana Adalah 27,6 kali per bulan, ShopeePay 11,3 kali per bulan dan penggunaan keduanya lebih tinggi dari pada penggunaan salah satunya yaitu 67 kali penggunaan per bulannya.

Fitur pembayaran tagihan di e-commerce menjadi yang paling sering digunakan pada platform digital ShopeePay (ShopeePay: 80%, Dana: 16,67%), diikuti oleh Qris (Dana: 33,33%, ShopeePay: 10%) dan Transfer ke pengguna lain (Dana: 50%, ShopeePay: 10%). Tingkat kepuasan penggunaan pembayaran digital (45,5%).

3.5 Tema Utama Dari Wawancara

Analisis tematik dari wawancara mengungkapkan beberapa wawasan penting:

- Alasan Adopsi: Pengguna menggunakan aplikasi Dana karena lebih praktis dan mudah dimengerti dan juga tidak ada potongan perbulan, sementara ShopeePay lebih banyak Menarik minat pengguna karena adanya berbagai promo, cashback, dan bebas biaya kirim ke sesama pengguna.
- Pola Penggunaan Fitur: Pembayaran langsung dan tagihan adalah fitur inti yang digunakan pada kedua platform. Pengguna juga sering memanfaatkan fitur Qris untuk transaksi pembelian dan penjualan.
- Pengalaman dan Kendala: beberapa pengguna melaporkan masalah teknis pada Dana (eror saat pembayaran) dan untuk melakukan transaksi transfer ke bank lain pada aplikasi ShopeePay harus melakukan verifikasi terlebih dahulu dan verifikasi tersebut sering kali mengalami kendala atau kegagalan saat verifikasi pada aplikasi ShopeePay.
- Perbandingan Subjektif: Dana dinilai lebih fleksibel dan bisa digunakan di berbagai platform e-commerce sedangkan ShopeePay penggunaannya terbatas karena hanya terintegrasi secara langsung dengan Shopee
- Preferensi Platform: Meskipun Sebagian besar memiliki keduanya tetapi Dana cenderung menjadi pilihan utama untuk transaksi e-commerce karena frekuensi penggunaan dan integrasi yang lebih baik. ShopeePay di pertahankan sebagai alternatif untuk memanfaatkan promo khusus.

4. KESIMPULAN

Penelitian deskriptif ini memberikan gambaran awal mengenai karakteristik pengguna dan pola penggunaan ShopeePay dan Dana dalam konteks e-commerce di Sukabumi. Mayoritas pengguna adalah perempuan dengan rentang usia produktif, dan banyak di antaranya memiliki kedua aplikasi pembayaran digital. Dana menunjukkan frekuensi penggunaan dan tingkat kepuasan yang sedikit lebih tinggi dibandingkan ShopeePay. Fitur pembayaran langsung dan promosi menjadi daya tarik utama kedua platform.

Temuan kualitatif memperkaya pemahaman ini dengan menyoroti faktor-faktor seperti ketersediaan promo, kemudahan penggunaan, dan pengalaman pengguna secara keseluruhan dalam memengaruhi adopsi dan preferensi. Meskipun Dana cenderung menjadi pilihan utama, ShopeePay tetap relevan terutama karena penawaran promosi yang spesifik.

REFERENSI

Daftar Pustaka

- Agustina, R., Gustiana, R., & Budiman, M. R. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Go-Pay Pada Masyarakat Di Kecamatan Alalak Kabupaten Barito Kuala. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 200-214.
- Andira, F. D., Komariah, K., & Norisanti, N. (2020). Analisis Web Service Quality Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Shopee (Survei Pada Pengguna Online Shop Kawaidollshop Di Sukabumi). *Syntax*, 2(7), 216.
- Ani, R., & Desy Tri, A. (2020). Dampak Transaksi Pembayaran Go-Pay Bagi Peningkatan Penjualan Pedagang Kecil Menengah Di Pasar Modern Bsd. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 4(2), 124-128.
- Anjani, D. (2023). Pengaruh Mata Uang Digital Dalam Transformasi Pembayaran Elektronik. *BISMA: Business and Management Journal* 1(03), 76-86.
- Chindy, F. (2020). Analisis Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Dompot Digital Indonesia (DANA). Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Guen, H. (2020). Industry 4.0 and marketing 4.0: in perspective of digitalization and E-Commerce. In *Agile business leadership methods for industry 4.0* (pp. 25-46): Emerald Publishing Limited.
- Hendarsyah, D. (2019). E-commerce di era industri 4.0 dan society 5.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171-184.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016). *E-commerce 2016: business, technology, society*: Pearson Education.
- Nadia, G., & Wiryawan, D. (2022a). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Studi Pada Pengguna ShopeePay di Bandar Lampung). *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2), 173-186.
- Nadia, G., & Wiryawan, D. (2022b). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Penggunaan E-Wallet ShopeePay (Studi Pada Pengguna ShopeePay di Bandar Lampung). *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(2), 185-198.
- Putri, A. R., & Setyorini, H. (2021). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(5), 678-689.
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). E-commerce di Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 273-281.
- Susanto, H., Setiawan, M.A., & Handayani, B. (2020). Factors Influencing the Adoption of Digital Wallet Among Indonesian Young Adults. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 851-858.
- Tazkiyyaturrohman, R. (2018). Eksistensi uang elektronik sebagai alat transaksi keuangan modern. *Muslim Heritage*, 3(1), 23-44.

- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2015). *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective* (Rev. ed.). Switzerland: Springer International Publishing, doi, 10, 978-973.
- Wijaya, M. R., & Santoso, B. (2019). Perbandingan Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Dompot Digital Go-Pay dan OVO di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(3), 1-15.