



**PROSIDING
Konferensi Nasional
Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia**

Apakah Penggunaan *E-wallet* Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkat di Indonesia?

Dewi Mahrani Rangkyu

Universitas Pembangunan Panca Budi

Email: dewimahrani@dosen.pancabudi.ac.id

Abstrak

Era perkembangan akses informasi tidak terbatas (revolusi industri 4.0) mencerminkan kemudahan dalam bertransaksi ekonomi di kehidupan sehari-hari. Salah satunya penggunaan pada uang elektronik dan dompet digital oleh masyarakat Indonesia. Kebijakan *physical distancing* yang menuntut pembatasan interaksi sosial semakin mendorong masyarakat beralih pada sistem pembayaran digital. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pilihan masyarakat dalam penggunaan *e-wallet* (ShopeePay, OVO, Gopay, Dana, LinkAja) di masa pandemi Covid-19 terhadap peluang dan tantangan. Dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif studi literatur dapat diketahui bahwa pada tahun 2020 nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia semakin meningkat dan yang menjadi pilihan masyarakat menggunakan *e-wallet* karena memiliki 3 keuntungan diantaranya (1) praktis dan efisien; (2) banyak promo, diskon, dan *cashback*; (3) Aman. Sehingga direkomendasikan kepada pemerintah untuk mendukung usaha atau industri kecil dalam negeri yang dapat berperan sebagai *e-commerce* dalam membantu aktivitas ekonomi di masa pandemi yang mana nantinya metode sistem pembayaran digital *e-wallet* tetap berjalan baik di desa maupun kota dan pada akhirnya mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi.

Kata kunci: covid-19; *e-commerce*; *e-wallet*; digital; pasar

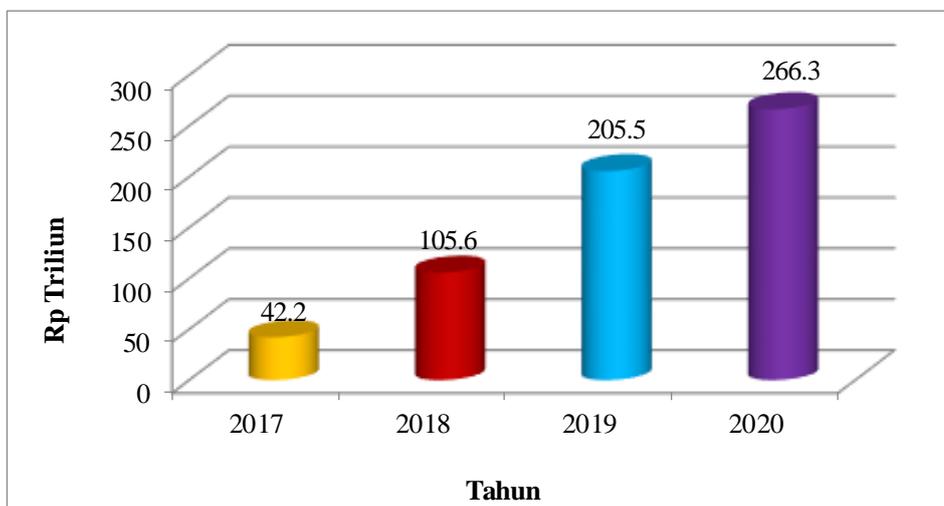
Pendahuluan

Fenomena penyebaran virus Covid-19 berdampak pada kegiatan ekonomi termasuk pada perubahan sistem pembayaran yang dilakukan oleh masyarakat sebab munculnya kebijakan *physical distancing*. Kebijakan *physical distancing* yang didorong oleh *World Health Organization* (WHO) telah menginspirasi konsumen untuk melakukan aktivitas non bersentuhan, termasuk transaksi pembayaran. Otoritas pemerintah di sejumlah negara mengambil tindakan untuk mendorong pembayaran non bersentuhan sebagai pencegahan penyebaran virus yang semakin meningkat. Masyarakat khawatir Covid-19 dapat tertular melalui uang fisik. Ini mendorong mereka bergeser untuk menggunakan *e-wallet* (Aji et al., 2020). Di samping itu, era digital (revolusi industri 4.0) telah membawa dinamika bertransaksi masyarakat dari offline menjadi online (Widiyanti, 2020). Fenomena ini yang menjadikan semakin muncul inovasi dalam bentuk uang elektronik dan aplikasi dompet digital sebagai media pembayaran yang tersebar dalam memenuhi kebutuhan pasar.

Pandemi Covid-19 sehingga mengakibatkan pengguna internet berkembang pesat dari hari ke hari di seluruh dunia. Kebutuhan konsumen dalam hal melakukan pembayaran telah berubah drastis. Membayar tunai adalah pilihan yang telah berlalu namun pembayaran digital adalah yang terjadi hingga saat ini (Subaramaniam et al., 2020). Pencegahan Covid-19 salah satu diantaranya adalah membatasi kegiatan di luar rumah termasuk pada beralihnya pilihan terhadap metode pembayaran digital melalui dompet digital atau disebut juga dengan *e-wallet* (Aulia, 2020). Kemudahan ini menguntungkan masyarakat sehingga mendukung kebijakan *physical distancing*.

Pilihan terhadap metode pembayaran *e-wallet* apabila penyedia barang dan jasa dalam ekonomi menggunakannya, tidak halnya seperti pasar tradisional. Dengan kata lain, terdapat unit usaha atau perusahaan penyedia barang dan jasa ekonomi sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat yang disebut sebagai perdagangan elektronik atau *e-commerce* (Jayani, 2021). Perubahan data nilai transaksi *e-commerce* selama tahun 2020 dapat dilihat seperti Gambar berikut:

Gambar 1. Nilai Transaksi *E-commerce* Tahun 2020 di Indonesia



Sumber: (KataData, 2021)

Berdasarkan Gambar di atas, selama pandemi Covid-19 nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia meningkat dari tahun-tahun sebelumnya. Kegiatan ekonomi tidak lumpuh secara makro dengan dibuktikan bahwa aktivitas pasar tetap ada yakni melalui perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang juga menggunakan alat bayar melalui aplikasi digital dan atau uang elektronik.

Perilaku masyarakat yang seperti ini mencerminkan perubahan terhadap pilihan bertransaksi barang dan jasa ekonomi pada kemudahan penggunaan *e-wallet* (Widiyanti, 2020). Dengan demikian, keadaan ini yang menjadi tujuan penulis mengkaji apakah penggunaan *e-wallet* masa pandemi covid-19 semakin meningkat di Indonesia? Sehingga dapat mendeskripsikan analisis peluang dan tantangan berdasarkan fenomena yang dimaksud.

Kajian Literatur

Dompot digital dapat diartikan sebagai uang yang digunakan dengan telepon genggam melalui jaringan internet (Sulistiyowati et al., 2020). Seiring berkembangnya inovasi pembayaran non tunai pembayaran digital saat ini menjadi kebutuhan masyarakat (Badri, 2020). Pada tahun 2014 Bank Indonesia secara resmi telah melakukan inovasi sekaligus mensosialisasikan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Tujuan daripada ini yakni mengajak masyarakat untuk sadar akan penggunaan instrumen non tunai dalam kegiatan ekonomi sehari-hari (*cashless society*).

Dompot digital disebut juga sebagai *e-wallet* telah diadopsi secara luas oleh konsumen di Indonesia. Berbagai kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan dompet digital langsung dinikmati oleh konsumen. Kemudahan dan kenyamanan yang telah dirasakan membuat konsumen terus menggunakan dompet digital. Promosi menjadi daya tarik utama tampaknya mulai dapat dikurangi secara perlahan dan diarahkan ke pengembangan produk yang berkualitas (Ipsos, 2020).

Hadirnya produk-produk dompet digital oleh perusahaan penyedia seperti ShopeePay, OVO, Go-pay, Dana, LinkAja (Jaka, 2021) mencerminkan telah diterima oleh masyarakat. Dan Indonesia dengan populasi tinggi memiliki potensi untuk akses layanan dompet digital secara meluas dalam meningkatkan penggunaan *e-wallet* (Badri, 2020). Persepsi masyarakat telah menjadi keputusan terhadap pemilihan penggunaan dompet digital. Selain itu, strategi marketing seperti diskon/promosi (Widiyanti, 2020) serta kemudahan dalam bertransaksi pada aplikasi dompet digital menarik masyarakat beralih pada pembayaran transaksi melalui *e-wallet*.

Selama pandemi Covid-19 dengan penerapan kebijakan *physical distancing* memicu masyarakat Indonesia beralih ke sistem pembayaran digital. Mengurangi interaksi fisik termasuk pada metode pembayaran manual kepada pembayaran digital. Dirasakan kegunaan *e-wallet* sepenuhnya oleh masyarakat yang dimediasi oleh pemerintah melalui dukungan (Aji et al., 2020) penggunaan terhadap *e-wallet* tersebut namun juga terdapat hal yang menjadi efekrisiko dirasakan masyarakat pada minat penggunaan *e-wallet* masa pandemi Covid-19. Informasi yang masih terbatas terkait perlindungan terhadap keamanan memegang uang di dalam dompet digital, kesadaran masyarakat dalam bertransaksi secara terus menerus cenderung meningkatkan jumlah uang beredar di pasar yang mengakibatkan ketidakseimbangan antara jumlah permintaan dan penawaran terhadap uang.

Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode penelitian studi literatur melalui studi kepustakaan yang bersumber dari jurnal-jurnal hasil penelitian terdahulu (Kurniawan, 2014) yang berkaitan dengan judul, juga melalui akses data-data yang diperoleh dari website sebagai publikasi informasi. Penelitian deskriptif kualitatif dapat diartikan bahwa peneliti sebagai instrumen kunci dimana teknik pengumpulan data dilakukan dengan penggabungan dan analisis data secara induktif (Sugiyono, 2012) sehingga menghasilkan dan mengolah data yang bersifat deskriptif seperti menarasikan hasil wawancara dan atau observasi.

Hasil dan Diskusi

Pandemi Covid-19 mempengaruhi banyak bisnis *e-commerce* dan sehingga bagaimana kecenderungan masyarakat untuk berbelanja online (Meyer, 2020). Kondisi ini karena penetapan kebijakan *physical distancing* oleh pemerintah (Aji et al., 2020). Terutama pada pemenuhan kebutuhan makanan oleh masyarakat (Absolunet, 2020) dilanjutkan pada kebutuhan-kebutuhan ekonomi lainnya. Interaksi tanpa bersentuhan menjadikan masyarakat mengambil keputusan untuk berbelanja dari rumah, hal ini yang menyebabkan *e-commerce* mendapat perhatian oleh masyarakat Indonesia selama pandemi. Indonesia sejak lama sudah memiliki beberapa *e-commerce* terbaik namun masa pandemi (Jayani, 2021) semakin bertambah pengunjungnya karena aktivitas masyarakat di luar rumah menjadi terbatas.

E-commerce merupakan kegiatan perdagangan elektronik, dengan kata lain disebut juga sebagai transaksi jual dan beli yang dilakukan menggunakan jaringan internet (Nimda, 2012). Berbelanja online di masa pandemi menjadi pilihan masyarakat karena hadirnya *e-commerce* telah memberikan kepercayaan kepada penggunanya (Ab Rahman & Hassan, 2020). Kemudahan bertransaksi secara non tunai juga salah satu fasilitas yang ditawarkan dalam *e-commerce*.

Digitalisasi ekonomi sehingga mendorong banyak aktivitas untuk dilakukan secara online (Jayani, 2021). Keadaan inilah yang sehingga menghubungkan antara lahirnya inovasi *e-commerce* dengan pilihan sistem pembayaran dalam berbelanja online menggunakan alat pembayaran non tunai. Indonesia memiliki potensi besar dalam melahirkan inovasi *e-commerce* untuk pemenuhan kebutuhan barang dan jasa untuk masyarakat dalam negeri (Eril, 2021) sehingga terbukti bahwa telah banyak *e-commerce* yang berhasil mendapat perhatian oleh masyarakat dalam negeri. Berikut adalah data 10 *e-commerce* terbaik di Indonesia mulai dari tahun 2019-2020:

Tabel 1. 10 *e-commerce* Terbaik di Indonesia

No.	Nama <i>e-commerce</i>	Main Web
1.	Shopee	www.shopee.co.id
2.	Tokopedia	www.tokopedia.com
3.	Bukalapak	www.bukalapak.com
4.	Lazada	www.lazada.co.id
5.	Blibli	www.blibli.com

6.	JD.ID	www.jd.id
7.	Orami	www.orami.co.id
8.	Bhinneka	www.bhinneka.com
9.	Zalora	www.zalora.co.id
10.	Matahari	www.matahari.com

Sumber: (Eril, 2021)

Dari 10 *e-commerce* terbaik mencerminkan potensi besar (Eril, 2021) yang dimiliki Indonesia dalam ekspansi pasar. *E-commerce* akan mendukung kemajuan unit-unit usaha maupun industri kecil dalam negeri sehingga membantu perekonomian walaupun dalam masa pandemi. Selama pandemi membentuk keputusan masyarakat untuk berbelanja online (Bose, 2020) dan ini menjadikan media pemasaran dalam meningkatkan peluang (Samsiana et al., 2020) dan keuntungan bagi para pelaku usaha di Indonesia. Dibuktikan dengan semakin meningkatnya nilai transaksi *e-commerce* (Jayani, 2021).

E-commerce menyediakan beberapa fasilitas yang menjadi alternatif dalam melakukan pembayaran (Ab Rahman & Hassan, 2020). Satu diantaranya dengan menggunakan dompet digital secara online. Lahirnya inovasi dompet digital di Indonesia sehingga menginformasikan kepada masyarakat berbagai jenis pilihan dalam menggunakan dompet digital.

Dompet digital disebut juga dengan *e-wallet*. *E-wallet* hadir dalam bentuk aplikasi di smartphone sehingga dapat digunakan sebagai sistem pembayaran non tunai. Berikut 5 *e-wallet* populer di Indonesia:

Tabel 2. 5 *e-wallet* Populer di Indonesia

No.	Nama Aplikasi	Developer
1.	ShopeePay	PT Shopee Internasional Indonesia
2.	OVO	PT Visionet Internasional
3.	Go-pay	PT Aplikasi Karya Anak Bangsa
4.	Dana	PT Elang Sejahtera Mandiri
5.	LinkAja	PT Fintek Karya Nusantara

Sumber: (Rajasa, 2021)

Hadirnya layanan dompet digital adalah berdasarkan pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai bentuk perlindungan kepada masyarakat. Berdasarkan survei online (Rajasa, 2021) diketahui bahwa keputusan masyarakat memilih pada produk-produk tertentu *e-wallet* adalah karena terdapat tiga keuntungan (Jaka, 2021) yakni:

a) **Praktis dan Efisien**

Menggunakan *e-wallet* hanya dengan smartphone saja tanpa harus membawa dompet sehingga lebih praktis dan efisien karena tidak perlu menyediakan uang tunai hingga membuat dompet terlalu tebal.

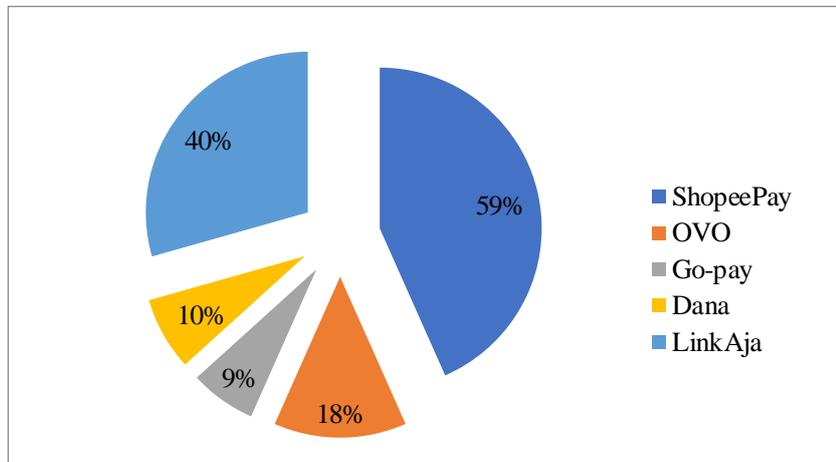
b) **Banyak Promo, Diskon dan *Cashback***

Merupakan strategi pemasaran bahwa banyak penawaran promo, diskon hingga *cashback* bagi pengguna *e-wallet*. Hal ini yang menyebabkan masyarakat merasa diuntungkan lalu mengambil keputusan untuk beralih dari sistem pembayaran tunai ke non tunai.

c) Aman

Masyarakat merasa aman ketika menggunakan *e-wallet* karena aplikasi dompet digital di dalam smartphone dilengkapi dengan fitur keamanan penyertaan kata kunci atau password dalam setiap akun terdaftar.

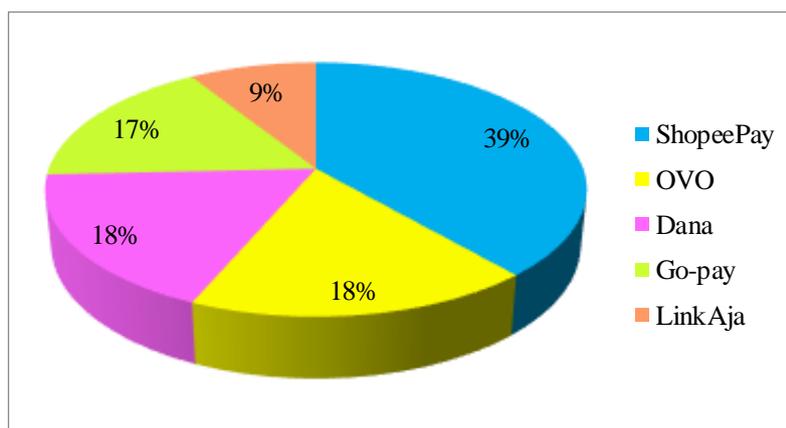
Gambar 2. *E-wallet* yang Paling Membantu & Mempermudah Masyarakat Indonesia di Tahun 2020 ; Sumber: (Rajasa, 2021)



Digitalisasi ekonomi masa pandemi mencerminkan jual dan beli di pasar tidak lumpuh walau dengan kebijakan *physical distancing*. Kemajuan teknologi telah membantu dan mempermudah masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan di masa pandemi (Samsiana et al., 2020).

Dari Gambar di atas terlihat perkembangan penggunaan *e-wallet* masa pandemi Covid-19 di Indonesia dikuasai oleh lima produk dengan developer terbaik dari masing-masingnya. ShopeePay, OVO, Go-pay, Dana, dan LinkAja telah berhasil menarik minat masyarakat dengan alasan paling membantu dan mempermudah masyarakat dalam bertransaksi di masa pandemi (Rajasa, 2021). Berarti bahwa penggunaan *e-wallet* di masa pandemi Covid-19 di Indonesia adalah meningkat.

Gambar 3. *E-wallet* yang Berhasil Mendapat Kepercayaan Masyarakat Indonesia di Tahun 2020 ; Sumber: (Rajasa, 2021)



Dari Gambar di atas terlihat perkembangan penggunaan *e-wallet* masa pandemi Covid-19 di Indonesia dikuasai oleh lima produk dengan developer terbaik dari masing-masingnya. ShopeePay, OVO, Go-pay, Dana, dan LinkAja telah berhasil mendapat kepercayaan masyarakat dalam bertransaksi di masa pandemi (Rajasa, 2021). Berarti bahwa penggunaan *e-wallet* di masa pandemi Covid-19 di Indonesia adalah meningkat.

Indonesia sebagai negara *emerging market* telah mampu bersaing dalam melahirkan inovasi dalam sistem pembayaran digitalisasi ekonomi. Pembayaran konvensional menuju online. Selama pandemi Covid-19 Indonesia tidak lumpuh aktivitas ekonomi yang dibuktikan tetap terjadi jual dan beli di pasar namun dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*) dan menggunakan sistem pembayaran digital (*e-wallet*).

Potensi besar yang dimiliki Indonesia dalam ekspansi pasar pada *e-commerce* dan inovasi *e-wallet* yang sudah diterima oleh masyarakat. Populasi yang tinggi bukan merupakan hambatan namun menjadi peluang lahirnya unit-unit usaha dan atau industri kecil yang berperan di dalam *e-commerce* sehingga berkontribusi pada peningkatan laju pertumbuhan ekonomi domestik.

Kesimpulan

Masa pandemi Covid-19 di Indonesia dengan penetapan kebijakan *physical distancing* ternyata meningkatkan transaksi perdagangan barang dan jasa sebagai pemenuhan kebutuhan ekonomi melalui *e-commerce* yang juga menawarkan pilihan sistem pembayaran online melalui *e-wallet*. Direkomendasikan kepada pemerintah yakni Bank Indonesia dapat menekan laju inflasi bahwa dengan kemudahan dalam bertransaksi pada penggunaan dompet digital cenderung membawa masyarakat pada perilaku senang berbelanja sehingga keputusan konsumtif. Ini akan mengganggu peredaran uang di masyarakat yang berujung pada ketidakstabilan harga di pasar. Dan kepada OJK dapat mengedukasi masyarakat bahwa dengan kemudahan penggunaan *e-wallet* tetap mempunyai risiko yakni seperti *cybercrime* sehingga masyarakat tetap sadar akan pentingnya kerahasiaan dan perlindungan data dalam penggunaan layanan *e-wallet*.

Referensi

- Ab Rahman, H., & Hassan, R. (2020). Cashless Transactions Through Ecommerce Platform in the Post-Covid-19. *International Journal of Research and Innovation Management*.
- Absolunet. (2020). COVID-19 and ECOMMERCE in CANADA. *COVID-19 and E-commerce in Canada*, 839. absolunet.com
- Aji, H. M., Berakon, I., & Husin, M. M. (2020). COVID-19 and *e-wallet* usage intention: Amultigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311–324. <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/9829>

- Badri, M. (2020). Adopsi Inovasi Aplikasi Dompot Digital di Kota Pekanbaru. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 120–127. https://doi.org/https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.35314%2Finovbiz.v8i1.1335?_sg%5B0%5D=F6Jr06yBaHebrTokSkeSJ06LEWWA191pOK2eT0ApJNmfzm3m6OS04U4mvZfavLWoH34JaHEimkht8noARO1ljDDrOQ.2xBsSGSTbCFc537RjS0eJkiN5eFRzfe8kqUivEa_kj0S88ANGTl2FjV-OIo-ZMgkH2hNbCPMP5zvhT4W8wG1FQ
- Bose, U. (2020). *Impact of COVID-19 on Consumer Shopping Behavior and Retail eCommerce / NetElixir*. NetElixir.
- Eril. (2021). *10+ Website e-commerce Terbaik di Indonesia Saat Ini*. Qwords.Com. <https://qwords.com/blog/website-e-commerce-terbaik/>
- Ipsos. (2020). *EVOLUSI INDUSTRI DOMPET DIGITAL: STRATEGI MENANG TANPA BAKAR UANG*. Ipsos.Com. https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_media_conferenmce_-_e-wallet_-_id_0.pdf
- Jaka. (2021). *7 Aplikasi E-wallet / Dompot Digital Terbaik di 2021*. Jalantikus. <https://jalantikus.com/finansial/aplikasi-ewallet-terbaik/>
- Jayani, D. H. (2021). *Nilai Transaksi E-commerce Mencapai Rp 266,3 Triliun pada 2020*. KataData. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020#>
- KataData. (2021). *Nominal Transaksi E-commerce (2017-2020)*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/29/nilai-transaksi-e-commerce-mencapai-rp-2663-triliun-pada-2020#>
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*.
- Meyer, S. (2020). Understanding the COVID-19 Effect on Ecommerce. In *Big Commerce*.
- Nimda. (2012). *Apa itu E-commerce*. Universitas Pasundan. <http://www.unpas.ac.id/apa-itu-e-commerce/>
- Rajasa, M. A. (2021). *Lima Dompot Digital Paling Banyak Digunakan selama Kuartal I*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/394085/lima-dompot-digital-paling-banyak-digunakan-selama-kuartal-i#:~:text=Survei>
- Samsiana, S., Herlawati, Nidaul Khasanah, F., Trias Handayanto, R., Setyowati Srie Gunarti, A., Irwan Raharja, Maimunah, & Benrahman. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 51–62. <https://doi.org/10.31599/jstpm.v1i1.255>
- Subaramaniam, K., Kolandaisamy, R., Jalil, A. Bin, & Kolandaisamy, I. (2020). The impact of E-wallets for current generation. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(1 Special Issue), 751–759. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12SP1/20201126>

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.

Sulistiyowati, R., Paais, L. S., & Rina, R. (2020). PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL. *Sulistiyowati, Rini Paais, Loria Sara Rina, Rifana*, 4(1), 17–34. <https://doi.org/https://badge.dimensions.ai/details/doi/10.24269/iso.v4i1.323?domain=http://studentjournal.umpo.ac.id>

Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan *E-wallet* OVO di Depok. *Moneter: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 54–63. <https://www.mendeley.com/catalogue/9d4f52fe-1bb9-3344-a635-bd2bf2b0ca13/>

