

BAB II

GAMBARAN UMUM KOTA SEMARANG

2.1 Gambaran Umum Kota Semarang

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Explanatory Research* untuk menganalisis pengaruh kemudahan transaksi dan promosi terhadap minat berkelanjutan penggunaan GoPay dengan keputusan transaksi sebagai variabel mediasi. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden pengguna GoPay di Kota Semarang, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan dan terpercaya.



Gambar 2. 1 Lambang Kota Semarang

Sumber: Pemerintah Kota Semarang, 2024

Gambaran umum Kota Semarang dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek fundamental yaitu: kondisi letak dan luas wilayah (geografis), kondisi statistik populasi masyarakat (demografis), serta kondisi pendidikan, kesehatan, tingkat kemiskinan dan penghasilan masyarakat (sosial ekonomi). Kota Semarang memiliki lambang yang terdiri dari Tugu Muda, Bambu Runcing, dan Bukit Candi

yang melambangkan tiga prinsip kepribadian nasional, bintang sudut lima, perisai dua bagian, dan tradisi revolusioner(Pemerintah Kota Semarang, 2024).

Pemahaman karakteristik geografis, demografis, dan sosial ekonomi Kota Semarang sangat penting dalam penelitian ini karena faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi adopsi dan penggunaan layanan dompet digital seperti GoPay. Menurut(Davis,2020) karakter demografis dan sosial ekonomi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap penerimaan teknologi pembayaran digital.

2.1.1 Kondisi Geografis

Semarang sebagai Ibu Kota Propinsi Jawa Tengah memiliki letak geografi yang sangat menguntungkan. Kota Semarang segi topografi Kota Semarang memiliki daya tarik tersendiri, yaitu terbagi menjadi kota atas dan kota bawah yang masing-masing memiliki keunikan tersendiri. Dari segi topografi Kota Semarang memiliki daya tarik tersendiri, yaitu terbagi menjadi kota atas dan kota bawah yang masing-masing memiliki keunikan tersendiri.



Gambar 2. 2 Peta Wilayah Kota Semarang Menurut Kecamatan

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Semarang, 2024

Kota Semarang memiliki luas wilayah 373,70 km² atau 37.366.836 Ha yang terdiri dari 16 kecamatan dan 177 kelurahan (Pemerintah Kota Semarang, 2024). Secara geografis, Kota Semarang terletak pada koordinat 6°50' - 7°10' Lintang Selatan dan 109°35' - 110°50' Bujur Timur. Wilayah ini berbatasan dengan Kabupaten Kendal di sebelah barat, Kabupaten Demak di sebelah timur, Kabupaten Semarang di sebelah selatan, dan Laut Jawa di sebelah utara.

Posisi strategis Kota Semarang sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah menjadikannya sebagai pusat aktivitas ekonomi, pemerintahan, pendidikan, dan perdagangan. Kondisi geografis ini sangat mendukung perkembangan ekonomi digital, termasuk penggunaan layanan pembayaran elektronik seperti GoPay. Lokasi geografis yang strategis berpengaruh positif terhadap adopsi teknologi pembayaran digital karena tingginya mobilitas dan aktivitas ekonomi masyarakat (Nurul Hidayah et al., 2025)

Penduduk Kota Semarang sangat heterogen, terdiri dari berbagai etnis yang datang untuk berusaha, menuntut ilmu, maupun menetap. Keberagaman ini menciptakan dinamika sosial ekonomi yang kompleks dan mempengaruhi pola konsumsi serta preferensi pembayaran masyarakat

Semarang memiliki fasilitas infrastruktur yang memadai meliputi pelabuhan, bandara, fasilitas pendidikan tinggi, rumah sakit, pusat perbelanjaan, kawasan bisnis, dan fasilitas pariwisata. Ketersediaan infrastruktur yang baik ini mendukung penetrasi teknologi digital dan meningkatkan kemudahan akses terhadap layanan pembayaran elektronik (Mulyanto et al., 2025).

2.1.2 Kondisi Demografis

Dalam penelitian ini, jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Pembagian ini bertujuan untuk memastikan setiap kecamatan memperoleh porsi responden sesuai dengan besarnya jumlah penduduk, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi masyarakat Kota Semarang secara lebih akurat tiap jumlah penduduk pada masing-masing kecamatan di Kota Semarang.

Tabel 2. 1 Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Semarang Tahun 2024

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk	%
1	Mijen	93.088	5,53
2	Gunungpati	101.577	6,03
3	Banyumanik	143.746	8,54
4	Gajahmungkur	56.334	3,35
5	Semarang Selatan	62.018	3,69
6	Candisari	75.442	4,48
7	Tembalang	201.821	11,98
8	Pedurungan	197.468	11,73
9	Genuk	137.356	8,16
10	Gayamsari	70.388	4,19
11	Semarang Timur	66.475	3,96
12	Semarang Utara	117.865	7,00
13	Semarang Tengah	55.208	3,28
14	Semarang Barat	149.327	8,87
15	Tugu	34.092	2,03
16	Ngaliyan	146.628	8,71
Total		1.685.829	100

Sumber: BPS Kota Semarang, 2025

Data demografis menunjukkan bahwa persebaran penduduk di Kota Semarang belum merata, dengan ketimpangan signifikan antar kecamatan. Kecamatan Tembalang memiliki jumlah penduduk terbesar (11,98%), sedangkan kecamatan dengan kepadatan terendah adalah Tugu dengan jumlah penduduk (2,03%).

Distribusi penduduk yang tidak merata ini memiliki implikasi strategis terhadap penetrasi pasar GoPay. Konsentrasi penduduk yang tinggi berkorelasi positif dengan adopsi layanan pembayaran digital karena tingginya intensitas transaksi, mobilitas, dan akses terhadap *merchant*. Kecamatan dengan populasi dan kepadatan tinggi seperti Tembalang, Pedurungan, Semarang Barat, dan Ngaliyan memiliki potensi pengguna GoPay yang lebih besar dibandingkan wilayah dengan kepadatan rendah seperti Tugu.

2.1.3 Visi dan Misi Kota Semarang

Visi pembangunan Kota Semarang Tahun 2021-2026 adalah "Semarang Kota Perdagangan dan Jasa yang Hebat Menuju Masyarakat Semakin Sejahtera". Visi ini didukung oleh empat misi utama:

1. Menciptakan kehidupan yang berbudaya dan berkualitas untuk masyarakat
2. Menciptakan pemerintahan yang bijak dalam melaksanakan pelayanan publik
3. Menciptakan kota metropolitan yang dapat bergerak maju serta berwawasan lingkungan
4. Meningkatkan perekonomian masyarakat yang berbasis keunggulan lokal dan menciptakan kondisi usaha yang mendukung

Visi dan misi ini selaras dengan pengembangan ekonomi digital dan mendukung adopsi teknologi pembayaran modern seperti GoPay dalam mencapai efisiensi ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

2.1.4 Infrastruktur Digital dan Konektivitas

Kota Semarang memiliki infrastruktur telekomunikasi yang memadai dengan penetrasi internet mencapai 89,4% dan kepemilikan smartphone sebesar 92,1% (Jateng, 2023). Ketersediaan jaringan 4G dan mulai berkembangnya jaringan 5G memberikan dukungan teknis yang kuat bagi layanan pembayaran digital.

Pemerintah Kota Semarang juga telah mengimplementasikan program *Smart City* yang mendukung digitalisasi layanan publik dan mendorong literasi digital masyarakat. Program ini berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan dan kesiapan masyarakat dalam mengadopsi teknologi finansial.

2.2 Gambaran Umum Objek Penelitian (GoPay)

2.2.1 Sejarah dan Perkembangan GoPay

GoPay, yang sebelumnya bernama Go-Jek *Credit*, adalah layanan dompet digital (*e-wallet*) yang dikembangkan oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa. Didirikan oleh Aldi Haryoprato pada tahun 2016, GoPay bertujuan memberikan akses layanan keuangan digital kepada seluruh lapisan masyarakat, khususnya segmen menengah ke bawah yang sebelumnya kurang terlayani oleh sistem perbankan konvensional (Haryoprato, 2020).

GoPay resmi diluncurkan sebagai bagian integral dari ekosistem Gojek untuk memfasilitasi pembayaran *cashless* dalam berbagai layanan transportasi online,

food delivery, dan layanan *on-demand* lainnya. Perkembangan GoPay sangat pesat, dengan jumlah pengguna aktif mencapai lebih dari 190 juta pada tahun 2023.

2.2.2 Visi Dan Misi Gopay

Gojek *Financial Services Platform* hadir di tengah masyarakat dengan cita-cita atau tujuan menyediakan solusi dari masalah yang dialami masyarakat. Melalui berbagai layanan yang disediakan, Gojek memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk menjalankan pekerjaan sehari-hari.

2.2.2.1 Visi

Gojek *Financial Services Platform* memiliki visi “menciptakan kemandirian dan mewujudkan inklusi keuangan melalui penyaluran dana pinjaman kepada masyarakat *unbanked* dan *underbanked* dengan memberdayakan inovasi sistem digital, produk, dan jasa keuangan berkualitas”.

2.2.2.2 Misi

Gojek *Financial Services Platform* menetapkan misi sebagai berikut:

1. Membuka akses dan kesempatan bagi masyarakat *unbanked* dan *underbanked* di seluruh Indonesia untuk mendapatkan layanan keuangan dalam rangka inklusi keuangan.
2. Menyediakan produk dan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemanfaatan masyarakat Indonesia.
3. Meningkatkan kesadaran dan literasi keuangan masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat *unbanked* dan *underbanked*, dan membangun profil guna meningkatkan keterampilan mereka dalam perencanaan dan pengelolaan keuangan rumah tangga maupun usahanya.

4. Mendorong inklusi keuangan melalui inovasi sistem digital yang aman dan mudah digunakan untuk mewujudkan ekonomi digital di Indonesia.

2.2.3 Profil Perusahaan

GoPay (PT.Dompet Anak Bangsa) adalah layanan uang elektronik terdepan di Indonesia yang berdiri pada tahun 2016 merupakan bagian dari GoJek yang digunakan untuk melakukan GoPay menjadi leader dari e-wallet di Indonesia dan telah menjadi opsi pertama pada pilihan e-wallet di Google Play Store untuk pengguna *smartphone* Android dan Apple App Store untuk pengguna *smartphone* berbasis iOS. GoPay dapat digunakan di aplikasi GoJek dapat bermanfaat untuk transaksi pada aplikasi GoJek, melakukan pembayaran pada toko dan online shop, melakukan pembayaran dengan PayLater untuk pelanggan tertentu dan melakukan transaksi lain seperti transfer saldo GoPay antar penggunanya (Gojek, 2021).

Saat ini telah banyak toko-toko dan restoran yang menerima pembayaran dengan Go-Pay dengan cara dilakukan scan kode QR. Saldo GoPay dapat diisi dengan beberapa metode seperti menggunakan BCA OneKlik melalui transfer semua jenis bank melalui ATM, SMS Banking, dan Mobile Banking melalui driver GoRide, GoCar, GoFood, dan GoShop melalui Alfa Group dan melalui Pegadaian.

Logo pada GoJek mengalami pergantian pada tahun 2019, pergantian logo disebabkan karena GoJek saat ini sudah berkembang sangat pesat dari saat sehingga terdapat banyak pelaku industri yang perlu Terdapat bulatan hijau yang memiliki arti interpretasi helm hijau pada pengemudi GoJek terdapat bulatan hijau yang memiliki arti interpretasi helm hijau pada pengemudi GoJek yang jika dilihat dari atas(Everlin & Erlyana, 2020).



Gambar 2. 3 Logo Gojek
Sumber : Gojek Indonesia, 2021

Logo pada GoPay mirip dengan logo pada GoJek, yang membedakan hanyalah simbol dompet dan warna biru. Simbol dompet pada GoPay memiliki arti dompet digital atau e-wallet dan terdapat lubang kunci yang memiliki arti bahwa GoPay aman saat menyimpan uang atau melakukan transaksi.



Gambar 2. 4 Logo Gopay
Sumber : Gopay Indonesia, 2021

2.2.4 Struktur Bisnis Organisasi Perusahaan

Pada 2021, platform layanan *on demand* serta finansial Gojek melakukan merger dengan perusahaan *e-commerce* Tokopedia membentuk suatu ekosistem bisnis baru dan unik Bernama GoTo group. Dengan tagline ‘*Go Far, Go Together*’ kedua perusahaan tersebut secara resmi menggabungkan berbagai macam layanan. Berikut Struktur Bisnis :

Struktur Organisasi PT Dompot Anak Bangsa



Gambar 2. 5 Struktur Organisasi

Sumber : Dompot Anak Bangsa 2024

Struktur organisasi PT Dompot Anak Bangsa disusun secara hierarkis untuk mendukung efektivitas pengelolaan perusahaan dan kelancaran operasional layanan pembayaran digital GoPay. Struktur ini menunjukkan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang jelas pada setiap tingkatan organisasi guna mencapai tujuan perusahaan.

1. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris merupakan organ perusahaan yang bertugas melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada Direksi terkait kebijakan dan jalannya pengelolaan perusahaan. Dewan Komisaris memastikan bahwa aktivitas perusahaan berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku serta prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*).

2. Direktur Utama

Direktur Utama bertanggung jawab atas keseluruhan pengelolaan dan pengambilan keputusan strategis perusahaan. Posisi ini berperan dalam merumuskan visi, misi, serta strategi bisnis PT Dompot Anak Bangsa, sekaligus mengoordinasikan seluruh direktur di bawahnya agar operasional perusahaan berjalan selaras dengan tujuan yang telah ditetapkan.

3. Direktur Keuangan (*Finance*)

Direktur Keuangan bertanggung jawab dalam mengelola aspek keuangan perusahaan, termasuk perencanaan anggaran, pengelolaan arus kas, pelaporan keuangan, serta kepatuhan terhadap peraturan perpajakan. Unit Akuntansi dan Pajak berada di bawah koordinasi direktur ini untuk memastikan pencatatan keuangan yang akurat dan transparan.

4. Direktur Operasional (*Operation*)

Direktur Operasional berperan dalam mengelola kegiatan operasional harian perusahaan agar layanan GoPay dapat berjalan dengan lancar dan efisien. Direktorat ini membawahi Layanan Pelanggan yang bertugas menangani keluhan, pertanyaan, serta memberikan dukungan kepada pengguna guna menjaga kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

5. Direktur Teknologi (IT)

Direktur Teknologi bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengembangan sistem teknologi informasi yang mendukung layanan GoPay. Unit Pengembangan Sistem berada di bawah direktorat ini dan berfokus pada pemeliharaan aplikasi,

peningkatan keamanan sistem, serta inovasi teknologi agar layanan tetap andal, aman, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

6. Direktur Pemasaran (Marketing)

Direktur Pemasaran bertugas merancang dan melaksanakan strategi pemasaran serta komunikasi perusahaan. Direktorat ini membawahi unit Promosi dan Brand, yang bertanggung jawab dalam kegiatan promosi, kampanye pemasaran, penguatan citra merek, serta peningkatan minat dan keputusan penggunaan GoPay di masyarakat.

2.2.5 Model Bisnis dan Proposisi Nilai

GoPay menerapkan model bisnis platform digital yang terintegrasi dengan berbagai layanan Gojek. Proposisi nilai utama GoPay mencakup tiga pilar fundamental:

1. *Speed* (Kecepatan)

GoPay menyediakan sistem top-up yang cepat melakukan Proses transaksi dapat diselesaikan dalam hitungan detik dengan konfirmasi *real-time* dan sederhana melalui berbagai channel: ATM, *mobile banking*, internet banking, minimarket, dan gerai *merchant partner*.

2. *Simplicity* (Kemudahan)

Integrasi langsung dengan seluruh ekosistem Gojek memungkinkan pengguna melakukan berbagai transaksi hanya dengan satu aplikasi. *Interface* yang *user-friendly* dan proses yang terotomatisasi mengurangi kompleksitas transaksi digital.

3. *Security* (Keamanan)

GoPay menerapkan sistem keamanan berlapis dengan teknologi *enkripsi end-to-end*, *two-factor authentication*, dan *monitoring* transaksi *real-time*. Seluruh dana pengguna disimpan dalam sistem yang tersertifikasi dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

4. *Promotional Value* (Nilai Promosi)

GoPay mengintegrasikan strategi promosi sebagai bagian integral dari proposisi nilai melalui berbagai program *reward* dan *insentif*. Model bisnis promosi GoPay meliputi:

- a) *Cashback Systematic* : program *cashback* yang terstruktur dengan persentase berjenjang berdasarkan volume dan frekuensi transaksi, menciptakan insentif untuk meningkatkan penggunaan berkelanjutan.
- b) *Dynamic Pricing Strategy* : Implementasi harga dinamis dengan diskon *real-time* berdasarkan *demand pattern*, lokasi, dan perilaku pengguna, yang meningkatkan *attractiveness* dan *frequency of use*.
- c) *Cross-Platform Promotion* : Program promosi lintas layanan dalam ekosistem Gojek yang menciptakan *network effect* dan mendorong penggunaan *multi-service*, sehingga meningkatkan *customer lifetime value*.
- d) *Gamification Elements* : Implementasi elemen gamifikasi melalui *point reward system*, *level progression*, dan *achievement badges* yang meningkatkan *engagement* dan *retention rate* hingga 35%.

Model promosi ini tidak hanya berfungsi sebagai *customer acquisition tool*, tetapi juga sebagai *strategic differentiation* yang menciptakan *competitive*

advantage berkelanjutan. Program promosi GoPay dirancang dengan pendekatan *data-driven* yang memanfaatkan *machine learning* untuk personalisasi penawaran sesuai preferensi dan *behavior pattern individual* pengguna.

2.2.6 Fitur dan Fungsional

GoPay sebagai platform pembayaran digital menawarkan beragam fitur dan kegunaan untuk memenuhi keperluan transaksi keuangan para penggunanya. Fungsi utama GoPay meliputi pembayaran secara digital, pengiriman uang, serta berbagai layanan keuangan lain yang terkoneksi dalam satu platform.

Pembayaran digital, GoPay menyediakan fitur pembayaran melalui *QR Code* yang dapat digunakan di berbagai merchant, baik online maupun offline. Sistem QRIS (*QR Code Indonesian Standard*) yang diterapkan GoPay memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran di merchant yang terdaftar dalam jaringan QRIS nasional, tidak terbatas hanya pada merchant (Gojek, 2021) Selain itu, GoPay juga menyediakan fitur pembayaran tagihan rutin seperti listrik, air, telepon, internet, BPJS, hingga pembayaran Pendidikan.

Fitur transfer dana pada GoPay memungkinkan pengguna untuk mengirim uang ke sesama pengguna GoPay maupun ke rekening bank. Fitur transfer ini dilengkapi dengan berbagai metode top-up saldo yang dapat dilakukan melalui transfer bank, *merchant*, *driver* Gojek, atau agen GoPay. Untuk meningkatkan keamanan transaksi, setiap transfer dana dilengkapi dengan sistem verifikasi PIN dan notifikasi *real-time* (Gojek, 2021).

GoPay juga mengembangkan layanan pinjaman digital melalui GoPayLater yang menawarkan opsi pembayaran tunda dan cicilan. fitur ini memberikan limit

pinjaman yang disesuaikan dengan profil kredit pengguna, dengan proses verifikasi yang cepat dan bunga yang kompetitif. GoPayLater dapat digunakan untuk berbagai transaksi dalam ekosistem GoTo, termasuk pembelian di Tokopedia dan layanan Gojek.

Fitur pembayaran untuk transaksi e-commerce menjadi salah satu layanan unggulan GoPay, terutama setelah integrasi dengan Tokopedia. Pengguna dapat memanfaatkan saldo GoPay untuk berbelanja online dengan berbagai promo dan *cashback* yang menarik. pembayaran terintegrasi ini juga mencakup fitur pembayaran tagihan *marketplace* dan pembayaran untuk layanan digital lainnya.

Mendukung transaksi bisnis, GoPay menyediakan GoPay *Business* yang dirancang khusus untuk kebutuhan *merchant*. Layanan ini mencakup sistem manajemen pembayaran, laporan transaksi *real-time*, fitur *settlement* otomatis, dan berbagai *tools* analitik untuk membantu merchant mengelola bisnisnya secara lebih efektif.

GoPay juga mengembangkan layanan asuransi digital melalui GoSure yang menawarkan berbagai produk asuransi, mulai dari asuransi kesehatan, kendaraan, hingga perjalanan. Proses klaim dapat dilakukan secara digital melalui aplikasi dengan dokumen pendukung yang minimal.

2.2.7 Ekosistem dan Integrasi Layanan

GoPay adalah dompet digital yang terhubung dengan lebih dari 15 layanan dalam jaringan Gojek dan ribuan pedagang luar, sehingga menjadikannya sebagai salah satu metode pembayaran digital paling fleksibel di Indonesia. Dalam bidang logistik, GoPay mendukung layanan GoSend untuk pengantaran di hari yang sama

dan GoBox untuk pengiriman barang berukuran besar dan GoBluebird (layanan taksi premium). Untuk keperluan makanan serta belanja sehari-hari, GoPay dapat dipakai di layanan GoFood (pengantaran makanan), GoMart (belanja kebutuhan sehari-hari), dan GoShop (jasa belanja pribadi). Dalam bidang logistik, GoPay mendukung layanan GoSend untuk pengantaran di hari yang sama dan GoBox untuk pengiriman barang berukuran besar.

Di bidang gaya hidup, pengguna dapat memanfaatkan GoPay untuk membeli tiket bioskop melalui GoTix, memesan jasa kebersihan melalui GoClean, menikmati layanan pijat melalui GoMassage, hingga membayar berbagai tagihan melalui GoBills. Tak hanya itu, GoPay juga memiliki beragam fitur layanan keuangan, seperti GoPay Transfer untuk mengirim uang antar pengguna, GoPay *Withdraw* untuk penarikan tunai, GoPay Pinjam sebagai solusi pinjaman digital, serta GoInvestasi untuk investasi reksa dana. Dengan berbagai integrasi ini, GoPay menjadi solusi pembayaran digital yang komprehensif dan memudahkan berbagai aktivitas pengguna sehari-hari Gojek(Gojek, 2024).

2.2.8 Fitur dan Manfaat

Gopay adalah dompet elektronik untuk menyimpan saldo atau Gojek *Credit* yang dapat digunakan untuk membayar transaksi-transaksi yang berkaitan dengan layanan di dalam aplikasi Gojek. Cara penggunaan Gopay disini adalah kondisi dimana pengguna sudah benar-benar menggunakan Gopay merujuk pada *Theory Acceptance Model* yang dirancang untuk memprediksi penerimaan atau penggunaan teknologi oleh pengguna, maka dalam penelitian ini ingin melihat ada atau tidaknya pengaruh kemudahan dan promosi penggunaan Gopay di Semarang.

Tabel 2. 2 Fitur Utama GoPay dan Manfaatnya

Fitur	Deskripsi	Manfaat
<i>Top-Up Channel</i>	<i>Multi</i> Pengisian saldo melalui 15+ metode	Kemudahan dan fleksibilitas
<i>QR Code Payment</i>	Pembayaran dengan scan QR	Transaksi cepat tanpa kontak
<i>Split Bill</i>	Berbagi tagihan dengan teman	Kemudahan pembayaran grup
<i>AutoPay</i>	Pembayaran otomatis tagihan rutin	Efisiensi dan konsistensi
<i>GoPay Later</i>	Fasilitas bayar kemudian	Fleksibilitas finansial
<i>Cashback & Promo</i>	Berbagai program rewards	Nilai tambah ekonomis
<i>Financial Dashboard</i>	Laporan keuangan personal	Manajemen keuangan yang lebih baik

Sumber: Gojek Official Documentation, 2024

2.2.9 Program Promosi dan Customer Engagement

GoPay menerapkan strategi promosi yang komprehensif untuk meningkatkan adopsi dan retensi pengguna:

1. Program *Cashback*

GoPay memberikan cashback hingga 50% untuk berbagai kategori transaksi dengan total alokasi program promosi mencapai Rp 2 triliun per tahun.

2. Program Loyalitas (*GoPay Points*)

Sistem poin yang dapat dikumpulkan dari setiap transaksi dan ditukar dengan voucher, diskon, atau hadiah menarik. Rata-rata pengguna aktif mengumpulkan 150 poin per bulan.

3. *Partnership Merchant*

Kolaborasi dengan lebih dari 2,5 juta merchant di seluruh Indonesia untuk memberikan diskon *eksklusif* dan promo khusus pengguna GoPay.

4. Kampanye Digital Marketing

Investasi dalam *digital advertising*, sosial media marketing, dan *influencer collaboration* dengan budget tahunan mencapai Rp 800 miliar. (Susanto, R., Pratama, A., & Sari, 2023).

2.2.10 Posisi Kompetitif di Pasar Indonesia

Berdasarkan data Ipsos Digital Banking Study 2023, GoPay berhasil menguasai 38% pangsa pasar dompet digital di Indonesia, menjadikannya pemimpin pasar yang unggul dibandingkan para pesaingnya seperti OVO (28%), Dana (18%), dan ShopeePay (16%). Dominasi ini tidak lepas dari sejumlah keunggulan kompetitif yang dimiliki GoPay.

1. Integrasi ekosistem yang komprehensif dengan berbagai layanan dalam platform Gojek memberikan kenyamanan dan efisiensi bagi pengguna dalam memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari.
2. GoPay memiliki jangkauan geografis yang luas, mencakup 514 kota dan kabupaten di seluruh Indonesia, yang memungkinkan akses layanan yang merata hingga ke pelosok.
3. Kemitraan strategis dengan berbagai sektor industri, baik dalam maupun luar ekosistem Gojek, turut memperkuat posisi GoPay sebagai alat pembayaran digital yang relevan di berbagai konteks.
4. GoPay terus mendorong inovasi produk yang berkelanjutan, termasuk layanan keuangan seperti pinjaman digital dan investasi, yang menambah nilai bagi penggunanya.
5. GoPay dikenal memberikan *customer experience* yang superior melalui

kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan dukungan layanan pelanggan yang *responsif*, sehingga memperkuat loyalitas dan kepuasan pengguna.

2.2.11 Regulasi

GoPay merupakan salah satu layanan dompet elektronik (e-wallet) yang beroperasi di Indonesia di bawah naungan PT.Dompet Anak Bangsa, bagian dari ekosistem Gojek. Sebagai layanan keuangan digital, GoPay tunduk pada sejumlah regulasi yang ditetapkan oleh Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Regulasi ini bertujuan untuk menjaga keamanan, transparansi, serta perlindungan konsumen dalam melakukan transaksi elektronik di era digital.

Dasar hukum utama yang mengatur GoPay dan layanan dompet elektronik lainnya adalah Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik yang berlaku sejak 4 Mei 2018, serta Peraturan Bank Indonesia Nomor 22/23/PBI/2020 tentang Sistem Pembayaran yang mulai berlaku pada Juli 2021. Selain itu, untuk layanan pinjaman yang terdapat dalam ekosistem e-wallet seperti GoPay Pinjam, pengawasan dan ketentuannya diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Terdapat beberapa ketentuan penting yang harus dipatuhi oleh GoPay sebagai penyelenggara layanan e-wallet. Pertama, GoPay wajib memiliki izin resmi dari Bank Indonesia agar dapat beroperasi secara legal. Kedua, GoPay harus menerapkan manajemen risiko serta standar keamanan sistem informasi untuk memastikan keamanan data pengguna dan transaksi. Ketiga, perusahaan diwajibkan menempatkan dana float, yaitu dana yang diterima dari pengguna tetapi belum

digunakan, sesuai ketentuan Bank Indonesia dengan porsi tertentu (30%–70%). Selain itu, pengguna GoPay diwajibkan melakukan verifikasi identitas agar dapat menggunakan fitur-fitur tertentu, dan diberlakukan batas saldo maksimum serta batas transaksi bulanan sesuai kategori akun pengguna.

Beberapa hal juga perlu diperhatikan dalam konteks regulasi ini. Layanan pembayaran GoPay berada di bawah pengawasan Bank Indonesia, sedangkan fitur pinjaman atau pembiayaan seperti GoPay Pinjam diawasi oleh OJK. Meskipun istilah dompet digital dan uang elektronik sering digunakan secara bergantian, secara hukum keduanya tunduk pada perizinan Bank Indonesia. Seiring dengan perkembangan teknologi finansial (*fintech*), regulasi yang mengatur sistem pembayaran digital terus berkembang, sehingga penyelenggara seperti GoPay harus selalu menyesuaikan diri dengan perubahan kebijakan yang berlaku.

2.2.12 Layanan

Ada empat layanan yang bisa digunakan oleh siapa saja yang melalui akun aplikasi Gopay:

- a. Melalui akun dalam aplikasi Gojek : Melalui akun melalui akun Gopay untuk melakukan pembayaran melalui akun aplikasi Gojek, mulai dari Goride, Gomart atau Goshop, Gosend, Gobox, Gopulsa, Gobills, Gotix, Gomassage, dan Goclean.
- b. Pembayaran di Toko atau Restoran : Pembayaran offline (*In-Store payment*) adalah fitur pembayaran yang bisa dilakukan oleh pengguna aplikasi Gopay di rekan usaha Gopay dengan menggunakan metode scan kode QR yang akan memotong saldo Gopay.
- c. Pembayaran di Toko Online : Pembayaran online (*Online Store Payment*)

adalah fitur pembayaran di toko online yang telah bekerjasama dengan Gopay, di mana seseorang dapat menggunakan saldo Gopay-nya sebagai metode pembayaran.

- d. Transaksi keuangan lainnya : Bagi pengguna pengguna aplikasi Gojek yang melakukan Upgrade Gopay, maka dapat melakukan transaksi keuangan lainnya seperti melakukan transfer ke sesama pengguna aplikasi Gopay dan juga dapat melakukan tarik tunai melalui akun rekening bank.

2.3 Identitas Responden

Identitas responden adalah informasi atau gambaran umum dari latar belakang responden yang dijadikan dasar dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini identitas responden dijabarkan dalam beberapa kelompok yaitu berdasarkan domisili, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, pemasukan, dan jumlah transaksi di gopay. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna e-wallet gopay di Kota Semarang dengan jumlah responden sebanyak 97 orang responden.

Melakukan penelitian penyebaran kuesioner dilakukan dengan metode offline. Berdasarkan pengisian kuesioner maka didapatkan data mengenai domisili, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, pemasukan, dan jumlah transaksi di gopay dari 97 responden pertanyaan yang ada pada kuesioner dengan skala pengisian berdasarkan pengalaman responden. Berdasarkan pengisian kuesioner maka didapatkan data mengenai domisili, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, pemasukan, dan jumlah transaksi di gopay dari 97 responden.

2.3.1 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

Karakteristik responden pengguna Gopay berdasarkan domisili ini terbagi dalam 16 kecamatan di Kota Semarang. Berdasarkan total responden, diantaranya beberapa kecamatan yang tercantum dalam tabel dibawah ini.

Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

No	Kecamatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Mijen	8	8.2%
2	Gunungpati	7	7.2%
3	Banyumanik	8	8.2%
4	Gajahmungkur	7	7.2%
5	Semarang Selatan	7	7.2%
6	Candisari	6	6.1%
7	Tembalang	9	9.2%
8	Pedurungan	6	6.1%
9	Genuk	5	5.1%
10	Gayamsari	4	4.1%
11	Semarang Timur	5	5.1%
12	Semarang Utara	4	4.1%
13	Semarang Tengah	5	5.1%
14	Semarang Barat	4	4.1%
15	Tugu	4	4.1%
16	Ngaliyan	8	8.2%
Total		97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa domisili responden pada penelitian ini mayoritas berada di Kecamatan Tembalang dengan jumlah persentase 9.2% dari 97 responden yang telah mengisi kuesioner.

2.3.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengaruh transaksi pada pengguna e-wallet Gopay, maka diajukan kriteria pengisian dalam kolom kuesioner menggunakan sampel kriteria laki-laki dan perempuan.

Tabel 2. 4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	47	48.5%
2	Perempuan	50	51.5%
Total		97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel data tersebut dapat dilihat bahwa dari 97 responden perempuan cenderung lebih besar dibandingkan dengan responden laki-laki dengan persentase jumlah perempuan sebesar 51.5%.

2.3.3 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Terdapat aturan mengenai batas umur pengguna untuk memastikan bahwa layanan ini diakses oleh orang-orang yang telah mencapai tingkat kedewasaan tertentu dalam mengatur keuangan digital. Menggunakan fitur-fitur GoPay dengan bijak sesuai dengan kebutuhan.

Tabel 2. 5 Identitas Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17-23 Tahun	69	71.1%
2	24-30 Tahun	14	14.4%
3	31-37 Tahun	7	7.2%
4	> 37 Tahun	7	7.2%
Total		97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel data tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berada pada interval usia 17 – 23 tahun dengan jumlah persentase 71.1% dari 97 responden yang telah mengisi kuesioner.

2.3.4 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir adalah pendidikan formal terakhir yang dijalani oleh responden pada saat pengisian kuesioner. Berikut pada tabel di bawah ini terdapat kumpulan data pendidikan terakhir responden.

Tabel 2. 6 Identitas Resonden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SMA	56	57.7%
2	Diploma	37	38.1%
3	Sarjana	4	4.1%
Total		97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel tersebut, mayoritas responden menjalani pendidikan terakhir pada tingkat SMA dengan jumlah persentase 57.7% dari 97 responden yang telah mengisi kuesioner

2.3.5 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan adalah suatu bidang menjadi wadah dalam mendapatkan utamanya sehari-hari. Berikut ini merupakan beberapa jenis pekerjaan yang diisi responden.

Tabel 2. 7 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	PNS	1	1.0%
2	Karyawan Swasta	14	14.4%
3	Wiraswasta	12	12.3%
4	Mahasiswa	68	70.1%
5	Lain-lain	2	2.0%
Total		97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa responden penelitian ini didominasi oleh mahasiswa dengan besar persentase 70.1% dari 97 responden yang telah mengisi kuesioner.

2.3.6 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

Pada penelitian ini, pendapatan setiap bulan bertujuan untuk menentukan tingkat kemampuan responden dalam melakukan transaksi menggunakan e-wallet gopay. Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan pendapatan setiap bulan.

Tabel 2. 8 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pemasukan	Frekuensi	persentase
1	< Rp.3.500.000	71	73.2%
2	> Rp3.500.000 – Rp6.000.000	18	18.6%
3	> Rp6.000.000 – Rp 9.000.000	4	4.1%
4	> Rp 9.000.000	4	4.1%
Total		97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa persentase pemasukan responden pada penelitian ini di domisili pada interval pemasukan < Rp3.500.000 dengan persentase 73.2% dari 97 responden yang telah mengisi kuesioner.

2.3.7 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi

Jumlah transaksi mencerminkan seberapa sering para responden memanfaatkan layanan e-wallet GoPay untuk melakukan pembayaran digital kebutuhan sehari-hari. Informasi mengenai jumlah transaksi yang dicatat oleh responden menunjukkan seberapa intensif GoPay digunakan sebagai metode pembayaran non-tunai dalam kegiatan transaksi.

Tabel 2. 9 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi

No	Jumlah Transaksi	Frekuensi	Persentase
1	< 2 kali	4	4.1%
2	> 2-5 kali	38	39.2%
3	> 5-10 kali	19	19.6%
4	> 10 kali	36	37.1%
Total		97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa jumlah transaksi responden pada penelitian ini cenderung dilakukan sebanyak $> 2 - 5$ kali dalam sebulan dengan persentase 39.2% dari 97 responden yang telah mengisi kuesioner.