

BAB II

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT CASHLESS, PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, DAN APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA

Dalam Bab ini menjelaskan tentang deskripsi mengenai objek penelitian yakni gambaran masyarakat yang menerapkan *cashless*, gambaran tren penggunaan media sosial, serta perkembangan dan gambaran aplikasi dompet digital Dana.

2.1 Masyarakat *Cashless*

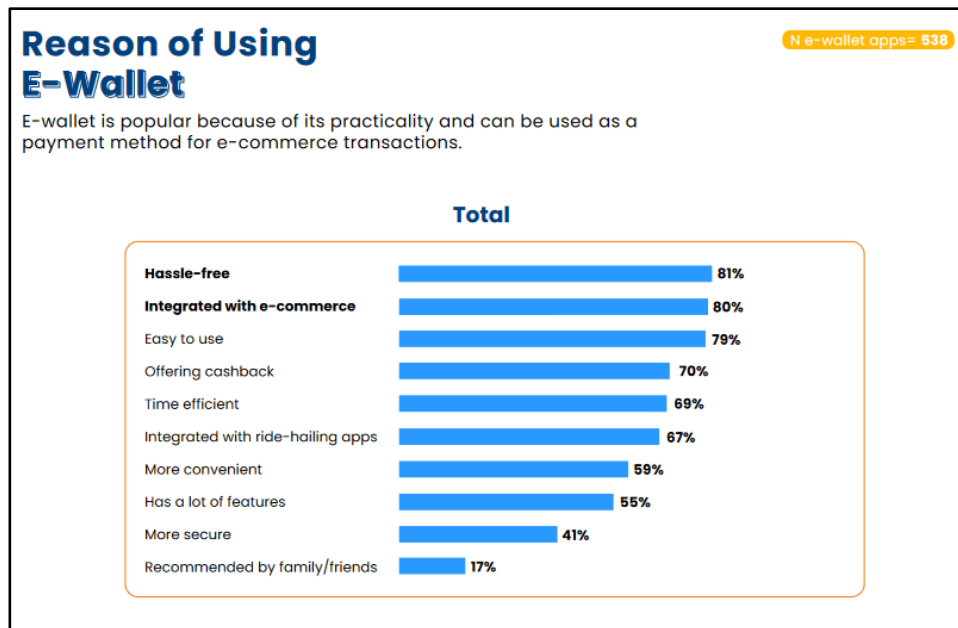
Masyarakat Indonesia menjadi salah satu masyarakat yang memiliki populasi terbanyak dalam dunia. Populasi yang cukup banyak ini diiringi pula dengan perkembangan teknologi yang menyebabkan masyarakat menjadi semakin familiar dengan teknologi. Salah satu teknologi yang semakin familiar dan terus berkembang dan dimanfaatkan oleh masyarakat adalah teknologi *cashless* atau penggunaan uang non tunai. Dikarenakan semakin familiarnya penggunaan *cashless* dalam masyarakat, Bank Indonesia selaku pengatur kebijakan tentang finansial mengadakan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tahun 2014. Gerakan ini turut mendukung perkembangan penggunaan *cashless* dan dapat merubah perilaku serta kebiasaan masyarakat dalam melaksanakan transaksi keuangan. Perkembangan *cashless* di Indonesia juga berkembang pesat saat terjadi pandemi COVID-19, hal ini dikarenakan masyarakat dianjurkan untuk mengurangi kontak fisik yakni melakukan transaksi dengan uang tunai yang dapat berpotensi menjadi media penyebaran virus yang sedang mewabah. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia dan disebarkan oleh IndonesiaBaik.id, mencatat bahwasannya transaksi uang elektronik di Indonesia pada tahun 2020 hingga 2022 mengalami fenomena peningkatan yang cukup positif. Dengan rincian pada tahun 2020 sebanyak Rp. 204,9 T yang meningkat 41,16% dari tahun sebelumnya, kemudian pada tahun 2021 sebanyak Rp. 305,4 T dengan 5,45 miliar kali transaksi, dan pada tahun 2022 sebanyak Rp. 399,6 T yang mana meningkat sebanyak 30,84% dibanding tahun sebelumnya.



Gambar 2.1 Data Jumlah Transaksi Uang Elektronik di Indonesia

(Sumber: Indonesia Baik.id)

Perkembangan dalam penggunaan *cashless* di Indonesia didukung pula dengan hadirnya berbagai macam penyedia layanan *e-wallet*. Beberapa diantaranya yakni GoPay, ShopeePay, OVO, dan DANA. Selain itu, penggunaan *cashless* di Indonesia juga didukung dengan semakin banyaknya gerai-gerai ataupun toko-toko untuk melakukan transaksi keseharian yang menerima pembayaran dengan metode *cashless* atau non tunai. Beberapa alasan masyarakat Indonesia menggunakan teknologi *cashless* yang dinaungi oleh *e-wallet* menurut survei dari Populix pada tahun 2022 dengan judul “Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps” adalah antara lain tidak sulit atau rumit, terintegrasi dengan *e-commerce*, mudah dimanfaatkan, menawarkan promosi seperti *cashback*, efisiensi waktu, terintegrasi dengan aplikasi perjalanan, memberikan kenyamanan, memiliki cukup banyak fitur, lebih aman, dan terekomendasikan oleh keluarga ataupun teman.



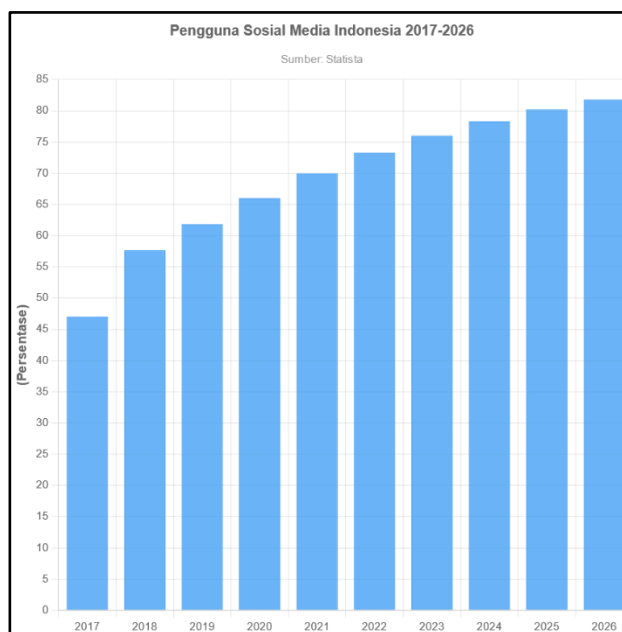
Gambar 2.2 Survei Populix Alasan Menggunakan E-Wallet

(Sumber: Data Populix 2022)

2.2 Penggunaan Media Sosial

Teknologi yang semakin berkembang selain mengubah cara masyarakat untuk bertransaksi, juga mengubah cara masyarakat untuk bersosialisasi. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya wadah atau medium masyarakat untuk bersosialisasi melalui jejaring internet. Pemerintah juga turut mendukung perubahan kebiasaan dan perkembangan penggunaan media sosial, hal ini dilakukan melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika yang tidak hanya sebagai regulator namun juga menjadi fasilitator dan akselerator. Selain menciptakan aturan, Pemerintah melakukan Pembangunan diberbagai daerah untuk menyamaratakan dalam hal jaringan internet yang mana akan mendukung masyarakat untuk dapat memanfaatkan jaringan internet untuk bersosialisasi melalui media sosial. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Statista menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan dalam menggunakan media sosial. Dengan rincian pada tahun 2017 tercatat pengguna media sosial sebanyak 47,03 %, tahun 2019 sebanyak 61,83 % populasi, tahun 2021 sebanyak 69,99 populasi, dan pada tahun 2023 sebanyak 76,04% populasi masyarakat Indonesia. Kemudian berdasarkan data statistik tersebut, diperkirakan pada tahun 2026 akan mengalami peningkatan dua kali lipat dari tahun 2017,

yakni terdapat 81,82% populasi masyarakat Indonesia yang sudah memanfaatkan atau menggunakan media sosial.



Gambar 2.3 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia

(Sumber: Data GoodStats.id 2023)

Perkembangan pengguna media sosial di Indonesia didukung pula oleh kemudahan dalam mendapatkan akses bagi masyarakat untuk bersosialisasi melalui internet. Kemudahan akses ini seperti banyaknya gawai yang dapat dimanfaatkan dan kemudahan untuk mendapatkan jaringan internet. Beberapa media sosial yang dimanfaatkan oleh masyarakat adalah seperti Youtube, Instagram, Tiktok, Facebook, dan Twitter. Berdasarkan peningkatan tersebut, Populix pada tahun 2022 melakukan survei pada kebiasaan masyarakat dalam menggunakan media sosial, survei ini berjudul “Social Media Habit and Internet Safety”. Dalam survei dijelaskan bahwa masyarakat Indonesia menggunakan media sosial setiap hari, dan juga mayoritas menghabiskan waktu sebanyak satu sampai empat jam untuk menggunakan media sosial. Selain itu beberapa alasan masyarakat Indonesia memanfaatkan media sosial adalah untuk mengisi waktu luang, mencari informasi atau berita terbaru, menjalin hubungan dengan teman, berjejaring, melakukan transaksi atau berbelanja, mencari informasi lowongan pekerjaan,

membagikan opini atau pemikiran, menjalankan bisnis, bergabung pada komunitas daring, dan mencari pasangan.

Social Media N = 890		YouTube 94%	Instagram 93%	TikTok 63%	Facebook 59%	Twitter 54%
Respondents who access		834	832	565	529	478
Access Frequency						
> Once a day		67%	75%	70%	50%	53%
Once a day		21%	16%	20%	23%	25%
4-5 times a week		7%	5%	3%	11%	9%
2-3 times a week		4%	3%	5%	7%	7%
Once a week		1%	1%	1%	5%	4%
Once a month		0%	0%	1%	4%	2%
Length of Access						
> 8 hours		9%	10%	13%	6%	5%
7-8 hours		6%	6%	7%	2%	2%
5-6 hours		15%	13%	15%	8%	10%
3-4 hours		31%	26%	25%	16%	20%
1-2 hours		31%	31%	28%	37%	36%
< 1 hour		8%	15%	12%	31%	26%

Gambar 2.4 Survei Populix Frekuensi Penggunaan Media Sosial

(Sumber: Data Kebiasaan Media Sosial Populix 2022)

Reason for Using Social Media Apps N = 890	
Fill my free time	79%
Looking for the latest information/news	79%
Keep in touch with friends/colleagues	66%
Networking	49%
Shopping	47%
Find a job	36%
Share opinion	28%
Run a business	22%
Join a community	17%
Find a boyfriend/girlfriend	11%

Gambar 2.5 Survei Populix Alasan Menggunakan Media Sosial

(Sumber: Data Kebiasaan Media Sosial Populix 2022).

2.3 Aplikasi Dompot Digital DANA

DANA merupakan layanan dompot digital yang didirikan pada tahun 2018 dan telah terdaftar secara resmi oleh Bank Indonesia sebagai penyedia layanan uang

elektronik. Dompot digital DANA didirikan oleh Vincent Iswara sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) dan dikembangkan melalui PT Espay Debit Indonesia Koe dengan investor utamanya yakni PT Elang Sejahtera Mandiri. Secara garis besar, beberapa produk serta layanan yang diberikan oleh dompet digital DANA kepada para penggunanya adalah antar lain pelayanan pembayaran yang memungkinkan pengguna membayar berbagai macam transaksi seperti belanja daring dan membayar tagihan, kemudian dompet digital DANA juga memberikan pelayanan poin loyalitas yang dapat dikumpulkan oleh pengguna dan dapat ditukarkan dengan berbagai macam keuntungan seperti *cashback* ataupun potongan harga, selain itu dompet digital DANA memberikan pelayanan finansial yang dapat menawarkan pelayanan kepada pengguna dalam bentuk pinjaman ataupun asuransi.

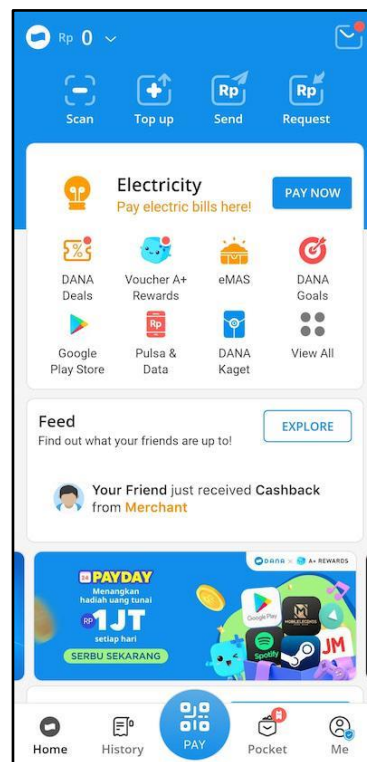


Gambar 2.6 Logo Dompot Digital DANA

(Sumber: Dana.id)

Salah satu hal yang menjadi prioritas bagi dompet digital DANA adalah terkait keamanan, oleh karenanya DANA menghadirkan berbagai macam fitur keamanan agar data para pengguna tidak disalahgunakan. Beberapa fitur keamanan yang diberikan DANA kepada para penggunaanya adalah antara lain verifikasi pengguna yang akan meminta pengguna untuk melakukan verifikasi terkait informasi pribadi pengguna seperti nama, tanggal lahir, dan nomor identitas, kemudian dompet digital DANA juga melakukan perlindungan kata sandi yang akan meminta pengguna untuk membuat kata sandi sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan, hal lain yang diberikan oleh dompet digital DANA adalah otentikasi dua faktor yaitu meminta penggunanya untuk melakukan verifikasi dua arah ketika akan masuk ke dalam akun atau melakukan transaksi, kemudian dompet digital DANA juga memberikan enkripsi untuk melindungi informasi para penggunanya, dan terakhir dompet digital DANA juga menerapkan sistem deteksi

penipuan yang akan memantau transaksi pengguna dan memperingatkan pengguna jika ada aktivitas transaksi yang mencurigakan.

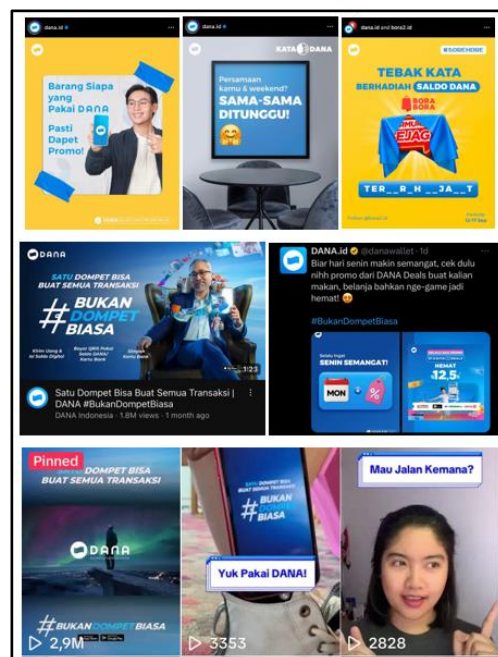


Gambar 2.7 Tampilan Aplikasi Dompot Digital DANA

(Sumber: Dana.id)

Mengingat bahwa semakin berkembangnya penggunaan uang non tunai dan dompet digital serta meningkatnya pengguna media sosial di Indonesia, dompet digital DANA mencoba untuk mempromosikan dan berinteraksi dengan penggunanya melalui media sosial. Beberapa media yang digunakan oleh dompet digital DANA adalah Youtube, Facebook, Instagram, Tiktok, dan Twitter. Dalam media sosialnya dompet digital DANA menggaungkan slogan DANA #BukanDompotBiasa yang mana dompet digital DANA ingin menyampaikan bahwa layanan yang diberikan kepada konsumen dapat memudahkan setiap transaksi penggunanya. Dalam media sosialnya, dompet digital DANA menghadirkan berbagai macam konten seperti konten Kenal Fitur yang memberikan penjelasan terkait fitur-fitur yang ada dalam aplikasi, kemudian konten Kata Dana yang merupakan konten tulisan menarik, dan juga ada konten Sore Hore dan

DanaFriDeals yang memberikan informasi promo, serta terdapat konten-konten sketsa atau komedi yang mengikuti arus dari tren yang sedang terjadi. Promosi yang dihadirkan oleh dompet digital DANA dalam media sosialnya adalah antara lain seperti *cashback*, potongan harga, permainan atau kuis berhadiah, garansi keamanan, dan dana bisnis. Beberapa keuntungan yang dihadirkan oleh dompet digital DANA kepada para penggunanya adalah seperti bebas biaya admin saat ingin mengisi atau mengirim saldo, dapat melakukan pembayaran dengan sistem QRIS, dapat membayar tagihan dan layanan pemerintah, terintegrasi dengan pihak ketiga atau aplikasi lain, dapat menabung dan mengatur keuangan secara keseluruhan.



Gambar 2.7 Beberapa Konten Dompet Digital DANA

(Sumber: Dana.id)