

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Uang mengalami perkembangan dengan pesat dari masa ke masa. Bentuk uang pada awalnya adalah suatu barang yang dapat diterima banyak orang dan jumlahnya terbatas. Perkembangan selanjutnya adalah logam yang digunakan sebagai uang dalam bentuk, ukuran, berat dan nilai yang berbeda-beda yang kemudian dinamakan dengan uang logam. Terbatasnya jumlah bahan baku logam membuat orang mulai berinovasi membuat uang dari kertas. Hadirnya uang dari kertas tidak membuat uang berbahan logam ditinggalkan begitu saja, namun uang kertas dan uang logam menjadi alat tukar bersamaan dalam sistem pembayaran.

Perkembangan teknologi informasi, perdagangan, dan sistem pembayaran telah membawa suatu perubahan terhadap munculnya inovasi-inovasi baru dalam penggunaan alat pembayaran. Salah satu inovasi tersebut adalah munculnya alat pembayaran elektronik yang menggunakan perkembangan teknologi saat ini. Perubahan teknologi telah membuat adanya perubahan pada kebutuhan masyarakat atas alat pembayaran yang lebih cepat dan fleksibel. Alat pembayaran terus berkembang seiring berjalannya waktu, berawal dari uang logam, uang kertas konvensional dan saat ini uang mengalami perubahan berupa media berisi data elektronik yang biasa disebut juga dengan alat pembayaran elektronik. Dengan memanfaatkan dompet digital, Indonesia dapat mempercepat modernisasi sektor



dukungan kebijakan impor yang efisien, dan sekaligus memperkuat ekonomi serta lingkungan. Integrasi dompet digital dalam konteks impor listrik dan pengelolaan energi membuka peluang besar bagi Indonesia untuk

mencapai efisiensi ekonomi, keberlanjutan lingkungan, dan kemandirian industri, Fitriwati Djam'an Mirzalina Zaenal (2024).

Fintech (*Financial Technology*) merupakan inovasi dari pertumbuhan teknologi dibidang keuangan. Di era yang canggih saat ini *fintech* tidak hanya berbasis layanan yang diberikan perbankan tapi *fintech* juga bisa menjadi jembatan untuk jenis bisnis baru yang dapat membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan tanpa rekening yang biasa digunakan. Sudah banyak masyarakat yang terjun kedalam dunia fintech salah satu diantaranya yaitu uang elektronik atau bisa juga disebut dompet digital. Pesatnya perkembangan *fintech* yang ada pada masyarakat bersamaan dengan pemakaian uang elektronik yang juga terus berkembang. Tahun 2019 menjadi bukti fluktuatifnya jumlah pemakaian transaksi uang elektronik dengan menggunakan dompet digital. Meningkatnya penggunaan dompet digital menjadi dorongan melalui Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Penggunaan dompet digital diprediksi akan mengalami peningkatan, menimbang dari bonus demografi Indonesia (Rahmatilah, 2018). Perubahan teknologi ini membuat perubahan pada pola hidup konsumen, terutama pola konsumsi dan cara hidupnya (Swastha dan Irawan, 2008).

Berkembangnya digital campaign di Indonesia membuat banyak orang menggunakan pembayaran non tunai seperti QRCode karena dianggap lebih praktis dan efisien. Hal ini membuat banyak merchant seperti ovo, dana, gopay, link aja membuat QRnya masing masing. Oleh karena itu Bank Indonesia membuat standarisasi QRCode agar hanya dengan satu QR yaitu QRIS maka QRCode tersebut

rhubung keseluruh merchant yang ada. Hanya dengan satu QRCode kat bisa menggunakan QRCode tersebut sesuai dengan merchant yang n atau dimiliki oleh orang tersebut, hal itu dapat menambah minat konsumsi



masyarakat selain itu juga Qris tak terlepas dari tantangan yang ada diantaranya kecurangan yang dilakukan oleh oknum merchant untuk mengambil keuntungan melalui biaya administrasi konsumen.

Meningkatnya kemajuan di bidang industri teknologi memaksa masyarakat untuk semakin terbiasa dengan kegiatan transaksi keuangan secara digital (*Financial Technology/Fintech*), salah satunya dalam melakukan transaksi pembayaran (*payment gateway*). Sebelum berkembangnya industri di bidang teknologi finansial sebagaimana kondisi saat ini, dunia perdagangan secara elektronik (E-Commerce) telah lahir dan berkembang lebih dahulu. Kebutuhan akan mekanisme pembayaran yang cepat dan aman menjadi sebuah gagasan lahirnya layanan transaksi keuangan digital (Oktoviana Banda Saputri, 2020).

Banyak faktor yang mempengaruhi mahasiswa menggunakan dompet digital, salah satunya yaitu Uang saku. Menurut (Nurhayani, Ridho Anindito dan Jaya Kusuma Edy, 2024) Semakin besar uang saku yang dimiliki, semakin tinggi kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan dompet digital. Uang saku ini dapat dipergunakan untuk memenuhi keperluan seorang anak, artinya uang saku berpengaruh pada pola konsumsi seseorang. Tingginya tingkat konsumsi seseorang bisa muncul dari besarnya uang saku yang diberikan. Pendapatan maupun uang saku yang diperoleh mahasiswa bisa berasal dari orang tua, saudara, beasiswa, maupun dengan bekerja. Uang saku yang diperoleh dari orang tua harus dikelola dengan cara maksimal oleh mahasiswa melalui mengelompokkan kebutuhan barang maupun jasa maka dari itu mahasiswa mencapai tingkat kesejahteraan.



tor lain yang mempengaruhi mahasiswa menggunakan dompet digital promosi. Menurut Tjiptono dalam (Mujahidin, 2020) promosi merupakan kegiatan pemasaran untuk menyebarkan informasi dan membujuk

masyarakat agar bersedia menggunakan produknya. Promosi dalam perkembangan dompet digital menjadi salah satu alat pemasaran yang menarik minat konsumennya. Promosi yang menjadi bagian dalam pemasaran mempunyai peran penting dalam mempengaruhi minat penggunaan dompet digital. Promosi yang dilakukan dalam penggunaan dompet digital dapat berupa cashback, diskon serta poin yang dapat digunakan untuk bertransaksi kembali (Tjiptono. 2017). Faktor Promosi adalah salah satu elemen kunci dalam bauran pemasaran yang bertujuan untuk mengkomunikasikan nilai produk atau jasa kepada konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Menurut Philip Kotler, promosi adalah "kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk target pelanggan untuk membelinya." Kotler menjelaskan bahwa promosi mencakup berbagai alat dan teknik komunikasi seperti iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Tujuan utamanya adalah untuk memengaruhi, menginformasikan, dan mengingatkan pelanggan tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Dan faktor Biaya Penting bagi pengguna untuk memahami struktur biaya administrasi sebelum memilih dompet digital. Menurut (Maulana Luthfi Nur Islamia dan Abdur Rafik, 2023) menunjukkan bahwa biaya transaksi yang rendah menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan e-wallet. Mahasiswa cenderung memilih layanan yang menawarkan biaya rendah atau tanpa biaya untuk meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi. karena ini dapat berdampak signifikan pada biaya total penggunaan. Pengguna perlu

luasi apakah manfaat dan fitur tambahan yang ditawarkan sesuai dengan yang dikenakan. Dengan melakukan penilaian ini, pengguna dapat memastikan



bahwa mereka memilih layanan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka dan anggaran yang tersedia.

Mahasiswa membutuhkan dompet digital karena memberikan kemudahan dalam mengelola keuangan mereka. Dengan menggunakan dompet digital, mahasiswa dapat dengan cepat dan efisien melakukan transaksi pembayaran, baik itu untuk pembelian barang, membayar makan dan minum, atau membeli kebutuhan sehari-hari. Selain itu, dompet digital juga memungkinkan mahasiswa untuk melacak pengeluaran mereka secara lebih terperinci, sehingga membantu mereka dalam merencanakan anggaran dan mengelola keuangan dengan lebih baik. Selain itu, dompet digital juga memberikan fleksibilitas yang dibutuhkan oleh mahasiswa yang sering berpindah-pindah tempat atau memiliki jadwal yang padat. Dengan menggunakan dompet digital, mahasiswa tidak perlu repot membawa uang tunai atau kartu kredit fisik yang rentan hilang atau dicuri. Mereka dapat dengan mudah melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja menggunakan ponsel pintar mereka. Hal ini tidak hanya mengurangi risiko kehilangan uang atau kartu, tetapi juga memberikan rasa aman dan kemudahan dalam bertransaksi, yang sangat penting bagi mahasiswa yang sering berada dalam situasi mobilitas tinggi dan beraktivitas di berbagai tempat. Dengan demikian, dompet digital menjadi alat yang sangat berguna bagi mahasiswa dalam mengelola keuangan mereka secara efektif dan efisien.

Oleh karena itu melihat fenomena diatas, dengan banyaknya permintaan pembayaran dompet digital. Sehingga berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Penggunaan Dompet

da Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Hasanuddin”.



1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka diajukan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah Uang saku berpengaruh terhadap permintaan Dompot digital pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin?
2. Apakah Biaya berpengaruh terhadap permintaan dompet digital pada Mahasiswa Universitas Hassanuddin?
3. Apakah ada perbedaan permintaan penggunaan dompet digital berdasarkan promosi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Uang saku berpengaruh terhadap permintaan Dompot digital pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanudin
2. Untuk mengetahui Biaya berpengaruh terhadap permintaan penggunaan Dompot digital pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
3. Untuk mengetahui Promosi berpengaruh terhadap permintaan penggunaan Dompot digital pada terhadap Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis



Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan mendukung literatur mengenai analisis penggunaan dompet digital bagi Mahasiswa Universitas Hasanuddin.

- b. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti setelahnya khususnya peneliti yang memiliki objek yang sama.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai wadah bagi peneliti dalam penerapan disiplin ilmu yang telah didapatkan sebelumnya, serta dapat menambah pengetahuan mengenai bagaimana mengelola keuangan dan memanfaatkan layanan jasa keuangan.

b. Bagi Mahasiswa yang dijadikan objek penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan sekaligus masukan untuk meminimalisir perilaku konsumtif ketika menggunakan uang elektronik.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi literasi dalam mengetahui hubungan antara faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif khususnya pada mahasiswa dan sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Non-Price Determinants

Non-price determinants adalah faktor-faktor selain harga yang memengaruhi jumlah barang atau jasa yang diminta atau ditawarkan di pasar. Pada sisi permintaan, faktor-faktor ini mencakup pendapatan konsumen, selera atau preferensi, harga barang substitusi dan komplementer, jumlah populasi, serta ekspektasi terhadap harga di masa depan. Misalnya, jika pendapatan konsumen meningkat, permintaan barang seperti elektronik atau pakaian cenderung meningkat meskipun harga tetap. Selain itu, perubahan tren atau gaya hidup, seperti meningkatnya minat terhadap produk ramah lingkungan, juga dapat menggeser permintaan tanpa perubahan harga. (Kotler & Keller, 2012).

2.1.2 Money demand

Money demand, atau permintaan uang, adalah keinginan individu, rumah tangga, atau perusahaan untuk memegang uang dalam bentuk likuid seperti tunai atau saldo rekening. Permintaan ini berkaitan dengan kebutuhan untuk melakukan transaksi sehari-hari, menyimpan cadangan untuk keadaan darurat, dan mengambil peluang investasi. Menurut Keynes (1936) dalam *The General Theory of Employment, Interest, and Money*, terdapat tiga motif utama permintaan uang: transaksi, yaitu uang digunakan untuk membeli barang dan jasa; jaga-jaga, yaitu menyimpan uang untuk

tidak terduga; yaitu memegang uang untuk mengambil keuntungan dari
dalam suku bunga atau peluang investasi di masa depan.



Sebagai contoh, seseorang yang menyimpan uang untuk belanja kebutuhan harian berada dalam kategori motif transaksi. Sementara itu, tabungan untuk biaya kesehatan atau keadaan darurat termasuk dalam motif jaga-jaga. Di sisi lain, jika seseorang menahan uang tunai sambil menunggu waktu yang tepat untuk membeli saham, itu masuk dalam motif spekulasi. Permintaan uang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tingkat pendapatan, tingkat harga, suku bunga, dan teknologi keuangan (contohnya, dompet digital). Pemahaman tentang money demand penting bagi kebijakan moneter karena menentukan tingkat likuiditas yang dibutuhkan dalam perekonomian.

2.1.3 Financial Technology

Financial technology (Fintech) mengacu kepada definisi *National Digital Research Center* (NDRC) yaitu sebagai inovasi keuangan pada lingkup jasa keuangan atau financial. Adapun Inovasi ini menggabungkan antara financial dan teknologi modern. Secara sederhana fintech merupakan penggabungan antara jasa keuangan dan teknologi terkini, fintech sendiri dapat diistilahkan sebagai usaha dalam memaksimalkan pemakaian teknologi mulai dari metode pembayaran, transfer, pinjaman, pengumpulan dan hingga pengelolaan asset, untuk memperkuat, mengubah dan mempercepat berbagai bidang pelayanan keuangan yang dapat dilakukan secara cepat dan ringkas Maulida (2019). (FinTech) menurut Bank Indonesia dalam Marginingsih (2019) yaitu hasil perpaduan antara teknologi terkini dengan jasa keuangan yang mengubah model bisnis sederhana (misalnya melakukan

ran secara langsung , membayar dengan uang cash) menjadi berimbang
i transaksi tidak secara langsung tetapi menggunakan media online dan juga
in pembayaran secara online). Sedangkan definisi Fintech syariah



merupakan penggabungan antara teknologi dan keuangan yang menghasilkan kemudahan pada proses informasi dan transaksi pada bidang teknologi keuangan yang berdasarkan syariat atau hukum Islam.

2.1.4 Dompot Digital

Dompot digital didefinisikan sebagai kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik (nontunai) dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain (Megadewandanu, Suyoto, & Pranowo, 2016). Sedangkan menurut Kuganathan & Wikramanayake (2014) Dompot digital adalah layanan pembayaran yang dioperasikan dibawah regulasi keuangan dan dilakukan melalui perangkat mobile. Dompot digital adalah sebuah perangkat elektronik, layanan jasa, atau bahkan program perangkat lunak (aplikasi) yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi secara online dengan pengguna lainnya untuk membeli barang dan jasa (Scheider, 2011).

Uang atau saldo yang ada di dalam Dompot digital adalah uang yang sebelumnya memang sudah disimpan dalam dompet digital tersebut. Dalam kasus yang lain, untuk top up Dompot digital juga bisa dilakukan dengan cara menautkan rekening bank ke akun dompet digitalnya. Dompot digital ialah sebuah layanan berbasis elektronik yang digunakan untuk menyimpan data instrumen pembayaran, antara lain alat pembayaran dengan memakai kartu atau yang dapat juga digunakan sebagai media penyimpanan saldo untuk melakukan pembayaran (Indonesia, 2016). Dompot digital dapat mempermudah transaksi dikarenakan konsumen tidak harus membawa uang cash secara langsung pada jumlah yang banyak, hanya dengan mempunyai saldo

mpet digital yang terpasang dalam smartphone dengan jaringan internet maka ran dapat dilakukan secara mudah.



2.1.5 Uang Saku

Pendapatan mahasiswa mencakup semua sumber keuangan yang diterima oleh mahasiswa, termasuk uang saku dari orang tua, beasiswa, dan penghasilan dari pekerjaan paruh waktu. Menurut penelitian yang diterbitkan dalam Jurnal Business, Technology & Science, uang saku yang diberikan oleh orang tua merupakan pendapatan utama bagi mahasiswa dan dapat mempengaruhi perilaku belanja mereka. Menurut Wahyudi, (2017), Pendapatan yang dibagikan orang tua pada anaknya disebut uang saku. Uang saku ini dapat dipergunakan untuk memenuhi keperluan seorang anak, artinya uang saku berpengaruh pada pola konsumsi seseorang. Tingginya tingkat konsumsi seseorang bisa muncul dari besarnya uang saku yang diberikan. Pendapatan maupun uang saku yang diperoleh mahasiswa bisa berasal dari orang tua, saudara, beasiswa, maupun dengan bekerja. Uang saku yang diperoleh dari orang tua harus dikelola dengan cara maksimal oleh mahasiswa melalui mengelompokkan kebutuhan barang maupun jasa maka dari itu mahasiswa mencapai tingkat kesejahteraan. Secara tidak langsung uang saku merupakan keadaan ekonomi dari seseorang atau individu yang belum memiliki penghasilan, halnya seorang mahasiswa. Uang saku seseorang akan mempengaruhi pilihan produk yang akan dibelinya atau jasa yang akan digunakan (Kotler dan Philip dan Armstrong G., 2008).

Mahasiswa seringkali merasa uang saku yang diperoleh dari orang tua sedikit sehingga mahasiswa meminta uang saku dua kali, maka perlu adanya ilmu pengetahuan untuk mengelola uang saku sehingga mahasiswa bisa berhemat, bisa

g dari uang saku pemberian orang tua. Kontrol diri dapat menjadi potensi at digunakan mahasiswa dalam menghadapi kondisi dari lingkungan sekitar.



Kontrol diri artinya mampu menyusun, mengatur, mengelola serta membentuk karakter yang membawa kearah dampak yang positif. Kontrol diri menjadi pengendali tingkah laku seseorang dalam memutuskan sesuatu sebelum bertindak, sehingga dalam mengendalikan tingkah laku selama berkonsumsi agar tidak konsumtif perlu dilakukan kontrol diri yang tinggi (Kumalasari dan Soesilo, 2019).

Lingkungan dapat mempengaruhi penggunaan uang saku dikalangan mahasiswa, sehingga ada mahasiswa yang uang sakunya terbatas masih dapat mengelola uang sakunya dengan bijak maka segala kebutuhannya bisa terpenuhi. Tidak sedikit pula mahasiswa dengan jumlah uang saku yang lebih banyak namun masih merasa kekurangan dana karena tidak dapat mengontrol dan mengelola pengeluarannya secara bijak. Hal ini dapat menjadi bukti bahwa naiknya jumlah uang saku menyebabkan naik juga jumlah pengeluarannya, karena masih banyak faktor lain selain uang saku yang dapat mempengaruhi besar dan kecilnya pola konsumsi mahasiswa. Selain lingkungan terdapat pengaruh lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang yakni lingkungan teman sebaya.

Indikator Uang saku merujuk pada faktor-faktor atau aspek yang dapat diukur untuk menentukan sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi akan meningkatkan kinerjanya.

1. Besaran Uang Saku

Uang saku bagi mahasiswa adalah sejumlah uang yang diberikan oleh orang tua atau wali kepada mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari selama mereka menempuh pendidikan. Uang saku ini umumnya digunakan untuk sebagai keperluan seperti biaya transportasi, makan, pembelian buku, fotokopi, kebutuhan pribadi lainnya. Bagi sebagian mahasiswa, uang saku ini juga digunakan untuk kegiatan sosial seperti nongkrong dengan teman-teman



atau mengikuti kegiatan ekstrakurikuler. Uang saku ini biasanya diberikan secara berkala, misalnya mingguan atau bulanan, tergantung pada kesepakatan antara mahasiswa dan pemberi.

2.1.6 Biaya

Variabel biaya administrasi dalam dompet digital mencakup berbagai biaya yang berkaitan dengan pengelolaan dan pemeliharaan akun pengguna. Ini bisa mencakup biaya pendaftaran awal, biaya langganan bulanan atau tahunan, dan biaya untuk akses ke layanan tambahan seperti fitur premium atau analitik transaksi. Biaya administrasi ini bertujuan untuk menutupi pengeluaran operasional penyedia dompet digital, termasuk biaya teknologi, keamanan, dan dukungan pelanggan. Biaya administrasi sering kali dipengaruhi oleh jenis layanan dan fitur yang ditawarkan oleh dompet digital. Misalnya, dompet digital yang menawarkan fitur canggih seperti manajemen keuangan, integrasi dengan sistem bisnis, atau layanan pelanggan yang lebih intensif mungkin mengenakan biaya administrasi yang lebih tinggi. Sebaliknya, dompet digital yang hanya menawarkan layanan dasar dan tidak memerlukan banyak dukungan mungkin memiliki biaya administrasi yang lebih rendah. Penting bagi pengguna untuk memahami struktur biaya administrasi sebelum memilih dompet digital, karena ini dapat berdampak signifikan pada biaya total penggunaan. Pengguna perlu mengevaluasi apakah manfaat dan fitur tambahan yang ditawarkan sesuai dengan biaya yang dikenakan. Dengan melakukan penilaian ini, pengguna dapat memastikan bahwa mereka memilih layanan yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka dan anggaran yang tersedia.



1. Biaya Per Transaksi

Dompot digital adalah sejumlah biaya yang dikenakan setiap kali pengguna melakukan transaksi melalui platform dompet digital. Biaya ini bisa dikenakan oleh penyedia layanan dompet digital atau oleh pihak ketiga yang terlibat dalam proses transaksi, seperti bank atau penyedia jasa pembayaran lainnya. Jenis transaksi yang mungkin dikenakan biaya per transaksi meliputi transfer dana antar akun, pembayaran tagihan, pembelian barang atau jasa, dan penarikan tunai dari saldo dompet digital ke rekening bank. Besaran biaya ini dapat bervariasi tergantung pada jenis transaksi, jumlah uang yang ditransfer, dan kebijakan dari masing-masing penyedia layanan.

2.1.7 Promosi

Dalam Kotler dan Keller (2016:47), promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Promosi dalam perkembangan dompet digital menjadi salah satu alat pemasaran yang menarik minat konsumennya. Promosi yang menjadi bagian dalam pemasaran mempunyai peran penting dalam mempengaruhi minat penggunaan dompet digital. Promosi yang dilakukan dalam penggunaan dompet digital dapat berupa cashback, diskon serta poin yang dapat digunakan untuk bertransaksi kembali (Tjiptono. 2017).

Menurut William J. Stanton, sebagaimana dikutip oleh Danang Sunyoto, promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang di dayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan.



Salah satu bentuk komunikasi pemasaran adalah promosi. Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran

atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang 2 bersangkutan. Secara singkat promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, kemudian akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut.

Promosi adalah salah satu elemen kunci dalam bauran pemasaran (marketing mix) yang bertujuan untuk mengkomunikasikan nilai produk atau jasa kepada konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Menurut Philip Kotler, promosi adalah "kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk target pelanggan untuk membelinya." Kotler menjelaskan bahwa promosi mencakup berbagai alat dan teknik komunikasi seperti iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Tujuan utamanya adalah untuk memengaruhi, menginformasikan, dan mengingatkan pelanggan tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. William J. Stanton memperkuat pandangan Kotler dengan menyatakan bahwa "promosi adalah elemen penting dari strategi pemasaran yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen." Stanton menekankan bahwa promosi mencakup berbagai alat dan teknik komunikasi yang dirancang untuk mencapai audiens yang lebih luas dan efektif. Ini mencakup iklan di media massa, kampanye penjualan langsung, promosi penjualan seperti diskon dan kupon, serta kegiatan hubungan masyarakat yang bertujuan membangun citra positif perusahaan.

Menurut Stanton, tanpa promosi yang efektif, produk atau jasa yang baik pun tidak mencapai potensi penjualannya karena konsumen tidak akan mengetahui atau nilai yang ditawarkan.



1. Jangkauan promosi

Jangkauan promosi mengacu pada seberapa luas audiens atau pasar yang dapat dijangkau oleh sebuah kegiatan promosi. Ini mencakup jumlah orang atau segmen pasar yang terkena dampak dari pesan promosi yang disampaikan oleh perusahaan. Jangkauan promosi yang luas berarti bahwa pesan promosi telah berhasil menjangkau sejumlah besar orang, yang biasanya menjadi tujuan dalam kampanye iklan atau pemasaran massal. Sebaliknya, jangkauan promosi yang lebih sempit sering kali diarahkan pada kelompok target yang spesifik, seperti kampanye yang ditargetkan pada demografi tertentu atau pasar niche.

2.2 Studi Empiris

Nabila Adilah Rohmah & Heny Kurnianingsih (2023) meneliti tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna aplikasi GoPay di Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan apakah faktor usia, jenis kelamin dan gaya hidup mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan Gopay. Serta untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan faktor mana saja yang memberikan pengaruh dominan terhadap minat seseorang dalam menggunakan Gopay. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Jakarta yang memiliki minat menggunakan Gopay dengan sampel yang digunakan sebanyak 97 responden, menggunakan teknik sampling non probability sampling ditentukan dengan purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil total



l menunjukkan faktor usia dengan total variance (28,1%), faktor jenis kelamin dan faktor gaya hidup (37,5%). Faktor dominan yang paling mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan aplikasi Gopay di Jakarta yaitu faktor gaya

hidup dengan nilai total variance 37,5%.. Hasil riset menunjukkan usia, jenis kelamin dan gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan GoPay.

Kepler Sinaga, Charles M. Sianturi & Poppy Efrida Waruwu (2024) Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. Penelitian ini berfokus pada Penggunaan Dompet Digital pada mahasiswa di Universitas HKBP Nommensen Medan. Dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester genap tahun 2020/2021 di Universitas HKBP Nommensen Medan dengan jumlah sampel 99 orang responden, dalam penelitian ini teknik penarikan sampel menggunakan metode Sampel Probability dengan jenis Proportionate Stratified Random Sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebar melalui Google Form.

Chaiza Inaya , Ratna Julita Ismiarti & Fitri Ayu Nofirda, (2023) meneliti tentang "Analisis Dampak Penggunaan Dompet Digital pada Generasi Milenial: Studi Komparasi Gopay dan Ovo/Dana" Karena kemajuan informasi dan teknologi yang sangat pesat, masyarakat harus belajar bagaimana menggunakan internet dan tetap terhubung setiap saat. Menggunakan dompet elektronik (E-Wallet) untuk bertransaksi merupakan salah satu gaya hidup baru yang sedang bermunculan; ini juga dikenal sebagai penggunaan tanpa uang tunai. Aplikasi Dana adalah platform dompet digital yang dirancang untuk memungkinkan transaksi non tunai dilakukan baik online

offline. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana minat milenial dalam menggunakan aplikasi Dana, sebuah e-wallet, dipengaruhi oleh fitur layanan. Sistem pembayaran digital bukan berarti mata



uang tidak lagi digunakan. Namun karena banyak akunya uang yang beredar dengan sistem pembayaran digital ini, inflasi bisa ditekan seminimal mungkin.

Fara Della Nur Annisa, Joy Nashar Utama Jaya, Surmiati (2022) Penelitian ini tentang “Evaluasi Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi E-Wallet OVO dan GOPAY Dengan Metode User Experience Questionnaire” bertujuan membahas terkait hasil pengujian terhadap pengalaman pengguna atas aplikasi e-wallet ovo dan gopay dengan populasi yang berasal dari masyarakat umum pengguna aplikasi ovo dan gopay di kota Balikpapan, maka dapat disimpulkan bahwa dari keseluruhan 6 skala yang diukur pada e-wallet ovo, menunjukkan bahwa aplikasi ini memiliki hasil benchmarking pada skala kebaruan (novelty) yang lebih unggul dibandingkan skala lainnya. Sementara pada aplikasi e-wallet gopay, menunjukkan bahwa aplikasi ini memiliki hasil benchmarking pada skala kebaruan (novelty) yang lebih rendah dibandingkan skala lainnya. Jika kedua aplikasi dibandingkan, maka hasilnya menunjukkan bahwa aplikasi e-wallet gopay lebih unggul untuk digunakan sebagai alat transaksi pembayaran non tunai dibandingkan aplikasi ovo. Hal ini ditunjukkan oleh nilai ke 5 skala dari aplikasi e-wallet gopay yang lebih tinggi dibandingkan dengan aplikasi ovo. Pada aplikasi e-wallet ovo diperlukan perbaikan pada skala daya tarik. Hal ini sesuai dengan hasil uji untuk faktor tidak atraktif dan tidak nyaman yang memiliki nilai impresi normal dan dibawah rata-rata, sehingga membutuhkan upaya untuk meningkatkan nilai tersebut dengan memperbarui aplikasi e-wallet ovo yang menarik dan nyaman bagi pengguna. Sedangkan pada aplikasi e-wallet gopay perlu peningkatan pada aspek kebaruan (novelty). Hal ini sesuai dengan hasil uji untuk



noton dan konvensional memiliki nilai impresi normal dan dibawah rata-rata, membutuhkan upaya untuk meningkatkan nilai tersebut dengan membuat aplikasi yang lebih kreatif dan inovatif.

Anggi Ariena Lu'ulqolby Gunawan, (2022) penelitian ini membahas “Pengaruh aplikasi dompet digital terhadap transaksi dimasa kini” Dari hasil penelitian diketahui bahwa kepercayaan merupakan faktor utama user untuk mengadopsi penggunaan dompet digital. Provider dompet digital, dapat lebih meningkatkan kepercayaan konsumen dalam menggunakan dompet digital dengan mengedepankan aspek keamanan yang terpasang dalam sistem dompet digital agar user dapat lebih percaya untuk menandatangani uang elektronik ke dalam akun rekening dompet digital miliknya. Untuk penelitian selanjutnya mengenai pengadopsian dompet digital, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dan mendalami hal-hal yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian sebelumnya, atau dapat juga menambahkan variabel lain yang berkaitan dan belum digunakan dalam penelitian ini. Atau dapat juga menggunakan teori baru untuk digunakan dalam penelitian pengadopsian dompet digital.

Sri Astuti & Suswardji Nugroho, (2021) penelitian ini berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi dompet digital go-pay” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan apakah faktor pengetahuan konsumen, fitur layanan, persepsi kemudahan, persepsi manfaat, promosi penjualan, harga (top-up) dan kepercayaan mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan dompet digital go-pay. Serta untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan faktormana saja yang memberikan pengaruh dominan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan dompet digital Go-pay. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan Teknik

ulan data menggunakan kepustakaan dan media online.

asanah & Abidin, (2022) dengan judul “Pengaruh keamanan dan kemudahan iksi terhadap minat beli menggunakan dompet digital OVO pada kalangan

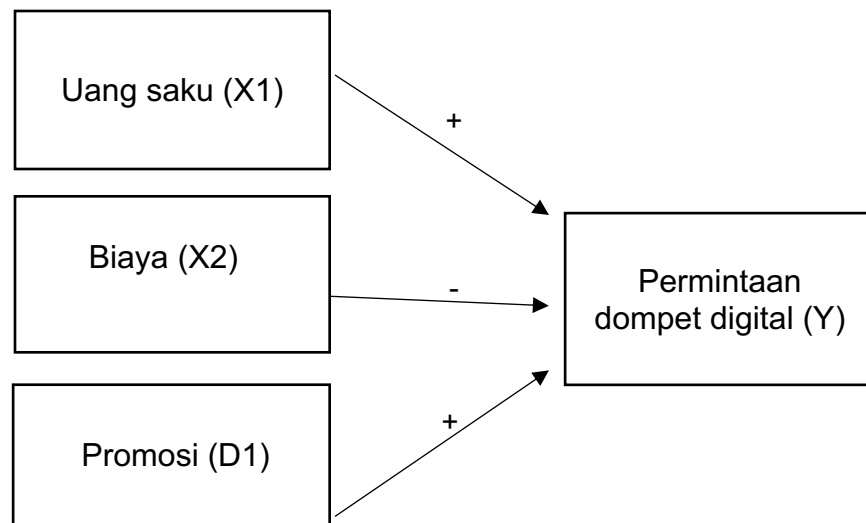


Mahasiswa di Banjarmasin” Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh keamanan dan kemudahan bertransaksi terhadap minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh keamanan dan kemudahan bertransaksi terhadap minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan dan kemudahan bertransaksi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan OVO pada kalangan mahasiswa di Banjarmasin sehingga apabila tingkat keamanan dan kemudahan bertransaksi ditingkatkan tentu minat beli menggunakan OVO pun akan semakin meningkat juga.

2.3 Kerangka Pikir Penelitian

Permintaan dalam menggunakan dompet digital dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah berdasarkan Uang saku, Biaya dan Promosi. Ketiga faktor ini memiliki hubungan searah dengan permintaan penggunaan dompet digital. Artinya jika berdasarkan Uang saku, Biaya dan Promosi yang di lihat oleh konsumen maka kemungkinan konsumen dalam menggunakan dompet digital juga akan meningkat. Berdasarkan uraian tersebut diatas, kerangka berpikir dapat digambarkan sebagai berikut:





Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Dari perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulius membuat hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga Uang saku berpengaruh positif terhadap permintaan dompet digital pada Mahasiswa Universitas Hassanuddin.
2. Diduga Biaya berpengaruh negatif terhadap permintaan dompet digital pada Mahasiswa Universitas Hassanuddin.
3. Diduga Promosi penggunaan berpengaruh positif terhadap permintaan dompet digital pada Mahasiswa Universitas Hassanuddin.

