

Pandangan Mahasiswa Terhadap ShopeePay Sebagai Metode Pembayaran

Tiara Rani Intan Pratama, Kukuh Sinduwiatmo*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

*Correspondence: Kukuh Sinduwiatmo
Email: kukuhsinduwiatmo@umsida.ac.id



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstrak : Studi ini mengeksplorasi persepsi mahasiswa terkait penggunaan dompet digital, dengan menggunakan teori atribusi dan metode deskriptif kualitatif. Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan wawasan tentang faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi persepsi tersebut. Hasil menunjukkan pandangan yang umumnya positif terhadap dompet digital, menonjolkan faktor internal seperti keamanan, pentingnya fitur, dan kemudahan penggunaan yang berkontribusi pada daya tarik mereka sebagai alat keuangan yang praktis dan fleksibel. Faktor eksternal, termasuk penawaran promosi dan pengaruh teman sebaya, juga berperan penting dalam membentuk sikap positif. Studi ini menekankan pentingnya memahami atribusi pengguna dalam meningkatkan adopsi dompet digital dan menawarkan implikasi bagi pengembang teknologi dan pemasar dalam meningkatkan keterlibatan pengguna.

Kata Kunci : Dompet Digital, Persepsi Pengguna, Teori Atribusi, Penelitian Kualitatif, Adopsi Teknologi.

Abstract : This study explores student perceptions regarding digital wallet usage, employing attribution theory and qualitative descriptive methods. Interviews were conducted to gather insights into both internal and external factors influencing these perceptions. Results indicate a predominantly positive view towards digital wallets, highlighting internal factors such as security, feature importance, and ease of use that contribute to their appeal as practical and flexible financial tools. External factors, including promotional offers and peer influence, also play a significant role in shaping positive attitudes. The study underscores the importance of understanding user attributions in enhancing digital wallet adoption and offers implications for technology developers and marketers in improving user engagement.

Keywords : Digital Wallets, User Perceptions, Attribution Theory, Qualitative Research, Technological Adoption.

Introduction

Kemajuan dan perkembangan teknologi kini telah makin berkembang pesat dan sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari khususnya di Indonesia. Terutama perkembangan pada dunia digital, dengan perkembangan teknologi dunia digital ini membuat manusia ketergantungan pada perangkat elektronik. Karena dengan perkembangan teknologi ini mampu mempermudah segala kegiatan yang bersifat elektronik. Karena teknologi sudah berkembang pesat ini berarti banyak masyarakat yang melakukan pembayar telah mengalami perubahan yaitu pembayaran secara elektronik atau bisa disebut e-wallet .

E-wallet ialah suatu jenis teknologi keuangan (fintech) yang menggunakan pemanfaatan jaringan internet dan berfungsi untuk opsi pengganti dalam melakukan transaksi pembayaran[1]. Dengan munculnya e-wallet ini memberikan kemudahan dalam

meggunkannya serta mengaksesnya, dan kebanyakan e-wallet ini banyak digunakan oleh remaja serta kaum mahasiswa karena kebanyakan remaja yang banyak mengenal tentang internet dan perkembangan teknologi.

Salah satu dampak perkembangan teknologi yaitu dengan munculnya aplikasi online bernama shopee yang dapat disebut dengan e-commerce, Shopee merupakan platform perdagangan elektronik (e-commerce) yang telah mengalami pertumbuhan signifikan di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Didirikan di tahun 2009 oleh Forrest Li, Shopee memulai kehadirannya pada tahun 2015 di Singapura [2]. Didalam aplikasi shopee terdapat fitur e-wallet yang bernama shopeepay, shopeepay adalah fitur layanan dompet online atau bisa disebut dengan uang elektronik yang berfungsi sebagai alat pembayaran secara non tunai. memiliki beberapa manfaat yaitu seperti dompet digital atau e-wallet yang dimana kita bisa menyimpan uang secara digital dan shopeepay bisa digunakan sebagai pembayaran online. Shopeepay juga dapat memudahkan para konsumen dalam berbelanja melalui shopee serta melakukan suatu transaksi bersifat non tunai.

Awal kehadiran aplikasi shopee serta banyak yang menggunakan, dikarena shopee banyak menyediakan produk yang menarik dengan harga yang terjangkau berakibat bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen pengguna shopee, serta dilansir dari databoks yang mengutip dari data similarweb sepanjang february 2023 situs shopee mendapatkan 143,6 juta kunjungan, hal ini memperlihatkan bahwa shopee adalah e-commerce terbanyak dikunjungi [3]. Dengan munculnya shopee dan terdapat fitur shopeepay, membuat para remaja seperti yang ada di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang berada di jalan Mojopahit No. 666 B, sidowayah, celep kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Jawa Timur yaitu menggunakan shopeepay dalam melakukan transaksi online, seperti yang dilakukan oleh Amelia Regina Hans mahasiswa jurusan Manajemen yang menggunakan fitur shopeepay seperti melakukan jual beli barang, serta pembelian pulsa. Ada pula mahasiswa jurusan perbankan syariah yang bernama Amelia Eka Dimawan yang menggunakan shopeepay untuk keperluan sehari-hari seperti pembelian token listrik, serta pembelian layanan streaming netflix, dan mahasiswa jurusan pendidikan bahasa inggris yang bernama Sherina Ariesty Marsella yang menggunakan shopeepay sebagai pembelian makanan dan minuman. Karena semakin berkembang pesat teknologi, maka sangat berpengaruh pula dalam kehidupan sehari-hari karena penggunaan e-wallet atau fitur shopeepay dalam aplikasi shopee ini memberikan kemudahan berbelanja tanpa perlu membawa uang yang berbentuk tunai.

(Haryanto 2013) mengatakan bahwa opini melibatkan tanggapan aktif individu terhadap rangsangan khusus, yang bergantung pada interpretasi personal dan berkontribusi pada pembentukan persepsi tertentu. Sebaliknya, khalayak mengacu pada sekelompok orang dengan minat dan perhatian yang serupa terhadap suatu isu tertentu dikutip dari buku [4]

Teori atribusi merupakan salah satu teori yang menjelaskan tentang sebab-sebab perilaku manusia. Dan ingin mengetahui penyebab dibalik perilaku mereka. Baik perilaku tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor intrinsik (seperti motivasi dan keyakinan) atau oleh

kondisi lingkungan eksternal [5]. Konsep teori atribusi awalnya diperkenalkan pada tahun 1958 oleh Heider. Teori tersebut dipakai guna membangun pengertian mengenai langkah seseorang dievaluasi dengan cara berbeda, tergantung dengan signifikansi yang dikaitkan pada tingkah laku tertentu, Tujuan dari teori atribusi adalah untuk menjelaskan mekanisme yang mendasari persepsi diferensial kita terhadap individu, yang bergantung pada interpretasi atau kepentingan yang kita berikan pada tindakan tertentu. Ketika memeriksa perilaku individu, sangat penting untuk menilai apakah itu dipengaruhi oleh faktor internal atau eksternal. Perilaku dikaitkan dengan faktor internal mengacu pada faktor-faktor yang dianggap berada dalam kontrol pribadi individu. Sebaliknya, perilaku yang dipengaruhi oleh faktor eksternal mengacu pada skenario di mana seseorang dipaksa untuk bertindak dengan cara tertentu [6]

Hasil penelitian terdahulu pada 2021 dari Azka fikri, yang berjudul “pengaruh penggunaan shopeepay sebagai dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB USU”. Penelitian ini mengadopsi skema kuantitatif seraya menggunakan metode penelitian korelasional. Tujuan dari penelitian ini yaitu guna memahami penggunaan ShopeePay, mengevaluasi pola konsumsi mahasiswa FEB USU, dan melihat sejauh mana pengaruh ShopeePay pada tingkah laku konsumsi mahasiswa tersebut. Seluruh populasi menjadi subjek penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan ShopeePay sebagai dompet digital memiliki pengaruh yang nyata terhadap kecenderungan konsumsi mahasiswa yang terdaftar di FEB USU. Serta terbukti adanya tindakan perilaku konsumtif[7]. Hasil penelitian terdahulu pada 2022 dari dafa faturachman, yang berjudul “analisis penggunaan aplikasi shopee terhadap minat berbelanja mahasiswa universitas islam negeri raden intan lampung berdsarkan perspektif ekonomi islam”. Penelitian ini mengadopsi pendekatan penelitian deskriptif. Penelitian ini memiliki tujuan guna mengevaluasi pengaruh gabungan metode pembayaran Shopee Pay Later, Shopee Pay, dan Cash On Delivery terhadap preferensi pembelian mahasiswa yang terdaftar di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Hasil penelitian tersebut mengindikasikan terdapat hubungan signifikan diantara metode pembayaran seperti Shopee Pay Later, Shopee Pay, dan Cash On Delivery, dan perilaku pembelian konsumen[8]. Hasil penelitian terdahulu dari Syifa Pramudita Faddila, Uus Mohammad Darul Fadli, Robby Fauji (2022), yang berjudul “analisis karakteristik pengguna shopeepay sebagai dompet digital pada generasi z”. Metode deskriptif kuantitatif dipergunakan, di mana penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami karakteristik pengguna ShopeePay dalam kelompok generasi Z dan perannya sebagai dompet digital. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa siswa perempuan menunjukkan preferensi yang lebih tinggi dalam penggunaan e-wallet ShopeePay dibanding dengan siswa laki-laki[9]. Hasil penelitian terdahulu dari Sisca Aulia (2020), yang berjudul “Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital”. Metode deksriptif kualitatif dengan pendekatan literature digunakan pada penelitian ini. Penelitian ini bertujuan guna menginvestigasi kebiasaan konsumsi impulsif pada generasi milenial yang dipengaruhi oleh rangsangan promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya pandemi Covid-19 telah mempengaruhi

meningkatnya pemanfaatan dompet digital sebagai pilihan utama konsumen untuk berbelanja, dikarenakan kepraktisan dan efisiensi transaksi elektronik yang lebih sesuai untuk digunakan selama situasi pandemi[10]. Hasil penelitian terdahulu dari Laurensi Angelica, dan Ugy Soebiantoro (2022), yang berjudul “Analisa menggunakan dompet digital”. Penelitian ini memakai cara pengambilan contoh non-acak dengan pendekatan contoh sengaja untuk menguji pengaruh pengenalan promosi cashback dan merek terhadap preferensi penggunaan dompet digital ShopeePay di kota Surabaya. Hasil studi menunjukkan bahwa upaya memperkenalkan merek ShopeePay dan menawarkan insentif uang kembali berperan dalam meningkatkan popularitas penggunaan dompet digital tersebut. Sedangkan untuk penelitian yang dijalankan oleh peneliti saat ini ialah dalam rangka memahami bagaimana opini mahasiswa tentang penggunaan shopee sebagai transaksi pembayaran[11]. Berdasarkan dari maksud penelitian ini ialah untuk memahami pendapat mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo mengenai penggunaan shopeepay sebagai transaksi pembayaran.

Methodology

Penelitian ini mengadopsi skema deskriptif dengan memakai metode penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif memungkinkan pengumpulan data secara mendalam yang memberikan makna yang kaya dan mendalam[12]. Dengan demikian, penelitian kualitatif bermaksud agar memperoleh pengertian yang mendalam mengenai persoalan sosial dan individu. Karena peneliti menafsirkan seperti apa topik mendapatkan nilai dari wilayah sekitar, serta seperti apa nilai itu berdampak pada tingkah laku mereka[13]. Tujuan penelitian ini, untuk mengetahui tentang opini mahasiswa pada penggunaan shopeepay sebagai transaksi pembayaran. subjek opini pada penelitian ini yaitu mahasiswa muhammadiyah sidoarjo. sedangkan untuk objek yang dipakai pada penelitian ini adalah shopeepay sebagai transaksi pembayaran. Sementara data sekunder dan primer dipergunakan sebagai sumber data. Teknik sampling yang digunakan teknik sampling snowball ialah metode sampling yang mana sampel didapatkan lewat sistem berjalan antara satu informan ke informan yang lainnya, umumnya cara tersebut dilakukan demi menerangkan rupa-rupa komunikasi ataupun sosial sebuah perkumpulan tertentu[14]. Cara penetapan sample yang mulanya berkuantitas minim, lalu bertumbuh kian banyak. Informan dalam penelitian ini berjumlah 8 orang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang memiliki shopee dan memakai shopeepay[15]. Adapun informan-informan yang sudah diwawancarai untuk menghasilkan wawancara antara informan dan sebagai bukti bahwa penelitian ini sudah melalui wawancara. Berikut profil narasumber yang menjadi ninforman dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo :

No	Nama	Jenis Kelamin	Prodi
1	Awalina Rahayu	Perempuan	Ilmu Komunikasi
2	Riska Putri Ayu Ningtias	Perempuan	Manajemen

No	Nama	Jenis Kelamin	Prodi
3	Silvia Mitahullisa	Perempuan	Ilmu Komunikasi
4	Verly Abi Dwitasari	Perempuan	Ilmu Komunikasi
5	Verly Abi Dwitasari	Perempuan	Ilmu Komunikasi
6	Nuril Ilmiatus	Perempuan	Ilmu Komunikasi
7	Hafshah Hazimah	Perempuan	Ilmu Komunikasi
8	Sri Wahyuni Romadhon	Perempuan	Ilmu Komunikasi
9	Amelia Regina	Perempuan	Manajemen

Result and Discussion

Dalam konteks penggunaan ShopeePay sebagai transaksi pembayaran, dilakukan wawancara dengan sejumlah mahasiswa untuk mengetahui pendapat mereka mengenai penggunaan ShopeePay. Berdasarkan teori atribusi yang menjelaskan sebab-sebab perilaku manusia, termuat dua faktor yang dapat memberi dampak pada perilaku, yakni faktor intrinsik serta kondisi lingkungan eksternal. Dalam hal ini, faktor intrinsik dapat mencakup motivasi dan keyakinan individu, sedangkan kondisi lingkungan eksternal mencakup pengaruh sosial dan faktor-faktor situasional.

Perilaku internal terjadi ketika individu bertindak secara sukarela dan sadar, dipengaruhi oleh faktor-faktor pribadi seperti kepribadian, tingkat kesadaran, dan keterampilan yang dimilikinya. Sementara itu, perilaku eksternal terjadi ketika individu dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti situasi atau lingkungan, yang mendorongnya untuk bertindak dengan terpaksa, termasuk pengaruh sosial dari orang lain.

Dari hasil wawancara dengan sejumlah mahasiswa, diperoleh beberapa opini mengenai penggunaan ShopeePay sebagai transaksi pembayaran. Beberapa mahasiswa menyatakan bahwa mereka menggunakan ShopeePay karena faktor intrinsik seperti kemudahan, kenyamanan, dan kepraktisan dalam melakukan transaksi online. Mereka merasa bahwa ShopeePay mampu menekan tenaga serta waktu lantaran tak harus membawa uang tunai

atau kartu kredit fisik. Selain itu, beberapa mahasiswa juga menyebutkan bahwa mereka menggunakan ShopeePay karena adanya insentif atau promosi khusus yang ditawarkan, yang memberikan keuntungan tambahan dalam penggunaan aplikasi tersebut. Di sisi lain, faktor lingkungan eksternal juga turut mempengaruhi penggunaan ShopeePay. Mahasiswa yang sering berinteraksi dengan teman-teman seangkatannya menyebutkan bahwa mereka mulai menggunakan ShopeePay setelah melihat teman-teman mereka menggunakan aplikasi tersebut. Pengaruh sosial dari lingkungan sekitar membuat mereka tertarik untuk mencoba dan akhirnya mengadopsi penggunaan ShopeePay.

1. Keamanan Penggunaan ShopeePay

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa bernama nuril ilmiatus, Jurusan Ilmu Komunikasi, memiliki aplikasi Shopee dan menggunakan Shopeepay sebagai metode pembayaran. Dalam wawancara ini narasumber menyatakan bahwa “saya merasa aman saat memakai Shopeepay karena saya tidak pernah mendapatkan pengalaman buruk dan tidak ada biaya admin” Alasan yang disebutkan meliputi keamanan, kenyamanan, dan menghindari biaya administrasi saat melakukan transfer melalui bank. Selain itu, narasumber juga menekankan bahwa mereka belum pernah mengalami pengalaman buruk sejak menggunakan ShopeePay. Menurut teori atribusi, individu cenderung mencari penyebab atau atribusi atas yang mereka alami. Selain itu, tidak terjadinya pengalaman buruk juga dapat memberikan atribusi internal yang menguatkan keyakinan mereka terhadap keamanan ShopeePay.

2. Perlindungan Informasi Pribadi dan Transaksi dalam ShopeePay

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa bernama silvia, Jurusan Ilmu Komunikasi memberikan tanggapan terkait perlindungan informasi pribadi dan informasi transaksi dalam ShopeePay. Dalam wawancara ini narasumber menyatakan bahwa bahwa “ShopeePay melindungi informasi pribadi dan transaksi saya, karena sejauh ini saya tidak pernah mendapat pengalaman buruk, serta dalam melakukan transaksi ada sandi atau pin”. Teori atribusi menjelaskan bahwa individu cenderung mencari atribusi atau penyebab atas perilaku atau pengalaman yang mereka alami. Dalam hal ini, responden yang merasa bahwa ShopeePay melindungi informasi pribadi dan transaksi akan memberikan atribusi internal.

3. Keuntungan Penggunaan ShopeePay sebagai Metode Pembayaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa bernama verly, jurusan Ilmu Komunikasi memberikan beberapa keuntungan yang ditawarkan saat menggunakan ShopeePay sebagai metode pembayaran. “saat saya menggunakan Shopeepay membuat transaksi lebih mudah, cepat serta adanya promo” Menurut teori atribusi, individu cenderung mencari atribusi atau penyebab atas perilaku atau pengalaman yang mereka alami. Dalam hal ini, responden yang menganggap penggunaan ShopeePay sebagai metode pembayaran memberikan keuntungan akan memberikan atribusi internal. Mereka mengaitkan keuntungan tersebut dengan pemilihan mereka untuk menggunakan ShopeePay,

4. Kemudahan Transaksi Pembayaran dengan ShopeePay

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa bernama awalina jurusan Ilmu Komunikasi menyatakan bahwa merasa dipermudah dalam melakukan transaksi pembayaran setelah menggunakan ShopeePay. "shopeepay sangat mempermudah saya dalam melakukan transaksi pembayaran, karena untuk mengisinya juga sangat mudah" Menurut teori atribusi, individu cenderung mencari atribusi atau penyebab atas perilaku atau pengalaman yang mereka alami. Dalam hal ini, dipermudah dalam transaksi pembayaran dengan ShopeePay akan memberikan atribusi internal.

5. Persetujuan Terhadap Penggunaan ShopeePay sebagai Transaksi Pembayaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa Bernama hafshah, jurusan Ilmu Komunikasi menyatakan bahwa mendapatkan kesimpulan dan kemudahan penggunaan, pengalaman buruk dengan metode pembayaran lain yang memiliki batasan dan persyaratan tambahan, serta kebebasan dari batasan transaksi dengan ShopeePay yang hanya memerlukan verifikasi data awal. "awalnya saya pakai e-wallet lainnya tapi selalu kena limit waktu melakukan transaksi lalu beralih menggunakan shopeepay karena teman aku menyarankan memakai shopeepay karena tidak ada limitnya, yauda sampai sekarang pakai". Menurut teori atribusi, individu cenderung mencari atribusi atau penyebab atas perilaku atau pengalaman yang mereka alami. Mereka mengaitkan persetujuan tersebut dengan kepuasan mereka terhadap kesimpulan, kemudahan, dan kebebasan yang diberikan oleh ShopeePay, serta pengalaman negatif sebelumnya dengan metode pembayaran lain.

6. Kesan Terhadap ShopeePay sebagai Metode Pembayaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa Bernama Amelia, jurusan Manajemen. Memberikan kesan yang positif terhadap ShopeePay. "menurut saya shopeepay tidak ribet, ketersediaan voucher gratis ongkir, dan kemampuan untuk melakukan transfer antar pengguna ShopeePay sangat memberikan kemudahan". Teori atribusi menjelaskan bahwa individu cenderung mencari atribusi atau penyebab atas perilaku atau pengalaman yang mereka alami. Dalam hal ini, narasumber yang memiliki kesan baik terhadap ShopeePay akan memberikan atribusi internal.

Terdapat faktor internal dan eksternal dalam teori atribusi diantaranya:

1. Faktor Internal

Mahasiswa universitas muhammadiyah sidoarjo memiliki opini positif terhadap keamanan penggunaan ShopeePay sebagai metode transaksi pembayaran. Mereka merasa aman dan nyaman menggunakan ShopeePay karena belum pernah mengalami pengalaman buruk. Selain itu, mereka juga menyukai fakta bahwa menggunakan ShopeePay tidak melibatkan biaya admin seperti transfer lewat bank. Atribusi terhadap pemikiran mereka didasarkan pada pengalaman positif yang mereka alami, yang menguatkan keyakinan bahwa ShopeePay adalah pilihan yang aman. Dalam hal ini, atribusi internal dalam bentuk pengalaman positif memberikan keyakinan kepada mahasiswa bahwa ShopeePay adalah metode pembayaran yang aman.

Mahasiswa universitas muhammadiyah sidoarjo memiliki pandangan positif terhadap penggunaan ShopePay sebagai transaksi pembayaran. Mereka menyatakan bahwa fitur ShopePay terorganisir dengan baik, mudah dipahami, dan memiliki beragam fitur bermanfaat. Berdasarkan teori atribusi, pandangan positif mahasiswa terhadap keorganisasian fitur ShopePay dapat diatribusikan pada kemampuan desain yang efektif dan upaya pengembang dalam menyediakan pengalaman pengguna yang nyaman. Selain itu, persepsi mereka terhadap beragam fitur bermanfaat dapat diatribusikan pada upaya pengembang ShopePay dalam memenuhi kebutuhan pengguna dan memberikan nilai tambah.

Mahasiswa universitas muhammadiyah sidoarjo memberikan tanggapan positif terhadap penggunaan ShopePay sebagai transaksi pembayaran. Mereka menganggap ShopePay sebagai dompet online yang praktis, memberikan kemudahan dalam penggunaan, sangat praktis, dan mudah. Jika mahasiswa merasakan kemudahan, kepraktisan, dan portabilitas ShopePay, mereka akan mengatribusikan hal ini pada kemampuan teknologi yang canggih dan inovatif dari ShopePay sebagai platform pembayaran. Selain itu kualitas layanan dan kemampuan ShopePay dalam menyediakan pengalaman transaksi yang nyaman dan efisien.

Mahasiswa universitas muhammadiyah sidoarjo memberikan respons positif terhadap penggunaan ShopePay sebagai transaksi pembayaran. Mereka menyatakan bahwa ShopePay dapat diakses dengan mudah di mana pun, mudah digunakan di mana pun, dan memberikan kenyamanan karena semua fitur ada dalam satu genggam. Jika mahasiswa merasakan kemudahan akses dan penggunaan ShopePay di mana pun, mereka mengatribusikan hal ini pada teknologi yang memungkinkan konektivitas dan mobilitas. ShopePay yang dapat diakses di mana saja dapat dianggap sebagai kontribusi teknologi yang inovatif dan memungkinkan pengalaman pengguna yang fleksibel.

Mahasiswa universitas muhammadiyah sidoarjo memberikan respons positif terhadap penggunaan ShopePay sebagai transaksi pembayaran. Mereka menganggap ShopePay sebagai layanan berbasis internet yang mudah digunakan, hanya memerlukan handphone dan kuota internet, serta sangat mudah dijangkau karena menggunakan koneksi internet. Dalam teori atribusi, pandangan positif mahasiswa tentang kemudahan layanan ShopePay yang berbasis internet dapat diatribusikan pada kemudahan akses teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Mahasiswa mengaitkan kemudahan penggunaan ShopePay dengan faktor-faktor seperti kecanggihan teknologi, ketersediaan akses internet yang luas, serta kemudahan dalam memahami antarmuka aplikasi. Dengan demikian, teori atribusi membantu memahami bahwa persepsi mahasiswa tentang kemudahan layanan berbasis internet ShopePay dipengaruhi oleh atribusi terhadap faktor-faktor eksternal seperti TIK yang tersedia.

2. Faktor Eksternal

Mahasiswa universitas muhammadiyah sidoarjo memiliki pandangan positif terhadap penggunaan ShopePay sebagai transaksi pembayaran. Mereka menyebutkan bahwa kelebihan ShopePay adalah adanya promo yang ditawarkan, seperti promo gratis saat

check out, poin rewards, dan tidak ada biaya admin jika menggunakan ShopeePay dalam transaksi sesama ShopeePay. Mahasiswa mengatribusikan keberadaan promo tersebut pada strategi pemasaran ShopeePay dan upaya mereka dalam memberikan insentif kepada pengguna. Persepsi positif terhadap promo yang ditawarkan juga dapat diatribusikan pada kepuasan dan manfaat yang diperoleh oleh mahasiswa sebagai pengguna. Dengan demikian, teori atribusi membantu memahami mengapa mahasiswa memiliki opini positif tentang promo yang ditawarkan dalam penggunaan ShopeePay sebagai transaksi pembayaran.

Mahasiswa universitas muhammadiyah sidoarjo memiliki pandangan positif terhadap penggunaan ShopeePay sebagai transaksi pembayaran. Mereka menyatakan bahwa ShopeePay memberikan kesan baik dan memiliki reputasi yang baik dalam lingkungan sekitar. Responden juga mengungkapkan bahwa mereka tidak pernah mengalami masalah dalam menggunakan ShopeePay. Kesan baik yang diperoleh dari lingkungan sekitar dan pengalaman positif narasumber dapat diatribusikan pada performa dan kualitas layanan ShopeePay. Reputasi yang baik juga dapat berasal dari pengaruh sosial dalam lingkungan sekitar, di mana jika teman atau keluarga memiliki pengalaman positif dengan ShopeePay, dapat mempengaruhi opini mahasiswa.

Mahasiswa universitas muhammadiyah sidoarjo memiliki pandangan positif terhadap penggunaan ShopeePay sebagai transaksi pembayaran. Mereka menyatakan bahwa ShopeePay sangat menunjang kemajuan teknologi karena memberikan fleksibilitas dalam berbelanja dan kemudahan dalam melakukan transaksi. Mahasiswa mengatribusikan kemajuan teknologi dalam ShopeePay pada inovasi dan pengembangan teknologi yang dilakukan oleh perusahaan. Persepsi positif tentang kemajuan teknologi juga dapat diatribusikan pada kepuasan mahasiswa terhadap kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan ShopeePay.

Mahasiswa universitas muhammadiyah sidoarjo memiliki pandangan positif terhadap penggunaan ShopeePay sebagai transaksi pembayaran. Mereka mengungkapkan bahwa mereka tidak mendapatkan kemudahan yang memadai dari aplikasi sebelumnya. Beberapa responden juga menyoroti adanya limitasi pada aplikasi sebelumnya yang membuat mereka enggan menggunakannya. Selain itu, responden mengapresiasi banyaknya promo yang ditawarkan oleh ShopeePay dibandingkan dengan e-wallet lainnya. Ketika mereka merasa bahwa aplikasi sebelumnya tidak memberikan kemudahan yang memadai, ShopeePay menjadi pilihan yang lebih baik. Atribusi dapat terkait dengan kehandalan, fleksibilitas, dan kemudahan yang ShopeePay tawarkan dalam transaksi pembayaran. Selain itu, atribusi juga dapat terkait dengan promosi yang ditawarkan oleh ShopeePay, yang memberikan nilai tambah bagi pengguna.

Mahasiswa universitas muhammadiyah sidoarjo memiliki pandangan positif terhadap penggunaan ShopeePay sebagai transaksi pembayaran. Mereka mengungkapkan bahwa mereka beralih menggunakan ShopeePay karena direkomendasikan oleh teman-teman atau lingkungan mereka. Beberapa narasumber juga mengungkapkan bahwa setelah melihat teman menggunakan ShopeePay dengan nyaman, mereka mencoba dan merasakan

kemudahan yang sama. Mahasiswa mengatribusikan pengalaman positif teman-teman mereka dengan ShopeePay sebagai indikator kualitas dan kenyamanan layanan tersebut. Rekomendasi dari teman dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap kehandalan dan kepuasan penggunaan ShopeePay. Dalam konteks teori atribusi, pengaruh sosial dari teman-teman dapat dianggap sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi pilihan mahasiswa.

Conclusion

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki pandangan yang positif terhadap penggunaan ShopeePay sebagai metode transaksi pembayaran. Faktor internal seperti tingkat keamanan, organisasi dan kepentingan fitur, ShopeePay sebagai dompet online yang praktis, fleksibilitas akses, dan kemudahan layanan berbasis internet memberikan kontribusi terhadap pandangan positif ini. Mahasiswa merasa aman, nyaman, dan terbantu dengan fitur-fitur yang disediakan oleh ShopeePay, serta menganggapnya sebagai alternatif yang praktis dan mudah digunakan. Selain itu, faktor eksternal seperti promo yang ditawarkan, kesan baik dan reputasi yang baik dari ShopeePay, kontribusi ShopeePay terhadap kemajuan teknologi, kelebihan ShopeePay dibandingkan dengan dompet digital lain, dan pengaruh rekomendasi teman juga mempengaruhi pandangan positif mahasiswa terhadap ShopeePay.

Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor internal dan eksternal memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan preferensi mahasiswa terhadap penggunaan ShopeePay. Hal ini menunjukkan bahwa ShopeePay telah berhasil memenuhi kebutuhan dan harapan mahasiswa sebagai pengguna, baik dari segi keamanan, kemudahan penggunaan, fleksibilitas akses, maupun promosi yang ditawarkan. Selain itu, pengaruh sosial dari rekomendasi teman-teman juga memainkan peran penting dalam memperkuat pandangan positif mahasiswa terhadap ShopeePay.

Acknowledgement

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua yang telah membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini. Yang pertama yaitu kepada Allah SWT yang selalu dengan segala rahmat serta karunia-nya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran bagi peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Lalu kepada kedua orang tua, keluarga, dosen pembimbing yang selalu mensupport dan memberi semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir. Dan kepada teman-teman saya yang telah membantu penelitian ini berjalan lancar. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

References

- H. H. Nawawi, "Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa," **Emik**, vol. 3, no. 2, pp. 189-205, Dec. 2020, doi: 10.46918/emik.v3i2.697.
- S. L. Nasution, C. H. Limbong, and D. A. Ramadhan, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan

- Manajemen Universitas Labuhan Batu)," **Ecobisma**, vol. 7, no. 1, pp. 43-53, Jan. 2020, doi: 10.36987/ecobi.v7i1.1528.
- A. Adi, "Awal 2023, Pengunjung E-commerce Indonesia Menurun," 15 Mar. 2023. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/15/awal-2023-pengunjung-e-commerce-indonesia-menurun>
- Dr. H. Cecep Suryana, M.Si., **Komunikasi Politik Teori dan Praktik**. Bandung: CV. Mimbar Pustaka, 2019.
- A. A. Saleh, **Pengantar Psikologi**. Makassar: Penerbit Aksara Timur, 2018.
- I. KUSDARIANTO, "Pengaruh Pengalaman Kerja Auditor dan Integritas Auditor Terhadap Pendekteksian Kecurangan," [Title only, no journal or date provided].
- A. Fikri, "Pengaruh Penggunaan ShopeePay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU," **Komunika**, vol. 17, no. 2, Nov. 2021, doi: 10.32734/komunika.v17i2.7556.
- Y. Devi, "Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 1443 H/2022 M," [Title only, no journal or date provided].
- S. P. Faddila, U. M. D. Fadli, and R. Fauji, "Analisis Karakteristik Pengguna ShopeePay Sebagai Dompot Digital Pada Generasi Z," **Manajemen**, vol. 7, no. 2, pp. 1-9, Apr. 2022, doi: 10.36805/manajemen.v7i2.2279.
- S. Aulia, "Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital," **J. Komun.**, vol. 12, no. 2, pp. 311, Dec. 2020, doi: 10.24912/jk.v12i2.9829.
- L. Angelica and U. Soebiantoro, "Analisa Menggunakan Dompot Digital," **Journal Management**, vol. 14, no. 2, pp. 232-238, Jun. 2022, doi: 10.30872/jmmn.v14i2.11209.
- Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., M.Si, **Metode Penelitian Kualitatif**. [Publisher and publication date not provided].
- M. R. Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," vol. 21, no. 1, 2021, [Journal name not provided].
- N. Nurdiani, "Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan," **ComTech**, vol. 5, no. 2, pp. 1110, Dec. 2014, doi: 10.21512/comtech.v5i2.2427.
- R. Kriyantono, **Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif**. Jakarta: Prenadamedia Group, 2006.